

São Paulo Brasil, 15 de janeiro de 2020 - O GPA [B3: PCAR4; NYSE: CBD] anuncia o desempenho das vendas do 4T19. As informações apresentadas são preliminares, não auditadas e sujeitas à revisão. Os cálculos de variação e crescimento tomam como base o mesmo período do ano anterior, exceto quando indicado de outra forma. Todos os comentários referentes ao desempenho de vendas no conceito 'mesmas lojas' estão ajustados pelo efeito calendário.

Desempenho de Vendas do GPA no 4T19 e 2019

- **Faturamento bruto total consolidado no 4T19 atingiu R\$ 18,9 bilhões no trimestre e R\$ 61,5 bilhões no ano, incluindo as operações do GPA no Brasil nos respectivos períodos e do Grupo Éxito no mês de dezembro/19;**
- **No Brasil, a receita bruta alcançou R\$ 16,5 bilhões no trimestre, avanço de 8,4%. No ano totalizou R\$ 59,1 bilhões, forte crescimento de 10,3%;**
- **Aceleração da expansão do Assaí em 2019: 22 lojas abertas, com entrada da bandeira nos estados de Tocantins, Amapá e Rondônia. A expansão célere e de qualidade levou a mais um ano de forte evolução de vendas, +22%, e crescimento 'mesmas lojas' de 6%, mesmo com a forte base de comparação;**
- **Conversão de 33 lojas Extra Super no trimestre e 92 no ano, totalizando 70% do portfólio, resultando em 100 lojas Mercado Extra e 28 lojas Compre Bem;**
- **Revitalização de 20 lojas do Pão de Açúcar no ano, alcançando o total de 46 lojas no conceito da última geração de lojas;**
- **Sucesso da estratégia de transformação digital evidenciada pelo robusto avanço do e-commerce, +40% no ano, expansão da operação da James Delivery e consolidação da Cheftime como marca do GPA;**
- **Na Colômbia, destaque para o sólido desempenho dos formatos inovadores Wow, Fresh Market e Surtimayorista.**

Brasil

Destaques do trimestre:

- **Assaí:** forte evolução de 19,7% das vendas totais, acréscimo de R\$ 1,4 bilhão, resultado da atratividade do canal e da contribuição das 22 lojas inauguradas em 2019, acima da previsão de 20 lojas. As vendas 'mesmas lojas' tiveram uma evolução de 4,3%, apesar da expressiva base de comparação (+9,9% no 4T18). No 4T19 foram abertas 13 lojas, recorde de abertura trimestral e, com isso, o Assaí encerrou o ano com 166 lojas e crescimento da área de vendas de 20%, reforçando a estratégia do Assaí em busca da consolidação da sua presença nacional;
- **Multivarejo:** desempenho de vendas foi impactado pela aceleração do número de lojas em processo de renovação e reformas (51 lojas) em aproximadamente 0,6 p.p. No entanto, esse projeto de transformação do portfólio de lojas segue apresentando performance consistente e expressiva:
 - **Pão de Açúcar:** continuidade do forte desempenho das lojas reformadas de 7,00 p.p. acima das lojas não reformadas. Foram revitalizadas 18 lojas ao longo do 4T19, totalizando 46 lojas reformadas que representam cerca de 40% do total de vendas. Outras 15-20 lojas deverão ser renovadas em 2020, além da expansão de 5-10 lojas;
 - **Proximidade:** forte crescimento de 10,0%, apesar da mais alta base de comparação do formato em 2018 (+19,1% no 4T18). O trimestre marca o início da retomada da expansão do formato, com a abertura de 7 lojas Minuto Pão de Açúcar;
 - **Mercado Extra:** no trimestre o novo conceito chegou à região Nordeste e foram convertidas 18 lojas, atingindo 100 lojas no total. A bandeira segue apresentando sólida performance de vendas, em torno de 5,0% de crescimento, com aumento de clientes. Em 2020 será concluído o projeto de conversão de lojas Extra Super para Mercado Extra;
 - **Compre Bem:** 15 lojas convertidas no 4T19, totalizando 28 lojas da bandeira, que apresentam expressiva evolução de vendas (ao redor de 15%) e de clientes;
 - **Extra Hiper:** desempenho de vendas afetado principalmente pela forte base de comparação da categoria de não alimentos (SSS de ~20% na média dos últimos 2 anos). Uma nova segmentação do portfólio de lojas foi implementada, sendo: lojas com alta performance (~70 lojas) e lojas em processo de venda/fechamento, conversão e recuperação, com uma nova governança mais focada nas necessidades de cada um dos grupos.

