

VIA VAREJO S.A.
NIRE 35.300.394.925
CNPJ/MF nº 33.041.260/0652-90
Companhia Aberta

COMUNICADO AO MERCADO

A **VIA VAREJO S.A.** ("Companhia") vem apresentar aos seus acionistas e ao mercado em geral, em atendimento ao Ofício nº 160/2020/CVM/SEP/GEA-2, emitido pela Superintendência de Relações com Empresas da Comissão de Valores Mobiliários ("CVM"), em 20 de julho de 2020 ("Ofício"), os esclarecimentos solicitados.

O Ofício faz referência à notícia veiculada na Coluna do Broadcast do jornal *O Estado S. Paulo* em 20/07/2020, intitulada "VIA VAREJO: EMPRESA APAGA SEQUÊNCIA DE TWEETS COM DADOS OPERACIONAIS" e assim dispõe:

"Senhor Diretor,

1. Reportamo-nos à notícia veiculada na página da agência de notícias Broadcast/Agência Estado em 20/07/2020, intitulada "Via Varejo: empresa apaga sequência de tweets com dados operacionais", com o seguinte teor:

20/07/2020 13:41:12 - EMPRESAS E SETORES
VIA VAREJO: EMPRESA APAGA SEQUÊNCIA DE TWEETS COM DADOS OPERACIONAIS

Por Talita Nascimento e Felipe Laurence

São Paulo, 20/07/2020 - Na manhã de hoje, em sua conta no Twitter, a Via Varejo compartilhou dados de aumento de vendas de determinados produtos. Dentre eles havia o registro de alta de mais de 2.500% nas vendas online de games e câmeras e de 1.900% na venda de televisores. A empresa apagou as informações no início da tarde.

Segundo fontes, a companhia tomou a decisão por ser interpretada pelo mercado como fonte primária de informação. Segundo a sequência anteriormente publicada, os dados eram referentes a maio e junho deste ano e comparados ao mesmo período de 2019. Apesar do perfil não ser verificado, a empresa confirma que a conta é verdadeira.

A empresa já havia adiantado os dados de vendas no e-commerce por meio de comunicados a veículos de imprensa, mas os números percentuais de altas nestas categorias de produtos não haviam sido publicados. A divulgação na rede social teria acontecido em razão da empresa considerar que os dados eram públicos, já que haviam sido informados a veículos de imprensa, a título de demonstrar novas tendências de consumo.

Segundo operadores de mercado e um analista, porém, a publicação destes dados influenciou a alta dos papéis da companhia e da concorrente Magazine Luiza nesta manhã. Há pouco, o papel ON da dona das Casas Bahia subia 7,45%, a R\$ 21,24, na máxima do dia e o pico histórico da ação. Enquanto isso, as ações ON do Magazine Luiza avançavam 4,74%, a R\$ 85,89.

Os tweets citavam ainda alta de 1.500% nas vendas online de equipamentos de som, 750% nas vendas de fornos e fogões e mais de 300% em refrigeradores e lavadoras. Segundo Marcel Zambello, analista da Necton, os números impressionantes vêm de bases fracas em 2019, quando o e-

commerce da companhia era pouco desenvolvido. Para ele, a maior parcela das vendas eletrônicas na receita da empresa é uma tendência no setor.

2. Requeremos a manifestação de V.S^a sobre a veracidade das informações prestadas na notícia, e, caso afirmativo, solicitamos esclarecimentos adicionais a respeito do assunto, em especial a respeito dos trechos **em destaque** acima, bem como informar os motivos pelos quais entendeu não se tratar o assunto de **Fato Relevante**, nos termos da Instrução CVM nº 358/02.”

Em resposta ao Ofício, a Companhia esclarece que as informações mencionadas na notícia acima foram indevidamente divulgadas pela área de comunicação da Companhia, contrariamente à sua prática e política de divulgação.

A publicação dos *tweets* foi retirada do ar às 12:55 da tarde, tão logo foi percebida pela Diretoria de Relações com Investidores. Ato contínuo, visto que a informação já havia circulado no mercado, a administração da Companhia buscou verificar a veracidade, precisão e consistência de tais informações, bem como preparar um fato relevante com o intuito de assegurar a prestação de informações corretas e de forma isonômica para todo ao mercado.

As informações se referem: (i) ao período de 03 de maio a 23 de junho de 2019 vs 01 de maio a 21 de junho de 2020; (ii) vendas aprovadas pela Companhia para consumidores finais (1P B2C) no canal online; e (iii) ao grupo de produtos considerados *best sellers* e não à categoria de produtos como um todo. Maiores detalhes acerca das informações estão contidos no Fato Relevante publicado pela Companhia na presente data.

