

São Paulo, Brasil, 12 de maio de 2009 – O Grupo Pão de Açúcar – (BOVESPA: PCAR4; NYSE: CBD), anuncia os resultados do 1º trimestre de 2009. **As informações operacionais e financeiras da Companhia apresentadas a seguir contemplam as modificações contábeis introduzidas pela Lei no 11.638/07** e estão apresentadas com base em números consolidados e em Reais, conforme Legislação Societária vigente. Todas as comparações refletem ao mesmo período de 2008, exceto onde estiver de outra forma. As informações financeiras referente ao quadrimestre não foram revisadas pelos auditores independentes.

## Lucro líquido reportado cresce 185,5% no trimestre ou 27,3% no critério pro-forma (em bases comparáveis)

- As vendas brutas no 1T09 cresceram 6,0%, totalizando R\$ 5.291,3 milhões. Já as vendas líquidas encerraram o trimestre em R\$ 4.641,4 milhões, um incremento de 9,4%. **No quadrimestre, as vendas brutas totalizaram R\$ 7.277,8 milhões e as vendas líquidas atingiram R\$ 6.396,2 milhões, com crescimentos de 10,6% e 13,9%, respectivamente, superiores às expectativas da Companhia.**
- No conceito 'mesmas lojas', o crescimento das vendas brutas foi de 4,6% no trimestre. As vendas líquidas, por sua vez, registraram aumento de 7,9%. **No quadrimestre, as vendas brutas cresceram 9,2%, com crescimento real de 3,3% quando deflacionadas pelo IPCA – Índice Geral, uma excelente performance mesmo diante do cenário econômico atual e acima do desempenho registrado em 2008.**
- Ainda no conceito 'mesmas lojas', as vendas de produtos não-alimentícios cresceram 9,7% no trimestre. Já os produtos alimentícios, cresceram 3,1% no mesmo período. **Neste mesmo conceito, os produtos alimentícios cresceram 8,6% nos primeiros quatro meses do ano, enquanto em não-alimentos o crescimento foi de 11,1%.**
- Outro destaque do 1T09 foram as despesas operacionais totais, que alcançaram 18,6% como percentual das vendas líquidas e registraram queda de 1,2 ponto percentual em comparação ao mesmo período do ano anterior.
- O EBITDA reportado atingiu R\$ 312,3 milhões, com margem de 6,7% e crescimento de 14,1% no trimestre.
- A margem EBITDA de Sendas Distribuidora foi de 7,2%, superior à margem do 1T08. O resultado atingido é significativo considerando a ausência da Páscoa no trimestre e os efeitos da crise financeira na economia.
- O Resultado da FIC no trimestre foi R\$ 3,9 milhões, acima do desempenho registrado em 2008, o que demonstra o empenho do Grupo em buscar oportunidades de crescimento nas vendas dos produtos não-alimentícios.
- O lucro líquido reportado no trimestre totalizou R\$ 94,9 milhões, um aumento de 185,5% em relação ao 1T08. A margem líquida foi de 2,0%, melhora significativa em relação à margem de 0,8% registrada no mesmo período do ano anterior. O lucro líquido em relação ao lucro pro-forma do 1T08 cresceu 27,3%.

### Destaques Financeiros e Operacionais

(R\$ milhões)<sup>(1)</sup>

	1T09	1T08	Var. %
Receita Bruta	5.291,3	4.990,8	6,0%
Receita Líquida	4.641,4	4.244,1	9,4%
Lucro Bruto	1.176,2	1.112,6	5,7%
Margem Bruta - %	25,3%	26,2%	-0,9 p.p. <sup>(2)</sup>
Desp. Operacionais Totais	863,9	838,8	3,0%
% vendas líquidas	18,6%	19,8%	-1,2 p.p. <sup>(2)</sup>
EBITDA	312,3	273,7	14,1%
Margem EBITDA - %	6,7%	6,5%	0,2 p.p. <sup>(2)</sup>
Lucro Líquido	94,9	33,2	185,5%
Margem Líquida - %	2,0%	0,8%	1,2 p.p. <sup>(2)</sup>

(1) Os somatórios e percentuais, podem não conferir devido a arredondamentos

(2) p.p. refere-se a ponto percentual

O Grupo Pão de Açúcar opera 600 lojas, 75 postos de combustíveis e 145 drogarias em 14 estados e no Distrito Federal e, em 2008, registrou vendas brutas de R\$ 20,9 bilhões. A estrutura multiformato do Grupo é formada por supermercados (**Pão de Açúcar, Extra Perto, CompreBem e Sendas**), hipermercados (**Extra**), lojas de produtos eletrônicos/eletrodomésticos (**Extra-Eletron**), lojas de conveniência (**Extra Fácil**), 'atacarejo' (**Assai**), operações de comércio eletrônico (**Extra.com.br e Pão de Açúcar Delivery**), **postos de combustíveis, drogarias** e uma ampla rede de distribuição. O Grupo mantém um atendimento diferenciado ao consumidor e forte posicionamento nos principais mercados do país.

### Performance Operacional

Os comentários apresentados a seguir, sobre a performance operacional do Grupo Pão de Açúcar, referem-se aos números consolidados, que incluem integralmente os resultados operacionais da Sendas Distribuidora (associação com a rede Sendas, no Rio de Janeiro) e do Assai (associação com a rede atacadista Assai, em São Paulo).