Sólida evolução das iniciativas estratégicas de transformação digital:

- **E-commerce:** crescimento anual acima de 40% impulsionado pela ampliação das modalidades de entrega Express e Clique Retire, já em operação em 125 lojas, além do avanço no modelo tradicional com a abertura da primeira *dark store* no Rio de Janeiro. Com esse avanço, as vendas online já representam aproximadamente 6% da receita da bandeira Pão de Açúcar;

- **James Delivery:** com presença em 18 cidades e mais de 1 milhão de downloads ativos, a plataforma apresentou aumento de 15 vezes no número de pedidos em relação ao início do ano, além do acelerado ritmo de crescimento médio mensal de 35%;
- **Aplicativos de Fidelidade:** mais de 11 milhões de downloads ativos no ano, com expressiva representatividade acima 20% das vendas do Multivarejo e ao redor 70% das transações em lojas físicas identificadas.

GPA Consolidado

	Receita Bruta (R\$ Milhões)			
	Δ 4T19/ 4T18		Δ 2019/ 2018	
	Vendas totais	Total Lojas	Vendas totais	Total Lojas
Consolidado	18.898	24,0%	61.514	14,7%
Brasil - GPA Alimentar	16.515	8,4%	59.131	10,3%
Assaí	8.740	19,7%	30.378	21,9%
Multivarejo	7.775	-2,0%	28.753	0,2%
Operação Internacional - Grupo Éxito ⁽¹⁾	2.383	n/a	2.383	n/a

⁽¹⁾ Consolidação do Grupo Éxito considera apenas o mês de dezembro de 2019

Brasil

	Receita Bruta 'Mesmas Lojas' ex calendário			
	4T19	4T18	2019	2018
GPA - bandeiras	1,7%	6,9%	3,6%	5,5%
Assaí	4,3%	9,9%	6,3%	8,3%
Multivarejo	-0,9%	4,5%	1,2%	3,5%
<i>Extra Hiper</i>	-4,8%	3,2%	-1,1%	3,2%
<i>Extra Super</i>	3,3%	4,7%	4,4%	-0,1%
<i>Pão de Açúcar</i>	-0,3%	2,2%	0,0%	2,4%
<i>Proximidade</i>	10,0%	19,1%	14,9%	7,3%
GPA - categorias				
Alimentos	2,8%	6,8%	4,3%	4,5%
Não Alimentos	-5,0%	7,1%	-0,3%	12,0%

⁽¹⁾ Para refletir o efeito calendário, no 4T19 foi adicionado 0,8 p.p. no GPA Alimentar, sendo 1,0 p.p. no Multivarejo e 0,4 p.p. no Assaí

Assaí: vendas totais apresentaram forte crescimento de 19,7% no trimestre e de 21,9% no ano, sustentado pela acertada estratégia de expansão, apesar da forte base de comparação (+23,6% no 4T18 e +24,2% em 2018)

- A receita bruta alcançou R\$ 8,7 bilhões no trimestre e R\$ 30,4 bilhões no ano, resultado principalmente da rápida maturação das novas lojas, expressivo aumento do fluxo de clientes e contínuo ganho de *market share* ao longo do ano;
- As vendas 'mesmas lojas' tiveram uma evolução de 4,3% no trimestre e 6,3% no ano, mesmo com a expressiva base de comparação (SSS de 9,9% no 4T18 e 8,3% em 2018);
- As 13 inaugurações de lojas em 11 estados marcam o maior número de aberturas já realizadas pela bandeira em um único trimestre. No acumulado do ano, Assaí aumentou seu portfólio com 22 novas unidades, em diferentes regiões do país, e entrou em 3 novos estados: Tocantins, Amapá e Rondônia;

- O Passaí emitiu mais de 430 mil novos cartões no ano (ultrapassando a marca de 1 milhão de emissões desde seu lançamento), refletindo a alta aceitação da sua proposta de valor. No final do ano, o Assaí contava com mais de 700 mil cartões ativos;
- Início do projeto piloto das maquininhas de cartão de crédito e débito com a marca "Passaí" em São Paulo. O roll-out já está em andamento e deve ser concluído no 1S20. O grande diferencial do projeto é a distribuição na rede física das 166 lojas para os mais de 2,5 milhões de pessoas jurídicas.

