



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	• Em 15 de Outubro de 2021, GPA e Assaí formalizaram um acordo vinculante para uma transação transformacional: – 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 – Assaí irá acelerar sua rota em direção a liderança absoluta no setor de Cash & Carry no Brasil
Descrição & Perímetro	• Conversão de 71 lojas Extra Hiper ao formato C&C por Assaí (aprox. 70% do total da Plataforma Extra Hiper) : – 32 lojas mantidas no GPA: 28 lojas convertidas para bandeiras de maior rentabilidade <i>Pão de Açúcar e Mercado Extra</i>; (-) 4 lojas desinvestidas – 71 lojas transferidas ao Assaí
Valor da Transação e Pagamento	• Valor total de R\$ 5,2 bi⁽¹⁾ incluindo lojas e imóveis próprios do GPA: – R\$ 4,0 bi correspondente às lojas – escopo principal do MoU com Assaí – R\$ 1,2 bi correspondente aos imóveis – escopo do MoU com fundo imobiliário, mas sujeito a compromissos do Assaí – Pagamento inicial em Dez/2021 e 5 parcelas entre 2022 até 2024, corrigidos por CDI + 1,2% <i>a.a.</i>
Novo GPA	Recursos relevantes para acelerar o crescimento nas bandeiras mais lucrativas Mudança Transformacional para +60% das Vendas vindo do Pão, Proximidade & E-com Melhoria da margem EBITDA & LL com impacto positivo de desalavancagem

(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	• Valor total para o GPA representa 0.6x da Receita Bruta UDM de R\$8.7 bi do perímetro de lojas Hiper transferidas – Múltiplo superior ao EV / Sales⁽¹⁾ de mercado do GPA consolidado: 0,3x – Avaliação rica, considerando a geração de caixa e o perfil de lucro operacional do perímetro vendido
Posição Financeira Sólida	• Forte fluxo de recursos para suportar investimentos de crescimento e criar impacto de desalavancagem relevante – R\$ 1 bi+ em investimentos nas bandeiras mais atrativas do portfólio – Aprox. R\$4,0 bi⁽²⁾ de caixa livre para iniciativas de crescimento e desalavancagem
Governança	• Aprovação da transação exclusivamente com base nos votos dos membros independentes do C.A. – Cumprimento rigoroso das políticas de RPT por GPA e Assaí – Membros indicados pelo acionista controlador abstiveram-se de votar – Assessores financeiros e jurídicos independentes e <i>fairness opinion</i> para suportar negociação e tomada de decisão

