

# Fato Relevante – Vendas 1T 2024



GRUPO  
CARREFOUR  
BRASIL

Crescimento de vendas no Atacadão e Sam's Club com melhoria do cenário macro e iniciativas de expansão

ATACADÃO S.A. (B3: CRFB3) ("Grupo Carrefour Brasil", "Companhia" ou "Grupo"), em cumprimento ao disposto no art. 157, parágrafo 4º da Lei nº 6.404/76, e à Instrução da Comissão de Valores Mobiliários nº 44/2021, vem comunicar a seus acionistas e ao mercado em geral suas vendas do primeiro trimestre de 2024 ("1T24") em versão preliminar e não auditada.

Vendas Consolidadas Vendas brutas: R\$ 27,8 bi LfL (ex-calendário): +1,2%

Cresc. Total a/a: +2,5%

E-commerce

GMV: R\$ 2,4 bi

Cresc. Total a/a: +52,0%



(69% das vendas)

▪ Vendas brutas: R\$ 19,3 bi

▪ Cresc. Total a/a: +6,6%

▪ LfL (ex-calendário): +1,8%

▪ # de Lojas: 366



(25% das vendas)

▪ Vendas brutas : R\$ 6,9 bi

▪ Cresc. Total a/a : -10,7%

▪ LfL (ex-calendário): -1,5%

▪ # de Hipermercados: 123



(6% das vendas)

▪ Vendas brutas : R\$ 1,6 bi

▪ Cresc. Total a/a : +21,5%

▪ LfL (ex-calendário): 6,9%

▪ # de Lojas: 51

▪ # de membros: +34% a/a



▪ Faturamento: R\$ 15,9 bi

▪ Cresc. Total a/a : +15,6%

▪ Portfólio : R\$ 25 bi

▪ Cresc. Total a/a : 22,3%

# Performance de Vendas

	1T 23	1T 24				
	LfL	Vendas Brutas (R\$MM)	LfL s/efeito Calendário	LfL c/efeito Calendário e Impacto works	Expansão	Total (%)
Cash and Carry <sup>(1)</sup>	5,7%	19.279	1,8%	2,1%	4,5%	6,6%
Varejo (s/ gasolina) <sup>(2)</sup>	5,7%	6.050	-1,4%	1,2%	-13,3%	-12,1%
Gasolina	-15,2%	814	-2,2%	-2,2%	2,7%	0,5%
Varejo (c/ gasolina) <sup>(2)</sup>	2,5%	6.864	-1,5%	0,8%	-11,5%	-10,7%
Sam's Club	-	1.644	6,9%	8,8%	12,8%	21,5%
<b>Consolidado (s/ gasolina)</b>	<b>5,7%</b>	<b>26.973</b>	<b>1,3%</b>	<b>2,3%</b>	<b>0,3%</b>	<b>2,5%</b>
<b>Consolidado (c/ gasolina)</b>	<b>4,8%</b>	<b>27.787</b>	<b>1,2%</b>	<b>2,1%</b>	<b>0,3%</b>	<b>2,5%</b>
<i>Fat. Banco Carrefour</i>	<i>n.a.</i>	<i>15.867</i>	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>	<i>n.a.</i>	<i>15,6%</i>

Notas: (1) Inclui antigas lojas do Grupo BIG convertidas em Atacadão. No cálculo do crescimento LfL foram incluídas todas as antigas lojas Maxxi e hipermercados BIG não impactados pelas obras de conversão no 1T 23; (2) Inclui o legado Carrefour Varejo, antigas lojas do Grupo BIG convertidas em Hipermercados Carrefour e bandeiras Nacional, TodoDia e Bompreço. No cálculo do crescimento LfL foram incluídas todas as antigas lojas do Grupo BIG, com exceção das lojas impactadas pelas obras de conversão no 1T 23.

**Grupo Carrefour Brasil:** as vendas consolidadas totalizaram R\$ 27,8 bilhões no 1T 24, +2,5% vs. 1T 23, com crescimento de vendas LfL de +1,8% no Atacadão, +6,9% no Sam's Club e -1,4% ex-gasolina no Carrefour Varejo. A inflação alimentar LTM encerrou o trimestre em +2,5% a/a (fonte: IBGE), levando à recuperação dos preços e melhor dinâmica de volume com clientes B2B, que retornaram a um padrão de compra mais normalizado.

**E-commerce GMV:** o GMV atingiu R\$ 2,4 bilhões no 1T 24 (9,0% das vendas), aumentando 52% vs. 1T 23, impulsionado por um forte crescimento nas vendas 1P alimentar (+117,5% a/a) que atingiu R\$ 1,2 bilhão no trimestre.

