

Resultados 1T 2022

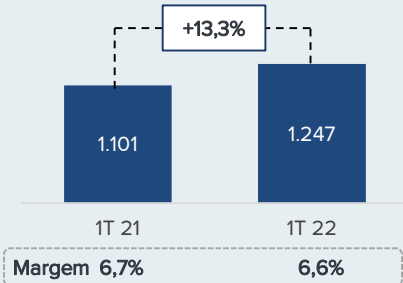


GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

EBITDA Ajustado recorde em um primeiro trimestre, impulsionado pelo crescimento de 13,3%, demonstrando a força do nosso ecossistema

Grupo Carrefour Brasil

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



Mais um crescimento de dois dígitos no EBITDA

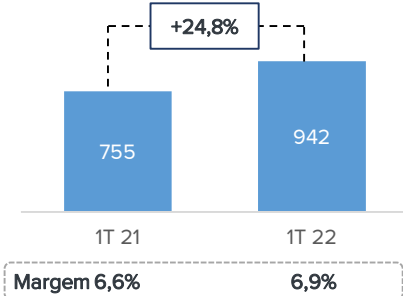
Vendas brutas
R\$ 20,8 bi
+14,5% a/a

EBITDA Ajustado
R\$ 1,2 bi
+13,3% a/a

Lucro Líquido Ajustado
R\$ 421 mi
+0,2% a/a

Atacado

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

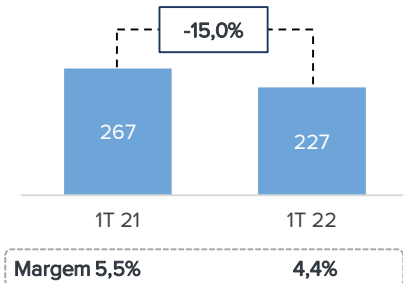


Forte crescimento de 24,8% no EBITDA Aj. a/a com melhora de margens

- Vendas Brutas: **R\$ 15,0 bilhões** +18,6% de crescimento total a/a (expansão contribuindo com 9,7%)
- **LfL volta a forte território positivo**: +9,2% LfL no 1T com volumes estabilizando gradualmente
- **Aceleração do canal digital**, representando 2,3% das vendas totais do Atacado no 1T22 (vs 0,3% no 1T21)
- **EBITDA Ajustado com forte crescimento de 24,8% para R\$ 942 milhões**
- Expansão da Margem EBITDA Aj. de **0,3 p.p. para 6,9%** mesmo com aceleração da expansão; lojas maduras (abertas até 2019) registraram ganho de margem de **0,5 p.p. para 8,2%** e margem de novas lojas crescendo **4,8 p.p.**
- Melhoras contínuas de tendências em abril, com fortes resultados vindos de iniciativas comerciais, incluindo a campanha de **Aniversário do Atacado**

Carrefour Varejo

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

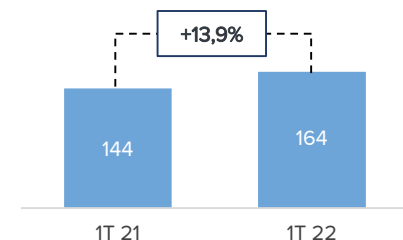


Crescimento de volume; nível de EBITDA Aj. refletindo o foco no cliente no longo prazo

- Vendas brutas: **R\$ 5,7 bilhões** +4,8% de crescimento total a/a
- LfL de +7,0% a/a (**+8,4% LfL de alimentos**) sobre +15,0% de LfL no 1T21 vs 1T19
- **Volumes voltam a território positivo** com produtos de **marca própria** atingindo **penetração recorde de 19,7%**
- Implementação completa do **picking in store** com **1P alimentar crescendo +72,7% a/a**
- **Despesas VG&A crescem abaixo do IPCA**, demonstrando nossa eficiência operacional
- **EBITDA ajustado de R\$ 227 milhões** ou 4,4% da receita líquida, refletindo nossa iniciativa de melhorar o posicionamento de preço e imagem e atrair novos clientes em meio ao pico da inflação; aumento do tráfego em nosso ecossistema
- Iniciativas implementadas no trimestre **ganhando tração em abril**

Banco Carrefour

EBITDA Aj. (R\$ milhões)



Uma equação equilibrada de risco-retorno

- Faturamento total: **R\$ 12,0 bilhões** no 1T22 (+10,6% a/a) e **carteira de crédito cresce 14,2% a/a**
- **+15,0% de crescimento de faturamento no cartão Atacado**, +7,8% no cartão Carrefour
- **Crescimento contínuo do canal off-us**: +17,7% no 1T22 y/y
- Forte trimestre para **vendas cruzadas e novos produtos**: **+38,2% a/a**, impulsionado por empréstimos pessoais
- **NPL** mais alto pelo ambiente econômico desafiador
- **EBITDA ajustado de R\$ 164 milhões** no 1T22, mantendo a tendência de crescimento contínuo
- **Lucro líquido de R\$ 75 milhões (+19,0% a/a)** demonstrando a expertise em gestão de riscos do Banco Carrefour

