

Resultados 4T 2022

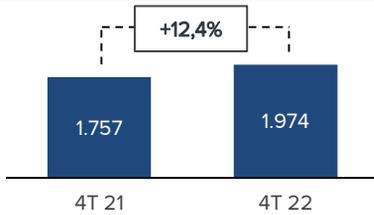
Vendas robusta, crescimento do EBITDA Ajustado e aceleração na integração do Grupo BIG



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

Grupo Carrefour Brasil

EBITDA Aj. e Margem (R\$ milhões e % vendas líquidas)



Vendas Brutas
R\$ 31,5 bi
+38,2% a/a

EBITDA Ajustado
R\$ 2,0 bi
+12,4% a/a

Lucro Líq. Ajustado
R\$ 550 mi
2,0% margem líquida

Margem ex-BIG 8,5%
Margem Total 8,5%

8,9%
7,0%

Cash & Carry

EBITDA Aj.
(R\$ milhões)



Margem ex-BIG 7.9%
Margem Total 7.9%

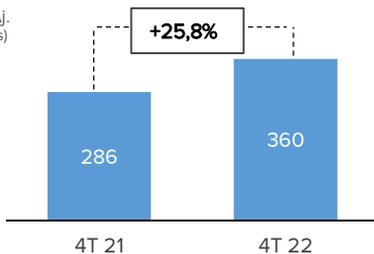
7.8%
6.3%

Mais um trimestre de crescimento LfL de dois dígitos e altas margens no Atacadão

- Vendas Brutas: **R\$ 20,7 bilhões** +23,9% de crescimento total a/a, com crescimento LfL de dois dígitos de +10,0% no quarto trimestre
- Crescimento de duas vezes em relação ao ano anterior no GMV alimentar no quarto trimestre, representando **3,4% das vendas totais**
- Expansão em ritmo acelerado: **+94 lojas em 2022** (incluindo 20 orgânicas)
- Margem bruta em patamar histórico de **15,3%**, refletindo a **robustez do negócio** em meio ao ritmo acelerado de expansão orgânica e conversão de lojas
- Margem EBITDA ajustada de **7,8% para Atacadão ex-BIG**, mantendo altos níveis de rentabilidade e demonstrando a força do nosso modelo

Varejo

EBITDA Aj.
(R\$ milhões)



Margem ex-BIG 5.2%
Margem Total 5.2%

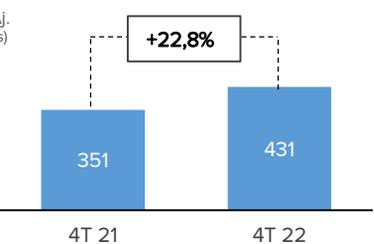
6.6%
4.5%

Crescimento LfL de dois dígitos e forte EBITDA no Carrefour Varejo

- Vendas brutas: **R\$ 9,1 bilhões**, crescimento total de +49,8% a/a (**+14,4% LfL a/a ex-gasolina**)
- Crescimento LfL de **13,4% a/a no alimentar** no Carrefour e **aceleração do crescimento em não-alimentar: +16,5% LfL a/a**
- Crescimento GMV de **80%** com forte desempenho de 1P e 3P
- Forte desempenho da loja e online do Carrefour Varejo com **contínuas iniciativas de otimização de custos**, levando a melhorias na margem bruta e VG&A
- Forte expansão da margem EBITDA: **6,6% no Carrefour Varejo ex-BIG**

Banco Carrefour

EBITDA Aj.
(R\$ milhões)



Desempenho robusto do banco, beneficiando do ecossistema do Grupo

- Faturamento total: **R\$ 14,5 bilhões** no 4T22 (+9,1% a/a) com **sólido desempenho dos cartões de crédito Atacadão e Carrefour**
- Lançamento do novo cartão de crédito **Sam's Club**
- Melhoria no **Over 30 e Over 90** graças à **análise de dados**
- Crescimento de dois dígitos no EBITDA Ajustado (+22,8%) e lucro líquido (+21,2%) no 4T 22.

Integração do Grupo BIG

Foco na execução: Cronograma de conversão antecipado, com **48%** das lojas convertidas em 2022

Sólido desempenho das lojas convertidas: LfL pós-conversão de **+27% no Atacadão e +17% no Carrefour**

Sam's Club: Evolução impressionante do LfL com crescimento de **10,2% no 4T22** e forte aumento de membros ativos

Em R\$ milhões	Consolidado			Cash & Carry			Varejo			Sam's Club	Banco Carrefour		
	4T 22	4T 21	Δ%	4T 22	4T 21	Δ%	4T 22	4T 21	Δ%	4T 22	4T 22	4T 21	Δ%
Vendas Brutas	31.477	22.781	38,2%	20.723	16.722	23,9%	9.078	6.059	49,8%	1.677			
Vendas Líquidas	28.158	20.661	36,3%	18.636	15.196	22,6%	8.074	5.465	47,7%	1.448			
Lucro Bruto	6.113	4.262	43,4%	2.852	2.362	20,7%	2.147	1.268	69,3%	379	743	638	16,4%
Margem Bruta	21,7%	20,6%	1,1 p.p.	15,3%	15,5%	-0,2 p.p.	26,6%	23,2%	3,4 p.p.	26,2%			
Despesas VG&A (2)	(4.152)	(2.518)	64,9%	(1.684)	(1.173)	43,6%	(1.797)	(991)	81,3%	(268)	(312)	(287)	8,6%
VG&A de Vendas Líquidas	14,7%	12,2%	-2,6 p.p.	9,0%	7,7%	-1,3 p.p.	22,3%	18,1%	-4,1 p.p.	18,5%			
EBITDA Ajustado (1) (2)	1.974	1.757	12,4%	1.172	1.193	-1,8%	360	286	25,8%	111	431	351	22,8%
Adj. EBITDA Margin	7,0%	8,5%	-1,5 p.p.	6,3%	7,9%	-1,6 p.p.	4,5%	5,2%	-0,8 p.p.	7,7%			
EBITDA Ajustado - Excl. Grupo BIG (1) (2)	2.066	1.757	17,6%	1.340	1.193	12,3%	394	286	37,8%		431	351	22,8%
Adj. EBITDA Margin - Excl. Grupo BIG	8,9%	8,5%	0,4 p.p.	7,8%	7,9%	-0,1 p.p.	6,6%	5,2%	1,4 p.p.				
Lucro Líquido Ajustado, controlador	550	766	-28,2%										
Margem Líquida Ajustada	2,0%	3,7%	-1,8 p.p.										

Notas: Cash & Carry e Varejo incluem os resultados de Maxxi e BIG Varejo, respectivamente.

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -8 milhões e R\$ -6 milhões entre Banco e Varejo no 4T 22 e 4T 21, respectivamente; (2) Inclui despesas de funções globais de R\$ -91 milhões e R\$ -67 milhões no 4T 22 e 4T 21, respectivamente.

Em R\$ milhões	Consolidado			Cash & Carry			Varejo			Sam's Club	Banco Carrefour		
	2022	2021	Δ%	2022	2021	Δ%	2022	2021	Δ%	2022	2022	2021	Δ%
Vendas Brutas	108.052	81.185	33,1%	74.473	58.993	26,2%	30.077	22.192	35,5%	3.502			
Vendas Líquidas	97.389	73.552	32,4%	67.352	53.595	25,7%	26.958	19.957	35,1%	3.079			
Lucro Bruto	19.649	14.876	32,1%	10.024	8.137	23,2%	6.723	4.745	41,7%	729	2.220	2.016	10,1%
Margem Bruta	20,2%	20,2%	0,0 p.p.	14,9%	15,2%	-0,3 p.p.	24,9%	23,8%	1,2 p.p.	23,7%			
Despesas VG&A (2)	(13.079)	(9.211)	42,0%	(5.604)	(4.225)	32,6%	(5.535)	(3.668)	50,9%	(490)	(1.170)	(1.086)	7,7%
VG&A de Vendas Líquidas	13,4%	12,5%	-0,9 p.p.	8,3%	7,9%	-0,4 p.p.	20,5%	18,4%	-2,2 p.p.	15,9%			
EBITDA Ajustado (1) (2)	6.623	5.715	15,9%	4.433	3.925	12,9%	1.228	1.114	10,2%	239	1.050	930	12,9%
Adj. EBITDA Margin	6,8%	7,8%	-1,0 p.p.	6,6%	7,3%	-0,7 p.p.	4,6%	5,6%	-1,0 p.p.	7,8%			
EBITDA Ajustado - Excl. Grupo BIG (1) (2)	6.534	5.715	14,3%	4.565	3.925	16,3%	1.246	1.114	11,8%		1.050	930	12,9%
Adj. EBITDA Margin - Excl. Grupo BIG	7,6%	7,8%	-0,2 p.p.	7,2%	7,3%	-0,2 p.p.	5,6%	5,6%	0,0 p.p.				
Lucro Líquido Ajustado, controlador	1.821	2.399	-24,1%										
Margem Líquida Ajustada	1,9%	3,3%	-1,4 p.p.										

Notas: Cash & Carry e Varejo incluem os resultados de Maxxi e BIG Varejo, respectivamente.

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -47 milhões e R\$ -22 milhões entre Banco e Varejo em 2022 e 2021, respectivamente; (2) Inclui despesas de funções globais de R\$ -280 milhões e R\$ -232 milhões no 2022 e 2021, respectivamente.

Stéphane Maquaire, CEO, declarou:

“ 2022 foi um ano marcante para o Grupo Carrefour Brasil com a bem-sucedida integração do Grupo BIG, consolidando nossa posição de liderança no varejo brasileiro. As conversões de lojas estão à frente do planejado e as lojas convertidas estão entregando aumentos de vendas encorajadores, demonstrando a expertise do Grupo Carrefour Brasil e a força de seu modelo e nosso propósito de levar alimentos acessíveis e de qualidade à população brasileira. No ano passado, também fortalecemos ainda mais o ecossistema do Grupo Carrefour Brasil, com expansão acelerada de lojas, nosso surgimento como líder no e-commerce brasileiro de alimentos e inovação contínua em serviços financeiros com o lançamento do cartão de crédito Sam's Club. O Grupo apresentou um desempenho muito forte tanto no ano como no quarto trimestre, evidenciado por fortes ganhos de *market share*. Atacadão e Carrefour Varejo registraram crescimento de dois dígitos em vendas comparáveis e lucratividade sólida, o Sam's Club apresentou melhorias sólidas desde a integração e o Banco Carrefour continuou a aumentar seu faturamento, portfólio e resultados. Além disso reforçamos nossos compromissos com a sociedade e o meio ambiente. Em cargos de liderança, atingimos 41,5% de pessoas negras e 39% de mulheres. Criamos o Comitê de Florestas e anunciamos investimentos de R\$ 50 milhões para proteção da biodiversidade. Em um ambiente muito desafiador, o Grupo Carrefour Brasil está ao lado dos consumidores brasileiros e de todos os seus *stakeholders* para fornecer produtos e serviços de qualidade a preços competitivos em uma ampla gama de formatos e canais. ”

Novos Avanços em ESG

O Carrefour fez grandes avanços em sua estratégia ESG de cinco pilares. Os destaques do 4T 22 incluíram:

1. Combate à mudança climática e Preservação dos biomas

Redução de embalagens e resíduos

Em 2022, registramos um aumento de 19% no total de resíduos destinados à compostagem e uma redução de 11% no volume total de resíduos destinados a aterros vs. 2021. Em linha com nossa meta de redução de resíduos, 3,1 toneladas de alimentos foram doados a bancos de alimentos durante o ano.

Disponibilizamos espaço para estações de reciclagem de embalagens e pontos de descarte voluntário (PEVs) dentro das lojas. Encerramos 2022 com 1.209 PEVs (+102 vs. 2021) onde foram recolhidas 260 toneladas de resíduos no 4T22, um aumento de 48% vs. 4T21.

2. Cadeia de fornecimento responsável

Rastreabilidade de origem e monitoramento socioambiental para compra de carne bovina

+40 milhões de hectares foram monitorados de janeiro a dezembro/22 espalhados por todos os biomas brasileiros.

Bem-estar animal na produção de ovos

O Grupo Carrefour Brasil assinou um compromisso público de vender apenas ovos de galinhas criadas livres de gaiolas. Para ovos de marca própria, a meta será atingida até 2025 e para todas as marcas nacionais até 2028. No 4T22, 40,2% dos ovos de marca nacional vendidos pelo Carrefour Varejo vieram de galinhas livres de gaiolas e 2,6% no Atacadão, um ganho de 1,3 p.p. e 0,8 p.p. respectivamente vs. Q4 21.

