

# Ecosistema omnicanal integrado gera crescimento de lucro líquido de 73,1%

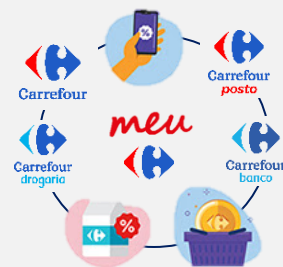
- ✓ **Vendas brutas consolidadas: R\$ 19,3 bilhões**, crescimento de 29,9% (sem gasolina). **Vendas LFL cresceram 26%** (sem gasolina), um recorde na série histórica do Grupo Carrefour Brasil, suportado por um aumento nas vendas em um ambiente sem precedentes e ganhos de *market share*.
- ✓ **EBITDA Ajustado Atacadão: R\$984 milhões, +51,4% a/a** com margem de 8% (+1,1 p.p.) – um dos players de varejo alimentar mais eficientes em custo do Brasil.
- ✓ **EBITDA Ajustado Varejo: R\$410 milhões, +62,1% a/a** com margem de 8% (+2,2 p.p.) – desempenho consistente.
- ✓ **EBITDA Ajustado Consolidado: R\$1.339 bilhões, +18,6% a/a** com margem de 7,7% com forte contribuição do varejo e atacado, parcialmente compensado por provisões excepcionais adicionadas no banco.
- ✓ **Lucro Líquido Ajustado: R\$757 milhões, +73,1% a/a** com margem de 4,3% (+1,1 p.p.).

Em R\$ milhões	CONSOLIDADO			ATACADÃO			CARREFOUR VAREJO			BANCO CARREFOUR		
	3T20	3T19	Δ%	3T20	3T19	Δ%	3T20	3T19	Δ%	3T20	3T19	Δ%
Vendas Brutas	19.276	15.143	27,3%	13.545	10.316	31,3%	5.730	4.827	18,7%			
Vendas Brutas ex-gasolina	18.758	14.442	29,9%	13.545	10.316	31,3%	5.213	4.126	26,4%			
<b>Vendas Líquidas</b>	<b>17.441</b>	<b>13.776</b>	<b>26,6%</b>	<b>12.301</b>	<b>9.378</b>	<b>31,2%</b>	<b>5.140</b>	<b>4.398</b>	<b>16,9%</b>			
Outras Receitas (1)	777	907	-14,3%	38	33	15,2%	125	115	8,7%	620	765	-19,0%
<b>Vendas Totais</b>	<b>18.218</b>	<b>14.683</b>	<b>24,1%</b>	<b>12.339</b>	<b>9.411</b>	<b>31,1%</b>	<b>5.265</b>	<b>4.513</b>	<b>16,7%</b>	<b>620</b>	<b>765</b>	<b>-19,0%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>3.438</b>	<b>3.064</b>	<b>12,2%</b>	<b>1.852</b>	<b>1.421</b>	<b>30,3%</b>	<b>1.344</b>	<b>1.136</b>	<b>18,3%</b>	<b>248</b>	<b>513</b>	<b>-51,7%</b>
Margem Bruta	19,7%	22,2%	-2,5 p.p.	15,1%	15,2%	-0,1 p.p.	26,1%	25,8%	0,3 p.p.			
<b>Despesas VG&amp;A (2)</b>	<b>(2.117)</b>	<b>(1.948)</b>	<b>8,7%</b>	<b>(872)</b>	<b>(774)</b>	<b>12,7%</b>	<b>(948)</b>	<b>(893)</b>	<b>6,2%</b>	<b>(252)</b>	<b>(245)</b>	<b>2,9%</b>
%VG&A de Vendas Líquidas	12,1%	14,1%	-2,0 p.p.	7,1%	8,3%	-1,2 p.p.	18,4%	20,3%	-1,9 p.p.			
<b>EBITDA Ajustado (1) (2)</b>	<b>1.339</b>	<b>1.129</b>	<b>18,6%</b>	<b>984</b>	<b>650</b>	<b>51,4%</b>	<b>410</b>	<b>253</b>	<b>62,1%</b>	<b>-4</b>	<b>268</b>	<b>-101,5%</b>
Margem EBITDA Ajustada	7,7%	8,2%	-0,5 p.p.	8,0%	6,9%	1,1 p.p.	8,0%	5,8%	2,2 p.p.			
<b>Lucro Líquido Aj., controlador</b>	<b>757</b>	<b>437</b>	<b>73,1%</b>									
Margem Líquida Ajustada	4,3%	3,2%	1,1 p.p.									

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -6 milhões entre Banco e Varejo; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -36 milhões em 2019 e R\$ -45 milhões em 2020.

## UM ECOSISTEMA OMNICANAL e agora INTEGRADO por um NOVO APLICATIVO FOCADO NO CLIENTE:

- ✓ **Crescimento GMV total: +86,1%** incluindo serviço de entrega rápida, com crescimento de +202,4% no e-commerce alimentar e +69,1% no não alimentar.
- ✓ **Atacadão:** o serviço de entrega rápida já está disponível em 23 lojas de 11 estados e 100% dos clientes são novos para o Atacadão. Marketplace promissor com mais de 300 sellers.
- ✓ **Banco:** média de 66% de usuários que acessam os canais online (setembro).
- ✓ **Um novo aplicativo focado no cliente** com um programa de fidelidade inovador, novas funcionalidades e parcerias conectando todos os formatos do Carrefour. Mais de **20 milhões** de clientes do antigo programa de fidelidade.



**Noël Prioux, CEO do Grupo Carrefour Brasil, declarou:** "O Grupo Carrefour Brasil apresentou um desempenho notável no terceiro trimestre, com crescimento recorde de vendas e rentabilidade impressionante, e esta forte tendência continua desde então. O crescimento das vendas e do EBITDA ajustado no Atacadão e no Carrefour Varejo subiram fortes dois dígitos, e o Banco Carrefour está retomando o crescimento com fundamentos sólidos após os ajustes necessários relacionados ao cenário do COVID-19. Isso atesta o sucesso das medidas que tomamos para garantir um ambiente seguro para nossos clientes e colaboradores em meio à pandemia, bem como a força de nosso ecossistema omnicanal que está cada vez mais integrado. O Grupo Carrefour Brasil tem um forte momento e claramente entrou em um círculo virtuoso: tráfego mais alto que alimenta vendas mais fortes e ganhos de participação de mercado e, por fim, um maior share of wallet".

## COMPROMETIDOS COM NOSSOS CLIENTES E COM O FUTURO

O Grupo Carrefour Brasil foi um dos poucos varejistas a manter todas as iniciativas tomadas desde março para garantir um ambiente saudável e seguro para nossos clientes e colaboradores, embora a taxa de contágio da pandemia COVID-19 no Brasil tenha melhorado. As lojas do Grupo - Atacadão, Carrefour, drogarias e shopping centers - fizeram parte de um rigoroso processo de verificação conduzido por uma empresa terceirizada, a DNV GL, para garantir que todos os nossos protocolos estejam alinhados às melhores práticas internacionais. Nossas iniciativas e esforços foram reconhecidos, e fomos a primeira empresa varejista brasileira a receber o selo Internacional "My Care", que atesta a eficácia e segurança das ações do Grupo para proteger nossos clientes e colaboradores.



A prioridade dada para proporcionar uma boa e segura experiência de compra em nossas lojas foi mais uma vez reconhecida por nossos clientes, e refletiu em outro elevado nível de NPS e um forte desempenho de vendas no terceiro trimestre.

Também estamos comprometidos com a construção de um futuro sustentável, e neste ano estamos avançando com uma nova matriz energética logística para reduzir as emissões de CO2 e neutralizar 100% das emissões. Desde 2019, realizamos uma série de iniciativas para melhorar a eficiência do transporte, e isso resultou em uma redução de 17% nas emissões de carbono no 1S20 (vs. 1S19). Em outubro demos mais um importante avanço, estabelecendo uma parceria para neutralizar 100% das emissões de CO2 com o Green Farm CO2 Free, o mais completo projeto de sustentabilidade e preservação ambiental do mundo, que está comprometido com os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.

## RESULTADOS FINANCEIROS CONSOLIDADOS DO 3T20

### Vendas e outras receitas

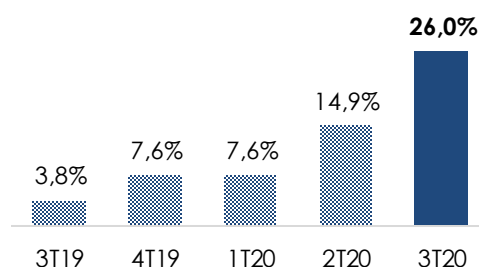
As vendas consolidadas do Grupo Carrefour Brasil alcançaram R\$19,3 bilhões no 3T20, um crescimento de 29,9% (excluindo gasolina) em relação ao mesmo trimestre do ano passado. Excluindo gasolina, as vendas LFL cresceram 26,0%, impulsionadas pelas fortes vendas tanto no Atacadão como no Varejo. Nossa estratégia de expansão nos formatos de atacado e proximidade nos últimos 12 meses adicionou mais 3,9% de crescimento, com 3 inaugurações de lojas no formato atacado e 2 de proximidade no 3T 20. A rede total de lojas do Grupo Carrefour Brasil atingiu 699 lojas ao final de Setembro de 2020.

No 3T, as vendas do Grupo Carrefour Brasil cresceram 26,0% em uma base *like-for-like* (sem gasolina), um recorde na série histórica do Grupo Carrefour Brasil. Isso foi suportado pelo notável crescimento de 25,8% no Atacadão, que foi impulsionado pelas decisões estratégicas tomadas desde junho para melhorar a competitividade, a reabertura de bares e restaurantes e pela continuidade do forte tráfego de clientes B2C, demonstrando a relevância do nosso modelo de negócios de atacado em um ambiente desafiador. Além disso, o forte momento do Varejo se manteve, apresentando crescimento de 26,6%.

A inflação alimentar (média de 12% no 3T20) também contribuiu para as vendas do período, uma vez que os preços no Brasil aumentaram consideravelmente, com impacto de uma moeda desvalorizada, bem como da maior demanda de produtos específicos durante o pico da pandemia.

O faturamento bruto do Banco Carrefour atingiu R\$9,7 bilhões, representando um aumento de 16,0% a/a e confirmando a recuperação observada no final do 2T20. Os clientes do Banco Carrefour utilizam seu cartão de crédito principalmente para comprar alimentos, o que nos permitiu retomar o crédito de forma criteriosa, ao mesmo tempo em que mantivemos o controle de risco.

