

São Paulo, Brasil, 24 de Fevereiro de 2016 - O GPA [BM&FBOVESPA: PCAR4 (PN); NYSE: CBD] anuncia os resultados do 4T15. Os comentários referem-se ao resultado consolidado do Grupo ou unidades de negócio. As comparações são referentes ao mesmo período de 2014, exceto onde indicado de outra forma.

## Resultado do 4º Trimestre/2015 e ano de 2015

### CONSOLIDADO

- Receita líquida total atinge R\$ 19,7 bi no 4T15, totalizando R\$ 69,1 bi no ano, com destaque para o desempenho resiliente do segmento Alimentar que apresentou ganhos de market share no Assaí, Pão de Açúcar e Proximidade;
- Importante trabalho de adequação da Companhia às necessidades do consumidor: continuidade do foco da competitividade de preços, fortalecimento das ofertas e ajustes de sortimento;
- Iniciativas de ajustes de despesas e ganho de produtividade ao longo do ano permitiram crescimento das despesas com vendas, gerais e administrativas de apenas 5,1%, significativamente inferior à inflação no 4T15;
- Disciplina de investimentos, com foco na modernização de lojas Extra e crescimento orgânico dos formatos de maior retorno como Assaí e Proximidade: 25 inaugurações no 4T15, totalizando 118 novas lojas em 2015;
- Solidez financeira do Grupo possibilitou o encerramento do ano com robusta reserva de caixa de R\$ 11,0 bi mesmo diante do cenário mais restritivo de consumo. O caixa líquido, incluindo a operação de carnê, foi 2,1x superior a 2014;
- A relação entre o caixa líquido / EBITDA, incluindo a operação de carnê, aumentou de 0,29x em 2014 para 1,13x em 2015;
- Alongamento da dívida bruta de 181 dias em comparação ao ano anterior e continuidade da redução do nível de alavancagem.

### ALIMENTAR

- O segmento alimentar segue apresentando sólido desempenho, com melhoria do fluxo de clientes em todas as bandeiras;
- Margem EBITDA ajustada do Multivarejo de 9,2% no 4T15, refletindo um sólido patamar de margem diante do momento econômico e expressivamente superior ao patamar apresentado nos 9M15 (7,1%), com destaque para o crescimento das despesas abaixo da inflação do período;
- Assaí apresentou crescimento de receita líquida de 27,8% no 4T15, o maior registrado no ano, com avanço significativo no EBITDA de 52% e margem de 6,0%;
- Investimentos em reformas de lojas atingem o maior nível dos últimos 3 anos. As modernizações ocorreram em todas as bandeiras do segmento Alimentar, com maior profundidade na bandeira Extra, alcançando 25% das vendas dessa bandeira em 2015.

### VIA VAREJO

- Receita Líquida de R\$ 5,4 bilhões no 4T15, com ganho de market share no mercado total e recuperação no patamar de vendas em relação ao 2T e 3T15, como resultado do aumento da competitividade e fortalecimento das ofertas;
- Ajustes importantes na estrutura de custos ao longo de 2015, com reflexo numa melhor diluição de custos no 4T15 comparado aos trimestres anteriores;
- No ano, o EBITDA Ajustado totalizou R\$ 1,3 bi, com margem EBITDA ajustada de 6,9%.

### CNOVA

- Crescimento do GMV de 16,4% em 2015. A participação do marketplace no GVM da Cnova Brasil alcançou 15,8% no 4T15.

(R\$ milhões) <sup>(2)</sup>	Consolidado <sup>(1)</sup>			Alimentar			Via Varejo					
	4T15	4T14	Δ	2015	2014	Δ	4T15	4T14	Δ	4T15	4T14	Δ
<b>Receita Bruta</b>	21.990	21.942	0,2%	76.933	72.804	5,7%	11.329	10.653	6,3%	6.173	7.209	-14,4%
<b>Receita Líquida</b>	19.709	19.665	0,2%	69.115	65.525	5,5%	10.477	9.818	6,7%	5.442	6.382	-14,7%
Lucro Bruto	4.378	5.246	-16,5%	16.113	16.945	-4,9%	2.641	2.670	-1,1%	1.645	2.202	-25,3%
<b>Margem Bruta</b>	<b>22,2%</b>	<b>26,7%</b>	<b>-4,5 p.p.</b>	<b>23,3%</b>	<b>25,9%</b>	<b>-2,6 p.p.</b>	<b>25,2%</b>	<b>27,2%</b>	<b>-2,0 p.p.</b>	<b>30,2%</b>	<b>34,5%</b>	<b>-4,3 p.p.</b>
<b>Despesas Operacionais Totais</b>	<b>(3.795)</b>	<b>(3.652)</b>	<b>3,9%</b>	<b>(13.573)</b>	<b>(12.121)</b>	<b>12,0%</b>	<b>(1.889)</b>	<b>(1.898)</b>	<b>-0,5%</b>	<b>(1.405)</b>	<b>(1.428)</b>	<b>-1,6%</b>
<b>% da Receita Líquida</b>	<b>19,3%</b>	<b>18,6%</b>	<b>0,7 p.p.</b>	<b>19,6%</b>	<b>18,5%</b>	<b>1,1 p.p.</b>	<b>18,0%</b>	<b>19,3%</b>	<b>-1,3 p.p.</b>	<b>25,8%</b>	<b>22,4%</b>	<b>3,4 p.p.</b>
EBITDA <sup>(3)</sup>	622	1.622	-61,7%	2.680	4.929	-45,6%	767	785	-2,3%	257	786	-67,4%
<b>Margem EBITDA</b>	<b>3,2%</b>	<b>8,2%</b>	<b>-5,0 p.p.</b>	<b>3,9%</b>	<b>7,5%</b>	<b>-3,6 p.p.</b>	<b>7,3%</b>	<b>8,0%</b>	<b>-0,7 p.p.</b>	<b>4,7%</b>	<b>12,3%</b>	<b>-7,6 p.p.</b>
EBITDA Ajustado <sup>(4)</sup>	921	1.953	-52,9%	3.364	5.371	-37,4%	867	1.027	-15,5%	336	808	-58,4%
<b>Margem EBITDA Ajustada</b>	<b>4,7%</b>	<b>9,9%</b>	<b>-5,2 p.p.</b>	<b>4,9%</b>	<b>8,2%</b>	<b>-3,3 p.p.</b>	<b>8,3%</b>	<b>10,5%</b>	<b>-2,2 p.p.</b>	<b>6,2%</b>	<b>12,7%</b>	<b>-6,5 p.p.</b>
Resultado Financeiro Líquido	(609)	(430)	41,6%	(1.648)	(1.508)	9,3%	(240)	(157)	52,5%	(283)	(205)	38,0%
<b>% da Receita Líquida</b>	<b>3,1%</b>	<b>2,2%</b>	<b>0,9 p.p.</b>	<b>2,4%</b>	<b>2,3%</b>	<b>0,1 p.p.</b>	<b>2,3%</b>	<b>1,6%</b>	<b>0,7 p.p.</b>	<b>5,2%</b>	<b>3,2%</b>	<b>2,0 p.p.</b>
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores	6	485	-98,8%	251	1.270	-80,2%	240	338	-28,9%	(20)	157	n.a.
<b>Margem Líquida</b>	<b>0,0%</b>	<b>2,5%</b>	<b>-2,5 p.p.</b>	<b>0,4%</b>	<b>1,9%</b>	<b>-1,5 p.p.</b>	<b>2,3%</b>	<b>3,4%</b>	<b>-1,1 p.p.</b>	<b>-0,4%</b>	<b>2,5%</b>	<b>-2,9 p.p.</b>
Lucro Líquido dos Acionistas Controladores Ajustado <sup>(5)</sup>	147	688	-78,6%	595	1.546	-61,5%	316	516	-38,8%	4	163	-97,8%
<b>Margem Líquida Ajustada</b>	<b>0,7%</b>	<b>3,5%</b>	<b>-2,8 p.p.</b>	<b>0,9%</b>	<b>2,4%</b>	<b>-1,5 p.p.</b>	<b>3,0%</b>	<b>5,3%</b>	<b>-2,3 p.p.</b>	<b>0,1%</b>	<b>2,5%</b>	<b>-2,4 p.p.</b>

(1) Inclui os resultados da Cnova (Cnova Brasil + Cdiscount Group); (2) Os somatórios e percentuais podem não conferir devido a arredondamentos. Todas as margens foram calculadas como percentual da receita líquida; (3) Lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização. (4) EBITDA ajustado pelo total da linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias; (5) Lucro Líquido ajustado pelo total da linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias, assim como os respectivos efeitos de imposto de renda atrelados.

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O ano de 2015 foi de grandes desafios para o Brasil e um período em que foco e disciplina foram ainda mais determinantes para alcançar resultados e superar os obstáculos. Foi assim que o GPA, com sua atuação multiformato, multicanal e multirregião, garantiu a execução de sua estratégia e, aliada a importantes ajustes nos processos de adequação da Companhia ao cenário econômico, alcançou seus objetivos.

Em 2015, investimos na integração dos nossos negócios e em um plano de sinergias robusto, em especial nas áreas de back office, para que cada unidade de negócio pudesse focar ainda mais em seus objetivos de negócios, evoluindo em suas operações e reforçando seus diferenciais competitivos.

Esse também foi um ano em que, a despeito de um cenário desafiador, seguimos com nosso plano de crescimento orgânico e promovemos a abertura de 118 lojas, com especial foco em modelos de maior retorno, como atacado de autosserviço, com Assaí, e de proximidade, especialmente com o Minuto Pão de Açúcar.

No Assaí, abrimos 11 novas lojas e tivemos avanços em market share. A rede contabilizou um sólido crescimento de vendas líquidas de 25,5% no ano, e de mais de 40% no Ebitda, além de alcançar, pelo primeiro ano, geração de caixa suficiente para financiar seu próprio crescimento.

No Multivarejo, as bandeiras apresentaram flexibilidade e agilidade de adaptação de sortimento e de serviços, cada uma seguindo sua vocação e posicionamento, de acordo com as necessidades do consumidor e compatíveis com o contexto econômico. O Pão de Açúcar, mais uma vez, reforçou sua liderança no segmento de supermercados premium e vem registrando sucessivos ganhos de market share por dois anos consecutivos. O formato de proximidade teve aumento de fluxo de clientes e de vendas e oferece, por meio das marcas Minuto Pão de Açúcar e Minimercado Extra, diferentes modelos de lojas de acordo com os diferentes perfis de público atendidos pelas bandeiras.

No Extra, seguimos com nossa estratégia de competitividade e modernizamos 62 lojas entre hipermercados e supermercados. Essas medidas contribuíram para retomada do fluxo de clientes e com a melhoria das vendas. No entanto, os resultados alcançados pelas reformas durante o ano ainda estiveram aquém dos objetivos da Companhia. Para o próximo ano, o foco será dar continuidade ao plano de reformas das lojas e competitividade de preços, reforçar a qualidade e sortimento dos perecíveis e redução da ruptura, com o objetivo de melhorar a eficiência operacional e manter rentabilidade do formato.

A Via Varejo, mesmo em um cenário desafiador para o mercado de eletroeletrônicos, avançou em medidas para adequação da Companhia ao cenário e promoveu ajustes em sua estrutura, otimizando processos e racionalizando despesas. Além disso, a intensificação de iniciativas comerciais a partir do terceiro trimestre propiciou recuperação de market share e de um melhor patamar de vendas.

Na Cnova, vale destacar que esse foi mais um ano de crescimento de GMV e de aumento da participação do marketplace, além do desenvolvimento das ações focadas na melhoria do atendimento ao cliente.

Sustentabilidade se mantém como um dos nossos eixos estratégicos, em linha com as diretrizes do Grupo Casino e os cinco compromissos do GPA: Valorização da Nossa Gente, Consumo e Oferta Consciente, Transformação da Cadeia de Valor, Gestão do Impacto Ambiental e Engajamento com a Sociedade. Em 2015, todas as bandeiras desenvolveram ações de alto impacto para cada um desses temas. Registramos importantes resultados em diversidade com nossas metas para contratação de PcDs (Pessoas com Deficiência) e trabalhamos em ações efetivas para aumentar a participação de mulheres em cargos de liderança. Também continuamos com o compromisso de mitigar riscos ao meio ambiente, exercendo um papel positivo junto à sociedade, sempre alinhados aos princípios do Pacto Global da ONU (Organização das Nações Unidas).

Esse foi um ano em que também evoluímos nas práticas de governança em todos os nossos negócios. Temos

comitês atuantes e desenvolvemos processos que visam garantir benefícios a todos os envolvidos sempre respeitando os direitos e interesses dos nossos stakeholders.

Estamos com uma empresa melhor e mais bem preparada para 2016. Seguiremos com nosso total foco no cliente, ao mesmo tempo em que manteremos o rigor e a disciplina nos investimentos e nas ações que vão garantir o crescimento sustentável da Companhia, gerando valor para nossos acionistas.