Produtos orgânicos

O Carrefour Varejo registrou um aumento de 17,2% nas vendas de orgânicos em relação ao ano de 2021, principalmente devido ao fortalecimento da marca Carrefour Bio.

3. Impacto social

Empreendedorismo e empregabilidade

588 alunos concluíram o curso de formação da Escola Social do Varejo em 2022 e, em média, 80% desses alunos terminaram o curso empregados.

Em 2022 o Grupo patrocinou o Programa 'Gastronomia Periférica'. O projeto que visa a transformação por meio da gastronomia e desenvolvimento humano conta com aulas dedicadas a alunos da comunidade negra. Em 2022, 394 jovens beneficiaram do programa (+17,9% vs. 2021).



Certificação Escola Social do Varejo

4. Gestão Inclusiva e Diversidade

Destacamos três grandes iniciativas para incentivar a diversidade e a inclusão em 2022:

- I. Programa "Carrefour com ELLAs": Criado para impulsionar a agenda de equidade de gênero, o programa exclusivo para mulheres visa apoiar e empoderar mulheres por meio de mentoria. 500 mulheres foram mentoradas em 2022.
- II. Aceleração de Carreira: O programa voltado exclusivamente para pessoas negras, visa auxiliar os participantes a ascenderem a cargos de liderança e/ou posições estratégicas dentro da organização. Em 2022, 100 negros participaram do programa.
- III. Compromisso antirracismo: +95% dos colaboradores fizeram o treinamento anual de letramento racial; +1.500 bolsas de qualificação profissional concedidas;

No 4T22, as equipes do Grupo Carrefour Brasil (incluindo o Grupo BIG) contavam com 51% de mulheres (39,0% em cargos de liderança) e 59% de negros (41,5% em cargos de liderança).

Liderança no 4T 22:
39,0% mulheres
41,5% negros

5. Governança e Integridade

Em 2022, mais de 92.000 funcionários foram treinados no Código de Ética e Conduta e mais de 85.000 funcionários concluíram o treinamento Anticorrupção.



Programa de equidade de gênero e mentoria

Resultados Financeiros Consolidados

Vendas

Fortes ganhos de *market share*

O Grupo Carrefour Brasil encerrou 2022 com fortes ganhos de *market share*, segundo a Nielsen: +1,0 p.p. no 4T22 a/a (excluindo o Grupo BIG), superando significativamente o mercado. Considerando a aquisição do Grupo BIG como efeito de expansão desde junho/22, os ganhos de *market share* totalizaram 2,8 p.p no 4T, impulsionados pelos formatos Cash & Carry e Varejo.

Desempenho sólido em todos os negócios

As vendas consolidadas do Grupo Carrefour Brasil totalizaram R\$ 31,5 bilhões no 4T, +38,2% a/a, impulsionadas pelo contínuo crescimento de LfL de dois dígitos no Atacadão (+10,0%) e no Carrefour Varejo (+14,4% ex-gasolina), expansão orgânica no Cash & Carry (+4,6%) e a integração do Grupo BIG, que representou 24,8% do crescimento total (incluindo efeito de conversão).

Aprimoramento do canal digital

O GMV total ultrapassou R\$ 2,0 bilhões no trimestre, mais de 2x em relação ao 4T21, impulsionado pela duplicação do segmento de alimentos e pela aquisição do Grupo BIG (penetração de vendas digitais do Sam's Club atingiu 5% no 4T).

O segmento não-alimentar manteve sua tendência de crescimento e o GMV atingiu R\$ 886 milhões no 4T22 (+67,1% a/a), impulsionado pelo canal 3P.

Expansão acelerada: +100 lojas em 5 anos

O Grupo Carrefour Brasil abriu 20 novas lojas de Cash & Carry em 2022 (das quais 6 novas lojas no 4T22), mantendo seu ritmo acelerado de expansão orgânica. Desde 2018, o Atacadão inaugurou organicamente mais de 100 lojas, incluindo wholesale.

Durante o trimestre, também concluímos a primeira onda de conversões relacionadas à aquisição do Grupo BIG, encerrando 2022 com 59 lojas convertidas: 38 lojas Atacadão (das quais 25 eram Maxxi e 13 eram Hipermercados BIG); 20 lojas do Hiper Carrefour (antigo Hiper BIG) e 1 loja do Sam's Club (antigo Hiper BIG).

Forte crescimento e novo cartão de crédito

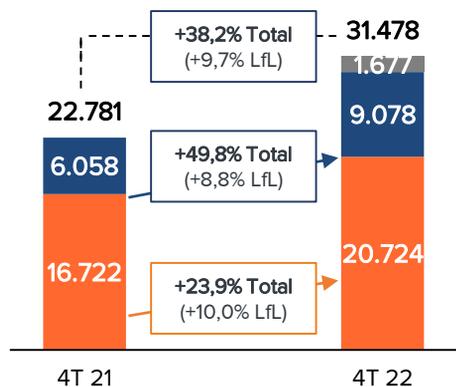
Apesar de uma abordagem mais cautelosa na aprovação de crédito, o faturamento do Banco Carrefour totalizou R\$ 14,5 bilhões no 4T22, +9,1% a/a, impulsionado pelo sólido desempenho do cartão Carrefour (+7,2%) e do cartão Atacadão (+9,9%). Em dezembro, o Banco também lançou o novo cartão Sam's Club, que oferece benefícios aos associados do Sam's Club, que devem crescer nos próximos anos.

O canal *on-us* acelerou para 10,4% de crescimento anual no 4T 22 e o canal *off-us* continuou mostrando tendências sólidas com crescimento de 7,7%.

A carteira de crédito total atingiu R\$ 19,5 bilhões (IFRS9), crescimento de 27,2% a/a.



Evolução Vendas Brutas (R\$ milhões)



■ Cash and Carry ■ Varejo ■ Sam's Club

	4T 21	4T 22							
	LFL	Vendas Brutas (R\$MM)	LFL s/ efeito Calendário	LfL c/ efeito Calendário	Expansão	Lojas Grupo BIG		Vendas Brutas c/ BIG (R\$MM)	Total (%)
						(R\$MM)	(Δ%)		
Cash and Carry	-5,0%	19.164	10,0%	10,2%	4,6%	1.560	9,3%	20.723	23,9%
Varejo (s/ gasolina)	-9,2%	5.932	14,4%	15,4%	0,0%	2.356	45,8%	8.288	61,3%
Gasolina	49,6%	725	-22,3%	-22,3%	1,0%	65	7,1%	790	-14,1%
Varejo (c/ gasolina)	-3,4%	6.657	8,8%	9,7%	0,2%	2.421	40,0%	9.078	49,8%
Sam's Club	-	-	-	-	-	1.677	n.a.	1.677	n.a.
Consolidado (s/ gasolina)	-6,1%	25.096	11,1%	11,4%	3,6%	5.592	25,6%	30.688	40,4%
Consolidado (c/ gasolina)	-4,6%	25.821	9,7%	10,1%	3,4%	5.657	24,8%	31.478	38,2%
Fat. Banco Carrefour	n.a.	14.489	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	14.489	9,1%

	2021	2022				Jun- Dez 2022			
	LFL	Vendas Brutas (R\$MM)	LFL s/ efeito Calendário	LfL c/ efeito Calendário	Expansão	Lojas Grupo BIG		Vendas Brutas c/ BIG (R\$MM)	Total (%)
						(R\$MM)	(Δ%)		
Cash and Carry	4,2%	70.245	12,9%	13,1%	6,4%	4.228	7,2%	74.473	26,2%
Varejo (s/ gasolina)	-7,1%	21.291	10,8%	10,7%	0,0%	5.376	28,0%	26.667	38,7%
Gasolina	35,1%	3.237	8,9%	8,9%	0,5%	172	5,8%	3.409	15,2%
Varejo (c/ gasolina)	-3,0%	24.529	10,5%	10,5%	0,1%	5.548	25,0%	30.077	35,5%
Sam's Club	-	-	-	-	-	3.502	n.a.	3.502	n.a.
Consolidado (s/ gasolina)	1,0%	91.537	12,4%	12,5%	4,8%	13.106	16,8%	104.642	33,8%
Consolidado (c/ gasolina)	2,0%	94.774	12,2%	12,3%	4,7%	13.278	16,4%	108.052	33,1%
Fat. Banco Carrefour	n.a.	52.702	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	52.702	9,4%

Outras Receitas

Forte desempenho do Banco Carrefour e sólida melhora nas vendas 3P

As outras receitas cresceram 40,8% no 4T22 e atingiram R\$ 1,7 bilhão, impulsionadas pelo forte desempenho do Banco Carrefour, pelo sólido aumento das vendas digitais 3P no Varejo e pelas mensalidades do Sam's Club.

Margem Bruta Consolidada e VG&A

Melhora na margem bruta compensada por impactos de curto prazo

O lucro bruto aumentou 43,4% a/a para R\$ 6,1 bilhões no 4T22, e a margem bruta foi de 21,7% (+1,1 p.p. a/a). Isso demonstra a capacidade do Grupo Carrefour Brasil de absorver a integração do Grupo BIG, mantendo sólida execução em suas operações em curso: em uma base *standalone*, tanto o Atacadão quanto o Carrefour Varejo melhoraram as margens e mantiveram forte competitividade de preços.

As despesas com vendas, gerais e administrativas totalizaram R\$ 4,2 bilhões no 4T22 (+64,9% a/a), refletindo o aumento esperado nas despesas relacionadas à integração do Grupo BIG e aceleração das conversões de lojas. Excluindo o Grupo BIG, as despesas VG&A aumentaram 15,0% a/a e representaram 12,5% das vendas líquidas.

EBITDA Ajustado

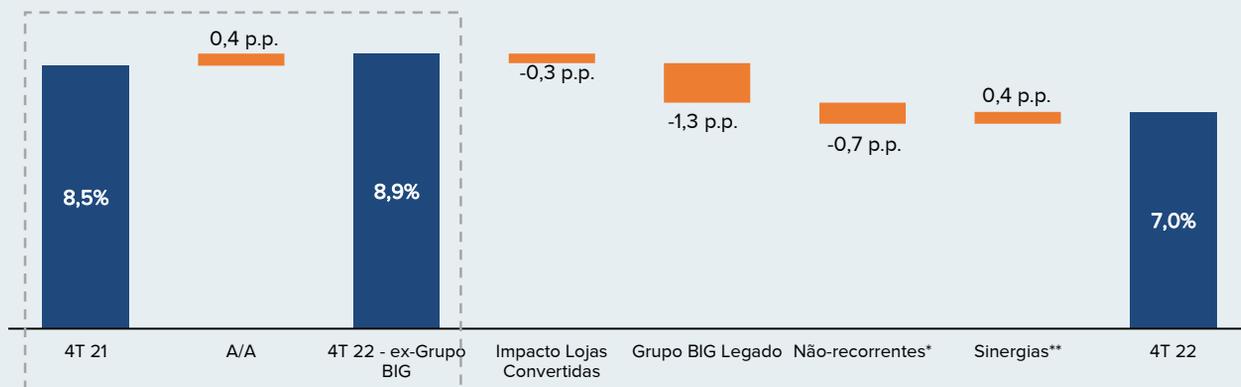
A capacidade do nosso ecossistema único

O EBITDA ajustado consolidado totalizou R\$ 2,0 bilhões ou R\$ 2,1 bilhões excl. Grupo BIG, +14,5% a/a e +17,6% a/a, respectivamente. Como percentual das vendas líquidas, EBITDA Ajustado excl. O Grupo BIG foi de 8,9% , absorvendo o efeito de diluição das lojas convertidas e *ramp-up* das lojas BIG convertidas, 7,0% incluindo todos os negócios.

O desempenho foi impulsionado pela sólida rentabilidade do Cash & Carry e melhores margens no Carrefour Varejo e no Banco. O Sam's Club também deu uma contribuição importante com uma forte margem EBITDA Ajustada de 7,7% no 4T.

Os resultados do Grupo Carrefour Brasil demonstram mais uma vez a força de seu ecossistema integrado e complementar.

Grupo Carrefour Brasil – Bridge de margem EBITDA ajustada



*Inclui despesas não recorrentes e impacto na receita relacionado ao processo de conversão de lojas. **Sinergias incluem unidades de negócios e matriz.