Em R\$ milhões	Consolidado			Atacadão			Carrefour Varejo			Banco Carrefour		
	1T 22	1T 21	Δ%	1T 22	1T 21	Δ%	1T 22	1T 21	Δ%	1T 22	1T 21	Δ%
Vendas Brutas	20.755	18.129	14,5%	15.049	12.686	18,6%	5.706	5.443	4,8%			
Vendas Líquidas	18.846	16.413	14,8%	13.680	11.520	18,8%	5.166	4.893	5,6%			
Lucro Bruto	3.723	3.246	14,7%	2.114	1.698	24,5%	1.165	1.146	1,7%	449	407	10,3%
<i>Margem Bruta</i>	<i>19,8%</i>	<i>19,8%</i>	<i>0,0 p.p.</i>	<i>15,5%</i>	<i>14,7%</i>	<i>0,7 p.p.</i>	<i>22,6%</i>	<i>23,4%</i>	<i>-0,9 p.p.</i>			
Despesas VG&A (2)	(2.490)	(2.159)	15,3%	(1.176)	(948)	24,1%	(948)	(888)	6,8%	(285)	(263)	8,4%
<i>%VG&A de Vendas Líquidas</i>	<i>-13,2%</i>	<i>-13,2%</i>	<i>-0,1 p.p.</i>	<i>-8,6%</i>	<i>-8,2%</i>	<i>-0,4 p.p.</i>	<i>-18,4%</i>	<i>-18,1%</i>	<i>-0,2 p.p.</i>			
EBITDA Ajustado (1) (2)	1.247	1.101	13,3%	942	755	24,8%	227	267	-15,0%	164	144	13,9%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>6,6%</i>	<i>6,7%</i>	<i>-0,1 p.p.</i>	<i>6,9%</i>	<i>6,6%</i>	<i>0,3 p.p.</i>	<i>4,4%</i>	<i>5,5%</i>	<i>-1,1 p.p.</i>			
Lucro Líquido Aj., controlador	421	420	0,2%									
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	<i>2,2%</i>	<i>2,6%</i>	<i>-0,3 p.p.</i>									

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -5 milhões e R\$ -5 milhões entre Banco e Varejo em 2022 e 2021, respectivamente; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -81 milhões e R\$ -60 milhões em 2022 e 2021, respectivamente.

Stéphane Maquaire, CEO, declarou:

“ O Grupo Carrefour Brasil apresentou outro desempenho muito sólido no primeiro trimestre, demonstrando mais uma vez a força do nosso ecossistema e nossa capacidade de estar ao lado dos consumidores brasileiros em meio ao ambiente desafiador do país. A expansão contínua no Atacadão, o retorno aos volumes positivos de alimentos no Carrefour Varejo, a aceleração do digital em todo o Grupo e outro trimestre de forte crescimento do faturamento no Banco Carrefour, contribuíram para nosso crescimento de dois dígitos em vendas e EBITDA Ajustado no trimestre. O Grupo Carrefour Brasil ficará ainda mais forte com a aquisição do Grupo BIG, cujo fechamento esperamos até o final do trimestre em andamento. Isso nos permitirá aumentar ainda mais nossa capacidade de fornecer aos clientes produtos e serviços de qualidade a preços competitivos em uma ampla variedade de formatos e múltiplos canais, ao mesmo tempo em que criamos valor para nossos acionistas. ”



Novos Avanços em ESG

O Grupo Carrefour Brasil avançou ainda mais nos aspectos Ambientais, Sociais e de Governança (ESG) no 1T22.

Ambiental

Desmatamento Zero

Dentre as fazendas monitoradas 90% estão em conformidade com a política de compra de carne do Grupo (vs. 87% no 4T21) e os 10% que não estão conformes (vs. 13% no 4T21) estão bloqueados ou em processo de requalificação

37 toneladas de embalagens evitadas

+129% vs. 1T21

Economia Circular

Logística reversa

31 toneladas de produtos coletados no 1T22 (+255% vs. 1T21)

Transporte

Embarque de cargas no modal ferroviário garantindo mais eficiência, segurança e menor emissão de gases de efeito estufa



Social



Luta contra o desperdício e a fome

Iniciativa Recorrente

662 toneladas de alimentos doados

490.000 beneficiários

Campanhas especiais

5 toneladas de alimentos doados a Petrópolis – RJ que foi atingida por enchentes

106.000 beneficiários

Acelerando o empreendedorismo negro

Promoção de 11 fornecedores negros em 22 de nossas lojas (vs 10 lojas no 4T 21)

O Grupo recebeu um reconhecimento do Governo do Estado de São Paulo por suas práticas de diversidade.

Liderança

38% mulheres

54% negros no 1T22



Resultados Financeiros Consolidados

Vendas

Dinâmica positiva de *market share*

O Grupo Carrefour Brasil ganhou 1 p.p. de *market share* a/a até março de 2022 (YTD), de acordo com a Nielsen, superando significativamente o mercado.

Forte desempenho impulsionado pela categoria alimentar

As vendas consolidadas do Grupo Carrefour Brasil totalizaram R\$ 20,8 bilhões no 1T22, +14,5% a/a (+8,5% LfL) ou +13,7% a/a excluindo gasolina (+7,5% LfL), impulsionado principalmente pelo sólido crescimento na categoria alimentar em todos os segmentos. As vendas brutas do Atacadão cresceram 18,6% no trimestre (+9,2% LfL) e o Varejo cresceu 0,7% (3,1% LfL), com os volumes de alimentos voltando a território positivo. Esse desempenho é ainda mais relevante considerando que se soma a um crescimento de 28,0% em dois anos (1T21 vs 1T19), com volumes em recuperação.

+1 p.p.
Grupo Carrefour Brasil
Market Share no 1T

Aceleração digital impulsionada por alimentos

O GMV total atingiu R\$ 1,1 bilhão no 1T 22, crescendo 50,8% em relação ao mesmo período do ano anterior e 10,4% em relação ao 4T 21 – o trimestre mais forte do ano. O crescimento de alimentos foi forte nos canais físico e digital, com este último crescendo 2,5x no 1T 22, impulsionado pela escalabilidade do Atacadão e pela recente iniciativa de *picking in store* do Varejo.