## Desempenho de Vendas

Receita Líquida	4T15 x 4T14		2015 x 2014	
(R\$ milhões)	4T15	Δ	2015	Δ
<b>Consolidado <sup>(1)</sup></b>	<b>19.709</b>	<b>0,2%</b>	<b>69.115</b>	<b>5,5%</b>
<b>Alimentar</b>	<b>10.477</b>	<b>6,7%</b>	<b>37.198</b>	<b>7,1%</b>
<b>Multivarejo <sup>(2)</sup></b>	7.344	-0,3%	26.744	1,2%
<b>Assaí</b>	3.133	27,8%	10.453	25,5%
<b>Não Alimentar</b>	<b>9.253</b>	<b>-6,2%</b>	<b>31.989</b>	<b>3,7%</b>
<b>Cnova <sup>(3)</sup></b>	3.792	9,5%	12.722	55,7%
<b>Via Varejo <sup>(4)</sup></b>	5.460	-14,7%	19.267	-15,0%

### Δ Receita líquida 'mesmas lojas'

	4T15	2015
<b>Consolidado <sup>(1)</sup></b>	<b>-2,3%</b>	<b>-1,2%</b>
<b>Multivarejo + Assaí</b>	<b>1,9%</b>	<b>2,6%</b>
<b>Cnova <sup>(3)</sup></b>	<b>9,5%</b>	<b>18,3%</b>
<b>Via Varejo <sup>(4)</sup></b>	<b>-15,2%</b>	<b>-16,4%</b>

(1) Não inclui a receita proveniente de operações intercompany; (2) Bandeiras Extra e Pão de Açúcar. Inclui a receita proveniente da locação de galerias comerciais; (3) Cnova: Cnova Brasil + Cdiscount Group. Inclui a receita de comissões do marketplace, sem considerar o volume de mercadorias. (4) Inclui a receita proveniente de operações intercompany. Sem considerar o fechamento das lojas em atendimento ao CADE, a regressão teria sido de 13,9% no trimestre.

## Desempenho de Vendas – Consolidado

- No 4T15, a receita líquida consolidada totalizou R\$ 19,7 bi, impactada pela deterioração do cenário macroeconômico brasileiro ao longo do ano que afetou fortemente o consumo, principalmente de bens duráveis.
- Destaque no trimestre para o forte crescimento do Assaí (+27,8%), que aliado à continuidade do programa de reforma de lojas da bandeira Extra e resiliência das demais bandeiras do Multivarejo resultaram na evolução de 6,7% das vendas do segmento alimentar. As vendas 'mesmas lojas' da categoria de alimentos, apesar da desaceleração econômica, avançaram em comparação ao 4T14, refletindo o aumento do fluxo de clientes em todas as bandeiras.

- É importante ressaltar o trabalho feito pela Companhia de adequação às necessidades do consumidor decorrente do contexto econômico, com destaque para ajustes de sortimento assim como iniciativas visando aumento da eficiência operacional e, por consequência, a competitividade. Outro destaque foi o lançamento do movimento “Vamo Junto”, que pela primeira vez promoveu uma ação nacional reunindo, a princípio, todas as marcas do Grupo, suportada pelos principais fornecedores, com o objetivo de oferecer preços mais atrativos, promoções e serviços.
- Foram inauguradas 25 novas lojas no trimestre, sendo 24 lojas do segmento alimentar (9 Minuto Pão de Açúcar, 7 Assaí, 6 Minimercado Extra, 1 Pão de Açúcar e 1 posto de combustível) e 1 loja da Casas Bahia. Os formatos de maior retorno seguirão como prioridade de expansão da Companhia.
- Em 2015, a receita líquida totalizou R\$ 69,1 bi, impulsionada pela inauguração de 118 novas lojas, sendo 91 lojas do segmento alimentar (46 Minimercado Extra, 27 Minuto Pão de Açúcar, 11 Assaí, 5 Pão de Açúcar, 1 Extra Super e 1 posto de combustível) e 27 Casas Bahia.
- O foco da Companhia em 2016 continuará sendo competitividade, com objetivo de continuidade de ganhos *market share* através do aumento da produtividade e maior eficiência operacional, além da expansão dos formatos de maior retorno.

## Alimentar (Multivarejo + Assaí)

- A receita líquida cresceu 6,7% no trimestre, com a inauguração de 91 lojas nos últimos 12 meses (46 Minimercado Extra, 27 Minuto Pão de Açúcar, 11 Assaí, 5 Pão de Açúcar, 1 Extra Super e 1 posto de combustível). No conceito ‘mesmas lojas’, o crescimento foi de 1,9%, impactado principalmente pela venda de não-alimentos nos hipermercados, como resultado da atual conjuntura econômica, que retraiu as vendas de bens duráveis de todo o mercado.
- A categoria de alimentos segue apresentando resiliente desempenho, mesmo com as mudanças do comportamento do consumidor, que busca cada vez mais produtos de primeiro preço ou em promoção. Apesar deste cenário, o Multivarejo e o Assaí registraram vendas ‘mesmas lojas’ de Natal e Black Friday com crescimentos superiores aos registrados no trimestre.
- **Multivarejo:** contínuo ganho de *market share* na bandeira Pão de Açúcar como resultado do foco no monitoramento e melhoria do nível de serviço, atendimento diferenciado e sortimento, assim como nas lojas de Proximidade (Minimercado Extra e Minuto Pão de Açúcar), resultado da evolução da “clusterização” e adequação do sortimento nas lojas. Na bandeira Extra é importante destacar a melhor tendência do fluxo de clientes em relação a 2014 como resultado da competitividade, reformas de lojas e formação de mão-de-obra especializada em perecíveis (padeiro, açougueiro, peixeiro, confeitiro, etc).
- O plano de reformas das lojas da bandeira Extra, iniciado neste ano, contemplou a modernização de 62 lojas (35 hipermercados e 27 supermercados) que passaram por uma revisão do sortimento de produtos, combinado ao incremento de prestação de serviços aos clientes, dentre outras iniciativas. As reformas já representam aproximadamente 25% das vendas da bandeira. As lojas reformadas seguem apresentando um significativo diferencial de crescimento se comparadas às lojas não reformadas.

- **Assaí:** forte expansão orgânica e o posicionamento resultaram em sólidos níveis de crescimento apresentados ao longo do ano, o que indica a assertividade do formato. No 4T15, as vendas líquidas avançaram 27,8%, acima do crescimento do ano (+25,5%), como resultado do desempenho 'mesmas lojas' acima da inflação e da inauguração de 7 lojas no trimestre, das quais 3 no Nordeste, região que já apresenta 21 lojas. Nos últimos 12 meses foram abertas 11 lojas, o que representou um acréscimo de 18% ou o equivalente a 56 mil m<sup>2</sup> de área de vendas, finalizando o ano com 95 lojas da bandeira. Adicionalmente, outras 5 lojas estão em construção com previsão de abertura no 1º semestre de 2016.

## Via Varejo

- A receita líquida totalizou R\$ 5,5 bilhões, queda de 14,7% em relação ao 4T14 e 13,9% excluindo o efeito do fechamento de 51 lojas desde 2T14 em atendimento ao CADE. No conceito 'mesmas lojas' a redução foi de 15,2%.
- A Via Varejo intensificou sua estratégia comercial com aumento da competitividade e fortalecimento das ofertas, e apresentou o melhor patamar de vendas desde o 2T15, mesmo neste cenário de contínua retração do consumo e queda da confiança do consumidor. A Via Varejo obteve ganho de *market share* durante o trimestre.
- A venda de serviços, tais como garantias e seguros, cresceu 5,2% vs 4T14, com aumento de penetração proveniente de iniciativas como treinamento da força de vendas, telemetria, política de precificação e campanhas de venda. Ainda no 4T15, um novo acordo de cartões foi celebrado com o Bradesco, estendendo o prazo do contrato original e trazendo vantagens que devem impulsionar a venda e rentabilidade dos produtos financeiros na bandeira Casas Bahia.
- O Projeto 'Crescer Mais' já conta com 121 lojas com o novo conceito da categoria de Móveis, 176 lojas com o novo conceito de venda de telefonia e 81 conversões de bandeira.
- Conclusão da implementação do *Click & Collect* (venda online com retirada em loja) com estoque da Via Varejo para todas as lojas.
- Com a melhora do patamar de vendas do 4T15, a Via Varejo fecha o ano com queda de 15,0% na receita líquida, apresentando uma importante evolução frente aos últimos dois trimestres (2T15 e 3T15), quando a regressão foi de 22,2%.
- Para os próximos trimestres a Via Varejo continuará com o foco na excelência operacional, aumentando a produtividade atual das lojas, reduzindo o custo de distribuição e reforçando a estratégia comercial, o que deixará a Companhia ainda melhor preparada para recuperar as vendas e aumentar os ganhos de *market share*.

## Cnova

### Destaques do quarto trimestre de 2015

- O GMV totalizou € 1.327 milhões no quarto trimestre de 2015 (+2,1% a câmbio constante e -9,3% reportado, comparados ao mesmo período de 2014). A câmbio constante, o GMV variou -11,3% ao ano na Cnova Brasil.
  - ✓ A participação do marketplace no GMV atingiu 24,3% (+1.074 pontos base ao ano) no quarto trimestre de 2015 (Cnova Brasil a 15,8%, +1.100 pb ao ano).
- As vendas líquidas totalizaram € 899 milhões no quarto trimestre de 2015 (-5,9% ao ano a câmbio

constante; -17,7% ao ano reportado).

### Destaques do ano de 2015

- O GMV totalizou € 4.835 milhões no ano de 2015, o que representa crescimento em câmbio constante de +16,4% em relação a 2014. Considerando o forte impacto negativo de -8,7% da desvalorização cambial do real em relação ao euro, o crescimento do GMV reportado foi de 7,8%. Na Cnova Brasil, o GMV cresceu 12,9% em moeda local.
  - ✓ A participação do marketplace no GMV total aumentou 916 pontos base em 2015 atingindo 20,5% em comparação a 11,3% em 2014. A participação do marketplace no GMV da Cnova Brasil atingiu 10,8% (+725 pb). Em 31 de dezembro de 2015, o número de vendedores ativos no marketplace aumentou em 43,6%, atingindo quase 10.200, enquanto o número de ofertas de produtos no marketplace passou de 12 milhões para 28 milhões (+137%).
- As vendas líquidas totalizaram €3.420 milhões em 2015, significando um crescimento de 7,9% (+8,9% excluindo o encargo da revisão interna Brasil), a câmbio constante, em comparação com 2014 e ficaram estáveis após levar em consideração o impacto cambial de -8,9% relacionado à desvalorização do Real perante o Euro.
  - ✓ As vendas líquidas da Cnova Brasil cresceram 5,1% (a câmbio constante) e a comissão do marketplace cresceu +252%.

## Investigação Cnova

Conforme anunciado pela Companhia e pela subsidiária Cnova NV, em 18 de dezembro de 2015, foi instaurada uma investigação conduzida por escritórios de advocacia sobre as práticas de empregados na gestão dos estoques. Durante o curso dos trabalhos outros temas foram trazidos a investigação relacionados a assuntos contábeis, divulgados ao mercado em 12 de janeiro de 2016.

Os efeitos dos ajustes identificados são materialmente relacionados ao ano de 2015 e montam débitos no resultado da ordem de R\$ 177 milhões. Os principais efeitos são R\$ 47 milhões de provisionamento adicional de produtos com defeito; R\$ 75 milhões de baixa de itens em trânsito com transportadores e R\$ 55 milhões de complemento de contas a pagar a fornecedores. O ajuste de baixa de itens em trânsito com transportadores mencionado acima inclui o efeito de R\$ 110 milhões como redução nas vendas líquidas.

Os efeitos relacionados a anos anteriores oriundos da investigação acumulados nos montantes acima, são considerados imateriais em relação as principais linhas das demonstrações financeiras como em relação às demonstrações financeiras tomadas em conjunto. Esta conclusão foi alcançada pela Administração da Companhia, após considerações sobre aspectos quantitativos e qualitativos relacionados.

Na preparação das demonstrações financeiras do exercício findo em 31 de dezembro de 2015, a Companhia considerou todas as informações disponíveis e não acredita que novas informações oriundas da investigação interna independente conduzida por escritórios de advocacia poderão impactar ou mudar de forma relevante os ajustes identificados até o momento.