Aviso legal:

O Grupo Carrefour Brasil ainda está realizando a integração do Grupo BIG. É importante ter em mente que o ERP ainda não está totalmente integrado e conseqüentemente nem todas as linhas contábeis estão 100% casadas. Dito isto, o Grupo implementou alocações para alinhar a contabilidade e tornar os números de cada unidade de negócios comparáveis. É importante destacar que as margens do Grupo BIG apresentadas neste documento não são comparáveis às margens apresentadas pelo Grupo BIG antes da aquisição.

Integração do Grupo BIG

Primeira onda de conversões de lojas entregue antes do planejado

A integração do Grupo BIG permaneceu em linha no 4T com conversões de lojas acima do esperado para o ano. No trimestre convertimos 34 lojas do Atacadão (21 do Maxxi e 13 do BIG Hipermercado), 17 lojas do Hipermercado Carrefour (convertida do BIG Hipermercado) e 1 loja Sam's Club (convertida do BIG Hipermercado). Encerramos o ano com 48% do total de lojas a serem convertidas já abertas, destacando o foco, expertise e capacidade de execução de nossa equipe.

No 4T, 78 lojas foram impactadas de uma forma ou de outra pelos esforços de conversão: 52 lojas que foram convertidas no trimestre (21 em dezembro), 12 lojas que serão convertidas no 1T23 e 14 lojas remédios a serem descartadas conforme solicitado pela autoridade CADE (até Dezembro, havíamos fechado 5 das lojas exigidas). Adicionalmente, o sortimento em todas as lojas remanescentes do Maxxi foi adaptado para o modelo do Atacadão. A Companhia estima o impacto nas vendas líquidas no 4T22 em cerca de 3%.

A segunda onda de conversões de lojas já começou e o ritmo acelerado de conversões de lojas continuará.

Aceleração e revisão para cima do plano de conversão



*Duas lojas serão convertidas em Hipermercado e Clube (combo).

Captura de sinergias conforme o esperado

Seis meses após o fechamento da operação com o Grupo BIG, observamos avanços importantes em várias frentes:

- 100% dos sistemas de TI do *front office* estão integrados
- estrutura da sede reduzida em 23%
- negociações com fornecedores concluídas; a serem totalmente refletidas no resultado do exercício de 2023
- desempenho de vendas das lojas convertidas crescendo fortemente

Sinergias DRE :
R\$ 108 milhões 4T 22
R\$ 160 milhões 2022

Superamos nossas metas em 2022 e continuamos muito confiantes em nossa capacidade de capturar as oportunidades de sinergia que identificamos inicialmente no Grupo BIG. Reiteramos nosso guidance de sinergias de pelo menos R\$ 2,0 bilhões por ano até o 2025.



Desempenho Operacional por Segmento

Iniciativas digitais

Líder no mercado brasileiro de e-commerce alimentar

O GMV total alcançou R\$ 2,0 bilhões no 4T22, aumento de 105,6% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Esse desempenho foi impulsionado pelo crescimento de 2x no segmento alimentar, onde o Carrefour Varejo se tornou líder do mercado brasileiro de B2C no 4T, e também pela significativa recuperação do segmento não alimentar com crescimento de 1,7x a/a.

2x

GMV Alimentar in 4T 22 a/a

Melhoria contínua da plataforma de Varejo

As vendas de alimentos digitais continuaram avançando tanto no Carrefour quanto no Atacadão, onde representaram 3,4% das vendas totais no 4T.

No Carrefour Varejo, foram implementadas diversas iniciativas relacionadas a tecnologia, cibersegurança e estabilidade da plataforma. A pontuação do aplicativo Meu Carrefour na App Store alcançou 4,1 (de 2,4 em janeiro/22) indicando percepção positiva dos clientes sobre as melhorias no aplicativo.

O e-commerce alimentar teve forte atuação na Campanha Black Friday, que pela primeira vez reuniu todas as marcas e formatos do Varejo em uma campanha chamada "Timaço da Black". Como resultado, foram mais de 7 milhões de acessos ao site do Carrefour, BIG e Sam's Club de 24 a 27 de novembro. No mesmo período, o varejo alimentar GMV (incluindo Sam's Club) cresceu 35% em relação ao período da Black Friday de 2021, e o *marketplace* cresceu 66%.

Forte recuperação contínua tanto no 1P quanto no 3P

O segmento não-alimentar continua em forte recuperação com GMV total de R\$ 886 milhões, alta de 67,1% a/a. Esse desempenho foi impulsionado tanto pelo 1P, que cresceu 46,4% a/a, quanto pelo 3P, que cresceu 115,4% a/a.

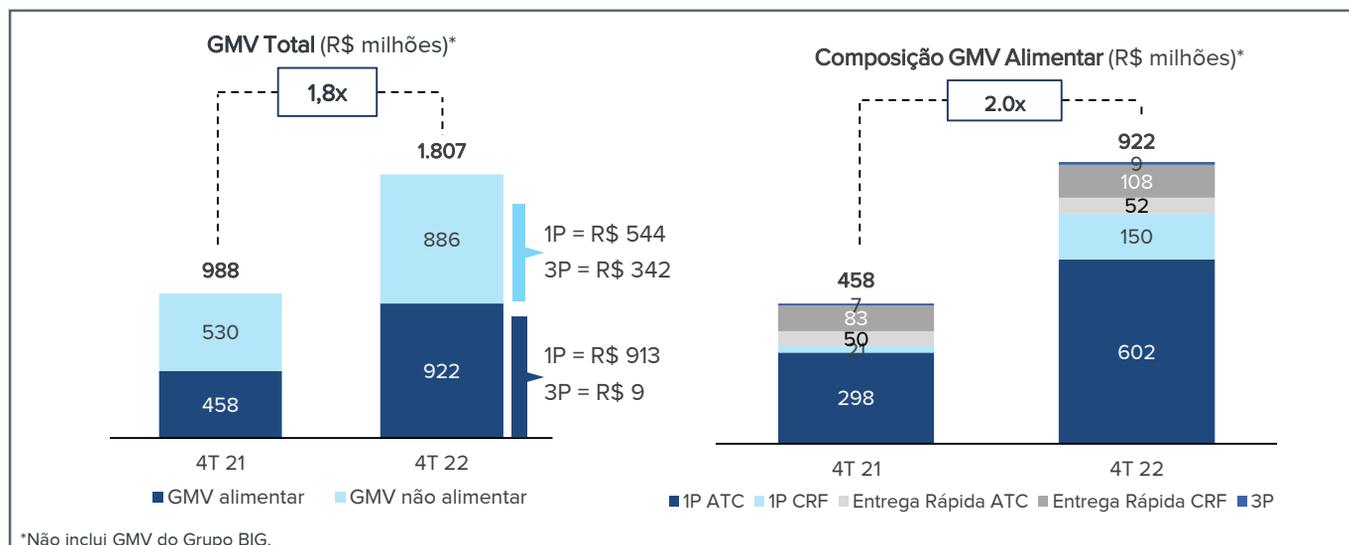
No segmento não-alimentar também superamos o mercado na campanha Black Friday com crescimento de 0,3% no GMV de 24 a 27 de novembro.

O "Click and Collect" manteve o seu forte crescimento. A penetração de vendas no canal digital não alimentar atingiu 35% em dezembro (vs. 25% em setembro e 10% em janeiro/22).

	4T 22 (R\$ MM)	4T 21 (R\$ MM)	Crescimento Total	2022 (R\$ MM)	2021 (R\$ MM)	Crescimento Total
1P alimentar ⁽²⁾	752	319	136,1%	2.357	607	288,1%
3P alimentar	9	7	25,6%	36	26	40,3%
Serviço de entrega rápida ⁽¹⁾	160	133	20,9%	582	593	-1,7%
GMV alimentar	922	458	101,0%	2.976	1.226	142,7%
1P não alimentar ⁽²⁾	544	371	46,4%	1.828	1.463	25,0%
3P não alimentar	342	159	115,4%	1.027	503	103,9%
GMV não alimentar	886	530	67,1%	2.854	1.966	45,2%
GMV Total	1.807	988	82,8%	5.830	3.192	82,7%
GMV Grupo BIG	225	-	n.a.	572	-	n.a.
GMV Total com Grupo BIG	2.032	988	105,6%	6.402	3.192	100,6%

(1) Serviço de entrega rápida já está incluso nas vendas do multi-formato e Atacadão.

(2) Inclui picking em lojas do varejo.



Cash & Carry: forte desempenho de vendas para fechar um ano notável

LfL de dois dígitos no 4T

As vendas brutas no Cash & Carry atingiram R\$ 20,7 bilhões, +23,9% a/a, sendo R\$ 19,2 bilhões no Atacadão e R\$ 1,6 bilhão no Maxxi.

O desempenho foi impulsionado pelo LfL de dois dígitos de 10,0%, +4,6% da expansão orgânica do Atacadão, +9,3% das conversões e lojas Maxxi legado.

Volumes melhorando gradualmente

No 4T22, vimos os volumes melhorando gradativamente de forma sequencial no Atacadão, impulsionados pela sazonalidade do trimestre (Black Friday, Copa do Mundo e Festas de fim de ano). Como a inflação voltou a crescer no período, também vimos um efeito ligeiramente positivo dos clientes B2B em meio ao ambiente volátil. No comparação trimestre a trimestre, o crescimento do volume em relação ao ano anterior melhorou em 2,0 p.p.

O canal digital manteve-se forte e alcançou 3,4% das vendas do Atacadão no 4T (vs 2,8% no 3T).

Expansão orgânica sólida

No 4T, abrimos 6 novas lojas de Cash & Carry, totalizando 20 novas lojas em 2022. Mantivemos o ritmo acelerado de expansão e consolidação do Atacadão no mercado com pelo menos 20 lojas abertas organicamente por ano desde 2018. Inauguramos mais de 100 lojas no período.

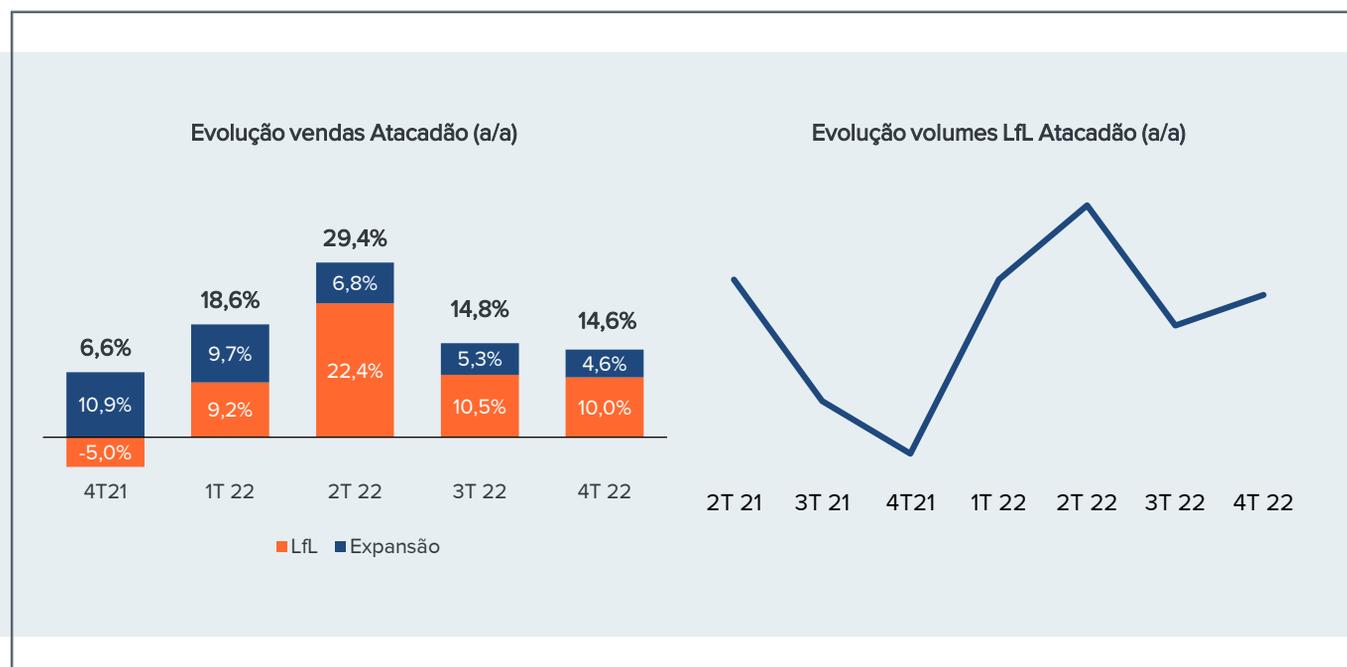
+100 novas lojas
Atacadão
expansão orgânica
desde 2018

Forte desempenho em lojas convertidas

Ao final de dezembro, convertemos 38 lojas das marcas do Grupo BIG para Atacadão (13 hipermercados e 25 lojas Maxxi). Mais uma vez, o Atacadão demonstrou sua expertise única em replicar o modelo Cash & Carry em diferentes localidades.

