

## Resultados 2T21

Forte crescimento de vendas e rentabilidade robusta em uma base de comparação desafiadora



GRUPO  
CARREFOUR  
BRASIL

### EBITDA Ajustado e Margem

#### EBITDA +23% em 2 anos



Vendas brutas:

**R\$ 19,5 bi**

+28% vs. 2019

EBITDA Ajustado:

**R\$ 1,4 bi**

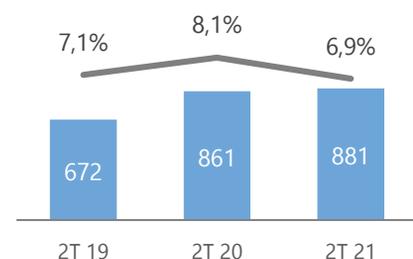
(7,8% margem)  
+23% vs. 2019

Lucro Líq. Ajustado:

**R\$ 592 mi**

+45% vs. 2019

#### EBITDA +31% em 2 anos

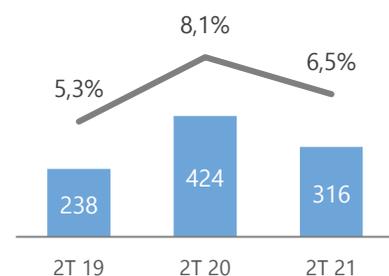


**ATACADÃO:** Desempenho superior contínuo, demonstrando a força do modelo

Vendas brutas: **R\$ 14,1 bilhões** +19,7% a/a (+10,2% LfL)

- **Crescimento LfL de dois dígitos** pelo quarto trimestre consecutivo;
- **Aceleração da expansão**, contribuindo com **9,5%** de crescimento da receita no 2T21;
- Revisão para cima das estimativas de receita e rentabilidade devido à **integração das lojas Makro melhor do que o esperado**;
- **Diluição de despesas VG&A** em dois anos, reinvestida em preço, suportada pela aceleração da receita;
- **EBITDA Aj. Total de R\$ 881 milhões** +2,3% a/a, com 6,9% de margem.

#### EBITDA +33% em 2 anos

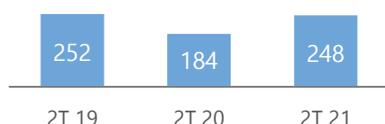


**CARREFOUR VAREJO:** Desempenho forte em uma base de dois anos

Vendas brutas: **R\$ 5,4 bilhões** -7,3% a/a (-5,9% LfL)

- Vendas (sem gasolina) crescem **13,2% em relação ao 2T19** (alimentar +13,8% e não alimentar +12,4%);
- **Maior engajamento do cliente** traz +44% de uso do ecossistema do Carrefour (# de pontos de contato) com base nos participantes do nosso programa de fidelidade;
- **Alimentar ganhando competitividade** (+2 p.p. vs. C&C) e mantendo margens;
- **Impacto negativo concentrado no não alimentar**, que representou mais de 90% da queda nas vendas em relação ao pico do ano passado;
- Margem EBITDA Aj. Varejo **+1,2 p.p. em dois anos, atingindo 6,5%**, suportada por melhorias estruturais em custos.

#### EBITDA em linha com o 2T19



**BANCO CARREFOUR:** Voltando à contribuição pré-pandemia

Faturamento: **R\$ 11,8 bilhões** +50% a/a

- **Crescimento da receita** de volta a território **positivo**;
- **Definindo as alavancas de crescimento para um novo ciclo**;
- Nível de inadimplência (NPLs) permanecem sob controle, comprovando a **qualidade de nossa carteira de crédito**;
- **EBITDA Aj. de R\$ 248 milhões**: forte crescimento gerando resultados, retornando aos níveis pré-pandêmicos.

Em R\$ milhões	Consolidado			Atacadão			Carrefour Varejo			Banco Carrefour		
	2T21	2T20	Δ%	2T21	2T20	Δ%	2T21	2T20	Δ%	2T21	2T20	Δ%
Vendas Brutas	19.525	17.632	10,7%	14.107	11.785	19,7%	5.418	5.847	-7,3%			
Lucro Bruto	3.603	3.419	5,4%	1.902	1.673	13,7%	1.201	1.318	-8,9%	506	435	16,3%
<i>Margem Bruta</i>	<i>20,4%</i>	<i>21,5%</i>	<i>-1,1 p.p.</i>	<i>14,8%</i>	<i>15,7%</i>	<i>-0,8 p.p.</i>	<i>24,7%</i>	<i>25,3%</i>	<i>-0,5 p.p.</i>			
EBITDA Aj. (1) (2)	1.373	1.424	-3,6%	881	861	2,3%	316	424	-25,5%	248	184	34,8%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>7,8%</i>	<i>9,0%</i>	<i>-1,2 p.p.</i>	<i>6,9%</i>	<i>8,1%</i>	<i>-1,2 p.p.</i>	<i>6,5%</i>	<i>8,1%</i>	<i>-1,6 p.p.</i>			
Lucro Líquido Aj., controlador	592	712	-16,8%									
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	<i>3,4%</i>	<i>4,5%</i>	<i>-1,1 p.p.</i>									

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -6 milhões entre Banco e Varejo; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -48 milhões em 2020 e R\$ -66 milhões em 2021;

## Noël Prioux, Presidente do Grupo, declarou:

“

O Grupo Carrefour Brasil teve um desempenho muito sólido no segundo trimestre. Operando em uma base de comparação muito desafiadora e em um ambiente persistentemente difícil na área da saúde, registramos um crescimento de vendas de dois dígitos e uma rentabilidade robusta, significativamente acima de seu nível pré-pandemia. Nosso crescimento foi impulsionado novamente pelo desempenho notável do Atacadão, com conversão mais rápida do que o esperado das lojas do Makro, e o retorno ao forte crescimento do Banco Carrefour, enquanto os números do Varejo do Carrefour foram penalizados por uma base de comparação muito difícil no segmento não alimentar, mas permanecem fortemente acima em uma base de dois anos. Meu sucessor Stéphane Maquaire, que assumirá nos próximos meses, terá uma base sólida para continuar o crescimento do ecossistema do Grupo Carrefour Brasil, apoiado por times fantásticos..

”

# Novos avanços em ESG

O Grupo Carrefour Brasil segue evoluindo em sua agenda ESG e lançou em junho seu Relatório Anual de Sustentabilidade 2020 detalhando novos avanços no tema. Os destaques incluem:

## Relatório Anual de Sustentabilidade 2020

- 100% dos fornecedores brasileiros de carne bovina monitorados (produtos regulamentados e marcas nacionais)
- 35% dos novos itens de marca própria feitos de embalagens 100% recicláveis ou compostáveis
- Criação do Comitê Externo de Livre Expressão sobre Diversidade
- 63% dos peixes de origem responsável, superando a meta de 50% das vendas
- Redução de 19% nas emissões totais de CO2
- Lançamento de 8 compromissos de combate ao racismo estrutural

No segundo trimestre, também registramos as seguintes conquistas nas frentes ambientais e sociais:



### Social

Lançamento de editais para financiar entidades com projetos em três frentes distintas:

Fortalecimento institucional de organizações Afro-Brasileiras da sociedade civil

Iniciativas de combate ao racismo e discriminação

Fomento ao empreendedorismo negro

Mais de 1,6 mil projetos inscritos, de todas as 5 regiões do país (escolhidos serão divulgados em breve).



**Promover a Educação**  
Preparar e Treinar para o Mercado de Trabalho



Combate à LGBTfobia – Lançamento do Programa “TransForma”  
Treinar e preparar os transgêneros em *soft skills*, conhecimentos técnicos e técnicas de varejo para que estejam preparados para assumir uma posição no grupo ou no mercado



### Ambiental

75% dos frigoríficos comprometidos com o Termo de Compromisso de Pecuária do Grupo;

89% dos fornecedores em conformidade com a nossa Política de carne bovina

12,5 toneladas de embalagens de plástico evitadas no 2T21 (23,5 toneladas no 1T21)

Projeto “Jurueña”: A carne bovina 100% livre de desmatamento, rastreada do nascimento à prateleira, estará nas lojas nas próximas semanas a um preço acessível.

**PARA ACOMPANHAR  
NOSSAS AÇÕES ACESSE:**

[naovamosesquecer.com.br](http://naovamosesquecer.com.br)  
[Relatório Anual de Sustentabilidade](#)

# Resultados Financeiros Consolidados

## Vendas e outras receitas

### Desempenho sólido a/a e elevado LfL de dois dígitos em 2 anos

As vendas consolidadas do Grupo Carrefour Brasil atingiram R\$ 19,5 bilhões no 2T21, crescimento de 10,7% em relação ao mesmo trimestre do ano passado (9,4% sem gasolina). Isso vem em cima de um crescimento de 15,4% no 2T20 (18,3% sem gasolina), acumulando 28% de crescimento em dois anos.

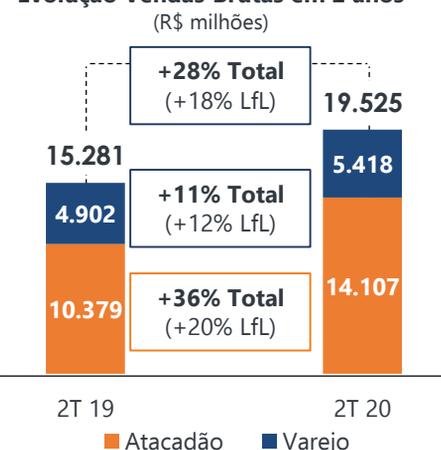
Esse desempenho ocorre em meio a um ambiente volátil devido à pandemia de COVID-19, que impactou o 2T21 com: (i) restrições em nossas lojas que variaram em cada região do país; (ii) inflação alta, mas em desaceleração, de 15,3% (índice de inflação IPCA de alimentação em domicílio em 12 meses, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE); e (iii) uma base comparável difícil contra o 2T20.