Multivarejo: aceleração expressiva dos projetos de reformas e conversões de lojas, que contribuem para um portfólio mais aderente ao cenário econômico.

- As vendas 'mesmas lojas' foram impactadas no trimestre pelo expressivo número de lojas em processo de renovação e reformas;
- Destaque para as lojas reformadas de Pão de Açúcar e as lojas convertidas em Mercado Extra e Compre Bem, que seguiram apresentando expressivo desempenho, juntamente com a forte performance dos formatos de Proximidade (+10,0%), apesar da forte base de comparação;
- Marcas Exclusivas alcançaram participação de 12,7% na categoria alimentar do Multivarejo, aumento de 0,5 p.p. em relação ao ano anterior;
- No ano, as bandeiras Extra e Pão de Açúcar somaram mais de 500 mil novos cartões emitidos, totalizando mais de 2,1 milhões de cartões de crédito ativos, refletindo o forte nível de adesão.

Ecossistema GPA: desenvolvimento da estratégia de "Transformação Digital" com soluções que impulsionam a monetização cruzada entre os segmentos e-commerce e loja física, reafirmando a continuidade da liderança no segmento

E-commerce:

- No ano, o e-commerce registrou evolução superior a 40%, resultado da ampliação das modalidades de entrega Express e Clique e Retire, com operação presente em 125 lojas, bem como o avanço no modelo tradicional com a abertura da primeira *dark store* no Rio de Janeiro. Com esse avanço, as vendas online já representam aproximadamente 6% da receita da bandeira Pão de Açúcar;
- James Delivery encerrou o ano presente em 18 cidades após o início de operação nas cidades de Aracajú, Brasília, Cuiabá, João Pessoa, Uberlândia e Fortaleza. Destaca-se também o robusto crescimento médio de 35% ao mês e aumento de 15 vezes no número de pedidos em relação ao início do ano;
- Pão de Açúcar Adegas: mais de 1 milhão de garrafas de vinho vendidas no segmento online em 2019, aumento de 60% em relação ao ano anterior, refletindo a forte adesão do consumidor para este modelo de compra.
- Como resultado não só do pioneirismo, mas também da consistência na implementação da estratégia digital, o GPA segue líder do e-commerce alimentar com mais de 70% de *market share* na medição da Nielsen.

Programas de Fidelidade:

- Os programas de fidelidade "Cliente Mais" e "Clube Extra" acumulam mais de 20 milhões de clientes fidelizados, 14% superior em relação a 2018. Complementarmente, o número de download dos apps chega a mais de 11 milhões, 48% maior em relação a 2018, e representando mais 20% de participação das vendas do Multivarejo e 50% das vendas online;
- Criação da Stix Fidelidade, coalizão inédita de fidelidade em parceria com a Raia Drogasil, uma plataforma de produtos e serviços para acúmulo e resgate de pontos que oferecerá prêmios acessíveis e de resgate frequente aos mais de 20 milhões de clientes fiéis do GPA e 36 milhões de clientes fiéis da RD.

Inovação:

- Aquisição da Cheftime, startup pioneira do segmento de Foodtech que oferece kits gastronômicos e refeições prontas e semi-prontas, aliando seu comprometimento em soluções diferenciadas aos clientes à expertise e agilidade da foodtech. A parceria foi iniciada em 2018 e, no ano, a foodtech registrou mais de 200 mil refeições vendidas, além de presença em 200 lojas físicas e no e-commerce. Houve também o lançamento da escola de gastronomia Cheftime by Pão de Açúcar, na qual os consumidores podem trocar seus pontos por aulas de gastronomia através dos programas de fidelidade;
- 14 startups de alimentos entraram nas gôndolas de mais de 180 lojas e geraram mais de 300 mil unidades em vendas, incluindo case de sucesso do hambúrguer do futuro que já representa 30% da venda de hambúrgueres congelados nas lojas do Pão de Açúcar em São Paulo. Também foram realizadas 25 provas de conceito e projetos piloto para solucionar desafios de back-office e automatizar processos.