As lojas convertidas continuaram a mostrar um aumento significativo nas vendas após a reabertura. O desempenho LfL das lojas convertidas atingiu +26,9%, o que demonstra a força da bandeira Atacadão, a forte capacidade de execução de nossas equipes e o rápido processo de maturação dessas conversões.

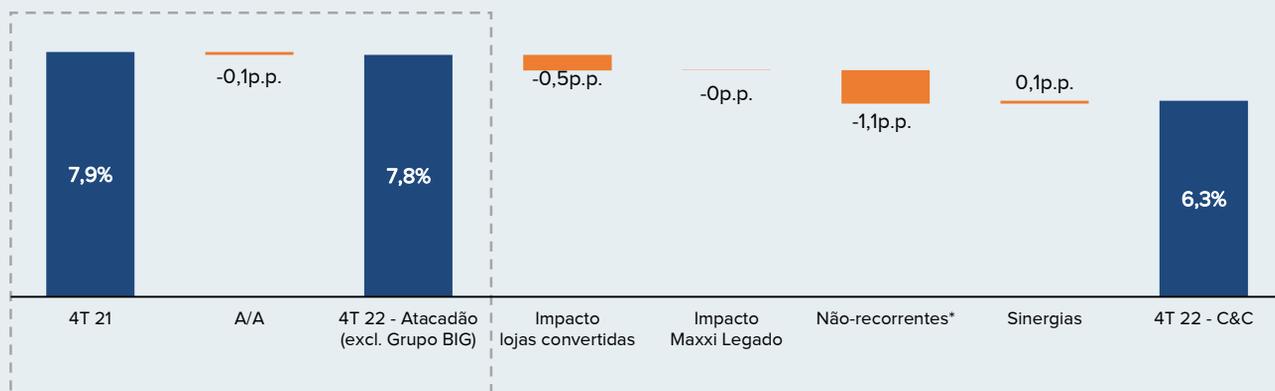
27% LfL em lojas convertidas
no 4T 22



Cash & Carry: Capacidade única de absorver uma rápida expansão; Margem de 2022 em nível histórico

Em R\$ milhões – Inclui Atacadão e Maxxi	Cash & Carry					
	4T 22	4T 21	Δ%	2022	2021	Δ%
Vendas Brutas	20.723	16.722	23,9%	74.473	58.993	26,2%
Vendas Brutas ex-gasolina	20.723	16.722	23,9%	74.473	58.993	26,2%
Vendas Líquidas	18.636	15.196	22,6%	67.352	53.595	25,7%
Outras Receitas	61	47	31,6%	211	178	18,4%
Vendas Totais	18.697	15.243	22,7%	67.563	53.773	25,6%
Lucro Bruto	2.852	2.362	20,7%	10.024	8.137	23,2%
Margem Bruta	15,3%	15,5%	-0,2 p.p.	14,9%	15,2%	-0,3 p.p.
Despesas VG&A	-1.684	-1.173	43,6%	-5.604	-4.225	32,6%
% VG&A de Vendas Líquidas	9,0%	7,7%	-1,3 p.p.	8,3%	7,9%	-0,4 p.p.
EBITDA Ajustado	1.172	1.193	-1,8%	4.433	3.925	12,9%
Margem EBITDA Ajustada	6,3%	7,9%	-1,6 p.p.	6,6%	7,3%	-0,7 p.p.
EBITDA Ajustado - Excl. Grupo BIG	1.340	1.193	12,3%	4.565	3.925	16,3%
Margem EBITDA Ajustada- Excl. Grupo BIG	7,8%	7,9%	-0,1 p.p.	7,2%	7,3%	-0,2 p.p.

Cash & Carry – Bridge de margem EBITDA Ajustada



*Inclui despesas não-recorrentes e impacto na receita relacionado ao processo de conversão da lojas.

Margem bruta em nível histórico apesar da integração

O lucro bruto atingiu R\$ 2,9 bilhões no trimestre, 20,7% superior ao 4T21. A margem bruta ficou em 15,3%, apenas 0,2 p.p. abaixo da forte base comparável de 2021 (contexto favorável de alta inflação), destacando a capacidade do Atacadão de absorver a efeitos da rápida expansão do negócio através da expansão orgânica e conversões de lojas.

Efeitos pontuais previstos com plano de conversão

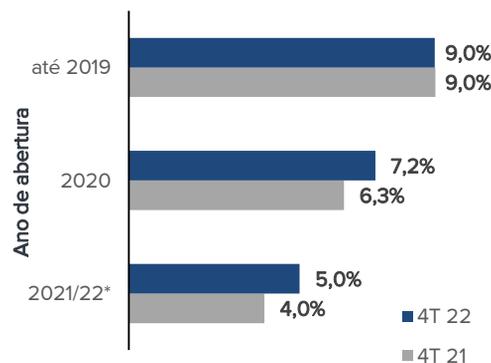
As despesas com vendas, gerais e administrativas totalizaram R\$ 1,7 bilhão no trimestre (+43,6%), impactadas principalmente pela aceleração no plano de conversão das lojas do Grupo BIG. Como percentual das vendas líquidas, totalizaram 9,0%, apenas 1,3 p.p. acima do 4T21, apesar dos custos de integração, aumento da expansão e inflação.

Rentabilidade geral robusta

O EBITDA Ajustado do Cash & Carry consolidado foi de R\$ 1,2 bilhão ou 6,3% das vendas líquidas no 4T22. EBITDA Ajustado do Atacadão atingiu R\$ 1,3 bilhão ou 7,8% das vendas líquidas.

Analisando as margens das lojas Atacadão por maturidade, o *ramp-up* de novas lojas (abertas a partir de 2020 e incluindo as conversões) continuou forte, enquanto as lojas maduras (abertas até 2019) operaram em um nível bastante elevado e estável.

Atacadão Margem EBITDA ajustada por maturidade da loja % das vendas líquidas



*Incluindo as lojas Makro.

Carrefour Varejo: crescimento LfL de dois dígitos e forte EBITDA

Desempenho robusto no varejo

As vendas brutas do varejo totalizaram R\$ 9,1 bilhões no 4T22, +49,8% a/a, sendo R\$ 6,7 bilhões no Carrefour e R\$ 2,4 bilhões no BIG. Este desempenho foi impulsionado pelo crescimento LfL ex-gasolina de +14,4% no Carrefour (+8,8% incl. Gasolina) e 40,0% das conversões BIG (17 lojas convertidas de BIG para Carrefour no trimestre) e lojas legado BIG.

Outro forte desempenho alimentar no 4T

O crescimento LfL manteve a forte tendência com desempenho de dois dígitos nas categorias alimentar e não alimentar no Carrefour. A categoria alimentar mostrou mais uma vez a sua resiliência com um crescimento LfL de 13,4% no 4T22, comprovando a importância de uma oferta completa – canal, preço e sortimento. Apesar do ambiente competitivo mais acirrado, as vendas LFL de alimentos em lojas em áreas afetadas por conversões de lojas por concorrentes aumentaram 14,4% (vs 14,2% nas lojas não afetadas), mostrando a relevância do nosso modelo. Os volumes foram naturalmente afetados pelo ambiente de inflação persistentemente elevada.

Marca Própria: Reforçando sua relevância na cesta de clientes

Conscientes de nossa responsabilidade com a sociedade brasileira e de nosso compromisso com os clientes em fornecer alimentos de qualidade a preços acessíveis, congelamos os preços de nossos produtos de marca própria pelo segundo ano consecutivo, de 1º de dezembro de 2022 a 11 de março de 2023. Com a iniciativa acima, o ambiente inflacionário e as negociações comerciais desafiadoras, a penetração de vendas de produtos de marca própria atingiu 19,2% das vendas líquidas totais de alimentos no 4T22.

Não alimentar: Eletrodomésticos aceleram o crescimento

O crescimento LfL não alimentar no Carrefour Varejo no 4T foi de 16,5% a/a, registrando um segundo trimestre consecutivo de crescimento de dois dígitos. Esse resultado foi impulsionado pelo forte desempenho de Eletrodomésticos (+28,8%) que se beneficiou da dinâmica de nossas operações comerciais durante a Copa do Mundo, Black Friday (2,3% na semana de 21 a 27 de novembro de 2022) e Natal. Mais uma vez, as três categorias não alimentares contribuíram para o desempenho positivo: Bazar cresceu +3,9% e Têxtil +6,5%.

Lojas convertidas mostrando aumento significativo nas vendas

No Varejo, 17 lojas BIG foram convertidas no trimestre (20 em 2022) e o LfL permaneceu sólido em 17,1%.

	4T 22	4T 22 vs. 4T 21		
	Vendas (R\$ MM)	LfL	Efeito Calendário	Total (%)
Carrefour (s/ gasolina): online + offline	5.932	14,4%	1,0%	15,4%
Alimentar	3.721	13,4%	1,0%	14,6%
Não Alimentar⁽¹⁾	2.217	16,5%	1,0%	17,6%
Bazar	660	3,9%	1,0%	5,0%
Eletrodomésticos	1.201	28,8%	1,0%	29,9%
Têxtil	237	6,5%	1,0%	7,6%
Gasolina	725	-22,3%	0,0%	-21,2%
Carrefour (c/ gasolina)	6.858	8,8%	0,9%	13,2%
Lojas Convertidas	201	n.a.	n.a.	n.a.
Lojas Grupo BIG	2.421	n.a.	n.a.	n.a.
Carrefour com BIG (c/ gasolina)	9.279	n.a.	n.a.	53,2%

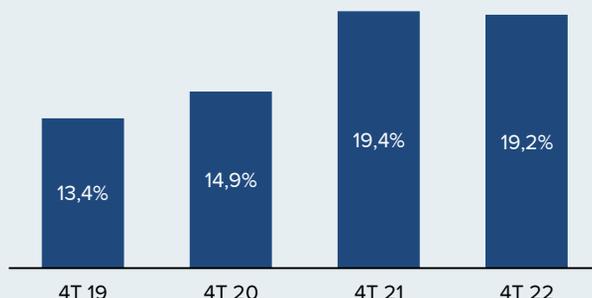
Nota: (1) Inclui drogarias .

17% LfL em lojas convertidas no 4T 22

Evolução volumes LfL Varejo (a/a)



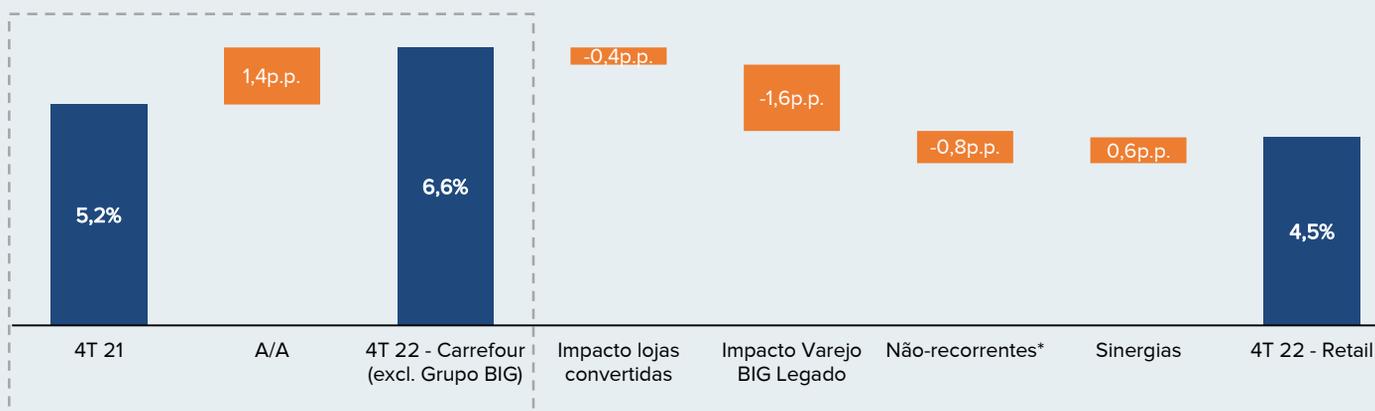
Evolução da penetração de marca própria



Varejo: Sólido desempenho no Carrefour; BIG impactado pelas conversões de loja

Em R\$ milhões – inclui Carrefour e BIG Varejo	Varejo					
	4T 22	4T 21	Δ%	2022	2021	Δ%
Vendas Brutas	9.078	6.059	49,8%	30.077	22.192	35,5%
Vendas Brutas ex-gasolina	8.288	5.139	61,3%	26.667	19.231	38,7%
Vendas Líquidas	8.074	5.465	47,7%	26.958	19.957	35,1%
Outras Receitas	247	155	59,7%	816	546	49,4%
Vendas Totais	8.321	5.620	48,1%	27.773	20.503	35,5%
Lucro Bruto	2.147	1.268	69,3%	6.723	4.745	41,7%
<i>Margem Bruta</i>	<i>26,6%</i>	<i>23,2%</i>	<i>3,4 p.p.</i>	<i>24,9%</i>	<i>23,8%</i>	<i>1,2 p.p.</i>
Despesas VG&A	(1.797)	(991)	81,3%	(5.535)	(3.668)	50,9%
<i>% VG&A de Vendas Líquidas</i>	<i>22,3%</i>	<i>18,1%</i>	<i>-4,1 p.p.</i>	<i>20,5%</i>	<i>18,4%</i>	<i>-2,2 p.p.</i>
EBITDA Ajustado	360	286	25,8%	1.228	1.114	10,2%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>4,5%</i>	<i>5,2%</i>	<i>-0,8 p.p.</i>	<i>4,6%</i>	<i>5,6%</i>	<i>-1,0 p.p.</i>
EBITDA Ajustado - Excl. Grupo BIG	394	286	37,8%	1.246	1.114	11,8%
<i>Margem EBITDA Ajustada- Excl. Grupo BIG</i>	<i>6,6%</i>	<i>5,2%</i>	<i>1,4 p.p.</i>	<i>5,6%</i>	<i>5,6%</i>	<i>0,0 p.p.</i>