(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

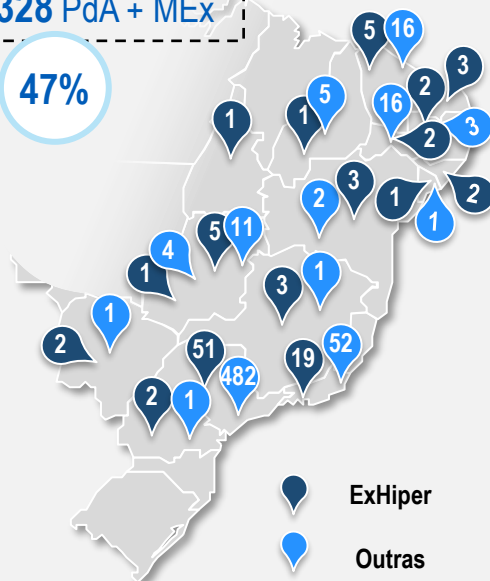
Pré Transação

Pré Transação Set/21

	182
	146
	239
	28
(=) Op. Cont.	595
	103
TOTAL	698

698 Lojas
328 PdA + MEx

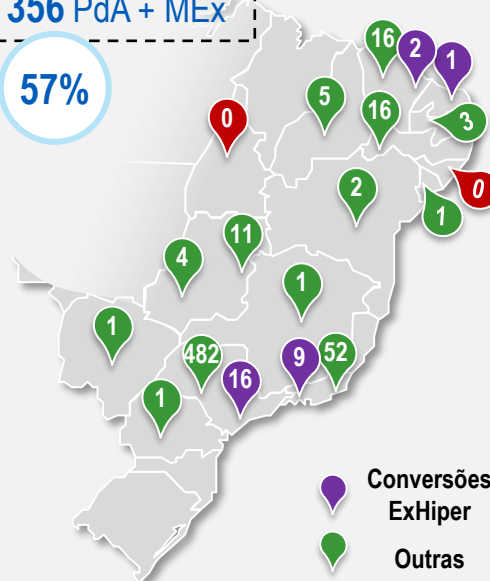
47%



Proforma Pós Transação⁽¹⁾

623 Lojas
356 PdA + MEx

57%



- 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

Lojas mantidas



32 lojas

Visão Proforma Pós Transação⁽¹⁾

Pós Transação Set/21

Lojas Atuais	698
Extra Hiper	(103)
Conversões	28
TOTAL	623



14 Lojas



14 Lojas

✗ 4 Lojas

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

Nota: Número de lojas não considera Postos e Drogarias.

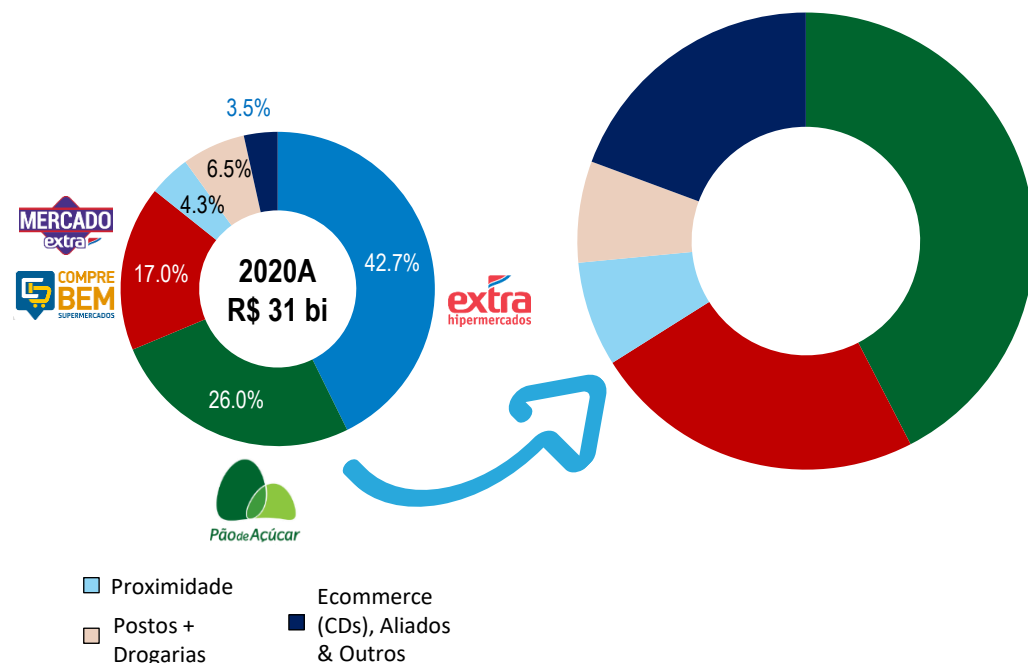
(1) Visão proforma com base nas lojas existentes em Set/21, contemplando as conversões de Extra Hiper (sem plano de expansão)..

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

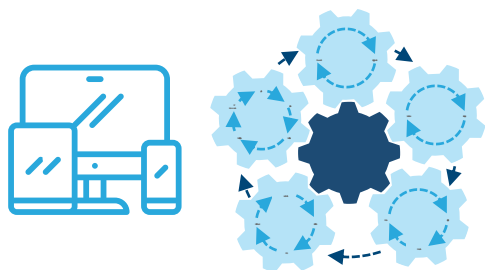
Potenciais M&A em oportunidades estratégicas

