



# APRESENTAÇÃO CORPORATIVA

Agosto 2022



# Aviso Legal

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 macroeconômicas 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.



# AGENDA



## GPA Consolidado

- Desempenho Financeiro
- ESG
- Conselho e Diretoria Estatutária

## GPA Brasil

- Novo GPA
- Destaques Operacionais 2021
- Plataforma e-commerce
- Marcas GPA Brasil

## Grupo Éxito

- Destaques Operacionais 2021
- Plataforma e-commerce
- Marcas Grupo Éxito



---

**GPA Consolidado**



---

**GPA Brasil**



---

**Grupo Éxito**



**GPA Consolidado**



**GPA Brasil**



**Grupo Éxito**

# Somos um dos Maiores Varejista de Alimentos da América do Sul



Varejista de alimentos da **América do Sul**  
1.429 lojas<sup>1</sup>



Um dos maiores empregadores varejistas da América do Sul  
96m+ colaboradores

**Cnova**

O GPA detém 34% de participação da Cnova<sup>2</sup>



**R\$ 51,3 bi**  
Receita Líq. em 2021



**R\$ 3,8 bi** (margem de 7,4%)  
EBITDA em 2021



- Lojas: 503
- Receita bruta: **R\$ 20,7 bi**
- Receita líquida: **R\$ 18,8 bi**
- EBITDA<sup>3</sup>: **R\$ 1,7 bi**
- Margem EBITDA<sup>3</sup>: **9,1%**



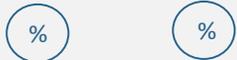
- Lojas: 25
- Receita bruta: **R\$ 2,0 bi**
- Receita líquida: **R\$ 1,7 bi**
- EBITDA<sup>3</sup>: **R\$ 58 mm**
- Margem EBITDA<sup>3</sup>: **3,3%**



- Lojas: 809 / 669<sup>4</sup>
- Receita bruta: **R\$ 29,0 bi**
- Receita líquida: **R\$ 26,9 bi / R\$ 16,2 bi<sup>4</sup>**
- EBITDA: **R\$ 1,8 bi / R\$ 1,4 bi<sup>4</sup>**
- Margem EBITDA: **6,9% / 8,8%<sup>4</sup>**



- Lojas: 92
- Receita bruta: **R\$ 4,6 bi**
- Receita líquida: **R\$ 1,8 bi**
- EBITDA<sup>3</sup>: **R\$ 382 mm**
- Margem EBITDA<sup>3</sup>: **9,9%**



Participação na Receita      Participação no EBITDA

1 Considera as lojas de hipermercados que serão convertidas; 2 Empresa de e-commerce francesa, listada na Euronext; 3 Calculado com a média ponderada do valor divulgado no COP; 4 Número Pro Forma (operações excluindo hipermercados e drogarias)



# Execução Bem-sucedida

## Gerando Resultados Expressivos: 2021 vs. 2020

	 Crescimento SSS	 Receita Líquida Crescimento	 Penetração Digital	 Margem EBITDA Ajustada
<b>GPA Brasil</b> 🇧🇷 (operações excluindo hipermercados e drogarias)	<b>+1,0%</b>	<b>-0,3%</b>	<b>7,9%<sup>2</sup></b> 2,9 p.p.	<b>8,8%</b> 0,8 p.p.
<b>Grupo Éxito</b> 🇨🇴	<b>+7,7%</b>	<b>+10,5%<sup>1</sup></b>	<b>9,9%<sup>3</sup></b> -0,6 p.p.	<b>8,8%</b> 0,5 p.p.

