



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

Resultados do

< 1T 2022 >

6 de maio de 2022



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL



Sumário Executivo



Digitalização



Responsabilidade



Expansão



Expansão

R\$ 20,8 bi receita bruta
1T22 (+14,5% a/a)

+40 novas lojas
Atacadão em 12 meses

+100 bps market share
Total Grupo vs. 1T21



Loja Santarém - PA

252 lojas Atacadão
+2 no 1T22 +7 em construção

+4 lojas Express
no 1T22



Equipe cartões Carrefour

Billings do banco crescendo
10,6% vs 1T21

Off-us crescendo e novos produtos
com mais um forte trimestre



Loja BIG São Paulo - SP

**Intensa preparação interna para
integração do Grupo BIG**

Decisão final do CADE esperada até
o final do 2T22, dentro do planejado

Digitalização

R\$ 1,1 bi em GMV
no 1T22 (x1.5 vs. 1T21)

x2,5 vs. 1T21
E-commerce alimentar

3P não alimentar +43% a/a
Fortalecimento do *marketplace*



Divulgação e-commerce – Florianópolis - SC

E-commerce alimentar 1T22

Varejo: 5.1% das vendas de alimentos

Atacadão: 2.3% das vendas totais



Picking in-store – São Paulo - SP

Full roll out do picking in store no varejo

100 hiper, 54 super, 142 proximidade, 121 drogaria

Clientes, vendas e ticket mais que dobram vs. dez/21

Atualmente mais de 30% dos clientes recomparam seus produtos de forma rápida e intuitiva (~5x maior que o histórico)



Serviços digitais varejo

Novos serviços digitais no varejo

5 novos serviços lançados em 2022

Diversificação e melhora da experiência digital

Responsabilidade com clientes, colaboradores e sociedade

662 ton alimentos doados
5 ton campanha de Petrópolis

Economia circular
37 ton de embalagens evitadas

Empreendedorismo negro
11 fornecedores promovidos



Produtos de marca própria Carrefour

Clientes

19,7% de penetração

de marca própria nas vendas do 1T22
(+4,8 p.p. vs 1T21)



Selo Paulista de Diversidade

Colaboradores

Reconhecimento das práticas de diversidade com o recebimento do Selo Paulista de Diversidade



Modal de transporte ferroviário

Sociedade

Novo modal de transporte

1º embarque de carga no modal ferroviário
Redução na emissão de gases de efeito estufa



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

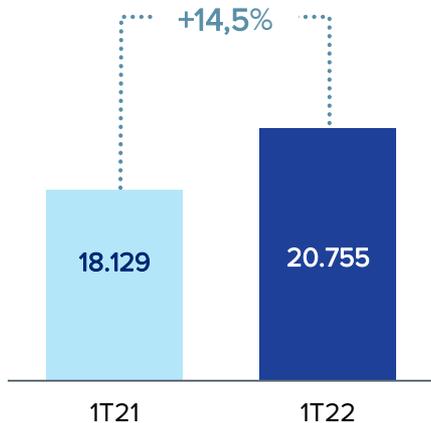
Resultados Consolidados
1T22

Forte crescimento em vendas com recuperação em volumes de alimentos

Dinâmica muito forte de *market share*

Vendas Brutas

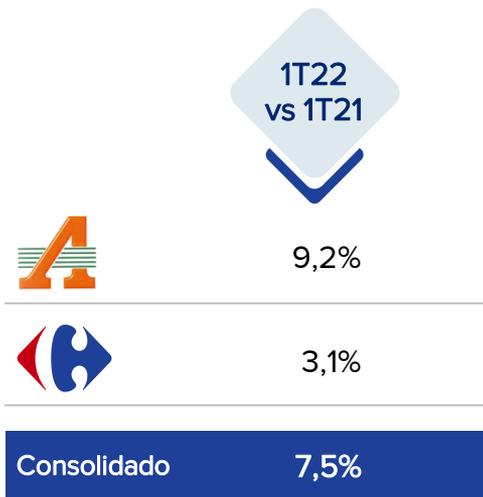
Com Gasolina (R\$ Milhões)



100 bps
market share
1T22

LFL Consolidado

(Ex- Gasolina)