As vendas do Grupo Carrefour Brasil cresceram 3,4% na comparação like-for-like (ex-gasolina), um desempenho satisfatório no ambiente atual, superando o forte crescimento de 14,9% no 2T20. Isso foi suportado pelo crescimento de 10,2% no Atacadão, registrando crescimento de dois dígitos pelo quarto trimestre consecutivo, que compensou a queda de -11,4% no LfL do Varejo, explicada principalmente pela forte base de comparação, já que o segmento de não alimentar cresceu 52,2% em base LfL no período (-24,5% no 2T21).

A estratégia de expansão do Grupo Carrefour Brasil continuou e no 2T21 abrimos 19 lojas Atacadão (das quais 17 conversões Makro), 1 atacado de entrega e 1 loja de proximidade, que nos últimos 12 meses adicionaram mais 6,5% de crescimento. A rede total de lojas do Grupo Carrefour Brasil atingiu 753 lojas em junho de 2021.

O faturamento do Banco Carrefour atingiu R\$ 11,8 bilhões, o que representa um notável aumento de 50,2% a/a, impulsionado tanto por cartões de crédito (Carrefour e Atacadão) quanto por outros produtos, principalmente concentrados em crédito pessoal. Isso reflete a importância do ecossistema para todos os nossos negócios.

### Evolução Vendas Brutas em 2 anos



	2T20
	LFL
Atacadão	8,6%
Carrefour (s/ Gasolina)	30,3%
Gasolina	-47,2%
Carrefour (c/ gasolina)	19,3%
Consolidado (s/ gasolina)	14,9%
Consolidado (c/ gasolina)	12,1%
Faturamento Total Banco Carrefour	n.a.

	2T21			
	Vendas Brutas (R\$MM)	LFL s/ efeito Calendário(1)	Expansão	Total (%)
Atacadão	14.107	10,2%	9,5%	19,7%
Carrefour (s/ Gasolina)	4.766	-11,4%	0,1%	-12,9%
Gasolina	652	74,4%	0,0%	74,4%
Carrefour (c/ gasolina)	5.418	-5,9%	0,1%	-7,3%
Consolidado (s/ gasolina)	18.873	3,4%	6,5%	9,4%
Consolidado (c/ gasolina)	19.525	4,9%	6,4%	10,7%
Faturamento Total Banco Carrefour	11.811	n.a.	n.a.	50,2%

(1) Excluindo efeito calendário de -0,5% no Atacadão, -1,5% no Carrefour Varejo e -0,8% no consolidado

	1S20
	LFL
Atacadão	7,9%
Carrefour (s/ Gasolina)	19,8%
Gasolina	-22,6%
Carrefour (c/ gasolina)	13,9%
Consolidado (s/ gasolina)	11,4%
Consolidado (c/ gasolina)	9,8%
Faturamento Total Banco Carrefour	n.a.

	1S21			
	Vendas Brutas (R\$MM)	LFL s/ efeito Calendário(1)	Expansão	Total (%)
Atacadão	26.793	11,5%	7,8%	18,7%
Carrefour (s/ Gasolina)	9.576	-2,5%	0,0%	-3,0%
Gasolina	1.285	21,3%	0,2%	21,5%
Carrefour (c/ gasolina)	10.861	-0,2%	0,0%	-0,7%
Consolidado (s/ gasolina)	36.369	7,2%	5,5%	12,1%
Consolidado (c/ gasolina)	37.654	7,7%	5,3%	12,4%
Faturamento Total Banco Carrefour	22.623	n.a.	n.a.	34,0%

(1) Excluindo efeito calendário de -0,9% no Atacadão, -0,5% no Carrefour Varejo e -0,8% no consolidado

Outras receitas alcançaram R\$ 1,1 bilhão, um aumento de 19%, beneficiando-se principalmente (i) do aumento das receitas do banco, que se recuperaram significativamente e voltaram a crescer pela primeira vez desde o 2T20; (ii) a retomada parcial do pagamento de aluguéis em nosso negócio imobiliário - que vem sendo impactada pelo ambiente econômico, afetando a arrecadação de aluguéis em galerias e shopping centers; e (iii) aceleração do *marketplace* do Atacadão.

## Margem Bruta Consolidada e VG&A

Estratégia de aceleração garante competitividade e maior *share of wallet*, suportando a eficiência

O lucro bruto atingiu R\$ 3,6 bilhões no 2T21, aumento de 5,4%, impulsionado pelo crescimento das vendas no Atacadão e Banco Carrefour, que mais do que compensou a pressão em nossas operações de Varejo, principalmente devido à elevada base de comparação no segmento não alimentar. A margem bruta consolidada foi de 20,4%, aumentando 0,6 p.p. sequencialmente, mas 1,1 p.p. abaixo na comparação anual. O impacto na margem bruta deu-se principalmente por decisões estratégicas anteriores para acentuar a competitividade do Atacadão e desenvolver o programa de fidelidade no Carrefour Varejo que, como já mencionado no 1T21, também pressionou levemente a margem bruta, mas suporta nossa estratégia de longo prazo para aumentar o nível de engajamento do cliente e *share of wallet*.

As despesas VG&A totalizaram R\$ 2,2 bilhões, um aumento de 11,7% e representando 12,7% das vendas líquidas no 2T21, amplamente estável em comparação com o 2T20. Isso foi alcançado apesar dos custos de *ramp-up* e pré-inauguração relacionados às lojas Makro.

Em R\$ milhões	Consolidado			Atacadão			Carrefour Varejo			Banco Carrefour		
	2T21	2T20	Δ%	2T21	2T20	Δ%	2T21	2T20	Δ%	2T21	2T20	Δ%
Vendas Brutas	19.525	17.632	10,7%	14.107	11.785	19,7%	5.418	5.847	-7,3%			
Vendas Brutas ex-gasolina	18.873	17.258	9,4%	14.107	11.785	19,7%	4.766	5.473	-12,9%			
Vendas Líquidas	17.663	15.906	11,0%	12.810	10.690	19,8%	4.853	5.216	-7,0%			
Outras Receitas	1.056	887	19,0%	47	32	48,1%	134	100	34,3%	881	762	15,6%
<b>Vendas Totais</b>	<b>18.719</b>	<b>16.793</b>	<b>11,5%</b>	<b>12.857</b>	<b>10.722</b>	<b>19,9%</b>	<b>4.987</b>	<b>5.316</b>	<b>-6,2%</b>	<b>881</b>	<b>762</b>	<b>15,6%</b>
Lucro Bruto	3.603	3.419	5,4%	1.902	1.673	13,7%	1.201	1.318	-8,9%	506	435	16,3%
<i>Margem Bruta</i>	<i>20,4%</i>	<i>21,5%</i>	<i>-1,1 p.p.</i>	<i>14,8%</i>	<i>15,7%</i>	<i>-0,8 p.p.</i>	<i>24,7%</i>	<i>25,3%</i>	<i>-0,5 p.p.</i>			
Despesas VG&A	-2.241	-2.006	11,7%	-1.023	-814	25,6%	-894	-903	-1,0%	-258	-251	2,8%
<i>%VG&amp;A de Vendas Líquidas</i>	<i>12,7%</i>	<i>12,6%</i>	<i>0,1 p.p.</i>	<i>8,0%</i>	<i>7,6%</i>	<i>0,4 p.p.</i>	<i>18,4%</i>	<i>17,3%</i>	<i>1,1 p.p.</i>			
EBITDA Ajustado	1.373	1.424	-3,6%	881	861	2,3%	316	424	-25,5%	248	184	34,8%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>7,8%</i>	<i>9,0%</i>	<i>-1,2 p.p.</i>	<i>6,9%</i>	<i>8,1%</i>	<i>-1,2 p.p.</i>	<i>6,5%</i>	<i>8,1%</i>	<i>-1,6 p.p.</i>			
Lucro Líquido Aj., controlador	592	712	-16,8%									
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	<i>3,4%</i>	<i>4,5%</i>	<i>-1,1 p.p.</i>									

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -6 milhões entre Banco e Varejo; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -48 milhões em 2020 e R\$ -66 milhões em 2021;

Em R\$ milhões	Consolidado			Atacadão			Carrefour Varejo			Banco Carrefour		
	1S21	1S20	Δ%	1S21	1S20	Δ%	1S21	1S20	Δ%	1S21	1S20	Δ%
Vendas Brutas	37.654	33.513	12,4%	26.793	22.580	18,7%	10.861	10.933	-0,7%			
Vendas Brutas ex-gasolina	36.369	32.455	12,1%	26.793	22.580	18,7%	9.576	9.875	-3,0%			
Vendas Líquidas	34.076	30.326	12,4%	24.330	20.481	18,8%	9.746	9.845	-1,0%			
Outras Receitas	1.955	1.848	5,8%	84	69	22,3%	246	200	23,1%	1.636	1.591	2,8%
<b>Vendas Totais</b>	<b>36.031</b>	<b>32.174</b>	<b>12,0%</b>	<b>24.414</b>	<b>20.550</b>	<b>18,8%</b>	<b>9.992</b>	<b>10.045</b>	<b>-0,5%</b>	<b>1.636</b>	<b>1.591</b>	<b>2,8%</b>
Lucro Bruto	6.849	6.540	4,7%	3.600	3.176	13,3%	2.347	2.423	-3,2%	913	953	-4,2%
<i>Margem Bruta</i>	<i>20,1%</i>	<i>21,6%</i>	<i>-1,5 p.p.</i>	<i>14,8%</i>	<i>15,5%</i>	<i>-0,7 p.p.</i>	<i>24,1%</i>	<i>24,6%</i>	<i>-0,5 p.p.</i>			
Despesas VG&A	-4.400	-4.022	9,4%	-1.971	-1.625	21,3%	-1.782	-1.802	-1,1%	-521	-517	0,8%
<i>%VG&amp;A de Vendas Líquidas</i>	<i>12,9%</i>	<i>13,3%</i>	<i>-0,4 p.p.</i>	<i>8,1%</i>	<i>7,9%</i>	<i>0,2 p.p.</i>	<i>18,3%</i>	<i>18,3%</i>	<i>0,0 p.p.</i>			
EBITDA Ajustado	2.474	2.539	-2,6%	1.635	1.556	5,1%	584	637	-8,3%	392	436	-10,1%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>7,3%</i>	<i>8,4%</i>	<i>-1,1 p.p.</i>	<i>6,7%</i>	<i>7,6%</i>	<i>-0,9 p.p.</i>	<i>6,0%</i>	<i>6,5%</i>	<i>-0,5 p.p.</i>			
Lucro Líquido Aj., controlador	1.012	1.113	-9,1%									
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	<i>3,0%</i>	<i>3,7%</i>	<i>-0,7 p.p.</i>									