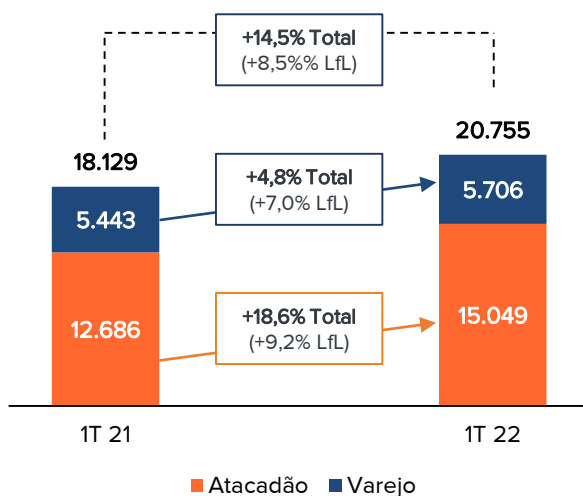
Contínua expansão

A expansão do Grupo Carrefour Brasil continuou no 1T 22 e inauguramos 2 lojas Cash & Carry, totalizando 252 lojas até o final de março. O Atacadão abriu 37 lojas e 3 Atacadões nos últimos 12 meses, o que contribuiu com 9,7% para o crescimento do faturamento no 1T 22. Há 7 lojas no pipeline da Companhia a serem inauguradas em breve.

Banco Carrefour: sólido crescimento do faturamento

O faturamento bruto do Banco Carrefour continuou crescendo e atingiu R\$ 12,0 bilhões no 1T 22, +10,6% a/a. Esse desempenho foi impulsionado pelos cartões de crédito Carrefour (+7,8%) e Atacadão (+15,0%). O desempenho também foi positivo em cross-sell e novos produtos, que contribuíram com 38,2%, beneficiados pela aceleração dos Empréstimos Pessoais.

Evolução Vendas Brutas
(em R\$ milhões)



	1T 21	1T 22					
	LFL	Vendas Brutas (R\$MM)	LFL s/ efeito Calendário	Efeito Calendário	LfL c/ efeito Calendário	Expansão	Total (%)
Atacadão	12,9%	15.049	9,2%	-0,7%	8,5%	9,7%	18,6%
Carrefour (s/ gasolina)	8,6%	4.841	3,1%	-2,5%	0,6%	0,1%	0,7%
Gasolina	-7,7%	864	36,4%	0,0%	36,4%	0,0%	36,4%
Carrefour (c/ gasolina)	6,4%	5.706	7,0%	-2,2%	4,8%	0,0%	4,8%
Consolidado (s/ gasolina)	11,6%	19.890	7,5%	-1,2%	6,3%	7,0%	13,7%
Consolidado (c/ gasolina)	10,8%	20.755	8,5%	-1,2%	7,3%	6,8%	14,5%
Faturamento Total Banco Carrefour	n.a.	11.963	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	10,6%

Outras Receitas

Forte contribuição do banco; galerias recuperando

Outras receitas totalizaram R\$ 1,2 bilhão no 1T22, +30,0% a/a, impulsionadas pelo aumento das receitas do banco, refletindo a continuidade da maior propensão a empréstimos dos clientes em um ambiente econômico difícil, bem como a recuperação dos aluguéis em nossa galerias, que foram impactadas pelo ambiente COVID-19 no 1T21 e cuja taxa de vacância voltou ao nível pré-pandemia.

Margem Bruta Consolidada e VG&A

Um ecossistema forte sustentando margens na comparação a/a

O lucro bruto totalizou R\$ 3,7 bilhões no 1T22, +14,7% a/a. Como percentual das vendas líquidas, encerrou o 1T22 em 19,8%, em linha com o ano anterior e refletindo nossas iniciativas de aumento de produtividade e redução de custos, mas com composição diferenciada entre as unidades de negócios, reforçando a solidez e complementaridade do nosso ecossistema.

No 1T22, os efeitos de curto prazo de nossas iniciativas para atrair novos clientes na operação de Varejo foram totalmente compensados pela capacidade de realizar compras oportunísticas do Atacadão em um ambiente inflacionário, o que nos permitiu oferecer o melhor preço ao consumidor, e a melhor rentabilidade do banco.

As despesas com vendas, gerais e administrativas atingiram R\$ 2,5 bilhões, +15,3% a/a, impulsionadas principalmente pela expansão do Atacadão. Como percentual das vendas líquidas, permaneceu estável em 13,2%, apesar do perfil de expansão do trimestre e do impacto da inflação em nossos custos (aumento salarial aplicado em janeiro de 2022).

Em R\$ milhões	Consolidado			Atacadão			Carrefour Varejo			Banco Carrefour		
	1T 22	1T 21	Δ%	1T 22	1T 21	Δ%	1T 22	1T 21	Δ%	1T 22	1T 21	Δ%
Vendas Brutas	20.755	18.129	14,5%	15.049	12.686	18,6%	5.706	5.443	4,8%			
Vendas Brutas ex-gasolina	19.890	17.495	13,7%	15.049	12.686	18,6%	4.841	4.810	0,7%			
Vendas Líquidas	18.846	16.413	14,8%	13.680	11.520	18,8%	5.166	4.893	5,6%			
Outras Receitas (1)	1.169	899	30,0%	39	37	5,4%	147	112	31,3%	988	755	30,9%
Vendas Totais	20.015	17.312	15,6%	13.719	11.557	18,7%	5.313	5.005	6,2%	988	755	30,9%
Lucro Bruto	3.723	3.246	14,7%	2.114	1.698	24,5%	1.165	1.146	1,7%	449	407	10,3%
Margem Bruta	19,8%	19,8%	0,0 p.p.	15,5%	14,7%	0,7 p.p.	22,6%	23,4%	-0,9 p.p.			
Despesas VG&A (2)	(2.490)	(2.159)	15,3%	(1.176)	(948)	24,1%	(948)	(888)	6,8%	(285)	(263)	8,4%
%VG&A de Vendas Líquidas	-13,2%	-13,2%	-0,1 p.p.	-8,6%	-8,2%	-0,4 p.p.	-18,4%	-18,1%	-0,2 p.p.			
EBITDA Ajustado (1) (2)	1.247	1.101	13,3%	942	755	24,8%	227	267	-15,0%	164	144	13,9%
Margem EBITDA Ajustada	6,6%	6,7%	-0,1 p.p.	6,9%	6,6%	0,3 p.p.	4,4%	5,5%	-1,1 p.p.			
Lucro Líquido Aj., controlador	421	420	0,2%									
Margem Líquida Ajustada	2,2%	2,6%	-0,3 p.p.									

