



15 de Outubro de 2021

## Apresentação ao Mercado



# Resumo da Transação



## Otimização total da plataforma Extra Hiper por meio de uma transação estratégica entre GPA e Assaí

Visão Geral	<ul style="list-style-type: none"><li>• Em 15 de Outubro de 2021, GPA e Assaí formalizaram um acordo vinculante para uma transação transformacional:<ul style="list-style-type: none"><li>– GPA irá acelerar seu plano de expansão com foco nas bandeiras de maior rentabilidade e performance, e da liderança no <i>E-commerce</i> alimentar</li><li>– Assaí irá acelerar sua rota em direção a liderança absoluta no setor de Cash &amp; Carry no Brasil</li></ul></li></ul>
Descrição & Perímetro	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conversão de 71 lojas Extra Hiper ao formato C&amp;C por Assaí (aprox. 70% do total da Plataforma Extra Hiper) :<ul style="list-style-type: none"><li>– 32 lojas mantidas no GPA: 28 lojas convertidas para bandeiras de maior rentabilidade <i>Pão de Açúcar e Mercado Extra</i>; (-) 4 lojas desinvestidas</li><li>– 71 lojas transferidas ao Assaí</li></ul></li></ul>
Valor da Transação e Pagamento	<ul style="list-style-type: none"><li>• Valor total de R\$ 5,2 bi<sup>(1)</sup> incluindo lojas e imóveis próprios do GPA:<ul style="list-style-type: none"><li>– R\$ 4,0 bi correspondente às lojas – escopo principal do MoU com Assaí</li><li>– R\$ 1,2 bi correspondente aos imóveis – escopo do MoU com fundo imobiliário, mas sujeito a compromissos do Assaí</li><li>– Pagamento inicial em Dez/2021 e 5 parcelas entre 2022 até 2024, corrigidos por CDI + 1,2% <i>a.a.</i></li></ul></li></ul>
Novo GPA	<p><b>Recursos relevantes para acelerar o crescimento nas bandeiras mais lucrativas</b></p> <p><b>Mudança Transformacional para +60% das Vendas vindo do Pão, Proximidade &amp; E-com</b></p> <p><b>Melhoria da margem EBITDA &amp; LL com impacto positivo de desalavancagem</b></p>

(1) Valor base de R\$ 5.2 bi sujeito a ajustes imateriais; possibilidade de o Assaí adquirir equipamentos das lojas também está contemplado no acordo.

# Resumo da Transação



## Otimização total da plataforma Extra Hiper por meio de uma transação estratégica entre GPA e Assaí

Valuation Atrativo	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Valor total para o GPA representa 0.6x da Receita Bruta UDM de R\$8.7 bi do perímetro de lojas Hiper transferidas</b><ul style="list-style-type: none"><li>– Múltiplo superior ao EV / Sales<sup>(1)</sup> de mercado do GPA consolidado: 0,3x</li><li>– Avaliação rica, considerando a geração de caixa e o perfil de lucro operacional do perímetro vendido</li></ul></li></ul>
Posição Financeira Sólida	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Forte fluxo de recursos para suportar investimentos de crescimento e criar impacto de desalavancagem relevante</b><ul style="list-style-type: none"><li>– R\$ 1 bi+ em investimentos nas bandeiras mais atrativas do portfólio</li><li>– Aprox. R\$4,0 bi<sup>(2)</sup> de caixa livre para iniciativas de crescimento e desalavancagem</li></ul></li></ul>
Governança	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Aprovação da transação exclusivamente com base nos votos dos membros independentes do C.A.</b><ul style="list-style-type: none"><li>– Cumprimento rigoroso das políticas de RPT por GPA e Assaí</li><li>– Membros indicados pelo acionista controlador abstiveram-se de votar</li><li>– Assessores financeiros e jurídicos independentes e <i>fairness opinion</i> para suportar negociação e tomada de decisão</li></ul></li></ul>

(1) Considera números pre-IFRS de EV-Enterprise Value e perspectiva de 90 dias VWAP de 15/Out/2021.

(2) Recursos estimados após impostos cash e impactos não recorrentes da transação; não inclui dividendos não recorrentes e impactos de capital de giro.