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -11 milhões entre Banco e Varejo; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -78 milhões em 2020 e R\$ -126 milhões em 2021;

## EBITDA Ajustado

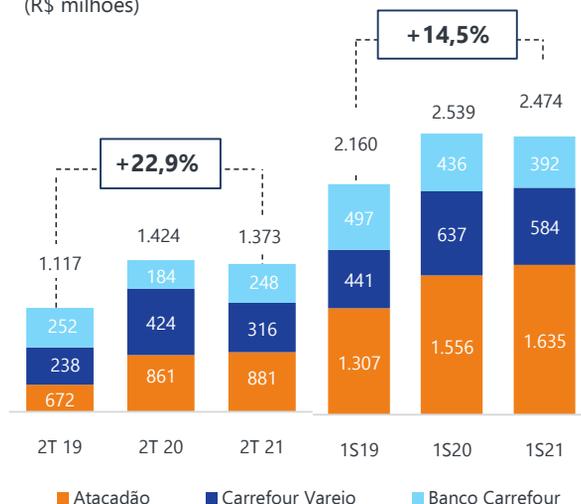
### Sólido desempenho enfatiza a dinâmica sinérgica entre nossos negócios

O EBITDA ajustado consolidado no 2T foi de R\$ 1,4 bilhão, -3,6% a/a, com margem de 7,8% (-1,2 p.p. vs. 2T20). Este resultado foi uma combinação da continuidade da tendência de recuperação do Banco Carrefour, que teve as receitas de volta a território positivo na comparação anual pela primeira vez desde o 2T20, e apresentou alta de 34,8% no EBITDA Ajustado; um aumento de 2,3% no EBITDA Ajustado do Atacadão como consequência da estratégia comercial já mencionada; e redução de 25,5% no EBITDA Ajustado do Carrefour Varejo que enfrentou uma base de comparação difícil e esteve sob pressão no trimestre, especialmente no segmento não alimentar, mas continua a crescer na uma base de comparação de dois anos.

Na visão de 2 anos, o EBITDA Ajustado consolidado cresceu 22,9%, demonstrando a assertividade da nossa estratégia, mantendo a eficiência operacional e forte execução.

No 1S21, o EBITDA ajustado atingiu R\$ 2,5 bilhões, -2,6% em relação ao ano anterior e com margem EBITDA de 7,3% (-1,1 p.p. em relação ao 1S20), mas +14,5% vs. o 1S19.

### Composição do EBITDA\* Ajustado (R\$ milhões)



\* O total inclui funções globais e eliminações intragrupo.

## Desempenho Operacional Por Segmento

### Atacadão: acelerando o crescimento com desempenho robusto

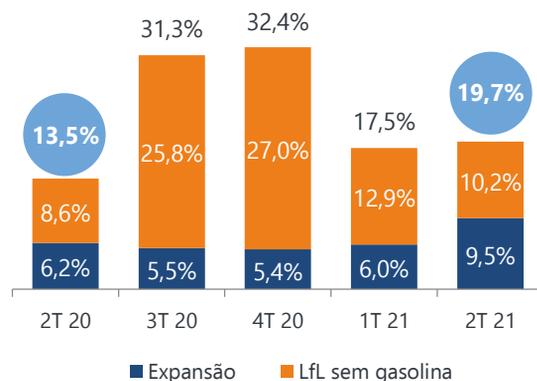
#### Forte LfL e momento da expansão

As vendas brutas do Atacadão no 2T21 atingiram R\$ 14,1 bilhões, impulsionadas pelo crescimento de 10,2% LfL - o quarto trimestre consecutivo de crescimento de dois dígitos - e 9,5% de expansão, impulsionado pelo plano de expansão acelerado com a abertura de 19 lojas e 1 atacado de entrega no trimestre (incluindo 17 conversões da loja Makro, completando as conversões mais rápido do que o esperado).

Este forte crescimento foi alcançado num ambiente de desaceleração da inflação e restrições de movimento devido à pandemia da COVID-19, demonstrando mais uma vez a força do modelo e a assertividade da decisão estratégica tomada no passado para melhorar a competitividade.

Em um período de 2 anos, o crescimento das vendas do Atacadão atingiu 35,9% (19,7% LfL), demonstrando a atratividade deste formato e a precisão da nossa estratégia comercial.

### Desempenho de vendas do Atacadão

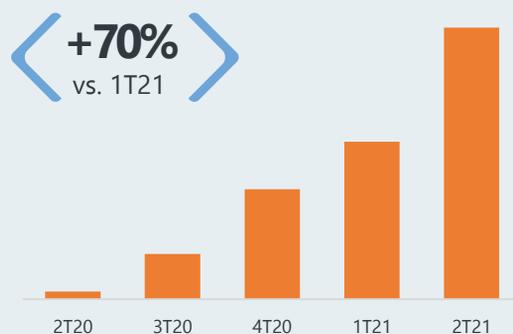


O plano de expansão está se acelerando e encerramos o segundo trimestre com 265 lojas (incluindo 31 atacados de entrega) após 20 inaugurações no período, incluindo as últimas 17 conversões de lojas do Makro. Conforme mencionado em Fato Relevante publicado em 24 de junho de 2021, os resultados iniciais das lojas convertidas foram extremamente satisfatórios e significativamente acima das estimativas iniciais. A conversão e abertura ocorreram mais rápido que o esperado, em apenas 6 meses, e as vendas nos primeiros meses de operação indicam que a meta de maturação inicial será atingida até o final de 2021, o que nos levou a revisar nossas estimativas iniciais para cima. No release de resultados do 1T21, mencionamos que a aceleração da expansão deve resultar em uma contribuição para o crescimento da ordem de 10%-12% nos próximos trimestres; já no segundo trimestre essa contribuição aumentou para 9,5%.

## Evolução da abertura de lojas



## Evolução das vendas digitais do Atacadão



## Canal digital ganhando impulso

O canal digital do Atacadão está ganhando impulso e as vendas por meio desse canal aumentaram 70% em uma base sequencial. Em junho, este canal representou mais de 2% do faturamento das lojas onde o serviço está disponível, demonstrando sua boa aceitação pelos clientes.

A parceria com os operadores do serviço de entrega rápida já está disponível em 105 lojas em 19 estados, reforçando nossa presença nacional e nossa estratégia de oferecer comodidade com o melhor preço aos nossos clientes.

## Modelo de negócios comprovado permitindo rápida expansão com rentabilidade robusta

Em R\$ milhões	2T21	2T20	Δ%	2T19	Δ%
Vendas Brutas	14.107	11.785	19,7%	10.379	35,9%
Vendas Líquidas	12.810	10.690	19,8%	9.422	36,0%
Outras Receitas	47	32	48,1%	33	43,6%
<b>Vendas Totais</b>	<b>12.857</b>	<b>10.722</b>	<b>19,9%</b>	<b>9.455</b>	<b>36,0%</b>
Lucro Bruto	1.902	1.673	13,7%	1.432	32,8%
<i>Margem Bruta</i>	<i>14,8%</i>	<i>15,7%</i>	<i>-0,8 p.p.</i>	<i>15,2%</i>	<i>-0,4 p.p.</i>
Despesas VG&A	-1.023	-814	25,6%	-763	34,0%
<i>%VG&amp;A de Vendas Líquidas</i>	<i>8,0%</i>	<i>7,6%</i>	<i>0,4 p.p.</i>	<i>8,1%</i>	<i>-0,1 p.p.</i>
EBITDA Ajustado	881	861	2,3%	672	31,0%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>6,9%</i>	<i>8,1%</i>	<i>-1,2 p.p.</i>	<i>7,1%</i>	<i>-0,2 p.p.</i>

	1S21	1S20	Δ%
Vendas Brutas	26.793	22.580	18,7%
Vendas Líquidas	24.330	20.481	18,8%
Outras Receitas	84	69	22,3%
<b>Vendas Totais</b>	<b>24.414</b>	<b>20.550</b>	<b>18,8%</b>
Lucro Bruto	3.600	3.176	13,3%
<i>Margem Bruta</i>	<i>14,8%</i>	<i>15,50%</i>	<i>-0,7 p.p.</i>
Despesas VG&A	-1.971	-1.625	21,3%
<i>%VG&amp;A de Vendas Líquidas</i>	<i>8,1%</i>	<i>7,9%</i>	<i>0,2 p.p.</i>
EBITDA Ajustado	1.635	1.556	5,1%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>6,7%</i>	<i>7,6%</i>	<i>-0,9 p.p.</i>

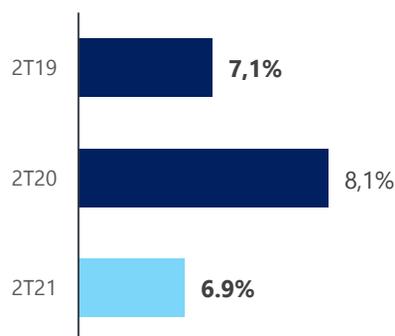
O lucro bruto cresceu 13,7% no trimestre, para R\$ 1,9 bilhão. A margem bruta foi de 14,8%, em linha com a margem bruta do 1T21, mas 0,8 p.p. inferior a/a, refletindo as decisões estratégicas anteriormente mencionadas para acentuar a competitividade e acelerar a abertura de lojas.