1 Moeda constante

2 Receita Bruta Digital / Receita Bruta Alimentos

3 Receita Líquida Digital / Total GMV; relacionado à Éxito Colômbia

# Construindo uma nova agenda socioambiental



## GPA Brasil



**Redução das emissões de gases de efeito estufa (GEE):** redução de 6,9% nas emissões de escopo 1 e 2 em relação à 2020



**88% do consumo de energia** das lojas migrado para o Mercado Livre de Energia

Alcance de **36,9% de mulheres ocupando cargos de liderança**



Programa dedicado ao **Desenvolvimento de colaboradores Negros e Negras** em parceria com a Universidade Zumbi dos Palmares. Ao todo são 131 participantes e a previsão de conclusão do curso é em abril de 2022

Mais de **5 mil toneladas de alimentos doados** para instituições sociais parceiras do Instituto GPA, beneficiando mais de 500 mil famílias em todo o Brasil



**Mais de 3.800 toneladas de alimentos de hortifruti** doadas a bancos de alimentos e instituições parceiras

## Grupo Éxito



Mais de **20 mil toneladas** de resíduos de fundo de loja reciclados durante 2021 e **788 toneladas de resíduos pós-consumo coletadas** de nossos clientes – aumento de 500% em relação a 2020



Bandeira **Carulla Fresh Market** terá selo de **carbono neutro** – 21 lojas já foram re-certificadas em 2021



**36,6% de mulheres em cargos de liderança** – aumento de 5 p.p. em relação a 2020

**29 mil colaboradores treinados em temáticas de diversidade e inclusão**, seguindo o compromisso de obter o Selo Ouro Equipares (atualmente o Grupo Éxito possui o Selo Prata)



Por meio da Fundação Éxito, alcançamos em 2021, **mais de 70 mil crianças beneficiadas** pelo programa Zero Desnutrição

Doação de **934 toneladas de alimentos e 111 toneladas de não alimentos** a bancos de alimentos e fundações



Índice de Sustentabilidade Empresarial  
(ISEB3)

Único varejista de alimentos



Carbon Disclosure  
Programme

**A-/A**

(CDP)



Financial Times Stock Exchange

**2,9/5**

(FTSE4GOOD)



Morgan Stanley Capital International

**BBB/AAA**

(MSCI)



Índice Carbono Eficiente  
(ICO2)

# Destaque de Governança

## Listagem no Novo Mercado

O segmento com o mais alto nível de governança corporativa da B3

- Comitê de Sustentabilidade e Diversidade
- Comitê Financeiro
- Comitê de Auditoria
- Comitê de Recursos Humanos e Governança Corporativa
- Comitê de Inovação e Transformação Digital

A companhia recebeu o selo pelo 25º Aniversário de Listagem na NYSE



## Conselho Fiscal



**Erick Aversari Martins**  
Membro Efetivo



**Líbano Barroso**  
Presidente – Membro Efetivo



**Doris Beatriz França**  
Membro Efetivo

## Conselho da Administração

**Arnaud Strasser**  
Co-Vice Presidente

**Hervé Daudin**  
Membro

**Rafael Russowsky**  
Membro

**Luiz Augusto Castro Neves**  
Membro Independente

**Jean-Charles Naouri**  
Presidente



**Ronaldo labrudi**  
Co-Vice Presidente

**Christophe Hidalgo**  
Membro

**Renan Bergmann**  
Membro Independente

**Eleazar de Carvalho Filho**  
Membro Independente



**GPA Consolidado**



**GPA Brasil**



**Grupo Éxito**

# GPA Brasil

A Diretoria Executiva é formada por profissionais com experiência de mercado e tem como principal atribuição seguir as diretrizes relativas à gestão dos negócios estabelecidas pelo Conselho de Administração

## Nossos Valores

- Paixão pelo(a) cliente
- Fazer simples e bem feito
- Atitude para inovar
- Deixa comigo
- Juntos(as), pelo resultado hoje e sempre



**Marcelo Pimentel**

CEO



**Guillaume Gras**

CFO & DRI



**Fred Garcia**

COO



**Marcelo Rizzi**

CTO



**Joaquim Sousa**

CCO



**Mirella Gomiero**

RH &  
Sustentabilidade



**Laurent Cadillat**

Planejamento  
Estratégico

# Novo GPA Brasil

Focado no crescimento sustentável do Novo GPA foram definido os 6 pilares do Planejamento Estratégico