## Desempenho Operacional

(R\$ milhões)	Consolidado			Consolidado ex. Cnova <sup>(2)</sup>					
	4T15	4T14	Δ	2015	2014	Δ	2015	2014	Δ
<b>Receita Bruta</b>	21.990	21.942	0,2%	76.933	72.804	5,7%	61.978	63.343	-2,2%
<b>Receita Líquida</b>	19.709	19.665	0,2%	69.115	65.525	5,5%	56.394	57.353	-1,7%
<b>Lucro Bruto</b>	4.378	5.246	-16,5%	16.113	16.945	-4,9%	15.219	16.103	-5,5%
<b>Margem Bruta</b>	22,2%	26,7%	-4,5 p.p.	23,3%	25,9%	-2,6 p.p.	27,0%	28,1%	-1,1 p.p.
Despesas com Vendas	(3.111)	(2.907)	7,0%	(11.291)	(10.303)	9,6%	(10.361)	(9.858)	5,1%
Despesas Gerais e Administrativas	(414)	(445)	-7,0%	(1.711)	(1.484)	15,3%	(1.267)	(1.280)	-1,0%
Resultado da Equiv. Patrimonial	28	31	-9,8%	112	108	4,4%	112	110	2,0%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(299)	(331)	-9,7%	(684)	(441)	54,9%	(449)	(386)	16,2%
<b>Despesas Operacionais Totais</b>	(3.795)	(3.652)	3,9%	(13.573)	(12.121)	12,0%	(11.965)	(11.413)	4,8%
<b>% da Receita Líquida</b>	19,3%	18,6%	0,7 p.p.	19,6%	18,5%	1,1 p.p.	21,2%	19,9%	1,3 p.p.
Depreciação (Logística)	38	28	35,3%	141	105	33,6%	115	92	-25,1%
<b>EBITDA</b>	622	1.622	-61,7%	2.680	4.929	-45,6%	3.369	4.782	-29,5%
<b>Margem EBITDA</b>	3,2%	8,2%	-5,0 p.p.	3,9%	7,5%	-3,6 p.p.	6,0%	8,3%	-2,3 p.p.
<b>EBITDA Ajustado <sup>(1)</sup></b>	921	1.953	-52,9%	3.364	5.371	-37,4%	3.818	5.168	-26,1%
<b>Margem EBITDA Ajustada</b>	4,7%	9,9%	-5,2 p.p.	4,9%	8,2%	-3,3 p.p.	6,8%	9,0%	-2,2 p.p.

(1) EBITDA Ajustado pela linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias.

(2) Para melhor comparabilidade entre os períodos foram excluídos o resultado da Cnova dos anos de 2014 e 2015, considerando que as operações internacionais da mesma passaram a ser consolidadas no GPA a partir de agosto de 2014.

### 4T15

O ambiente macroeconômico se tornou mais desfavorável ao consumo ao longo do ano, e afetou principalmente as vendas de não alimentos. Com isso, a Companhia intensificou seus esforços em competitividade de preços e fortalecimento das ofertas, principalmente nesse segmento. Como resultado, a margem bruta consolidada alcançou um menor patamar quando comparada ao 4T14, atingindo 22,2%.

Adicionalmente às medidas para impulsionar as vendas, a Companhia implementou iniciativas para conter os

efeitos relacionados à alta inflação, com destaque para: revisão do portfólio de lojas e fechamento de lojas deficitárias, assim como centros de distribuição; renegociações dos contratos de aluguel; otimização dos gastos com mídia; revisão de benefícios para executivos; adequação do headcount nas áreas administrativas e operacionais; e iniciativas para aumentar a produtividade das lojas (revisão dos processos, benchmarks e eficiência energética). Esse foco em racionalização permitiu que as despesas com vendas, gerais e administrativas apresentassem crescimento nominal de apenas 5,1% no 4T15, significativamente abaixo da inflação no período.

As outras despesas e receitas operacionais no trimestre estão principalmente relacionadas à gastos com reestruturação, resultado com ativo imobilizado e gastos com investigação da Cnova.

O EBITDA ajustado pelas outras despesas e receitas operacionais alcançou R\$ 921 milhões no trimestre, com margem de 4,7%. Quando comparada à margem do 4T14, o resultado é decorrente principalmente da menor contribuição da Via Varejo e da Cnova no EBITDA da Companhia.

## 2015

As operações internacionais da Cnova começaram a ser consolidadas no GPA a partir de agosto de 2014, portanto no resultado de 2014 estão refletidos apenas 5 meses destas operações. Para melhor comparabilidade entre os períodos, os comentários a seguir não consideraram o resultado da Cnova (Cnova Brasil e operações internacionais) nos anos de 2015 e 2014.

Ao longo de 2015 a Companhia foi desafiada em diversos aspectos: a demanda foi pressionada por um ambiente de recessão, que afetou principalmente as vendas de não alimentos, e as despesas foram impactadas pela alta inflação. Diante desse cenário, a Companhia adotou medidas para se readaptar à nova realidade do cenário macroeconômico.

A margem bruta consolidada alcançou 27,0% comparada a 28,1% em 2014, refletindo a menor contribuição da Via Varejo no lucro bruto da Companhia, em função das medidas em competitividade adotadas para retomar o patamar de vendas.

Os esforços para otimização das despesas e melhoria de eficiência implementados ao longo do ano em todos os negócios, refletiram em um crescimento nominal das despesas com vendas, gerais e administrativas de somente 4,4%, significativamente abaixo da inflação, mesmo com os custos relacionados à inauguração de 118 lojas no ano.

O EBITDA ajustado pelas outras despesas e receitas operacionais totalizou R\$ 3,818 bilhões, com margem de 6,8%, uma redução de 2,2 pontos percentuais se comparado a 2014.



## Multivarejo

(R\$ milhões)	4T15	4T14	Δ	2015	2014	Δ
<b>Receita Bruta</b>	7.943	8.006	-0,8%	28.934	28.677	0,9%
<b>Receita Líquida</b>	7.344	7.366	-0,3%	26.744	26.415	1,2%
<b>Lucro Bruto</b>	2.123	2.266	-6,3%	7.508	7.549	-0,5%
<b>Margem Bruta</b>	28,9%	30,8%	-1,9 p.p.	28,1%	28,6%	-0,5 p.p.
Despesas com Vendas	(1.321)	(1.245)	6,1%	(4.956)	(4.549)	9,0%
Despesas Gerais e Administrativas	(161)	(186)	-13,4%	(630)	(653)	-3,4%
Resultado da Equiv. Patrimonial	20	23	-14,3%	81	78	3,8%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(97)	(210)	-53,8%	(281)	(316)	-11,3%
<b>Despesas Operacionais Totais</b>	<b>(1.559)</b>	<b>(1.617)</b>	<b>-3,6%</b>	<b>(5.786)</b>	<b>(5.440)</b>	<b>6,4%</b>
<b>% da Receita Líquida</b>	<b>21,2%</b>	<b>22,0%</b>	<b>-0,8 p.p.</b>	<b>21,6%</b>	<b>20,6%</b>	<b>1,0 p.p.</b>
Depreciação (Logística)	14	12	15,3%	52	47	11,8%
<b>EBITDA</b>	<b>578</b>	<b>661</b>	<b>-12,5%</b>	<b>1.775</b>	<b>2.156</b>	<b>-17,7%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>7,9%</b>	<b>9,0%</b>	<b>-1,1 p.p.</b>	<b>6,6%</b>	<b>8,2%</b>	<b>-1,6 p.p.</b>
<b>EBITDA Ajustado <sup>(1)</sup></b>	<b>675</b>	<b>871</b>	<b>-22,4%</b>	<b>2.055</b>	<b>2.473</b>	<b>-16,9%</b>
<b>Margem EBITDA Ajustada</b>	<b>9,2%</b>	<b>11,8%</b>	<b>-2,6 p.p.</b>	<b>7,7%</b>	<b>9,4%</b>	<b>-1,7 p.p.</b>

(1) EBITDA Ajustado pela linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias

O ano foi marcado pela desaceleração do consumo das famílias decorrente da deterioração do cenário econômico. Apesar desses impactos, o Multivarejo encerrou o trimestre e ano com patamares bastante significativos de margens para o segmento.

Importante destacar os diferentes comportamentos das bandeiras que compõem o Multivarejo:

- i) Resiliente desempenho da bandeira Pão de Açúcar, que apesar dos desafios do cenário macroeconômico, manteve um elevado patamar de rentabilidade tanto no 4T15 como em 2015 em relação ao ano anterior;
- ii) Importante evolução no desempenho do formato de proximidade ao longo do ano, encerrando o 4T15 com *breakeven*, mesmo com a abertura de 73 lojas no ano. Destaque para o sucesso da clusterização para melhor atender as necessidades do consumidor;
- iii) Para a bandeira Extra, os resultados do 4T15 e ano refletiram os esforços em competitividade e nas reformas das lojas mas tanto o desempenho de vendas como a rentabilidade alcançadas não foram dentro da expectativa da Companhia ou suficientes para compensar as mudanças observadas no comportamento do consumidor e migração de canais. Nesse contexto, a bandeira apresentou rentabilidade inferior à do ano anterior, embora o patamar de margem EBITDA represente um nível bem atrativo para o formato hipermercado. A Companhia espera para o próximo ano uma melhora nos patamares de vendas e manutenção da rentabilidade principalmente através da continuidade das reformas e competitividade, com maior ênfase na qualidade e sortimento dos perecíveis bem como através da redução de ruptura.

### 4T15

No trimestre, o Multivarejo deu continuidade aos esforços em competitividade de preços, principalmente na bandeira Extra. Essa estratégia aliada às mudanças no hábito de compra dos consumidores resultou em uma



margem bruta de 28,9% no período. Importante destacar a forte base de comparação do 4T14, que foi a mais alta dos últimos anos.

Em termos de eficiência operacional, o destaque foi o crescimento das despesas operacionais (despesas com vendas e gerais e administrativas) de apenas 3,6%, significativamente abaixo da inflação do período. Esse resultado reflete as iniciativas focadas em redução de despesas implementadas desde o início do ano, principalmente relacionadas à otimização dos gastos com publicidade, renegociação de aluguéis e melhorias operacionais nas lojas (revisões de processos e eficiências logísticas), que permitiram adequação do quadro de funcionários sem impactar a qualidade do serviço oferecido nas lojas.

O EBITDA ajustado totalizou R\$ 675 milhões, com margem de 9,2%, patamar de margem bastante significativo diante do momento econômico e expressivamente superior ao patamar apresentado nos 9M15 (7,1%). Quando comparada à margem do 4T14, vale destacar a forte base de comparação principalmente em relação ao comportamento da margem bruta, conforme mencionado acima, além da pressão nas despesas atreladas à inflação, maiores gastos com energia elétrica, cujo aumento foi relevante no ano, e despesas relacionadas à expansão de lojas (foram abertas 80 lojas nos últimos 12 meses).

## 2015

A margem bruta atingiu 28,1% no ano, patamar ligeiramente inferior ao ano de 2014, como reflexo da estratégia de competitividade de preços ao longo do ano, principalmente na bandeira Extra, que foi parcialmente compensada pelo aumento de participação dos formatos com maior margem (Pão de Açúcar, Minimercado Extra e Minuto Pão de Açúcar), além do crescimento da receita de locação de galerias comerciais.

Desde o início do ano, a Companhia implementou iniciativas para adequar o nível de despesas, tanto nas áreas operacionais como nas administrativas, com o objetivo de mitigar os efeitos da inflação e maiores gastos com energia elétrica ao longo do ano. Como resultado, as despesas com vendas, gerais e administrativas apresentaram crescimento de 7,4%, abaixo da inflação no período.

O EBITDA ajustado alcançou R\$ 2,055 bilhões, com margem de 7,7% no ano, o que demonstra um sólido patamar de margem para o segmento. A diferença de margem EBITDA em relação à 2014 reflete principalmente o aumento das despesas relacionadas à inflação, os maiores gastos com energia elétrica e as despesas relacionadas à expansão de lojas (80 novas lojas no ano). As outras despesas e receitas operacionais, que totalizaram R\$ 281 milhões, referem-se principalmente às despesas com reestruturação ao longo do ano e baixa de ativos imobilizados.

## Assaí

(R\$ milhões)	4T15	4T14	Δ	2015	2014	Δ
<b>Receita Bruta</b>	3.386	2.647	27,9%	11.308	8.983	25,9%
<b>Receita Líquida</b>	3.133	2.452	27,8%	10.453	8.326	25,5%
<b>Lucro Bruto</b>	518	404	28,1%	1.537	1.208	27,2%
<b>Margem Bruta</b>	16,5%	16,5%	0,0 p.p.	14,7%	14,5%	0,2 p.p.
Despesas com Vendas	(279)	(216)	29,3%	(965)	(764)	26,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(47)	(33)	43,2%	(136)	(100)	35,1%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(4)	(32)	-87,9%	(2)	(32)	-94,6%
<b>Despesas Operacionais Totais</b>	(330)	(281)	17,5%	(1.102)	(897)	22,8%
<b>% da Receita Líquida</b>	10,5%	11,5%	-1,0 p.p.	10,5%	10,8%	-0,3 p.p.
Depreciação (Logística)	1	1	15,7%	4	3	65,2%
<b>EBITDA</b>	188	124	52,1%	439	313	40,2%
<b>Margem EBITDA</b>	6,0%	5,0%	1,0 p.p.	4,2%	3,8%	0,4 p.p.
<b>EBITDA Ajustado <sup>(1)</sup></b>	192	156	23,2%	441	346	27,5%
<b>Margem EBITDA Ajustada</b>	6,1%	6,4%	-0,3 p.p.	4,2%	4,2%	0,0 p.p.

(1) EBITDA Ajustado pela linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias

### 4T15

Por mais um trimestre, o Assaí apresentou expressivo crescimento da receita líquida de 27,8%, o maior registrado no ano, apesar da forte base de comparação (+26,5% no 4T14), como resultado do consistente crescimento de vendas 'mesmas lojas' acima da inflação e da forte expansão orgânica. Essa performance reflete o contínuo aumento do fluxo de clientes nas lojas, o posicionamento assertivo e a atratividade de preços da bandeira. O Assaí é atualmente uma das operações de Cash & Carry que mais cresce no Brasil e no setor, com ganho de 2 pontos percentuais de *market share* nos últimos dois anos\* e deve continuar aumentando sua relevância no GPA Alimentar em 2016 (atingiu 30% das vendas do GPA Alimentar no 4T15).