Varejo – Bridge de margem EBITDA ajustada



*Inclui despesas não-recorrentes e impacto na receita relacionado ao processo de conversão da lojas.

Lucro bruto sólido refletindo a aceleração 3P

O lucro bruto do varejo no quarto trimestre cresceu 69,3% a/a para R\$ 2,1 bilhões no trimestre ou 26,6% das vendas líquidas (+3,4 p.p.). As taxas de serviços financeiros são contabilizadas na margem bruta do BIG, explicando o efeito positivo na margem bruta consolidada do varejo. No Carrefour Varejo, o lucro bruto cresceu 16,3%, refletindo o bom desempenho do formato em todas as categorias e a aceleração do canal 3P.

Vendas fortes e otimização de custos permitem VG&A estável no Carrefour Varejo

As despesas com vendas, gerais e administrativas foram de R\$ 1,8 bilhão (+81,3% a/a), representando 22,3% das vendas líquidas no 4T22, 4,1 p.p. a mais a/a, refletindo o impacto das conversões de lojas. O VG&A como % das vendas líquidas alcançou 18,2% no Carrefour Varejo, praticamente estável a/a, como resultado do efeito diluidor de um forte desempenho de vendas combinado com iniciativas contínuas de otimização de custos.

O EBITDA do Varejo foi de R\$ 360 milhões, +25,8% a/a ou 4,5% das vendas líquidas no trimestre, impactado pela integração do BIG, conversões de lojas e processo de pré-fechamento conforme demonstrado no gráfico acima. O EBITDA do Carrefour Varejo atingiu o maior patamar do ano, com R\$ 394 milhões, com margem de 6,6%, alta de 1,3 p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.

Sam's Club: melhorias sólidas desde a integração

Consistente aceleração nas vendas

O Sam's Club continuou a se beneficiar das iniciativas implementadas desde a conclusão da aquisição do Grupo BIG. Com foco nos diferenciais do negócio, o Sam's Club aumentou fortemente o número de sócios ativos, em 22% vs maio/22, levando a vendas brutas de R\$ 1,7 bilhão no 4T22.

Tanto o LfL quanto o crescimento total aceleraram no 4T22 a/a, atingindo 10,2% e 12,8%, respectivamente. Essa melhora foi impulsionada pelas categorias de alimentar e não alimentar, que atingiram LfL de dois dígitos no período.

As vendas online representaram 5% da receita do Sam's Club (+2,5 p.p. a/a), como resultado do fortalecimento do *mindset* digital no formato, apoiado pela estratégia digital do Grupo Carrefour Brasil.

Recuperação da margem bruta impulsionada pelo mix

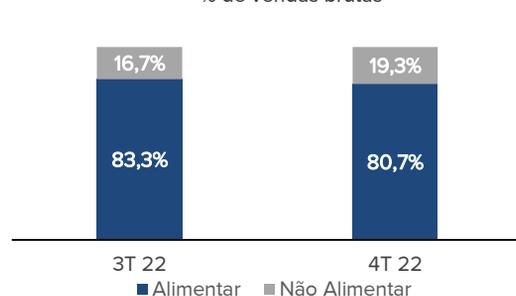
No 4T22, o lucro bruto totalizou R\$ 379 milhões ou 26,2% das vendas líquidas, impulsionado por melhorias de preço e sortimento, principalmente devido ao nosso foco em aumentar a atratividade de marcas próprias e itens exclusivos.

Forte rentabilidade com potencial de valorização

Como as despesas com VG&A totalizaram R\$ 268 milhões ou 18,5% das vendas líquidas, o EBITDA Ajustado atingiu R\$ 111 milhões no trimestre ou 7,7% das vendas líquidas, mesmo patamar observado no 3T22.

À medida que as iniciativas de criação de valor de longo prazo aumentam, especialmente o aumento de membros ativos do clube, continuamos fortemente otimistas sobre o nível de rentabilidade do Sam's Club.

Evolução Alimentar e Não Alimentar Sam's Club



Em R\$ milhões

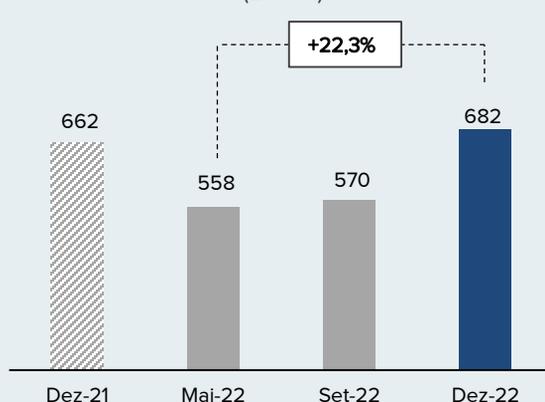
	Club	
	4T 22	2022*
Vendas Brutas	1,677	3,502
Vendas Brutas ex-gasolina	1,677	3,502
Vendas Líquidas	1,448	3,079
Outras Receitas	26	76
Vendas Totais	1,473	3,155
Lucro Bruto	379	729
<i>Margem Bruta</i>	<i>26.2%</i>	<i>23.7%</i>
Despesas VG&A	(268)	(490)
<i>% VG&A de Vendas Líquidas</i>	<i>18.5%</i>	<i>15.9%</i>
EBITDA Ajustado	111	239
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>7.7%</i>	<i>7.8%</i>

*Considera o período após o fechamento da aquisição do Grupo BIG: de junho a dezembro de 2022.

Evolução LfL Sam's Club (a/a)



Usuários Ativos do Clube (Em Mil)



EBITDA forte de R\$ 1,1 bilhão apesar do ambiente desafiador

O faturamento do Banco Carrefour totalizou R\$ 14,5 bilhões no 4T22, +9,1% a/a, impulsionado pelo sólido desempenho do cartão Carrefour (+7,2%) e do cartão Atacadão (+9,9%), impulsionado pela integração do Grupo BIG. Em dezembro, o Banco também lançou o novo cartão de crédito Sam's Club, que oferece benefícios aos associados do Clube, que já atingiu mais de R\$ 23 milhões em faturamento e deve crescer nos próximos anos.

Apesar de uma abordagem de crédito mais conservadora no trimestre em meio a um ambiente econômico altamente volátil, o canal *on-us* acelerou para um crescimento de 10,4% a/a no 4T22. O canal *off-us* continuou mostrando tendências sólidas com crescimento de 7,7% (10,1% em Q3 22).

A carteira de crédito total atingiu R\$ 19,5 bilhões (IFRS9), +27,2% a/a.

Em R\$ milhões	4T 22	4T 21	Δ%
Faturamento cartão Carrefour	9.099	8.486	7,2%
Faturamento cartão Atacadão	5.102	4.641	9,9%
Faturamento cartão Sam's Club	23	n.a.	n.a.
Outros produtos*	265	155	71,3%
Faturamento Total	14.489	13.282	9,1%
Total da carteira de crédito	19.526	15.351	27,2%

*Outros produtos incluem empréstimo pessoais e pagamento de contas com cartão.

A receita operacional atingiu R\$ 1,4 bilhão no 4T22, +35,8% em relação ao 4T21 (propensão dos clientes a financiar: 18,3% no 4T22 vs 17,5% no 4T21 – média trimestral). O desempenho da receita também foi impulsionado por efeitos sazonais mais fortes no 4T22, como renovação de contrato com bandeiras de cartão de crédito, que contribuiu com quase R\$ 200 milhões no trimestre.

Inadimplência: forte melhora sequencial

Após um 3T22 mais volátil, ajustamos algumas alavancas de concessão de crédito que foram liberadas no período, levando o índice Over 30 (BACEN) a uma melhora de 0,7 p.p. t/t (17,5% no 4T22). Over 90 (BACEN) também melhorou 0,6 p.p. t/t para 13,3% no 4T22, beneficiado pela expansão da carteira.

A carga de risco totalizou R\$ 625 milhões no 4T22, +69,4% a/a ou +13,8% t/t, explicados tanto pelo aumento da carteira quanto pelo aumento da inadimplência.

Despesas diluídas e rentabilidade sólida

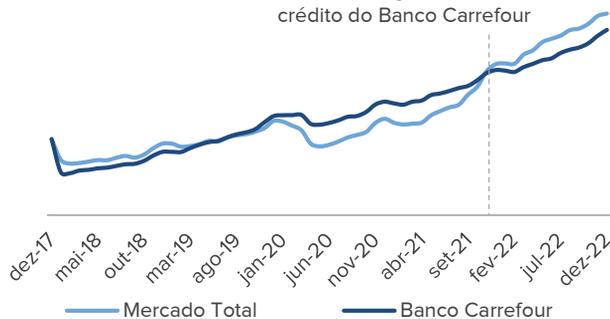
As despesas com VG&A aumentaram 8,7% a/a para R\$ 312 milhões no 4T22. Como percentual da receita líquida, melhoraram fortemente em 5,7 p.p., explicado principalmente pelo efeito de diluição causado pelo forte aumento na receita líquida.

O lucro líquido atingiu R\$ 234 milhões no trimestre, +21,2% a/a, e R\$ 534 milhões em 2022, +15,3% a/a.

Em R\$ milhões	4T 22	4T 21	Δ%	2022	2021	Δ%
Receitas da intermediação financeira	1.368	1.007	35,8%	4.446	3.497	27,1%
Carga de risco	(625)	(369)	69,4%	(2.226)	(1.481)	50,3%
Resultado bruto da intermediação financeira	743	638	16,5%	2.220	2.016	10,1%
Despesas VG&A	(312)	(287)	8,7%	(1.170)	(1.086)	7,7%
EBITDA ajustado	431	351	22,8%	1.050	930	12,9%
Despesa com depreciação e amortização	(18)	(12)	50,0%	(62)	(44)	40,9%
EBIT ajustado	413	339	21,8%	988	886	11,5%
Outras receitas (despesas)	(36)	(28)	28,6%	(77)	(69)	11,6%
Resultado financeiro	3	(6)	-150,0%	(14)	(15)	-6,7%
Imposto de renda	(146)	(112)	30,4%	(363)	(339)	7,1%
Lucro líquido (100%)	234	193	21,2%	534	463	15,3%

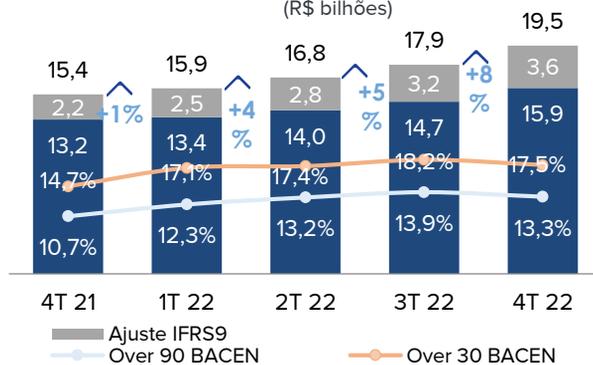
Evolução do portfólio

Início da abordagem moderada de crédito do Banco Carrefour



Evolução Portfólio de Crédito

(R\$ bilhões)



Resultados Financeiros Consolidados (Após EBITDA Ajustado)

Outras receitas e despesas operacionais

Em R\$ milhões	4T 22	4T 21	Δ milhões de R\$	2022	2021	Δ milhões de R\$
Custos de reestruturação	(9)	(7)	(2)	(49)	(50)	1
Ganhos (perdas) líquidos na baixa e alienação de ativos	(100)	(32)	(68)	(113)	(47)	(66)
Receitas e despesas relativas a demandas judiciais	175	204	(29)	232	325	(93)
Projeto Pinheiros	0	0	-	0	495	(495)
Outros (incluindo despesas de M&A)	(43)	(17)	(26)	(34)	(89)	55
Outras receitas e despesas operacionais	23	148	(125)	36	634	(598)

Outras receitas atingiram R\$ 23 milhões no 4T22, R\$ 125 milhões abaixo do 4T21 explicado principalmente pelas despesas de M&A relacionadas à aquisição do Grupo BIG e maiores perdas líquidas na venda de ativos devido a testes de impairment em alguns supermercados e ajustes nos estoques, que foram parcialmente compensados pela conclusão da alienação de 5 lojas remédios conforme solicitado pelo órgão de defesa da concorrência (CADE) no fechamento da transação com o Grupo BIG.