Com Desenvolvimento Contínuo no *Digital Omnichannel*



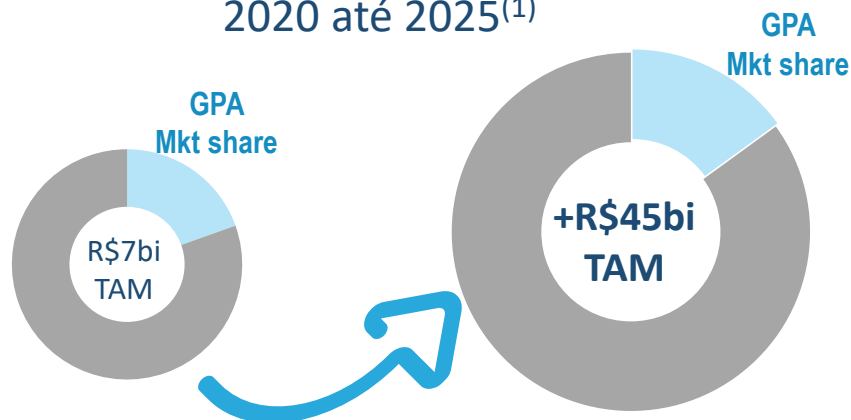
Melhor posicionamento para desempenhar papel cada vez mais relevante em *E-com alimentar* com **TAM crescente e pouco penetrado**

Aumento de escala na Plataforma Digital



Mercado Digital Alimentar

2020 até 2025⁽¹⁾



+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**

B&M

**Expansão de
formatos
Premium**

**Fortalecimento
dos principais
formatos**

*Digital,
B2B2C*

**Plataforma
Digital**

**Alavancas
Complementares**



Foco na Execução

- **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 transição 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

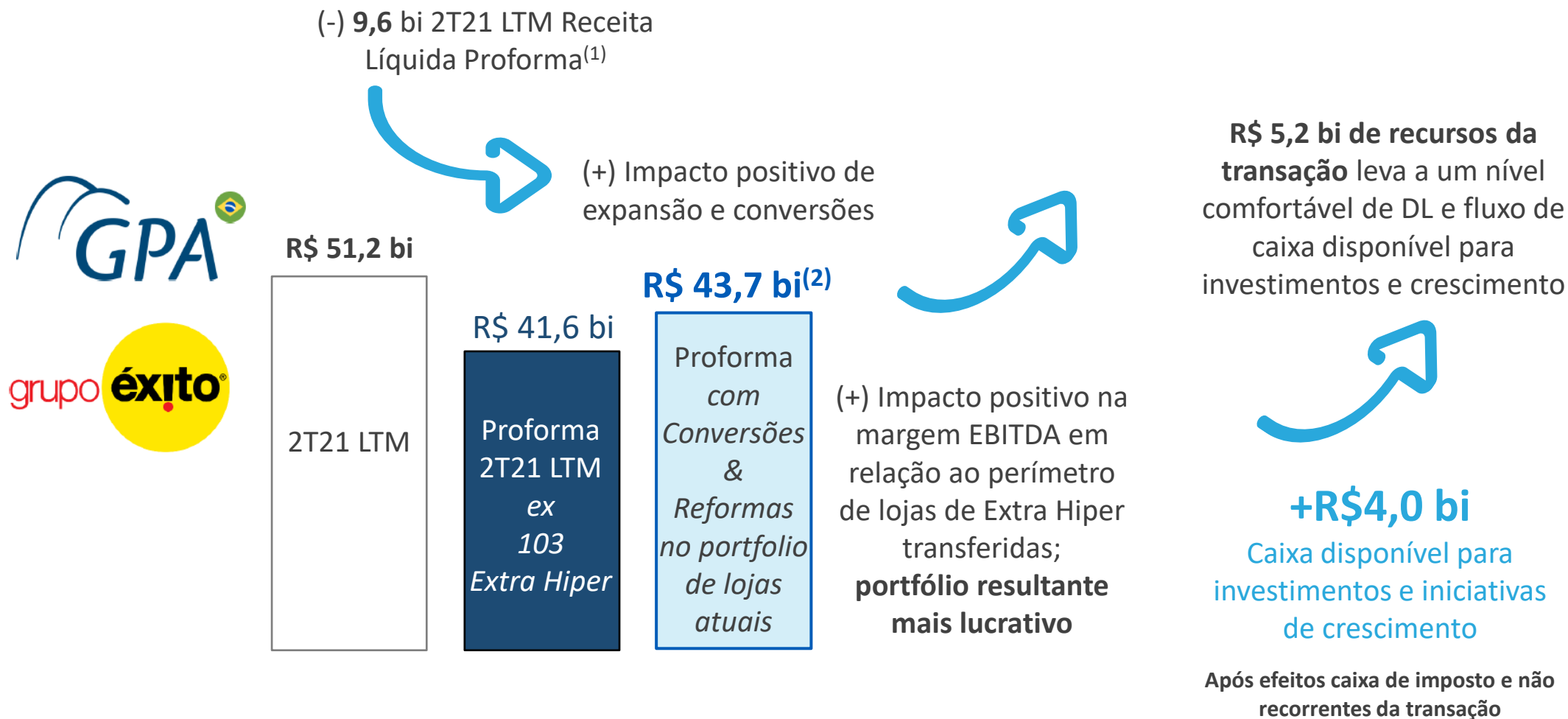
Marcas de alta **qualidade & lucratividade**, com **claras avenidas de crescimento**