Como resultado da forte aceleração da expansão, as despesas VG&A atingiram R\$ 1 bilhão ou 8,0% da receita líquida (+ 25,6% ou +0,4 p.p. vs. 2T20, respectivamente). No período de 2 anos, entretanto, o Atacadão apresentou uma diluição de 0,1 p.p. nas despesas VG&A, comprovando a capacidade de seu modelo altamente eficiente em absorver custos.

O EBITDA ajustado atingiu R\$ 881 milhões no trimestre, 2,3% superior ao 2T20, com margem de 6,9%. Em comparação ao 1T 21, nossa margem EBITDA Ajustada já melhorou 0,3 p.p.

Em relação ao 2T 19, o Atacadão manteve sua margem EBITDA ajustada alta de 6,9%, demonstrando a força do modelo e capacidade de crescimento.

## Evolução da Margem EBITDA Ajustada



Margens virtualmente estáveis em 2 anos após 59 inaugurações de lojas

# Carrefour Varejo

## Melhorias estruturais aumentando o engajamento; alimentar ainda em patamares elevados

As vendas no Carrefour Varejo totalizaram R\$ 5,4 bilhões no 2T21, uma redução de 11,4% no LfL (ex-gasolina), afetada principalmente pelo desempenho das vendas do segmento não alimentar que foram 24,5% menores em uma base LfL, em relação à base comparável do 2T20 que foi impulsionado pelos efeitos da pandemia COVID-19. O segmento alimentar ficou praticamente estável em comparação com o mesmo período do ano passado (+0,5% LfL no multi-formato e -0,5% incluindo e-commerce).

Apesar da desaceleração da receita esperada na comparação anual devido ao ambiente de negócios atípico no 2T20, nossas operações de varejo continuaram a mostrar resultados consistentes, que são ainda mais pronunciados se comparados ao período pré-pandemia; nossas vendas totais cresceram 13,2% em dois anos, impulsionadas tanto pelo segmento alimentar (+13,8%) quanto pelo não alimentar (+12,4%).

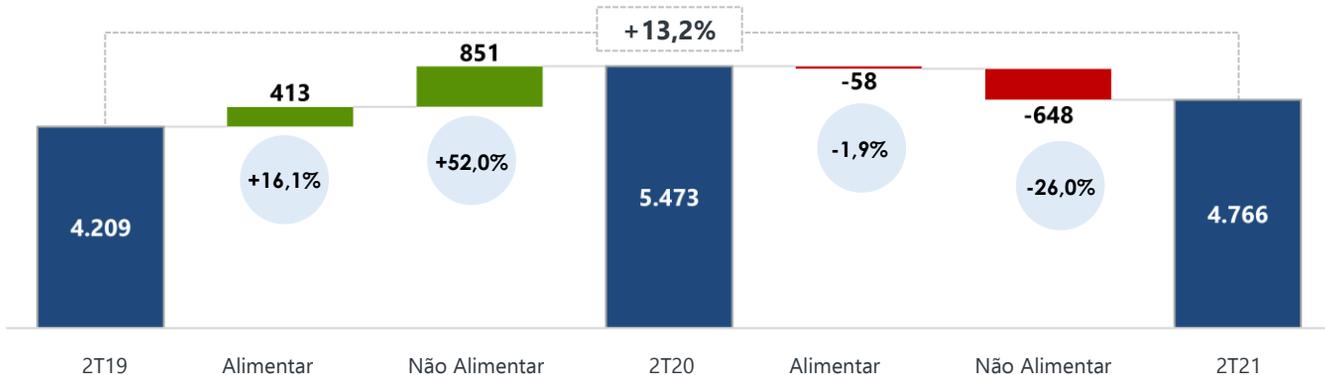
Assim como no 1T deste ano, vimos períodos de medidas restritivas no Brasil durante o 2T, especialmente restrições no horário de funcionamento das lojas, sortimento limitado a bens essenciais e limites no número de clientes autorizados a entrar na loja.

Nosso programa de fidelidade continua alcançando marcos importantes, ajudando a aumentar o engajamento do cliente. Em junho/21, vimos que os clientes que participam do nosso programa de fidelidade têm um uso 44% maior do ecossistema do Carrefour (# pontos de contato) em comparação com os clientes que não participam do programa. Também adicionamos a funcionalidade NutriEscolha em nosso aplicativo para fornecer aos clientes informações nutricionais transparentes e avaliações verificadas dos itens em suas cestas.

	2T21 (R\$ MM)	LFL	2T20 (R\$ MM)	Total	2T19 (R\$ MM)	Total	1S21 (R\$ MM)	LFL	1S20 (R\$ MM)	Total
Alimentar	2.867	0,5%	2.899	-1,1%	2.548	12,5%	5.767	3,7%	5.588	3,2%
Não Alimentar <sup>(2)</sup>	1.471	-24,1%	1.982	-25,8%	1.288	14,2%	2.942	-10,4%	3.302	-10,9%
Multi-formato <sup>(1)</sup>	4.338	-9,5%	4.881	-11,1%	3.835	13,1%	8.709	-1,5%	8.890	-2,0%
Alimentar	2.925	-0,5%	2.983	-1,9%	2.570	13,8%	5.870	3,2%	5.717	2,7%
Não Alimentar <sup>(2)</sup>	1.841	-24,5%	2.490	-26,0%	1.638	12,4%	3.706	-10,4%	4.158	-10,9%
Carrefour (s/ gasolina): Multiformato + E-comm	4.766	-11,4%	5.473	-12,9%	4.209	13,2%	9.576	-2,5%	9.875	-3,0%
Carrefour + GMV (s/ gasolina)	4.877	-12,6%	5.674	-14,0%	4.286	13,8%	9.833	-3,0%	10.195	-3,6%

(1) Inclui serviço de entrega rápida. (2) Inclui drogarias.

Evolução Vendas Brutas Multi-formato + E-commerce  
(R\$ milhões)



## Multi-formato

### Desempenho contínuo superior ao mercado, crescimento de dois dígitos em dois anos

Nosso multi-formato registrou uma redução de 9,5% no LfL do 2T21, impactado pelo desempenho do segmento não alimentar, que diminuiu 24,1% em uma base LfL devido à forte base de comparação do 2T20, quando registrou um crescimento de 54,2% (80% em eletrodomésticos) no contexto de pandemia. O desempenho do segundo trimestre do ano passado foi impulsionado pela conveniência e segurança do modelo *one-stop-shopping* dos nossos hipermercados, em meio a preocupações e restrições de saúde e a uma oferta com bom custo-benefício aos nossos clientes. O segmento alimentar, por outro lado, manteve-se praticamente estável com crescimento LfL de 0,5%, mostrando que fomos capazes de manter as vendas em um nível muito elevado, indicando que nossa proposta de valor continua forte, reforçada por nosso programa de fidelidade e impulsionando o *market share*.

No período de dois anos, o que dilui os efeitos dos eventos extraordinários do ano passado, nosso multi-formato cresceu 13,1%, (12,2% vs. 10,4% para o mercado como um todo, de acordo com a metodologia da Nielsen, conforme descrita no gráfico ao lado), impulsionado pelo segmento alimentar (+12,5%) e não alimentar (+14,2%). Isso destaca a qualidade de nossas operações e nossa competitividade reforçada, com redução do gap de preços em relação ao negócio de Cash & Carry no 2T, sem perda de margem no segmento alimentar.

Nossos produtos de marca própria, com aproximadamente 3.130 SKUs (+23% ou ~600 SKUs a/a), continuam sendo um foco importante de nossos negócios. Os volumes continuaram a crescer e alcançaram +3% no 2T 21 a/a em cima do crescimento de 18% durante o mesmo período de 2020, impulsionado principalmente por PGC (produtos de grande circulação), que cresceu 4% a/a após um notável segundo trimestre do ano passado (+30%). A penetração da marca própria atingiu um recorde histórico de 15,3% da receita líquida total de alimentos, atestando a qualidade de nossos produtos e sua relevância nas cestas dos clientes, principalmente em um ambiente inflacionário e volátil.

Os corredores de alimentos saudáveis agora estão disponíveis em 94 hipermercados, oferecendo ~3.450 SKUs de produtos orgânicos e saudáveis.