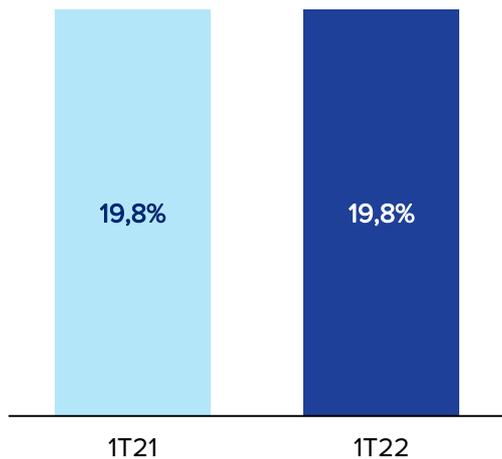


Manutenção da eficiência operacional

A força do ecossistema sustentando os níveis de eficiência

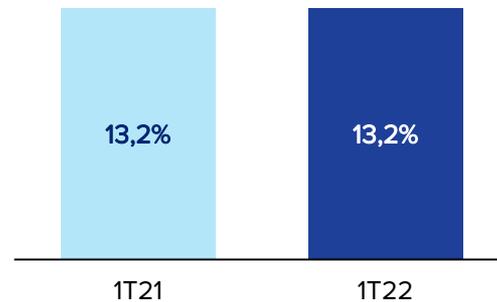
Margem Bruta

como % das Vendas Líquidas



SG&A

como % das Vendas Líquidas

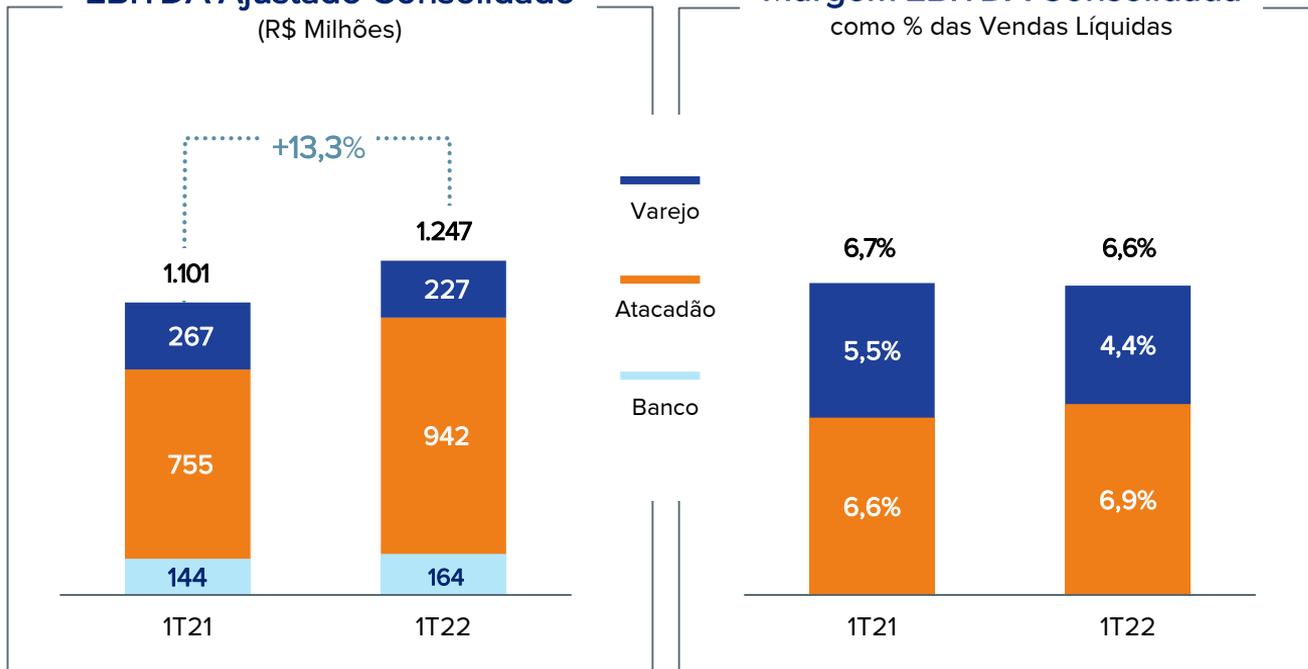


Crescimento de dois dígitos de EBITDA consolidado

Recorde em um primeiro trimestre com Atacadão crescendo 24,8%

EBITDA Ajustado Consolidado
(R\$ Milhões)

Margem EBITDA Consolidada
como % das Vendas Líquidas



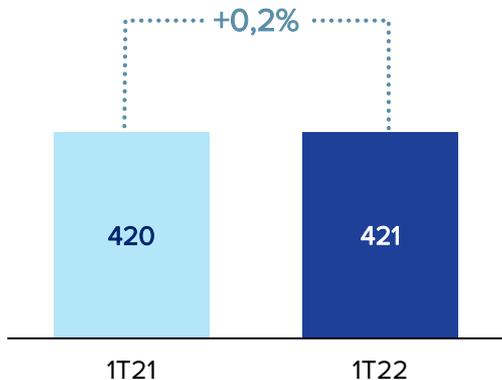
“Dia A” Atacadão 2022 São Paulo -- SP

Forte lucro líquido

Geração de caixa operacional consistentemente

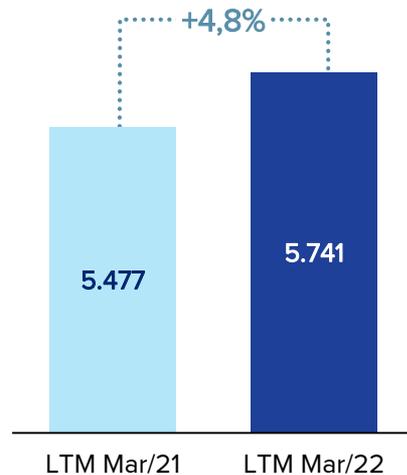
Lucro Líquido Aj. Part. Control.