**Os resultados a seguir contemplam as modificações contábeis introduzidas pela Lei no 11.638/07, exceto onde estiver indicado de outra forma.** As informações apresentadas também incluem comentários sobre os **resultados pro-forma**, que excluem os custos com reestruturação de R\$ 23,0 milhões referentes ao 1º trimestre de 2008.

### Desempenho de Vendas

**Vendas brutas no conceito 'mesmas lojas' crescem 4,6% no trimestre, No quadrimestre, as vendas brutas crescem 9,2% no mesmo conceito.**

(R\$ milhões) <sup>(1)</sup>	1T09	1T08	Var. %
Vendas Brutas	5.291,3	4.990,8	6,0%
Vendas Líquidas	4.641,4	4.244,1	9,4%

(1) Os somatórios e percentuais, podem não conferir devido a arredondamentos

As vendas brutas do Grupo Pão de Açúcar atingiram R\$ 5.291,3 milhões no 1T09, um crescimento de 6,0% em relação ao 1T08. As vendas líquidas cresceram 9,4% no mesmo período, totalizando R\$ 4.641,4 milhões. No conceito 'mesmas lojas', as vendas brutas registraram incremento de 4,6% no trimestre, enquanto as vendas líquidas cresceram 7,9%. O desempenho registrado no 1T09 foi afetado negativamente pelo efeito sazonal Páscoa, já que em 2009 a Páscoa ocorreu no 2º trimestre e, em 2008, no 1º trimestre. Além disso, o trimestre também foi afetado pelo efeito calendário no mês de fevereiro, com um dia a menos em relação ao mesmo período de 2008.

Nos **primeiros 4 meses do ano**, as vendas brutas (preliminares não-revisadas) totalizaram R\$ 7.277,8 milhões e as vendas líquidas atingiram R\$ 6.396,2 milhões, com crescimentos superiores às expectativas da Companhia, de 10,6% e 13,9%, respectivamente. No conceito 'mesmas lojas', as vendas brutas cresceram 9,2%, com crescimento real de 3,3% quando deflacionadas pelo IPCA – Índice Geral <sup>(1)</sup>, uma excelente performance diante do cenário econômico atual e acima do desempenho registrado em 2008.

As vendas brutas de produtos alimentícios no conceito 'mesmas lojas' cresceram 8,6% nos primeiros quatro meses do ano, com destaque para as categorias de Bebidas e Perfumaria & Limpeza. A continuidade do forte desempenho de vendas em produtos alimentícios confirma que não há mudanças significativas no comportamento de compras do consumidor.

Ainda no conceito 'mesmas lojas', as vendas brutas de não-alimentos aumentaram 11,1% no quadrimestre, impulsionadas pelas categorias Bazar e Drogarias, que registraram crescimentos superiores à média de não-alimentos. É importante destacar, que desde fevereiro, o Grupo voltou a

registrar desempenho expressivo em não-alimentos, principalmente nas categorias Eletro-eletrônicos, Bazar e Drogarias, com crescimentos de vendas no conceito 'mesmas lojas' acima de 10%.

Essa performance é resultado da adoção de uma estratégia comercial de sucesso, concretizada por meio da combinação de promoções agressivas com um correto mix de produtos. Adicionalmente, o Grupo continuou a registrar crescimento no ticket médio e no tráfego de clientes nas lojas neste período.

Dentre os formatos do Grupo, os destaques nos 4 primeiros meses do ano foram Pão de Açúcar, Extra (particularmente no Nordeste), Extra Fácil e Assai, com crescimentos de vendas brutas iguais ou superiores à média da Companhia, além do Comércio Eletrônico (composto pelo Extra.com.br e Pão de Açúcar Delivery) que apresentou crescimento superior a 50%.

<sup>(1)</sup> 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).

### Lucro bruto cresce 5,7% no trimestre

#### Apesar de uma margem bruta inferior, lucro bruto registra crescimento no período

(R\$ milhões) <sup>(1)</sup>	1T09	1T08	Var. %
Lucro Bruto	1.176,2	1.112,6	5,7%
Margem Bruta - %	25,3%	26,2%	-0,9 p.p. <sup>(2)</sup>

(1) Os somatórios e percentuais, podem não conferir devido a arredondamentos

(2) p.p. refere-se a ponto percentual

No 1T09, o lucro bruto atingiu R\$ 1.176,2 milhões, um crescimento de 5,7% em relação ao mesmo período do ano anterior. A margem bruta atingiu 25,3% em 2009, uma redução de 0,9 ponto percentual em relação ao 1T08 em consequência dos seguintes fatores:

- efeito da mudança para o regime de substituição tributária a partir do 2º trimestre de 2008, que alterou a forma de arrecadação do ICMS, principalmente no Estado de São Paulo. Essa alteração provocou um aumento no custo da mercadoria e na receita líquida, à medida que o ICMS deixou de incidir na linha de impostos sobre vendas e passou a integrar o CMV (custo das mercadorias vendidas). Conseqüentemente, esta mudança provocou uma redução na margem bruta, de aproximadamente 0,5 ponto percentual em relação ao período anterior;
- aumento da participação da bandeira Assai que respondeu por 8,3% das vendas brutas do Grupo no 1T09 contra 6,2% registrados no mesmo período do ano anterior. Como essas lojas operam com margens inferiores às praticadas pelo Grupo, contribuíram negativamente em 0,2 ponto percentual para a margem bruta total da Companhia;

- (iii) manutenção de uma estratégia comercial de sucesso no 1T09 que combinou promoções agressivas com um correto mix de produtos. Esse fator contribuiu para uma redução de cerca de 0,2 ponto percentual na margem em relação ao ano anterior.