**Cash & Carry:** as vendas do C&C totalizaram R\$ 19,3 bilhões, 6,6% acima do 1T 23, impulsionadas pelo crescimento das vendas LfL de +1,8% a/a e pelo crescimento de +4,5% da expansão do Atacadão, com mais 20 novas lojas C&C nos últimos 12 meses. Como subconjunto de nosso desempenho LfL, as antigas lojas do Grupo BIG convertidas em Atacadão, que respondem por 10,5% das vendas do segmento, apresentaram sólido crescimento LfL de +20,9% durante o trimestre, com maturação conforme esperado.

Nossas vendas no trimestre refletiram uma melhora na dinâmica de volume, especialmente do B2B, cujo volume se recuperou diante de um ambiente inflacionário mais normal. O tráfego B2C nas nossas lojas também aumentou, beneficiando da adição de serviços focados nesse cliente (padaria, açougue e fatiados) em 58 das nossas lojas (vs. 19 em Dez-23). O plano é continuar a implementar esses serviços em aproximadamente 120 lojas até o final do ano. As lojas com serviços superaram o desempenho médio do portfólio em aproximadamente +120 bps em termos de crescimento LfL no trimestre. As vendas via canal digital representaram 5,9% das vendas do Atacadão no 1T 24, um aumento significativo de penetração em relação ao ano passado (2,7% no 1T 23).

No 1T 24, inauguramos 5 novas lojas Cash & Carry, 4 lojas convertidas de hipermercados Carrefour e 1 loja convertida de supermercado Bompreço. Esperamos abrir de 10 a 12 novas lojas Atacadão em 2024 (todas conversões do Varejo).

**Varejo:** as vendas do Varejo totalizaram R\$ 6,9 bilhões no 1T 24, -10,7% a/a, explicadas por uma redução de 24% na área de vendas, com 25 lojas de varejo convertidas em lojas Atacadão e 140 lojas de varejo fechadas nos últimos 12 meses, e um LfL de -1,5% (-1,4% ex-gasolina), uma combinação de -3,3% LfL para produtos alimentares e 2,4% LfL para produtos não alimentares. O LfL mostrou sinais de recuperação durante o trimestre e apresentou uma melhoria sequencial em relação ao 4T 23, com uma forte campanha de Páscoa.

Ao final do trimestre, fechamos 123 lojas (16 hipermercados e 107 supermercados) como parte do ajuste de portfólio anunciado. Concluímos também a conversão de 5 lojas (4 hipermercados + 1 Bompreço) em lojas Atacadão e temos mais 9 lojas em obras de conversão.

**Sam's Club:** as vendas do Sam's Club no 1T 24 atingiram R\$ 1,6 bilhão, +21,5% vs. 1T 23, como uma combinação de expansão (+8 lojas vs. 1T 23) e crescimento LfL de +6,9% a/a. Os esforços para expandir a base de membros ativos, em vigor desde o 2S 22, produziram um crescimento de 33,5% a/a no número de membros ativos em Mar-24. A marca própria ganhou relevância em termos de penetração de vendas no trimestre, apresentando crescimento a/a de +260 bps, atingindo 20,4% das vendas.

Os clientes omicanal foram particularmente importantes para o desempenho do segmento, pois seus gastos são consideravelmente superiores aos dos clientes puramente online e/ou offline. As vendas digitais no Sam's Club representaram 5,6% das vendas totais do formato, em linha com o ano passado.

Planejamos abrir de 7 a 9 lojas Sam's Club em 2024, todas conversões de lojas de varejo ou lojas combo.

**Banco Carrefour:** o faturamento do Banco Carrefour totalizou R\$ 15,9 bilhões no 1T 24, +15,6% a/a, impulsionado pelo crescimento de 20,1% no faturamento do cartão Atacadão e de 8,4% no faturamento do cartão Carrefour. A maturação do recém-lançado cartão de crédito Sam's Club continuou em ritmo acelerado e atingiu R\$ 440 milhões em faturamento no trimestre, +192,6% a/a. As vendas *on-us* e *off-us* cresceram 3,7% e 18,1% a/a respectivamente no 1T 24. Outros produtos cresceram 55,8% impulsionados principalmente pelo crédito consignado lançado em julho/23. A carteira de crédito total atingiu R\$ 25 bilhões (IFRS9), +22,3% a/a, refletindo nossa capacidade de captar novos clientes em lojas recentemente convertidas.