O EBITDA apresentou crescimento relevante de 52,1% no 4T, com margem EBITDA de 6% versus 5% do ano anterior. Esse aumento reflete a assertividade do formato e a disciplina no controle das despesas. No conceito Ajustado, em que as outras despesas e receitas operacionais são excluídas, o EBITDA do período totalizou R\$ 192 milhões, crescimento de 23,2% em relação ao 4T14. A margem EBITDA ajustada alcançou 6,1%, apesar dos maiores gastos relacionados à forte expansão orgânica (7 novas lojas) que adicionaram 35.000 m<sup>2</sup> de área de vendas (+15% em relação à área de 2014) e da pressão proveniente das despesas relacionadas à inflação e energia elétrica que tiveram impacto relevante no ano.

\*Dados Nielsen.

### 2015

O faturamento do Assaí atingiu R\$ 11,3 bilhões no ano, consolidando a bandeira na segunda posição no segmento de *cash & carry*. A receita líquida totalizou R\$ 10,5 bilhões, com robusto crescimento de 25,5%, ampliando a representatividade do Assaí no portfólio do GPA Alimentar para 28% (vs. 24% em 2014). A margem bruta apresentou ganho de 0,2 ponto percentual, passando de 14,5% para 14,7%, em função, principalmente, do crescimento da bandeira e maturação das novas lojas.



No ano, O EBITDA cresceu 40,2% e no conceito ajustado atingiu R\$ 441 milhões, com crescimento de 27,5%, superior à evolução das vendas. Apesar da relevante expansão de lojas no ano e pressão nas despesas atreladas à inflação e principalmente energia elétrica, a margem EBITDA permaneceu estável em 4,2%, como efeito do ganho de eficiência operacional.

Em 2016, a expansão orgânica seguirá como prioridade da bandeira, que já financia o próprio crescimento através da sua geração de caixa e eficiência no controle de capital de giro.

## Via Varejo <sup>(1)</sup>

(R\$ milhões)	4T15	4T14	Δ	2015	2014	Δ
<b>Receita Bruta</b>	6.173	7.209	-14,4%	21.736	25.683	-15,4%
<b>Receita Líquida</b>	5.442	6.382	-14,7%	19.196	22.612	-15,1%
<b>Lucro Bruto</b>	1.645	2.202	-25,3%	6.173	7.346	-16,0%
<b>Margem Bruta</b>	30,2%	34,5%	-4,3 p.p.	32,2%	32,5%	-0,3 p.p.
Despesas com Vendas	(1.202)	(1.264)	-4,9%	(4.440)	(4.544)	-2,3%
Despesas Gerais e Administrativas	(132)	(151)	-12,5%	(502)	(527)	-4,8%
Resultado da Equiv. Patrimonial	9	9	-9,0%	31	32	-2,4%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(80)	(22)	260,8%	(166)	(37)	346,8%
<b>Despesas Operacionais Totais</b>	<b>(1.405)</b>	<b>(1.428)</b>	<b>-1,6%</b>	<b>(5.077)</b>	<b>(5.076)</b>	<b>0,0%</b>
<b>% da Receita Líquida</b>	<b>25,8%</b>	<b>22,4%</b>	<b>3,4 p.p.</b>	<b>26,4%</b>	<b>22,4%</b>	<b>4,0 p.p.</b>
Depreciação (Logística)	16	11	42,2%	58	43	37,1%
<b>EBITDA</b>	<b>257</b>	<b>786</b>	<b>-67,4%</b>	<b>1.155</b>	<b>2.312</b>	<b>-50,0%</b>
<b>Margem EBITDA</b>	<b>4,7%</b>	<b>12,3%</b>	<b>-7,6 p.p.</b>	<b>6,0%</b>	<b>10,2%</b>	<b>-4,2 p.p.</b>
<b>EBITDA Ajustado <sup>(2)</sup></b>	<b>336</b>	<b>808</b>	<b>-58,4%</b>	<b>1.321</b>	<b>2.349</b>	<b>-43,8%</b>
<b>Margem EBITDA Ajustada</b>	<b>6,2%</b>	<b>12,7%</b>	<b>-6,5 p.p.</b>	<b>6,9%</b>	<b>10,4%</b>	<b>-3,5 p.p.</b>

(1) Alguns números apresentados neste release diferem dos apresentados no release da Via Varejo devido a efeitos de transações intragrupo; (2) EBITDA Ajustado pela linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias.

### 4T15

Apesar do cenário econômico adverso para o setor de bens duráveis, que sofreu uma queda abrupta nas vendas a partir do segundo trimestre de 2015, a Via Varejo intensificou sua estratégia comercial com aumento da competitividade e fortalecimento das ofertas e apresentou o melhor patamar de vendas desde o 2T15, com ganho de *market share*.

A margem bruta atingiu 30,2% em função dos seguintes fatores:

- (i) maior participação de serviços nas vendas totais e ganhos de eficiência operacional, que contribuíram para os investimentos em preço acima citados;
- (ii) efeitos positivos provenientes de créditos tributários no 4T14, que beneficiaram a margem bruta daquele período, conforme explicitado no Release de Resultados do 4T14.

A Via Varejo adotou uma série de medidas de eficiência para mitigar o impacto da queda de vendas na rentabilidade da empresa com destaque para o fechamento de lojas deficitárias, otimização da malha logística e dos espaços nos centros de distribuição, adequação de headcount e renegociação de contratos de aluguel e de outros serviços e despesas. Essas medidas realizadas ao longo do ano contribuíram para redução do SG&A de 5,7% no 4T15, com destaque para a redução das Despesas Gerais e Administrativas de 12,5% no trimestre, mesmo diante da inflação (IPCA) no ano de 10,67%. Desta forma, a margem EBITDA no período alcançou 4,7%. Ajustado pelas outras despesas e receitas operacionais relacionadas à reestruturação, o EBITDA totalizou R\$ 336 milhões, com margem de 6,2%.

### 2015

O ano de 2015 foi bastante desafiador para o setor de bens duráveis, e diante desse cenário a Via Varejo



trabalhou com foco e disciplina para realizar os ajustes necessários e continuar com a implementação do plano estratégico, assegurando sua posição de liderança no mercado e fortalecendo os diferenciais competitivos. A Via Varejo acelerou iniciativas de eficiência operacional, como otimização da malha logística e sinergias de *backoffice* com empresas do grupo, e adotou medidas de otimização de processos e racionalização de despesas. Dentre as medidas, destacam-se a revisão do portfólio de loja, com o fechamento de 39 lojas de baixo desempenho, revisão da malha logística e dos espaços nos centros de distribuição, adequação do número de funcionários com redução de cerca de 13 mil posições e renegociação de contratos de aluguel.

A Companhia encerrou 2015 com EBITDA ajustado de R\$ 1,321 bilhão e margem de 6,9%. As outras despesas e receitas operacionais do ano estão relacionadas principalmente às iniciativas de reestruturação.

## Resultado Financeiro

### Consolidado

(R\$ milhões)	4T15	4T14	Δ	2015	2014	Δ
<b>Receitas Financeiras</b>	<b>141</b>	<b>196</b>	<b>-28,0%</b>	<b>778</b>	<b>687</b>	<b>13,2%</b>
<b>Despesas Financeiras</b>	<b>(750)</b>	<b>(626)</b>	<b>19,8%</b>	<b>(2.426)</b>	<b>(2.195)</b>	<b>10,5%</b>
Custo da Venda de Recebíveis de Cartão	(292)	(229)	27,6%	(721)	(764)	-5,7%
Custo do Desconto de Recebíveis de Carnê	(79)	(90)	-12,1%	(325)	(341)	-4,6%
Custo da Dívida e Outros	(379)	(307)	23,4%	(1.380)	(1.090)	26,7%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(609)</b>	<b>(430)</b>	<b>41,6%</b>	<b>(1.648)</b>	<b>(1.508)</b>	<b>9,3%</b>
<b>% da Receita Líquida</b>	<b>3,1%</b>	<b>2,2%</b>	<b>0,9 p.p.</b>	<b>2,4%</b>	<b>2,3%</b>	<b>0,1 p.p.</b>

#### 4T15

O resultado financeiro totalizou R\$ 609 milhões no trimestre, aumento de 41,6%. As principais variações no resultado financeiro foram:

- Redução das receitas financeiras de R\$ 55 milhões ou 28,0%, refletindo a menor posição de caixa médio no período;
- Aumento de R\$ 52 milhões ou 16,3% no custo da venda de recebíveis de cartão e desconto de recebíveis de carnê, abaixo do aumento do CDI, em função principalmente do menor patamar de vendas das categorias de não-alimentos no trimestre;
- Aumento de R\$ 72 milhões no custo da dívida e outros, com variação próxima ao aumento da taxa de juros no período.

#### 2015

O resultado financeiro líquido do ano totalizou R\$ 1,648 bilhão, com crescimento de 9,3%, significativamente inferior ao aumento da taxa de juros de 26,8% no período.

A relação entre o resultado financeiro líquido e a receita líquida passou de 2,3% em 2014 para 2,4% em 2015, com aumento de apenas 0,1 ponto percentual, praticamente estável em comparação ao ano anterior, mesmo em um ambiente macroeconômico mais desafiador.

Esse resultado foi possível em função da estratégia de cash management adotada pela Companhia durante o ano, que acarretou em importante otimização do caixa.

## Lucro Líquido

### Consolidado

(R\$ milhões)	4T15	4T14	Δ	2015	2014	Δ
<b>EBITDA</b>	<b>622</b>	<b>1.622</b>	<b>-61,7%</b>	<b>2.680</b>	<b>4.929</b>	<b>-45,6%</b>
Depreciação (Logística)	(38)	(28)	35,3%	(141)	(105)	33,6%
Depreciação e Amortização	(247)	(231)	6,8%	(963)	(821)	17,4%
Resultado Financeiro	(609)	(430)	41,6%	(1.648)	(1.508)	9,3%
<b>Lucro (Prejuízo) Operacional antes de IR</b>	<b>(272)</b>	<b>932</b>	<b>n.a.</b>	<b>(72)</b>	<b>2.496</b>	<b>n.a.</b>
Imposto de Renda	(142)	(260)	-45,2%	(242)	(736)	-67,1%
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia</b>	<b>(415)</b>	<b>673</b>	<b>n.a.</b>	<b>(314)</b>	<b>1.760</b>	<b>n.a.</b>
<b>Margem Líquida</b>	<b>-2,1%</b>	<b>3,4%</b>	<b>-5,5 p.p.</b>	<b>-0,5%</b>	<b>2,7%</b>	<b>-3,2 p.p.</b>
<b>Lucro Líquido dos Acionistas Controladores</b>	<b>6</b>	<b>485</b>	<b>-98,8%</b>	<b>251</b>	<b>1.270</b>	<b>-80,2%</b>
<b>Margem Líquida - Acionista Controladores</b>	<b>0,0%</b>	<b>2,5%</b>	<b>-2,5 p.p.</b>	<b>0,4%</b>	<b>1,9%</b>	<b>-1,5 p.p.</b>
<b>Outras Despesas e Receitas Operacionais</b>	<b>(299)</b>	<b>(331)</b>	<b>-9,7%</b>	<b>(684)</b>	<b>(441)</b>	<b>54,9%</b>
IR sobre Outras Despesas e Receitas Operacionais e IR Não Recorrente	52	85	-39,3%	134	117	14,6%
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia Ajustado <sup>(1)</sup></b>	<b>(168)</b>	<b>919</b>	<b>n.a.</b>	<b>236</b>	<b>2.085</b>	<b>-88,7%</b>
<b>Margem Líquida Ajustada - Companhia</b>	<b>-0,9%</b>	<b>4,7%</b>	<b>-5,6 p.p.</b>	<b>0,3%</b>	<b>3,2%</b>	<b>-2,9 p.p.</b>
<b>Lucro Líquido dos Acionistas Controladores Ajustado <sup>(1)</sup></b>	<b>147</b>	<b>688</b>	<b>-78,6%</b>	<b>595</b>	<b>1.546</b>	<b>-61,5%</b>
<b>Margem Líquida Ajustada - Acionistas Controladores</b>	<b>0,7%</b>	<b>3,5%</b>	<b>-2,8 p.p.</b>	<b>0,9%</b>	<b>2,4%</b>	<b>-1,5 p.p.</b>

(1) Lucro líquido ajustado pela linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias

### 4T15

A deterioração do cenário econômico ao longo do ano resultou em desafios em diversos aspectos: retração da demanda, como reflexo do menor nível histórico de confiança do consumidor; e pressão nas despesas decorrentes da alta inflação. Neste contexto, o resultado da Companhia foi impactado principalmente pelo resultado do segmento de não alimentos (Via Varejo e Cnova). Além disso, o aumento da taxa de juros e as outras receitas e despesas operacionais relativas principalmente às despesas com reestruturação também influenciaram o resultado do período.