### Despesas operacionais totais

Mesmo com ausência da Páscoa, redução de despesas no trimestre foi de 1,2 p.p.

(R\$ milhões) <sup>(1)</sup>	1T09	1T08	Var. %
Desp. c/ Vendas	712,5	694,4	2,6%
Desp. Gerais e Adm.	151,4	144,5	4,8%
Desp. Operacionais totais	863,9	838,8	3,0%
<b>% s/ vendas líquidas</b>	<b>18,6%</b>	<b>19,8%</b>	<b>-1,2 p.p.<sup>(2)</sup></b>

(1) Os somatórios e percentuais, podem não conferir devido a arredondamentos

(2) p.p. refere-se a ponto percentual

No trimestre, as despesas operacionais totais (que incluem despesas com vendas e gerais e administrativas) como percentual das vendas líquidas foram inferiores em 1,2 ponto percentual em relação ao 1T08, representando 18,6% das vendas líquidas do período. É importante destacar que desde o 1T09, os Impostos e Taxas passaram a ser contabilizados em Despesas com Vendas. Em termos absolutos, as despesas operacionais totais atingiram R\$ 863,9 milhões, um crescimento de 3,0% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Além disso, no 1T08 os resultados operacionais foram afetados pelos gastos com reestruturação, que totalizaram R\$ 23,0 milhões, sendo que R\$ 8,7 milhões impactaram as despesas com vendas e R\$ 14,3 milhões, as despesas gerais e administrativas. Excluindo este efeito, o crescimento das despesas operacionais no 1T09 em relação ao ano anterior foi de 5,9%.

Essa melhora das despesas como percentual das vendas líquidas é resultado da continuidade de um novo modelo de gestão adotado pela Companhia em 2008, que teve como foco uma profunda revisão e racionalização dos processos, consistente controle das despesas e adequação da estrutura organizacional.

### EBITDA atingiu R\$ 312,3 milhões no trimestre

(R\$ milhões) <sup>(1)</sup>	1T09	1T08	Var. %
EBITDA	312,3	273,7	14,1%
Margem EBITDA - %	6,7%	6,5%	0,2 p.p. <sup>(2)</sup>

(1) Os somatórios e percentuais, podem não conferir devido a arredondamentos

(2) p.p. refere-se a ponto percentual

No 1º trimestre, o EBITDA totalizou R\$ 312,3 milhões, um aumento de 14,1% em relação ao EBITDA reportado no 1T08. No EBITDA pro-forma do 1T08, que exclui as despesas com reestruturação registradas no ano anterior, o crescimento foi de 5,2%.

Apesar de ter registrado uma margem bruta inferior no período, o maior controle de despesas e o crescimento de vendas alcançados no 1T09, permitiram à Companhia alcançar um crescimento em margem e em valores absolutos (“*cash margin*”) em relação ao 1T08.

Os resultados operacionais alcançados no 1T09 estão alinhados à estratégia adotada pelo Grupo desde o início de 2008 e ao orçamento definido para o período, que buscam o equilíbrio entre crescimento de vendas e rentabilidade, além do contínuo controle de despesas. A margem EBITDA da Companhia, sem o impacto do Assai, teria sido de 7,2%.

### Resultado Financeiro

Resultado financeiro líquido negativo em R\$ 71,2 milhões no trimestre

(R\$ milhões) <sup>(1)</sup>	1T09	1T08	Var. %
Rec. Financeiras	66,0	68,9	-4,2%
Desp. Financeiras	(137,2)	(133,0)	3,2%
Result. Financeiro	(71,2)	(64,1)	11,1%

(1) Os somatórios e percentuais, podem não conferir devido a arredondamentos

O resultado financeiro líquido do Grupo no 1T09 foi negativo em R\$ 71,2 milhões, (R\$ 64,1 milhões negativos no 1T08), principalmente em função dos fatores abaixo citados:

(R\$ milhões) <sup>(1)</sup>	1T09	1T08	Var. (R\$)
(i) Despesa da Dívida	(70,3)	(67,6)	(2,7)
(i) Fundo de Recebíveis	(25,5)	(21,5)	(4,0)
(ii) Rentabilidade do Caixa	32,1	20,2	11,9
(iii) Marcação a Mercado	9,2	0,8	8,4
(iv) Atualização de Ativos/Passivos	(28,6)	(20,4)	(8,2)
(iv) Outras receitas/despesas	11,9	24,4	(12,5)
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(71,2)</b>	<b>(64,1)</b>	<b>(7,1)</b>
CDI	2,9%	2,6%	

(1) Os somatórios e percentuais, podem não conferir devido a arredondamentos

**(i) Despesa da Dívida e Fundo de Recebíveis (Δ R\$ 6,7 milhões negativos).** As taxas de CDI mais elevadas em relação ao 1T08, mesmo com um endividamento bruto médio menor no 1T09, levaram a um aumento da despesa de captação.

