



Grupo Carrefour Brasil

Resultados do 4T 2020

18 de fevereiro de 2021

4T20: FORTE DESEMPENHO CONSOLIDANDO NOSSO POSICIONAMENTO

- » **Crescimento total de 32,4%**
- » Ganho de *market share* mesmas lojas
- » Novo **recorde** de crescimento: **27% Lfl**
- » Maior presença de clientes **B2B**
- » Crescimento também em termos de **volumes**
- » Evolução do **e-commerce: +142% vs. 3T20**
- » Rápida conversão e abertura de **seis lojas Makro** no trimestre

- » Aceleração da retomada com crescimento de **faturamento de 19,2% a/a**
- » Receita já **16.5%** maior na comparação com 3T20
- » Indicadores de **NPL abaixo de níveis pré-pandemia**
- » **+157% a/a** na abertura de conta por **canais digitais**
- » Evolução da **diversificação** de produtos



- » **Mudanças estruturais** no modelo comercial
- » Ganhos de **market share de 1,3 p.p. no trimestre**
- » **+22% a/a** volume de marca própria
- » Novo app: **#clientes 2X maior e 75% de engajamento** dos clientes recorrentes gerando + vendas
- » **Cybercook** como alavanca de valor: 1,9 mi de usuários (+73% a.a)
- » **Migração para marketing digital** alavanca ganhos de eficiência
- » Menos ruptura e perdas
- » Nova plataforma do e-commerce proporciona **Maior NPS** de 2020 ao longo do 4T
- » **R\$949 milhões** de **GMV**
- » **+163% a/a** - e-commerce **alimentar**
- » **E-comm acelera contribuição na margem** no a/a

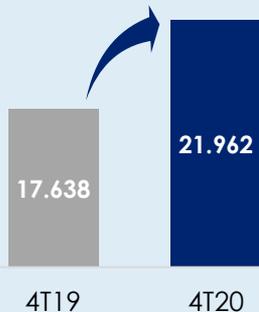
Um ecossistema omnicanal, integrado e assegurando um crescimento sustentável em qualquer cenário

ESTRATÉGIA CONSISTENTE ENTREGANDO MAIS UM FORTE DESEMPENHO NO 4T...

4T 2020

VENDAS BRUTAS
COM GASOLINA
(R\$ MILHÕES)

+24,5%



LFL CONSOLIDADO
(EX- GASOLINA)

22,9%



■ Varejo ■ Atacado

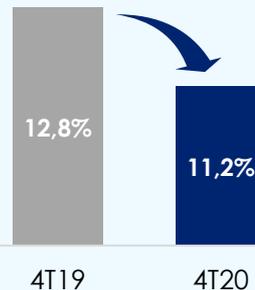
EBITDA AJUSTADO
(R\$ MILHÕES)

+18,2%



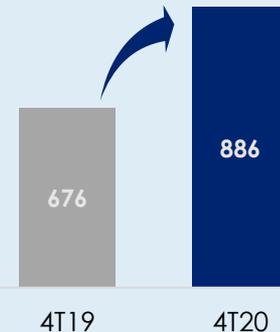
SG&A COMO
% DAS VENDAS LÍQUIDAS

-1,6 p.p.



LUCRO LÍQUIDO AJ. PART.
CONTROL. (R\$ MILHÕES)

+31,1%



... E UMA LUCRATIVIDADE RECORDE DE 4,1% NO ANO

2020

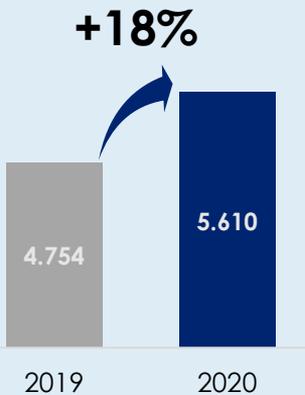
VENDAS BRUTAS
COM GASOLINA
(R\$ MILHÕES)



LFL CONSOLIDADO
(EX- GASOLINA)