**01 TOP LINE**  
Foco na venda incremental da empresa

**02 NPS**  
Garantir satisfação do nosso cliente

**03 DIGITAL**  
Oferecer uma experiência verdadeiramente omnichannel

**04 EXPANSÃO**  
Expandir operação de forma consciente e sustentável

**05 RENTABILIDADE**  
Promover saudabilidade financeira da empresa com melhorias de eficiência

**06 ESG & CULTURA**  
Transformação da empresa para se fortalecer como uma empresa consciente

Para cada Pilar temos um DIREX como Sponsor, que acompanhará o seu desenvolvimento e contribuirá para sua evolução.

# Plataforma GPA

Continua a promover o efeito de rede entre as *wheels* para garantir a liderança digital no varejo alimentar, adaptada à nova estratégia

Ultra Conveniência  
WhatsApp  
James – Last Miler GPA  
OMS

1P  
Nível de Serviço  
Crescimento em Regiões  
Dark Store + Lojas Hub



E-commerce  
1P

estaremos onde o

*cliente*  
estiver!  
food and love

Monetização  
dos ativos



Marketplace  
Out



Parcerias  
RaaS  
Ultra Conveniência

Novos Clientes  
Share Of Wallet  
Ampliar Alcance Marcas GPA



## Programa de Fidelidade

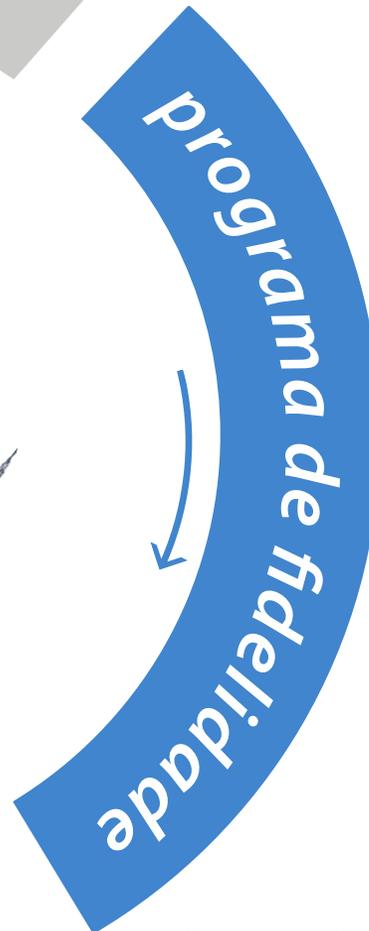
- Stix 2.750 milhões de clientes, com mais de 150 mil clientes novos em dezembro/2021

- 17 bilhões de pontos distribuídos em 20/21, com 75% dos pontos trocados em até 3 meses

- Stix no caixa – 4x mais clientes resgatando prêmios

Evolução do algoritmo  
Meu Desconto – Ultra  
personalização

FIC (mais de 2 milhões de cartões)  
Mídia RelevanC  
Insight



# Supermercado Premium



Seguindo as aberturas do Pão de Açúcar, as unidades do Morumbi, em São Paulo, e em Natal, no Rio Grande do Norte, foram inauguradas sob o modelo Geração 7 (G7), o mais moderno conceito de lojas da rede, que redesenha completamente a experiência de consumo e revitaliza o fluxo de clientes a partir de quatro pilares: **Experimental, Exclusivo, Social e Fluído**



## 179 lojas

<b>SP</b> 119 lojas	<b>PE</b> 3 lojas
<b>DF</b> 11 lojas	<b>GO</b> 4 lojas
<b>RJ</b> 18 lojas	<b>MG</b> 1 loja
<b>CE</b> 13 lojas	<b>MS</b> 1 loja
<b>PI</b> 4 lojas	<b>SE</b> 1 loja
<b>PB</b> 2 lojas	<b>BA</b> 2 lojas
	<b>RN</b> 1 loja