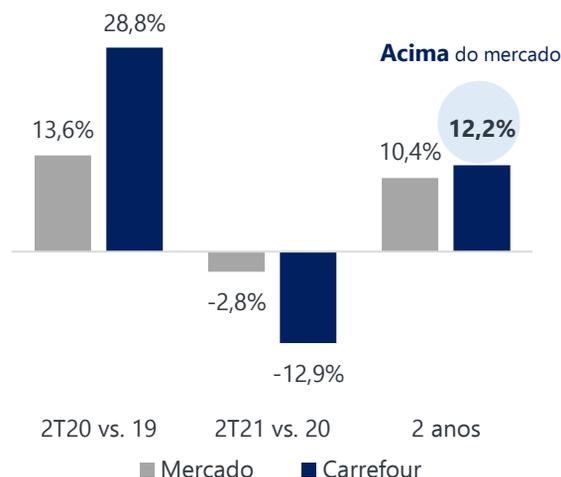
## Iniciativas digitais: modelo em evolução e números sólidos

No e-commerce, nosso GMV totalizou R\$ 730 milhões (incluindo serviço de entrega rápida), com maior contribuição do segmento alimentar, que representou 33,4% do total no 2T21 (vs. 22,8% no 2T20 e 9,5% no 2T19). Em dois anos o GMV total, cresceu 54,2%, impulsionado pelo nosso e-commerce alimentar, que cresceu 467%. O não alimentar, que é um negócio mais maduro visto que foi lançado em 2017, cresceu 5,1% e o *marketplace* cresceu 48,6%.

Em relação a 2019, todas as cidades em que atuamos no comércio eletrônico de alimentos apresentaram maior penetração como percentual das vendas das lojas físicas.

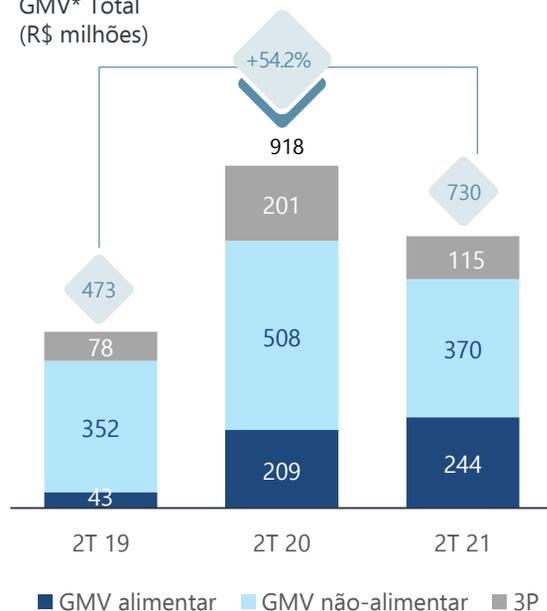
Neste trimestre, demos continuidade à implantação do modelo de *picking* nas lojas para vendas digitais, de forma a otimizar o uso de nossos ativos físicos (loja como hub), aprimorar o sortimento e praticar os mesmos preços nas lojas e no e-commerce.

### Crescimento de 2 anos (Varejo vs. Mercado\*)



Fonte: Nielsen (metodologia mostra crescimento ligeiramente diferente para o Varejo Carrefour). \*Considera números regulares segundo a Nielsen para lojas abertas há pelo menos 12 meses a cada ano.

### GMV\* Total (R\$ milhões)



\* GMV Alimentar inclui serviço de entrega rápida

	2T21 (R\$ MM)	Total	2T20 (R\$ MM)
Serviço de entrega rápida <sup>(1)</sup>	164	30,4%	126
1P Alimentar	80	-4,7%	84
GMV Alimentar	244	16,4%	209
1P Não Alimentar	370	-27,1%	508
3P <sup>(2)</sup>	115	-42,5%	201
GMV Não Alimentar	486	-31,5%	709
GMV Total (inc. serv. entrega rápida)	730	-20,6%	918

	1S21 (R\$ MM)	Total	1S20 (R\$ MM)
	314	90,5%	165
	127	-2,0%	129
	441	49,9%	294
	764	-10,8%	856
	266	-17,6%	323
	1.029	-12,7%	1.179
	1.470	-0,2%	1.473

(1) O serviço de entrega rápida já está incluso nas vendas do multi-formato. (2) Inclui as vendas do marketplace do Atacadão.

## Varejo: melhorias operacionais estruturais, com nova estratégia comercial e otimização de custos

O lucro bruto consolidado do Carrefour Varejo foi de R\$ 1,2 bilhão ou 24,7% das vendas líquidas, 0,5 p.p. abaixo do 2T20, afetado pelo novo programa de fidelidade, que, por outro lado, mais uma vez contribuiu para a melhoria da receita. Quando comparada ao 2T19, a margem bruta permaneceu estável, beneficiando-se de nossa dinâmica promocional mais assertiva desde o ano passado.

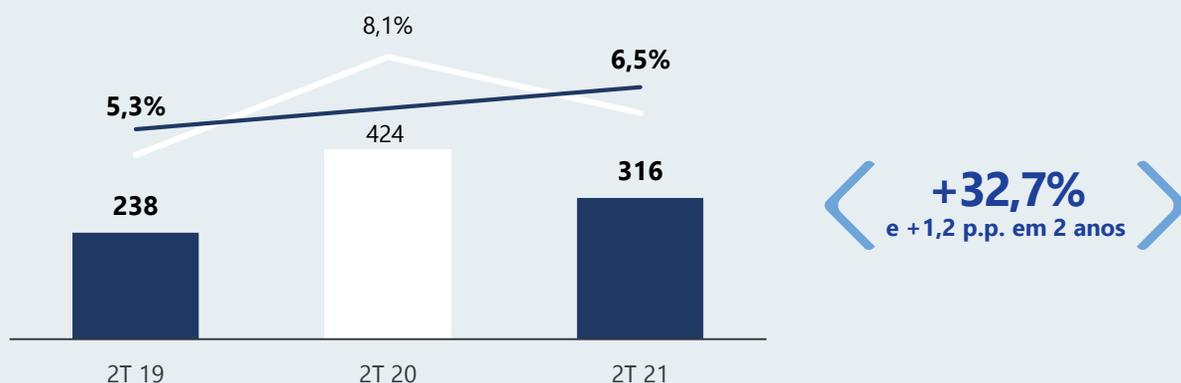
As despesas VG&A caíram novamente, em R\$ 9 milhões ou 1,0% em relação ao 2T20, graças às melhorias estruturais de eficiência que o Carrefour Brasil conseguiu implementar desde o ano passado. Isso é ainda mais impressionante considerando que continuamos aplicando medidas sanitárias contra COVID-19 em nossas lojas.

Ao longo de um período de dois anos, as despesas de VG&A do Carrefour Varejo alcançaram mais de 1,1 p.p. de diluição representando 18,4% das vendas líquidas.

Em R\$ milhões	2T21	2T20	Δ%	2T19	Δ%	1S21	1S20	Δ%
Vendas Brutas	5.418	5.847	-7,3%	4.902	10,5%	10.861	10.933	-0,7%
Vendas Brutas ex-gasolina	4.766	5.473	-12,9%	4.209	13,2%	9.576	9.875	-3,0%
Vendas Líquidas	4.853	5.216	-7,0%	4.451	9,0%	9.746	9.845	-1,0%
Outras Receitas	134	100	34,3%	112	19,9%	246	200	23,1%
Vendas Totais	4.987	5.316	-6,2%	4.563	9,3%	9.992	10.045	-0,5%
Lucro Bruto	1.201	1.318	-8,9%	1.098	9,3%	2.347	2.423	-3,2%
Margem Bruta	24,70%	25,3%	-0,5 p.p.	24,7%	0,0 p.p.	24,1%	24,6%	-0,5 p.p.
Despesas VG&A	-894	-903	-1,0%	-869	2,8%	-1.782	-1.802	-1,1%
%VG&A de Vendas Líquidas	18,4%	17,3%	1,1 p.p.	19,5%	-1,1 p.p.	18,3%	18,3%	0,0 p.p.
EBITDA Ajustado	316	424	-25,5%	238	32,7%	584	637	-8,3%
Margem EBITDA Ajustada	6,5%	8,1%	-1,6 p.p.	5,3%	1,2 p.p.	6,0%	6,5%	-0,5 p.p.

Por fim, o EBITDA Ajustado consolidado do Varejo atingiu R\$ 316 milhões no 2T21 ou 6,5% das vendas líquidas. No período de dois anos, o EBITDA do Varejo cresceu 32,7% e a margem melhorou 1,2 p.p., o que demonstra a assertividade das medidas implementadas no segmento nos últimos dois anos para aprimorar nosso modelo.

**EBITDA Ajustado e margem – Varejo Consolidado**  
(R\$ milhões e % vendas líquidas)



### Desempenho da receita de volta ao território positivo

Os resultados do Banco Carrefour continuaram em tendência ascendente após serem impactados em 2020. O faturamento cresceu fortes 50,2% em relação ao 2T20, confirmando o ciclo de recuperação iniciado no ano passado, quando a empresa decidiu retomar a aprovação de crédito.

Os cartões de crédito Carrefour e Atacadão apresentaram altas taxas de crescimento, atingindo 42,8% e 61,1%, respectivamente, na comparação anual. Dando continuidade ao bom momento observado no 1T21, outros produtos tiveram mais um trimestre forte e alcançaram R\$ 167 milhões, a maior contribuição já feita por esta categoria, impulsionada pela retomada do crédito pessoal.

Mais uma vez, as vendas *on-us* e *off-us* apresentaram desempenho sólido, atingindo +23,0% e +61,0%, respectivamente. O portfólio de crédito total atingiu R\$ 13,7 bilhões, crescimento de 18,2% a/a (IFRS9).