LfL Consolidado (s/ gasolina)



	3T19	3T20			
	LFL	Vendas Brutas (R\$MM)	LFL s/ efeito Calendário <sup>(1)</sup>	Expansão	Total (%)
Atacadão	1,8%	13.545	25,8%	5,5%	31,3%
Carrefour (s/ gasolina)	8,8%	5.213	26,6%	(0,1)%	26,4%
Gasolina	(1,9)%	517	(27,4)%	1,2%	(26,2)%
Carrefour (c/ gasolina)	7,1%	5.731	18,7%	0,1%	18,7%
<b>Consolidado (s/ gasolina)</b>	<b>3,8%</b>	<b>18.758</b>	<b>26,0%</b>	<b>3,9%</b>	<b>29,9%</b>
<b>Consolidado (c/ gasolina)</b>	<b>3,5%</b>	<b>19.276</b>	<b>23,5%</b>	<b>3,8%</b>	<b>27,3%</b>
<b>Faturamento Total Banco Carrefour</b>	<b>n.a.</b>	<b>9.747</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>16,0%</b>

(1) O efeito calendário no 3T foi de -0,1% no Atacadão, -0,1% no Carrefour Varejo e -0,1% no consolidado

	9M19	9M20			
	LFL	Vendas Brutas (R\$MM)	LFL s/ efeito Calendário <sup>(1)</sup>	Expansão	Total (%)
Atacadão	5,3%	36.125	14,0%	5,9%	19,6%
Carrefour (s/ gasolina)	7,7%	15.088	22,1%	0,1%	22,3%
Gasolina	(3,5)%	1.575	(24,2)%	1,2%	(23,1)%
Carrefour (c/ gasolina)	5,9%	16.663	15,5%	0,2%	15,9%
<b>Consolidado (s/ gasolina)</b>	<b>6,0%</b>	<b>51.213</b>	<b>16,4%</b>	<b>4,2%</b>	<b>20,4%</b>
<b>Consolidado (c/ gasolina)</b>	<b>5,5%</b>	<b>52.789</b>	<b>14,5%</b>	<b>4,1%</b>	<b>18,4%</b>
<b>Faturamento Total Banco Carrefour</b>	<b>n.a.</b>	<b>26.628</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>13,9%</b>

(1) O efeito calendário em 9M foi +0,1% no Atacadão, +0,1% no Carrefour varejo e +0,1% no consolidado

A reabertura parcial das galerias e a retomada dos pagamentos de aluguel levaram as outras receitas do Varejo e Atacadão a retomar o crescimento de dois dígitos no terceiro trimestre. Em base consolidada, no entanto, as outras receitas diminuíram 14,3% a/a, principalmente impactadas pelas receitas do Banco que diminuíram 19%, uma vez que uma abordagem de crédito mais conservadora no início da crise levou a uma redução na propensão do cliente a financiar sua carteira. Adicionalmente, a liquidez trazida pelo programa de auxílio emergencial lançado pelo governo acelerou a amortização de saldos em aberto, impactando a receita de juros. Esse era um resultado já esperado no ambiente atual, e acreditamos na retomada do crescimento das receitas à medida que reabrimos o crédito de forma seletiva.

## Margem Bruta Consolidada e VG&A

O lucro bruto atingiu R\$3,4 bilhões, aumento de 12,2% no 3T20. A margem bruta consolidada foi de 19,7%, impactada pelo aumento de provisões no Banco Carrefour. Isso foi em grande parte compensado pelo forte momento do Carrefour Varejo e Atacadão, que geraram ganhos de eficiência importantes. Postos e galerias também tiveram uma contribuição positiva em uma base sequencial.

As despesas com vendas, gerais e administrativas representaram 12,1% das vendas líquidas no 3T, redução de 2 p.p. a/a, refletindo o sucesso das iniciativas implementadas em nossas operações. Nominalmente, as despesas com vendas, gerais e administrativas cresceram 8,7% no 3T, impactadas principalmente pelas despesas com COVID-19. O Grupo Carrefour Brasil foi capaz de mais do que compensar esse aumento com maior diluição de custos fixos, devido ao maior volume de vendas, bem como ganhos de produtividade nas operações.

Em R\$ milhões	CONSOLIDADO			ATACADÃO			CARREFOUR VAREJO			BANCO CARREFOUR		
	3T20	3T19	Δ%	3T20	3T19	Δ%	3T20	3T19	Δ%	3T20	3T19	Δ%
Vendas Brutas	19.276	15.143	27,3%	13.545	10.316	31,3%	5.730	4.827	18,7%			
Vendas Brutas ex-gasolina	18.758	14.442	29,9%	13.545	10.316	31,3%	5.213	4.126	26,4%			
<b>Vendas Líquidas</b>	<b>17.441</b>	<b>13.776</b>	<b>26,6%</b>	<b>12.301</b>	<b>9.378</b>	<b>31,2%</b>	<b>5.140</b>	<b>4.398</b>	<b>16,9%</b>			
<b>Outras Receitas (1)</b>	<b>777</b>	<b>907</b>	<b>-14,3%</b>	<b>38</b>	<b>33</b>	<b>15,2%</b>	<b>125</b>	<b>115</b>	<b>8,7%</b>	<b>620</b>	<b>765</b>	<b>-19,0%</b>
<b>Vendas Totais</b>	<b>18.218</b>	<b>14.683</b>	<b>24,1%</b>	<b>12.339</b>	<b>9.411</b>	<b>31,1%</b>	<b>5.265</b>	<b>4.513</b>	<b>16,7%</b>	<b>620</b>	<b>765</b>	<b>-19,0%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>3.438</b>	<b>3.064</b>	<b>12,2%</b>	<b>1.852</b>	<b>1.421</b>	<b>30,3%</b>	<b>1.344</b>	<b>1.136</b>	<b>18,3%</b>	<b>248</b>	<b>513</b>	<b>-51,7%</b>
Margem Bruta	19,7%	22,2%	-2,5 p.p.	15,1%	15,2%	-0,1 p.p.	26,1%	25,8%	0,3 p.p.			
<b>Despesas VG&amp;A (2)</b>	<b>(2.117)</b>	<b>(1.948)</b>	<b>8,7%</b>	<b>(872)</b>	<b>(774)</b>	<b>12,7%</b>	<b>(948)</b>	<b>(893)</b>	<b>6,2%</b>	<b>(252)</b>	<b>(245)</b>	<b>2,9%</b>
%VG&A de Vendas Líquidas	12,1%	14,1%	-2,0 p.p.	7,1%	8,3%	-1,2 p.p.	18,4%	20,3%	-1,9 p.p.			
<b>EBITDA Ajustado (1) (2)</b>	<b>1.339</b>	<b>1.129</b>	<b>18,6%</b>	<b>984</b>	<b>650</b>	<b>51,4%</b>	<b>410</b>	<b>253</b>	<b>62,1%</b>	<b>-4</b>	<b>268</b>	<b>-101,5%</b>
Margem EBITDA Ajustada	7,7%	8,2%	-0,5 p.p.	8,0%	6,9%	1,1 p.p.	8,0%	5,8%	2,2 p.p.			
<b>Lucro Líquido Aj., controlador</b>	<b>757</b>	<b>437</b>	<b>73,1%</b>									
Margem Líquida Ajustada	4,3%	3,2%	1,1 p.p.									

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -6 milhões entre Banco e Varejo; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -36 milhões em 2019 e R\$ -45 milhões em 2020;

Em R\$ milhões	CONSOLIDADO			ATACADÃO			CARREFOUR VAREJO			BANCO CARREFOUR		
	9M20	9M19	Δ%	9M20	9M19	Δ%	9M20	9M19	Δ%	9M20	9M19	Δ%
Vendas Brutas	52.789	44.582	18,4%	36.125	30.200	19,6%	16.663	14.382	15,9%			
Vendas Brutas ex-gasolina	51.213	42.534	20,4%	36.125	30.200	19,6%	15.088	12.334	22,3%			
<b>Vendas Líquidas</b>	<b>47.767</b>	<b>40.505</b>	<b>17,9%</b>	<b>32.782</b>	<b>27.430</b>	<b>19,5%</b>	<b>14.985</b>	<b>13.075</b>	<b>14,6%</b>			
<b>Outras Receitas</b>	<b>2.625</b>	<b>2.548</b>	<b>3,0%</b>	<b>107</b>	<b>100</b>	<b>7,0%</b>	<b>325</b>	<b>330</b>	<b>-1,5%</b>	<b>2.211</b>	<b>2.136</b>	<b>3,5%</b>
<b>Vendas Totais</b>	<b>50.392</b>	<b>43.053</b>	<b>17,0%</b>	<b>32.889</b>	<b>27.530</b>	<b>19,5%</b>	<b>15.310</b>	<b>13.405</b>	<b>14,2%</b>	<b>2.211</b>	<b>2.136</b>	<b>3,5%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>9.978</b>	<b>8.944</b>	<b>11,6%</b>	<b>5.028</b>	<b>4.226</b>	<b>19,0%</b>	<b>3.767</b>	<b>3.259</b>	<b>15,6%</b>	<b>1.201</b>	<b>1.477</b>	<b>-18,7%</b>
Margem Bruta	20,9%	22,1%	-1,2 p.p.	15,3%	15,4%	-0,1 p.p.	25,1%	24,9%	0,2 p.p.			
<b>Despesas VG&amp;A</b>	<b>(6.139)</b>	<b>(5.693)</b>	<b>7,8%</b>	<b>(2.497)</b>	<b>(2.278)</b>	<b>9,6%</b>	<b>(2.750)</b>	<b>(2.594)</b>	<b>6,0%</b>	<b>(769)</b>	<b>(712)</b>	<b>8,0%</b>
%VG&A de Vendas Líquidas	12,9%	14,1%	-1,2 p.p.	7,6%	8,3%	-0,7 p.p.	18,4%	19,8%	-1,4 p.p.			
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>3.878</b>	<b>3.289</b>	<b>17,9%</b>	<b>2.540</b>	<b>1.957</b>	<b>29,8%</b>	<b>1.047</b>	<b>694</b>	<b>50,9%</b>	<b>432</b>	<b>765</b>	<b>-43,5%</b>
Margem EBITDA Ajustada	8,1%	8,1%	0 bps	7,7%	7,1%	0,6 p.p.	7,0%	5,3%	1,7 p.p.			
<b>Lucro Líquido Ajustado, controlador</b>	<b>1.872</b>	<b>1.251</b>	<b>49,6%</b>									
Margem Líquida Ajustada	3,9%	3,1%	0,8 p.p.									