O lucro líquido dos acionistas controladores, ajustado pelas Outras Despesas e Receitas Operacionais, totalizou R\$ 147 milhões. Importante destacar a resiliência do segmento Alimentar, que segue apresentando sólidos patamares de resultado e encerrou o trimestre com lucro líquido dos acionistas controladores de R\$ 316 milhões no mesmo conceito.

### 2015

No ano, em virtude dos desafios do cenário macroeconômico acima mencionados, o resultado da Companhia foi afetado principalmente pelo resultado da Via Varejo e da Cnova. Vale mencionar que as operações internacionais da Cnova começaram a ser consolidadas no GPA a partir de agosto de 2014, e portanto, não estavam refletidas integralmente no ano de 2014, o que influencia a base de comparação.

A Companhia encerrou 2015 com lucro líquido dos acionistas controladores, ajustado pelas Outras Despesas e Receitas Operacionais, de R\$ 595 milhões, com destaque para o segmento Alimentar, que totalizou R\$ 731 milhões no mesmo conceito.



## Endividamento

Consolidado		
(R\$ milhões)	31.12.2015	31.12.2014
<b>Dívida de Curto Prazo</b>	<b>(1.506)</b>	<b>(3.854)</b>
Empréstimos e Financiamentos	(1.469)	(1.182)
Debêntures	(38)	(2.672)
<b>Dívida de Longo Prazo</b>	<b>(3.997)</b>	<b>(2.998)</b>
Empréstimos e Financiamentos	(3.100)	(2.102)
Debêntures	(897)	(896)
<b>Total da Dívida Bruta</b>	<b>(5.504)</b>	<b>(6.852)</b>
<b>Caixa e Aplicações Financeiras</b>	<b>11.015</b>	<b>11.149</b>
<b>Caixa Líquido</b>	<b>5.511</b>	<b>4.297</b>
<b>EBITDA</b>	<b>2.680</b>	<b>4.929</b>
<b>Caixa Líquido / EBITDA</b>	<b>2,06x</b>	<b>0,87x</b>
Carnês - Financiamento ao Consumidor (CDCI) - curto prazo	(2.308)	(2.740)
Carnês - Financiamento ao Consumidor (CDCI) - longo prazo	(167)	(136)
<b>Caixa Líquido incluindo CDCI</b>	<b>3.036</b>	<b>1.421</b>
<b>Caixa Líquido incluindo CDCI / EBITDA</b>	<b>1,13x</b>	<b>0,29x</b>

A Companhia vem apresentando nos últimos anos redução contínua no nível de alavancagem, com o objetivo de reforçar ainda mais a sua capacidade financeira. Mesmo em um ano com ambiente macroeconômico desfavorável e desafiador, a Companhia reduziu a dívida bruta em R\$ 1,348 bilhão e encerrou o ano com alto patamar de reservas de caixa de aproximadamente R\$ 11,0 bilhões, resultando em uma posição de caixa líquido de R\$ 5,511 bilhões, superior em R\$ 1,214 bilhão em relação ao ano anterior. Como resultado, a relação entre o caixa líquido / EBITDA aumentou de 0,87x em 31 de dezembro de 2014 para 2,06x em 31 de dezembro de 2015.

Incluindo a operação de carnês da Via Varejo, a posição de caixa líquido atingiu R\$ 3,036 bilhões em 31 de dezembro de 2015, um montante 2,1x superior ao ano anterior.

O alongamento do prazo da dívida, incluindo a operação de carnês, foi superior em 181 dias quando comparado a 31 de dezembro de 2014.

## Fluxo de caixa simplificado

Consolidado				
(R\$ milhões)	4T15	4T14	2015	2014
<b>Caixa no início do período</b>	<b>5.414</b>	<b>6.601</b>	<b>11.149</b>	<b>8.367</b>
<b>Fluxo de caixa das atividades operacionais</b>	<b>7.915</b>	<b>4.968</b>	<b>4.647</b>	<b>5.016</b>
EBITDA	673	1.622	2.680	4.929
Custo da antecipação de recebíveis	(372)	(319)	(1.046)	(1.105)
Capital de giro	5.710	3.566	1.894	1.131
Var. outros ativos e passivos	1.904	99	1.118	61
<b>Fluxo de caixa das atividades de investimentos</b>	<b>(479)</b>	<b>(781)</b>	<b>(1.867)</b>	<b>(1.650)</b>
Investimento líquido	(479)	(765)	(1.918)	(1.838)
Aquisições / venda de participação e outros	-	(16)	51	188
<b>Variação de caixa após investimentos</b>	<b>7.436</b>	<b>4.187</b>	<b>2.780</b>	<b>3.366</b>
<b>Fluxo de caixa das atividades de financiamento</b>	<b>(1.754)</b>	<b>309</b>	<b>(3.006)</b>	<b>(636)</b>
Dividendos e outros	(37)	(36)	(434)	(258)
Pagamentos líquidos	(1.717)	345	(2.572)	(378)
<b>Variação de caixa no período</b>	<b>5.682</b>	<b>4.496</b>	<b>(226)</b>	<b>2.730</b>
<b>Variação cambial</b>	<b>(81)</b>	<b>52</b>	<b>92</b>	<b>52</b>
<b>Caixa no final do período</b>	<b>11.015</b>	<b>11.149</b>	<b>11.015</b>	<b>11.149</b>
<b>Caixa líquido</b>	<b>5.511</b>	<b>4.297</b>	<b>5.511</b>	<b>4.297</b>

Em 31 de dezembro de 2015, o caixa da Companhia totalizou R\$ 11,015 bilhões, permanecendo estável em comparação a 2014. As principais variações no ano foram:

- EBITDA impactado por um comportamento mais cauteloso do consumo, que influenciou principalmente as vendas de não alimentos;
- Continuidade da evolução do capital de giro em virtude da melhor gestão de fornecedores e controle do nível de estoques;
- Variação de outros ativos e passivos relacionada, principalmente, a valores antecipados do acordo com o Bradesco na Casas Bahia e dividendos recebidos da FIC;
- Amortização de aproximadamente R\$ 2,6 bilhões de debêntures.

Desta forma, a estratégia de cash management adotada pela Companhia permitiu o encerramento do ano com um caixa robusto mesmo diante da desaceleração macroeconômica.

## Investimentos (Capex)

(R\$ milhões)	Consolidado						Alimentar			Via Varejo		
	4T15	4T14	Δ	2015	2014	Δ	4T15	4T14	Δ	4T15	4T14	Δ
Novas Lojas e Aquisição de Terrenos	142	243	-41,6%	558	597	-6,5%	131	197	-33,6%	11	46	-75,9%
Reformas e Conversões de Lojas	185	142	29,9%	633	360	75,5%	147	87	68,6%	38	55	-31,2%
Infraestrutura e Outros	229	458	-50,0%	854	997	-14,3%	117	140	-16,1%	53	234	-77,3%
<b>Efeitos não caixa</b>												
Financiamento de Imobilizado	(51)	(67)	-24,2%	(45)	(58)	-22,7%	(50)	(67)	-25,0%	(1)	-	n.a.
<b>Total</b>	<b>504</b>	<b>776</b>	<b>-35,0%</b>	<b>2.000</b>	<b>1.896</b>	<b>5,5%</b>	<b>344</b>	<b>357</b>	<b>-3,4%</b>	<b>102</b>	<b>335</b>	<b>-69,7%</b>

### 4T15

No trimestre, os investimentos consolidados totalizaram R\$ 504 milhões, sendo 68% do investimento total no segmento Alimentar e 20% na Via Varejo.

O Grupo inaugurou 25 lojas com foco nos formatos de maior retorno, sendo 24 lojas do segmento alimentar (9 Minuto Pão de Açúcar, 7 Assaí, 6 Minimercado Extra, 1 Pão de Açúcar e 1 posto de combustível) e 1 loja da Casas Bahia.

### 2015

Para o ano, os investimentos consolidados totalizaram R\$ 2,000 bilhões. Foram abertas 118 lojas, sendo 91 lojas do segmento alimentar (46 Minimercado Extra, 27 Minuto Pão de Açúcar, 11 Assaí, 5 Pão de Açúcar, 1 Extra Super e 1 posto de combustível) e 27 Casas Bahia.

No segmento **Alimentar**, além do investimento em novas lojas, foram também realizados investimentos em reformas de lojas, que atingiram o maior nível dos últimos 3 anos. As modernizações ocorreram em todas as bandeiras do segmento Alimentar, com maior profundidade na bandeira Extra, que encerrou o ano com 62 lojas modernizadas (35 hipermercados e 27 supermercados). Essas reformas já representam aproximadamente 25% das vendas da bandeira.

A **Via Varejo** encerrou o ano com 176 lojas reformadas para o novo conceito de venda de telefonia, com melhor sortimento, serviços, planos e exposição, e 121 lojas com o novo conceito da categoria de móveis, oferecendo melhor design de produtos, móveis planejados, atendimento especializado e melhor layout de loja. Além disso, foram feitas 81 conversões de bandeiras para adequar o posicionamento da empresa às aspirações dos clientes. Adicionalmente às reformas, foram abertas no ano 27 novas lojas.

Para o próximo ano, o Grupo pretende manter a disciplina de investimentos, com foco no crescimento orgânico dos formatos de maior retorno. No segmento alimentar, o Capex será direcionado principalmente ao crescimento orgânico de Assaí e às reformas das bandeiras Extra.



## Dividendos

Em reunião do Conselho de Administração realizada em 7 de maio de 2015 foi aprovada a distribuição de dividendos intermediários para o exercício de 2015. Os pagamentos relativos ao 1T15, 2T15 e 3T15 totalizaram R\$ 115,4 milhões e foram realizados em 28/05, 08/08 e 11/11/2015, respectivamente. Este valor correspondeu a R\$ 0,136365 por ação ordinária e R\$ 0,15 por ação preferencial em cada um dos pagamentos intermediários.

A Administração propôs aproximadamente R\$ 4 milhões de pagamento de dividendos adicionais.

## Anexo I - Definições usadas nesse documento

**Negócios da Companhia:** Os negócios da Companhia estão divididos em quatro segmentos - Varejo, Atacado de Autosserviço, Eletro (comercialização de eletroeletrônicos nas lojas físicas) e Comércio eletrônico - agrupados conforme abaixo:

Alimentar			Não Alimentar	
Varejo 	Supermercados		Lojas Físicas 	
	Hipermercados			
	Proximidade			
	Postos e			
	Dropships			
	GPA Malls			
Atacado de Autosserviço	Atacado de Autosserviço		Comércio Eletrônico 	

**Vendas ‘mesmas lojas’:** A base para o cálculo de vendas “mesmas lojas” é definido pelas vendas realizadas em lojas abertas ao menos por 12 meses consecutivos. Aquisições não são incluídas na base mesmas lojas nos 12 primeiros meses de operação.

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

**EBITDA:** O cálculo do EBITDA é realizado em conformidade com a Instrução nº 527 da Comissão de Valores Mobiliários, de 04/10/12.

**EBITDA ajustado:** Medida de rentabilidade calculada pelo EBITDA excluídas as Outras Despesas e Receitas Operacionais. A Administração utiliza a medida em suas análises por entender que, dessa maneira, despesas e receitas excepcionais e outros lançamentos extraordinários que podem comprometer a comparabilidade e análise dos resultados são eliminados.

**Lucro líquido ajustado:** Medida de rentabilidade calculada pelo lucro líquido excluídas as Outras Despesas e Receitas Operacionais, descontados os efeitos em Imposto de Renda e Contribuição Social. Estão também excluídos os efeitos de imposto de renda diretos não recorrentes. A Administração utiliza esta métrica em suas análises por entender que, dessa maneira, as despesas e receitas excepcionais e outros lançamentos extraordinários, que podem comprometer a comparabilidade e análise dos resultados, são eliminados.

