

Dezembro/08 - Vendas brutas no conceito 'mesmas lojas' apresentam crescimento de 7,3%

São Paulo, Brasil, 05 de janeiro de 2009. O Grupo Pão de Açúcar [NYSE: CBD; BOVESPA: PCAR4 (PN)] anuncia a performance das vendas de dezembro de 2008 (preliminares não-auditadas). As informações apresentadas a seguir foram calculadas com base em números consolidados e em Reais, de acordo com a Legislação Societária vigente.

Em dezembro, as vendas brutas do Grupo Pão de Açúcar apresentaram crescimento de 9,3% em relação ao mesmo mês do ano anterior, totalizando R\$ 2.355,6 milhões. Já as vendas líquidas atingiram R\$ 2.037,1 milhões, um aumento de 12,6% no período.

No conceito 'mesmas lojas', as vendas brutas cresceram 7,3%, a melhor performance do mês de dezembro desde 2004, com crescimento real estimado de 0,9% quando deflacionadas pelo IPCA – Índice Geral ⁽¹⁾, enquanto nas vendas líquidas o incremento nominal foi de 10,5%. Esse desempenho teria sido de 9,4% desconsiderando o impacto do efeito calendário (um final de semana a menos em relação ao ano anterior). Além disso, outro ponto importante foi a base de comparação mais forte para dezembro de 2008 em relação aos meses anteriores, visto que em dezembro de 2007 a Companhia apresentou um crescimento de 3,5% (vide gráfico abaixo).

Ainda no conceito 'mesmas lojas', os produtos alimentícios apresentaram crescimento em vendas brutas de 7,8% no período, com progressões nas categorias Mercearia e Perecíveis. Já as vendas de não-alimentos aumentaram 6,0%, com destaque para a categoria Têxtil.

Entre as bandeiras do Grupo, os destaques foram Pão de Açúcar, Extra, Assai e Extra.com.br, com crescimentos de vendas superiores à média da Companhia. Além disso, o Grupo continuou a apresentar crescimento no tráfego de clientes e ticket médio.

No 4º trimestre, as vendas brutas da Companhia cresceram 15,3%, alcançando R\$ 5.923,0 milhões e as vendas líquidas totalizaram R\$ 5.143,3 milhões, montante 18,8% superior em relação ao mesmo período de 2007.

No conceito 'mesmas lojas', as vendas brutas e líquidas cresceram 10,4% e 13,7%, respectivamente. Os produtos não-alimentícios apresentaram progressões de 11,0% no mesmo conceito 'mesmas lojas' enquanto os produtos alimentícios cresceram 10,2% no mesmo critério.

Em 2008, o Grupo registrou faturamento bruto de R\$ 20.857,3 milhões e as vendas líquidas totalizaram R\$ 18.033,7 milhões, o que representam crescimentos de 18,2% e 21,0% respectivamente, em comparação ao ano anterior. No conceito 'mesmas lojas', as vendas brutas cresceram 8,5% no ano, superior ao "guidance" definido para 2008 e com incremento real estimado de 2,6% quando deflacionadas pelo IPCA – Índice Geral ⁽¹⁾. Já as vendas líquidas cresceram 11,0% nominalmente. Apesar do desempenho expressivo verificado em não-alimentos, que registrou crescimento de dois dígitos, a performance de alimentos também foi importante para o resultado do Grupo apesar da redução de inflação verificada no índice IPCA - Alimentos no mesmo período.