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ -5 milhões e R\$ -5 milhões entre Banco e Varejo em 2022 e 2021, respectivamente; (2) Inclui despesas com funções globais de R\$ -81 milhões e R\$ -60 milhões em 2022 e 2021, respectivamente.

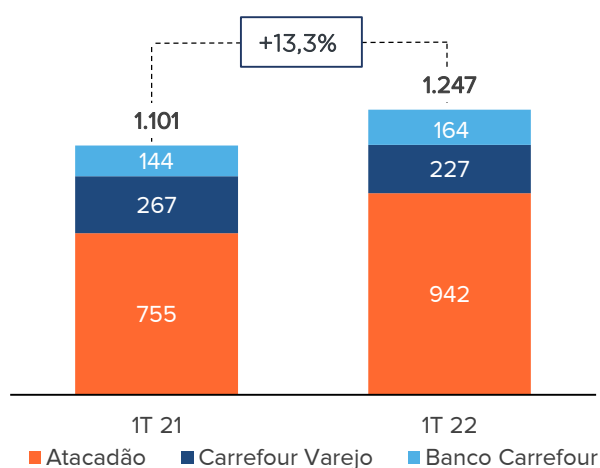
EBITDA Ajustado

Valor recorde para um primeiro trimestre, impulsionado pelo crescimento de dois dígitos

O EBITDA ajustado consolidado atingiu R\$ 1,2 bilhão no 1T22, um valor recorde. Cresceu 13,3% a/a, com margem amplamente estável de 6,6%, impulsionada principalmente pelos bons resultados nas lojas do Atacadão, bem como pela qualidade de nossas operações bancárias.

Isso mais do que compensou o desempenho da divisão Varejo, que refletiu sua estratégia de atração de novos clientes no ecossistema Carrefour, e também pelo ambiente desafiador para o segmento não alimentar.

Composição do EBITDA* Ajustado (R\$ milhões)



*Total inclui funções corporativas e eliminações intragrupo.

Desempenho Operacional por Segmento

Iniciativas digitais

GMV Alimentar impulsionado pelo Atacadão e pela implementação do *picking in store* no Varejo

O GMV total atingiu R\$ 1,1 bi no 1T 22, crescendo 50,8% em relação ao mesmo período do ano passado e 10,5% em relação ao 4T 21 – o trimestre mais forte do ano.

Atacadão acelerando no crescimento do B2B

Esse desempenho se deu principalmente pelo segmento alimentar que cresceu 152,6% vs. 1T 21, impulsionado pelo desempenho do canal online Atacadão (principalmente clientes B2B) que continuou ganhando força e cresceu 7,8x a/a, totalizando 2,3% das vendas totais do Atacadão no trimestre – 67% das vendas online de alimentos do Grupo.

A parceria com operadores de serviço de entrega rápida no Atacadão já está disponível em 124 lojas - 62 cidades em 20 estados.

Varejo finaliza o lançamento do novo modelo para B2C 1P

O GMV alimentar na divisão Varejo também aumentou 4,8% e no 1T 22 e finalizamos o *roll-out* da iniciativa de *picking in store* que vem evoluindo bem e através do qual conseguimos garantir preços semelhantes e o mesmo sortimento nas lojas no online, além de menores prazos de entrega, trazendo maior comodidade ao cliente.

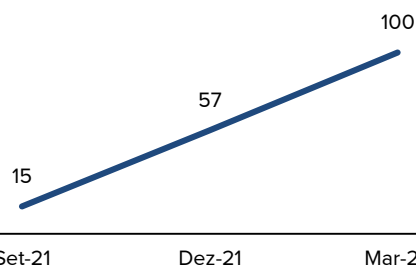
Prioridade para 3P no Não Alimentar para fortalecer nosso marketplace

Após um ano desafiador em 2021, o GMV Não Alimentar cresceu 12,2% no 1T 22, impulsionado principalmente pelo segmento 3P, cujo crescimento foi de 43,0% e representou 34% do GMV Não Alimentar no 1T 22.

5,1% total de vendas alimentar do varejo é digital e 2,3% no Cash & Carry

2,5x
GMV Alimentar no 1T 22

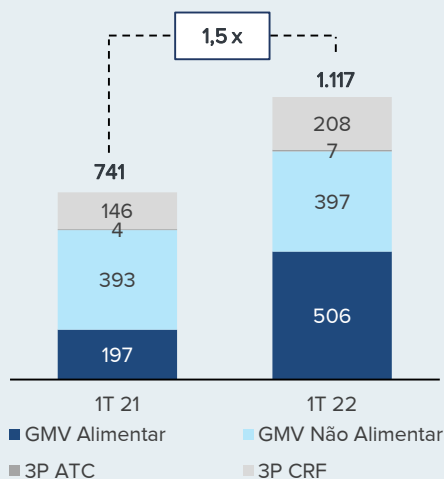
Evolução Picking nas Lojas (# de lojas)