**BALANÇO PATRIMONIAL**
**ATIVO**

	Consolidado			Alimentar		
	31.12.2015	30.09.2015	31.12.2014	31.12.2015	30.09.2015	31.12.2014
<b>(R\$ milhões)</b>						
<b>Ativo Circulante</b>	<b>24.998</b>	<b>19.744</b>	<b>24.133</b>	<b>9.581</b>	<b>7.497</b>	<b>9.770</b>
Caixas e Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras	11.015	5.414	11.149	3.699	2.667	4.854
Contas a Receber	3.218	3.776	3.210	474	179	276
Cartões de Créditos	664	1.230	220	136	57	79
Carnês - Financiamento ao Consumidor	1.877	1.834	2.475	-	-	-
Tickets e Outros	884	874	599	175	108	158
Provisão para Devedores Duvidosos	(371)	(370)	(340)	-	(1)	(1)
Provenientes de Acordos Comerciais	164	208	256	164	15	40
Estoques	8.989	8.663	8.405	4.584	4.032	4.077
Tributos a Recuperar	1.102	1.106	808	439	244	176
Ativos Disponíveis para Venda	15	15	22	8	8	8
Dividendos a receber	-	-	26	-	-	26
Despesas Antecipadas e Outras Contas a Receber	659	770	513	377	367	353
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>22.504</b>	<b>22.713</b>	<b>21.367</b>	<b>15.802</b>	<b>15.877</b>	<b>15.295</b>
Realizável a Longo Prazo	5.091	5.368	4.747	1.938	2.146	2.022
Contas a Receber	98	89	105	-	-	-
Carnês - Financiamento ao Consumidor	111	99	115	-	-	-
Provisão para Devedores Duvidosos	(13)	(10)	(10)	-	-	-
Estoques	-	-	172	-	-	172
Impostos a Recuperar	2.445	2.664	2.136	605	608	432
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	564	568	491	70	79	70
Partes Relacionadas	309	358	313	36	218	163
Depósitos para Recursos Judiciais	999	1.023	857	574	593	529
Despesas Antecipadas e Outros	676	667	673	654	648	656
Investimentos	407	504	426	284	329	267
Imobilizado	10.398	10.192	9.699	8.825	8.634	8.246
Intangível	6.609	6.649	6.495	4.754	4.768	4.760
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>47.502</b>	<b>42.458</b>	<b>45.500</b>	<b>25.382</b>	<b>23.374</b>	<b>25.065</b>

**PASSIVO**

	Consolidado			Alimentar		
	31.12.2015	30.09.2015	31.12.2014	31.12.2015	30.09.2015	31.12.2014
<b>Passivo Circulante</b>	<b>25.231</b>	<b>20.110</b>	<b>23.847</b>	<b>9.317</b>	<b>7.282</b>	<b>9.857</b>
Fornecedores	15.484	10.737	13.322	6.365	3.822	4.942
Fornecedores Convênio	1.055	-	-	-	-	-
Empréstimos e Financiamentos	1.469	817	1.182	1.092	424	1.133
CDCI	2.308	2.153	2.740	-	-	-
Debêntures	38	1.276	2.672	38	1.276	2.052
Salário e Encargos Sociais	1.023	914	864	529	505	445
Impostos e Contribuições a Recolher	829	768	867	219	198	258
Dividendos Propostos	2	1	321	1	1	194
Financiamento Compra de Imóveis	113	64	98	113	64	98
Aluguéis a Pagar	151	103	115	106	69	75
Aquisição de Participação de Acionistas Não Controladores	76	71	73	76	70	73
Partes Relacionadas	563	1.647	261	162	277	351
Propaganda	121	62	94	45	32	39
Provisão para Reestruturação	6	8	1	5	7	1
Receitas Antecipadas	420	306	214	123	104	40
Outros	1.573	1.181	1.023	444	432	156
<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>8.616</b>	<b>8.274</b>	<b>7.170</b>	<b>6.140</b>	<b>6.442</b>	<b>5.548</b>
Empréstimos e Financiamentos	3.100	3.370	2.102	2.680	2.961	1.934
CDCI	167	122	136	-	-	-
Debêntures	897	897	896	897	897	896
Financiamento Compras de Ativos	4	4	8	4	4	8
Aquisição de Participação de Acionistas Não Controladores	28	-	57	-	-	57
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	1.184	1.195	1.133	1.157	1.166	1.129
Impostos Parcelados	572	580	617	572	580	617
Provisão para Demandas Judiciais	1.396	1.395	1.344	770	769	747
Receitas Antecipadas	1.223	653	834	32	29	127
Outros	45	59	43	27	36	33
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>13.655</b>	<b>14.074</b>	<b>14.482</b>	<b>9.925</b>	<b>9.650</b>	<b>9.659</b>
Capital Social	6.806	6.806	6.792	5.125	4.842	4.711
Reservas de Capital	302	300	282	302	300	282
Reservas de Lucro	3.440	3.454	3.505	3.440	3.454	3.505
Ajuste de avaliação patrimonial	(84)	(93)	1	(84)	(93)	1
Participação de Acionistas não Controladores	3.191	3.605	3.902	1.142	1.146	1.160
<b>TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>47.502</b>	<b>42.458</b>	<b>45.500</b>	<b>25.382</b>	<b>23.374</b>	<b>25.065</b>

## DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO

R\$ - Milhões	Consolidado			Alimentar			Multivarejo			Assaí			Via Varejo		
	4T15	4T14	Δ	4T15	4T14	Δ	4T15	4T14	Δ	4T15	4T14	Δ	4T15	4T14	Δ
<b>Receita Bruta</b>	<b>21.990</b>	<b>21.942</b>	<b>0,2%</b>	<b>11.329</b>	<b>10.653</b>	<b>6,3%</b>	<b>7.943</b>	<b>8.006</b>	<b>-0,8%</b>	<b>3.386</b>	<b>2.647</b>	<b>27,9%</b>	<b>6.173</b>	<b>7.209</b>	<b>-14,4%</b>
<b>Receita Líquida</b>	<b>19.709</b>	<b>19.665</b>	<b>0,2%</b>	<b>10.477</b>	<b>9.818</b>	<b>6,7%</b>	<b>7.344</b>	<b>7.366</b>	<b>-0,3%</b>	<b>3.133</b>	<b>2.452</b>	<b>27,8%</b>	<b>5.442</b>	<b>6.382</b>	<b>-14,7%</b>
<b>Custo das Mercadorias Vendidas</b>	<b>(15.292)</b>	<b>(14.391)</b>	<b>6,3%</b>	<b>(7.821)</b>	<b>(7.135)</b>	<b>9,6%</b>	<b>(5.207)</b>	<b>(5.088)</b>	<b>2,3%</b>	<b>(2.614)</b>	<b>(2.047)</b>	<b>27,7%</b>	<b>(3.780)</b>	<b>(4.168)</b>	<b>-9,3%</b>
Depreciação (Logística)	(38)	(28)	35,3%	(15)	(13)	15,4%	(14)	(12)	15,3%	(1)	(1)	15,7%	(16)	(11)	42,2%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>4.378</b>	<b>5.246</b>	<b>-16,5%</b>	<b>2.641</b>	<b>2.670</b>	<b>-1,1%</b>	<b>2.123</b>	<b>2.266</b>	<b>-6,3%</b>	<b>518</b>	<b>404</b>	<b>28,1%</b>	<b>1.645</b>	<b>2.202</b>	<b>-25,3%</b>
Despesas com Vendas	(3.111)	(2.907)	7,0%	(1.600)	(1.461)	9,5%	(1.321)	(1.245)	6,1%	(279)	(216)	29,3%	(1.202)	(1.264)	-4,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(414)	(445)	-7,0%	(208)	(219)	-4,8%	(161)	(186)	-13,4%	(47)	(33)	43,2%	(132)	(151)	-12,5%
Resultado da Equiv. Patrimonial	28	31	-9,8%	20	23	-14,3%	20	23	-14,3%	-	-	n.a.	9	9	-9,0%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(299)	(331)	-9,7%	(101)	(242)	-58,3%	(97)	(210)	-53,8%	(4)	(32)	-87,9%	(80)	(22)	260,8%
<b>Total das Despesas Operacionais</b>	<b>(3.795)</b>	<b>(3.652)</b>	<b>3,9%</b>	<b>(1.889)</b>	<b>(1.898)</b>	<b>-0,5%</b>	<b>(1.559)</b>	<b>(1.617)</b>	<b>-3,6%</b>	<b>(330)</b>	<b>(281)</b>	<b>17,5%</b>	<b>(1.405)</b>	<b>(1.428)</b>	<b>-1,6%</b>
Depreciação e Amortização	(247)	(231)	6,8%	(176)	(164)	7,3%	(149)	(143)	4,1%	(27)	(21)	28,9%	(41)	(44)	-5,3%
<b>EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos</b>	<b>337</b>	<b>1.363</b>	<b>-75,3%</b>	<b>575</b>	<b>607</b>	<b>-5,3%</b>	<b>415</b>	<b>506</b>	<b>-17,9%</b>	<b>160</b>	<b>102</b>	<b>57,1%</b>	<b>199</b>	<b>731</b>	<b>-72,8%</b>
Receitas Financeiras	141	196	-28,0%	67	99	-31,8%	58	92	-37,3%	10	7	38,4%	68	88	-22,7%
Despesas Financeiras	(750)	(626)	19,8%	(308)	(256)	20,0%	(279)	(239)	16,8%	(28)	(17)	63,9%	(351)	(293)	19,8%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(609)</b>	<b>(430)</b>	<b>41,6%</b>	<b>(240)</b>	<b>(157)</b>	<b>52,5%</b>	<b>(222)</b>	<b>(147)</b>	<b>50,5%</b>	<b>(18)</b>	<b>(10)</b>	<b>81,8%</b>	<b>(283)</b>	<b>(205)</b>	<b>38,0%</b>
<b>Lucro Operacional Antes I.R.</b>	<b>(272)</b>	<b>932</b>	<b>n.a.</b>	<b>335</b>	<b>450</b>	<b>-25,5%</b>	<b>193</b>	<b>358</b>	<b>-46,0%</b>	<b>142</b>	<b>92</b>	<b>54,4%</b>	<b>(84)</b>	<b>526</b>	<b>n.a.</b>
Imposto de Renda	(142)	(260)	-45,2%	(99)	(117)	-15,9%	(50)	(86)	-41,9%	(48)	(31)	56,7%	38	(164)	n.a.
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia</b>	<b>(415)</b>	<b>673</b>	<b>n.a.</b>	<b>237</b>	<b>333</b>	<b>-28,9%</b>	<b>143</b>	<b>272</b>	<b>-47,3%</b>	<b>93</b>	<b>61</b>	<b>53,3%</b>	<b>(46)</b>	<b>362</b>	<b>n.a.</b>
Participação de Acionistas Não Controladores	(421)	188	n.a.	(4)	(5)	-28,9%	(4)	(5)	-28,9%	-	-	n.a.	(26)	205	n.a.
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores<sup>(1)</sup></b>	<b>6</b>	<b>485</b>	<b>-98,8%</b>	<b>240</b>	<b>338</b>	<b>-28,9%</b>	<b>147</b>	<b>277</b>	<b>-47,0%</b>	<b>93</b>	<b>61</b>	<b>53,3%</b>	<b>(20)</b>	<b>157</b>	<b>n.a.</b>
<b>EBITDA - Lucro oper. antes da depr.,result. financeiro e impostos</b>	<b>622</b>	<b>1.622</b>	<b>-61,7%</b>	<b>767</b>	<b>785</b>	<b>-2,3%</b>	<b>578</b>	<b>661</b>	<b>-12,5%</b>	<b>188</b>	<b>124</b>	<b>52,1%</b>	<b>257</b>	<b>786</b>	<b>-67,4%</b>
<b>EBITDA Ajustado<sup>(2)</sup></b>	<b>921</b>	<b>1.953</b>	<b>-52,9%</b>	<b>867</b>	<b>1.027</b>	<b>-15,5%</b>	<b>675</b>	<b>871</b>	<b>-22,4%</b>	<b>192</b>	<b>156</b>	<b>23,2%</b>	<b>336</b>	<b>808</b>	<b>-58,4%</b>

% da Receita Líquida	Consolidado		Alimentar		Multivarejo		Assaí		Via Varejo	
	4T15	4T14	4T15	4T14	4T15	4T14	4T15	4T14	4T15	4T14
<b>Lucro Bruto</b>	22,2%	26,7%	25,2%	27,2%	28,9%	30,8%	16,5%	16,5%	30,2%	34,5%
Despesas com Vendas	15,8%	14,8%	15,3%	14,9%	18,0%	16,9%	8,9%	8,8%	22,1%	19,8%
Despesas Gerais e Administrativas	2,1%	2,3%	2,0%	2,2%	2,2%	2,5%	1,5%	1,4%	2,4%	2,4%
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,2%	0,1%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	1,5%	1,7%	1,0%	2,5%	1,3%	2,8%	0,1%	1,3%	1,5%	0,3%
<b>Total de despesas Operacionais</b>	<b>19,3%</b>	<b>18,6%</b>	<b>18,0%</b>	<b>19,3%</b>	<b>21,2%</b>	<b>22,0%</b>	<b>10,5%</b>	<b>11,5%</b>	<b>25,8%</b>	<b>22,4%</b>
Depreciação e Amortização	1,3%	1,2%	1,7%	1,7%	2,0%	1,9%	0,9%	0,9%	0,8%	0,7%
<b>EBIT</b>	<b>1,7%</b>	<b>6,9%</b>	<b>5,5%</b>	<b>6,2%</b>	<b>5,7%</b>	<b>6,9%</b>	<b>5,1%</b>	<b>4,2%</b>	<b>3,7%</b>	<b>11,5%</b>
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>3,1%</b>	<b>2,2%</b>	<b>2,3%</b>	<b>1,6%</b>	<b>3,0%</b>	<b>2,0%</b>	<b>0,6%</b>	<b>0,4%</b>	<b>5,2%</b>	<b>3,2%</b>
<b>Lucro antes do I.R.</b>	<b>1,4%</b>	<b>4,7%</b>	<b>3,2%</b>	<b>4,6%</b>	<b>2,6%</b>	<b>4,9%</b>	<b>4,5%</b>	<b>3,7%</b>	<b>1,5%</b>	<b>8,2%</b>
Imposto de Renda	0,7%	1,3%	0,9%	1,2%	0,7%	1,2%	1,5%	1,3%	0,7%	2,6%
<b>Lucro Líquido Companhia</b>	<b>-2,1%</b>	<b>3,4%</b>	<b>2,3%</b>	<b>3,4%</b>	<b>2,0%</b>	<b>3,7%</b>	<b>3,0%</b>	<b>2,5%</b>	<b>-0,8%</b>	<b>5,7%</b>
Partic. de acionistas não controladores	-2,1%	1,0%	0,0%	-0,1%	0,0%	-0,1%	0,0%	0,0%	-0,5%	3,2%
<b>Lucro Líquido dos Acionistas Controladores<sup>(1)</sup></b>	<b>0,0%</b>	<b>2,5%</b>	<b>2,3%</b>	<b>3,4%</b>	<b>2,0%</b>	<b>3,8%</b>	<b>3,0%</b>	<b>2,5%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>2,5%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>3,2%</b>	<b>8,2%</b>	<b>7,3%</b>	<b>8,0%</b>	<b>7,9%</b>	<b>9,0%</b>	<b>6,0%</b>	<b>5,0%</b>	<b>4,7%</b>	<b>12,3%</b>
<b>EBITDA Ajustado<sup>(2)</sup></b>	<b>4,7%</b>	<b>9,9%</b>	<b>8,3%</b>	<b>10,5%</b>	<b>9,2%</b>	<b>11,8%</b>	<b>6,1%</b>	<b>6,4%</b>	<b>6,2%</b>	<b>12,7%</b>

(1) Lucro líquido após participação de acionistas não controladores.