# Racional Estratégico para o GPA Brasil



Oportunidade única de focar nas bandeiras mais promissoras e rentáveis *Premium & Proximidade e E-com alimentar* no Brasil

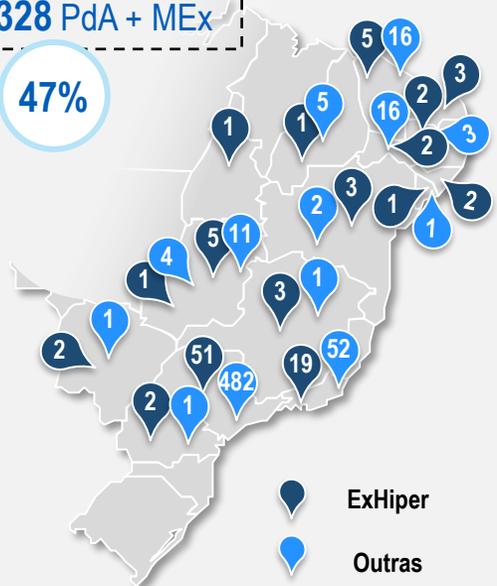
## Pré Transação

698 Lojas  
328 PdA + MEX

47%

Pré Transação Set/21

	182
	146
	239
	28
(=) Op. Cont.	595
	103
<b>TOTAL</b>	<b>698</b>

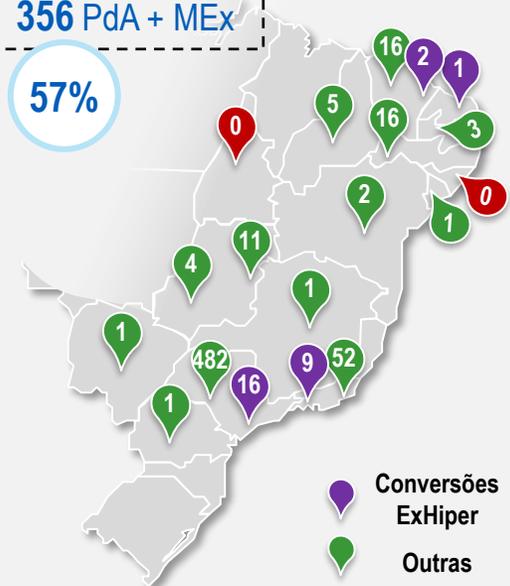


ExHiper  
Outras

## Proforma Pós Transação<sup>(1)</sup>

623 Lojas  
356 PdA + MEX

57%



Conversões ExHiper  
Outras

- Aumento de +28 lojas Pão e Mercado Extra no curto prazo, +8,5% Vs. base atual

- 6 meses de reformas e 6 meses para maturidade de performance em nível Pão e Mercado Extra
- Apenas 4 lojas para desinvestir, representando uma eficiência quase ótima da plataforma, com futuros impactos positivos de monetização das lojas citadas

- Risco de execução mitigado, em uma única transação, permitindo a rápida desmobilização de toda a plataforma Extra Hiper

- Transação intra-grupo econômico
- Agilizar o plano de desmobilização Vs. múltiplos esforços de vendas, permite atingir mais rapidamente uma estrutura mais eficiente

- Maior foco para entregar crescimento nas bandeiras mais promissoras do GPA no Brasil

## Lojas mantidas

## Visão Proforma Pós Transação<sup>(1)</sup>



32 lojas

<b>Pós Transação Set/21</b>	
Lojas Atuais	698
Extra Hiper	(103)
Conversões	28
<b>TOTAL</b>	<b>623</b>



14 Lojas



14 Lojas

✗ 4 Lojas

Nota: Número de lojas não considera Postos e Drogarias.