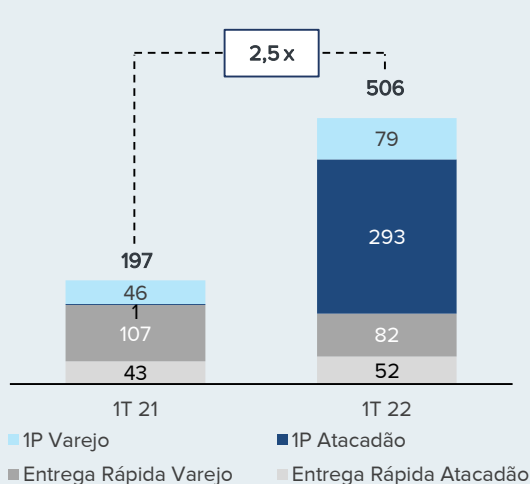
	1T 22 (R\$ MM)	1T 21 (R\$ MM)	Crescimento Total
1P Alimentar ⁽²⁾	372	47	692,4%
3P Alimentar	9	6	35,7%
Serviço de entrega rápida ⁽¹⁾	134	150	-10,9%
GMV Alimentar	515	204	152,6%
1P Não Alimentar ⁽²⁾	397	393	1,0%
3P Não Alimentar	206	144	43,0%
GMV Não Alimentar	603	537	12,2%
GMV Total	1,117	741	50,8%

(1) Serviço de entrega rápida já está incluso nas vendas do multi-formato e Atacadão.
(2) Inclui *picking* em lojas do varejo.

GMV Total (R\$ milhões)



Composição GMV Alimentar (R\$ milhões)



Atacadão: Forte crescimento LfL de 9,2% a/a com rentabilidade robusta

Aproveitando a escalabilidade e o conhecimento de negociação para retomar um forte crescimento e acelerar o digital

O Atacadão iniciou o ano com forte crescimento de vendas de 18,6%. As vendas brutas atingiram R\$ 15,0 bilhões no 1T 22, resultado da combinação de crescimento robusto de 9,2% LfL a/a e expansão de 9,7% a/a. O digital acelerou e já representa 2,3% das vendas totais do Atacadão. O efeito calendário foi de -0,7%.

O forte crescimento LfL demonstra mais uma vez a força do modelo em qualquer ambiente. A solidez do nosso balanço patrimonial nos permitiu fazer compras oportunísticas em um ambiente inflacionário, permitindo-nos oferecer o melhor preço ao consumidor, melhorando ainda mais nosso posicionamento de preço. Além disso, conforme mencionado anteriormente, vimos uma normalização de volumes que melhorou sequencialmente no primeiro trimestre de 22.

Mantendo o ritmo de expansão orgânica

No 1T abrimos 2 novas lojas Cash & Carry e o Atacadão agora opera 252 lojas Cash & Carry e 33 atacados de entrega.

O Atacadão ainda carrega um alto nível de inaugurações nos últimos 12 meses (40 lojas, incluindo Atacado) e mais 7 lojas em fase pré-operacional, semelhante ao observado no 1T21.

Melhoria da tendência de vendas continua no início do 2T

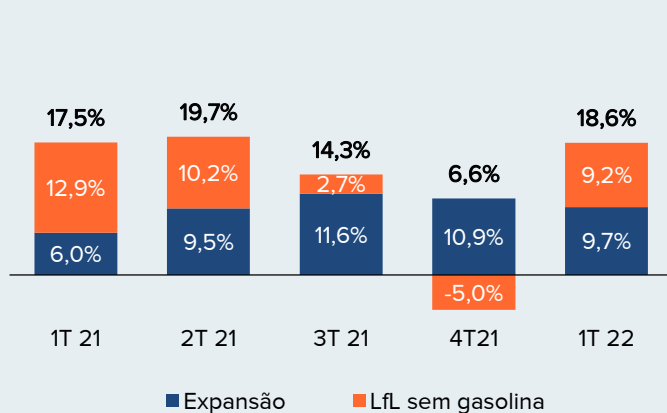
Em abril, continuamos a ver tendências de melhoria com fortes resultados provenientes de iniciativas comerciais, incluindo a campanha de aniversário do Atacadão, apresentando indicadores operacionais encorajadores ao longo do período.



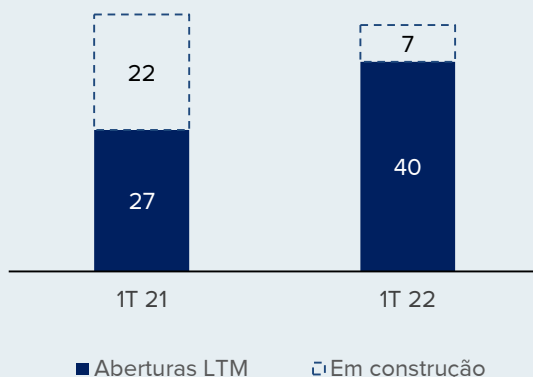
“Dia A” aniversário

- 238.000 pallets movimentados
- 9 milhões de litros de óleo de soja vendidos (#1 em itens em venda)

Atacadão sales performance y/y



Evolução da abertura de lojas



Aceleração na expansão e melhoria da rentabilidade

Em R\$ milhões	1T 22	1T 21	Δ%
Vendas Brutas	15.049	12.686	18,6%
Vendas Líquidas	13.680	11.520	18,8%
Outras Receitas	39	37	5,4%
Vendas Totais	13.719	11.557	18,7%
Lucro Bruto	2.114	1.698	24,5%
<i>Margem Bruta</i>	<i>15,5%</i>	<i>14,7%</i>	<i>0,7 p.p.</i>
Despesas VG&A	(1.176)	(948)	24,1%
<i>%VG&A de Vendas Líquidas</i>	<i>-8,6%</i>	<i>-8,2%</i>	<i>-0,4 p.p.</i>
EBITDA Ajustado	942	755	24,8%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>6,9%</i>	<i>6,6%</i>	<i>0,3 p.p.</i>

Compras oportunísticas

Conforme mencionado anteriormente, o ambiente inflacionário e nossa solidez financeira nos permitiram fazer compras oportunísticas no 1T22. Isso, combinado com a maturação das lojas inauguradas no ano passado, levou a um aumento de 24,5% no lucro bruto total do Atacadão no trimestre para R\$ 2,1 bilhões e a margem bruta ficou em 15,5%, +0,7 p.p. vs 1T21 e estável vs 4T21.