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

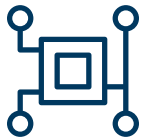


Foco na Execução da Estratégia Core

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



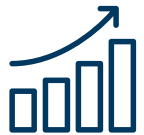
#1 Varejista e E-com alimentar, com presença **nacional no Brasil**, estratégia multiformato e presença líder na Colômbia, Uruguai e Argentina através do Grupo Éxito



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⁽¹⁾



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



October 15, 2021

Market Presentation



Transaction Summary



Optimization of the entire Extra Hiper platform by means of a strategic transaction between GPA and Assaí

Overview	• On October 15, 2021, GPA and Assaí entered into a binding agreement to implement a transformational move: – GPA will accelerate its expansion plan focusing on high profitability & performance banners + food <i>E-com</i> leadership – Assaí will accelerate its route towards the cash & carry absolute leadership in Brazil
Description & Perimeter	• Conversion of 71 Extra Hiper stores into C&C format by Assaí (approx. 70% of the total Extra Hiper platform): – 32 stores to remain with GPA: 28 stores converted into its higher performance banners <i>Pão de Açúcar</i> and <i>Mercado Extra</i>; (-) 4 stores divested – 71 stores transferred to Assaí
Transaction Value and Payment	• Total consideration of R\$ 5.2 Bn⁽¹⁾ including stores and owned Real Estate: – R\$ 4.0 Bn in consideration for the Stores – primary scope of the MoU with Assaí – R\$ 1.2 Bn in consideration for the RE assets – scope of the MoU with the REIT, but subject to commitment by Assaí – Upfront payment in Dec.2021 and 5 installments from 2022 up to 2024, adjusted by CDI + 1.2% <i>p.a.</i>
New GPA	Relevant proceeds to accelerate growth in the core and most profitable banners Transformational shift to +60% of total Sales coming from <i>Pão</i>, Proximity & <i>E-com</i> Improved EBITDA margin & Bottom Line with a positive deleveraging impact

(1) Base Value of R\$ 5.2 Bn subject to potential adjustment; possibility of Assaí acquiring stores' equipment is also contemplated by the agreement.

Transaction Summary



Optimization of the entire Extra Hiper platform by means of a strategic transaction between GPA and Assaí

Attractive Valuation	• Total consideration represents 0.6x of comparable perimeter Gross Sales LTM of R\$ 8.7 Bn – Above GPA consolidated 0.3x EV / Sales trading⁽¹⁾ – Rich multiple considering cash generation and operating profit profile
Solid Financial Position	• Robust sale proceeds flow to support investments for growth and make a positive deleveraging impact – R\$ 1 Bn+ investments in the most attractive banners within the portfolio – Approx. R\$4.0bn⁽²⁾ available cash proceeds for growth initiatives and deleveraging
Governance	• Approval based exclusively on the votes of the independent members of the BoD – Strict compliance with the RPT policies both by GPA and Assaí – Members indicated by the controlling shareholder refrained from voting – Independent financial, legal advisors and fairness opinions to support the negotiation and decision-making process

⁽¹⁾ Based on pre-IFRS EV figures and 90 days VWAP perspective as from October 15, 2021.