Em R\$ milhões	2T21	2T20	Δ%
Faturamento cartão Carrefour	7.599	5.320	42,8%
Faturamento cartão Atacadão	4.045	2.511	61,1%
Outros produtos*	167	31	445,2%
<b>Faturamento Total</b>	<b>11.811</b>	<b>7.862</b>	<b>50,2%</b>
<b>Total da carteira de crédito</b>	<b>13.726</b>	<b>11.616</b>	<b>18,2%</b>

	1S21	1S20	Δ%
Faturamento cartão Carrefour	14.628	11.460	27,6%
Faturamento cartão Atacadão	7.672	5.247	46,2%
Outros produtos*	322	173	85,9%
<b>Faturamento Total</b>	<b>22.623</b>	<b>16.881</b>	<b>34,0%</b>
<b>Total da carteira de crédito</b>	<b>13.726</b>	<b>11.616</b>	<b>18,2%</b>

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

Nossa receita continuou sua tendência de recuperação e voltou a território positivo na comparação ano contra ano pela primeira vez desde o 2T20. No 1T21, a receita líquida foi de R\$ 881 milhões, +15,6% a/a, devido principalmente ao aumento sequencial no faturamento desde o segundo semestre de 2020.

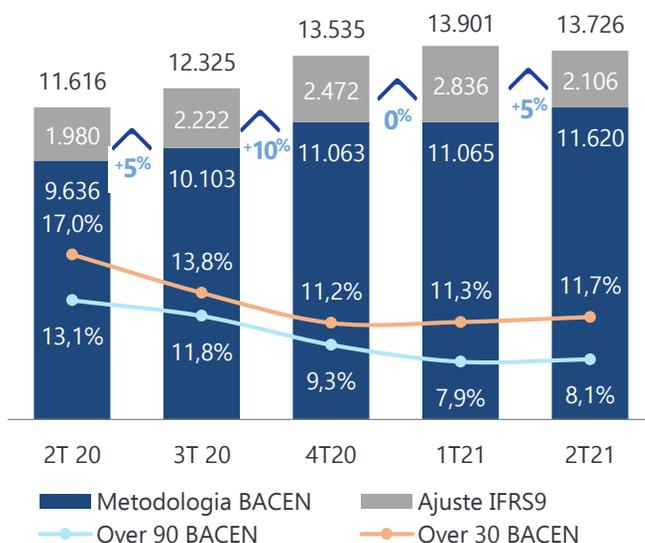
### Carga de risco permanece sob controle

A carga de risco totalizou R\$ 375 milhões no 2T21, +14,7% a/a, principalmente devido à aceleração do crescimento do banco, que adiciona pressão aos resultados de curto prazo. Isso foi parcialmente compensado pela venda de uma carteira inadimplente de aproximadamente R\$ 1 bilhão em junho/21, já totalmente provisionada, adicionando um efeito positivo de R\$ 21 milhões.

*Non-Performing Loans* (NPLs) mantiveram-se significativamente abaixo dos níveis observados no 2T20, evidenciando a elevada qualidade do nosso portfólio. Nosso indicador de empréstimos vencidos acima de 90 dias (Over 90) atingiu 8,1% e os empréstimos vencidos acima de 30 dias (Over 30) encerrou junho em 11,7%.

Como as despesas VG&A permaneceram praticamente estáveis neste trimestre, o EBITDA Ajustado do banco totalizou R\$ 248 milhões, +34,8% a/a, atingindo seus níveis pré-pandêmicos (2T19: R\$ 252 milhões). O lucro líquido atingiu R\$ 120 milhões, 36,4% superior ao mesmo período de 2020.

**Evolução da Carteira de Crédito**  
(R\$ milhões)



Em R\$ milhões	2T21	2T20	Δ%	1S21	1S20	Δ%
Receitas da intermediação financeira	881	762	15,6%	1.636	1.591	2,8%
Carga de risco	-375	-327	14,7%	-723	-638	13,3%
Resultado bruto da intermediação financeira	506	435	16,3%	913	953	-4,2%
Despesas VG&A	-258	-251	2,8%	-521	-517	0,8%
EBITDA ajustado	248	184	34,8%	392	436	-10,1%
Despesa com depreciação e amortização	-11	-9	22,2%	-21	-18	16,7%
EBIT ajustado	237	175	35,4%	371	418	-11,2%
Outras receitas (despesas)	-13	-16	-18,8%	-28	-30	-6,7%
Resultado financeiro	-4	-3	33,3%	-6	-7	-14,3%
Imposto de renda	-100	-68	47,1%	-154	-166	-7,2%
Lucro líquido (100%)	120	88	36,4%	183	215	-14,9%

Continuamos muito confiantes de que preparamos alavancas de crescimento que nos posicionam bem para o ciclo de recuperação, nos beneficiando do ecossistema, principalmente das operações de varejo que são fundamentais para antecipar tendências e garantir um portfólio de crédito de alta qualidade.

# Resultado Financeiro Consolidado (APÓS EBITDA AJUSTADO)

## Outras receitas e despesas operacionais

Em R\$ milhões	2T21	2T20	Δ R\$ million	1S21	1S20	Δ R\$ million
Custos de reestruturação	-5	-5	0	-11	-11	-
Ganhos (perdas) líquidos na baixa e alienação de ativos	-6	-62	56	5	-64	69
Receitas e despesas relativas a demandas judiciais	-20	53	-73	37	95	-58
Projeto Pinheiros	0	0	0	495	0	495
Despesas com transações de M&A e outras	-7	-1	-6	-41	-34	-7
<b>Outras receitas e despesas operacionais</b>	<b>-38</b>	<b>-15</b>	<b>-23</b>	<b>485</b>	<b>-14</b>	<b>499</b>

Outras despesas somaram R\$ 38 milhões no 2T21, R\$ 23 milhões a mais que no mesmo período de 2020, impulsionadas principalmente por despesas relacionadas a litígios, que incluem a parcela remanescente (15%) do valor de R\$ 115 milhões acordado no Termo de Ajustamento de Conduta assinado pela Companhia após o trágico incidente em Porto Alegre em novembro de 2020.

Outras Despesas  
**R\$ 38 mi**  
no 2T21

## Imposto de Renda

Despesa com imposto de renda e contribuição social encerrou o 2T21 em R\$ 249 milhões, R\$ 21 milhões inferior ao 2T20. A alíquota efetiva de imposto atingiu 28,5% no 2T, 1,5 p.p. maior que no mesmo período de 2020, principalmente devido a uma contribuição maior em nosso lucro consolidado antes dos impostos do Banco Carrefour, cuja alíquota de imposto de renda e contribuição social é de 45% contra 34% no Carrefour e Atacadão. A taxa efetiva de imposto, ajustada para eventos não recorrentes, foi de 27,8% no 2T21.

Alíquota Efetiva  
**28,5%**  
(27,8% ajustada)

Em R\$ milhões	2T21	2T20	Δ	Δ%	1S21	1S20	Δ	Δ%
EBITDA Ajustado	1.373	1.424	-51	-3,6%	2.474	2.539	-65	-2,6%
Outras receitas e despesas operacionais	-38	-15	-23	152,7%	485	-14	499	n.m.
Depreciação e amortização	-301	-268	-33	12,4%	-592	-541	-51	9,4%
Receitas e despesas financeiras	-160	-142	-18	12,9%	-307	-318	11	-3,3%
Lucro Antes dos Impostos*	874	999	-125	-12,5%	2.060	1.666	394	23,6%
Imposto de Renda e Contribuição Social	-249	-270	21	-7,8%	-461	-512	51	-10,0%
Alíquota Efetiva	28,5%	27,0%			22,4%	30,7%		

\*Não considera resultado de equivalência patrimonial.

Em R\$ milhões	2T21	Ajustes	2T21 Ajustado	1S21	Ajustes	1S21 Ajustado
Lucro antes dos impostos e contribuições	874	29	903	2.060	-487	1.573
Imposto de Renda e Contribuição Social	-249	-2	-251	-461	-9	-470
Alíquota Efetiva	28,5%		27,8%	22,4%		29,9%

## Lucro Líquido e Lucro Líquido Ajustado, Acionista Controlador

O lucro líquido ajustado fornece uma visão mais clara do lucro líquido recorrente. É calculado como lucro líquido menos outras receitas e despesas operacionais e o correspondente efeito financeiro e do imposto de renda. Como resultado dos efeitos já mencionados, o lucro líquido ajustado totalizou R\$ 592 milhões ou 3,4% da receita líquida, ainda com forte crescimento de 45,2% em relação ao patamar de 2019.

Lucro Líquido  
**R\$ 592 mi**

Em R\$ milhões	2T21	2T20	Δ%	2T19	Δ%	1S21	1S20	Δ%
Lucro líquido, controladores	566	686	-17,6%	(494)	n.m.	1.489	1.049	41,9%
(+/-) Outras receitas(despesas)	38	15	152,7%	902	-95,8%	(485)	14	n.m.
(+/-) Resultado financeiro (não recorrente)	(9)	15	-158,1%	0	n.m.	(2)	58	-103,0%
(+/-) Imposto de renda de outros itens de receita (despesas)	(2)	(4)	-41,8%	0	n.m.	(9)	(8)	6,1%
(+/-) Resultado de equivalência patrimonial	0	0	n.m.	0	n.m.	19	0	n.m.
Lucro líquido ajustado, controladores	592	712	-16,8%	408	45,2%	1.012	1.113	-9,1%
Margem líquida	3,4%	4,5%	-1,1 p.p.	2,9%	0,5 p.p.	3,0%	3,7%	-0,7 p.p.

## Capital de Giro Operacional

Nosso capital de giro antes dos recebíveis encerrou o 2T21 como um recurso líquido de R\$ 1,3 bilhão (8 dias), representando níveis muito semelhantes ao 2T19. A diferença em relação ao 2T20 é explicada principalmente pelos termos de negociação mais flexíveis durante a pandemia e estoques em linha com vendas maiores.

A geração de caixa nos permitiu continuar reduzindo a venda de recebíveis na comparação com o ano passado. Encerramos o 2T21 com um valor total de R\$ 1,7 bilhão de recebíveis não descontados.

