



Desempenho de Vendas 4º Trimestre/2013

Receita bruta total cresce 14,9%, 'mesmas lojas' avança 10,8% no 4T13.
Crescimento 'mesmas lojas' atinge 9,0% em 2013.

São Paulo, Brasil, 13 de janeiro de 2014 - O GPA [BM&FBOVESPA: PCAR4 (PN); NYSE: CBD] e Via Varejo S.A. [BM&FBOVESPA: VVAR11 (Unit)] anunciam o desempenho das vendas do 4º trimestre de 2013.

(R\$ milhões)	Receita Bruta						Receita Líquida					
	4T13	4T12	Δ	2013	2012	Δ	4T13	4T12	Δ	2013	2012	Δ
GPA Consolidado (excl. Empr. Imob.)	18.782	16.342	14,9%	64.405	57.081	12,8%	16.887	14.530	16,2%	57.730	50.772	13,7%
GPA Alimentar (excl. Empr. Imob.)	10.045	8.751	14,8%	34.625	30.944	11,9%	9.240	7.887	17,2%	31.688	27.926	13,5%
Varejo	7.954	7.209	10,3%	27.812	25.864	7,5%	7.302	6.480	12,7%	25.414	23.286	9,1%
Atacado de Autosserviço	2.091	1.542	35,6%	6.814	5.080	34,1%	1.938	1.407	37,7%	6.273	4.639	35,2%
Nova Pontocom	1.593	1.178	35,3%	4.816	3.750	28,4%	1.415	1.067	32,6%	4.297	3.409	26,1%
Via Varejo	7.144	6.413	11,4%	24.963	22.387	11,5%	6.232	5.576	11,8%	21.746	19.438	11,9%
Empreendimentos Imobiliários	-	54	-	-	153	-	-	54	-	-	153	-

Crescimento receita bruta 'mesmas lojas'

	4T13	2013
GPA Consolidado	10,8%	9,0%
Por categoria		
Alimentos	9,8%	8,1%
Não Alimentos ⁽¹⁾	11,5%	9,6%
Por negócio		
GPA Alimentar	8,8%	6,6%
Nova Pontocom	35,3%	28,4%
Via Varejo	9,0%	9,0%

(1) Inclui as categorias de não-alimentos dos Hipermercados, Nova Pontocom e Via Varejo.

Desempenho de Vendas - Consolidado

A receita bruta no 4T13 totalizou R\$ 18,8 bilhões, com crescimento de 14,9%. Esse resultado foi favorecido pelo forte crescimento das vendas 'mesmas lojas' de 10,8%, seguindo a tendência da boa performance apresentada no trimestre anterior, com aceleração frente ao 4T12 em todos os negócios do Grupo, conforme detalhado abaixo:

✓ **Categoria de Alimentos: crescimento de 9,8%**, com aceleração em todas as categorias do Varejo Alimentar sobre o 3T13 – destaque para mercearia líquida – e extensão do *Black Friday* para alimentos em 2013, bem como promoções de aniversário que beneficiaram o Assaí no período. Esse crescimento de aproximadamente 4 pontos percentuais acima da inflação (IPCA) representa uma aceleração em relação aos primeiros trimestres do ano.

✓ **Categoria de Não-alimentos: crescimento de 11,5%**, com destaque para as categorias de tecnologia: telefonia, vídeo e informática, em todos os formatos operados, impulsionado pelas vendas do *Black Friday*. O 4T13 foi o melhor trimestre do ano para não-alimentos nos Hipermercados, que apresentaram recuperação das vendas ao longo de 2013.

A receita bruta totalizou R\$ 64,4 bilhões em 2013, impulsionada pelas vendas 'mesmas lojas' que atingiram 9,0% de crescimento, 3 pontos percentuais acima da inflação (IPCA), finalizando o ano com um ótimo desempenho e crescimento de cada negócio. A Companhia encerrou 2013 com 128 novas lojas, das quais 87 do GPA Alimentar e 41 lojas da Via Varejo. No 4T13 foram entregues 50 novas lojas.

Destques GPA Alimentar

✓ A receita bruta subiu 14,8% no 4T13, com aceleração de crescimento em todas as bandeiras do Varejo Alimentar, destaque para o Minimercado Extra, que segue apresentando crescimento 'mesmas lojas' superior à média do GPA Alimentar, e Assaí que continuou crescendo em ritmo elevado (35,6%). No conceito 'mesmas lojas', as vendas aumentaram 8,8%. Foram entregues 24 lojas no período, sendo 12 Minimercado, 6 Assaí, 4 Extra Super e 2 Pão de Açúcar.