(em R\$ milhões)



Fluxo de Caixa Operacional

(em R\$ milhões)

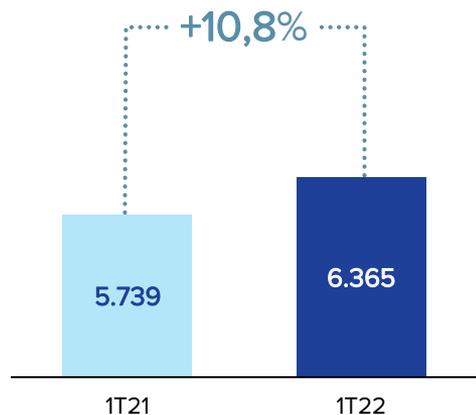


Sustentando
alto nível de
Fluxo de Caixa
Operacional

Endividamento em níveis saudáveis

Solidez financeira da Companhia garante manutenção do *rating* pela S&P

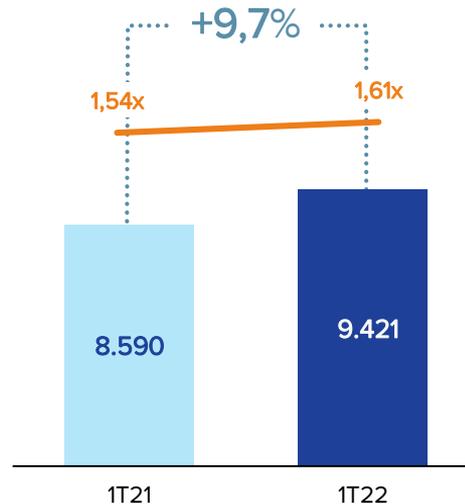
Dívida Líquida (ex-lease e recebíveis)*
(em R\$ milhões)



↑
Não considera
desconto de
recebíveis
↓

*Não inclui lease e desconto de recebíveis de R\$ 903 milhões no 1T 22.

Dívida Líquida (incl. lease e recebíveis) e Múltiplo
(em R\$ milhões e % do LTM EBITDA Aj.)