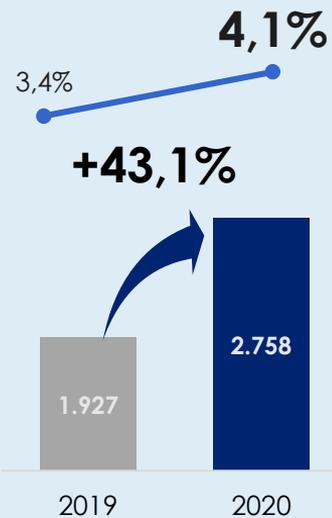
EBITDA AJUSTADO
(R\$ MILHÕES)



SG&A COMO
% DAS VENDAS LÍQUIDAS

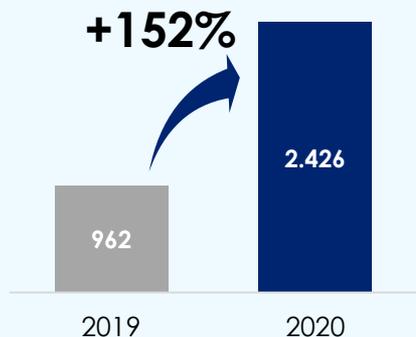


LUCRO LÍQUIDO AJ. PART.
CONTROL. (R\$ MILHÕES) e
% DAS VENDAS LÍQUIDAS



FORTE GERAÇÃO DE CAIXA PARA FINANCIAR O CRESCIMENTO

FLUXO DE CAIXA LIVRE* (EM R\$ MILHÕES)



Forte geração de caixa

em função do crescimento de EBITDA e melhor gestão do Capital de Giro, proporcionando um elevado CAPEX (R\$ 1.683 milhões) bem como um crescimento forte do FCF

ALAVANCAGEM E ENDIVIDAMENTO

R\$ 313 mi*

0,06x caixa líquido/ Adj. EBITDA LTM

R\$ -(1,5 bi)*

Inclui dívida com alugueis (IFRS 16)
- 0,28x dívida líquida/ Adj. EBITDA LTM

* Inclui desconto de recebíveis de R\$ 2.100 milhões

Balanço robusto e
forte capacidade de investimento

MUDANÇA NA POLÍTICA DE DIVIDENDOS

25% »»» 45%
do Lucro Líquido Ajustado

R\$ 482 milhões adiantados em 2020 (JCP)

+

R\$ 759 milhões* pagamento adicional em 2021 (Dividendos)

=

R\$ 1.241 milhões*

R\$ 0,62 por ação

*Sujeito à aprovação na AGO de 13/04/2021

* Excluindo o investimento nas 30 lojas do Makro

• ATACADÃO: CRESCIMENTO RECORDE DE LFL

Vendas brutas
+32,4% a.a. 4T20
+23,2% a.a. 2020

Vendas LfL
27,0% + 5,4% expansão 4T20
17,6% + 5,7% expansão 2020
+22 novas lojas

EBITDA ajustado
R\$ 1,1 bilhões
+25,7% a.a.
4T20

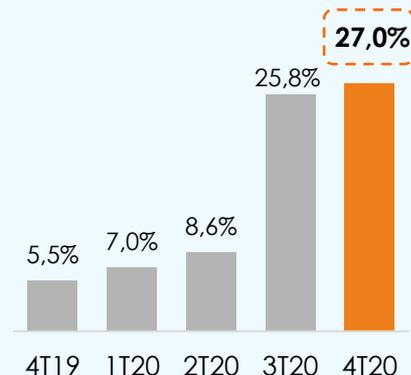
Margem EBITDA Ajustada
7,5% (-0,4 p.p. a.a.)
4T20

R\$ 3,6 bilhões
+28,6% a.a.
2020

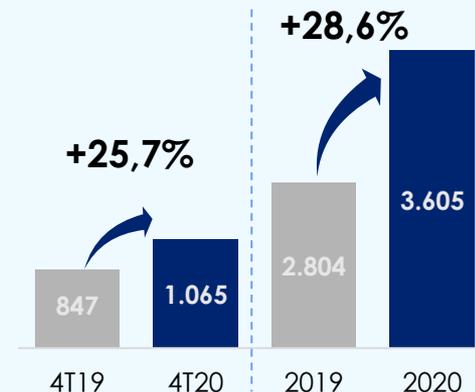
7,7% (+0,4 p.p. a.a.)
2020

- » **Crescimento robusto com fortes volumes** e contribuição relevante de clientes B2B
- » **Aceleração das vendas digitais**
- » **Aumento do market share** mesmas lojas
- » **Gap de preços ampliado** vs. concorrentes
- » Rentabilidade em níveis saudáveis