Imposto de Renda

As despesas com imposto de renda e contribuição social atingiram R\$ 156 milhões no trimestre, R\$ 74 milhões ou 32,2% inferior ao 4T21, uma vez que o lucro antes dos impostos foi impactado por maiores despesas financeiras no período. A alíquota efetiva de imposto ficou em 22,4%.

Ajustada para itens não recorrentes, a alíquota de imposto foi de 29,4% no 4T22 e de 27,9% em 2022.

4T 22 Alíquota Efetiva
22,4%
(29,4% ajustado)

Em R\$ milhões	4T 22	4T 21	Δ	Δ%	2022	2021	Δ	Δ%
EBITDA Ajustado	1.974	1.757	217	12,4%	6.623	5.715	908	15,9%
Outras receitas e despesas operacionais	23	148	(125)	n.m.	36	634	(598)	n.m.
Depreciação e amortização	(510)	(314)	(196)	62,4%	(1.724)	(1.223)	(501)	41,0%
Receitas e despesas financeiras	(790)	(266)	(524)	197,5%	(2.261)	(786)	(1.475)	187,7%
Lucro Antes dos Impostos*	697	1.325	(628)	-47,4%	2.674	4.340	(1.666)	-38,4%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(156)	(230)	74	-32,2%	(674)	(965)	291	-30,2%
Alíquota Efetiva	22,4%	17,4%			25,2%	22,2%		

Em R\$ milhões	4T 22	Ajustes	4T 22 Ajustado	2022	Ajustes	2022 Ajustado
Lucro antes dos impostos e contribuições*	697	245	942	2.674	214	2.888
Imposto de Renda e Contribuição Social	(156)	(121)	(277)	(674)	(133)	(807)
Alíquota Efetiva	22,4%		29,4%	25,2%		27,9%

*Não inclui resultado de equivalência patrimonial.

Lucro Líquido e Lucro Líquido Ajustado, Participação do Grupo

O lucro líquido ajustado proporciona uma visão mais clara do lucro líquido recorrente. É calculado como o lucro líquido menos outras receitas e despesas operacionais e os correspondentes efeitos financeiros e tributários. Em 2022, também excluímos o impacto de despesas one-off relacionadas à integração do Grupo BIG.

Como resultado dos efeitos mencionados acima e impactado pelo aumento das despesas financeiras (maior nível de endividamento e taxas de juros), o lucro líquido ajustado do 4T22 foi de R\$ 550 milhões ou 2,0% das vendas líquidas (-1,8 p.p. a/a), e em 2022 o lucro líquido ajustado foi de R\$ 1,8 bilhão (1,9% das vendas líquidas).

Lucro líquido 4T 22
R\$ 550 mi
(2,0% margem)

Em R\$ milhões	4T 22	4T 21	Δ%	2022	2021	Δ%
Lucro líquido, controladores	426	1.017	-58.1%	1.739	3.144	-44.7%
(+/-) Outras receitas(despesas)	(23)	(148)	-84.4%	(36)	(634)	-94.3%
(+/-) Opex Integração	273	0	n.m.	273	0	n.m.
(+/-) Resultado financeiro (não recorrente)	(5)	(3)	36.6%	(23)	(4)	443.8%
(+/-) Imposto de renda de outros itens de receita (despesas)	(121)	(100)	21.7%	(133)	(125)	6.0%
(+/-) Resultado de equivalência patrimonial	0	0	n.m.	0	19	-100.0%
Lucro líquido ajustado, controladores	550	766	-28.2%	1.821	2.400	-24.1%
Margem líquida	2,0%	3,7%	-1,8 p.p.	1,9%	3,3%	-1,4 p.p.

Capital de Giro

Nosso capital de giro antes dos recebíveis representou um recurso líquido de R\$ 7,4 bilhões ou 37 dias, +3 dias vs 4T21, pois trabalhamos com menos dias de estoque para melhor administrar o período inflacionário volátil. Quando comparado ao 3T22, o efeito se deve basicamente à forte sazonalidade do 4T22.

Capital de Giro Líquido
R\$ -5,7 bi

As contas a receber totalizou R\$ 1,6 bilhão ou 8 dias no trimestre, devido ao aumento das vendas com cartão de crédito no Atacado vs. 4T21.

	4T 22		3T 22		2T 22		1T 22		4T 21	
	R\$ Milhões	Dias	R\$ Milhões	Dias	R\$ Milhões	Dias	R\$ Milhões	Dias	R\$ Milhões	Dias
(+) Estoques	9.471	48	9.579	50	9.340	49	9.512	54	8.788	52
(-) Fornecedores (**)	(16.842)	(85)	(9.467)	(49)	(11.242)	(59)	(10.606)	(61)	(14.553)	(87)
(=) Capital de Giro antes dos recebíveis	(7.371)	(37)	111	1	(1.902)	(10)	(1.093)	(6)	(5.766)	(34)
(+) Contas a Receber (*)	1.634	8	3.201	17	2.326	12	2.853	16	951	6
(=) Capital de Giro incluindo recebíveis	(5.737)	(29)	3.312	17	424	2	1.760	10	(4.815)	(29)

(*) Recebíveis comerciais, excluindo recebíveis de aluguel das galerias (Carrefour Property) e fornecedores

(**) Excluindo fornecedores de ativos tangíveis e intangíveis e líquido de descontos a serem recebidos de fornecedores

Os índices de capital de giro acima são calculados usando o Custo de Mercadorias Vendidas

A análise do capital de giro do Grupo BIG no 4T22 é afetada pelo alto número de lojas em um plano de conversão acelerado – menor CMV devido ao *ramp-up* ou pré-fechamento.

Os indicadores ficaram praticamente em linha t/t.

Grupo BIG	4T 22		3T 22		2T 22	
	R\$ Milhões	Dias	R\$ milhões	Dias	R\$ milhões	Dias
(+) Estoques	2.822	65	2.950	68	2.851	61
(-) Fornecedores (**)	(2.663)	(61)	(2.622)	(60)	(2.425)	(52)
(=) Capital de Giro antes dos recebíveis	159	4	328	8	426	9
(+) Contas a Receber (*)	700	16	548	13	531	11
(=) Capital de Giro incluindo recebíveis	859	20	876	20	957	21

Perfil da Dívida e Resultado Financeiro Líquido

Empréstimos líquidos de derivativos para cobertura totalizaram R\$ 15,3 bilhões em dezembro de 2022, R\$ 8,5 bilhões acima de dezembro de 2021, explicado principalmente pela aquisição do Grupo BIG e efeito de *timing* em dezembro de 2021 (R\$ 3,0 bilhões de linha de crédito rotativo com o Carrefour França estava previsto para dezembro do ano passado e foi renovado no início de 2022).

Dívida líquida/
EBITDA LTM
1,21x

A dívida líquida atingiu R\$ 3,7 bilhões ou R\$ 8,0 bilhões incluindo aluguéis e desconto de recebíveis, +R\$ 4,2 bilhões a/a e +R\$ 5,6 bilhões a/a, respectivamente. A dívida líquida sobre EBITDA Ajustado (incluindo recebíveis) caiu para 1,21x (2,26x no 3T 22), explicada principalmente pela sazonalidade observada no capital de giro líquido no 4T.

Em R\$ milhões	Dez. 22	Dez. 21
Empréstimos (líquidos de derivativos para cobertura)	(15.327)	(6.877)
Caixa e equivalentes de caixa	10.835	6.945
Títulos e valores mobiliários – Banco Carrefour	834	497
(Dívida Líq.) Caixa Líquido	(3.658)	565
Recebíveis descontados	(4.378)	(3.013)
(Dívida Líq.) Caixa Líquido (c/ recebíveis descontados)	(8.036)	(2.448)
Dívida com aluguéis (IFRS 16)	(4.704)	(2.038)
(Dívida Líq.) Caixa Líquido (c/ aluguéis e recebíveis descontados)	(12.740)	(4.486)
<i>(Dívida Líquida) Caixa líquido (c/ recebíveis descontados) / EBITDA Ajustado LTM</i>	-	1,21x
<i>(Dívida Líquida) Caixa líquido (c/ recebíveis descontados e aluguéis) / EBITDA Ajustado LTM</i>	-	1,92x

O custo líquido da dívida (incluindo recebíveis descontados) totalizou R\$ 481 milhões no 4T22, R\$ 313 milhões acima do ano anterior, mas praticamente em linha t/t, devido ao aumento do nível de endividamento da empresa e maiores taxas de juros no Brasil. O resultado financeiro líquido foi de -R\$ 790 milhões no 4T22.

Em R\$ milhões	4T 22	4T 21	Δ%	2022	2021	Δ%
Custo da dívida bancária, bruto	(503)	(178)	182,2%	(1.602)	(426)	276,1%
Juros de antecipação de cartões de crédito	(76)	(40)	90,2%	(189)	(66)	185,5%
Receita Financeira	98	50	96,8%	277	67	313,0%
Custo da dívida, Líquido (c/ recebíveis descontados)	(481)	(169)	185,5%	(1.514)	(425)	256,2%
Despesas com juros sobre aluguéis (IFRS 16)	(159)	(52)	203,9%	(462)	(211)	119,0%
Custo da dívida, Líquido (c/ aluguéis e recebíveis descontados)	(640)	(221)	189,9%	(1.976)	(636)	210,7%
Juros líquidos sobre provisões e depósitos judiciais	(122)	(33)	272,8%	(200)	(109)	83,1%
Variação cambial, ganhos e (perdas) líquida	(4)	(1)	474,9%	12	(1)	n.m.
Outros	(23)	(12)	86,5%	(97)	(40)	143,4%
Resultado financeiro líquido	(790)	(267)	196,1%	(2.261)	(786)	187,5%

Investimento

O Capex total foi impulsionado pelo capex de expansão que foi de R\$ 1,4 bilhão no 4T22, R\$ 691 milhões acima do 4T21, principalmente pela expansão da conversão de lojas do Grupo BIG (R\$ 829 milhões no 4T22) em linha com o plano acelerado. O efeito negativo no direito de uso de arrendamento está basicamente relacionado à integração da aquisição do Grupo BIG e alinhamento de sistemas e critérios.

Incluindo o efeito do IFRS 16 (direito de uso), a adição total de ativos fixos foi de R\$ 1,6 bilhão no 4T22 e R\$ 4,0 bilhões em 2022, +27,8% a/a.

Em R\$ milhões	4T 22	4T 21	Δ%	2022	2021	Δ%
Expansão*	1.361	670	103,1%	2.441	2.035	19,9%
Manutenção	212	122	73,6%	596	338	76,5%
Reformas de Lojas	46	26	77,4%	107	87	23,3%
TI e outros	103	109	-5,5%	367	324	13,4%
Capex Total	1.722	927	85,7%	3.511	2.784	26,1%
Direito de uso de arrendamento	-99	-16	518,8%	507	360	40,8%
Total de adições de ativo fixo	1.623	911	78,1%	4.018	3.144	27,8%
Atividades de M&A	0	0	n.m.	4.507	1.070	321,2%
Investimentos Totais Capex + M&A	1.623	911	78,1%	8.525	4.214	102,3%

*Inclui o montante referente à conversão das lojas Makro e Grupo BIG.