S&P rating

AAAb

Relatório de 29 de
abril confirmando a
manutenção do
rating





GRUPO
CARREFOUR
BRASIL



Atacadão
1T22



Expansão

Ritmo de abertura de lojas mantido e aceleração online

252 lojas de autosserviço e 33 atacados de entrega

+2 lojas 1T22

+7 em estágio pré-operacional

+40 lojas

nos últimos 12 meses

124 lojas

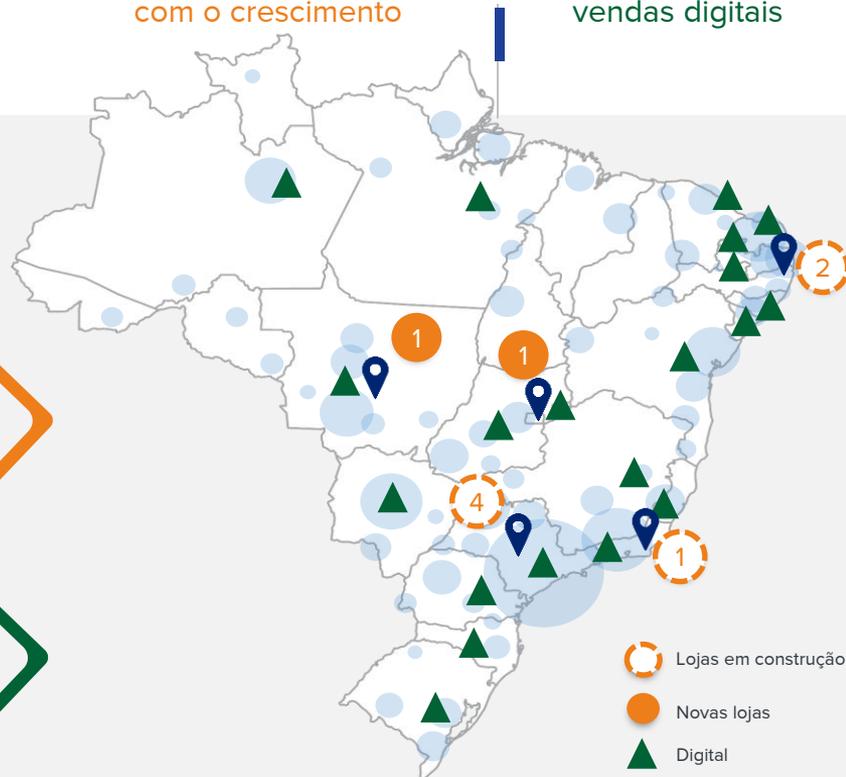
com digital B2C em Mar/22

33 lojas

com digital B2B em Mar/22

+9,7%
contribuição da expansão
com o crescimento

+2,3%
de participação das
vendas digitais

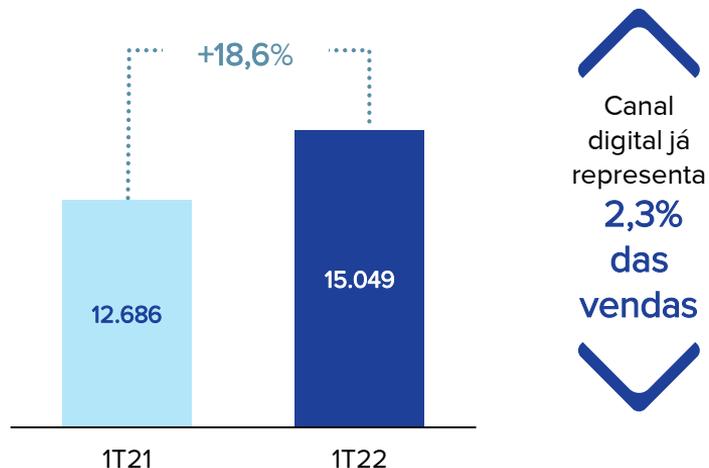


Performance de vendas

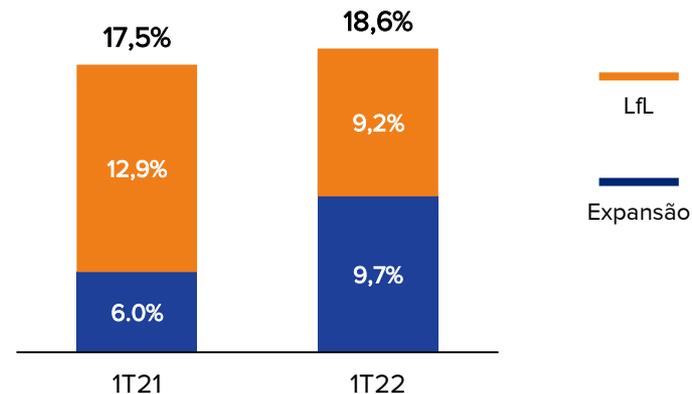
Conhecimento do mercado e poder de escala gerando forte crescimento e aceleração digital

Vendas Brutas

(R\$ Milhões)



Contribuição Expansão e LfL



Rentabilidade total cresce 25%

Compras oportunísticas e *ramp-up* das lojas melhorando os níveis de rentabilidade

Margem Bruta

(% de vendas líquidas)

Compras oportunísticas levando margem bruta a

15,5% no 1T22 (+0,7 p.p. vs. 1T21)

Despesas VG&A

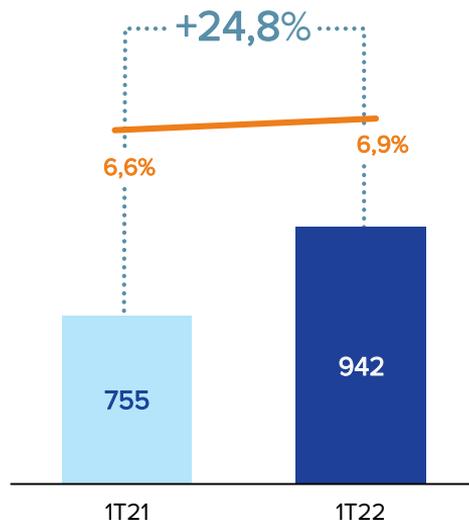
(% de vendas líquidas)

Mantendo a eficiência com despesas VG&A em

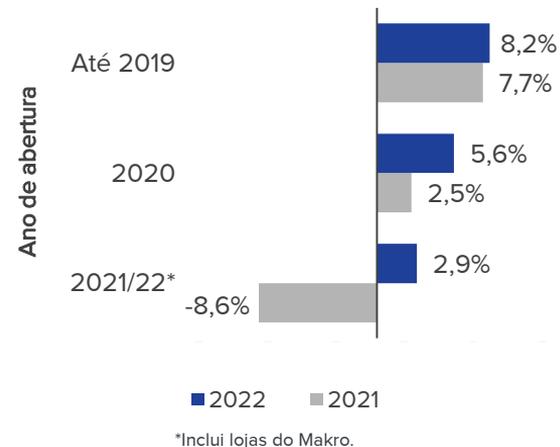
8,6% no 1T22

EBITDA Ajustado e margem

(em R\$ milhões e % de vendas líquidas)



Performance por safra





GRUPO
CARREFOUR
BRASIL



Carrefour Varejo
1T22



Foco no cliente

Hipermercados aumentando a relevância comercial e omnicanal e capturando novos clientes



