

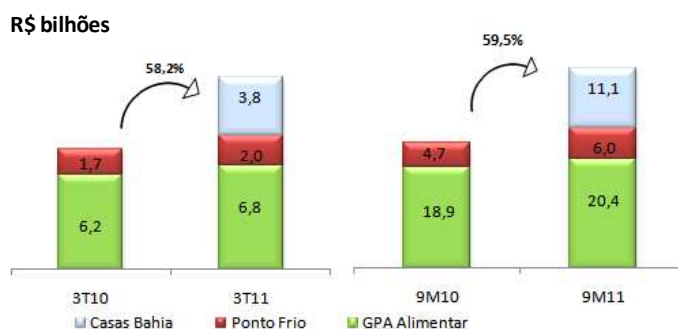
### 3º Tri./2011 - Vendas brutas no conceito 'mesmas lojas' crescem 9,5% no período

São Paulo, Brasil, 11 de outubro de 2011 - 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 3º trimestre de 2011 (dados não-auditados). As informações apresentadas a seguir foram calculadas com base em números consolidados e em Reais, de acordo com a Legislação Societária vigente.

#### Grupo Pão de Açúcar Consolidado

No 3T11, as vendas brutas do Grupo Pão de Açúcar (GPA), que inclui todos os formatos e negócios operados pelo Grupo, totalizaram R\$ 12.570,9 milhões, um crescimento de 58,2% em relação ao 3T10. Já as vendas líquidas atingiram R\$ 11.085,1 milhões, um aumento de 55,9% em relação ao mesmo período do ano anterior.

#### Desempenho de vendas brutas GPA Consolidado



A partir do 3T11, as operações de Casas Bahia passaram a compor a base 'mesmas lojas'. Nesse conceito, estão inclusas as vendas de Casas Bahia a partir de julho de 2010, data base da celebração do acordo de associação com Globex. Desta forma, as vendas brutas do GPA consolidado cresceram 9,5% em relação ao 3T10. As vendas líquidas aumentaram 10,6% no mesmo período.

Nos 9M11, as vendas brutas do Grupo Pão de Açúcar totalizaram R\$ 37.548,7 milhões, um crescimento de 59,5% em relação aos 9M10. Já as vendas líquidas alcançaram R\$ 33.223,6 milhões no período, um aumento de 57,8% em relação ao mesmo período do ano anterior.

No conceito 'mesmas lojas', as vendas brutas aumentaram 8,9% em relação aos 9M10, enquanto as vendas líquidas cresceram 9,6% em comparação ao mesmo período do ano anterior.

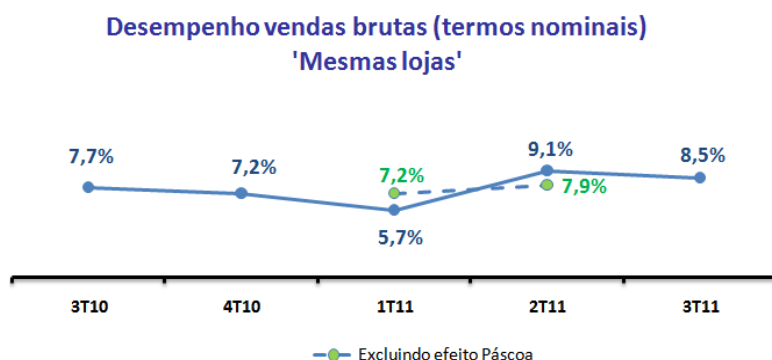
### GPA Alimentar<sup>(1)</sup>

No trimestre, o GPA finalizou a conversão das lojas CompreBem e Sendas para as bandeiras Extra, Pão de Açúcar e Assaí. O processo de conversão, iniciado há 18 meses, envolveu cerca de R\$ 230 milhões em investimentos e modernização de 221 lojas, sendo que 93 lojas foram convertidas somente no 3T11. Do total de lojas convertidas, 188 foram para o formato Extra Supermercado, 20 para Extra Hipermercado, 10 para Pão de Açúcar e 3 para Assaí.

Estas conversões fazem parte de um modelo de negócio, definido nos últimos dois anos, que atende as novas necessidades de consumo provenientes das mudanças socioeconômicas, do aumento de renda *per capita* e da alteração do perfil de consumo de cada microrregião em que as lojas CompreBem e Sendas atuavam. O modelo tem como principal diferencial a ampliação das seções de perecíveis, especialmente congelados, FLV (frutas, legumes e verduras), carnes e laticínios.

No 3T11, as vendas brutas e líquidas do GPA Alimentar totalizaram R\$ 6.833,9 milhões e R\$ 6.158,6 milhões, crescimentos de 11,8% e 12,3%, respectivamente.

No conceito 'mesmas lojas', as vendas brutas e líquidas cresceram 8,5% e 8,9%, respectivamente, em relação ao 3T10. Vale ressaltar que, no 1T11 e 2T11, o desempenho teve o impacto do efeito Páscoa, conforme demonstrado no gráfico abaixo. Em termos reais, ou seja, deflacionadas pelo IPCA Geral<sup>(2)</sup>, as vendas brutas cresceram 1,2% no 3T11.