Fluxo de Caixa Livre

O Grupo Carrefour Brasil continuou a apresentar sólida geração de fluxo de caixa das operações em 2022, apresentando um aumento de 16,3% a/a na geração bruta para R\$ 6,5 bilhões. Incluindo o imposto de renda pago, o valor total aumentou 24,6% para R\$ 5,5 bilhões ao final de dezembro de 2022.

Considerando o efeito do Capital de Giro, afetado por maiores volumes e negociação com fornecedores, a geração líquida de caixa das atividades operacionais atingiu R\$ 6,5 bilhões em 2022 (+42,1% a/a). Líquido dos investimentos em nossa expansão (excluindo aquisições), o Fluxo de Caixa Livre totalizou R\$ 3,2 bilhões no ano.

Em R\$ milhões	2022	2021	Δ%
Fluxo de Caixa Bruto das Operações	6.447	5.543	16,3%
Imposto de renda pago	-964	-1.144	-15,7%
Fluxo de Caixa Bruto das Operações, líquido de imposto de renda	5.483	4.399	24,6%
Variação nas exigências de capital de giro de mercadoria	1.064	-285	-473,3%
<i>Variação em Contas a pagar</i>	<i>2.275</i>	<i>693</i>	<i>228,1%</i>
<i>Variação em Estoques</i>	<i>-550</i>	<i>-1.079</i>	<i>-49,0%</i>
<i>Variação em Contas a receber</i>	<i>-660</i>	<i>101</i>	<i>-756,1%</i>
Variação em Outros Ativos e Passivos Circulantes	-564	333	-269,4%
Variação no crédito ao consumidor, líquido concedido por empresa de serviços financeiros	490	109	349,5%
Variação do Capital de Giro	990	157	530,4%
Fluxo de Caixa das Operações	6.473	4.556	42,1%
Capex (excluindo direito de uso e aquisições do Makro e Grupo BIG)	-3.511	-2.784	26,1%
Variações em contas a pagar aos fornecedores de ativos fixos	112	276	-59,4%
Alienação de ativos fixos	143	11	n.m.
Fluxo de Caixa de Investimentos operacionais	-3.256	-2.497	30,4%
Fluxo de Caixa Livre (*)	3.217	2.059	56,2%
Lease operacional (IFRS16)	-671	-339	97,9%
Custo da dívida	-1.163	-193	502,6%
Fluxo de Caixa Livre Aclonista	1.383	1.527	-9,5%

Rede de lojas

No quarto trimestre, inauguramos **6 novas lojas Cash & Carry** nos estados de São Paulo (2), Pernambuco (1), Tocantins (1), Goiás (1) e Mato Grosso (1). Com as bandeiras do Carrefour, abrimos **2 lojas de proximidade e 2 postos de gasolina** no estado de São Paulo. Também abrimos **52 lojas convertidas**, sendo **21 da bandeira Maxi** para Atacadão (7 em SP, 3 em BA, 2 em CE, 1 em ES, 1 em GO, 1 em PB, 1 em PE, 3 em PR, 1 em RJ, 1 no RS), **13 do BIG para a bandeira Atacadão** (5 em SP, 1 na BA, 1 no CE, 2 em MG, 2 no PR e 2 no RS), **17 do BIG para a bandeira Carrefour** (3 em SP, 2 em AL, 2 em CE, 1 em DF, 1 em MG, 2 em PR, 2 em RJ, 4 em SC) e **1 de BIG para Sam's Club** no PI.

Agora operamos
1.203 lojas para
uma área total de
vendas de
3.414.702 m².

Número de lojas	Dez. 21	Aberturas	Fechamentos	Conversões	Grupo BIG*	Dez. 22
Atacadão	250	20		38	36	344
Atacado de entrega	33					33
Sam's Club				1	42	43
Hipermercados	100			20	50	170
Supermercados	54				194	248
Lojas de conveniência	144	11	6			149
Drogarias	121					121
Postos de combustível	77	4		4	10	95
Grupo	779	35	6	63	332	1.203

Área de vendas (m ²)	Dez. 20	Dez. 22	Grupo BIG*	Conversões	Dez. 22 c/ BIG	Δ (%)
Atacadão	1.348.527	1.426.461	130.435	192.119	1.749.015	29,7%
Sam's Club			246.871	4.778	251.649	n.a.
Hipermercados	700.179	700.179	226.282	137.215	1.063.677	51,9%
Supermercados	68.403	68.403	212.486		280.888	310,6%
Lojas de conveniência	23.736	23.279			23.279	-1,9%
Drogarias	7.811	7.811			7.811	0,0%
Postos de combustível	31.858	32.957	3.476	1.950	38.383	20,5%
Área de vendas total	2.180.514	2.259.090	819.550	336.062	3.414.702	56,6%

* Incluindo 9 lojas que serão alienadas.

Informações da Videoconferência de Resultados

Streaming de Vídeo



[Inglês](#)



[Português](#)

14 de Fevereiro de 2023
(Terça-feira)

10h00 – Brasília

08h00 – New York

13h00 – Londres

14h00 – Paris

Relações com Investidores

David Murciano
Vice-Presidente de Finanças (CFO) e
Diretor de Relações com investidores

Equipe de RI
Telefone: +55 11 3779-8500
E-mail: ribrasil@carrefour.com
Site: ri.grupocarrefourbrasil.com.br

Demonstração do Resultado Consolidado

<i>Em R\$ milhões</i>	4T 22	4T 21	Δ%	2022	2021	Δ%
Vendas brutas	31.477	22.781	38,2%	108.052	81.185	33,1%
Vendas líquidas	28.158	20.661	36,3%	97.389	73.552	32,4%
Outras receitas	1694	1203	40,8%	5.501	4.199	31,0%
Receita operacional líquida	29.852	21.864	36,5%	102.890	77.751	32,3%
Custo das mercadorias, serviços e operações financeiras	(23.739)	(17.602)	34,9%	(83.241)	(62.875)	32,4%
Lucro bruto	6.113	4.262	43,4%	19.649	14.876	32,1%
Margem bruta	21,7%	20,6%	1,1 p.p.	20,2%	20,2%	0,0 p.p.
Despesas de VG&A	(4.152)	(2.518)	64,9%	(13.079)	(9.211)	42,0%
EBITDA Ajustado	1.974	1.757	12,4%	6.623	5.715	15,9%
Margem EBITDA ajustada	7,0%	8,5%	-1,5 p.p.	6,8%	7,8%	-1,0 p.p.
Depreciação e amortização	(497)	(301)	64,9%	(1.671)	(1.173)	42,5%
Resultado de equivalência patrimonial	-	14	-100,0%	(2)	(9)	-77,8%
Outras receitas (despesas)	23	148	-84,4%	36	634	-94,3%
EBIT	1.487	1.605	-7,3%	4.933	5.117	-3,6%
Despesas financeiras líquidas	(790)	(266)	197,5%	(2.261)	(786)	187,7%
Resultado antes dos impostos e contribuição social	697	1.339	-47,9%	2.672	4.331	-38,3%
Imposto de renda	(156)	(230)	-32,2%	(674)	(965)	-30,2%
Lucro líquido	541	1.109	-51,2%	1.998	3.366	-40,6%
Lucro líquido, controladores	426	1.017	-58,1%	1.739	3.144	-44,7%
Lucro líquido - Acionistas minoritários (NCI)	115	92	25,3%	259	222	16,7%

Balço Patrimonial Consolidado

Em R\$ Milhões	Dez. 22	Dez. 21
Ativos		
Caixa e equivalente de caixa	10.835	6.945
Títulos e valores mobiliários	256	47
Contas a receber	2.633	1.298
Crédito ao consumidor concedido pela empresa de soluções financeiras	12.974	11.038
Estoques	12.293	8.788
Impostos a recuperar	1.839	1.294
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	186	30
Instrumentos financeiros derivativos	2	95
Despesas antecipadas - Grupo BIG	229	1.026
Outras contas a receber	1.216	277
Ativos mantidos para venda	284	0
Ativo Circulante	42.747	30.838
Contas a receber	13	9
Crédito ao consumidor concedido pela empresa de soluções financeiras	748	485
Instrumentos financeiros derivativos	0	107
Títulos e valores mobiliários	578	450
Impostos a recuperar	4.011	2.812
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	109	107
Imposto de renda e contribuição social diferidos	499	633
Despesas antecipadas	110	48
Depósitos e bloqueios judiciais	2.744	2.570
Outras contas a receber	293	142
Estoques	300	300
Propriedade para investimentos	597	560
Investimentos	37	104
Imobilizado	31.794	17.417
Intangível e ágio	7.715	2.342
Ativo não Circulante	49.548	28.086
Ativo total	92.295	58.924

Balço Patrimonial Consolidado

<i>Em R\$ Milhões</i>	Dez. 22	Dez. 21
Passivo		
Fornecedores	20.641	15.449
Empréstimos	10.972	3.019
Instrumentos financeiros derivativos	501	85
Passivo de arrendamento	278	161
Operação com cartão de crédito	10.624	8.249
Impostos a recolher	635	372
Imposto de renda e contribuição social	55	267
Obrigações trabalhistas	1.337	825
Dividendos a pagar	74	65
Receita diferida	170	33
Fundo de investimento em direitos creditórios	367	0
Outras contas a pagar	1.071	551
Passivo Circulante	46.725	29.076
Empréstimos	3.395	3.973
Instrumentos financeiros derivativos	96	0
Passivo de arrendamento	4.426	1.877
Operações com cartão de crédito	1.580	1.266
Imposto de renda e contribuição social diferidos	544	439
Provisões	13.702	3.290
Provisões (imposto de renda e contribuição social)	0	582
Receita diferida	50	18
Outras contas a pagar	5	7
Passivo não Circulante	23.798	11.452
Capital social	9.918	7.651
Reserva de capital	2.140	2.213
Reservas de lucros	8.500	7.487
Efeito líquido da aquisição de participação de minoritários	(282)	(282)
Ajuste de avaliação patrimonial	(6)	10
Patrimônio líquido atribuído aos acionistas controladores	20.270	17.079
Participação de não controladores	1.502	1.317
Total passivo e patrimônio líquido	92.295	58.924

Banco Carrefour

De acordo com os padrões contábeis locais (BACEN GAAP), a metodologia de provisionamento é puramente baseada na *aging* dos recebíveis e maiores impactos no resultado estão diretamente associados a maiores índices de inadimplência.

Por outro lado, a IFRS9 implica a constituição de provisões não só para créditos vencidos, mas também acrescenta impactos materiais em função das perdas esperadas associadas ao risco de crédito – mesmo para créditos com pagamentos em dia. Como esse cálculo depende de muitos indicadores e expectativas, pode adicionar maior volatilidade aos resultados e impactos nos indicadores e requisitos de capital.