LfL ex Calendário



Evolução do EBITDA ajustado
(em R\$ milhões)



Ultrapassando até mesmo o elevado nível do 3T

• ATACADÃO: FORTE RITMO DE EXPANSÃO EM LOJAS E ONLINE •

+20 lojas e +2 atacados de entrega em 2020



2021: uma expansão dobrada / +40* lojas novas (+22%)

Evolução venda alimentos online
(em R\$ milhões)



- » Em apenas 6 meses **25%** das lojas já possui serviço de entrega rápida
- » **131 mil clientes** via Rappi e Cornershop
- » Vendas digitais já representam **2% do faturamento** das lojas em que serviço está disponível

VAREJO: FORTE CRESCIMENTO E AUMENTO DO ENGAJAMENTO

» LFL segue em patamares elevados mesmo com cancelamento de campanhas promocionais e Não realização da Black Friday

+13,3%* LfL 4T
+19,6% 2020
sem gasolina

+14,2%* 4T 
Alimentar
+14,3% 2020

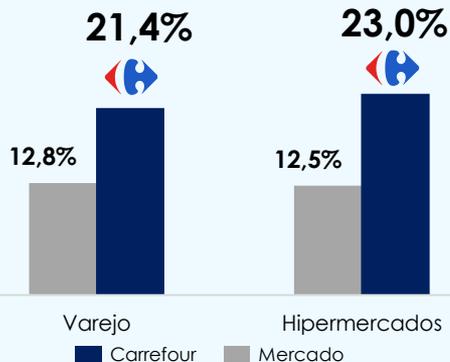
+12,2%* 4T 
Não alimentar
+27,3% 2020

19,8% LfL Total
25,9% LfL Não-alimentar
no 4T20 excluindo Black
Friday**

*Inclui e-commerce

** Semana de 20 a 30 de novembro/20

Crescendo mais que o mercado em 2020



+1,5 p.p.
a.a.
Market share
Hiper 2020

+1,3 p.p.
a.a.
Market share
Hiper 4T20

+2 p.p.
Market share a.a.
nos últimos 2 anos

Novo App Meu Carrefour



Base de clientes 2X maior desde o lançamento e já representando **75% dos clientes recorrentes nas lojas**

Aumento da **venda incremental por cliente**



1,9 milhões de usuários em dezembro

VAREJO: UM NOVO PATAMAR DE RENTABILIDADE

- » **Um modelo vencedor e otimizado:** dinâmica promocional mais eficiente e engajamento maior
- » **Ganhos de eficiência:** SG&A com crescimento marginal levando a diluição como % das vendas líquidas
- » Aumento da **contribuição do e-commerce**
- » **Aumento do EBITDA** mesmo com impacto de postos e galerias

Margem Bruta



SG&A e % Vendas Líquidas



EBITDA Ajustado 4T20

R\$ 455 milhões

+42,2% a.a.

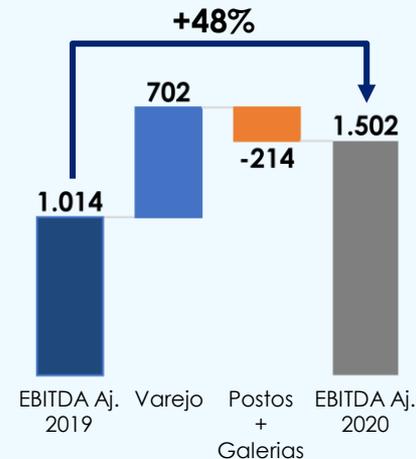
Margem EBITDA Ajustada 4T20

8,1%

(+2 p.p. a.a.)

EBITDA Ajustado Varejo 2020

(em R\$ milhões)



DIGITAL: GMV ACIMA DE R\$3,3 BI



Nova plataforma e-commerce Carrefour: NPS alimentar recorde em outubro, fechando o ano com aumento de 90% no nível do indicador vs. 2019



Cancelamento de campanhas promocionais e Não realização da Black Friday impactando o GMV do e-commerce não alimentar: **GMV 1P não alimentar** atingiu -3,1% no 4T20 ou **24,5%** excluindo Black Friday*.