**(ii) Rentabilidade do Caixa (Δ R\$ 11,9 milhões)** devido ao caixa médio superior e CDI mais elevado.

**(iii) Marcação a mercado (Δ R\$ 8,4 milhões)** nos instrumentos financeiros, em função da lei 11.638/07.

**(iv) Atualização de Ativos e Passivos e Outras receitas/despesas ( $\Delta$  R\$ 20,7 milhões negativos)** em virtude principalmente de aumento na atualização das contingências em função do CDI maior. Houve também queda nas receitas de juros sobre venda a prazo e queda no volume de juros capitalizados por conta do menor CAPEX no período.

Em função das medidas de reforço de caixa adotadas em 2008, aliadas à manutenção de esforços para otimização de despesas e investimentos além do controle de working capital, o Grupo Pão de Açúcar apresentou no 1T09 uma posição de estrutura de capital ainda mais sólida, com redução da dívida líquida e aumento da geração de caixa, o que resultou em uma relação Dívida Líquida/EBITDA de 0,90x.

A Companhia reafirma seu compromisso com a manutenção de sua política conservadora de não assumir riscos cambiais e/ou efetuar arbitragens com derivativos nas operações de captação e aplicações de recursos.

É importante ressaltar que o caixa final do 1T09 é altamente impactado pela sazonalidade do capital de giro do 1º trimestre uma vez que o Grupo desembolsa os pagamentos do alto volume de compras referente ao Natal ao longo deste período. De abril em diante esta pressão de giro é revertida e a posição de caixa da Companhia retorna gradativamente aos níveis observados em dez/08. No trimestre, a posição de estoques também foi impactada pelo efeito Páscoa.

### Equivalência Patrimonial

Resultado reflete a estratégia da FIC nos cartões *private label* e *co-branded*

Com participação de 13,8% nas vendas do Grupo no 1T09, os resultados da FIC – Financeira Itaú CBD resultaram em uma equivalência patrimonial de R\$ 3,9 milhões no período, acima do resultado atingido pela Companhia durante todo o ano de 2008.

A FIC encerrou o 1T09 com uma carteira de 6,1 milhões de clientes, um crescimento de 8,8% em relação ao 1T08. Já a carteira de recebíveis totalizou R\$ 1,6 bilhão no mesmo período. O desempenho apresentado no trimestre é reflexo de uma política criteriosa de concessão de crédito, com um dos mais baixos índices de inadimplência, além de um posicionamento diferenciado frente à concorrência.

A criação de diferenciais para o uso de cartões *private label* e *co-branded*, foco atual do negócio, permitiu o crescimento da base desses cartões em 13,2% em comparação ao mesmo trimestre do ano anterior, encerrando o 1T09 com 5,2 milhões de cartões. Dentre os diferenciais destacam-se a criação de benefícios exclusivos e vantagens para os usuários dos cartões (clube de vantagens), com ações promocionais para os portadores, além da expectativa de aumentar a participação dos produtos de seguros e serviços financeiros na receita da FIC nos próximos trimestres.

### Participação de Minoritários: Sendas Distribuidora

Margem EBITDA atingiu de 7,2% no 1T09

A tabela e os comentários abaixo sobre a performance operacional da Sendas Distribuidora não incluem as lojas convertidas em Assai no 4º trimestre de 2008. Os resultados das lojas Assai, em operação no Rio de Janeiro, serão comentadas no capítulo do Assai Atacadista.

#### Sendas Distribuidora - Destaques Financeiros e Operacionais

sem as lojas Assai no Rio de Janeiro

(R\$ milhões) <sup>(1)</sup>	1T09	1T08	Var.%
Receita Bruta	832,7	853,3	-2,4%
Receita Líquida	729,3	744,1	-2,0%
Lucro Bruto	200,8	205,2	-2,2%
Margem Bruta - %	27,5%	27,6%	-0,1 p.p. <sup>(2)</sup>
Despesas Operacionais totais	148,1	152,5	-2,9%
% sobre vendas líquidas	20,3%	20,5%	-0,2 p.p. <sup>(2)</sup>
EBITDA	52,7	52,7	0,0%
Margem Ebitda - %	7,2%	7,1%	0,1 p.p. <sup>(2)</sup>
Lucro Líquido	5,0	4,3	16,6%
Margem Líquida - %	0,7%	0,6%	0,1 p.p. <sup>(2)</sup>

(1) Os somatórios podem não conferir devido a arredondamentos

(2) pp refere-se a ponto percentual

As vendas brutas da Sendas Distribuidora totalizaram R\$ 832,7 milhões no 1º trimestre, o que representa 15,7% do faturamento do Grupo. As vendas líquidas atingiram R\$ 729,3 milhões no período, mesmo diante do efeito calendário desfavorável em 2009, em função da Páscoa e um dia a menos em relação a Fevereiro, conforme mencionado anteriormente no capítulo sobre o desempenho das vendas.

A margem bruta no trimestre foi de 27,5%, praticamente em linha com a margem bruta do mesmo trimestre do ano anterior. O lucro bruto no período atingiu R\$ 200,8 milhões patamar similar ao do 1T08, mesmo sem a Páscoa.

As despesas operacionais (despesas com vendas e gerais e administrativas) representaram 20,3% das vendas líquidas, patamar inferior aos 20,5% do mesmo período do ano anterior, o que demonstra a continuidade dos esforços no controle e racionalização das despesas.

A margem EBITDA foi de 7,2%, patamar levemente superior ao do 1T08. O resultado atingido é significativo considerando a ausência da Páscoa no trimestre e os efeitos da crise financeira na economia. Esse resultado demonstra a continuidade da evolução operacional que vem ocorrendo desde meados de 2007 (início do *turnaround*), baseada no seu reposicionamento estratégico (clusterização das operações – suportada por uma política de preços competitivos e sortimento de produtos mais adequados à região), e também na continuidade do controle de despesas.