DRE simplificada

Metodologia BACEN

Em R\$ milhões	4T 22	4T 21	Δ%	2022	2021	Δ%
Receitas da intermediação financeira	1.388	1.022	35,8%	3.122	2.505	24,6%
Carga de risco	(646)	(401)	61,1%	(1.890)	(869)	117,5%
Lucro bruto	742	621	19,5%	1.232	1.636	-24,7%
Despesas VG&A	(333)	(304)	9,5%	(906)	(816)	11,0%
EBITDA Ajustado	409	317	29,0%	326	820	-60,2%
Lucro Líquido (100%)	220	164	34,1%	145	415	-65,1%

IFRS 9

Em R\$ milhões	4T 22	4T 21	Δ%	2022	2021	Δ%
Receitas da intermediação financeira	1.368	1.007	35,8%	4.446	3.497	27,1%
Carga de risco	(625)	(369)	69,4%	(2.226)	(1.481)	50,3%
Lucro bruto	743	638	16,5%	2.220	2.016	10,1%
Despesas VG&A	(312)	(287)	8,7%	(1.170)	(1.086)	7,7%
EBITDA Ajustado	431	351	22,8%	1.050	930	12,9%
Lucro Líquido (100%)	234	193	21,2%	534	463	15,3%

Análise de Carteira de Créditos Vencidos

Metodologia BACEN

Em R\$ milhões	Dezembro 22		Setembro 22		Junho 22		Março 22		Dezembro 21	
Carteira Total	15.898	100,0%	14.711	100,0%	13.977	100,0%	13.391	100,0%	13.194	100,0%
Carteira em Dia	12.778	80,4%	11.649	79,2%	11.193	80,1%	10.773	80,4%	10.985	83,3%
Atraso 30 dias	2.786	17,5%	2.680	18,2%	2.427	17,4%	2.294	17,1%	1.936	14,7%
Atraso 90 dias	2.114	13,3%	2.045	13,9%	1.844	13,2%	1.642	12,3%	1.410	10,7%
Saldo de PDD	2.390	15,0%	2.260	15,4%	2.017	14,4%	1.768	13,2%	1.579	12,0%
PDD / Atraso 90 dias	113,1%		110,5%		109,4%		107,7%		112,0%	

IFRS 9

Em R\$ milhões	Dezembro 22		Setembro 22		Junho 22		Março 22		Dezembro 21	
Carteira Total	19.526	100,0%	17.897	100,0%	16.801	100,0%	15.868	100,0%	15.351	100,0%
Carteira em Dia	12.770	65,4%	11.687	65,3%	11.187	66,6%	10.763	67,8%	10.985	71,6%
Atraso 30 dias	6.389	32,7%	5.799	32,4%	5.234	31,1%	4.747	29,9%	4.077	26,6%
Atraso 90 dias	5.621	28,8%	5.078	28,4%	4.575	27,2%	4.014	25,3%	3.501	22,8%
Carteira até 360 dias										
Atraso 30 dias	2.889	18,0%	2.725	18,4%	2.510	17,8%	2.342	17,4%	1.999	15,1%
Atraso 90 dias	2.121	13,2%	2.004	13,5%	1.851	13,2%	1.609	12,0%	1.422	10,7%
Saldo de PDD	6.092	31,2%	5.542	31,0%	5.059	30,1%	4.604	29,0%	4.120	26,8%
PDD / Atraso 90 dias	108,4%		109,1%		110,6%		114,7%		117,7%	

DRE por segmento

Em R\$ milhões	Consolidado			Cash & Carry			Varejo			Sam's Club		Banco Carrefour	
	4T 22	4T 21	Δ%	4T 22	4T 21	Δ%	4T 22	4T 21	Δ%	4T 22	4T 22	4T 21	Δ%
Vendas Brutas	31.477	22.781	38,2%	20.723	16.722	23,9%	9.078	6.059	49,8%	1.677			
Vendas Brutas ex gasolina	30.687	21.861	40,4%	20.723	16.722	23,9%	8.288	5.139	61,3%	1.677			
Vendas Líquidas	28.158	20.661	36,3%	18.636	15.196	22,6%	8.074	5.465	47,7%	1.448			
Outras receitas (1)	1.694	1.203	40,8%	61	47	31,6%	247	155	59,7%	26	1.368	1.007	35,8%
Receitas totais	29.852	21.864	36,5%	18.697	15.243	22,7%	8.321	5.620	48,1%	1.473	1.368	1.007	35,8%
Lucro Bruto	6.113	4.262	43,4%	2.852	2.362	20,7%	2.147	1.268	69,3%	379	743	638	16,4%
<i>Margem Bruta</i>	<i>21,7%</i>	<i>20,6%</i>	<i>1,1 p.p.</i>	<i>15,3%</i>	<i>15,5%</i>	<i>-0,2 p.p.</i>	<i>26,6%</i>	<i>23,2%</i>	<i>3,4 p.p.</i>	<i>26,2%</i>			
Despesas VG&A (2)	(4.152)	(2.518)	64,9%	(1.684)	(1.173)	43,6%	(1.797)	(991)	81,3%	(268)	(312)	(287)	8,6%
<i>VG&A de Vendas Líquidas</i>	<i>14,7%</i>	<i>12,2%</i>	<i>-2,6 p.p.</i>	<i>9,0%</i>	<i>7,7%</i>	<i>-1,3 p.p.</i>	<i>22,3%</i>	<i>18,1%</i>	<i>-4,1 p.p.</i>	<i>18,5%</i>			
EBITDA Ajustado (1) (2)	1.974	1.757	12,4%	1.172	1.193	-1,8%	360	286	25,8%		111	431	351
<i>Adj. EBITDA Margin</i>	<i>7,0%</i>	<i>8,5%</i>	<i>-1,5 p.p.</i>	<i>6,3%</i>	<i>7,9%</i>	<i>-1,6 p.p.</i>	<i>4,5%</i>	<i>5,2%</i>	<i>-0,8 p.p.</i>	<i>7,7%</i>			
EBITDA Ajustado - Excl. Grupo BIG (1) (2)	2.066	1.757	17,6%	1.340	1.193	12,3%	394	286	37,8%			431	351
<i>Adj. EBITDA Margin - Excl. Grupo BIG</i>	<i>8,9%</i>	<i>8,5%</i>	<i>0,4 p.p.</i>	<i>7,8%</i>	<i>7,9%</i>	<i>-0,1 p.p.</i>	<i>6,6%</i>	<i>5,2%</i>	<i>1,4 p.p.</i>				
Lucro Líquido Ajustado, controlador	550	766	-28,2%										
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	<i>2,0%</i>	<i>3,7%</i>	<i>-1,8 p.p.</i>										

Nota: Cash & Carry e Retail incluem resultados Maxi e BIG respectivamente

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -8 milhões e R\$ -6 milhões entre Banco e Varejo no 4T22 e 4T21, respectivamente; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -91 milhões e R\$ -67 milhões no 4T22 e 4T21, respectivamente.

Em R\$ milhões	Consolidado			Cash & Carry			Varejo			Sam's Club		Banco Carrefour	
	2022	2021	Δ%	2022	2021	Δ%	2022	2021	Δ%	2022	2022	2021	Δ%
Vendas Brutas	108.052	81.185	33,1%	74.473	58.993	26,2%	30.077	22.192	35,5%	3.502			
Vendas Brutas ex gasolina	104.642	78.225	33,8%	74.473	58.993	26,2%	26.667	19.231	38,7%	3.502			
Vendas Líquidas	97.389	73.552	32,4%	67.352	53.595	25,7%	26.958	19.957	35,1%	3.079			
Outras receitas (1)	5.501	4.199	31,0%	211	178	18,4%	816	546	49,4%	76	4.446	3.497	27,1%
Receitas totais	102.890	77.751	32,3%	67.563	53.773	25,6%	27.773	20.503	35,5%	3.155	4.446	3.497	27,1%
Lucro Bruto	19.649	14.876	32,1%	10.024	8.137	23,2%	6.723	4.745	41,7%	729	2.220	2.016	10,1%
<i>Margem Bruta</i>	<i>20,2%</i>	<i>20,2%</i>	<i>0,0 p.p.</i>	<i>14,9%</i>	<i>15,2%</i>	<i>-0,3 p.p.</i>	<i>24,9%</i>	<i>23,8%</i>	<i>1,2 p.p.</i>	<i>23,7%</i>			
Despesas VG&A (2)	(13.079)	(9.211)	42,0%	(5.604)	(4.225)	32,6%	(5.535)	(3.668)	50,9%	(490)	(1.170)	(1.086)	7,7%
<i>VG&A de Vendas Líquidas</i>	<i>13,4%</i>	<i>12,5%</i>	<i>-0,9 p.p.</i>	<i>8,3%</i>	<i>7,9%</i>	<i>-0,4 p.p.</i>	<i>20,5%</i>	<i>18,4%</i>	<i>-2,2 p.p.</i>	<i>15,9%</i>			
EBITDA Ajustado (1) (2)	6.623	5.715	15,9%	4.433	3.925	12,9%	1.228	1.114	10,2%		239	1.050	930
<i>Adj. EBITDA Margin</i>	<i>6,8%</i>	<i>7,8%</i>	<i>-1,0 p.p.</i>	<i>6,6%</i>	<i>7,3%</i>	<i>-0,7 p.p.</i>	<i>4,6%</i>	<i>5,6%</i>	<i>-1,0 p.p.</i>	<i>7,8%</i>			
EBITDA Ajustado - Excl. Grupo BIG (1) (2)	6.534	5.715	14,3%	4.565	3.925	16,3%	1.246	1.114	11,8%			1.050	930
<i>Adj. EBITDA Margin - Excl. Grupo BIG</i>	<i>7,6%</i>	<i>7,8%</i>	<i>-0,2 p.p.</i>	<i>7,2%</i>	<i>7,3%</i>	<i>-0,2 p.p.</i>	<i>5,6%</i>	<i>5,6%</i>	<i>0,0 p.p.</i>				
Lucro Líquido Ajustado, controlador	1.821	2.399	-24,1%										
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	<i>1,9%</i>	<i>3,3%</i>	<i>-1,4 p.p.</i>										

Nota: Cash & Carry e Retail incluem resultados Maxi e BIG respectivamente

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -47 milhões e R\$ -22 milhões entre Banco e Varejo em 2022 e 2021, respectivamente; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -280 milhões e R\$ -232 milhões em 2022 e 2021, respectivamente.

Glossário

EBITDA Ajustado

EBITDA ajustado pela linha da demonstração do resultado “outras receitas e despesas” (compreendendo perdas na alienação de ativos, custos de reestruturação, receitas e despesas relacionadas a litígios e créditos tributários recuperados relativos a períodos anteriores).

Margem EBITDA Ajustada

EBITDA ajustado dividido pela receita líquida do período relevante, expresso em percentual.

Lucro Líquido Ajustado

Lucro Líquido, excluindo Outras Receitas e Despesas e o correspondente efeito financeiro e tributário.

Faturamento Banco Carrefour

Representa o valor total referente a uma operação realizada com cartão de crédito.

EBITDA

Lucro líquido (do exercício ou do período) ajustado por “resultado financeiro, líquido”, “imposto de renda e contribuição social”, “resultado de equivalência patrimonial” e “depreciação e amortização”. EBITDA, EBITDA Ajustado e margem EBITDA Ajustada não são medidas de desempenho financeiro de acordo com o BR GAAP ou IFRS e não devem ser consideradas como alternativas ao lucro líquido ou como medidas de desempenho operacional, fluxos de caixa operacionais ou liquidez. EBITDA, EBITDA Ajustado e margem EBITDA Ajustada não possuem significado padronizado, e nossas definições podem não ser comparáveis com aquelas utilizadas por outras empresas.

Fluxo de Caixa Livre

Caixa líquido gerado por nossas atividades operacionais, mais caixa usado em alterações em depósitos judiciais e congelamento de depósitos judiciais (e opostos), menos caixa gerado na alienação de ativos não operacionais, menos caixa usado em acréscimos ao ativo imobilizado, menos caixa utilizados em adições aos ativos intangíveis.

PGC

Produtos de grande circulação.

Funções Corporativas

Custos centrais em relação às nossas funções centrais e sede. Estes compreendem as atividades de (i) o custo de nossas divisões de holding, (ii) certas despesas incorridas em relação a certas funções de suporte de nossa controladora que são alocadas aos vários segmentos proporcionalmente às suas vendas e (iii) alocações de custo de nossa controladora, que não são específicas de nenhum segmento.

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

Margem de lucro bruto

Lucro bruto dividido pelas vendas líquidas do período relevante,

expresso em porcentagem.

Vendas brutas

Faturamento total de nossos clientes nas lojas do Grupo, postos de gasolina, drogarias e em nossa plataforma de e-commerce.

Vendas LfL

As vendas LfL comparam as vendas brutas no período relevante com as do período imediatamente anterior, com base nas vendas brutas fornecidas por lojas comparáveis, que são definidas como lojas abertas e em operação por um período de pelo menos doze meses consecutivos e que não foram sujeito a encerramento ou renovação dentro desse período. Como as vendas de gasolina são muito sensíveis aos preços de mercado, elas são excluídas do cálculo LfL. Outras empresas de varejo podem calcular as vendas LfL de maneira diferente de nós e, portanto, nosso desempenho histórico e futuro de vendas LfL pode não ser comparável com outras métricas semelhantes usadas por outras empresas.

Margem de Lucro Líquido

Lucro líquido do exercício dividido pelas vendas líquidas do período relevante, expresso em percentual.

Net Promoter Score (NPS)

Ferramenta de gestão utilizada para medir a satisfação dos clientes. Dependendo do seu nível de satisfação, os clientes são classificados como “Promotores”, “Passivos” ou “Detratores”; O NPS é calculado como a diferença entre Promotores e Detratores.

Vendas Líquidas

Vendas brutas ajustadas pelos impostos incidentes sobre as vendas (principalmente PIS/COFINS e ICMS).

Outras Receitas

Compreende a receita de nosso segmento de Soluções Financeiras (incluindo taxas de cartão bancário e juros de atividades de crédito ao consumidor), aluguéis de shopping centers e comissões relacionadas a 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.