- ✓ Após a abertura de 8 lojas nos 9M13, o Assaí inaugurou mais 6 lojas neste trimestre, com foco em estados já existentes, permitindo aumentar a escala de volume e fortalecer a posição frente a concorrentes diretos. Nos últimos 12 meses, foram entregues 14 novas lojas, sendo 8 inaugurações em 5 novos estados, que seguem apresentando resultado acima do esperado.
- ✓ No Varejo, o crescimento acelerou trimestre após trimestre em todas as bandeiras, atingindo 10,3% no 4T13, resultado da implementação da estratégia de competitividade comercial no primeiro semestre de 2013, alavancada por uma comunicação mais assertiva nas lojas e mídias. Essa estratégia já reflete um maior fluxo de clientes para as lojas, aumento de ticket médio e ganhos de *market-share*, especialmente nos Hipermercados.
- ✓ As vendas do Varejo no 4T13 também foram beneficiadas pela excelente performance da ação promocional *Black Friday*, que foi estendida para as categorias de alimentos, com destaque para produtos perecíveis e mercearia líquida. A categoria de não-alimentos no formato de Hipermercado também foi impulsionada pelo *Black Friday* e apresentou recuperação de vendas por mais um trimestre, impulsionada pelo eletro que alcançou o maior crescimento do ano, com destaque para as linhas de telefonia e vídeo.

Destaques Nova Pontocom

- ✓ Crescimento de receita bruta de 35,3% no 4T13, refletindo a estratégia de ajuste na política de preços implementada em 2013, que resultou em aumento de competitividade. Por mais um trimestre, ocorreu significativo incremento no fluxo de clientes dos websites, bem como uma melhoria na taxa de conversão. Cabe ressaltar o relevante impacto da *Black Friday*, que apresentou um valor recorde de vendas no calendário da Nova Pontocom.
- ✓ Em 2013, a Nova Pontocom cresceu acima do mercado, com sinalização de ganhos de *market-share*. Este desempenho foi impulsionado pela aceleração do crescimento ao longo do ano, especialmente a partir do 3T13, quando ganhos de eficiência em processos, investimentos estratégicos e avanços no nível de serviço se consolidaram.

Destaques Via Varejo

- ✓ Receita bruta totalizou R\$ 7,1 bilhões no 4T13, com crescimento 'mesmas lojas' de 9,0% e total lojas de 11,4%, mantendo o ritmo de crescimento dos períodos anteriores. Foram entregues 26 novas lojas, sendo 24 Casas Bahia e 2 Pontofrio.
- ✓ O 4T13 foi marcado pelo desempenho de vendas no *Black Friday* em Ponto Frio e Casas Bahia, que registrou recorde histórico de vendas para a Companhia em um único dia e tornou ambas as bandeiras uma referência para o consumidor nesta data, além das ações de Natal e Dia das Crianças, que também contribuíram para o resultado. Destaque para as categorias de telefonia e informática, que mantiveram a tendência de alto crescimento dos períodos anteriores, confirmando a manutenção do ciclo de consumo de tecnologia no país.

Contatos

Relações com Imprensa - GPA

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

Relações com Imprensa - Via Varejo

Telefone: (11) 4225-9228
imprensa@viavarejo.com.br

Social Media News Room

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

Twitter - Imprensa

@impresagpa

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 Investidores

GPA

Telefone: (11) 3886-0421
Fax: (11) 3884-2677
gpa.ri@grupopaodeacucar.com.br
www.gpari.com.br

Via Varejo

Telefone: (11) 4225-9516
Fax: (11) 4225-9596
ri@viavarejo.com.br
www.viavarejo.com.br/ri

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 GPA adota como indicador de inflação o IPCA, 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 2013 foi de 5,91%.

Sobre o GPA e Viavarejo: O GPA 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 e da Viavarejo. As operações do GPA são compostas pelo varejo alimentar (supermercados da bandeira Pão de Açúcar e hipermercados, supermercados e lojas de proximidade da bandeira Extra), atacado de autosserviço (Assaí), GPA Malls, postos e drogarias e comércio eletrônico (Nova Pontocom: Extra.com.br, PontoFrio.com.br, Casasbahia.com.br). No GPA Alimentar, composto pelo varejo alimentar e atacado de autosserviço, os negócios são divididos em Alimentos e Não-Alimentos (eletroeletrônicos, têxtil, bazar, GPA Malls, drogaria e combustível). Já as operações da Viavarejo são formadas por lojas físicas de eletroeletrônicos e móveis (Ponto Frio e Casas Bahia). 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.