O lucro líquido do trimestre foi de R\$ 5,0 milhões, o que gerou uma participação de minoritários negativa de R\$ 2,1 milhões para o Grupo.

### Participação de Minoritários: Assai Atacadista

Margem bruta cresce 0,3 p.p. em relação ao 1T08

#### Assai - Destaques Financeiros e Operacionais

(R\$ milhões) <sup>(1)</sup>	1T09 São Paulo e Ceará	1T09 Rio de Janeiro	1T09 Consolidado	1T08	Var.%
Receita Bruta	407,0	33,8	440,8	307,3	43,5%
Receita Líquida	362,3	30,1	392,4	263,9	48,7%
Lucro Bruto	48,3	4,7	53,0	34,8	52,6%
Margem Bruta - %	13,3%	15,6%	13,5%	13,2%	0,3 p.p. <sup>(2)</sup>
Despesas Operacionais totais	43,8	10,4	54,2	28,9	87,7%
% sobre vendas líquidas	12,1%	34,7%	13,8%	10,9%	2,9 p.p. <sup>(2)</sup>
EBITDA	4,6	(5,7)	(1,2)	5,9	
Margem Ebitda - %	1,3%	-19,0%	-0,3%	2,2%	-2,5 p.p. <sup>(2)</sup>
Lucro Líquido	0,4	(3,5)	(3,2)	2,6	
Margem Líquida - %	0,1%	-11,8%	-0,8%	1,0%	-1,8 p.p. <sup>(2)</sup>

(1) Os somatórios podem não conferir devido a arredondamentos

(2) pp refere-se a ponto percentual

As vendas brutas do Assai consolidado, incluindo as lojas em São Paulo, Ceará e Rio de Janeiro, totalizaram R\$ 440,8 milhões no trimestre, um crescimento de 43,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. Já as vendas líquidas atingiram R\$ 392,4 milhões. O lucro bruto cresceu 52,6% no 1T09, totalizando R\$ 53,0 milhões, com margem bruta de 13,5%, patamar superior ao registrado no mesmo período do ano anterior.

No trimestre, impactadas pela abertura de lojas no período, as despesas operacionais totais foram de R\$ 54,2 milhões e atingiram 13,8% como percentual da venda líquida. Essas despesas estão relacionadas à intensificação de gastos em propaganda, além do aumento nas despesas com pessoal, serviços públicos e terceiros, quando comparados com o mesmo período do ano anterior. Consequentemente, o EBITDA do período foi negativo em R\$ 1,1 milhão com margem negativa de 0,3%.

Além disso, este resultado reflete os investimentos promovidos pela Companhia, em linha com sua estratégia que busca aumentar a competitividade de preços e, desta forma, alcançar ganhos de market share. É importante ressaltar que esses resultados também foram fortemente impactados pela abertura de novas lojas e pelas conversões de lojas para o formato Assai, principalmente no Rio de Janeiro, que é uma praça altamente competitiva. Entretanto, este é um movimento que está alinhado à estratégia de construção da imagem da marca em novos mercados (Rio de Janeiro e Ceará). E, apesar dessas iniciativas resultarem em um importante incremento de vendas no período, as vendas das novas lojas e das lojas convertidas ainda não atingiram sua curva de maturidade o que, dentro deste cenário, também permitiria uma maior diluição das despesas.

Em função dos fatores mencionados acima, o resultado do Assai no 1T09 foi negativo em R\$ 3,2 milhões, gerando uma participação de minoritários positiva de R\$ 1,4 milhão.

### Lucro Líquido

Lucro no trimestre cresce 185,5% no trimestre

(R\$ milhões) <sup>(1)</sup>	1T09	1T08	Var. %
Lucro Líquido	94,9	33,2	185,5%
Margem Líquida - %	2,0%	0,8%	1,2 p.p. <sup>(2)</sup>

(1) Os somatórios e percentuais, podem não conferir devido a arredondamentos

(2) p.p. refere-se a ponto percentual

No 1T09, o lucro líquido totalizou R\$ 94,9 milhões, com crescimento de 185,5%, em comparação ao lucro líquido reportado no mesmo trimestre do ano anterior. É importante ressaltar que, esse crescimento foi alcançado mesmo com a ausência da Páscoa neste período, diferentemente do ocorrido no mesmo trimestre do ano anterior. O resultado apresentado foi decorrente do crescimento de vendas de um consistente controle de despesas que resultaram em uma importante evolução da performance operacional da Companhia.

Convém notar que o lucro líquido do 1º trimestre de 2008 foi impactado por gastos com reestruturação que totalizaram R\$ 23,0 milhões. Além disso, mesmo com a incorporação da nova Lei 11.638/07, o lucro do 1T08 ainda inclui a amortização do ágio, conforme demonstrado na tabela abaixo:

(R\$ milhões) <sup>(1)</sup>	1T09	1T08	Var. %
Lucro Líquido	<b>94,9</b>	<b>33,2</b>	185,5%
Gastos com reestruturação <sup>(2)</sup>		17,2	
Amortização do Ágio <sup>(2)</sup>	-	24,1	-
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>94,9</b>	<b>74,5</b>	<b>27,3%</b>

(1) Os somatórios e percentuais, podem não conferir devido a arredondamentos

(2) Líquido de Imposto de Renda

Considerando o impacto dos efeitos acima citados, o lucro líquido ajustado no 1T08, e em bases comparáveis, totalizou R\$ 74,5 milhões. Portanto, o lucro líquido do 1T09 apresentou crescimento de 27,3% em relação ao resultado ajustado do ano anterior.