⁽²⁾ Sale proceeds after est. cash taxes and cash one-off transaction impacts; does not include non-recurring dividends and working capital impacts.

Compelling Strategic Rationale for GPA Brazil



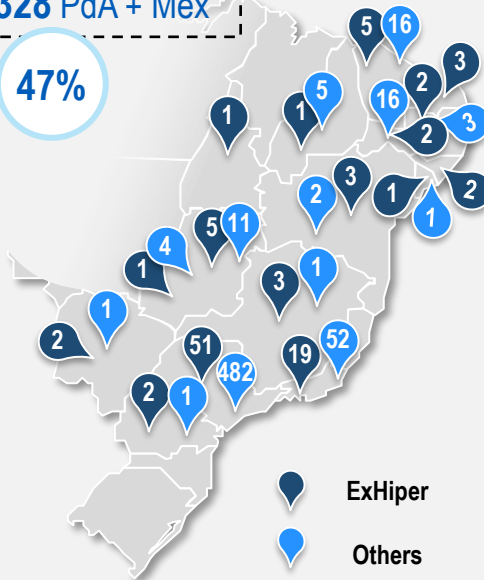
Unique opportunity to focus on the most promising and profitable banners for Premium & Proximity and Food *E-com* in Brazil

Pre-Deal

698 total stores
328 PdA + Mex

47%

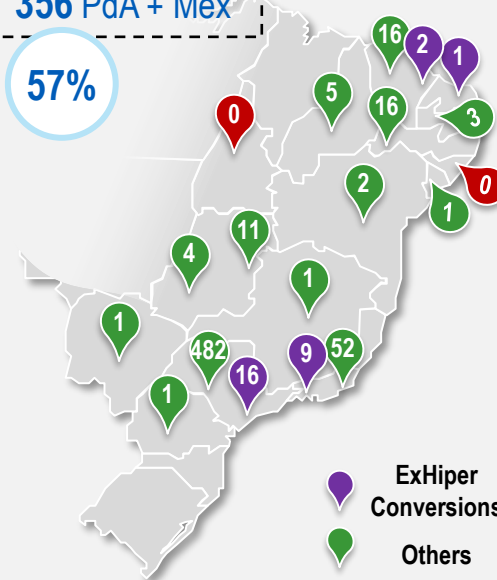
Pre-Deal	Sep/21
Pão de Açúcar	182
Mercado Extra	146
Minuto	239
Compre Bem	28
(=) Cont.Op.	595
Extra Hipermercados	103
TOTAL	698



Proforma Post Deal⁽¹⁾

623 total stores
356 PdA + Mex

57%



- **Net addition of +28 Pão and Mercado stores in the short term, +8.5% Vs. current base**
 - 6 month remodeling and 6 month ramp up to reach Pão and Mercado efficiency levels
 - Only 4 stores to be divested, representing an almost optimal platform optimization with further positive impacts from said 4 stores monetization
- **Mitigated execution risk, in a single transaction allowing the quick demobilization of the entire Extra Hiper platform**
 - Intra economic group transaction
 - Expedite demobilization plan Vs. multiple sales' efforts, allows a faster achievement of a more efficient structure

- **Increased focus to deliver further growth in the most promising banners of GPA in Brazil**

Stores Remained



32 Stores

Overview Proforma Post Deal⁽¹⁾

Post Deal	Sep/21
Current Stores	698
Extra Hiper	(103)
Conversions	28
TOTAL	623



14 Stores



14 Stores

✗ 4 Stores

Note: Number of stores does not consider Gas Stations and Drugstores.