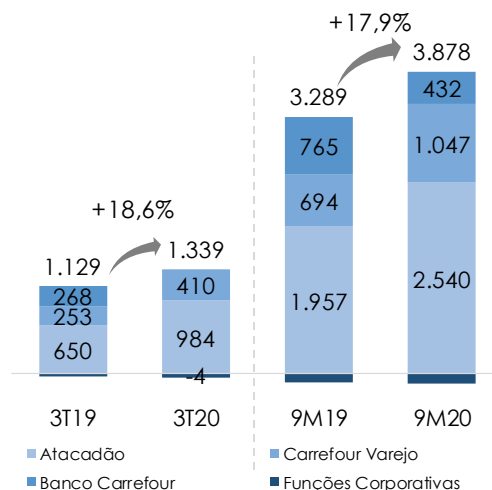
(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -18 milhões entre Banco e Varejo; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -109 milhões em 2019 e R\$ -123 milhões em 2020;

## EBITDA Ajustado

O EBITDA ajustado consolidado atingiu R\$1,3 bilhão no 3T, um aumento de 18,6% a/a, com uma contribuição significativa do Atacadão e do Varejo. A margem EBITDA ajustada foi de 7,7% (-0,5 p.p. a/a) devido principalmente ao aumento extraordinário nas provisões do Banco Carrefour. Nos 9M, o EBITDA ajustado atingiu R\$3,9 bilhões (+17,9% a/a) com margem de 8,1%.

Os ganhos de rentabilidade ocorreram apesar das despesas extras relacionadas ao COVID-19, comprovando nosso sucesso na implementação de medidas para sustentar uma receita sólida e manter a eficiência operacional, ao mesmo tempo em que mantemos medidas de segurança abrangentes para nossos clientes e funcionários.

## Adjusted EBITDA breakdown



## DESEMPENHO OPERACIONAL POR SEGMENTO

### Atacadão: Forte Crescimento de LfL mantendo elevada rentabilidade

A receita bruta do Atacadão aumentou para R\$13,5 bilhões, impulsionada por um crescimento de 25,8% LfL - de longe o maior nível em um trimestre em sua história recente - e uma expansão de 5,5%.

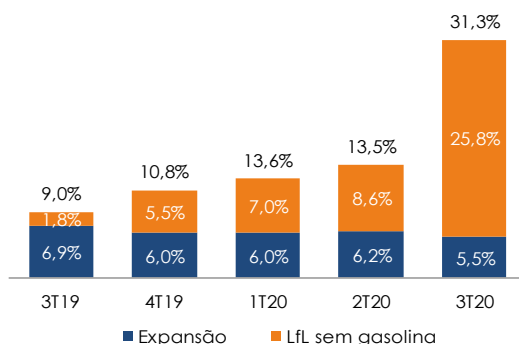
No terceiro trimestre, nosso negócio de atacado acelerou as tendências observadas no primeiro semestre de 2020. As decisões estratégicas tomadas desde junho para melhorar a competitividade criaram um ambiente comercial positivo, com crescimento elevado de vendas, bastante acima da inflação alimentar. Somadas a isso, as vendas B2B retomaram o crescimento com a redução das restrições de circulação no Brasil e a reabertura de bares e restaurantes.

Ao mesmo tempo, as vendas de clientes B2C mantiveram seu forte momento devido à competitividade de preços do Atacadão e à tendência contínua de alimentação em casa, uma vez que os escritórios e escolas não foram totalmente reabertos.

Os volumes foram o destaque do 3T, atingindo um pico especialmente em setembro, quando registramos um crescimento de dois dígitos com a retomada dos negócios B2B.

Também ganhamos 1,3 p.p. de *market share* na comparação anual (fonte: Nielsen), reflexo das medidas tomadas nas lojas para manter os clientes seguros, e iniciativas comerciais assertivas, o que demonstra a relevância do nosso modelo de negócios de atacado em um ambiente desafiador, principalmente para clientes B2B. A tendência positiva se manteve a mesma desde então.

### Desempenho de Vendas Atacadão



### Lojas Atacadão com serviço de entrega rápida



O Atacadão lançou seu negócio de comércio eletrônico em parceria com operadoras de serviço de entrega rápida. Após um *soft launch* em quatro lojas há seis meses, o serviço já está disponível em 23 lojas em 11 estados e 100% dos clientes são novos no Atacadão, reforçando nossa estratégia de proporcionar uma melhor experiência de compra com o melhor preço.

O Atacadão também lançou o e-commerce alimentar focado em clientes B2B, que já possui mais de 300 vendedores.

A operação de e-commerce foi projetada para ser um modelo lucrativo desde o primeiro dia e já está alcançando resultados melhores do que o esperado, com receitas crescendo cerca de 4 vezes sequencialmente.

Mais uma vez, os resultados do Atacadão refletem seu forte posicionamento em todo o país, bem como seu plano de expansão. Encerramos o trimestre com 222 lojas (29 atacados de entrega já incluídos) após 3 inaugurações no período, sendo 1 no Sul e 2 no Norte do país, e já estamos atendendo 4.900 cidades no Brasil (88% do total de cidades), fortalecendo nossa posição de liderança.

Em setembro, também recebemos a aprovação (sem restrições) do Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE - para a aquisição das 30 lojas Makro, conforme anunciado em fevereiro deste ano. Isso representa um passo importante para o fechamento da operação, que é esperado em breve. Todas as lojas estão em localizações privilegiadas e irão impulsionar ainda mais nosso crescimento e estender nosso alcance a milhares de novos clientes.

O lucro bruto aumentou 30,3%, atingindo R\$1,9 bilhão. A margem bruta ficou praticamente estável ano contra ano em 15,1%, refletindo as já mencionadas decisões estratégicas tomadas para melhorar a competitividade, e a retomada das vendas B2B com a redução das medidas de restrição de circulação no Brasil e a reabertura de bares e restaurantes. Isso levou o mix de vendas próximo aos níveis pré-pandêmicos, o que explica a redução da margem bruta em relação ao 2T20.

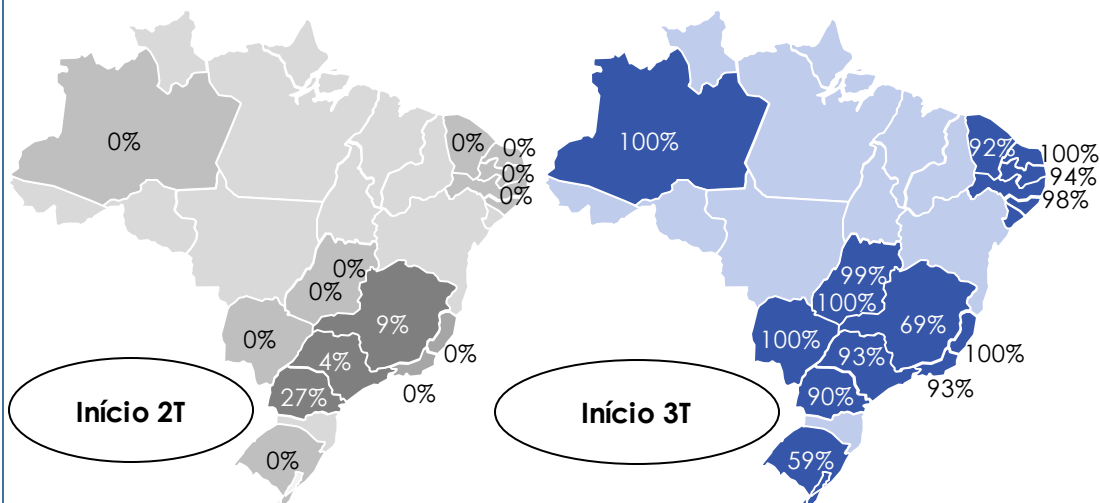
Em R\$ milhões	3T20	3T19	Δ%	9M20	9M19	Δ%
Vendas Brutas	13.545	10.316	31,3%	36.125	30.200	19,6%
<b>Vendas Líquidas</b>	<b>12.301</b>	<b>9.378</b>	<b>31,2%</b>	<b>32.782</b>	<b>27.430</b>	<b>19,5%</b>
Outras Receitas	38	33	15,2%	107	100	7,0%
<b>Vendas Totais</b>	<b>12.339</b>	<b>9.411</b>	<b>31,1%</b>	<b>32.889</b>	<b>27.530</b>	<b>19,5%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>1.852</b>	<b>1.421</b>	<b>30,3%</b>	<b>5.028</b>	<b>4.226</b>	<b>19,0%</b>
Margem Bruta	15,1%	15,2%	-0,1 p.p.	15,3%	15,4%	-0,1 p.p.
<b>Despesas VG&amp;A</b>	<b>(872)</b>	<b>(774)</b>	<b>12,7%</b>	<b>(2.497)</b>	<b>(2.278)</b>	<b>9,6%</b>
%VG&A de Vendas Líquidas	7,1%	8,3%	-1,2 p.p.	7,6%	8,3%	-0,7 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>984</b>	<b>650</b>	<b>51,4%</b>	<b>2.540</b>	<b>1.957</b>	<b>29,8%</b>
Margem EBITDA Ajustada	8,0%	6,9%	1,1 p.p.	7,7%	7,1%	0,6 p.p.

O Atacadão, mais uma vez, foi capaz de compensar os custos extras associados ao COVID-19 e diluir os custos fixos, gerando outros 1,16 p.p. de ganhos de eficiência de SG&A no 3T, o que representou 7,1% da receita líquida. Essa notável conquista torna o Atacadão um dos mais eficientes players do varejo de alimentos do Brasil. Como resultado, o EBITDA Ajustado atingiu R\$984 milhões no trimestre, 51,4% superior ao do 3T19, com expansão de margem de 1,1 p.p. resultando em 8,0%.