### Investimentos

Grupo investiu R\$ 100,3 milhões no 1T09

No início de 2009, para melhor entender os impactos da crise financeira global na economia brasileira e em seus resultados, o Grupo, adotou uma política de investimentos mais conservadora. Desta forma, durante o 1º trimestre, o montante investido foi de R\$ 100,3 milhões versus R\$ 123,8 milhões no 1T08.

Os principais destaques no 1T09 foram:

- R\$ 29,2 milhões na abertura e construção de novas lojas;
- R\$ 25,5 milhões na reforma de lojas;

- R\$ 45,6 milhões em infra-estrutura (tecnologia e logística) e outros.

Os recursos foram destinados a: (i) abertura de 5 novas lojas Extra Fácil; (ii) conversão de 2 lojas Sendas e 1 Extra Hipermercado no Rio de Janeiro, além de 1 CompreBem em São Paulo para o formato Assai a serem inauguradas em 2T09. Conversão de 1 CompreBem para Extra Perto, também a ser inaugurado no 2T09; e (iii) reformas de lojas.

Em 2009, a Drogarias e Postos de Combustíveis passaram a ser tratadas como Unidade de Negócio para o Grupo, e não mais como unidades complementares, em função da oportunidade de expansão nesses formatos.

Em relação aos investimentos para o ano, a Companhia priorizará investimentos em:

- i) na abertura de lojas nos formatos Assai e Extra Fácil;
- ii) investimentos em tecnologia da informação e logística;
- iii) aquisição de terrenos estratégicos.

Além disso, o Grupo está atento às oportunidades do mercado e focará na expansão de lojas somente se houver consistência com o plano estratégico, retorno ou que possa alavancar o retorno sobre capital empregado da Companhia e sinergia com o negócio, em linha com sua política de investimentos.

# 1º Trimestre 2009

## Divulgação do Resultado



### Demonstração do Resultado Consolidado em Legislação Societária Lei 11.638/07 (R\$ mil) Reportado

	1º Trimestre		
	2009	2008	%
<b>Receita Bruta de Vendas</b>	<b>5.291.316</b>	<b>4.990.848</b>	<b>6,0%</b>
<b>Receita Líquida de Vendas</b>	<b>4.641.444</b>	<b>4.244.090</b>	<b>9,4%</b>
Custo das Mercadorias Vendidas	(3.465.250)	(3.131.526)	10,7%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>1.176.194</b>	<b>1.112.564</b>	<b>5,7%</b>
Despesas com Vendas	(712.535)	(694.360)	2,6%
Despesas Gerais e Administrativas	(151.351)	(144.456)	4,8%
<b>Total de Despesas Operacionais</b>	<b>(863.886)</b>	<b>(838.816)</b>	<b>3,0%</b>
<b>Lucro Oper. antes da Deprec. e Rec (Desp) Financeiras-EBITDA</b>	<b>312.308</b>	<b>273.748</b>	<b>14,1%</b>
Depreciação	(109.310)	(145.180)	-24,7%
<b>Lucro Operac. Antes de Impostos e Rec. (Desp.) Financeiras - EBIT</b>	<b>202.998</b>	<b>128.568</b>	<b>57,9%</b>
Receitas Financeiras	66.012	68.883	-4,2%
Despesas Financeiras	(137.202)	(132.978)	3,2%
<b>Receita (Desp.) Financ. Líquida</b>	<b>(71.190)</b>	<b>(64.095)</b>	<b>11,1%</b>
Resultado da Equivalência Patrimonial	3.914	1.227	219,0%
Resultado com ativo permanente	(367)	(3.040)	-87,9%
<b>Lucro Operacional antes do I.R.</b>	<b>135.356</b>	<b>62.660</b>	<b>116,0%</b>
Imposto de Renda	(35.262)	(22.093)	59,6%
<b>Lucro antes da Participação Minoritária</b>	<b>100.094</b>	<b>40.567</b>	<b>146,7%</b>
Participação Minoritária	(786)	(3.743)	-79,0%
<b>Lucro Líquido antes Partic. Funcionários</b>	<b>99.308</b>	<b>36.824</b>	<b>169,7%</b>
Participação nos Lucros Funcionários	(4.449)	(3.600)	23,6%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>94.859</b>	<b>33.224</b>	<b>185,5%</b>
Lucro por ação	0,4039	0,1454	177,7%
Nº de ações (milhares) ex- Ações em tesouraria	234.879	228.429	

% de Vendas Líquidas	1tri/09	1tri/08
<b>Lucro Bruto</b>	<b>25,3%</b>	<b>26,2%</b>
Despesas com Vendas	-15,4%	-16,4%
Despesas Gerais e Administrativas	-3,3%	-3,4%
<b>Total de Despesas Operacionais</b>	<b>-18,6%</b>	<b>-19,8%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>6,7%</b>	<b>6,5%</b>
Depreciação	-2,4%	-3,4%
<b>EBIT</b>	<b>4,4%</b>	<b>3,0%</b>
Receitas (Desp.) Financeiras Líquidas	-1,5%	-1,5%
Resultado com ativo permanente	0,0%	-0,1%
<b>Lucro antes do I.R.</b>	<b>2,9%</b>	<b>1,5%</b>
Imposto de Renda	-0,8%	-0,5%
Partic. Minoritárias/Lucros Funcionários	-0,1%	-0,2%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>2,0%</b>	<b>0,8%</b>

