

Desempenho de Vendas 4º Trimestre/2011

Vendas brutas no conceito 'mesmas lojas' crescem 8,5% no período

São Paulo, Brasil, 12 de janeiro de 2012 - O Grupo Pão de Açúcar [BM&FBOVESPA: PCAR4 (PN); NYSE: CBD] e Globex Utilidades S.A. [BM&FBOVESPA: GLOB3] anunciam o desempenho das vendas do 4º trimestre de 2011 e do ano de 2011.

RESULTADO 4T11 DO GRUPO PÃO DE AÇÚCAR (GPA)

As vendas brutas totalizaram R\$ 15,132 bilhões, com crescimento de 20,1%, decorrente principalmente da consolidação dos resultados de Casas Bahia à operação de Globex, da expansão orgânica do Grupo (que se deu por meio da abertura de 20 novas lojas) e da performance destacada das bandeiras Assaí (recém reformulada para atender melhor o revendedor/transformador), Extra Supermercado (que apresenta crescimento acentuado em relação às antigas CompreBem e Sendas) e da Nova Pontocom (que retoma patamares elevados de crescimento e inclui novas categorias em seu portfólio). No ano, as vendas brutas totalizaram R\$ 52,681 bilhões.

	Vendas brutas mesmas lojas Δ%		Vendas brutas (R\$ bilhões)				Vendas líquidas (R\$ bilhões)			
	4T11	2011	4T11	Δ%	2011	Δ%	4T11	Δ%	2011	Δ%
GPA Alimentar	8,7%	8,0%	8,028	10,3%	28,431	8,8%	7,206	10,3%	25,578	8,9%
Alimentos	7,2%	7,5%								
Não-Alimentos	13,6%	9,6%								
Globex	8,4%	10,1%	7,104	33,5%	24,250	142,2%	6,165	37,1%	21,016	144,2%
Lojas Físicas	4,9%	7,0%								
Nova Pontocom	31,5%	25,1%								
E-Commerce	40,4%	34,6%								
Total GPA	8,5%	8,8%	15,132	20,1%	52,681	45,8%	13,371	21,2%	46,594	45,2%

DESEMPENHO DOS NEGÓCIOS

GPA Alimentar

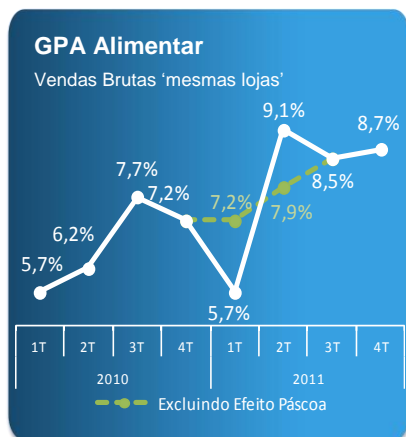
✓ Crescimento das vendas brutas 'mesmas lojas' de 8,7%, maior crescimento trimestral de 2011. As vendas de alimentos apresentaram crescimento de 7,2% no período, com destaque para a categoria Mercadoria (+8,3%).

✓ Destaque para a bandeira Extra, com (i) inclusão das 204 lojas Extra Supermercado (convertidas de CompreBem e Sendas) na comemoração de aniversário da bandeira e (ii) realização da primeira edição do "Black Friday" em lojas físicas, evento em que o Extra foi pioneiro no Brasil. A promoção impulsionou as vendas brutas 'mesmas lojas' de não-alimentos, com destaque para Eletrônicos, que cresceram 27,7%.

✓ Lançamento do Minimercado Extra, em substituição ao Extra Fácil, com área de venda maior e foco em perecíveis e serviços. No trimestre, 19 lojas foram convertidas para o novo formato, as quais apresentaram crescimento médio de 15%. No mesmo período, cinco novas unidades foram inauguradas.

✓ Êxito no reposicionamento do sortimento do Assaí, cujo público-alvo são os distribuidores e transformadores, com aumento do valor médio de compra do consumidor institucional.

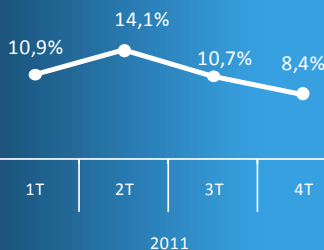
✓ No trimestre, em termos reais, ou seja, deflacionadas pelo IPCA, as vendas brutas cresceram 2,0%. Entre as bandeiras do Grupo, os destaques foram Extra Supermercado, Assaí e Minimercado Extra, cujas vendas brutas no conceito 'mesmas lojas' cresceram dois dígitos em termos nominais.