Em R\$ milhões	1T 24	1T 23	Δ%
Faturamento cartão Carrefour	9.086	8.381	8,4%
Faturamento cartão Atacadão	5.896	4.912	20,1%
Faturamento cartão Sam's Club	440	150	192,6%
Outros produtos*	445	286	55,8%
<b>Faturamento Total</b>	<b>15.867</b>	<b>13.728</b>	<b>15,6%</b>
Total da carteira de crédito	24.976	20.423	22,3%

\*Outros produtos incluem empréstimos pessoais e pagamento de contas com o cartão

## Rede de lojas

No 1T 24, inauguramos **5 novas lojas Cash & Carry** (4 conversões de hipermercados e 1 conversão de supermercado) nos estados de São Paulo (3), Rio Grande do Sul (1) e Bahia (1). Também inauguramos **2 novas lojas Carrefour Express** no estado de São Paulo.

**Atualmente operamos 1.074 lojas com área total de vendas de 3.179.672 m<sup>2</sup>.**

Número de lojas	Dez. 23	Aberturas	Fechamentos	Mar. 24
Atacadão	361	5		366
Atacado de entrega	33			33
Sam's Club	51			51
Hipermercados	143		(20)	123
Supermercados	207		(99)	108
Lojas de conveniência	174	2		176
Drogarias	119			119
Postos de combustível	100		(2)	98
<b>Grupo</b>	<b>1.188</b>	<b>7</b>	<b>(121)</b>	<b>1.074</b>

Área de vendas (m <sup>2</sup> )	Dez. 23	Mar. 24	Δ (%)
Atacadão	1.816.249	1.835.924	1,1%
Sam's Club	288.855	288.855	0,0%
Hipermercados	919.334	814.447	-11,4%
Supermercados	234.831	164.010	-30,2%
Lojas de conveniência	29.557	29.933	1,3%
Drogarias	7.690	7.690	0,0%
Postos de combustível	39.449	38.811	-1,6%
<b>Área de vendas total</b>	<b>3.335.965</b>	<b>3.179.672</b>	<b>-4,7%</b>

# Informações da Videoconferência de Resultados

## Publicação de Resultados

7 de Maio de 2024  
(Terça-feira)  
Após o fechamento do mercado

## Streaming de Vídeo

8 de Maio de 2024  
(Quarta-feira)

10:00h – Brasília  
09:00h – Nova York  
01:00h – Londres  
02:00h – Paris

---

## Informações sobre Relações com Investidores

### Eric Alencar

Vice-Presidente de Finanças (CFO) e  
Diretor de Relações com Investidores (DRI)

Time RI

Telefone: +55 11 3779-8500

E-mail: [ribrasil@carrefour.com](mailto:ribrasil@carrefour.com)

Website: [ri.grupocarrefourbrasil.com.br](http://ri.grupocarrefourbrasil.com.br)

# Glossário

## Faturamento

Representa o montante total relacionado a uma operação transacionada por cartão de crédito.

## PCG

Produtos de grande circulação.

## GMV

“Gross Merchandise Volume” ou volume bruto de mercadorias se refere à todas as vendas online (vendas próprias + vendas do *marketplace*), bem como receita com frete e exclui as comissões do *marketplace*, porém inclui impostos sobre vendas.

## Vendas brutas

Receita total proveniente de nossos clientes em nossas lojas, postos de gasolinas, farmácias e em nosso site de comércio eletrônico.

## Vendas LfL

As referências a vendas mesmas lojas (“like-for-like” ou vendas “LFL”) comparam as vendas brutas no período relevante com as do período imediatamente anterior, com base nas vendas brutas realizadas por lojas comparáveis, que são definidas como lojas que estão abertas e operantes já há pelo menos doze meses e que não foram objeto de encerramento ou renovação dentro deste período. Como as vendas de gasolina são muito sensíveis aos preços de mercado, essas vendas são excluídas do cálculo de mesmas lojas. Outras empresas varejistas podem calcular as vendas LfL de forma diferente, portanto, nosso desempenho histórico e futuro das vendas mesmas lojas podem não ser comparáveis com outras métricas similares utilizadas por outras companhias.

## Net Promoter Score (NPS)

Uma ferramenta de gerenciamento que pode ser usada para avaliar a lealdade dos relacionamentos com clientes de uma empresa. Ele serve como uma alternativa à pesquisa tradicional de satisfação do cliente.

## Vendas líquidas

Vendas brutas ajustadas pelos impostos incidentes sobre as vendas (em particular impostos de ICMS e Pis/Cofins.).

## Outras receitas

As outras receitas compreendem as receitas de nosso segmento Soluções Financeiras (incluindo taxas de cartões bancários e juros provenientes das atividades de crédito ao consumidor), aluguéis de shopping centers e comissões relacionadas com outros serviços prestados nas lojas, caixa rápido e taxas de manuseio.

## Aviso Legal

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