## Carrefour Varejo: o objetivo é aumentar share of wallet

As vendas do Carrefour Varejo (ex-gasolina) atingiram R\$5,2 bilhões no 3T, dando continuidade à tendência observada no 2T e registrando, novamente, expressivo crescimento LfL de 26,6% (ou R\$5,4 bilhões e 27,4% incluindo o *marketplace*), impulsionadas pelo forte crescimento tanto no varejo alimentar (15,4%), quanto no não alimentar (43,6%). O desempenho é ainda mais impressionante ao considerar que o 3T foi marcado pela reabertura do comércio em geral, além da forte base de comparação de 8,8% de crescimento no 3T19, demonstrando a nossa competitividade e presença relevante em ambos os canais *online* e *offline*, o que nos permitiu manter os mesmos níveis de receitas do 2T e 38% de crescimento em um período de dois anos.

### Lojas abertas em galerias como estimativa do nível de reabertura no Brasil



**100%** das lojas nas galerias estavam abertas ao final de Setembro

Mais uma vez, as iniciativas implementadas em nossas lojas se provaram relevantes, uma vez que as operações de Varejo apresentaram novos ganhos de *market share*, com manutenção de níveis satisfatórios de NPS. Continuamos com as medidas mencionadas no 2T, em especial a nova dinâmica promocional, que continua apresentando sólidos resultados, incluindo um maior engajamento de clientes e ganhos de produtividade.

A redução das medidas restritivas de circulação no Brasil e os sinais de desaceleração da pandemia do COVID-19 levaram a uma normalização do comportamento do consumidor.

De forma geral, o nível de engajamento dos clientes continuou aumentando e isso se traduziu em aumento de *share of wallet*, que avançou 32% em setembro vs. o mesmo período do ano anterior.

	3T20 (R\$ MM)	LFL	3T19 (R\$ MM)	Total (%)	9M20 (R\$ MM)	LFL	9M19 (R\$ MM)	Total (%)
<b>Multi-formato<sup>(1)</sup></b>	<b>4.606</b>	<b>22,1%</b>	<b>3.780</b>	<b>21,8%</b>	<b>13.496</b>	<b>19,5%</b>	<b>11.271</b>	<b>19,7%</b>
Alimentar	2.808	14,2%	2.465	13,9%	8.396	12,8%	7.426	13,1%
Não Alimentar <sup>(2)</sup>	1.798	36,9%	1.316	36,7%	5.100	32,5%	3.845	32,6%
<b>Carrefour (s/ gasolina): Multi-formato + E-comm</b>	<b>5.213</b>	<b>26,6%</b>	<b>4.126</b>	<b>26,4%</b>	<b>15.088</b>	<b>22,1%</b>	<b>12.334</b>	<b>22,3%</b>
Alimentar	2.873	15,4%	2.494	15,2%	8.590	14,4%	7.494	14,6%
Não Alimentar <sup>(2)</sup>	2.340	43,6%	1.632	43,4%	6.498	34,0%	4.842	34,2%
<b>Carrefour + GMV (s/ gasolina)</b>	<b>5.380</b>	<b>27,4%</b>	<b>4.229</b>	<b>27,2%</b>	<b>15.575</b>	<b>23,2%</b>	<b>12.617</b>	<b>23,4%</b>

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

## ... engajando e integrando mais clientes ao nosso ecossistema

Dando seguimento à nova dinâmica promocional iniciada no 2T20 em nossas lojas de varejo, em 3 de novembro lançamos nosso novo programa de fidelidade. Com o lançamento do novo aplicativo "Meu Carrefour", pretendemos integrar ainda mais o ecossistema do Carrefour Brasil.

Com mais de 20 milhões de clientes do antigo programa de fidelidade, a principal mudança é a nova funcionalidade "Minhas Recompensas", que está conectada a todos os formatos de lojas do Carrefour (hipermercados, supermercados, conveniência, postos de gasolina, drogarias), e-commerce (alimentar e não alimentar) e o banco. A partir de agora, nossos clientes poderão acumular moedas virtuais e trocá-las por inúmeros benefícios, seja em vouchers de desconto em compras ou para uso em nossos parceiros, de forma a gerar economias na cesta como um todo.

O novo aplicativo também inclui amostras de produtos. Com base nos hábitos de consumo do cliente no Carrefour, a inteligência artificial do aplicativo fará sugestões de nossos produtos de marca própria com descontos de até 100%, uma forma de fazer com que os clientes experimentem nossos produtos. Outra novidade do Meu Carrefour é a conectividade com o CyberCook. Sempre que o consumidor pesquisar um ingrediente, o aplicativo se conectará automaticamente à plataforma de receitas e o cliente terá acesso a sugestões de pratos fáceis e rápidos e dicas de reaproveitamento de alimentos. Até o final do ano o aplicativo também passará a integrar o Scan & Go, possibilitando ao cliente efetuar o pagamento em sua conta pelo aplicativo, e o Banco Carrefour, possibilitando ao cliente acessar os recursos já utilizados no aplicativo existente no Banco.

O novo aplicativo "Meu Carrefour" reflete nossa visão focada no cliente e coroa os esforços de inovação feitos nos últimos dois anos, criando um ecossistema que conecta todos os nossos formatos, estimula o aumento de *share of wallet* e facilita o dia a dia de nossos consumidores, ao mesmo tempo em que otimiza a nossa operação.

Um novo app focado no cliente

**+ 20 milhões** de clientes registrados



... com um programa de fidelidade inovador, novas funcionalidades e parcerias



... conectando todos os nossos formatos e facilitando o dia-a-dia dos nossos clientes



## (i) Multi-formato: o ciclo virtuoso de uma estratégia omnicanal bem-sucedida

A nossa operação multi-formato registrou mais um trimestre de forte desempenho, atingindo impressionantes 22,1% de crescimento LfL no 3T (21,8% crescimento total), o que é particularmente expressivo considerando a forte base de comparação de 7,2% de crescimento no 3T19, além do fato de o aniversário do Carrefour em setembro deste ano ter sido adiado. O crescimento dos itens alimentares continuou com a tendência observada no 2T, com ganhos recorrentes de *market share* e crescimento LfL de 14,2% (13,9% crescimento total), acima da inflação alimentar no período. O ticket médio aumentou 47,1% a/a, enquanto que o número de tickets continuou menor em 16,5% a/a. Apesar do menor tráfego na comparação anual, em razão das medidas restritivas adotadas, houve crescimento de 3,7% na comparação sequencial, indicando uma normalização do comportamento do consumidor com a redução de algumas dessas medidas.

Beneficiados pelo formato *one-stop-shop* e pela elevada qualidade na execução das operações, os hipermercados foram novamente o destaque do trimestre, crescendo o dobro do mercado pelo segundo trimestre consecutivo, 25,3% (vs. 12,7% de acordo com a Nielsen), o que levou a um aumento de 1,9 p.p. de *market share* a/a. Também registramos um aumento de 14% no número de SKUs na cesta média dos clientes dos hipermercados, +25% nos supermercados e +33% nas lojas de conveniência. Isso comprova a competitividade do nosso modelo multi-formato e o poder do ecossistema, resultando em uma maior concentração de compras em nossos canais.

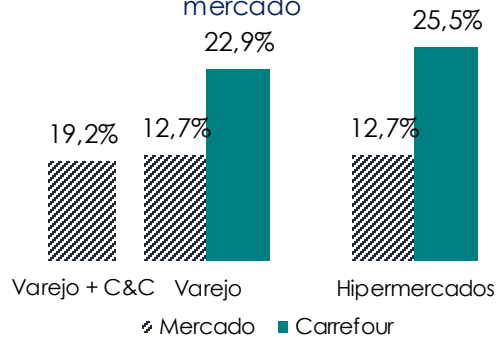
Adicionalmente, a nossa estratégia promocional mais eficiente possibilitou que as operações de Varejo apresentassem uma redução nos custos. Com foco nos clientes mais fiéis do grupo, pudemos oferecer preços ainda mais competitivos e, por fim, atingir maiores níveis de NPS e *share of wallet*.

Tivemos também um importante crescimento de 22% a/a no volume total de produtos de marca própria, com destaque para PGC, que avançou 35% a/a. O número de cestas com PGC de marca própria cresceu cerca de 10 p.p. em relação à média histórica, atingindo 30%. A boa aceitação desses produtos demonstra os elevados padrões de qualidade considerados, bem como o equilíbrio na relação custo-benefício – ainda mais relevante em um ambiente inflacionário – ajudando os clientes a manterem o mesmo nível de gastos sem necessidade de alteração de seus hábitos. Consumidores dos produtos de marca própria apresentam *share of wallet* 50% maior que a média dos demais consumidores.

Os corredores de alimentos saudáveis foram implementados em 89 hipermercados, oferecendo ~3,400 SKUs de alimentos orgânicos e saudáveis e, aproximadamente 2.500 SKUs de produtos de marca própria, que foram um dos destaques do trimestre ao atingirem o recorde de 14,7% do total de vendas de alimentos (+1.7 p.p. a/a).

O forte desempenho dos produtos alimentares demonstra claramente que os clientes estão concentrando as compras conosco, o que naturalmente aumenta o fluxo para itens não alimentares (1 a cada 2 clientes que compram alimentos também compram itens não alimentares). A categoria não alimentar se beneficiou das diversas iniciativas lançadas nas lojas e canais *online*, entregando forte crescimento de 36,7%, apesar da reabertura de outros varejistas e da forte base de comparação (+17,5% no 3T19). Isso reforça a nossa competitividade no segmento e a importância de um modelo omnicanal e de suas sinergias. Todas as categorias apresentaram crescimento: Bazar e Têxtil superaram 30% de crescimento LfL e Eletrodomésticos tiveram 47,6% de crescimento LfL com um aumento de 20% no número de clientes comprando conosco.

### Carrefour crescendo o dobro do mercado



Fonte: Nielsen – a metodologia utilizada apresenta um crescimento ligeiramente diferente para o Carrefour Varejo.

### ... Aumentando Share of Wallet

# of SKU por cesta (crescimento no 3T20)



Hiper

+14%



Super

+25%



Conveniência

+33%

... ajudando os clientes a economizar e comer melhor

Crescimento de volume de marca própria (%)

Total Marca própria

+22%

PGC Marca própria

+35%



E gerando tráfego para o não alimentar

+37% de crescimento do não alimentar no 3T20



Eletroeletrônicos

+47,6%



Têxtil

+34%



Bazar

+32%

O Carrefour Varejo (incluindo e-commerce, excluindo postos e galerias) apresentou mais um trimestre de expressiva expansão de margem, reforçando a assertividade de nossa nova dinâmica promocional e impressionante diluição de nossa estrutura de custos fixos. O EBITDA ajustado do Varejo, incluindo e-commerce e excluindo postos e galerias atingiu a margem de 8,6%, uma melhoria de 4 p.p.