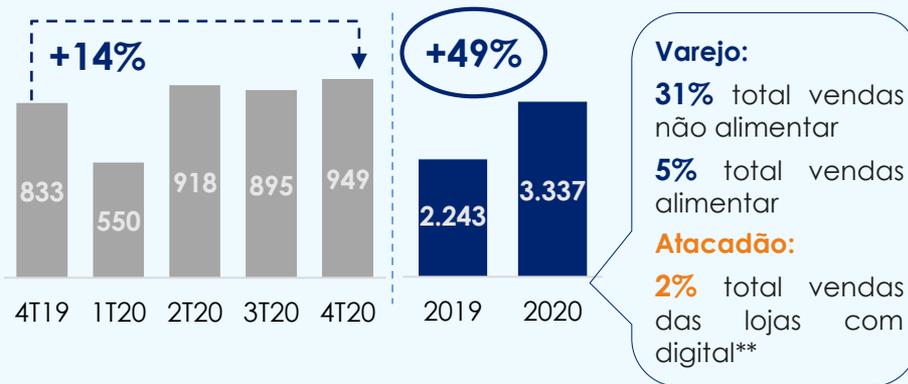
Aceleração das atividades do e-commerce com janeiro apresentando tendências muito positivas



Mudanças estruturais impactando positivamente os resultados do e-commerce, com evolução das margens.

- » **GMV em patamares muito altos** por três trimestres consecutivos.
- » **E-commerce alimentar: 163,3%*** de crescimento.

GMV Total* (Em R\$ milhões)



*Inclui serviço de entrega rápida.

**25% das lojas do Atacadão já possuem e-commerce.

BANCO CARREFOUR: CRISE JÁ SUPERADA, RUMO AO PRÓXIMO PATAMAR DE CRESCIMENTO

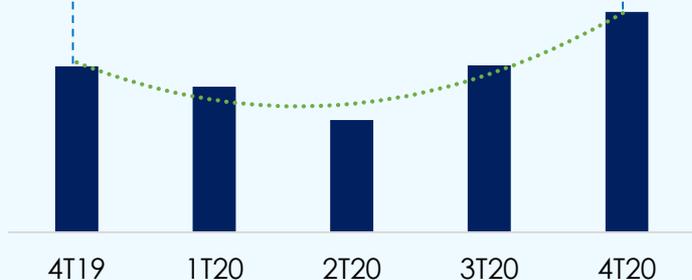


Volume de **vendas** e **ticket médio**

R\$ 13,5 bilhões de carteira de crédito (IFRS9) +17% a/a

Faturamento

+19,2%

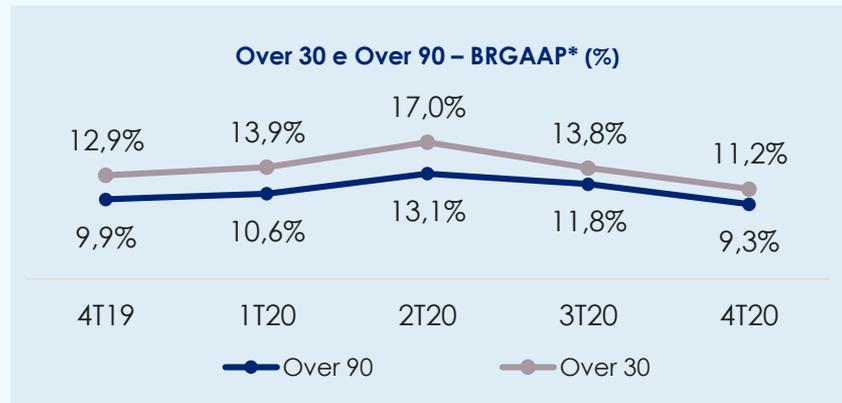


Melhora dos indicadores de **risco**: abaixo dos níveis pré-crise

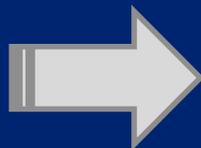


Volume de **recuperações**

Rolagem natural da carteira



Velocidade de recuperação pós pico da crise



EBITDA Ajustado: R\$ 266 milhões
(vs. R\$ -4 milhões no 3T20)