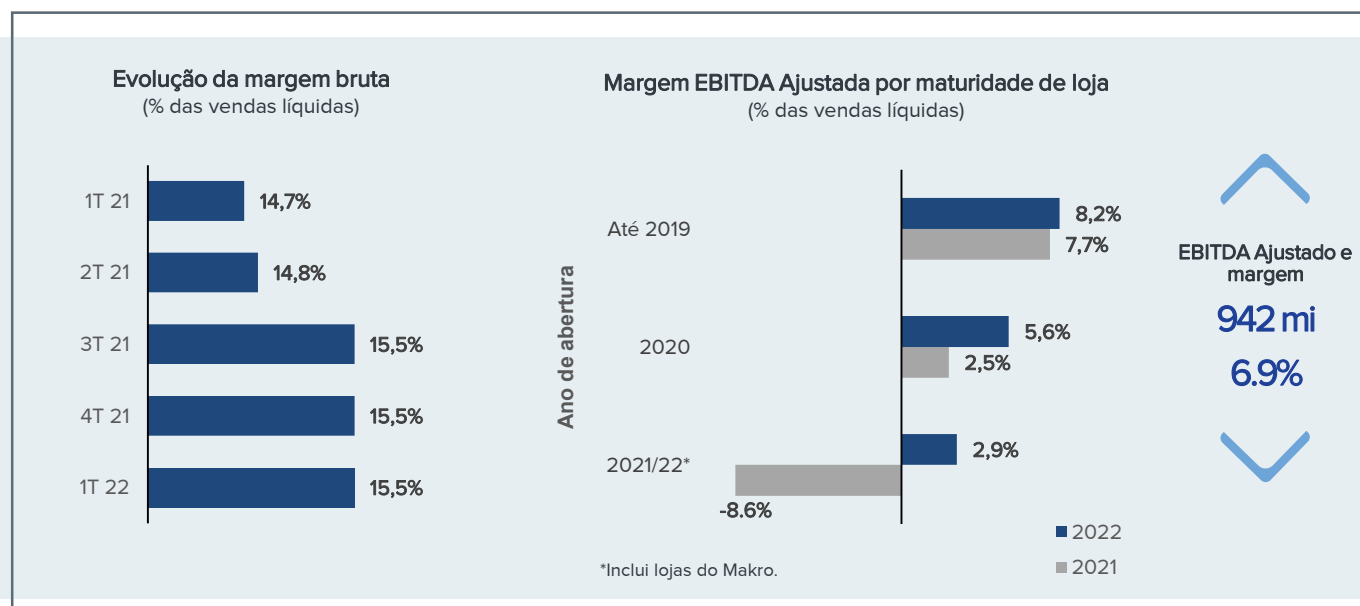
Custos sob controle, impacto da expansão

As despesas com vendas, gerais e administrativas aumentaram para R\$ 1,2 bilhão (+24,1%), principalmente devido aos custos pré-operacionais relacionados à aceleração das aberturas de lojas. Como resultado, as despesas VG&A como percentual da receita líquida apresentaram um leve aumento de 0,4 p.p. a/a, impactado pela aceleração da expansão, mas demonstrando a capacidade da empresa de absorver a inflação dos custos de energia e mão de obra, graças às suas iniciativas e eficiência.

Impacto positivo do *ramp-up* das lojas no resultado final

Analisando as margens por maturidade das lojas, destacamos que a margem EBITDA Ajustado das lojas maduras (abertas até 2019) cresceu 0,5 p.p. para 8,2%. O *ramp-up* de novas lojas (abertas desde 2020) também evoluiu como esperado com uma melhora combinada na margem de 4,8 p.p.

O EBITDA Ajustado consolidado atingiu R\$ 942 milhões no trimestre, +24,8% a/a e a margem cresceu 0,3 p.p. a/a para um nível normalizado de 6,9%.



Carrefour Varejo

Crescimento do volume de alimentos em território positivo

As vendas brutas do Carrefour Varejo totalizaram R\$ 5,7 bilhões no 1T22, um aumento de 7,0% LfL a/a (+3,1% LfL ex-gasolina), impulsionado por um aumento de 8,4% de LfL no alimentar. O desempenho da categoria alimentar foi impulsionado pela forte recuperação dos volumes, que retornaram ao território positivo no 1T22, apesar do ambiente inflacionário.

Relevância do nosso modelo de negócios

Nossos hipermercados conseguiram aumentar sua relevância e captar novos clientes em um ambiente competitivo muito específico no trimestre. Isso é ainda mais relevante considerando que vem com uma melhoria de 1.7 p.p. a/a no NPS em março. Isso indica a força de nossa estratégia e de nossas iniciativas para reter esses clientes, com foco na fidelização de longo prazo, imagem de preço e na criação de valor (principalmente por meio de nossos produtos bancários).

Nossos produtos de marca própria continuaram a se superar e quebrar recordes. No 1T 22, os itens de marca própria representaram 19,7% das vendas líquidas totais de alimentos, +4,8 p.p. a/a (+384 SKUs) e +0,3 p.p. vs 4T21. Os volumes tiveram outro forte trimestre de crescimento de dois dígitos em 20% a/a. O desempenho superior dos itens de marca própria reforça a qualidade de nossos produtos e sua relevância contínua nas cestas dos clientes em ambientes inflacionários.