## Destaques do modelo:

Atendimento especializado em setores como açougue, padaria, rotisserie e adega

Soluções de consumo diferenciada em *ready to eat* e *ready to go*

Ampla sortimento de produtos básicos até os mais sofisticados

Boa experiência de compras graças a tecnologia digital

# Proximidade



Retomada da expansão do Minuto Pão de Açúcar: +100 novas lojas nos próximos 3 anos

Central de Distribuição exclusiva localizada em São Paulo garante agilidade para a reposição de produtos



**241 lojas**

**SP** 235 lojas

**PE** 6 lojas



## Destaques do modelo:

Lojas estrategicamente localizadas em áreas com alto fluxo de pessoas

Formato adequado para o dia a dia

Foco na praticidade, qualidade, comodidade e atendimento

Modelo de negócios B2B para abastecimento para lojas de bairro

# Supermercados *Mainstream*



O **Mercado Extra**, formato de supermercados de vizinhança, inaugura **4 novas unidades**, sendo **2 na cidade de São Paulo (SP)**, nos bairros de Itaquera e Campo Limpo, e **2 em Petrópolis (RJ)**, e chega a **151 lojas no país**

Já o **Compre Bem**, formato de supermercados de vizinhança regional, com foco no interior do estado de São Paulo, inaugura unidades nas cidades de **Itapetininga e São José dos Campos** e chega a **30 lojas**



**179 lojas**  
**SP** 134 lojas  
**RJ** 34 lojas  
**CE** 3 lojas  
**PI** 1 loja  
**PB** 1 loja  
**PE** 6 lojas



## Destaques do modelo:

Formato com foco na categoria de alimentos frescos, serviços e atendimento ao cliente

Posicionamento de preço adequado ao público-alvo

Posicionamento frente aos competidores regionais

# Marcas Exclusivas

O GPA foi pioneiro no lançamento de marcas exclusivas no Brasil, ainda na década de 70. Desde então, a Companhia mantém um processo de monitoramento e evolução contínua desses produtos

O GPA conta com as marcas exclusivas **Taeq**, **Qualitá**, **Casino**, **Club des Sommeliers**, **Cheftime** e **Finlandek**, que englobam diversas categorias de produtos, de higiene e limpeza aos alimentos, incluindo têxtil e bazar. Oferecem aos(às) clientes itens de qualidade a preços competitivos





**GPA Consolidado**



**GPA Brasil**



**Grupo Éxito**

# Grupo Éxito

Consideramos a Governança Corporativa um conjunto de práticas para alcançar um equilíbrio na relação da empresa com todos os seus *stakeholders*



**Carlos Mario**  
CEO

## Nossos Valores

- Primeiro nosso cliente
- Agilidade
- Inovação
- Alcançá-lo juntos
- Paixão pelos resultados



**Jacky Yanovich**  
COO



**Ruy Souza**  
CFO



**José Gabriel**  
VP de Omnicanalidade e Inovação



**Carlos Ariel**  
VP Comercial e Compras



**Camilo Gallego**  
VP de Seriços Éxito



**Juan Lucas**  
VP de Real Estate



**Juan Felipe**  
VP de Recursos Humanos



**Claudia Campillo**  
VP de Corporativos e Conselho Geral

# Destques financeiros<sup>1</sup> e operacionais consolidados



Sólido crescimento do lucro líquido (2,1x) e evolução recorrente da margem EBITDA (+0,9 p.p. para 9,1%) impulsionado por uma estratégia consistente centrada no cliente