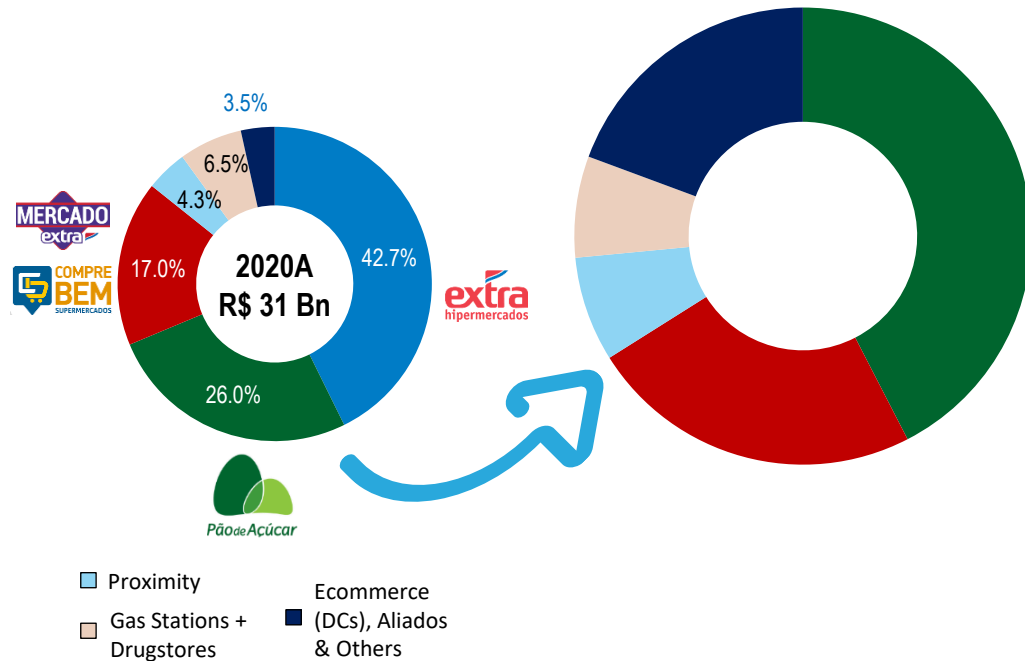
(1) Proforma overview based on current stores as of Sep/21, including conversions of Extra Hiper stores (without expansion plan).

Strengthening Core Competencies in the Most Attractive Segments



The New GPA Brazil will show a **relevant shift to +60% of total Sales** coming from Pão, Proximity & E-com

- **Fast track expansion for banners with Higher Margin & Profitability**, adding and remodeling premium Pão and Minuto stores
- **Strengthening regional platform with Mercado Extra remodeling and Compre Bem maturity**; becoming increasingly competitive vs. regional players



Organic Expansion of Premium & Consolidated Formats



R\$ 8.1 Bn Net Sales 21LTM

Expansion 21-24:

+100 new PdA, including 14 conversions of E-Hiper

+100 new Minuto

Refurbishment of +135 stores

Growth and Maturation of Super Regional



R\$ 4.9 Bn Net Sales 21LTM

+14 M-Extra conversions

+50 stores refurbishment

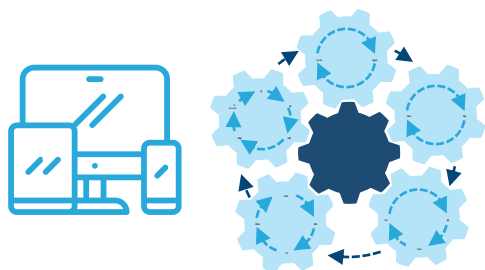
Potential comeback to the M&A arena in strategic opportunities