### Balanco Patrimonial Consolidado de acordo com a Lei 11.638/07 (R\$ mil)

<b>ATIVO</b>	<b>31/3/2009</b>	<b>31/12/2008</b>
<b>Ativo Circulante</b>	<b>5.616.237</b>	<b>5.652.476</b>
Caixa e Bancos	149.124	263.910
Aplicações Financeiras	1.083.095	1.361.702
Contas a Receber	337.024	536.489
Cheques Pré-Datados	11.146	22.267
Cartões de Crédito	272.906	416.443
Tickets e outros	61.530	108.299
Prov. p/ Devedores Duvidosos	(8.558)	(10.520)
Provenientes de Acordos Comerciais	343.238	356.962
Fundo de Recebíveis (FIDC)	1.016.510	983.477
Estoques	1.897.617	1.570.863
Impostos a Recuperar	378.451	322.368
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido	205.913	94.358
Despesas Antecipadas e Outros	205.265	162.347
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>7.754.012</b>	<b>7.893.717</b>
<b>Realizável a Longo Prazo</b>	<b>2.104.749</b>	<b>2.260.617</b>
Contas a Receber	370.367	374.618
Impostos a Recuperar	261.056	283.861
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferido	896.509	1.035.716
Crédito com pessoas ligadas	269.512	276.472
Depósitos para recursos judiciais	271.120	250.595
Despesas Antecipadas e Outros	36.185	39.355
Investimentos	117.823	113.909
Imobilizado	4.830.723	4.859.481
Intangível	700.717	659.710
<b>TOTAL DO ATIVO</b>	<b>13.370.249</b>	<b>13.546.193</b>
<b>PASSIVO</b>	<b>31/3/2009</b>	<b>31/12/2008</b>
<b>Passivo Circulante</b>	<b>3.532.461</b>	<b>3.417.995</b>
Fornecedores	2.215.420	2.409.501
Empréstimos e Financiamentos	728.383	300.580
Debêntures	6.984	36.861
Salários e Contribuições Sociais	180.014	224.103
Impostos, Taxas e Contribuições	84.771	110.234
Dividendos a pagar	64.429	67.994
Financiamento Compras Imóveis	45.942	45.747
Aluguéis a pagar	39.296	42.130
Outros	167.222	180.845
<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>4.236.740</b>	<b>4.616.207</b>
Empréstimos e Financiamentos	947.965	1.369.386
Quotas do Resgatáveis do Fundo (FIDC)	959.200	930.849
Debêntures	778.079	777.868
Impostos Parcelados	188.085	200.827
Provisão para Contingências	1.269.356	1.244.125
Outros	94.055	93.152
<b>Participação minoritária</b>	105.060	104.275
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>5.495.988</b>	<b>5.407.716</b>
Capital Social	4.439.816	4.450.725
Reservas de capital	578.945	574.622
Reservas de Lucro	477.227	382.369
<b>TOTAL DO PASSIVO</b>	<b>13.370.249</b>	<b>13.546.193</b>

### Demonstração do Fluxo de Caixa Consolidado de acordo com a Lei 11.638/07 (R\$ mil)

	31 de Março	
	2009	2008
<b>Fluxo de caixas das atividades operacionais</b>		
Lucro líquido do exercício	94.858	33.224
Ajuste para reconciliação do lucro líquido		
Imposto de renda diferido	28.792	14.539
Valor residual de ativos permanentes baixados	2.107	3.046
Depreciação e amortização	109.310	145.180
Juros e variações monetárias	103.717	104.637
Equivalência patrimonial	(3.914)	(1.227)
Provisão para contingências	10.185	35.045
Provisão para baixas e perdas do imobilizado	(1.733)	327
Provisão para amortização de ágio	-	454
Remuneração baseada em ações	4.323	5.873
Participação Minoritária	786	3.743
	<b>348.431</b>	<b>344.841</b>
<b>(Aumento) redução de ativos</b>		
Contas a receber	184.236	100.065
Estoques	(326.754)	42.280
Impostos a recuperar	(24.059)	30.240
Outros ativos	(65.431)	(56.953)
Partes relacionadas	8.928	1.278
Depósitos judiciais	(16.916)	(92.809)
	<b>(239.996)</b>	<b>24.101</b>
<b>Aumento (redução) de passivos</b>		
Fornecedores	(194.081)	(437.286)
Salários e encargos sociais	(44.089)	(4.093)
Impostos e contribuições	(38.205)	(37.111)
Demais contas a pagar	(32.833)	72.645
	<b>(309.208)</b>	<b>(405.845)</b>
<b>Caixa líquido gerado (utilizado nas) atividades operacionais</b>	<b>(200.773)</b>	<b>(36.903)</b>
	31 de Março	
	2009	2008
<b>Fluxo de caixa das atividades de investimento</b>		
Aquisição de bens do ativo imobilizado	(76.414)	(117.546)
Aumento no ativo intangível	(20.963)	(10)
Venda de bens do imobilizado	66	-
<b>Caixa líquido gerado (utilizado) nas atividades de investimento</b>	<b>(97.311)</b>	<b>(117.556)</b>
<b>Fluxo de caixa das atividades de financiamento</b>		
Aumento de Capital	(10.909)	7.563
<b>Aumento da participação minoritária</b>		
Financiamentos		
Captação e refinanciamentos	13.317	644.458
Pagamentos	(38.505)	(299.694)
Juros pagos	(59.212)	(49.039)
<b>Caixa líquido gerado (utilizado nas) atividades de financiamento</b>	<b>(95.309)</b>	<b>303.288</b>
Disponibilidades no início do exercício	1.625.612	1.064.132
Disponibilidades no fim do exercício	1.232.219	1.212.961
<b>Variação no caixa e equivalentes</b>	<b>393.393</b>	<b>(148.829)</b>