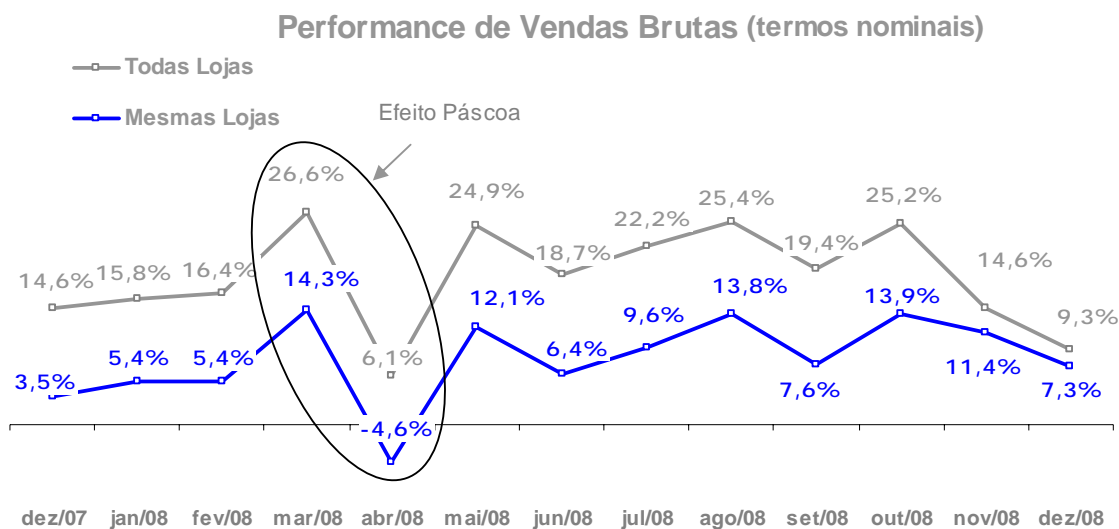
O forte crescimento apresentado pela Companhia no ano se deve aos seguintes fatores: (i) a adoção de uma política consistente de "pricing", que tem proporcionado resultado em níveis de competitividade mais agressivos em cada bandeira e região; (ii) realização de um trabalho profundo de ajuste de sortimento por

Dezembro/08 - Vendas brutas no conceito 'mesmas lojas' apresentam crescimento de 7,3%

região e perfil sócio-econômico do consumidor por meio da clusterização implementada ao longo do ano e com reflexos positivos nas vendas; e (iii) implementação de uma estratégia de marketing mais especializada que considera as necessidades específicas do consumidor e respeita o sortimento e o "pricing" de cada região. A implementação dessa política permitiu ao Grupo apresentar um crescimento sustentável, acompanhado do incremento no tráfego de clientes o que proporciona ganhos de *market share*, aumento de volume e também do ticket médio.

Conforme comentado anteriormente, a partir de janeiro de 2009, o Grupo Pão de Açúcar passará a divulgar a prévia da performance de vendas trimestralmente, em substituição aos relatórios mensais de vendas divulgados atualmente. Essa mudança no processo de comunicação tem por objetivo diminuir a volatilidade das ações, provocada pelo foco excessivo do mercado sobre a performance de curto prazo de vendas, garantindo maior alinhamento das estimativas de mercado com o "guidance" de crescimento das vendas da Companhia, em base anual.

(1) A Companhia vem adotando como indicador de inflação o IPCA – Índice Geral, que também é utilizado pela ABRAS (Associação Brasileira de Supermercados), e não o IPCA – Alimentação, pelas seguintes razões: (i) incompatibilidade de cestas (o IPCA – Alimentação não contempla todo o mix de produtos e marcas comercializados pela Companhia, como por exemplo, perfumaria e limpeza); (ii) perfis das famílias (o peso do produto na composição do IPCA – Alimentação é determinado pela Pesquisa de Orçamento Familiar (POF), que considera famílias com renda de 1 a 40 salários mínimos. Exemplo: o arroz no IPCA representa 3,61% enquanto no GPA participa com 1,30% do alimentar); e (iii) importância do canal/ região (o peso das regiões/ canais de compras também são destoantes do que seria comparável com o GPA).



Obs: As vendas no conceito 'mesmas lojas' incluem lojas com no mínimo 12 meses de operação.

Declarações contidas neste comunicado relativo à perspectiva dos negócios da Companhia, projeções de resultados operacionais e 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.

GRUPO PÃO DE AÇÚCAR

Daniela Sabbag
Relações com Investidores

Fone: (11) 3886-0421
Fax: (11) 3884-2677

E-mail: gpa.ri@grupopaodeacucar.com.br
website: www.gpari.com.br