## (ii) Iniciativas Digitais: um importante pilar para maior fluxo e experiência de qualidade

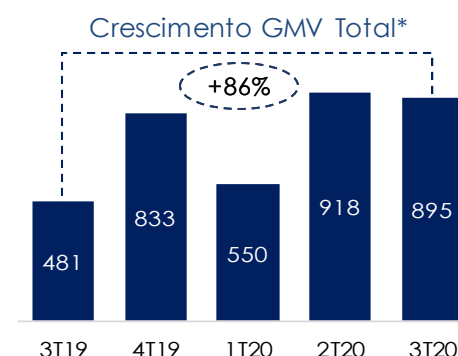
O e-commerce continuou sendo um canal popular, mesmo com a reabertura de lojas físicas. Em setembro, o nosso site ficou novamente em 7º lugar em número de visitas (ranking da E-commerce Brasil), o mesmo nível atingido no pico da pandemia, indicando uma nova tendência nos hábitos de compras dos consumidores.

Com o objetivo de oferecer uma melhor experiência aos usuários, em 1º de outubro lançamos uma nova plataforma, desenvolvida em seis meses, com metodologia ágil e baseada em um novo conceito de arquitetura mais amigável e totalmente customizável para atender às necessidades tanto do varejo alimentar, quanto do não alimentar. Com isso, já é possível vermos melhores indicadores de NPS em relação ao site antigo. A nova plataforma também possibilita que o Banco Carrefour expanda ainda mais a sua base de detentores de cartão de crédito.

O GMV total cresceu 72,5% (ou 86,1% incluindo o serviço de entrega rápida), impulsionado principalmente pelo forte crescimento nas vendas do e-commerce alimentar (+202,4% incluindo o serviço de entrega rápida), e pela resiliência das vendas do segmento não alimentar, que continuaram crescendo (+69,1%) mesmo com a reabertura de lojas físicas. O GMV se manteve virtualmente no mesmo nível do 2T20, pico de pandemia do COVID-19, e acima do período de Black Friday em 2019 (4T). As vendas do marketplace cresceram 61,7% e representaram 21,6% do GMV total no 3T, apesar dos desafios impostos pela migração de plataforma citada.

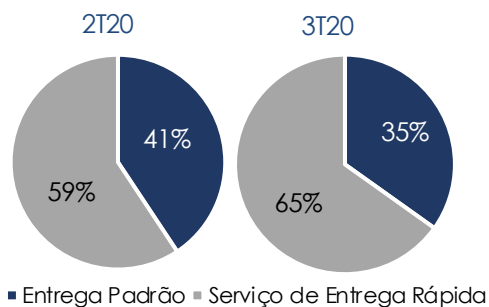
Estamos trabalhando constantemente para oferecer o mais alto nível de serviço para os nossos clientes. Em setembro, 98,2% das nossas entregas do varejo alimentar foram feitas sem atraso, com média de 1,6 dias. As nossas iniciativas também se traduziram em novos clientes tanto para os canais *online*, quanto *offline*, uma vez que 70% dos clientes do e-commerce alimentar em setembro eram clientes novos ou inativos em nosso ecossistema.

Nosso e-commerce continua acelerando, mantendo o bom momento e melhorando os resultados, o que aproxima nosso modelo de negócios do *break even*. Se incluíssemos os resultados que o comércio eletrônico traz para nossos serviços financeiros, ele já seria positivo. Continuamos empenhados em construir um negócio online forte, lucrativo e sustentável.



\* Inclui serviço de entrega rápida

### GMV alimentar por plataforma



	3T20 (R\$MM)	Total (%)	3T19 (R\$MM)
Serviço de entrega rápida*	121	279,2%	32
1P Alimentar	65	119,4%	29
<b>GMV Alimentar</b>	<b>186</b>	<b>202,4%</b>	<b>61</b>
1P Não Alimentar	542	71,5%	316
<b>GMV 1P (inc. serv. entrega rápida)</b>	<b>728</b>	<b>92,8%</b>	<b>378</b>
3P	167	61,7%	103
<b>GMV Não Alimentar</b>	<b>709</b>	<b>69,1%</b>	<b>419</b>
<b>GMV Total</b>	<b>774</b>	<b>72,5%</b>	<b>449</b>
<b>GMV Total (inc. serv. entrega rápida)</b>	<b>895</b>	<b>86,1%</b>	<b>481</b>

	9M20 (R\$MM)	Total (%)	9M19 (R\$MM)
Serviço de entrega rápida*	283	351,3%	63
1P Alimentar	194	186,6%	68
<b>GMV Alimentar</b>	<b>477</b>	<b>266,0%</b>	<b>130</b>
1P Não Alimentar	1.398	40,3%	997
<b>GMV 1P (inc. serv. entrega rápida)</b>	<b>1.876</b>	<b>66,4%</b>	<b>1.127</b>
3P	488	72,7%	282
<b>GMV Não Alimentar</b>	<b>1.886</b>	<b>47,4%</b>	<b>1.279</b>
<b>GMV Total</b>	<b>2.080</b>	<b>54,4%</b>	<b>1.347</b>
<b>GMV Total (inc. serv. entrega rápida)</b>	<b>2.363</b>	<b>67,7%</b>	<b>1.410</b>

\* O serviço de entrega rápida já está incluso nas vendas do multi-formato.



### (iii) Resultados Consolidados do Varejo

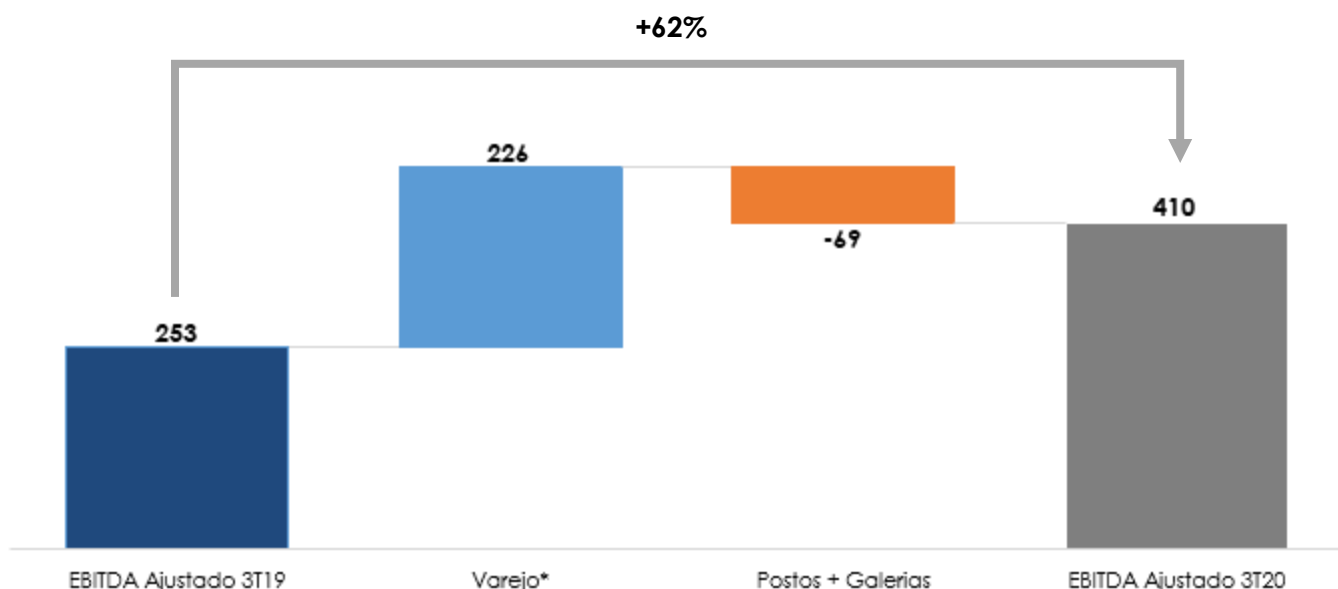
O lucro bruto consolidado do Carrefour Varejo foi de R\$1,3 bilhão, 18,3% superior ao 3T19, enquanto a margem bruta foi de 26,1%, 0,3 p.p. superior ao mesmo período de 2019, graças à nossa dinâmica promocional mais assertiva no multi-formato, ganhos de eficiência e a evolução favorável do e-commerce, parcialmente compensada por postos e galerias, que retomaram o crescimento sequencialmente, mas ainda apresentam redução ano-a-ano.

Em R\$ milhões	3T20	3T19	Δ%	9M20	9M19	Δ%
Vendas Brutas	5.730	4.827	18,7%	16.663	14.382	15,9%
Vendas Brutas ex-gasolina	5.213	4.126	26,4%	15.088	12.334	22,3%
<b>Vendas Líquidas</b>	<b>5.140</b>	<b>4.398</b>	<b>16,9%</b>	<b>14.985</b>	<b>13.075</b>	<b>14,6%</b>
Outras Receitas	125	115	8,7%	325	330	-1,5%
<b>Vendas Totais</b>	<b>5.265</b>	<b>4.513</b>	<b>16,7%</b>	<b>15.310</b>	<b>13.405</b>	<b>14,2%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>1.344</b>	<b>1.136</b>	<b>18,3%</b>	<b>3.767</b>	<b>3.259</b>	<b>15,6%</b>
Margem Bruta	26,1%	25,8%	0,3 p.p.	25,1%	24,9%	0,2 p.p.
<b>Despesas VG&amp;A</b>	<b>(948)</b>	<b>(893)</b>	<b>6,2%</b>	<b>(2.750)</b>	<b>(2.594)</b>	<b>6,0%</b>
%VG&A de Vendas Líquidas	18,4%	20,3%	-1,9 p.p.	18,4%	19,8%	-1,4 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>410</b>	<b>253</b>	<b>62,1%</b>	<b>1.047</b>	<b>694</b>	<b>50,9%</b>
Margem EBITDA Ajustada	8,0%	5,8%	2,2 p.p.	7,0%	5,3%	1,7 p.p.

Os custos de distribuição (VG&A) totalizaram R\$948 milhões e melhoraram 1,9 p.p., representando 18,4% das vendas líquidas no 3T, devido à maior diluição de custos fixos, ganhos de produtividade e expansão do e-commerce.