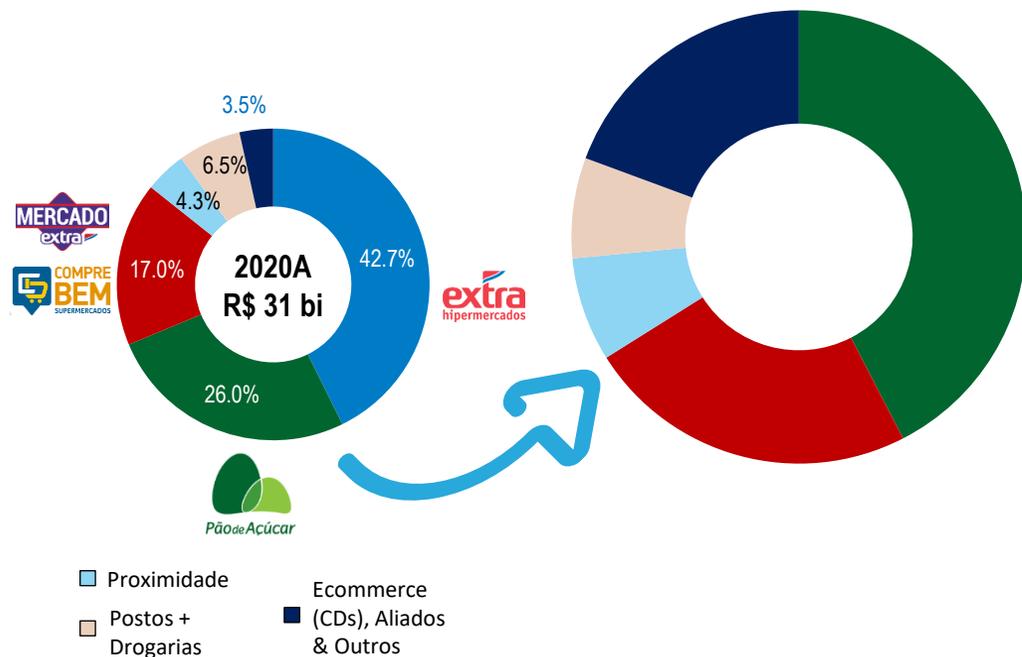
(1) Visão proforma com base nas lojas existentes em Set/21, contemplando as conversões de Extra Hiper (sem plano de expansão)..

# Fortalecimento das competências centrais nos segmentos mais atraentes



O novo GPA Brasil apresentará uma **mudança relevante para +60% das vendas** vindo do Pão, Proximidade e *E-com alimentar*

- **Expansão acelerada para bandeiras com maior margem e rentabilidade**, adicionando e reformando lojas *Premium Pão* e *Minuto*
- **Fortalecimento da plataforma regional** com reformas do **Mercado Extra** e maturidade do **Compre Bem**; tornando-se cada vez mais competitivos vs. *players* regionais



## Expansão orgânica de formatos Premium & consolidados



**R\$ 8,1 bi** Receita Líquida 21LTM

**Expansão 21-24:**  
**+100** novos PdA, incluindo 14 conversões de E-Hiper  
**+100** novos Minuto  
**Reformas de +135** lojas

## Crescimento e Maturação de plataforma regional



**R\$ 4,9 bi** Receita Líquida 21LTM

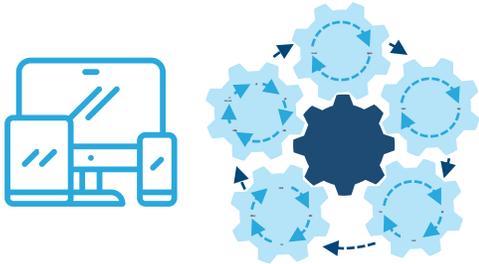
**+14** conversões M-Extra  
**+50** lojas reformadas  
 Potenciais M&A em oportunidades estratégicas

# Com Desenvolvimento Contínuo no *Digital Omnichannel*



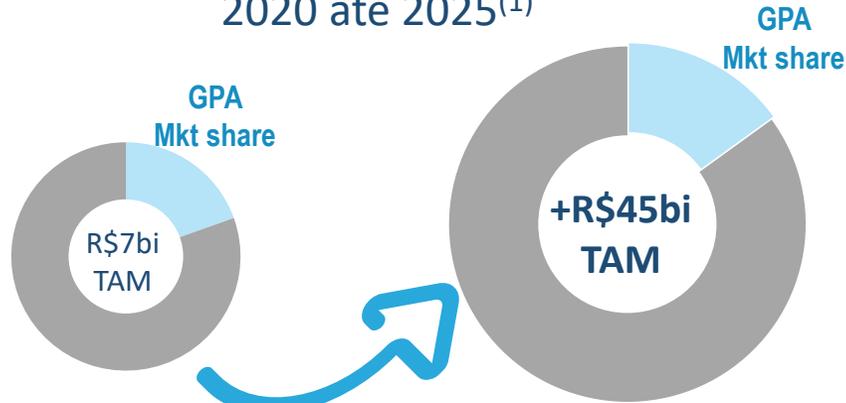
Melhor posicionamento para desempenhar papel cada vez mais relevante em *E-com alimentar* com TAM crescente e pouco penetrado