**Margem EBITDA**  
**9,1% (+0,9 p.p.)**

**Resultado Líquido**  
**2,1x (+1,3 p.p.)**

**Omni-channel**  
**9,9%**

## Destques Financeiros



- Vendas impulsionadas por participação *omnichannel*, inovação, monetização de tráfego e dinâmica econômica
- Crescimento EBITDA de 20,7% devido ao rígido controle de despesas e contribuição TUYA/imobiliária
- Lucro Líquido +2,1x de um sólido desempenho operacional e uma estrutura mais conservadora

## Investimento e Expansão



- Capex de R\$ 203 milhões<sup>2</sup> (cerca de 66,7% está relacionado às iniciativas de inovação, omnicanalidade e transformação digital)
- Expansão da loja:
  - ✓ 57 lojas<sup>3</sup> (Colômbia 51 e Uruguai 6)
  - ✓ Acordo para operar 5 lojas (antiga La 14) sob a bandeira Wow até 1S22 (18,5 mil m<sup>2</sup>)
  - ✓ Total de 620 lojas (1,03 MM m<sup>2</sup>)

## Destques Operacionais



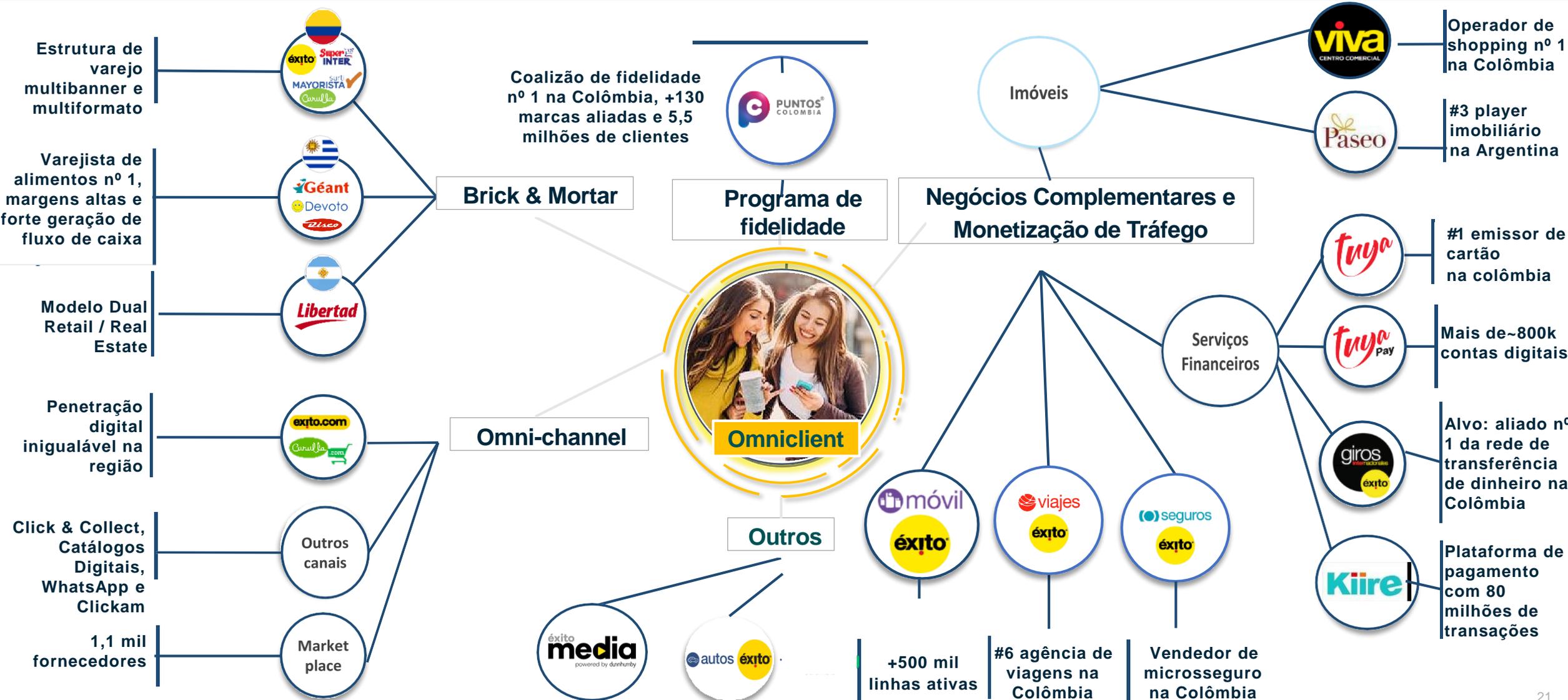
- Participação omnicanal: 9,9% consolidado (Colômbia 11,9%, Uruguai 3,6% e Argentina 2,6%)
- Formatos inovadores: 33,3% de participação nas vendas da Colômbia
- Aumento da contribuição de real estate/TUYA
- Maior penetração no *Puntos Colombia*

