

Fato Relevante – Vendas 3T 2024



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

Dinâmica positiva de vendas, com crescimento de volume no Atacado e Varejo

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 terceiro trimestre de 2024 (“3T 24”) em versão preliminar e não auditada.

Vendas consolidadas Vendas brutas: R\$ 29,5 bi LfL (ex-cal, ex-gas): +5,8%
Cresc. Total a/a: +4,8%

E-commerce GMV: R\$ 3,0 bi Cresc. Total a/a: +21,0%



(72% das vendas)

- Vendas brutas: R\$ 21,4 bi
- Cresc. Total a/a: +8,3%
- LfL (ex-calendário): +5,6%
- # de Lojas: 374



(22% das vendas)

- Vendas brutas: R\$ 6,4 bi
- Cresc. Total a/a: -7,9%
- LfL (ex-cal, ex-gas): +7,1%
- # de Hipermercados: 114



(6% das vendas)

- Vendas brutas: R\$ 1,8 bi
- Cresc. Total a/a: +16,9%
- LfL (ex-calendário): +3,2%
- # de Lojas: 58



- Faturamento: R\$ 17,1 bi
- Cresc. Total a/a: +13,2%
- Portfólio: R\$ 26,4 bi
- Cresc. Total a/a: 17,6%

Performance de Vendas

	3T 23	3T 24				
	LfL	Vendas Brutas (R\$MM)	LfL s/ efeito calendário	LfL com efeito calendário e impacto works	Expansão	Total (%)
Cash and Carry	-2,7%	21.371	5,6%	5,9%	2,4%	8,3%
Varejo (s/ gasolina)	-7,7%	5.520	7,1%	6,5%	-16,2%	-9,6%
Gasolina	2,1%	884	3,0%	3,0%	1,9%	4,9%
Varejo (c/ gasolina)	-6,6%	6.404	6,5%	6,0%	-13,9%	-7,9%
Clube	2,0%	1.771	3,2%	2,5%	14,5%	16,9%
Consolidado (s/ gasolina)	-3,7%	28.662	5,8%	5,8%	-1,1%	4,8%
Consolidado (c/ gasolina)	-3,5%	29.545	5,7%	5,7%	-1,0%	4,8%
Faturamento Banco Carrefour	n.a.	17.065	n.a.	n.a.	n.a.	13,2%

Grupo Carrefour Brasil as vendas consolidadas totalizaram R\$ 29,5 bilhões no 3T 24, +4,8% vs. 3T 23, com crescimento de vendas LfL de +5,6% no Atacadão, +7,1% ex-gasolina no Carrefour Varejo e +3,2% no Sam's Club. A inflação alimentar média no trimestre foi de +5,0% a/a, fechando o período em +6,3% a/a em setembro (fonte: IBGE), apesar de uma deflação m/m em julho (-1,5%) e agosto (-0,7%).

E-commerce GMV atingiu R\$ 3,0 bilhões no 3T 24 (10,5% das vendas), aumentando 21% vs. o mesmo período do ano anterior, impulsionado pelo crescimento nas vendas 1P alimentar de +39,7% a/a, atingindo R\$ 1,8 bilhão no trimestre.

Cash & Carry: vendas totalizaram R\$ 21,4 bilhões, 8,3% acima do 3T 23, pelo crescimento das vendas LfL de +5,6% a/a e expansão de +2,4%, com adição de 13 novas lojas do Atacadão nos últimos 12 meses. Como subconjunto do nosso desempenho LfL, as antigas lojas do Grupo BIG convertidas em Atacadão, que respondem por 12% das vendas do segmento, apresentaram sólido crescimento LfL de +14,0% no trimestre, maturando conforme esperado.

A dinâmica de volumes foi positiva no trimestre, apesar da desaceleração sequencial no consumo, especialmente de clientes B2B, em razão do impacto da deflação mês a mês ocorrida em julho e agosto. Alcançamos um volume de vendas muito forte em setembro quando comparado aos 2 meses anteriores, o que ajudou o Atacadão em atingir crescimento LfL acima do mercado durante o trimestre.

Em linha com a nossa estratégia de aumentar o tráfego B2C nas lojas, adicionamos serviços (padaria, açougue e fatiados) a 151 lojas até o final de setembro, praticamente dobrando o número de lojas com oferta de serviços durante o trimestre (80 lojas em junho-24), impactando positivamente o número de tickets de clientes B2C no Atacadão. Até o final de 2024, esperamos ter 157 lojas com serviço. O canal digital representou 8,1% das vendas do Atacadão no 3T 24, aumento de +1,9 p.p vs. último ano (6,2% no 3T 23).

No 3T 24, abrimos 3 novas lojas de Cash & Carry, sendo 1 conversão de hipermercado Carrefour e 2 conversões de supermercados Bompreço. Esperamos abrir 20 novas lojas Atacadão em 2024 (todas conversões de lojas do Varejo).