## Aumento de escala na Plataforma Digital



## Mercado Digital Alimentar

2020 até 2025<sup>(1)</sup>



**+R\$1,7 bi GPA GMV 21E**

- **Acelerar *E-com* com estratégia diferenciada em todas as bandeiras**
  - Foco principal em Alimentar e *Home Care*
  - Clube Extra continua sendo facilitador para experiência digital no Mercado Extra
  - Grandes oportunidades de expansão em torno do universo alimentar, como equipamentos para cozinha, bazar para mesa e *Home Care*
  - Oferta combinada incluindo LastMilers e James para fornecer melhor UX
- **Alavanca de valor adicional em B2B2C com Aliados, via desenvolvimento de sistemas e soluções**



### Frequência + Recorrência

Alimentos (principalmente frescos) como *core*



### Marcas Top of Mind

**extra** Pão de Açúcar



### Presença Logística Nacional

Aprox. 700 Lojas / Hubs  
Capacidades Last Mile



### Estratégia de Lucratividade para One-Stop-Shop

Core / maior margem = 1P  
Adjacente / Take Rate = 3P



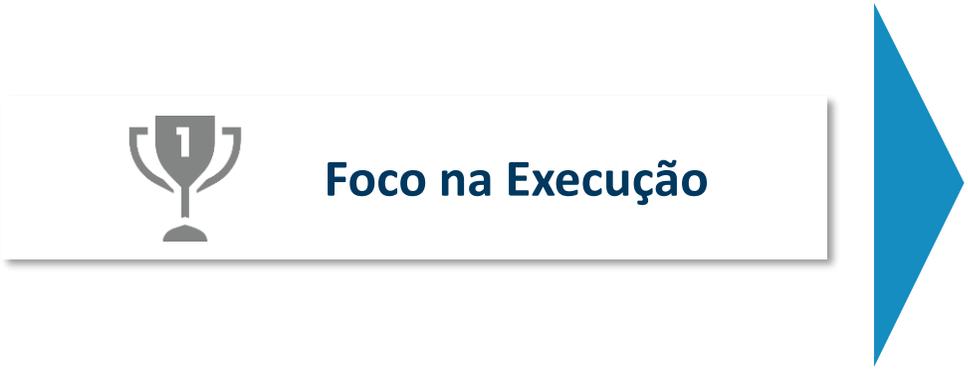
### Grande data base de clientes

+21 mi clientes registrados  
+17 mi downloads do app

# Caminho claro para direcionar foco na execução e maximizar resultados



Esforços de **simplificação** para atingir **estrutura mais enxuta e com maior eficiência**



- **Transição para simplificar a estrutura interna da companhia**
  - Descontinuidade da bandeira Extra Hiper e redimensionamento de estruturas logísticas e de suporte
  - Plano de transição para ocorrer de 4T21 à 4T22
  - Redução relevante em despesas corporativas

- **Estrutura mais enxuta e recursos relevantes da transação que permitirão maior foco na execução da estratégia central**

**Digital**

**Líder em E-com Alimentar** com **forte execução** na experiência *Digital Omnichannel* a clientes & parceiros, e abordagem estratégica seletiva de oportunidades de *E-com* não alimentar