Bazar e Têxtil registram forte crescimento, ambiente desafiador para eletroeletrônicos

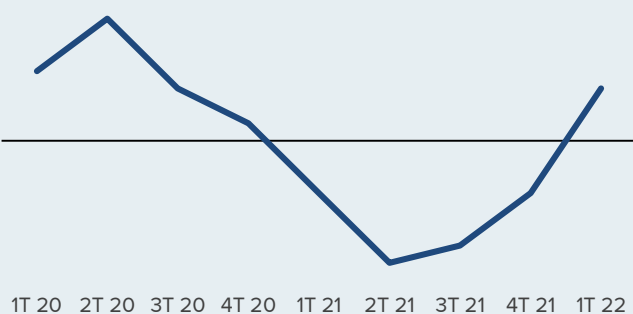
O LfL do segmento não alimentar apresentou tendências de melhora na maioria das categorias, com destaque para Bazar e Têxtil, que apresentaram desempenho positivo a/a (+15,1% e +5,8% respectivamente). O LfL de -5,2% observado em não-alimentar no 1T22 foi causado exclusivamente pela queda de dois dígitos em eletroeletrônicos, que representa cerca de 55% das vendas da categoria e continuou a se normalizar após o efeito da pandemia de COVID-19, especialmente computadores, televisores e celulares.

	1T 22	1T 22 vs. 1T 21		
	Vendas (R\$ MM)	LfL	Efeito Calendário	Crescimento Total
Carrefour (ex-gasolina): Online + Offline	4.841	3,1%	-2,5%	0,7%
Alimentar	3.121	8,4%	-2,5%	6,0%
Não Alimentar ⁽¹⁾	1.720	-5,2%	-2,5%	-7,7%
Petrol	864	36,4%	0,0%	36,4%
Carrefour (com gasolina)	5.706	7,0%	-2,2%	4,8%

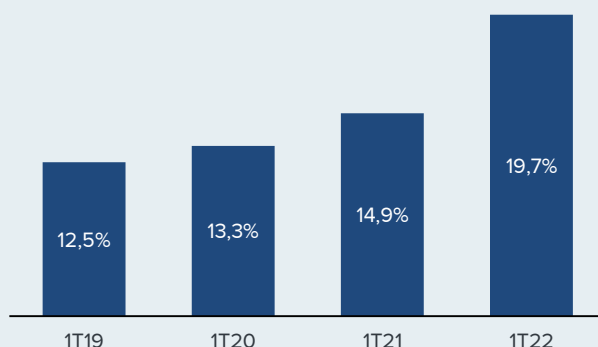
(1) Inclui drogarias

+1,7 p.p.
NPS Hipermercados a/a
em março

Evolução volumes Varejo a/a



Evolução da penetração de marca própria alimentar



Nível de EBITDA ajustado do 1T22 orientado pelo foco no cliente de longo prazo

Iniciativa estratégica para melhorar a imagem de preço em um ambiente específico

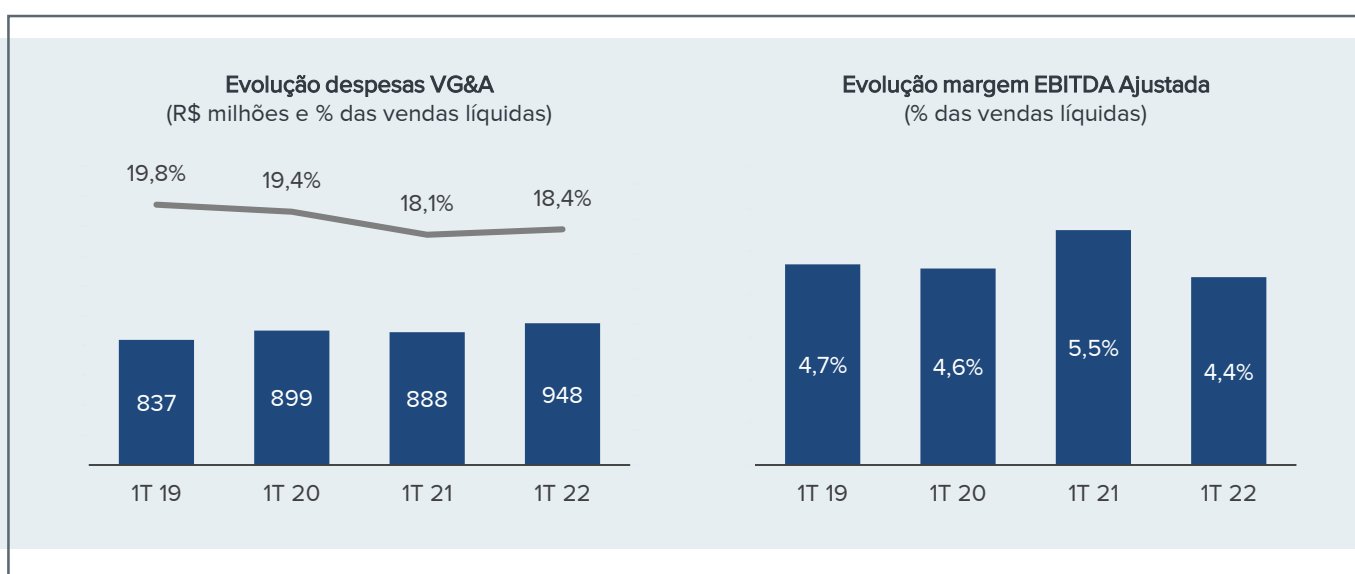
O lucro bruto do varejo no 1T22 cresceu 1,7% atingindo R\$ 1,2 bilhão, ou 22,6% da receita líquida (-0,9 p.p.). Esse efeito de curto prazo na margem bruta faz parte da nossa estratégia planejada de intensificar as iniciativas para melhorar o posicionamento de preço e imagem e atrair novos clientes, especialmente neste trimestre, em que a inflação atingiu o pico e o tráfego aumentou em nosso ecossistema graças à dinâmica competitiva positiva.