<sup>1</sup> Os dados consolidados incluem resultados da Colômbia, Uruguai e Argentina, eliminações e efeito cambial (-0,7% na receita líquida e -0,5% no EBITDA recorrente em 2021); <sup>2</sup> Taxa Representativa de Mercado em 31/12/2021 do COP 3.981,16;

<sup>3</sup> Inclui aberturas, reformas e conversões

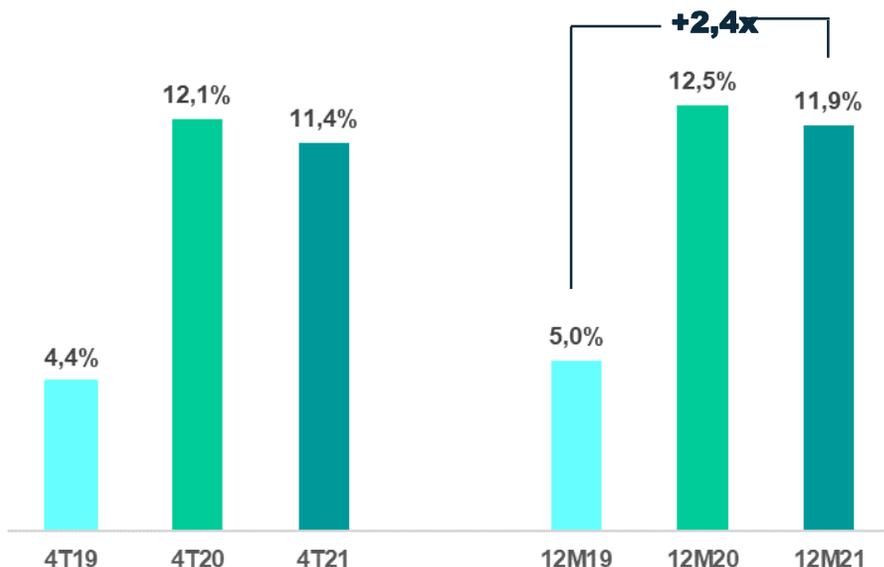
# Ecosistema amplo com fortes sinergias

Liderança no varejo por meio da inovação e integração de negócios em um ecossistema abrangente com fortes sinergias