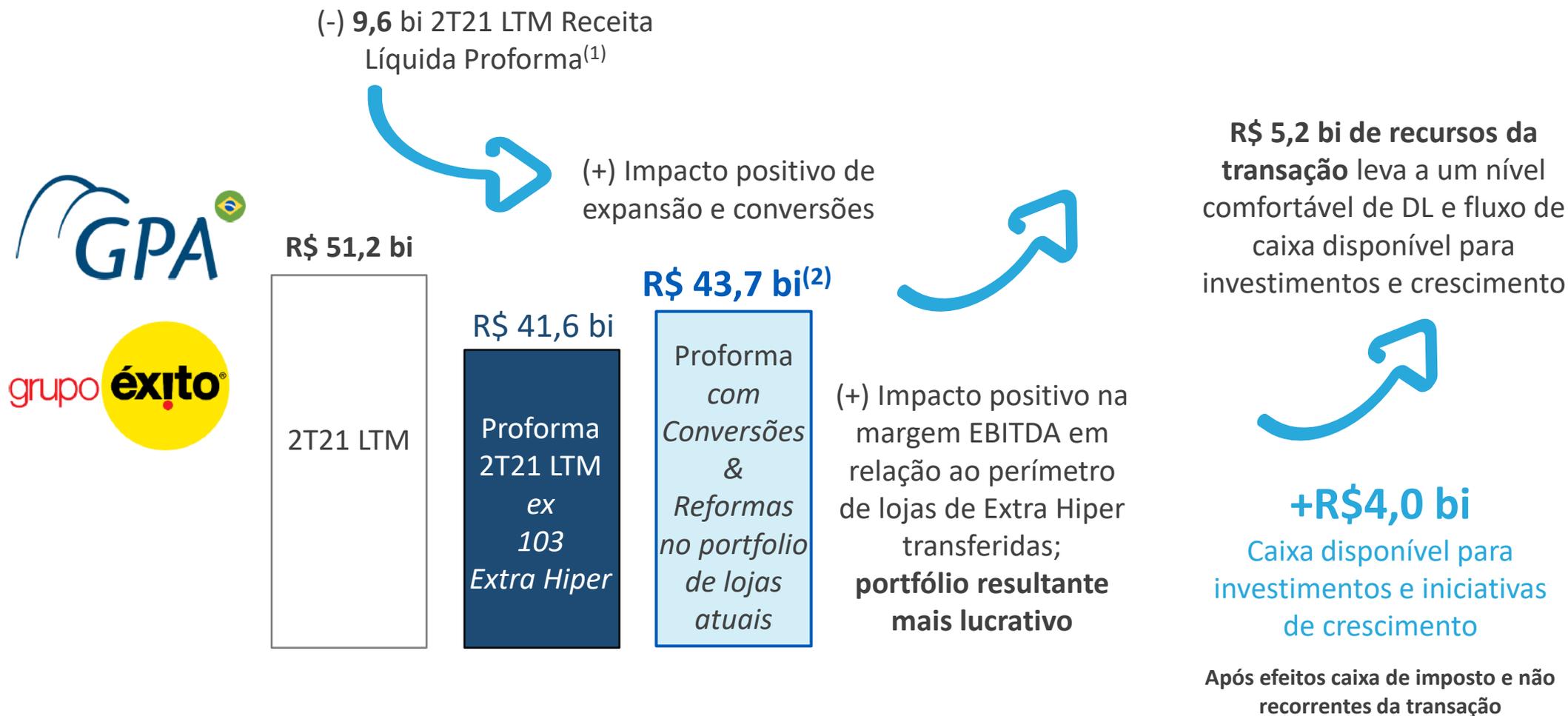
**B&M**

Marcas de alta **qualidade & lucratividade**, com **claras avenidas de crescimento**

**Maturação e aumento de rentabilidade** dos principais formatos

# Desempenho Financeiro Sólido e Benefícios Decorrentes da Transação

Melhoria de margem EBITDA com mix & perfil de **Bottom Line** mais favorável, se beneficiando de **impacto positivo de desalavancagem**



(1) Receita Líquida Proforma de 103 E-Hiper.

(2) Proforma 2T21 LTM considera +28 lojas convertidas de E-Hiper para PdA e Mex e 185 lojas reformadas (sem plano de expansão). Receita líquida considerada na maturidade.

# Varejista alimentar #1 na América do Sul, com portfólio diversificado de marcas líderes no Brasil, Colômbia, Uruguai e Argentina



## Principais takes



### Foco na Execução da Estratégia Core

O impacto transformacional da transação irá acelerar nossa expansão com foco em bandeiras de maior lucratividade e performance



**#1 Varejista e E-com alimentar**, com presença **nacional no Brasil**, estratégia multiformato e presença líder na Colômbia, Uruguai e Argentina através do Grupo Éxito



**Aceleração da plataforma digital**, integrando nosso **portfólio de alta e ampla gama de produtos** com uma enorme base de clientes



**Aprimoramento da Excelência Operacional**, com Inovação Contínua e Fortalecimento da Proposta de Valor de nossas Bandeiras



**Múltiplas alavancas de crescimento, baixa alavancagem e recursos relevantes da transação** para aproveitar oportunidades e fomentar o crescimento em todas as iniciativas estratégicas



Varejista Alimentar na América do Sul<sup>(1)</sup>



Varejista e E-com alimentar no Brasil e Colômbia

(1) Liderança baseada em Receita.

## Próximos Passos

1. **Processo de diligências**
2. **Acordos Definitivos**
3. **Proprietários de Imóveis de Lojas Transferidas e Sindicatos**
4. **Desmobilização Operacional das lojas Extra Hiper**

**Objetivo: Conclusão entre 4Q21 – 1Q22**