A Companhia lamenta o ocorrido e ressalta que está aumentando seus controles internos para que situações como esta não voltem a ocorrer.

São Caetano do Sul, 20 de julho de 2020.

VIA VAREJO S.A.

Orivaldo Padilha

Diretor Vice-Presidente Financeiro e Diretor de Relações com Investidores

VIA VAREJO S.A.

NIRE (State Registry) 35.300.394.925

Brazilian corporate taxpayers' roll (CNPJ/ME) No. 33.041.260/0652-90

Publicly-held corporation

NOTICE TO THE MARKET

VIA VAREJO S.A. ("Company") hereby presents to its shareholders and to the market in general that, in compliance with the Official Letter No. 160/2020/CVM/SEP/GEA-2, issued by the Superintendence of Relations with Companies (*Superintendência de Relações com Empresas*) of the Brazilian Securities Commission ("CVM"), on July 20, 2020 ("Official Letter"), the requested clarifications.

The Official Letter refers to the news published in the Broadcast Column of the newspaper "O Estado S. Paulo" on 07/20/2020, entitled "VIA VAREJO: COMPANY DELETES SERIES OF TWEETS WITH OPERATIONAL DATA" and provides as follows:

"Dear Executive Officer,

1. We refer to the news published on the website of the news agency Broadcast/Agência Estado on 07/20/2020, entitled "Via Varejo: Company deletes series of tweets with operational data", with the following content:

20/07/2020 13:41:12 – COMPANIES AND SECTORS

VIA VAREJO: COMPANY DELETES SERIES OF TWEETS WITH OPERATIONAL DATA

By Talita Nascimento and Felipe Laurence

São Paulo, 07/20/2020 – This morning, on its Twitter account, Via Varejo shared data on the increase of sales of certain products. Among them there was an increase of more than 2,500% in online sales of games and cameras and 1,900% in the sale of televisions. The company erased the information early in the afternoon.

According to sources, the company made the decision to be interpreted by the market as a primary source of information. According to the series previously published, the data were related to May and June this year and compared to the same period in 2019. Although the profile has not been verified, the company confirms that the account is true.

The company had already disclosed sales in e-commerce data through press releases, but the percentage figures for increases in these product categories had not been published. The disclosure on the social network would have happened because the company considered that the data were public, since they had been informed to press vehicles, in order to demonstrate new trends in consumption.

According to market operators and an analyst, however, the publication of these data influenced the increase in the trading price of the shares of the company and of competitor Magazine Luiza this morning. Recently, the common shares of the owner of Casas Bahia rose 7.45%, to R\$ 21.24, at the day's high and the historic peak of the action. Meanwhile, Magazine Luiza's common shares advanced 4.74%, to R\$ 85.89.

The tweets also mentioned an increase of 1,500% in online sales of sound equipment, 750% in sales of ovens and stoves and more than 300% in in sales of refrigerators and washers. According to Marcel Zambello, an analyst at Necton, the impressive numbers come from weak bases in 2019, when the company's e-commerce was underdeveloped. For him, the largest share of electronic sales in the company's revenue is a trend in the sector.

2. We require your statement regarding the veracity of the information provided in the news, and, if so, we request additional clarifications regarding the subject, in particular regarding the excerpts **highlighted** above, as well as to inform the reasons why you understood that the subject is not a Material Fact, as per CVM's Rule 358/02. ”

In response to the Official Letter, the Company clarifies that the information mentioned in the news above was improperly disclosed by the Company's communication area, contrary to its disclosure policy and practice.

The publication of the tweets was taken off the air at 12:55 p.m., as soon as it was noticed by the Investor Relations Department. Continuous act, since the information had already spread in the market, the Company's management sought to verify the veracity, precision and consistency of such information, as well as to prepare a material fact in order to ensure the issuance of correct information and in an isonomic way for all the market.

The information refers to: (i) the period from May 3 to June 23, 2019 vs May 1 to June 21, 2020; (ii) sales approved by the Company to final consumers (B2C) on the online channel; and (iii) the group of products considered best sellers and not the category of products as a whole. Further details about the information are contained in the Material Fact published by the Company on the present date.

The Company regrets what happened and emphasizes that it is increasing its internal controls so that situations like this do not occur again.

São Caetano do Sul, July 20, 2020.

VIA VAREJO S.A.

Orivaldo Padilha

Financial Vice President and Investor Relations Officer