Capital de Giro Líquido  
**R\$ 1,3 bi**

Em R\$ milhões	2T21	Dias	1T21	Dias	4T20	Dias	3T20	Dias	2T20	Dias
(+) Estoques	7.867	50	7.958	52	7.709	50	7.783	54	6.451	47
(-) Fornecedores (**)	-9.194	-58	-8.428	-55	-13.860	-90	-8.706	-61	-8.712	-63
(=) Capital de Giro antes dos recebíveis	-1.327	-8	-470	-3	-6.151	-40	-923	-6	-2.261	-16
(+) Contas a Receber (*)	1.659	11	1.429	9	1.051	7	1.905	13	1.267	9
(=) Capital de Giro incluindo recebíveis	332	2	959	6	-5.100	-33	982	7	-994	-7

(\*) 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

## Perfil da Dívida Líquida e Resultado Financeiro Líquido

Os empréstimos líquidos de derivativos para cobertura somaram R\$ 7,9 bilhões em junho de 2021, aumento de R\$ 2,4 bilhões em relação ao 2T20, explicado principalmente por duas linhas de crédito rotativo assinadas com o Carrefour Finance em dezembro de 2019 e fevereiro de 2020, das quais a Companhia sacou um montante total de € 725 milhões. A dívida líquida atingiu R\$ 5,6 bilhões no 2T21, também impactada pelo pagamento da aquisição de 29 lojas Makro (R\$ 1,95 bilhão) e do pagamento antecipado de R\$ 900 milhões referente à aquisição do Grupo BIG.

Incluindo recebíveis descontados, a dívida líquida permaneceu em níveis confortáveis e ficou em R\$ 6,7 bilhões ou 1,2x nosso EBITDA Ajustado LTM. A redução de R\$ 1,0 bilhão em recebíveis descontados reforça nossa estratégia contínua de melhoria da estrutura de capital da Companhia.

Em R\$ milhões	Jun. 21	Jun. 20
Empréstimos	-7.892	-5.510
Caixa e equivalentes de caixa	1.902	4.155
Títulos e valores mobiliários – Banco Carrefour	363	298
(Dívida Líq.) Caixa Líquido	-5.627	-1.057
Recebíveis descontados	-1.050	-2.052
(Dívida Líq.) Caixa Líquido (c/ recebíveis descontados)	-6.677	-3.109
Dívida com alugueis (IFRS 16)	-1.936	-1.602
(Dívida Líq.) Caixa Líquido (c/ alugueis e recebíveis descontados)	-8.613	-4.711
(Dívida Líquida) Caixa líquido (c/ recebíveis descontados) / EBITDA Ajustado LTM	- 1.20x	- 0.52x
(Dívida Líquida) Caixa líquido (c/ recebíveis descontados e alugueis) / EBITDA Ajustado LTM	- 1.55x	- 0.92x

O custo líquido da dívida (incluindo recebíveis descontados) aumentou R\$ 15 milhões no 2T21, como resultado do aumento do nível de endividamento em relação a 2020. O resultado financeiro líquido atingiu R\$ 160 milhões no mesmo período, aumento de R\$ 18 milhões ou 12,9% a/a.

Em R\$ milhões	2T21	2T20	Δ%	1S21	1S20	Δ%
Custo da dívida bancária, bruto	(73)	(52)	40,8%	(132)	(101)	30,9%
Juros de antecipação de cartões de crédito	(10)	(30)	-65,5%	(17)	(62)	-72,0%
Receita Financeira	5	18	-72,5%	10	24	-58,5%
Custo da dívida, Líquido (c/ recebíveis descontados)	(79)	(64)	22,8%	(140)	(139)	0,4%
Despesas com juros sobre alugueis (IFRS 16)	(52)	(43)	21,4%	(103)	(89)	16,0%
Custo da dívida, Líquido (c/ alugueis e recebíveis descontados)	(131)	(107)	22,2%	(243)	(228)	6,5%
Juros líquidos sobre provisões e depósitos judiciais	(24)	(16)	53,0%	(47)	(38)	25,0%
Variação cambial, ganhos e (perdas) líquida	10	(3)	-430,9%	4	(22)	n.m.
Outros	(15)	(16)	-6,2%	(21)	(30)	-30,0%
Net financial result	(160)	(142)	12,9%	(307)	(318)	-3,3%

## Investimentos

O Capex total atingiu R\$ 659 milhões no 2T21, 104% superior ao 2T20, principalmente devido à aceleração da expansão do Atacado, com 19 inaugurações neste trimestre (sendo 17 conversões de lojas Makro). Incluindo o efeito do IFRS 16 (direito de uso), a adição do ativo imobilizado total foi de R\$ 716 milhões, refletindo o aumento da inflação de alugueis e novas negociações. No 1S21, o Capex total incluindo direito de uso de arrendamento foi de R\$ 1,4 bilhão, refletindo os fatores mencionados acima e os investimentos relacionados a projetos de Fusões e Aquisições de R\$ 1,0 bilhão, atingindo um total de R\$ 2,4 bilhões dos investimentos totais do grupo no 1S21.

Em R\$ milhões	2T21	2T20	Δ%	1S21	1S20	Δ%
Expansão	496	156	217,3%	942	436	116,0%
Manutenção	72	84	-15,0%	104	124	-16,1%
Reformas de Lojas	20	20	-3,7%	40	37	7,1%
TI e outros	72	62	16,1%	136	91	50,2%
Capex Total	659	323	104,1%	1.222	688	77,6%
Direito de uso de arrendamento	57	15	280,0%	168	78	115,4%
Total de adições de ativo fixo	716	338	111,9%	1.390	766	81,5%
Aquisição lojas Makro	-	-	n.a.	123	195	-37,1%
Aquisição Grupo BIG	-	-	n.a.	900	-	n.a.
Investimentos Totais Capex + M&A	716	338	111,9%	2.413	961	151,1%

## Rede de lojas

No segundo trimestre, abrimos 21 novas lojas, sendo **19 Atacadão** (2 de expansão orgânica e 17 conversões de lojas Makro, fechando todas as conversões de lojas Makro) nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina, Paraná, Ceará, Rio Grande do Sul, Pará, Tocantins, Distrito Federal, Bahia, Goiás, Piauí e Amazonas; **1 Atacado de entrega** no estado do Pará e **1 Express** no estado de São Paulo.

Atualmente operamos 753 lojas com área total de 2.262.284 m<sup>2</sup>.



Nº de lojas	Dez. 20	Aberturas	Jun. 21
Atacadão	206	28	234
Hipermercados	100		100
Supermercados	53		53
Lojas de conveniência	130	2	132
Atacado	30	1	31
Drogarias	125	1	126
Postos de combustível	77		77
Grupo	721	32	753

Área de vendas	Dez. 20	Aberturas	Jun. 21
Atacadão	1.272.298	1.426.441	12,1%
Hipermercados	704.876	704.876	0,0%
Supermercados	67.781	67.781	0,0%
Lojas de conveniência	23.023	23.219	0,9%
Drogarias	8.035	8.110	0,9%
Postos de combustível	31.858	31.858	0,0%
Área de vendas total (m <sup>2</sup> )	1.272.298	1.426.441	12,1%
Total área de vendas (m <sup>2</sup> )	2.107.871	2.262.284	7,3%

## Informações da Videoconferência de Resultados

### Streaming de Vídeo

[Inglês](#)  
 [Português](#)

28 de julho de 2021  
(Quarta-feira)

10:00 h – Brasília  
09:00 h – Nova York  
02:00 h – Londres  
03:00 h – Paris

Telefone Brasil:  
+55 11 3127-4971  
+55 11 3728-5971  
Telefone Internacional:  
USA: +1 516 300 1066  
Código de Acesso: Carrefour

### Informações sobre Relações com Investidores

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

Natália Lacava  
Diretora de Relações com Investidores  
Ludimila Aiello | Víctor Bento  
Especialistas de Relações com  
Investidores

Telefone: +55 11 3779-8500  
e-mail: [ribrasil@carrefour.com](mailto:ribrasil@carrefour.com)  
website: [ri.grupocarrefourbrasil.com.br](http://ri.grupocarrefourbrasil.com.br)

## Demonstração Consolidada do Resultado

<i>Em R\$ Milhões</i>	2T21	2T20	Δ%	1S21	1S20	Δ%
Vendas brutas	19.525	17.632	10,7%	37.654	33.513	12,4%
Vendas líquidas	17.663	15.906	11,0%	34.076	30.326	12,4%
Outras receitas	1.056	887	19,0%	1.955	1.848	5,8%
Receita operacional líquida	18.718	16.793	11,5%	36.030	32.174	12,0%
Custo das mercadorias, serviços e operações financeiras	-15.116	-13.374	13,0%	-29.182	-25.634	13,8%
Lucro bruto	3.602	3.419	5,4%	6.848	6.540	4,7%
Margem bruta	20,4%	21,5%	-1,1 p.p.	20,1%	21,6%	-1,5 p.p.
Despesas de VG&A	-2.241	-2.006	11,7%	-4.400	-4.022	9,4%
EBITDA Ajustado	1.373	1.424	-3,6%	2.474	2.539	-2,6%
Margem EBITDA ajustada	7,8%	9,0%	-1,2 p.p.	7,3%	8,4%	-1,1 p.p.
Depreciação e amortização	-290	-258	12,4%	-567	-518	9,5%
Resultado de equivalência patrimonial	-1	1	-206,6%	-22	-2	1003,3%
Outras receitas (despesas)	-38	-15	152,7%	485	-14	-3565,0%
EBIT	1.032	1.141	-9,6%	2.344	1.984	18,1%
Despesas financeiras líquidas	-160	-142	12,9%	-307	-318	-3,3%
Resultado antes dos impostos e contribuição social	872	999	-12,8%	2.037	1.666	22,2%
Imposto de renda	-249	-270	-7,9%	-461	-512	-10,0%
Lucro líquido	623	729	-14,6%	1.576	1.154	36,6%
Lucro líquido, controladores	566	686	-17,6%	1.489	1.049	41,9%
Lucro líquido - Acionistas minoritários (NCI)	58	43	35,5%	88	105	-15,9%