With Continuous Development In the Digital Omnichannel Space



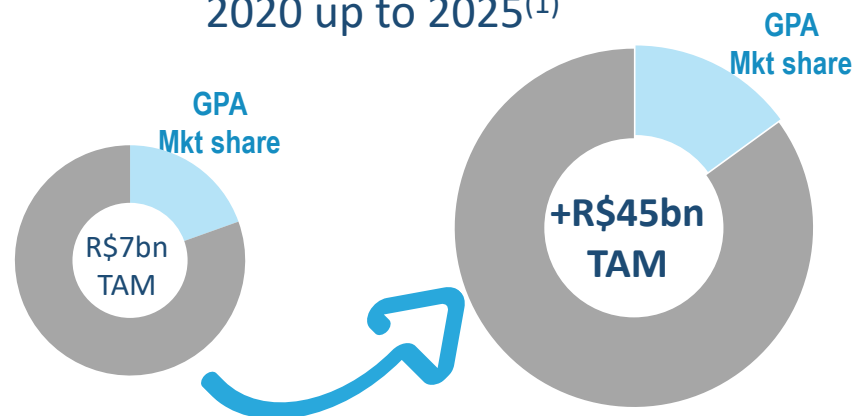
Best positioned to play an increasingly relevant role in a growing and underpenetrated Food-Ecom TAM

Scale-up Digital Platform



Digital Food Market

2020 up to 2025⁽¹⁾



+R\$1.7bn GPA GMV est. 21E

- **Accelerate *E-com* with a differentiated strategy across all banners**
 - Primary focus on *Food* and *Home Care*
 - Clube Extra remains an enabler for Mercado Extra digital experience
 - Great opportunities for expansion around food universe, such as equipment for kitchen, bazar for table and home care
 - Combined offer including LastMilers and James to provide the best UX
- **Additional value lever in B2B2C with Aliados**, via further development of systems and solutions



Frequency + Recurrence

Food (mainly fresh) as Our Core



Top of Mind Brands



Nationwide Logistics in Place

Approx. **700** Stores / Hubs
Last Mile Capabilities



Profitability Strategy to Deliver One-Stop-Shop

Core / higher Margin = 1P
Fulfillment / Take Rate = 3P



Massive Customer Database

+21 mm customers registered
+17 mm app downloads

Source: Company information.

(1) Euromonitor.

Clear Path to Drive Execution Focus and Maximize Results

Simplification efforts will take place in order to deliver a **leaner structure with improved efficiency**

B&M

**Expansion of
Premium
Formats**

**Mainstream
Formats'
Strengthening**

*Digital,
B2B2C*

**Digital
Platform**

**Complementary
Levers**



Focus on Execution

- **Transition to simplify the company's internal structure**
 - Extra Hiper banner discontinuance and resizing of the corresponding logistics and support structure
 - Transition plan to take place from the 4Q21 up to 4Q22
 - Relevant reduction in corporate expenses
- **Leaner structure + relevant transaction proceeds will enable an increased focus on the execution of the core strategy**

Digital

Leading Food *E-com* with a **strong execution** in Digital Omnichannel client & partners' experience, and strategic selective approach of Non-Food *E-com* opportunities