NPS dos hipermercados

+ 1,7 p.p.
vs. Março/21



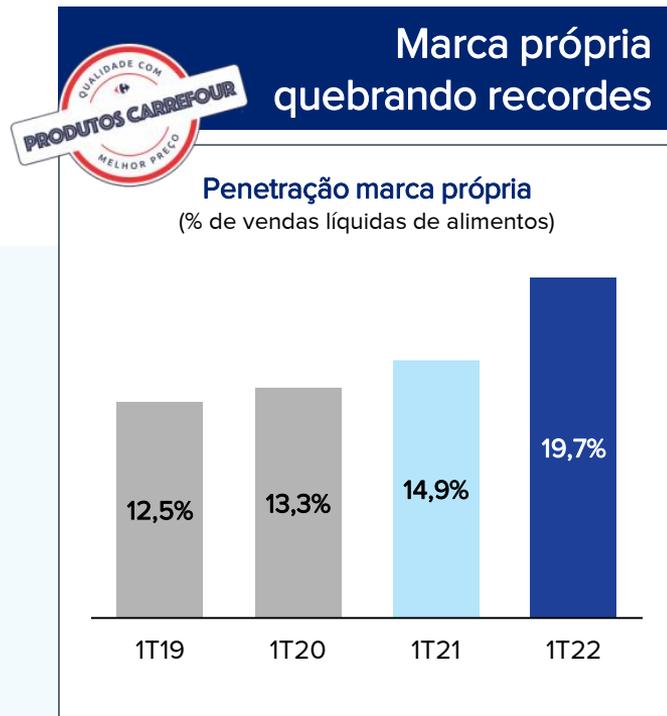
100% das lojas com picking in-store

clientes, vendas e ticket
mais que dobram vs. dez/21



Novos serviços digitais

melhora na experiência
digital

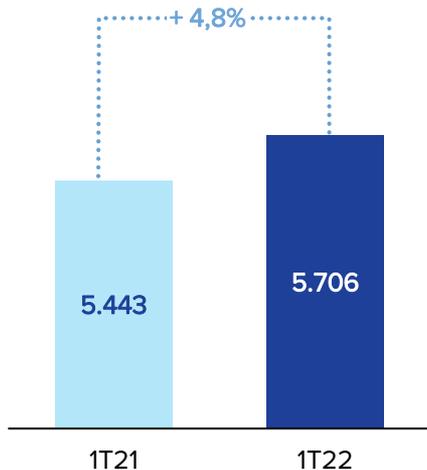


Performance de vendas

Crescimento de volume de volta ao território positivo

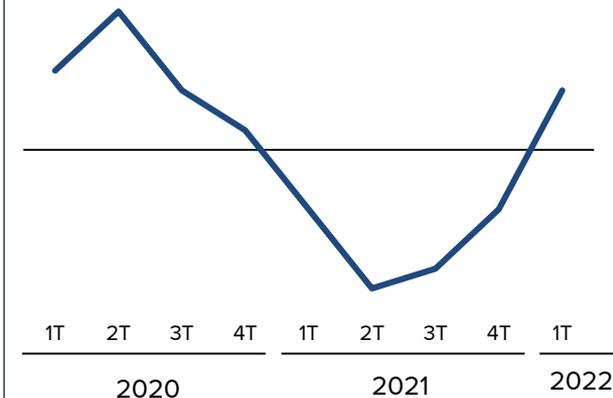
Vendas Brutas

(R\$ Milhões)



Volumes

(evolução a/a)



LfL 1T22 vs. 1T21

< 3,1% LfL sem gasolina >

+8,4% Alimentar

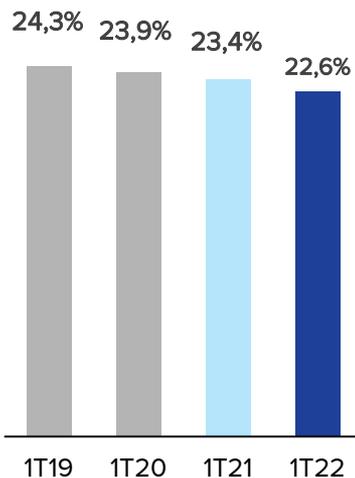
+12,8% Bazar e Têxtil

-16,7% Eletroeletrônico

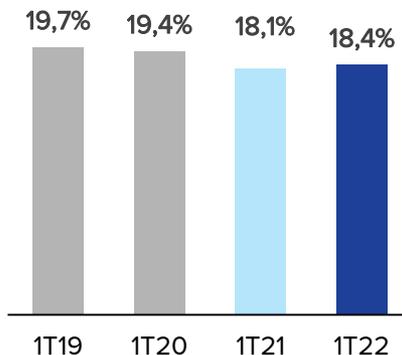
Rentabilidade com investimento no poder de compra do cliente

Impulsionada pela constante eficiência de custos dos últimos 3 anos

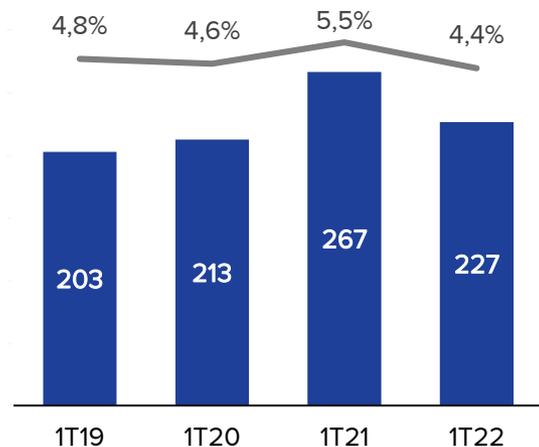
Evolução margem bruta
(% de vendas líquidas)



Evolução despesas VG&A
(% de vendas líquidas)



EBITDA Ajustado e margem
(em R\$ milhões e % de vendas líquidas)





GRUPO
CARREFOUR
BRASIL



E-commerce
1T22



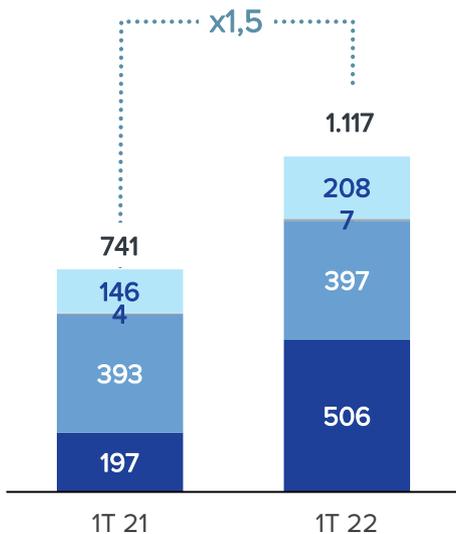
GMV Alimentar impulsionado pelo Atacadão