O EBITDA ajustado do Carrefour melhorou 62,1% atingindo R\$410 milhões, com uma forte expansão de margem de 2,2 p.p. resultando em 8,0% no 3T20 (vs. 5,8% no 3T19). Nos 9M, o EBITDA ajustado cresceu 50,9% resultando em uma melhora de margem de 1,7 p.p., atingindo 7,0%.

Contribuição no crescimento do EBITDA do Carrefour Varejo (em R\$ milhões)



\* Exclui postos e galerias

## Banco Carrefour: Iniciando um novo ciclo de crescimento

O Banco Carrefour confirmou a tendência de recuperação observada no final do 2T20, com crescimento de 16,0% no faturamento do 3T a/a, para R\$9,7 bilhões. Em setembro, vimos o faturamento já crescendo próximo de 20%. O cartão Carrefour apresentou crescimento de 12,1%, enquanto que o cartão Atacadão acelerou para +29,6%. O desempenho foi impulsionado pelas vendas *on-us* (+12,9%) e *off-us* (+18,8%), que foram parcialmente compensadas pela contração em outros produtos, com destaque para os empréstimos pessoais, como já esperado em função do ambiente atual.

Em R\$ milhões	3T20	3T19	Δ%	9M20	9M19	Δ%
Faturamento cartão Carrefour	6.657	5.936	12,1%	18.117	16.771	8,0%
Faturamento cartão Atacadão	3.044	2.349	29,6%	8.292	6.244	32,8%
Outros produtos*	46	119	-61,6%	219	360	-39,1%
<b>Faturamento Total</b>	<b>9.747</b>	<b>8.404</b>	<b>16,0%</b>	<b>26.628</b>	<b>23.375</b>	<b>13,9%</b>
Total da carteira de crédito	12.325	10.287	19,8%	12.325	10.287	19,8%

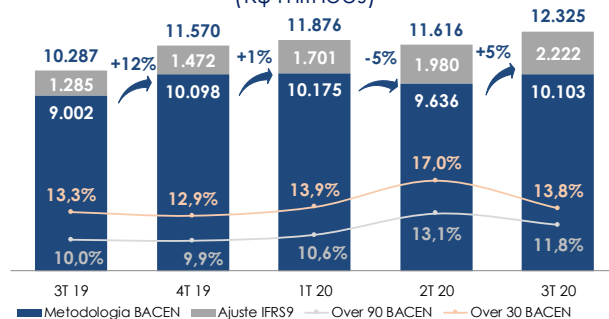
\*Outros produtos incluem empréstimos pessoais e pagamento de contas com o cartão

A carteira de crédito atingiu R\$12,3 bilhões, +19,8% a/a (IFRS9). Considerando o critério local, o Banco Carrefour se tornou o 5º maior banco do país em saldo de carteira concedido por meio de cartões de crédito. A média mensal de usuários dos canais online atingiram 66% das contas ativas em setembro, e os canais digitais representaram mais de 32% do total da aquisição de novos clientes.

A qualidade de nossa carteira e os níveis de empréstimos em atraso continuam melhorando, fazendo com que nossos índices de inadimplência sejam melhores do que o esperado, comprovando a eficácia das medidas tomadas no início da crise do COVID-19.

Os empréstimos vencidos acima de 90 dias "Over 90" caíram para 11,8% no 3T20 contra 13,1% no 2T20 e os vencidos acima de 30 dias "Over 30", com queda ainda mais expressiva de 3,2p.p., foram de 17% para 13,8%, o mesmo nível do 1T.

Evolução da Carteira de Crédito (R\$ milhões)



A recuperação no faturamento é uma clara evidência da resiliência da nossa atividade de financiamento ao consumidor e da impressionante capacidade do Banco Carrefour, particularmente no cenário de crise atual, para iniciar um novo ciclo de crescimento, alavancando diversos ativos de nosso ecossistema único. Essa promissora evolução para os próximos trimestres, contudo, gera uma pressão adicional de curto prazo no provisionamento, uma vez que o modelo IFRS9 exige o registro da perda esperada assim que o recebível é originado e, portanto, antes da geração da receita.

Adicionalmente, como o Banco Carrefour adotou uma postura de crédito mais conservadora no início da crise, a propensão do cliente a financiar sua carteira caiu, afetando as receitas. Além disso a liquidez trazida pelo programa de auxílio emergencial devido à pandemia de Covid-19 acelerou a amortização de saldos em aberto, desacelerando a receita de juros. Vimos uma queda de 19,0% em nossa receita no 3T20, que atingiu R\$ 620 milhões. Nos 9M, o crescimento das receitas manteve-se em positivo (+3,5%).

A carga de risco atingiu R\$372 milhões no trimestre, um aumento de 47,6% vs. 3T19. Considerando o ambiente volátil e incerto, nós decidimos fazer um ajuste conservador em nosso modelo de provisionamento IFRS9 de uma forma mais conservadora, em particular no que diz respeito ao portfólio mais antigo (recebíveis acima de 360 dias). Essa abordagem resultou em uma provisão excepcional de R\$180 milhões no trimestre. Conseqüentemente, nossas provisões totalizam R\$ 3,8 bilhões e representaram 30,6% do total da nossa carteira (metodologia IFRS9).

As despesas de VG&A permaneceram praticamente estáveis quando comparadas ao 3T19, uma conquista importante considerando que estamos implementando novos serviços e estruturas a fim de fornecer uma gama mais ampla de produtos como um banco múltiplo. Algumas dessas iniciativas já estão sendo testadas e devem ser lançadas oficialmente em breve, como o serviço de aquisição e nossa conta digital.

No final do 3T, todos os serviços de boletos bancários foram totalmente internalizados, uma etapa importante para aumentar a eficiência do banco, o que reduz o custo de cobrança em 20% (6 milhões de boletos emitidos por mês).

Em R\$ milhões	3T 20	3T 19	Δ%	9M20	9M19	Δ%
<b>Receitas da intermediação financeira</b>	<b>620</b>	<b>765</b>	<b>-19,0%</b>	<b>2.211</b>	<b>2.136</b>	<b>3,5%</b>
Carga de risco	(372)	(252)	47,6%	(1.010)	(659)	53,3%
<b>Resultado bruto da intermediação financeira</b>	<b>248</b>	<b>513</b>	<b>-51,7%</b>	<b>1.201</b>	<b>1.477</b>	<b>-18,7%</b>
Despesas VG&A	(252)	(245)	2,9%	(769)	(712)	8,0%
<b>EBITDA ajustado</b>	<b>(4)</b>	<b>268</b>	<b>-101,5%</b>	<b>432</b>	<b>765</b>	<b>-43,5%</b>
Despesa com depreciação e amortização	(9)	(9)	0,0%	(27)	(25)	8,0%
<b>EBIT ajustado</b>	<b>(13)</b>	<b>259</b>	<b>-105,0%</b>	<b>405</b>	<b>740</b>	<b>-45,3%</b>
Outras receitas (despesas)	(15)	(14)	7,1%	(45)	(41)	9,8%
Resultado financeiro	(2)	(7)	-71,4%	(9)	(19)	-52,6%
Imposto de renda	26	(86)	-130,2%	(140)	(260)	-46,2%
<b>Lucro líquido (100%)</b>	<b>(4)</b>	<b>152</b>	<b>-102,6%</b>	<b>211</b>	<b>420</b>	<b>-49,8%</b>

Em suma, o EBITDA Ajustado do Banco Carrefour no 3T20 totalizou -R\$ 4 milhões, ou +R\$ 176 milhões antes da provisão de crédito excepcional. Nos 9M a operação continua bastante rentável e agregadora de resultados, com EBITDA Ajustado de R\$ 432 milhões e Lucro Líquido de R\$ 211 milhões.

## RESULTADO CONSOLIDADO 3T20 (APÓS EBITDA AJUSTADO)

### Outras Receitas (Despesas)

Em R\$ milhões	3T20	3T19	Δ%	9M20	9M19	Δ%
Custos de reestruturação	(11)	(16)	-31,3%	(22)	(62)	-64,5%
Ganhos (perdas) líquidos na baixa e alienação de ativos	(22)	0	n.m.	(86)	(5)	n.m.
Receitas e despesas relativas a demandas judiciais	(25)	21	-219,0%	70	(778)	-109,0%
Despesas com transações de M&A e outras	10	0	n.m.	(24)	0	n.m.
<b>Outras receitas (despesas)</b>	<b>(48)</b>	<b>5</b>	<b>n.m.</b>	<b>(62)</b>	<b>(845)</b>	<b>-92,7%</b>

Outras receitas e despesas representaram uma despesa de R\$48 milhões no trimestre, principalmente devido a despesas relacionadas a língios e baixa de ativos, especialmente relacionadas ao fechamento de algumas lojas Express.

### Imposto de Renda

A despesa com imposto de renda e contribuição social no 3T20 foi 8,5% menor que no 3T19 e a alíquota ficou em 23% (ou 20% se ajustada por itens não recorrentes), 8 p.p. abaixo do ano anterior. A menor despesa no trimestre (R\$ 205 milhões) foi impulsionada pela redução da contribuição de nossa atividade de instituição financeira antes do imposto de renda, uma vez que a mesma possui a maior alíquota do Grupo (45%) e pelas isenções fiscais.

A taxa efetiva de imposto nos 9M19 foi impactada pelo efeito da provisão relacionada aos itens de cesta básica no 2T19. Excluindo os impactos de itens não recorrentes, a taxa efetiva de imposto teria sido de 26% nos 9M19, um nível muito semelhante à taxa em 9M20 (28%).

Em R\$ milhões	3T20	3T19	Δ%	9M20	9M19	Δ%
Lucro Antes dos Impostos	890	729	22,1%	2.556	1.285	98,9%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(205)	(224)	-8,5%	(717)	(702)	2,1%
Alíquota Efetiva	23,0%	30,7%	-8 p.p.	28,1%	54,6%	-27 p.p.