B&M

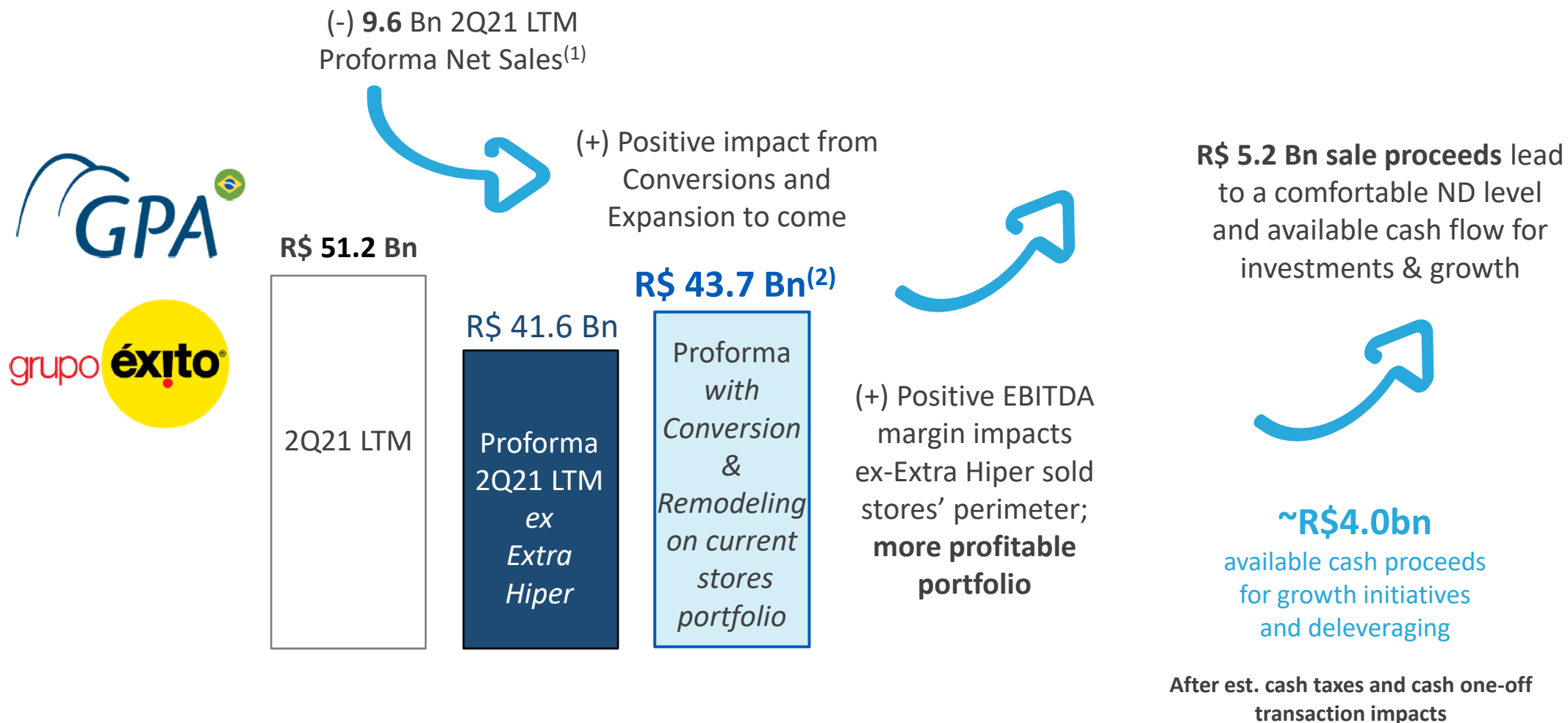
High Quality & Profitability brands, with clear growth avenues,

Maturation and increased profitability of mainstream formats

Robust Financial Performance and Benefits Arising from the Transaction



Improved EBITDA margin with a more favorable mix & Bottom Line to benefit from a positive Deleveraging Impact



(1) Proforma Net Sales of 103 E-Hiper.

(2) Proforma 2Q21 LTM considering +28 E-Hiper stores conversions to PdA and Mex and 185 stores remodeling (without expansion plan). All net sales contribution at maturity.

The #1 Food Retailer in South America, with a Diversified Portfolio of Leading Brands in Brazil, Colombia, Uruguay and Argentina



Key takeaways

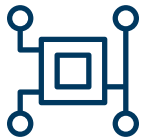


Focus on Executing Our Core Strategy

The transformational impact of the transaction will accelerate our expansion in with a focus on higher profitability & performance banners



#1 One Food Retailer and **Food E-com**, with **Nationwide Presence in Brazil**, Multiformat Strategy and leading presence in Colombia, Uruguay and Argentina via Grupo Éxito



Digital Platform Acceleration, integrating of Our Top and Diversified **B&M Portfolio** with a Massive **Loyal** Customer Base



Improvement of Operational Excellence, with Continuous Innovation and Strengthening the Value Proposition of our Banners



Multiple Levers of Growth, **Low Leverage** and **Relevant Transaction Proceeds** to Seize Opportunities and fuel Growth across all strategic initiatives



Food retailer
in **South America**⁽¹⁾



Food retailer and
food e-commerce in
Brazil and Colombia

⁽¹⁾ Leadership based on Sales.

Next Steps

1. **Due Diligence process**
2. **Definitive agreements**
3. **Landlords and Labor Unions**
4. **Operational demobilization of Extra Hiper stores**

Target: Conclusion between 4Q21 – 1Q22