(2) EBITDA ajustado pelo total da linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias.

## DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO

	Consolidado			Alimentar			Multivarejo			Assaí			Via Varejo		
	2015	2014	Δ	2015	2014	Δ	2015	2014	Δ	2015	2014	Δ	2015	2014	Δ
R\$ - Milhões															
Receita Bruta	76.933	72.804	5,7%	40.242	37.660	6,9%	28.934	28.677	0,9%	11.308	8.983	25,9%	21.736	25.683	-15,4%
Receita Líquida	69.115	65.525	5,5%	37.198	34.741	7,1%	26.744	26.415	1,2%	10.453	8.326	25,5%	19.196	22.612	-15,1%
Custo das Mercadorias Vendidas	(52.861)	(48.474)	9,0%	(28.096)	(25.935)	8,3%	(19.184)	(18.819)	1,9%	(8.912)	(7.116)	25,2%	(12.964)	(15.224)	-14,8%
Depreciação (Logística)	(141)	(105)	33,6%	(57)	(49)	14,7%	(52)	(47)	11,8%	(4)	(3)	65,2%	(58)	(43)	37,1%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>16.113</b>	<b>16.945</b>	<b>-4,9%</b>	<b>9.045</b>	<b>8.757</b>	<b>3,3%</b>	<b>7.508</b>	<b>7.549</b>	<b>-0,5%</b>	<b>1.537</b>	<b>1.208</b>	<b>27,2%</b>	<b>6.173</b>	<b>7.346</b>	<b>-16,0%</b>
Despesas com Vendas	(11.291)	(10.303)	9,6%	(5.921)	(5.313)	11,4%	(4.956)	(4.549)	9,0%	(965)	(764)	26,2%	(4.440)	(4.544)	-2,3%
Despesas Gerais e Administrativas	(1.711)	(1.484)	15,3%	(766)	(753)	1,7%	(630)	(653)	-3,4%	(136)	(100)	35,1%	(502)	(527)	-4,8%
Resultado da Equiv. Patrimonial	112	108	4,4%	81	78	3,8%	81	78	3,8%	-	-	n.a.	31	32	-2,4%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(684)	(441)	54,9%	(282)	(349)	-19,0%	(281)	(316)	-11,3%	(2)	(32)	-94,6%	(166)	(37)	346,8%
<b>Total das Despesas Operacionais</b>	<b>(13.573)</b>	<b>(12.121)</b>	<b>12,0%</b>	<b>(6.888)</b>	<b>(6.337)</b>	<b>8,7%</b>	<b>(5.786)</b>	<b>(5.440)</b>	<b>6,4%</b>	<b>(1.102)</b>	<b>(897)</b>	<b>22,8%</b>	<b>(5.077)</b>	<b>(5.076)</b>	<b>0,0%</b>
Depreciação e Amortização	(963)	(821)	17,4%	(682)	(630)	8,3%	(585)	(552)	5,9%	(98)	(78)	25,5%	(173)	(146)	18,2%
<b>EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos</b>	<b>1.576</b>	<b>4.004</b>	<b>-60,6%</b>	<b>1.475</b>	<b>1.791</b>	<b>-17,6%</b>	<b>1.138</b>	<b>1.558</b>	<b>-27,0%</b>	<b>337</b>	<b>233</b>	<b>44,8%</b>	<b>923</b>	<b>2.123</b>	<b>-56,5%</b>
Receitas Financeiras	778	687	13,2%	365	354	3,0%	337	334	0,8%	28	20	39,8%	335	357	-6,1%
Despesas Financeiras	(2.426)	(2.195)	10,5%	(1.152)	(957)	20,4%	(1.047)	(886)	18,1%	(105)	(71)	48,9%	(962)	(1.036)	-7,1%
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(1.648)</b>	<b>(1.508)</b>	<b>9,3%</b>	<b>(787)</b>	<b>(603)</b>	<b>30,6%</b>	<b>(710)</b>	<b>(552)</b>	<b>28,5%</b>	<b>(77)</b>	<b>(51)</b>	<b>52,5%</b>	<b>(627)</b>	<b>(679)</b>	<b>-7,6%</b>
<b>Lucro Operacional Antes I.R.</b>	<b>(72)</b>	<b>2.496</b>	<b>n.a.</b>	<b>688</b>	<b>1.188</b>	<b>-42,1%</b>	<b>428</b>	<b>1.006</b>	<b>-57,4%</b>	<b>260</b>	<b>182</b>	<b>42,6%</b>	<b>296</b>	<b>1.444</b>	<b>-79,5%</b>
Imposto de Renda	(242)	(736)	-67,1%	(187)	(316)	-40,9%	(98)	(254)	-61,3%	(89)	(62)	42,5%	(64)	(475)	-86,5%
<b>Lucro Líquido Companhia</b>	<b>(314)</b>	<b>1.760</b>	<b>n.a.</b>	<b>501</b>	<b>871</b>	<b>-42,5%</b>	<b>330</b>	<b>752</b>	<b>-56,1%</b>	<b>171</b>	<b>120</b>	<b>42,7%</b>	<b>232</b>	<b>969</b>	<b>-76,1%</b>
Participação de Acionistas Não Controladores	(565)	490	n.a.	(18)	(27)	-34,4%	(18)	(27)	-34,4%	-	-	n.a.	131	549	-76,1%
<b>Lucro Líquido dos Acionistas Controladores<sup>(1)</sup></b>	<b>251</b>	<b>1.270</b>	<b>-80,2%</b>	<b>519</b>	<b>899</b>	<b>-42,3%</b>	<b>348</b>	<b>779</b>	<b>-55,4%</b>	<b>171</b>	<b>120</b>	<b>42,7%</b>	<b>101</b>	<b>420</b>	<b>-76,1%</b>
<b>EBITDA - Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos</b>	<b>2.680</b>	<b>4.929</b>	<b>-45,6%</b>	<b>2.214</b>	<b>2.470</b>	<b>-10,4%</b>	<b>1.775</b>	<b>2.156</b>	<b>-17,7%</b>	<b>439</b>	<b>313</b>	<b>40,2%</b>	<b>1.155</b>	<b>2.312</b>	<b>-50,0%</b>
<b>EBITDA Ajustado<sup>(2)</sup></b>	<b>3.364</b>	<b>5.371</b>	<b>-37,4%</b>	<b>2.496</b>	<b>2.819</b>	<b>-11,4%</b>	<b>2.055</b>	<b>2.473</b>	<b>-16,9%</b>	<b>441</b>	<b>346</b>	<b>27,5%</b>	<b>1.321</b>	<b>2.349</b>	<b>-43,8%</b>

	Consolidado		Alimentar		Multivarejo		Assaí		Via Varejo	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014
<b>% da Receita Líquida</b>										
<b>Lucro Bruto</b>	23,3%	25,9%	24,3%	25,2%	28,1%	28,6%	14,7%	14,5%	32,2%	32,5%
Despesas com Vendas	16,3%	15,7%	15,9%	15,3%	18,5%	17,2%	9,2%	9,2%	23,1%	20,1%
Despesas Gerais e Administrativas	2,5%	2,3%	2,1%	2,2%	2,4%	2,5%	1,3%	1,2%	2,6%	2,3%
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,2%	0,1%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	1,0%	0,7%	0,8%	1,0%	1,0%	1,2%	0,0%	0,4%	0,9%	0,2%
<b>Total de despesas Operacionais</b>	<b>19,6%</b>	<b>18,5%</b>	<b>18,5%</b>	<b>18,2%</b>	<b>21,6%</b>	<b>20,6%</b>	<b>10,5%</b>	<b>10,8%</b>	<b>26,4%</b>	<b>22,4%</b>
<b>Depreciação e Amortização</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,3%</b>	<b>1,8%</b>	<b>1,8%</b>	<b>2,2%</b>	<b>2,1%</b>	<b>0,9%</b>	<b>0,9%</b>	<b>0,9%</b>	<b>0,6%</b>
<b>EBIT</b>	<b>2,3%</b>	<b>6,1%</b>	<b>4,0%</b>	<b>5,2%</b>	<b>4,3%</b>	<b>5,9%</b>	<b>3,2%</b>	<b>2,8%</b>	<b>4,8%</b>	<b>9,4%</b>
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>2,4%</b>	<b>2,3%</b>	<b>2,1%</b>	<b>1,7%</b>	<b>2,7%</b>	<b>2,1%</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,6%</b>	<b>3,3%</b>	<b>3,0%</b>
<b>Lucro antes do I.R.</b>	<b>-0,1%</b>	<b>3,8%</b>	<b>1,8%</b>	<b>3,4%</b>	<b>1,6%</b>	<b>3,8%</b>	<b>2,5%</b>	<b>2,2%</b>	<b>1,5%</b>	<b>6,4%</b>
<b>Imposto de Renda</b>	<b>0,4%</b>	<b>1,1%</b>	<b>0,5%</b>	<b>0,9%</b>	<b>0,4%</b>	<b>1,0%</b>	<b>0,8%</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,3%</b>	<b>2,1%</b>
<b>Lucro Líquido Companhia</b>	<b>-0,5%</b>	<b>2,7%</b>	<b>1,3%</b>	<b>2,5%</b>	<b>1,2%</b>	<b>2,8%</b>	<b>1,6%</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,2%</b>	<b>4,3%</b>
<b>Partic. de acionistas não controladores</b>	<b>-0,8%</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,0%</b>	<b>-0,1%</b>	<b>-0,1%</b>	<b>-0,1%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,7%</b>	<b>2,4%</b>
<b>Lucro Líquido dos Acionistas Controladores<sup>(1)</sup></b>	<b>0,4%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,4%</b>	<b>2,6%</b>	<b>1,3%</b>	<b>2,9%</b>	<b>1,6%</b>	<b>1,4%</b>	<b>0,5%</b>	<b>1,9%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>3,9%</b>	<b>7,5%</b>	<b>6,0%</b>	<b>7,1%</b>	<b>6,6%</b>	<b>8,2%</b>	<b>4,2%</b>	<b>3,8%</b>	<b>6,0%</b>	<b>10,2%</b>
<b>EBITDA Ajustado<sup>(2)</sup></b>	<b>4,9%</b>	<b>8,2%</b>	<b>6,7%</b>	<b>8,1%</b>	<b>7,7%</b>	<b>9,4%</b>	<b>4,2%</b>	<b>4,2%</b>	<b>6,9%</b>	<b>10,4%</b>

(1) Lucro líquido após participação de acionistas não controladores.

(2) EBITDA ajustado pelo total da linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias.



FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
(R\$ milhões)	Consolidado	
	31.12.2015	31.12.2014
<b>Lucro líquido do exercício</b>	<b>(314)</b>	<b>1.760</b>
<b>Ajuste para reconciliação do lucro líquido</b>		
Imposto de renda diferido	31	222
Ganho na alienação de imobilizado	125	58
Depreciação e amortização	1.104	931
Juros e variações monetárias	1.154	1.118
Ajuste a valor presente	(3)	-
Equivalência patrimonial	(112)	(108)
Provisão para demandas judiciais	246	309
Remuneração baseada em ações	25	47
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	552	518
Provisão para obsolescência e perdas e quebras	65	35
Ganhos (perda) líquidos por diluição de participação societária	-	(16)
Receita diferida	(161)	(32)
Outras Despesas Operacionais	18	150
	<b>2.730</b>	<b>4.992</b>
<b>(Aumento) redução de ativos</b>		
Aplicações Financeiras	-	24
Contas a receber	(404)	(922)
Estoques	(252)	(1.503)
Impostos a recuperar	(437)	(476)
Dividendos recebidos	152	-
Outros ativos	(85)	(69)
Partes relacionadas	(324)	(253)
Depósitos judiciais	(82)	(20)
	<b>(1.432)</b>	<b>(3.219)</b>
<b>(Aumento) redução de passivos</b>		
Fornecedores	2.550	3.556
Salários e encargos sociais	159	72
Impostos e contr. sociais a recolher	(192)	(432)
Demais contas a pagar	433	(188)
Demandas judiciais	(351)	(257)
Receita diferida	750	492
	<b>3.349</b>	<b>3.243</b>
<b>Caixa líquido gerado (utilizado nas) atividades operacionais</b>	<b>4.647</b>	<b>5.016</b>

  

FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
(R\$ milhões)	Consolidado	
	31.12.2015	31.12.2014
Aquisição de bens do ativo imobilizado	(1.581)	(1.379)
Aumento no ativo intangível	(419)	(518)
Venda de bens do imobilizado	82	59
Caixa líquido de reorganização societária	-	168
Caixa recebido na venda de subsidiária	51	20
<b>Caixa líquido gerado (utilizado nas) atividades de investimento</b>	<b>(1.867)</b>	<b>(1.650)</b>
<b>Fluxo de caixa das atividades de financiamento</b>		
Aumento (redução) de capital	14	28
Captação e refinanciamentos	6.389	6.780
Pagamentos	(9.301)	(7.519)
Pagamento de dividendos	(434)	(258)
Aquisição de sociedade	(74)	(67)
Recursos obtidos com oferta de ações, líquidos dos custos de emissão	-	408
Transação com não controladores	(4)	(8)
Captações de mutuo com partes relacionadas	404	-
<b>Caixa líquido gerado (utilizado nas) atividades de financiamento</b>	<b>(3.006)</b>	<b>(636)</b>
Variação Cambial s/ caixa e equivalentes	92	52
<b>Aumento (redução) de caixa e equivalentes</b>	<b>(134)</b>	<b>2.782</b>
Disponibilidades no início do exercício	11.149	8.367
Disponibilidades no fim do exercício	11.015	11.149
<b>Varição no caixa e equivalentes</b>	<b>(134)</b>	<b>2.782</b>

**SEGMENTAÇÃO DE VENDAS BRUTAS POR NEGÓCIO**

(R\$ milhões)

	4T15	%	4T14	%	Δ	2015	%	2014	%	Δ
Pão de Açúcar	1.894	8,6%	1.827	8,3%	3,7%	7.054	9,2%	6.665	9,2%	5,8%
Extra Supermercado	1.331	6,1%	1.385	6,3%	-3,9%	4.878	6,3%	5.062	7,0%	-3,6%
Extra Hiper	3.766	17,1%	4.055	18,5%	-7,1%	13.674	17,8%	14.279	19,6%	-4,2%
Proximidade <sup>(1)</sup>	289	1,3%	197	0,9%	46,4%	1.010	1,3%	677	0,9%	49,1%
Assaí	3.386	15,4%	2.647	12,1%	27,9%	11.308	14,7%	8.983	12,3%	25,9%
Outros Negócios <sup>(2)</sup>	664	3,0%	542	2,5%	22,5%	2.319	3,0%	1.993	2,7%	16,4%
<b>Alimentar</b>	<b>11.329</b>	<b>51,5%</b>	<b>10.653</b>	<b>48,6%</b>	<b>6,3%</b>	<b>40.242</b>	<b>52,3%</b>	<b>37.660</b>	<b>51,7%</b>	<b>6,9%</b>
Pontofrio	1.152	5,2%	1.644	7,5%	-29,9%	4.508	5,9%	5.906	8,1%	-23,7%
Casas Bahia	5.022	22,8%	5.565	25,4%	-9,8%	17.228	22,4%	19.777	27,2%	-12,9%
Cnova	4.488	20,4%	4.080	18,6%	10,0%	14.955	19,4%	9.461	13,0%	58,1%
<b>Não Alimentar</b>	<b>10.661</b>	<b>48,5%</b>	<b>11.289</b>	<b>51,4%</b>	<b>-5,6%</b>	<b>36.691</b>	<b>47,7%</b>	<b>35.144</b>	<b>48,3%</b>	<b>4,4%</b>
<b>Consolidado</b>	<b>21.990</b>	<b>100,0%</b>	<b>21.942</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,2%</b>	<b>76.933</b>	<b>100,0%</b>	<b>72.804</b>	<b>100,0%</b>	<b>5,7%</b>

(1) Inclui vendas do Minimercado Extra e Minuto Pão de Açúcar

(2) Inclui as vendas dos Postos de Combustíveis, Drogarias, Delivery e receitas provenientes do aluguel de galerias comerciais.

**SEGMENTAÇÃO DE VENDAS LÍQUIDAS POR NEGÓCIO**

(R\$ milhões)

	4T15	%	4T14	%	Δ	2015	%	2014	%	Δ
Pão de Açúcar	1.742	8,8%	1.675	8,5%	4,0%	6.491	9,4%	6.115	9,3%	6,1%
Extra Supermercado	1.255	6,4%	1.303	6,6%	-3,7%	4.595	6,6%	4.762	7,3%	-3,5%
Extra Hiper	3.424	17,4%	3.673	18,7%	-6,8%	12.437	18,0%	12.948	19,8%	-3,9%
Proximidade <sup>(1)</sup>	270	1,4%	186	0,9%	45,0%	946	1,4%	638	1,0%	48,3%
Assaí	3.133	15,9%	2.452	12,5%	27,8%	10.453	15,1%	8.326	12,7%	25,5%
Outros Negócios <sup>(2)</sup>	653	3,3%	530	2,7%	23,2%	2.275	3,3%	1.951	3,0%	16,6%
<b>Alimentar</b>	<b>10.477</b>	<b>53,2%</b>	<b>9.818</b>	<b>49,9%</b>	<b>6,7%</b>	<b>37.198</b>	<b>53,8%</b>	<b>34.741</b>	<b>53,0%</b>	<b>7,1%</b>
Pontofrio	1.017	5,2%	1.466	7,5%	-30,6%	3.994	5,8%	5.222	8,0%	-23,5%
Casas Bahia	4.425	22,5%	4.916	25,0%	-10,0%	15.202	22,0%	17.390	26,5%	-12,6%
Cnova	3.791	19,2%	3.464	17,6%	9,4%	12.721	18,4%	8.172	12,5%	55,7%
<b>Não Alimentar</b>	<b>9.232</b>	<b>46,8%</b>	<b>9.846</b>	<b>50,1%</b>	<b>-6,2%</b>	<b>31.917</b>	<b>46,2%</b>	<b>30.784</b>	<b>47,0%</b>	<b>3,7%</b>
<b>Consolidado</b>	<b>19.709</b>	<b>100,0%</b>	<b>19.665</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,2%</b>	<b>69.115</b>	<b>100,0%</b>	<b>65.525</b>	<b>100,0%</b>	<b>5,5%</b>

**COMPOSIÇÃO DE VENDAS (% sobre Vendas Líquidas)**

	Consolidado <sup>(1)</sup>				Alimentar			
	4T15	4T14	2015	2014	4T15	4T14	2015	2014
À Vista	44,2%	41,8%	42,5%	41,6%	52,7%	53,2%	52,1%	52,8%
Cartão de Crédito	46,1%	48,4%	47,7%	48,4%	37,5%	37,6%	38,2%	38,3%
Ticket Alimentação	5,9%	4,9%	5,8%	4,9%	9,7%	9,1%	9,7%	8,9%
Crediário	3,8%	4,9%	3,9%	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

(1) Não inclui Cdiscount.

**MOVIMENTAÇÃO DE LOJAS POR BANDEIRA**

	31/12/2014	30/9/2015	Abertas	Fechadas	Convertidas	31/12/2015
Pão de Açúcar	181	184	1	-	-	185
Extra Hiper	137	137	-	-	-	137
Extra Supermercado	207	199	-	-	-	199
Minimercado Extra	240	262	6	(5)	(14)	249
Minuto Pão de Açúcar	16	39	9	-	14	62
Assaí	84	88	7	-	-	95
Negócios especializados	241	239	1	-	-	240
<i>Postos de combustíveis</i>	83	82	1	-	-	83
<i>Drogarias</i>	158	157	-	-	-	157
<b>Alimentar</b>	<b>1.106</b>	<b>1.148</b>	<b>24</b>	<b>(5)</b>	<b>-</b>	<b>1.167</b>
Pontofrio	374	301	-	(2)	(45)	254
Casas Bahia	663	715	1	(1)	45	760
<b>Consolidado</b>	<b>2.143</b>	<b>2.164</b>	<b>25</b>	<b>(8)</b>	<b>-</b>	<b>2.181</b>

**Área de Vendas (mil m<sup>2</sup>)**

Alimentar	1.752	1.780	1.804
<b>Consolidado</b>	<b>2.864</b>	<b>2.880</b>	<b>2.904</b>

**Nº de Funcionários Consolidado (mil) <sup>(1)</sup>**

	<b>160</b>	<b>142</b>	<b>146</b>
--	------------	------------	------------

(1) Não inclui funcionários da Cdiscount.

**DADOS POR FORMATO EM 31/12/2015**

	Nº de lojas	Área de vendas ( mil m <sup>2</sup> )
Pão de Açúcar	185	237
Extra Hipermercado	137	803
Extra Supermercado	199	228
Proximidade	311	79
Assaí	95	373
Ponto Frio	254	166
Casas Bahia	760	934
<b>GPA Lojas Físicas</b>	<b>1.941</b>	<b>2.820</b>
<b>Outros negócios</b>	<b>240</b>	<b>85</b>
Postos de Combustíveis	83	73
Drogarias	157	12
<b>GPA Consolidado</b>	<b>2.181</b>	<b>2.904</b>



### Teleconferência e Webcast sobre os Resultados do 4T15

Quinta-feira, 25 de Fevereiro de 2016  
10:00h (horário de Brasília) | 8:00h (NY) | 12:00h (Londres)

#### Conferência em Português (idioma original)

+55 (11) 2188-0155

#### Conferência em inglês (tradução simultânea)

+1 (646) 843-6054

Webcast: <http://www.gpari.com.br>

#### Replay

+55 (11) 2188-0400

Código para áudio em português: GPA

Código para áudio em inglês: GPA

<http://www.gpari.com.br>

## Contatos - Relações com Investidores

### GPA

Telefone: 55 (11) 3886-0421

Fax: 55 (11) 3884-2677

[gpa.ri@gpabr.com](mailto:gpa.ri@gpabr.com)

[www.gpari.com.br](http://www.gpari.com.br)

### Via Varejo

Telefone: 55 (11) 4225-8668

Fax: 55 (11) 4225-9596

[ri@viavarejo.com.br](mailto:ri@viavarejo.com.br)

[www.viavarejo.com.br/ri](http://www.viavarejo.com.br/ri)

### Cnova

Telefone: 33 (1) 5370-5590

[investor@cnova.com](mailto:investor@cnova.com)

[www.cnova.com/investor-relations](http://www.cnova.com/investor-relations)

As demonstrações financeiras individuais e consolidadas estão apresentadas de acordo com o IFRS e as práticas contábeis adotadas no Brasil e referem-se ao quarto trimestre de 2015 (4T15) e ano de 2015, exceto quando indicado de outra forma, com comparações feitas em relação ao mesmo período do ano anterior.

Toda e qualquer informação não contábil ou derivada de números não contábeis não foi revisada pelos auditores independentes.

Para o cálculo do "EBITDA" utilizamos lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização. A base para o cálculo da receita bruta "mesmas lojas" é definido pelas vendas realizadas em lojas abertas ao menos por 12 meses consecutivos e que não ficaram fechadas por 7 ou mais dias consecutivos nesse período. Aquisições não são incluídas na base mesmas lojas nos 12 primeiros meses de operação.

O GPA adota como indicador de inflação o IPCA-Índice Geral, que também é utilizado pela ABRAS (Associação Brasileira de Supermercados), por melhor refletir o mix de produtos e marcas comercializadas pela Companhia. O IPCA acumulado nos 12 meses findos em dezembro de 2015 foi de 10,67%.

**Sobre o GPA:** O GPA é a maior Companhia varejista no Brasil, com distribuição por meio de mais de 2.000 pontos-de-venda e canais eletrônicos. Fundado em 1948, em São Paulo, mantém sua sede administrativa na capital paulista e atuação em 20 estados brasileiros e no Distrito Federal. Com a estratégia de manter o cliente no centro das suas decisões e melhor atendê-lo de acordo com o seu perfil, em seus mais variados momentos de compra, o GPA mantém uma atuação multinegócio e multicanal, com lojas físicas e operações de comércio eletrônico, distribuídas em cinco unidades de negócio: Multivarejo, que opera os formatos supermercado, hipermercado e minimercado, postos e drogarias com as marcas Pão de Açúcar e Extra; Assai, com atuação no segmento de atacado de autosserviço; Via Varejo, com as lojas físicas de eletroeletrônicos das bandeiras Casas Bahia e Pontofrio; GPA Malls, responsável pela gestão dos ativos imobiliários, projetos de expansão e inauguração de novas lojas e o segmento de e-commerce; Cnova, que consiste nas operações de Cnova Brasil, Cdiscount na França e seus sites internacionais.

**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