Em R\$ milhões	3T20	Outras receitas (despesas)	Lucro Líquido Ajustado, controladores	9M20	Outras receitas (despesas)	Lucro Líquido Ajustado, controladores
<b>Lucro antes dos impostos e contribuições</b>	<b>890</b>	<b>55</b>	<b>945</b>	<b>2.556</b>	<b>127</b>	<b>2.683</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(205)	15	(190)	(717)	9	(708)
Alíquota Efetiva	23%		20%	28%		26%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>685</b>	<b>70</b>	<b>755</b>	<b>1.839</b>	<b>136</b>	<b>1.975</b>
Lucro Líquido - Acionistas minoritários (NCI)	(2)		(2)	103		103
<b>Lucro Líquido ajustado, controladores</b>	<b>687</b>	<b>70</b>	<b>757</b>	<b>1.736</b>	<b>136</b>	<b>1.872</b>

## Lucro Líquido e Lucro Líquido Ajustado, Acionista Controlador

O lucro líquido ajustado permite uma melhor visão sobre o desempenho do lucro líquido recorrente. Ele é calculado como lucro líquido menos outras receitas e despesas, e o correspondente efeito financeiro e do imposto de renda.

No 3T20, o lucro líquido ajustado atingiu R\$ 757 milhões ou 4,3% das vendas líquidas, um aumento impressionante de 73,1% em comparação ao 3T19, mais uma vez refletindo a estratégia omnicanal da empresa e sua forte execução. Nos 9M20, o lucro líquido ajustado totalizou R\$ 1,9 bilhão, aumento de 49,6% em relação ao mesmo período de 2019.

Em R\$ milhões	3T20	3T19	Δ%	9M20	9M19	Δ%
<b>Lucro líquido, controladores</b>	<b>687</b>	<b>430</b>	<b>59,8%</b>	<b>1.736</b>	<b>377</b>	<b>360,5%</b>
(+/-) Outras receitas(despesas)	48	(5)	n.m.	62	845	-92,7%
(+/-) Resultado financeiro (não recorrente)	7	0	n.m.	65	29	124,1%
(+/-) Imposto de renda de outros itens de receita (despesas)	15	12	25,0%	9	0	n.m.
<b>Lucro líquido ajustado, controladores</b>	<b>757</b>	<b>437</b>	<b>73,1%</b>	<b>1.872</b>	<b>1.251</b>	<b>49,6%</b>
Margem líquida	<b>4,3%</b>	<b>3,2%</b>	<b>1,1 p.p.</b>	<b>3,9%</b>	<b>3,1%</b>	<b>0,8 p.p.</b>

## Capital de Giro Operacional

Nosso capital de giro antes dos recebíveis representou um fonte de financiamento de R\$923 milhões (7 dias) vs. R\$226 milhões (2 dias) no 3T19, como resultado da nossa capacidade de manutenção, ou melhora, da estrutura de capital, mesmo no cenário atual: na comparação anual, aumentamos o nosso nível de estoques em 29%, em linha com as nossas estimativas e projeções de vendas para os próximos meses, mas isso foi mais do que compensado pelo maior prazo de contas a pagar aos fornecedores.

Em R\$ Milhões	3T20	Dias	2T20	Dias	1T20	Dias	4T19	Dias	3T19	Dias
(+) Estoques	7.783	54	6.451	47	6.423	49	5.949	46	6.029	49
(-) Fornecedores (**)	(8.706)	(61)	(8.712)	(63)	(7.128)	(54)	(11.490)	(90)	(6.255)	(51)
<b>(=) Capital de Giro antes dos recebíveis</b>	<b>(923)</b>	<b>(7)</b>	<b>(2.261)</b>	<b>(16)</b>	<b>(705)</b>	<b>(5)</b>	<b>(5.541)</b>	<b>(44)</b>	<b>(226)</b>	<b>(2)</b>
(+) Contas a receber (*)	1.905	13	1.267	9	622	5	782	6	575	5
<b>(=) Capital de Giro - WC Mercadorias</b>	<b>982</b>	<b>7</b>	<b>(994)</b>	<b>(7)</b>	<b>(82)</b>	<b>(1)</b>	<b>(4.759)</b>	<b>(37)</b>	<b>350</b>	<b>3</b>

(\*) 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 forte geração de caixa dos últimos dois trimestres nos permitiu reduzir o uso do desconto de recebíveis como fonte de financiamento das operações, reduzindo assim a despesa financeira e melhorando a eficiência da companhia. O indicador de contas a receber apresentou aumento significativo de R\$575 milhões (5 dias) no 3T19 para R\$1.905 milhões (13 dias), com efeito da nossa decisão de não vender tais recebíveis como fizemos anteriormente.

## Perfil da Dívida Líquida e Resultado Financeiro Líquido

Os empréstimos, líquidos de derivativos para cobertura, totalizaram R\$5,5 bilhões no final de setembro, mesmo nível do 2T20 e acima do final do ano de 2019 devido a duas operações de financiamento: (i) um empréstimo de € 250 milhões (R\$1.162 milhões) no 1T20 por meio de linha de crédito assinada com o Carrefour Finance; e (ii) empréstimo de R\$1,5 bilhão com bancos internacionais em abril de 2020. Ambas as operações visam fortalecer o caixa da empresa.

A dívida líquida atingiu R\$2,7 bilhões, impactada pela redução de caixa e equivalentes no 3T20, que é sazonal e também reflete a menor utilização de descontos de recebíveis no período, como parte da estratégia de melhoria da estrutura de capital já mencionada. Com isso, a dívida líquida (com aluguel e recebíveis descontados) foi de R\$5,4 bilhões.

Em R\$ milhões	Set. 2020	Dez. 2019	Set. 2019
Empréstimos	(5.523)	(2.856)	(2.941)
Caixa e equivalentes de caixa	2.456	5.322	697
Títulos e valores mobiliários – Banco Carrefour	357	297	290
<b>(Dívida Líq.) Caixa Líquido</b>	<b>(2.710)</b>	<b>2.763</b>	<b>(1.954)</b>
Dívida com alugueis (IFRS 16)	(1.665)	(1.628)	(920)
<b>(Dívida Líq.) Caixa Líquido (c/ dívida com alugueis)</b>	<b>(4.375)</b>	<b>1.135</b>	<b>(2.874)</b>
Recebíveis descontados	(980)	(2.510)	(2.158)
<b>(Dívida Líq.) Caixa Líquido (c/ com alugueis e recebíveis descontados)</b>	<b>(5.355)</b>	<b>(1.375)</b>	<b>(5.032)</b>
<i>(Dívida Líquida) Caixa líquido (c/ alugueis) / EBITDA Ajustado LTM</i>	- 0,82x	0,24 x	- 0,61x
<i>(Dívida Líquida) Caixa líquido (c/ recebíveis descontados) / EBITDA Ajustado LTM</i>	- 1,00x	- 0,29x	- 1,07x

O resultado financeiro líquido totalizou -R\$121 milhões, impulsionado pelo já mencionado menor volume de descontos de recebíveis no trimestre, que reduziu o valor gasto com descontos de recebíveis de cartão de crédito (economia de R\$20 milhões), além da maior posição de caixa levando à maior receita financeira.

Em R\$ milhões	3T20	3T19	Δ%	9M20	9M19	Δ%
Custo da dívida bancária, bruto	(46)	(43)	7,0%	(147)	(130)	13,1%
Despesas com juros sobre alugueis (IFRS 16)	(45)	(26)	73,1%	(134)	(78)	71,8%
Juros de antecipação de cartões de crédito	(13)	(33)	-60,6%	(75)	(95)	-21,1%
Receita Financeira	13	2	550,0%	37	12	208,3%
<b>Custo da dívida, líquido (c/ alugueis e recebíveis descontados)</b>	<b>(91)</b>	<b>(101)</b>	<b>-10,0%</b>	<b>(319)</b>	<b>(291)</b>	<b>9,6%</b>
Juros líquidos sobre provisões e depósitos judiciais	(14)	(22)	-36,4%	(52)	(38)	36,8%
Variação cambial, ganhos e (perdas) líquida	(3)	8	n.m.	(25)	0	n.m.
Outros	(13)	(21)	-38,1%	(43)	(48)	-10,4%
<b>Resultado financeiro líquido</b>	<b>(121)</b>	<b>(135)</b>	<b>-10,4%</b>	<b>(439)</b>	<b>(377)</b>	<b>16,4%</b>

## CAPEX

O Capex total no 3T20 foi de R\$305 milhões, 20,8% inferior ao 3T19, uma vez que o ritmo de expansão foi temporariamente reduzido devido ao COVID-19.

Abrimos 3 novas lojas Atacadão (incluindo atacado de entrega), totalizando 8 até setembro. Nos 9M20, o CAPEX total atingiu R\$1,4 bilhão, redução de 5,9% vs. 9M19.

Em R\$ milhões	3T20	3T19	Δ%	9M20	9M19	Δ%
Expansão	158	187	-15,5%	789	778	1,4%
Manutenção	75	83	-9,4%	199	190	5,0%
Reformas de Lojas	9	41	-77,0%	46	96	-52,4%
TI e outros	62	74	-15,8%	154	181	-14,9%
<b>Total Capex</b>	<b>305</b>	<b>385</b>	<b>-20,8%</b>	<b>1.188</b>	<b>1.245</b>	<b>-4,5%</b>
Direito de uso de arrendamento	110	75	46,7%	188	218	-13,8%
<b>Total de adições de ativo fixo</b>	<b>415</b>	<b>460</b>	<b>-9,8%</b>	<b>1.376</b>	<b>1.463</b>	<b>-5,9%</b>

## REDE DE LOJAS– 3T20

No 3T, inauguramos 5 novas lojas sendo: 2 Atacadão auto serviço (Criciúma – SC e Macapá-AP), 1 Atacado de entrega (Macapá-AP) e 2 Express (São Paulo-SP). Também fechamos uma loja Market e cinco Express. Atualmente operamos 699 lojas com área total de vendas de 2.039.097 m<sup>2</sup>.