Ainda no conceito 'mesmas lojas', as vendas de alimentos apresentaram crescimento de 8,2% no período, com destaque para as categorias de Perecíveis (+9,6%). Já as vendas brutas de não-alimentos cresceram 9,3%, com destaque para os Postos de Combustíveis (+14,5%) e Eletroeletrônicos (+12,6%).

(1) GPA Alimentar: considera Supermercado, Hipermercado, Postos de Gasolina, Drogeria e Atacarejo.

(2) 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. Valor do IPCA 12 meses utilizado foi de 7,31%.

Entre as bandeiras do Grupo, os destaques no 3º trimestre de 2011 foram o Extra Supermercado e o Assaí, cujas vendas brutas no conceito 'mesmas lojas' cresceram acima de 15%.

Nos **9M11, as vendas brutas do GPA Alimentar** totalizaram R\$ 20.402,5 milhões, um crescimento de 10,3% em relação aos 9M10. As vendas líquidas atingiram R\$ 18.371,7 milhões no período, um aumento de 10,6% em relação ao mesmo período do ano anterior.

No conceito 'mesmas lojas', as vendas brutas cresceram 7,7% em relação aos 9M10 e as vendas líquidas aumentaram 8,0% em relação ao mesmo período do ano anterior. Nesse mesmo conceito, as vendas brutas de produtos alimentícios apresentaram crescimento de 7,6%, e as vendas de não-alimentos cresceram 8,0% no 3T11.

### Globex

No **3T11, as vendas brutas totais de Globex**, que incluem as lojas do Ponto Frio, da Casas Bahia e da Nova Pontocom (operações de *e-commerce* do Pontofrio.com.br, Extra.com.br, Casasbahia.com.br e Atacado Ponto Frio) atingiram R\$ 5.737,0 milhões, um crescimento de 233,5% sobre o mesmo período do ano anterior. As vendas líquidas totais alcançaram R\$ 4.926,4 milhões e foram 225,3% superiores às vendas do 3T10.

A partir do 3T11, as operações de Casas Bahia passaram a compor a base 'mesmas lojas'. Nesse conceito, estão inclusas as vendas de Casas Bahia a partir de julho de 2010, data base da celebração do acordo de associação com Globex. Desta forma, os crescimentos das vendas brutas e líquidas de Globex no conceito 'mesmas lojas' foram de 10,7% e 12,5%, respectivamente. No mesmo critério, as vendas brutas das lojas físicas aumentaram 9,5% e da Nova Pontocom, 18,6%.

As vendas brutas da Nova Pontocom das operações de *e-commerce* (Pontofrio.com.br, Extra.com.br e Casasbahia.com.br), em bases comparáveis, cresceram 31,4% no 3T11. Incluindo a operação do Atacado Ponto Frio, o crescimento da Nova Pontocom foi de 18,6% no 3T11, conforme mencionado no parágrafo anterior. Importante mencionar que, na operação do Atacado Ponto Frio, houve mudança da central de distribuição de São Paulo para o Rio de Janeiro, o que impactou as vendas no período, e que promoverá uma maior integração e sinergia desta operação junto a seus clientes a partir do 4T11.

Em agosto/2011, os sistemas de *front-office* das 456 lojas do Ponto Frio foram trocados e passaram a operar na mesma plataforma operacional das lojas de Casas Bahia. Essa mudança trará velocidade à captura de sinergias nas lojas do Ponto Frio.

Nos **9M10**, as **vendas brutas da Globex** atingiram R\$ 17.146,2 milhões, aumento de 265,5% sobre o mesmo período no ano anterior. As vendas líquidas totalizaram R\$ 14.851,9 milhões no período, um crescimento de 261,5% em relação aos 9M10.

No conceito 'mesmas lojas', as vendas brutas cresceram 11,4% em relação aos 9M10. As vendas brutas da Nova Pontocom no mesmo conceito cresceram, em relação aos 9M10, 21,9%, com destaque para o *e-commerce*, que cresceu 31,4%.

**Orivaldo Padilha**

[orivaldo.padilha@grupopaodeacucar.com.br](mailto:orivaldo.padilha@grupopaodeacucar.com.br)

**Vitor Fagá**

[vitor.faga@grupopaodeacucar.com.br](mailto:vitor.faga@grupopaodeacucar.com.br)

**Bruno Salem Brasil**

[bruno.brasil@grupopaodeacucar.com.br](mailto:bruno.brasil@grupopaodeacucar.com.br)

**Marcel Rodrigues da Silva**

[marcel.rodrigues@grupopaodeacucar.com.br](mailto:marcel.rodrigues@grupopaodeacucar.com.br)

**Isabela Cadenassi**

[isabela.cadenassi@grupopaodeacucar.com.br](mailto:isabela.cadenassi@grupopaodeacucar.com.br)

**Relações com Investidores**

Fone: (11) 3886-0421

Fax: (11) 3884-2677

E-mail: [gpa.ri@grupopaodeacucar.com.br](mailto:gpa.ri@grupopaodeacucar.com.br)

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

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

As declarações contidas neste comunicado relativas à perspectiva dos negócios da Companhia, projeções de resultados operacionais/financeiros e relativas ao potencial de crescimento da Empresa constituem-se em meras previsões e foram baseadas nas 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.