Varejo: vendas totalizaram R\$ 6,4 bilhões no 3T 24, -7,9% a/a, explicado pela redução de 22% na área de vendas combinado com o crescimento de LfL ex-gasolina de +7,1% (6,5% incluindo gasolina). O crescimento LfL continua a acelerar no formato, demonstrando o momento positivo do segmento após os ajustes no portfólio e revisão da estratégia de precificação. Tanto o segmento alimentar quanto o não alimentar apresentaram crescimento LfL similar de +7,6% a/a e +6,2% a/a, respectivamente. A penetração das vendas do digital no Varejo atingiu 20,2% no trimestre (+1,4 p.p. a/a), no e-commerce alimentar a penetração foi de 10,2% (+2,8 p.p. a/a).

Como parte do nosso plano para otimização do nosso portfólio de ativos e simplificação da nossa estrutura para a bandeira, convertimos 18 lojas do Varejo (13 hipermercados + 5 supermercados) em lojas Atacadão e Sam's Club e fechamos outras 126 lojas (16 hipermercados e 110 supermercados) nos últimos 12 meses, assim como finalizamos uma parceria no estado de Minas Gerais para operação de 15 supermercados.

Sam's Club: as vendas no 3T 24 atingiram R\$ 1,8 bilhão, +16,9% vs. 3T 23, como uma combinação de expansão (+11 lojas vs. 3T 23) e crescimento LfL de +3,2% a/a. Os esforços para expandir a base de membros ativos, em vigor desde o 2S 22, produziram um crescimento de 35,1% a/a no número de membros ativos em set-24. No 3T 24 o Clube atingiu a marca de 3,5 milhões de membros. A marca própria ganhou relevância em termos de penetração de vendas no trimestre, apresentando crescimento a/a de +5,4 p.p., atingindo 24,0% das vendas. As vendas via canal digital representaram 6,7% das vendas do formato, aumentando a penetração em 0,8 p.p vs. o ano passado.

Abertura de loja acelerou no 3T com 4 novas lojas (+7 lojas em 2024), completando o plano de expansão do ano.

Banco Carrefour: o faturamento totalizou R\$ 17,1 bilhões no 3T 24, +13,2% a/a, pelo crescimento de 17,0% no faturamento do cartão Atacadão e de 7,7% no faturamento do cartão Carrefour. O cartão Sam's Club continuou a maturar, com faturamento crescendo 79,9% a/a, atingindo R\$ 550 milhões. As vendas *on-us* foram 1,6% menores a/a no 3T 24, refletindo os fechamentos de lojas do Varejo e conversões (conversões em lojas do Atacadão e Sam's Club ainda em fase de maturação). As vendas *off-us* cresceram 16,8% a/a no trimestre. Continuamos a desenvolver e promover novos produtos financeiros, que cresceram 31,0% a/a principalmente pelo empréstimo pessoal.

O portfólio total de crédito alcançou R\$ 26,4 bilhões (IFRS9), +17,6% a/a, refletindo nossa habilidade de capturar novos clientes nas lojas recém convertidas.

Em R\$ milhões	3T 24	3T 23	Δ%
Faturamento cartão de crédito Carrefour	9.535	8.855	7,7%
Faturamento cartão de crédito Atacadão	6.498	5.553	17,0%
Faturamento cartão de crédito Sam's Club	550	306	79,9%
Outros produtos ⁽¹⁾	482	368	31,0%
Faturamento total	17.065	15.081	13,2%
Total da carteira de crédito	26.428	22.472	17,6%

(1) Outros produtos incluem empréstimos consignados, empréstimo pessoais e pagamento de contas com o cartão.

Rede de Lojas

No 3T 24, abrimos **3 novas lojas Cash & Carry** (1 conversão de hipermercado e 2 conversões de supermercados) nos estados da Bahia (2) e Rio de Janeiro (1) e **4 novos Sam's Club** (4 conversões de hipermercados) nos estados de Alagoas (1), Bahia (1), Ceará (1) e Minas Gerais (1).

Atualmente operamos 1.041 lojas com área total de vendas de 3.156.123 m².

Número de lojas	Dez. 23	Aberturas	Fechamentos	Set. 24
Cash & Carry	361	14	(1)	374
Atacado distribuição	33			33
Sam's Club	51	7		58
Hipermercados	143		(29)	114
Supermercados	207		(119)	88
Lojas de conveniência	174	2	(3)	173
Drograrias	119		(20)	99
Postos de combustível	100	4	(2)	102
Grupo	1.188	27	(174)	1.041

Sales area (sqm)	Dez. 23	Set. 24	Δ (%)
Cash & Carry	1.816.249	1.860.544	2,4%
Sam's Club	288.855	321.822	11,4%
Hipermercados	919.334	765.961	-16,7%
Supermercados	234.831	131.865	-43,8%
Lojas de conveniência	29.557	29.141	-1,4%
Drograrias	7.690	6.448	-16,2%
Postos combustível	39.449	40.342	2,3%
Área de vendas total	3.335.965	3.156.123	-5,4%

Informações da Videoconferência de Resultados

Publicação de Resultados

31 de Outubro de 2024
(Quinta-feira)
Após o fechamento do mercado

Streaming de Vídeo

1 de Novembro de 2024
(Sexta-feira)

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

 [Inglês](#)

 [Português](#)

Informações sobre Relações com Investidores

Eric Alencar

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

Time RI

Telefone: +55 11 2103-5200

E-mail: ribrasil@carrefour.com

Website: 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 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.

Disclaimer

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.