Evolução das lojas

No ano foram abertas 22 unidades da bandeira Assaí, representando um acréscimo de área de vendas de 20%. No Multivarejo foram abertas 10 lojas de Minuto Pão de Açúcar, retomando a expansão do formato, além das conversões e reformas de lojas: (i) 92 Extra Super foram convertidos, sendo 77 em Mercado Extra e 15 em Compre Bem; e (ii) 20 lojas do Pão de Açúcar renovadas, encerrando o ano com 46 lojas remodeladas.

	31/12/2018	Abertas	Abertas por conversão	Fechadas	Fechadas para conversão	31/12/2019	
	nº de lojas					nº de lojas	Área de vendas m ² (mil)
Assaí	144	21	1	-	-	166	713
Pão de Açúcar	186	-	-	-1	-	185	237
Extra Hiper	112	-	-	-	-	112	683
Extra Supermercado	150	-	-	-5	-92	53	52
Mercado Extra	23	-	77	-	-	100	120
Compre Bem	13	-	15	-	-	28	33
Mini Extra	156	-	-	-2	-2	152	38
Minuto Pão de Açúcar	79	8	2	-4	-	85	20
Negócios especializados	194	2	-	-1	-	195	67
Postos de combustíveis	71	1	-	-	-	72	58
Drogarias	123	1	-	-1	-	123	9
Total lojas	1.057	31	95	-13	-94	1.076	1.963
Área de Vendas (mil m²)	1.860						1.963

Operação Internacional - Grupo Éxito

O GPA concluiu a aquisição de 96,57% do capital social de Éxito em 27 de novembro de 2019. Portanto, no resultado do 4T19, foi considerado apenas um mês de consolidação dessa operação, com contribuição de R\$ 2,4 bilhões de receita bruta, confirmando a tendência positiva apresentada nos últimos trimestres, resultado principalmente do: (i) sólido desempenho dos formatos inovadores Wow, Fresh Market e Surtimayorista; (ii) forte crescimento das operações omnichannel; e (iii) fortalecimento das atividades de transformação digital.