### Segmentação de Vendas Brutas por Formato (R\$ mil)

1º Trimestre	2009	%	2008	%	Var.(%)
Pão de Açúcar <sup>(a)</sup>	976.579	18,6%	950.398	19,0%	2,8%
Extra*	2.646.573	50,0%	2.532.298	50,8%	4,5%
CompreBem <sup>(b)</sup>	678.508	12,8%	768.738	15,4%	-11,7%
Extra Eletro	96.895	1,8%	85.345	1,7%	13,5%
Sendas**	451.943	8,5%	346.791	6,9%	30,3%
Assai	440.818	8,3%	307.278	6,2%	43,5%
<b>Grupo Pão de Açúcar</b>	<b>5.291.316</b>	<b>100,0%</b>	<b>4.990.848</b>	<b>100,0%</b>	<b>6,0%</b>

### Segmentação de Vendas Líquidas por Formato (R\$ mil)

1º Trimestre	2009	%	2008	%	Var.(%)
Pão de Açúcar <sup>(a)</sup>	863.537	18,6%	805.343	19,0%	7,2%
Extra*	2.299.452	49,5%	2.142.163	50,5%	7,3%
CompreBem <sup>(b)</sup>	608.547	13,1%	658.259	15,5%	-7,6%
Extra Eletro	76.711	1,7%	67.684	1,6%	13,3%
Sendas**	400.786	8,6%	306.714	7,2%	30,7%
Assai	392.411	8,5%	263.927	6,2%	48,7%
<b>Grupo Pão de Açúcar</b>	<b>4.641.444</b>	<b>100,0%</b>	<b>4.244.090</b>	<b>100,0%</b>	<b>9,4%</b>

\* Inclui as vendas das bandeiras Extra Fácil e Extra Perto

\*\*Lojas com a bandeira Sendas que fazem parte da Sendas Distribuidora S/A

(a) Desde o 3T08, 6 lojas CompreBem em Pernambuco que estavam sobre administração da bandeira Pão de Açúcar passaram à administração da bandeira CompreBem.

(b) Desde o 3T08, 14 Lojas ABC CompreBem que estavam sobre a administração da bandeira CompreBem passaram à administração da bandeira Sendas.

### Composição de Vendas (% sobre Vendas Líquidas)

	2009	2008
	1ºTri	1ºTri
À Vista	50,0%	50,6%
Cartão de Crédito	40,0%	40,1%
Ticket Alimentação	8,7%	7,6%
À Prazo	1,3%	1,7%
Cheque Pré-Datado	1,1%	1,2%
Crediário	0,2%	0,5%

### Movimentação de Lojas por Formato

	Pão de Açúcar	Extra	Extra-Eletro	CompreBem	Sendas	Extra Perto	Extra Fácil	Assai	Grupo Pão de Açúcar	Área de Vendas (m <sup>2</sup> )	Número de Funcionários
31/12/2008	145	102	47	165	73	5	32	28	597	1.360.706	70.656
Abertas							5		5		
Fechadas	(1)					(1)			(2)		
Convertidas									-		
31/3/2009	144	102	47	165	73	4	37	28	600	1.359.347	69.034

### Teleconferência de Resultados do 1º trimestre de 2009

Quarta-feira, 13 de maio de 2009

Teleconferência em português com tradução simultânea para o inglês:

11h00 - horário de Brasília | 10h00 - horário de Nova York

Telefone para Conexão: +55 (11) 2188-0188

Código: Pão de Açúcar

Webcast disponível no site [www.gpari.com.br](http://www.gpari.com.br). O Replay poderá ser ouvido após o término da Teleconferência pelo telefone +55 (11) 2188-0188, Código: Pão de Açúcar.

#### Grupo Pão de Açúcar

##### Daniela Sabbag

Diretora de Relações com Investidores  
Fone: +55 (11) 3886 0421 Fax: +55 (11) 3884 2677  
Email: [gpa.ri@grupopaodeacucar.com.br](mailto:gpa.ri@grupopaodeacucar.com.br)

#### MZ Consult

##### Tereza Kaneta

Fone: +55 (11) 3529-3754  
E-mail: [mz.gpa@mz-ir.com](mailto:mz.gpa@mz-ir.com)

Website: <http://www.gpari.com.br>

Declarações contidas neste comunicado relativo à perspectiva dos negócios da Companhia, projeções de resultados operacionais e financeiros e relativas ao potencial de crescimento da Companhia, 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 no mercado, no desempenho econômico geral do Brasil, na indústria e nos mercados internacionais, portanto estão sujeitas à mudança.