# Não há outro player latino-americano com a participação de omnicanalidade como o Grupo Éxito na Colômbia

## Participação omnicanal nas vendas



### Alimentar:

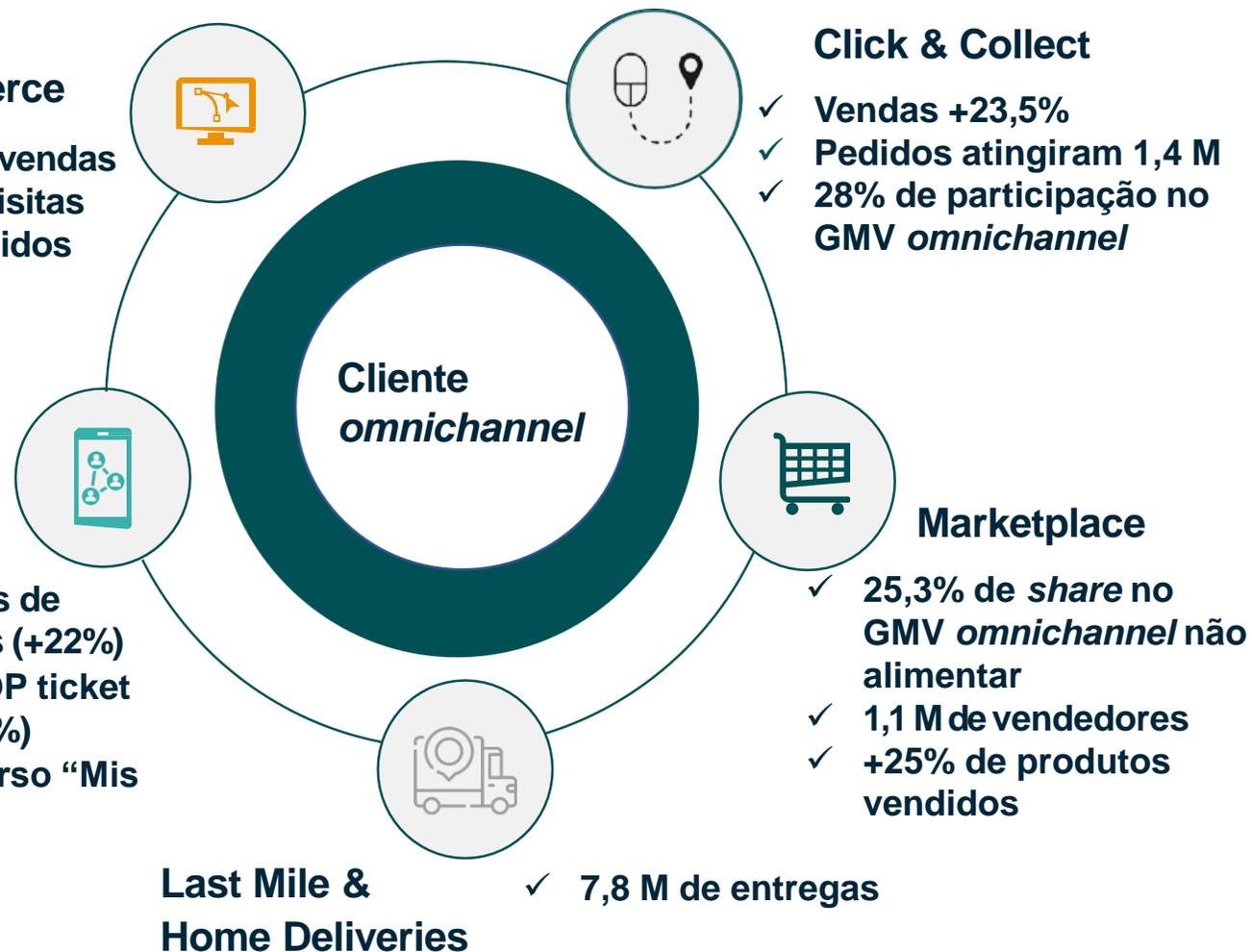
- Vendas +11% em 2020
- 10% de participação nas vendas (vs. 9,1%)

### Não-alimentar:

- 16% de participação (vs. 20,1%)

- ### E-commerce
- ✓ 517 M em vendas
  - ✓ 155 M de visitas
  - ✓ 1 M de pedidos

- ### Apps
- ✓ 1,6 milhões de downloads (+22%)
  - ✓ \$262 M COP ticket médio (+4%)
  - ✓ Novo recurso “Mis prêmios”





## A melhor integração entre o mundo físico e o digital

**19 lojas** (+8 em 2021)

**29,6%** de participação nas **vendas totais da bandeira**

**Vendas +42,2% nas lojas** após 24 meses de abertura



### Destaques do modelo:

Hipermercados conectados digitalmente, integrando os canais digitais e serviços físicos