**Balanço Patrimonial Consolidado**

<i>Em R\$ Milhões</i>	Jun. 21	Dez. 20
<b>Ativos</b>		
Caixa e equivalente de caixa	1.902	5.672
Títulos e valores mobiliários	114	-
Contas a receber	2.124	1.330
Crédito ao consumidor concedido pela empresa de soluções financeiras	9.890	9.417
Estoques	7.867	7.709
Impostos a recuperar	1.087	721
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	92	106
Instrumentos financeiros derivativos	50	116
Despesas antecipadas	900	0
Outras contas a receber	546	342
<b>Ativo Circulante</b>	<b>24.572</b>	<b>25.413</b>
Contas a receber	5	4
Crédito ao consumidor concedido pela empresa de soluções financeiras	478	457
Instrumentos financeiros derivativos	20	185
Títulos e valores mobiliários	249	358
Impostos a recuperar	3.366	4.101
Imposto de renda e contribuição social diferidos	629	482
Despesas antecipadas	46	40
Depósitos e bloqueios judiciais	2.498	2.401
Outras contas a receber	72	87
Estoques	300	0
Propriedade para investimentos	565	397
Investimentos	90	111
Imobilizado	16.369	15.465
Intangível e ágio	2.310	2.323
<b>Ativo não Circulante</b>	<b>26.997</b>	<b>26.411</b>
<b>Ativo total</b>	<b>51.569</b>	<b>51.824</b>

## Balanço Patrimonial Consolidado

<i>Em R\$ Milhões</i>	Jun. 21	Dez. 20
Passivo de arrendamento		
Fornecedores	9.772	14.423
Empréstimos	5.647	574
Passivo de arrendamento	142	139
Operação com cartão de crédito	7.121	7.534
Impostos a recolher	367	531
Imposto de renda e contribuição social	259	101
Obrigações trabalhistas	745	891
Dividendos a pagar	0	49
Receita diferida	47	55
Outras contas a pagar	512	410
Instrumentos financeiros derivativos	387	13
<b>Passivo Circulante</b>	<b>24.999</b>	<b>24.720</b>
Empréstimos	1.952	3.344
Passivo de arrendamento	1.794	1.721
Operações com cartão de crédito	675	223
Imposto de renda e contribuição social diferidos	454	602
Provisões	3.495	3.618
Provisões (imposto de renda e contribuição social)	552	510
Receita diferida	21	18
Outras contas a pagar	14	23
<b>Passivo não Circulante</b>	<b>8.957</b>	<b>10.059</b>
Capital social	7.651	7.649
Reserva de capital	2.201	2.193
Reservas de lucros	5.209	6.143
Efeito líquido da aquisição de participação de minoritários	-282	-282
Lucros acumulados	1.489	0
Ajuste de avaliação patrimonial	13	6
<b>Patrimônio líquido atribuído aos acionistas controladores</b>	<b>16.281</b>	<b>15.709</b>
Participação de não controladores	1.332	1.336
<b>Total passivo e patrimônio líquido</b>	<b>51.569</b>	<b>51.824</b>

# ANEXO III

## Banco Carrefour

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

Por outro lado, o IFRS9 implica a constituição de provisões não só para créditos vencidos, mas também causa impactos relevantes de acordo com as perdas esperadas associadas ao risco de crédito - mesmo para créditos com pagamentos em dia. Como esse cálculo se baseia em diversos indicadores e expectativas, ele resulta em maior volatilidade dos resultados, índices e necessidade de capital.

### DRE simplificada

#### Metodologia BACEN

Em R\$ milhões	2T 21	2T 20	Δ%	1S21	1S20	Δ%
Receitas da intermediação financeira	885	771	14,8%	1.646	1.610	2,2%
Carga de risco	-294	-401	-26,7%	-457	-731	-37,5%
Lucro bruto	591	370	59,7%	1.189	879	35,3%
Despesas VG&A	-262	-262	0,0%	-533	-538	-0,9%
EBITDA Ajustado	329	108	204,6%	656	341	92,4%
Lucro Líquido (100%)	189	45	320,0%	352	170	107,1%

#### IFRS 9

Em R\$ milhões	2T 21	2T 20	Δ%	1S21	1S20	Δ%
Receitas da intermediação financeira	881	762	15,6%	1.636	1.591	2,8%
Carga de risco	-375	-327	14,7%	-723	-638	13,3%
Lucro bruto	506	435	16,3%	913	953	-4,2%
Despesas VG&A	-258	-251	2,8%	-521	-517	0,8%
EBITDA Ajustado	248	184	34,8%	392	436	-10,1%
Lucro Líquido (100%)	120	88	36,4%	183	215	-14,9%

### Análise da Carteira de Créditos Vencidos

#### Metodologia BACEN

Em R\$ milhões	jun/21		mar/21		dez/20		set/20		jun/20	
Carteira Total	11.620	100,0%	11.065	100,0%	11.063	100,0%	10.103	100,0%	9.636	100,0%
Carteira em Dia	10.019	86,2%	9.597	86,7%	9.686	87,6%	8.562	84,7%	7.848	81,4%
Atraso 30 dias	1.361	11,7%	1.249	11,3%	1.240	11,2%	1.391	13,8%	1.641	17,0%
Atraso 90 dias	943	8,1%	875	7,9%	1.034	9,3%	1.193	11,8%	1.266	13,1%
Saldo de PDD	1.160	10,0%	1.097	9,9%	1.333	12,1%	1.447	14,3%	1.358	14,1%
PDD / Atraso 90 dias	123,0%		125,5%		128,9%		121,3%		107,3%	

#### IFRS 9

Em R\$ milhões	jun/21		mar/21		dez/20		set/20		jun/20	
Carteira Total	13.726	100,0%	13.901	100,0%	13.535	100,0%	12.325	100,0%	11.616	100,0%
Carteira em Dia	10.000	72,9%	9.577	68,9%	9.671	71,5%	8.544	69,3%	7.835	67,4%
Atraso 30 dias	3.467	25,3%	4.080	29,4%	3.708	27,4%	3.608	29,3%	3.619	31,2%
Atraso 90 dias	3.009	21,9%	3.651	26,3%	3.458	25,6%	3.372	27,4%	3.195	27,5%
Carteira até 360 dias										
Atraso 30 dias	1.455	12,4%	1.307	11,7%	1.307	11,7%	1.464	14,4%	1.718	17,7%
Atraso 90 dias	996	8,5%	877	7,9%	1.057	9,5%	1.227	12,1%	1.294	13,3%
Saldo de PDD	3.706	27,0%	4.290	30,9%	3.978	29,4%	3.770	30,6%	3.424	29,5%
PDD / Atraso 90 dias	123,2%		117,5%		115,0%		111,8%		107,2%	

## EBITDA

Consiste no “Lucro líquido do exercício” (ou período) ajustado pelo “Resultado financeiro líquido”, pelo “Imposto de renda e contribuição social”, pela “equivalência patrimonial” e pelas despesas com “Depreciação e amortização”. O EBITDA, EBITDA Ajustado e a Margem EBITDA Ajustada não são medidas de desempenho financeiro de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil ou IFRS e não devem ser considerados como alternativas ao lucro líquido ou como medidas de desempenho operacional, fluxo de caixa operacional ou liquidez. O EBITDA, EBITDA Ajustado e a Margem EBITDA Ajustada não possuem um significado padrão, e nossas definições podem não ser comparáveis com títulos semelhantes utilizados por outras companhias.

## EBITDA Ajustado

O EBITDA ajustado para a alínea da demonstração do resultado “outras receitas e despesas” (abrange perdas sobre a alienação de ativos, custos de reestruturação, receitas e despesas relacionadas com litígios, e créditos fiscais recuperados relativos a períodos anteriores).

## Faturamento Banco Carrefour

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

## Fluxo de Caixa Livre

definido como o caixa líquido fornecido pelas nossas atividades operacionais, mais caixa utilizado em variações de depósitos judiciais e bloqueio judicial de depósitos, menos caixa fornecido pela alienação de ativos não operacionais, menos caixa utilizado em adições ao imobilizado, menos caixa utilizado em adições aos ativos intangíveis.

## Funções Corporativas

incorremos em centro de serviços compartilhados em relação às nossas funções centrais e sede. Estes custos compõem (i) o custo das nossas holdings; (ii) determinadas despesas incorridas em relação a determinadas funções de apoio de nossa controladora que são atribuídas aos vários segmentos proporcionalmente às suas vendas; e (iii) as alocações de custos da nossa controladora que não são específicos a 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.

## Lucro líquido ajustado

Lucro líquido, excluindo outras receitas e despesas e o efeito do resultado financeiro e imposto correspondente.

## Margem de lucro bruto

Calculamos a margem de lucro bruto como lucro bruto dividido pelas vendas líquidas do período, expressa em percentual

## Margem de lucro líquido

Calculamos a Margem de lucro líquido como o lucro líquido do período dividido pelas vendas líquidas do período, expressa em percentual.

## Margem EBITDA ajustada

Calculamos a Margem EBITDA Ajustada como o EBITDA Ajustado dividido pelas vendas líquidas do período, expressa em percentual.

## 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.

## 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.

## 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 vendas 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.

## Vendas líquidas

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

## PGC

Produtos de grande circulação.

## 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.