Full roll out do modelo *picking in store* no Varejo

GMV Total

(R\$ milhão)

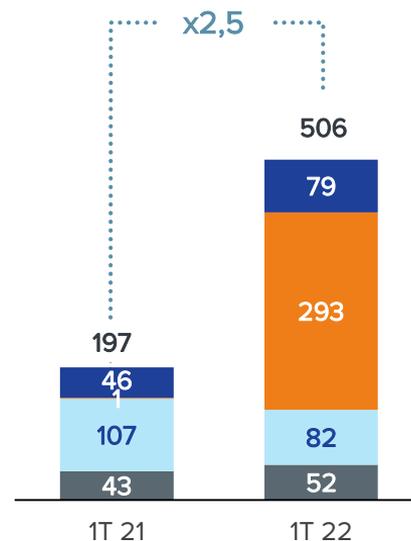
- 3P CRF
- 3P ATC
- GMV Não Alimentar
- GMV Alimentar



Composição GMV Alimentar

(R\$ milhão)

- 1P CRF
- 1P ATC
- Entrega Rápida CRF
- Entrega Rápida ATC



2,3%
participação nas
vendas totais
Atacadão

5,1%
participação nas
vendas de
alimentos
Varejo



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL



Banco Carrefour
1T22

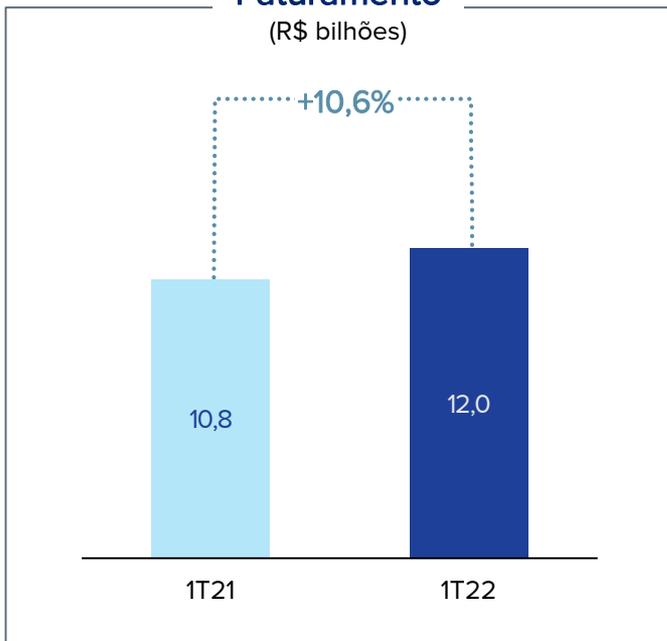


Faturamento

Fortes resultados em um ambiente difícil

Faturamento

(R\$ bilhões)



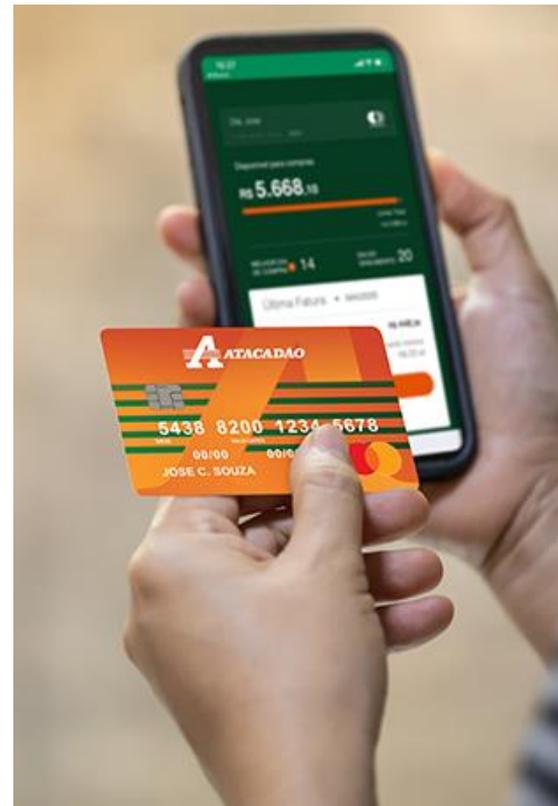
Canal *off-us* com sólidos resultados

+17,7% a/a

Cross-sell e novos produtos:

+38,2% a/a

20% de crescimento de TPV* Apag



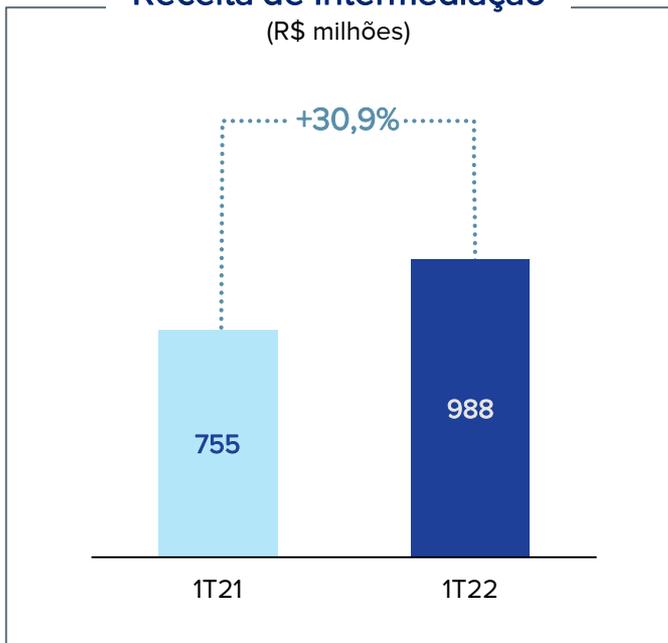
Conta digital e cartão Atacadão

Receita e gerenciamento de riscos

Aumento do nível para manter a qualidade do nosso portfólio

Receita de Intermediação

(R\$ milhões)

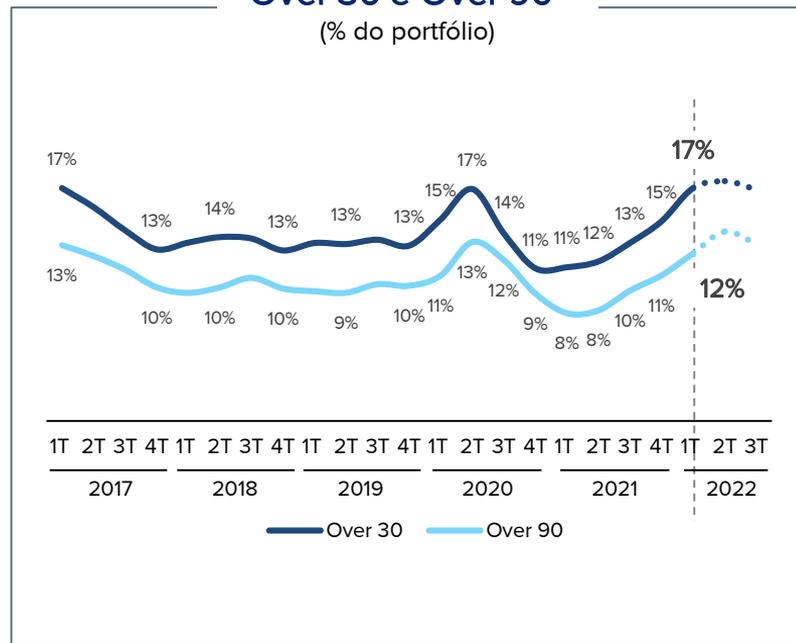


Índice de eficiência operacional:

31,0%
5,7 p.p.
 melhor a/a

Over 30 e Over 90*

(% do portfólio)