Inclui serviços bancários, área de *co-working*, praça de alimentação gourmet, área omnicanal, etc

Grande variedade de produtos, incluindo categorias alimentos e não alimentos



## Considerado o 1º supermercado carbono neutro da Colômbia

22 lojas (+8 em 2021)

45,1% de participação nas **vendas totais da bandeira**

**Vendas +30,6% nas lojas** após 24 meses de abertura

*Premium, fresh e sustentável*



### Destaques do modelo:

Fortalecimento da categoria de produtos frescos

Inclui atividades digitais, como apps, melhoria na experiência de atendimento ao cliente

Fortalecimento da oferta de itens chaves, como vinhos, massas, queijos e cafés, principalmente

Lojas localizadas nas principais cidades da Colômbia



**25 lojas** (vs. 21 lojas em 2021)

**47,7% de participação no total de vendas** da bandeira



**70% de participação nas vendas** para consumidores diretos

**Lançamento do cartão de crédito** em aliança com Tuya



**36 lojas em 2021**

Vendas **+25,2%**, LFL **+24,4%** em 2021



**Forte presença digital**, com *app* para lojas de bairro e pequenos negócios

**13,8% de participação nas vendas** da bandeira

**25,6% de participação omnicanal nas vendas** da bandeira

Cerca de **1.560 aliados** trabalhando em parceria com Grupo Éxito

## Destaques do modelo:

Modelos de negócios para penetrar ainda mais na base da pirâmide

Supermercados de baixo custo oferecerem preços baixos para uma cesta básica completa de produtos

Surtimayorista atua no segmento de C&C, com foco na comercialização de produtos para o varejo e consumidores



## Varejo Financeiro *tuya*

**431 milhões** de cartões emitidos  
**~2.8 milhões** novos cartões (+2,4%)

## TUYA Pay *tuya* pay

**Mais de 800.000 usuários**  
(38% eram novos clientes da TUYA)

Alianças de serviços bancários:  
Éxito, Carulla, Surtimayorista,  
Puntos Colômbia, Alkosto, Viva Air,  
Transmilenio



- **5,5 milhões** de clientes com Habeas Data (+17,3%)
- **Margem EBITDA *mid-single digit***
- **28.500 milhões** de pontos resgatados
- **134 marcas aliadas** (26% do total de resgates)



## Argentina

**Vendas mesmas lojas: +46,9% vs. 2020**, impulsionado pelo crescimento das lojas Fresh Market (+53,8%) e *omnichannel* – 2,6% de participação

**Margem EBITDA +1,6 p.p.** graças a melhor dinâmica comercial, reativação imobiliária e ganhos de produtividade

## Uruguai

**Vendas mesmas lojas: +5,8% vs. 2020**, mostrando forte tendência de **recuperação do turismo**

**Vendas *omnichannel* +9,8% vs. 2020**, não-alimentar representando **+5,4%** e lojas Fresh Market **+7,5 p.p** acima das lojas não convertidas

**Margem EBITDA +9,9%<sup>1</sup> em 2021**

### Destaques dos modelos:



Rede de hipermercados do Grupo Disco no Uruguai, fortemente posicionado em preço e variedade, tem foco nas categorias de não-alimentos



Marca de real estate na Argentina, desenvolve projetos em espaços exclusivos. Os hipermercados Libertad estão localizados dentro dos shopping centers Paseo



Supermercado tradicional de bairro no Uruguai, o Disco é líder em preços, focado em vendas em massa e especialista em produtos perecíveis



O Libertad é um dos principais varejistas de alimentos da região de Córdoba, na Argentina



Rede com mais de 50 anos de atuação no Uruguai e diferentes formatos, como Fresh Market, hipermercado, supermercado e proximidade



**GPA**

*alimentando  
sonhos e vidas*