Número de lojas	Dez.19	Aberturas	Fechamentos	Set.20
Atacadão	186	7		193
Hipermercados	100			100
Supermercados	53	1	2	52
Lojas de conveniência	125	3	5	123
Atacado	28	1		29
Drogarias	124	1		125
Postos de combustível	76	1		77
<b>Grupo</b>	<b>692</b>	<b>14</b>	<b>7</b>	<b>699</b>

Área de vendas	Dez.19	Set.20	Δ Var. Set.20 vs Dez.19
Atacadão	1.170.350	1.204.805	2,9%
Hipermercados	704.876	704.876	0,0%
Supermercados	69.056	67.342	-2,5%
Lojas de conveniência	22.732	22.182	-2,4%
Drogarias	7.921	8.035	1,4%
Postos de combustível	31.389	31.858	1,5%
<b>Área de vendas total (m<sup>2</sup>)</b>	<b>2.006.324</b>	<b>2.039.097</b>	<b>1,6%</b>

## VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS DO 3T20

Português/Inglês (tradução simultânea)

**11 de novembro de 2020** (quarta-feira)

10h00 – Brasília  
08h00 – Nova York  
13h00 – Londres  
14h00 – Paris

**Streaming de vídeo:**

[Português](#)

[Inglês](#)

**Web Fone:**

[Português](#)

[Inglês](#)

**Telefone Brasil:**

+55 11 3181-8565 | +55 11 4210-1803

**Telefone Internacional:**

EUA: +1 412 717 9627

Reino Unido: +44 20 3795 9972

França: +33 1 8565 3688

**Código de Acesso:** Carrefour

## INFORMAÇÕES SOBRE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

**Sébastien Durchon**

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

**Natália Lacava**

Diretora de Relações com Investidores

**Ludimila Aiello**

**Victor Bento**

Especialista de Relações com Investidores

**Telefone:** +55 11 3779-8500

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

**website:** [www.grupocarrefourbrasil.com.br](http://www.grupocarrefourbrasil.com.br)

## Anexo I – Demonstração Consolidada do Resultado

<i>Em R\$ milhões</i>	3T20	3T19	Δ%	9M20	9M19	Δ%
<b>Vendas brutas</b>	<b>19.276</b>	<b>15.143</b>	<b>27,3%</b>	<b>52.789</b>	<b>44.582</b>	<b>18,4%</b>
<b>Vendas líquidas</b>	<b>17.441</b>	<b>13.776</b>	<b>26,6%</b>	<b>47.767</b>	<b>40.505</b>	<b>17,9%</b>
Outras receitas	777	907	-14,3%	2.625	2.548	3,0%
<b>Receita operacional líquida</b>	<b>18.218</b>	<b>14.683</b>	<b>24,1%</b>	<b>50.392</b>	<b>43.053</b>	<b>17,0%</b>
Custo das mercadorias, serviços e operações financeiras	(14.780)	(11.619)	27,2%	(40.414)	(34.109)	18,5%
<b>Lucro bruto</b>	<b>3.438</b>	<b>3.064</b>	<b>12,2%</b>	<b>9.978</b>	<b>8.944</b>	<b>11,6%</b>
Margem bruta	19,7%	22,2%	-2,5 p.p.	20,9%	22,1%	-1,2 p.p.
Despesas de VG&A	(2.117)	(1.948)	8,7%	(6.139)	(5.693)	7,8%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>1.339</b>	<b>1.129</b>	<b>18,6%</b>	<b>3.878</b>	<b>3.289</b>	<b>17,9%</b>
Margem EBITDA ajustada	7,7%	8,2%	-0,5 p.p.	8,1%	8,1%	0 p.p.
Depreciação e amortização	(257)	(257)	0,0%	(775)	(743)	4,3%
Resultado de equivalência patrimonial	(5)	-	n.m.	(7)	(1)	n.m.
Outras receitas (despesas)	(48)	5	n.m.	(62)	(845)	-92,7%
<b>EBIT</b>	<b>1.011</b>	<b>864</b>	<b>17,0%</b>	<b>2.995</b>	<b>1.662</b>	<b>80,2%</b>
Despesas financeiras líquidas	(121)	(135)	-10,4%	(439)	(377)	16,4%
<b>Resultado antes dos impostos e contribuição social</b>	<b>890</b>	<b>729</b>	<b>22,1%</b>	<b>2.556</b>	<b>1.285</b>	<b>98,9%</b>
Imposto de renda	(205)	(224)	-8,5%	(717)	(702)	2,1%
<b>Lucro líquido</b>	<b>685</b>	<b>505</b>	<b>35,6%</b>	<b>1.839</b>	<b>583</b>	<b>215,4%</b>
<b>Lucro líquido, controladores</b>	<b>687</b>	<b>430</b>	<b>59,8%</b>	<b>1.736</b>	<b>377</b>	<b>360,5%</b>
Lucro líquido - Acionistas minoritários (NCI)	-2	75	-102,7%	103	206	-50,0%

## Anexo II – Balanço Patrimonial Consolidado

Em R\$ Milhões	Setembro 2020	Dezembro 2019	Setembro 2019
<b>Ativos</b>			
Caixa e equivalente de caixa	2.456	5.322	402
Títulos e valores mobiliários	-	287	290
Contas a receber	2.129	1.206	946
Crédito ao consumidor concedido pela empresa de soluções financeiras	8.293	8.426	7.419
Estoques	7.783	5.949	6.029
Impostos a recuperar	854	591	512
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	137	64	56
Instrumentos financeiros derivativos	473	-	9
Despesas antecipadas	158	83	108
Outras contas a receber	153	227	178
<b>Ativo Circulante</b>	<b>22.436</b>	<b>22.155</b>	<b>15.949</b>
Contas a receber	3	5	5
Crédito ao consumidor concedido pela empresa de soluções financeiras	412	440	395
Instrumentos financeiros derivativos	252	-	-
Títulos e valores mobiliários	357	10	5
Impostos a recuperar	3.847	3.612	3.423
Imposto de renda e contribuição social diferidos	479	476	454
Despesas antecipadas	33	28	29
Depósitos e bloqueios judiciais	2.440	2.382	2.364
Outras contas a receber	86	26	27
Propriedade para investimentos	400	408	411
Investimentos	112	127	76
Imobilizado	13.346	12.915	11.977
Intangível e ágio	2.278	2.328	2.291
<b>Ativo não Circulante</b>	<b>24.045</b>	<b>22.757</b>	<b>21.457</b>
<b>Ativo total</b>	<b>46.481</b>	<b>44.912</b>	<b>37.406</b>



## Anexo II – Balanço Patrimonial Consolidado

<i>Em R\$ Milhões</i>	<b>Setembro 2020</b>	<b>Dezembro 2019</b>	<b>Setembro 2019</b>
<b>Passivo de arrendamento</b>			
Fornecedores	8.975	12.187	6.733
Empréstimos	2.781	19	1.087
Passivo de arrendamento	126	182	129
Operação com cartão de crédito	6.141	5.941	5.838
Impostos a recolher	334	282	264
Imposto de renda e contribuição social	78	239	118
Obrigações trabalhistas	1.020	690	739
Dividendos a pagar	209	90	203
Receita diferida	41	10	15
Outras contas a pagar	425	414	399
Instrumentos financeiros derivativos	-	5	-
<b>Passivo Circulante</b>	<b>20.130</b>	<b>20.059</b>	<b>15.525</b>
Empréstimos	3.445	2.837	1.854
Passivo de arrendamento	1.539	1.446	791
Operações com cartão de crédito	449	986	217
Imposto de renda e contribuição social diferidos	551	534	528
Provisões	3.733	3.847	3.963
Provisões (imposto de renda e contribuição social)	496	466	447
Receita diferida	21	18	19
Outras contas a pagar	23	14	14
<b>Passivo não Circulante</b>	<b>10.257</b>	<b>10.148</b>	<b>7.833</b>
Capital social	7.649	7.643	7.636
Reserva de capital	2.189	2.178	2.177
Reservas de lucros	3.472	3.966	2.953
Efeito líquido da aquisição de participação de minoritários	(282)	(282)	(282)
Lucros acumulados	1.736	-	377
Ajuste de avaliação patrimonial	16	(1)	5
<b>Patrimônio líquido atribuído aos acionistas controladores</b>	<b>14.780</b>	<b>13.504</b>	<b>12.866</b>
<b>Participação de não controladores</b>	<b>1.314</b>	<b>1.201</b>	<b>1.182</b>
<b>Total passivo e patrimônio líquido</b>	<b>46.481</b>	<b>44.912</b>	<b>37.406</b>

## Anexo III - Banco Carrefour

### Análise da Carteira de Créditos Vencidos

#### Metodologia BACEN

Em R\$ milhões	Setembro 20		Junho 20		Março 20		Dezembro 19		Setembro 19	
Carteira Total	10.103	100,0%	9.636	100,0%	10.175	100,0%	10.098	100,0%	9.002	100,0%
Carteira em Dia	8.562	84,7%	7.848	81,4%	8.653	85,0%	8.663	85,8%	7.633	84,8%
Atraso 30 dias	1.391	13,8%	1.641	17,0%	1.415	13,9%	1.300	12,9%	1.198	13,3%
Atraso 90 dias	1.193	11,8%	1.266	13,1%	1.080	10,6%	1.002	9,9%	903	10,0%
Saldo de PDD	1.447	14,3%	1.358	14,1%	1.251	12,3%	1.168	11,6%	1.035	11,5%
PDD / Atraso 90 dias	121,3%		107,3%		115,8%		116,6%		114,6%	

#### IFRS 9

Em R\$ milhões	Setembro 20		Junho 20		Março 20		Dezembro 19		Setembro 19	
Carteira Total	12.325	100,0%	11.616	100,0%	11.876	100,0%	11.570	100,0%	10.287	100,0%
Carteira em Dia	8.544	69,3%	7.835	67,4%	8.359	70,4%	8.592	74,3%	7.560	73,5%
Atraso 30 dias	3.608	29,3%	3.619	31,2%	3.233	27,2%	2.803	24,2%	2.510	24,4%
Atraso 90 dias	3.372	27,4%	3.195	27,5%	2.734	23,0%	2.432	21,0%	2.147	20,9%
Carteira até 360 dias										
Atraso 30 dias	1.464	14,4%	1.718	17,7%	1.599	15,6%	1.402	13,8%	1.291	14,2%
Atraso 90 dias	1.227	12,1%	1.294	13,3%	1.099	10,7%	1.032	10,1%	928	10,2%
Saldo de PDD	3.770	30,6%	3.424	29,5%	3.113	26,2%	2.819	24,4%	2.588	25,2%
PDD / Atraso 90 dias	111,8%		107,2%		113,9%		115,9%		120,6%	

**EBITDA:** Consiste no “Lucro líquido do exercício” (ou período) ajustado pelo “Resultado financeiro líquido”, pelo “Imposto de renda e contribuição social” 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, menos os juros recebidos de investimentos de curto prazo, mais caixa utilizado em variações de depósitos judiciais e bloqueio judicial de depósitos, e receita de juros não realizados proveniente de títulos e valores mobiliários, 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 de 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 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.