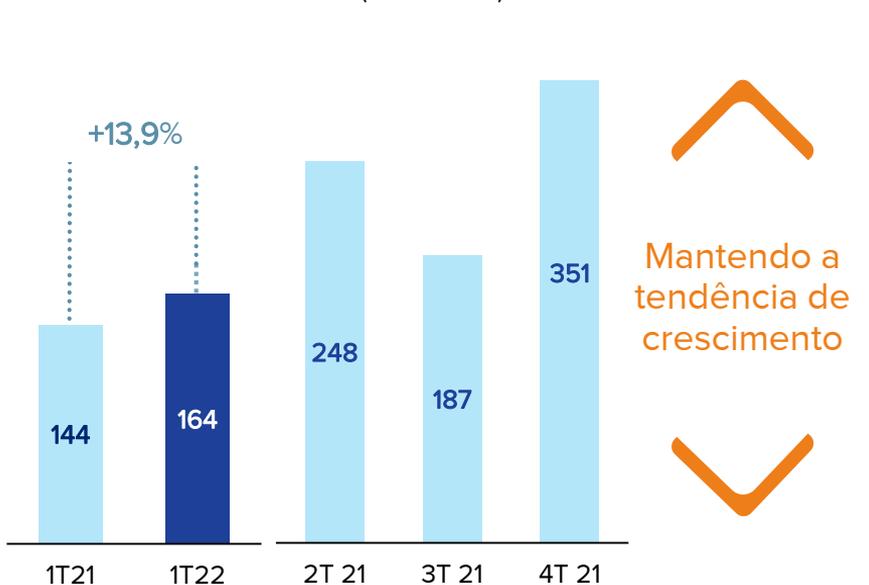
*metodologia BACEN nº 2682/99

Rentabilidade

Uma equação risco-retorno balanceada

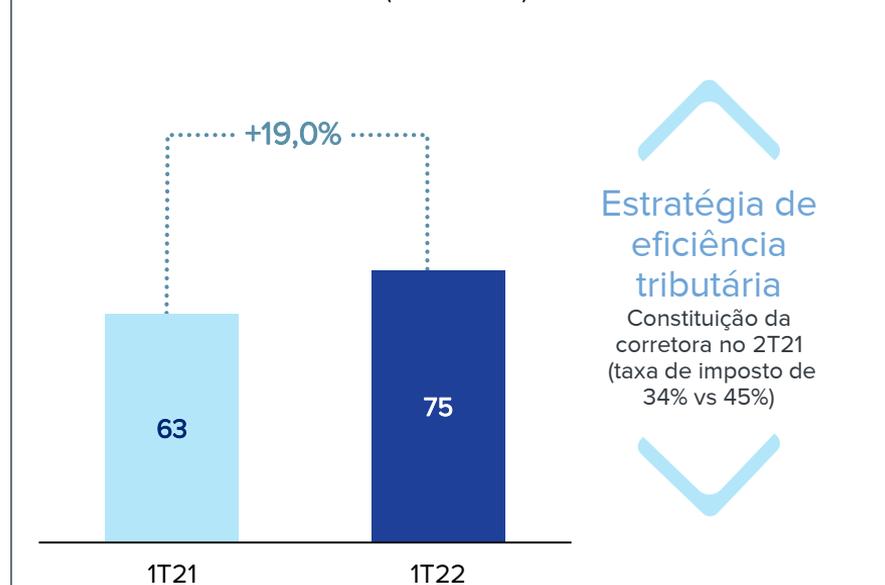
EBITDA Ajustado

(R\$ Milhões)



Lucro Líquido

(R\$ Milhões)





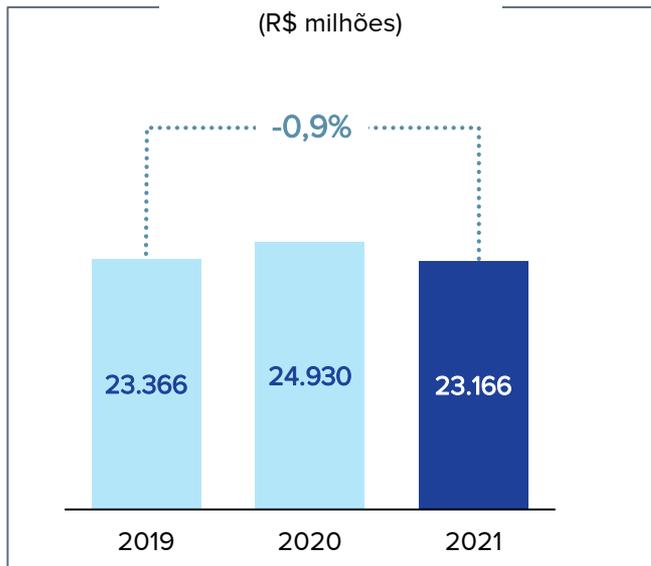
GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

< Atualização Grupo BIG >

Destques do ano de 2021

Resultados resilientes e execução do plano de conversão de lojas

Vendas Brutas
(R\$ milhões)



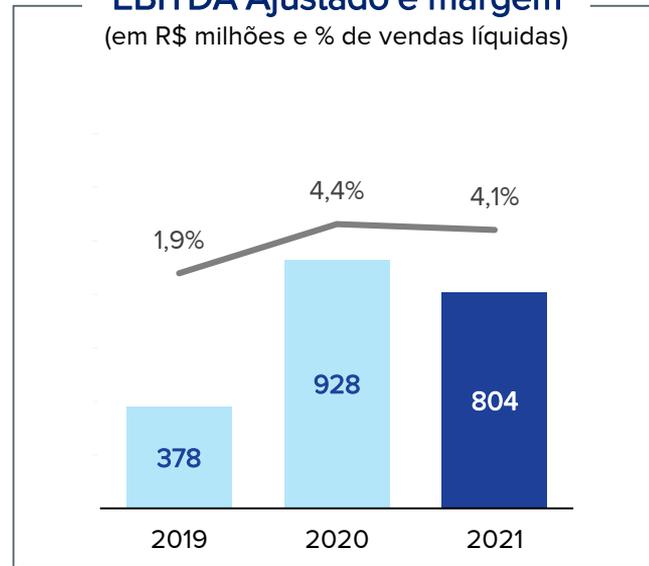
Margem Bruta
(% de vendas líquidas)

25,4% em 2021
+0,8 p.p. vs. 2019

Despesas VG&A
(% de vendas líquidas)

22,2% em 2021
+0,4 p.p. vs. 2019

EBITDA Ajustado e margem
(em R\$ milhões e % de vendas líquidas)



Capex Total = R\$ 632 milhões em 2021 (+6,4% vs. 2020)

Capex de 21 Conversões = R\$ 500 milhões (ou 79% do Capex Total)



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL



Conclusão





SERVIÇOS

Carrefour

Clique no serviço desejado para saber mais

NOVO!	NOVO!	Avalie
\$ Consórcio	Reparo de Smartphone	
NOVO!	NOVO!	

R\$40
EM COMPRAS DE PRODUTOS P&G PELA CORNERSHOP, O FRETE SAI NA FAIXA!

De R\$ 40 a 30% off, nas compras de R\$ 40,00 ou mais no Atacadão em produtos das marcas Always, Ariel, Aussie, Downy, Gillette, Dial Spic, Dial B, Pampers, Pantene e Head & Shoulders, você tem frete grátis pelo app da CornerShop.

+ Ágil + Digital + Responsável

prontos para
uma grande integração



Disclaimer

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



Contatos de
RI

David Murciano
CFO e Diretor de RI

Natália Lacava
Diretora de RI

Ludimila Aielo
| Victor Bento
Especialistas de RI

Telefone: +55 11 3779-8500
ribrasil@carrefour.com
ri.grupocarrefourbrasil.com.br



Resultados do

< 1T 2022 >

6 de maio de 2022



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

Perguntas e Respostas