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

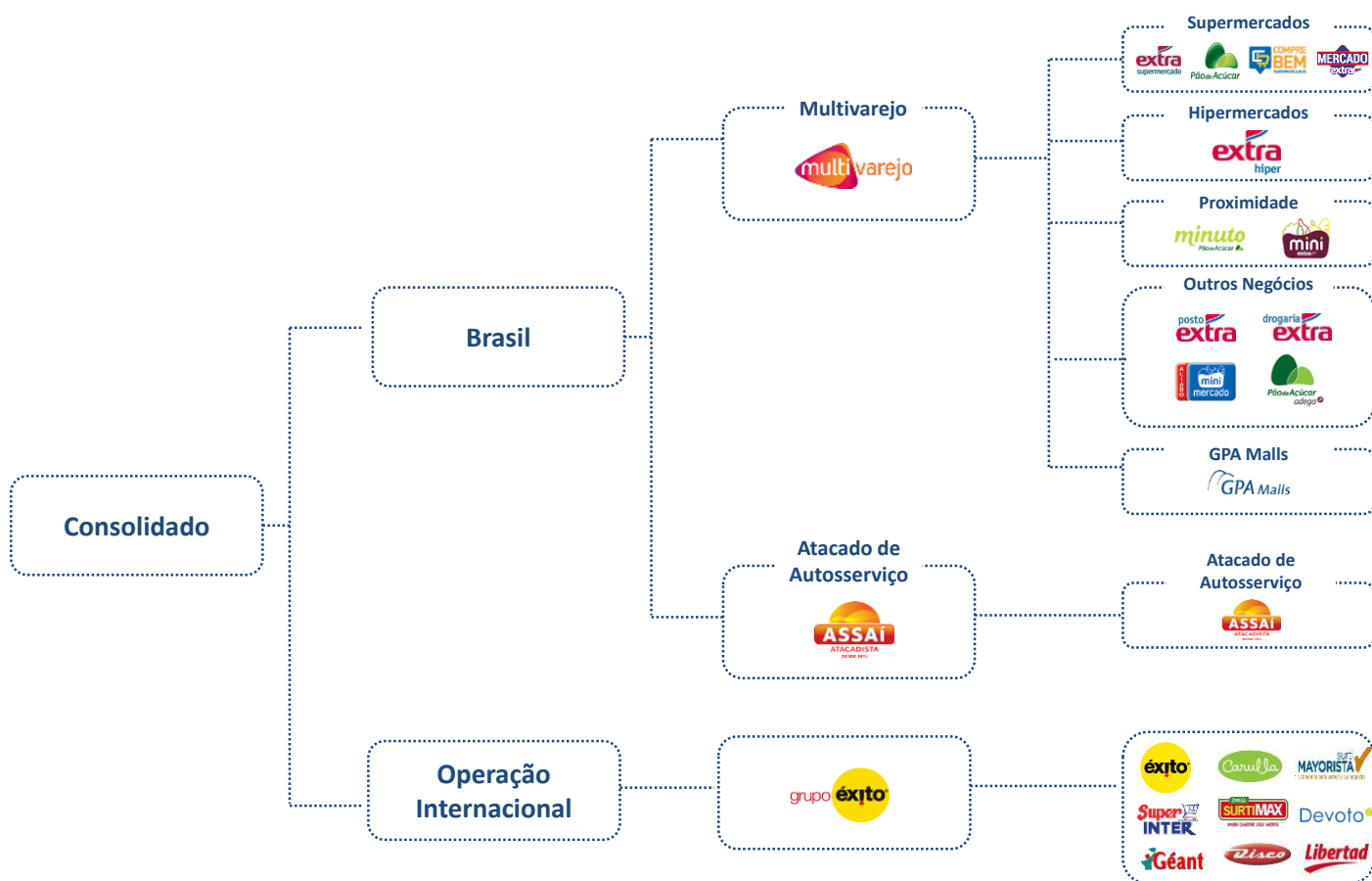
Desempenho da Receita Líquida

	Receita Líquida (R\$ Milhões)			
	Δ 4T19/ 4T18		Δ 2019/ 2018	
	Vendas totais	Total Lojas	Vendas totais	Total Lojas
Consolidado	17.294	23,4%	56.607	14,6%
Brasil - GPA Alimentar	15.167	8,2%	54.480	10,3%
Assaí	7.994	19,3%	27.797	21,4%
Multivarejo	7.174	-1,9%	26.682	0,7%
Operação Internacional - Grupo Éxito ⁽¹⁾	2.127	n/a	2.127	n/a

⁽¹⁾ Consolidação do Grupo Éxito considera apenas o mês de dezembro de 2019

APÊNDICE

Negócios da Companhia:



Crescimento ‘mesmas lojas’: Todos os crescimentos ‘mesmas lojas’ mencionados no documento estão ajustados pelo efeito calendário de cada período.

Crescimento e variações: Os crescimentos e variações apresentados neste documento referem-se à variação comparada ao mesmo período do ano anterior, exceto quando indicado no texto.

Contatos – Relações com Investidores

Telefone: 55 (11) 3886-0421

Fax: 55 (11) 3884-2677

gpa.ri@gpabr.com

www.gpari.com.br

Aviso / Disclaimer: As declarações contidas neste comunicado relativas à perspectiva dos negócios da Companhia, projeções de resultados operacionais / financeiros, potencial de crescimento da Empresa e relativas às estimativas de mercado e macroeconômicas constituem-se em meras previsões e foram baseadas nas crenças, intenções e expectativas da Administração em relação ao futuro da Companhia. Estas expectativas são altamente dependentes de mudanças do mercado, do desempenho econômico geral do Brasil, da indústria e dos mercados internacionais e, portanto, estão sujeitas a mudanças.