BANCO CARREFOUR: ACELERAÇÃO DIGITAL E DIVERSIFICAÇÃO

Novos produtos e canais ganhando força



APAG já disponível em **65 lojas** e **22 Estados** em fevereiro/21



Carteira Digital disponibilizada em **54 lojas**

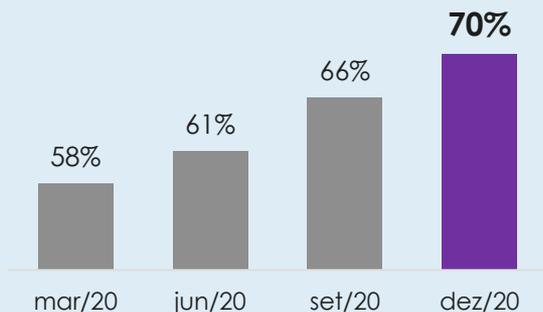
Inclusão de crédito rotativo

Recorde de novas **contas via canal digital** no 4T20:

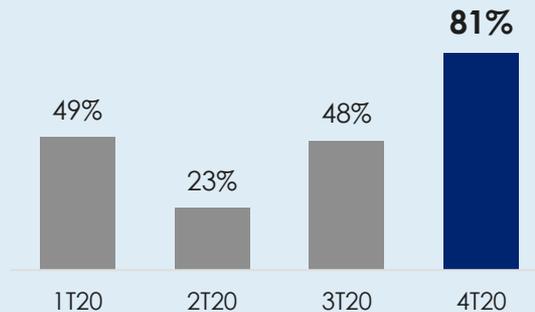
+157% a.a. (32% do total no 4T20)



Penetração Digital
(app + website + TAS + usuários ativos whatsapp / portfolio ativo)



Empréstimo Pessoal
(% Requerimentos via digital)

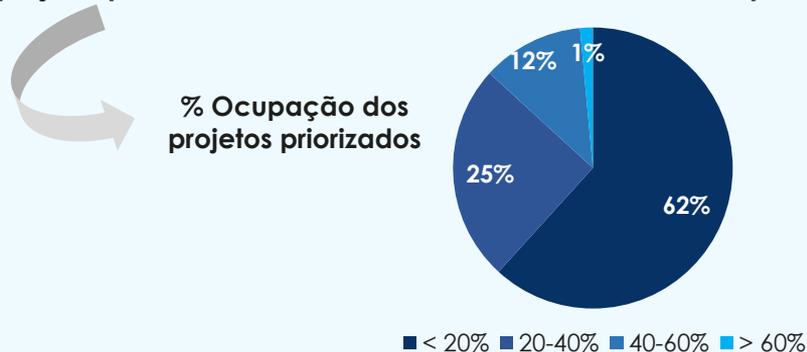


REAL ESTATE: EXTRAIR VALOR DA NOSSA RIQUEZA IMOBILIÁRIA

290 ativos imobiliários próprios com
13,6 milhões de m²



- » **Grande potencial** a ser destravado multiplicando a eficiência dos ativos imobiliários e com investimentos mínimos
- » Desenvolvimento imobiliário focado em **impulsionar nossos sites**, alavancando o ecossistema Carrefour
- » Transformação de lojas e galerias existentes integradas ao empreendimento imobiliário, capturando **valor adicional**
- » **68 projetos priorizados**: desenvolvimento **aumenta a área explorada em 5-7x**:



Lojas e Galerias renovadas



Projetos de uso misto

Corporativo + Residencial + Comercial



- ✓ Melhor infraestrutura
- ✓ Maior oferta de serviços
- ✓ Maior tráfego
- ✓ Menor risco no investimento

PROJETO ICÔNICO MARGINAL PINHEIROS INICIADO FEV/2021

Primeira loja do grupo inaugurada no Brasil em 1975

Projeto Atual



Fortalecendo o ecossistema e gerando valor com investimento mínimo

BENEFÍCIOS PARA O CARREFOUR

R\$ 550 milhões (4x swap)

- 14.000 m² em área corporativa
- Galeria 3X maior
- Novo hipermercado



78% terreno

WTORRE S.A.