Globex

Globex

Vendas Brutas 'mesmas lojas'



✓ No trimestre, as vendas brutas 'mesmas lojas' avançaram 8,4%. Este crescimento foi composto pelo aumento de 4,9% nas lojas físicas e de 31,5% na Nova Pontocom (E-commerce cresceu 40,4%).

✓ Vale destacar o crescimento de 4,9% das lojas físicas, que foi impactado pela deflação de preços de algumas categorias ao longo do ano, como as de vídeo e de informática, com queda de 10% e 19%, respectivamente, além da redução do IPI no mês de dezembro. A queda do imposto, apesar de contribuir para o aumento das vendas da linha branca (refrigerador, fogão e lava-roupa), representa aproximadamente uma diminuição de 10% no preço final do período. Essa medida se estenderá até março de 2012. Apesar desses fatores, a Globex acredita ter aumentado seu *market share* no período.

✓ A Nova Pontocom conseguiu mais uma vez reforçar o papel da experiência de compra como um fator de diferenciação durante o Natal deste ano, mesmo com um aumento de 50% no volume de pedidos em dezembro. Para isso, a companhia reforçou sua área de atendimento, criou parcerias sólidas com transportadoras e revisou processos da cadeia do negócio.

✓ O 4º trimestre foi marcado pela entrada de Casas Bahia no estado do Ceará, o que reforça o processo de expansão de lojas no Nordeste.

PRÓXIMAS DATAS

Divulgação dos Resultados do 4T11 e 2011

Quinta-feira, 16 de fevereiro de 2012
Após o fechamento do mercado

Teleconferência e Webcast de Resultados 4T11 e 2011

Sexta-feira, 17 de fevereiro de 2012
11h (horário de Brasília) | 8h (NY) | 13h (Londres)

De acordo com as melhores práticas de governança corporativa, para assegurar a equidade e a transparência na divulgação dos resultados do 4T11 o Grupo Pão de Açúcar e a Globex Utilidades S.A. estarão em período de silêncio entre os dias 02 e 16 de fevereiro de 2012, após a divulgação dos resultados.

CONTATOS

Relações com Investidores – GPA e Globex

Fone: (11) 3886-0421
Fax: (11) 3884-2677
gpa.ri@grupopaodeacucar.com.br
Website: www.gpari.com.br
www.globex.com.br/ri

Casa do Cliente - Atendimento aos clientes

Pão de Açúcar: 0800-7732732 / Extra: 0800-115060
Ponto Frio: (11) 4002-3388/Casas Bahia: (11) 3003-8889

Relações com Imprensa - GPA

Fone: (11) 3886-3666
imprensa@grupopaodeacucar.com.br

Relações com Imprensa - Globex

Fone: (11) 4225-9228
imprensa@casasbahia.com.br

Social Media News Room

<http://imprensa.grupopaodeacucar.com.br/category/gpa/>

Twitter - Imprensa

@imprensagpa

As informações apresentadas são preliminares, não-auditadas e sujeitas à revisão. As informações foram calculadas com base em números consolidados e em Reais, de acordo com a Legislação Societária vigente.

Os cálculos de variação e crescimento tomam como base o mesmo período do ano anterior, exceto quando indicado de outra forma.

A base para o cálculo das vendas "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 Grupo Pão de Açúcar 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 2011 foi de 6,50%.

Sobre o Grupo Pão de Açúcar e Globex: O Grupo Pão de Açúcar é a maior companhia varejista no Brasil, com distribuição por meio de aproximadamente 1.800 pontos-de-venda e canais eletrônicos. A estrutura multiformato do Grupo é formada pelas operações do GPA Alimentar e da Globex. As operações do **GPA Alimentar** são compostas por supermercados (Pão de Açúcar e Extra Supermercado), hipermercados (Extra), lojas de proximidade (Minimercado Extra), atacarejo (Assaí), postos e drogarias. No GPA Alimentar, os negócios são divididos em Alimentos e Não-Alimentos (eletroeletrônicos, têxtil, bazar, drogaria e combustível). Já as operações da **Globex** são formadas por lojas físicas de eletroeletrônicos e móveis (Ponto Frio e Casas Bahia) e por comércio eletrônico (Nova Pontocom: Extra.com.br, PontoFrio.com.br, Casasbahia.com.br). Fundado em 1948, em São Paulo, o Grupo está presente em 20 dos 27 Estados brasileiros, que juntos representam 94,1% do PIB.

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 macro-econômicas 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.