Projeto Desenvolvido



- ✓ Complexo de uso misto
- ✓ +13.000 residentes e trabalhadores
- ✓ ~ 320.000 m² área construída total

- ✓ Aumento do tráfego
- ✓ Rentabilidade 2x maior
- ✓ Maior comodidade

RESPEITO E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES PARA TODES

PRINCIPAIS FRENTES

Combate ao racismo
Igualdade de gênero, inclusão LGBT e PCD
Projeto social de acesso ao básico

PRINCIPAIS INICIATIVAS

Comitê de Diversidade
Carrefour por Elas
Amigos do Bem
www.naovamosesquecer.com.br
TodXs+
Fundo de **R\$ 40 milhões** para a causa antirracista

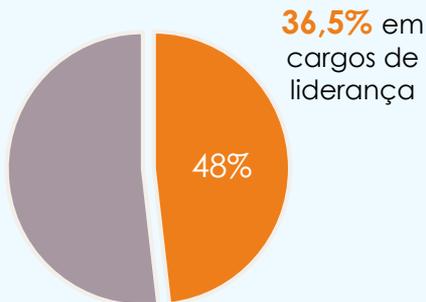


+95 MIL COLABORADORES

65 TRANS

253 REFUGIADOS

MULHERES NO GRUPO



PRETOS E PARDOS NO GRUPO

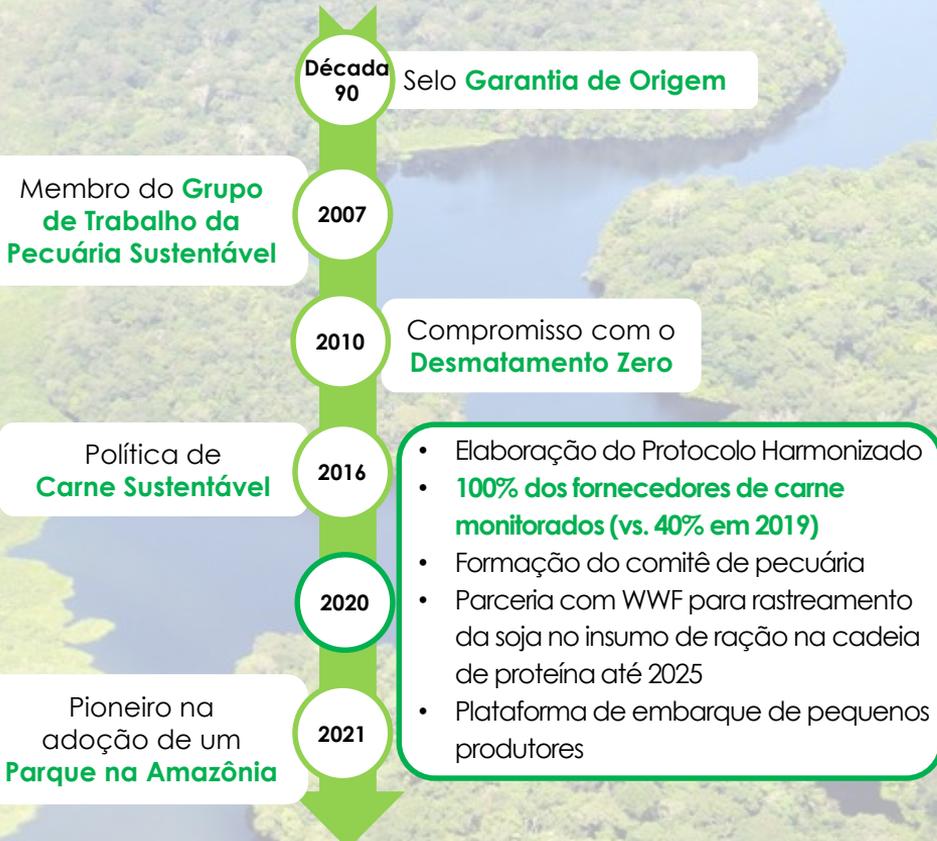


8 COMPROMISSOS DA LUTA ANTIRRACISTA

1. Tolerância zero ao racismo e à discriminação
2. Transformação radical do modelo de segurança
3. Divulgação da política de tolerância zero à discriminação
4. Investimento na carreira de pessoas negras
5. Investimento social privado em educação, empreendedorismo e empregabilidade
6. Percentual mínimo de 50% de negros nas novas contratações
7. Mecanismo de denúncia de preconceito e discriminação
8. Estímulo ao empreendedorismo de pessoas negras

LUTANDO PARA PRESERVAR O PLANETA

DESMATAMENTO ZERO



ECONOMIA CIRCULAR

- » **Emissão de CO2:** compromisso global da companhia de redução de 30% até 2030, e 55% até 2040.
- » Pecuária e pesca sustentável
- » Redução de plásticos
- » Estações de reciclagem
- » Redução do consumo de energia



COMBATE AO DESPERDÍCIO

- » **Únicos e Sansform:** venda de produtos fora do padrão estético – aumento de 38% nas vendas em 2020
- » Cuidados no manuseio
- » Reembalagem
- » **Cybercook:** receitas para reaproveitamento de alimentos



BEM ESTAR ANIMAL

CADEIA SUÍNA

» **Primeiro varejista no Brasil a anunciar compromisso com o bem estar animal** para cadeia de suínos até 2025 para Marca Própria e 2028 para demais marcas

» **Conquistas de 2020:**

- ✓ Corte ou desgaste do dente feito apenas de maneira curativa
- ✓ Redução do tempo de gaiola de gestação de 35 dias a 28 dias para 100% das fêmeas – Meta alcançada 2 anos antes do prazo



GALINHAS POEDEIRAS

» **Ambição:** comercializar apenas ovos provenientes do sistema livre de gaiolas até 2028

» **Conquistas de 2020:**

- ✓ 100% dos ovos de Sabor e Qualidade provenientes de galinhas livres de gaiolas
- ✓ 33% dos fornecedores de marca própria Carrefour também integraram o sistema livre de gaiolas



CAUSA ANIMAL

» Fundação do primeiro **Hospital Ampara Animal** em SP, que oferece castração gratuita para cães e gatos, de moradores das periferias

- ✓ Mais de 7,3 mil animais beneficiados
- ✓ Doação **de alimentos para os animais resgatados nos incêndios do Pantanal** e mais de 120 toneladas de ração doadas em todo o Brasil



2020: UM ANO DE ACELERAÇÃO EM NOSSO ECOSISTEMA



PERSPECTIVA: MUITO MAIS CRESCIMENTO PELA FRENTE

CONQUISTAS 2020

PERSPECTIVAS 2021



Ganhos de market share

Aumentar ainda mais: modelos reconhecidos e mais competitivos



Mudanças no consumo dos clientes

Mais pessoas fazendo refeições em casa



Aquisição de 30 lojas Makro

Reabertura das lojas até Abril/21 + expansão orgânica



“Boom” do e-commerce alimentar
(5% penetração em 2020 vs. 1% em 2019)

- Roll-out da entrega direta no atacadão (hoje em 25% das lojas)
- Ramp-up nova plataforma de e-commerce
- Crescimento do marketplace Carrefour e Atacadão



Banco Carrefour: rápida recuperação da crise; melhora dos indicadores de crédito; crescimento forte da carteira

Forte crescimento em 2021: operação mais digitalizada + novos produtos = mudança de patamar do negócio



Minimização dos impactos da crise em algumas atividades: postos, galerias e cancelamento Black Friday

Recuperação: retomando o crescimento

DISCLAIMER

Este documento contém tanto informações históricas quanto declarações prospectivas acerca das perspectivas dos negócios e projeções sobre resultados operacionais e financeiros da Companhia. Essas declarações prospectivas são baseadas nas visões e premissas atuais da Administração do Carrefour. Tais declarações não são garantia de desempenho futuro. Os resultados e desempenhos efetivos podem diferir substancialmente das declarações prospectivas, devido a um grande número de riscos e incertezas, incluindo, dentre outros, os riscos descritos nos documentos de divulgação arquivados na CVM - Comissão de Valores Mobiliários, em especial no Formulário de Referência. A Companhia não assume qualquer obrigação de atualizar ou revisar quaisquer declarações prospectivas no futuro.



Contatos de RI

Sébastien Durchon
CFO e Diretor de RI

Natália Lacava
Diretora de RI

Ludimila Aiello | Victor Bento
Especialista de RI

Telefone: +55 11 3779-8500
ribrasil@carrefour.com
www.grupocarrefourbrasil.com.br