Salários e inflação de energia impactando VG&A

Mais uma vez, fomos capazes de demonstrar nossa eficiência operacional e manter o aumento das despesas consideravelmente abaixo da inflação geral. Nossas despesas com VG&A totalizaram R\$ 948 milhões no 1T22, +6,8% a/a (Índice Geral de Inflação LTM – IPCA: 11,3%). Como percentual das vendas líquidas, elas representaram 18,4% (aumento de 0,2 p.p. a/a, mas forte melhora de 1,1 p.p. vs 1T20), apesar dos ajustes salariais tradicionais no 1T, do recente aumento nos preços de energia e do maior uso de outros meios de pagamento, diferentes de pagamento em dinheiro.

O EBITDA Ajustado consolidado do Carrefour Varejo atingiu R\$ 227 milhões ou 4,4% das vendas líquidas do trimestre (-15% ou -1,1 p.p. a/a).

Em R\$ milhões	1T 22	1T 21	Δ%
Vendas Brutas	5.706	5.443	4,8%
Vendas Brutas ex-gasolina	4.841	4.810	0,7%
Vendas Líquidas	5.166	4.893	5,6%
Outras Receitas	147	112	31,3%
Vendas Totais	5.313	5.005	6,2%
Lucro Bruto	1.165	1.146	1,7%
<i>Margem Bruta</i>	<i>22,6%</i>	<i>23,4%</i>	<i>-0,9 p.p.</i>
Despesas VG&A	(948)	(888)	6,8%
<i>%VG&A de Vendas Líquidas</i>	<i>-18,4%</i>	<i>-18,1%</i>	<i>-0,2 p.p.</i>
EBITDA Ajustado	227	267	-15,0%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>4,4%</i>	<i>5,5%</i>	<i>-1,1 p.p.</i>



Banco Carrefour

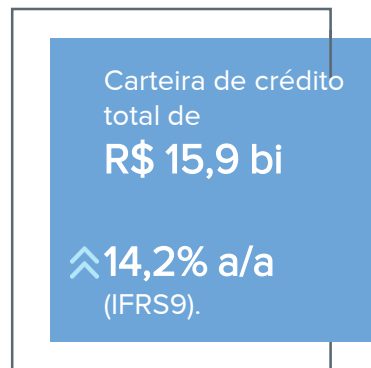
Resultados fortes em um ambiente desafiador

O Banco Carrefour encerrou o 1T22 com outro sólido desempenho, com faturamento de R\$ 12,0 bilhões (+10,6% vs. 1T21), impulsionado tanto pelo cartão de crédito Carrefour (+7,8% ou +R\$ 547 milhões) quanto pelo Atacadão cartão de crédito (+15,0% ou +R\$ 544 milhões).

Cross-sell e novos produtos também tiveram outro trimestre marcante com crescimento de +38,2% a/a, impulsionado por Empréstimos Pessoais, confirmando a relevância do produto para clientes que enfrentam um ambiente econômico difícil.

O canal off-us continuou apresentando resultados sólidos com crescimento de 17,7% no 1T22 y/y. As vendas on-us foram semelhantes às observadas no 4T21 e caíram -8,9% a/a.

A carteira de crédito total atingiu R\$ 15,9 bilhões, alta de 14,2% a/a (IFRS9).



Em R\$ milhões	1T 22	1T 21	1T 22 vs 1T 21
Faturamento cartão Carrefour	7.577	7.030	7,8%
Faturamento cartão Atacadão	4.171	3.627	15,0%
Outros produtos*	215	155	38,2%
Faturamento Total	11.963	10.812	10,6%
Total da carteira de crédito	15.868	13.901	14,2%

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

Como consequência do cenário atual e destacando a relevância de nossos produtos para os clientes, a propensão a financiar, que representa a parte de nossa carteira que gera juros, atingiu um recorde histórico no 1T22. A receita operacional do Banco Carrefour atingiu R\$ 988 milhões em período, +30,9% vs 1T21.

Carga de risco: Nível elevado, mantendo a qualidade do nosso portfólio

Impulsionados pelo aumento da carteira de provisões (maior propensão a financiar) e pelos maiores índices de inadimplência observados em meio ao ambiente econômico desafiador do Brasil, a carga de risco atingiu R\$ 539 milhões no 1T22, +54,9% a/a. Nosso Over 30 (BACEN) encerrou o trimestre com 17,1% da carteira, o que deve adicionar pressão ao Over 90 no próximo trimestre (12,3% no 1T22).

No entanto, destacamos que as tendências mais recentes indicam menores pagamentos em atraso e melhoria dos índices de inadimplência (NPL) para o segundo semestre de 2022.

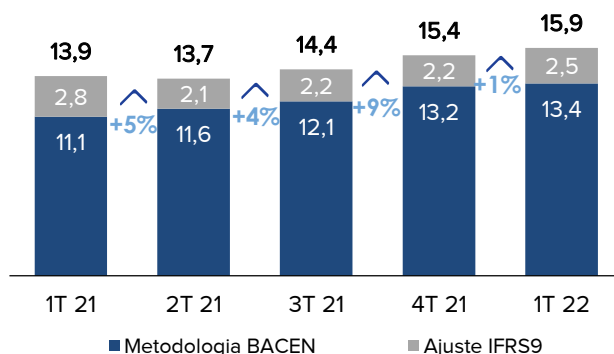
Rentabilidade: Uma equação equilibrada de risco-retorno

O EBITDA Ajustado do banco continuou sua trajetória de crescimento e atingiu R\$ 164 milhões no trimestre, +13,9% a/a. Nosso índice de eficiência, que mede a eficiência na gestão das despesas do banco, melhorou a/a para 31,0% (36,7% no 1T21).

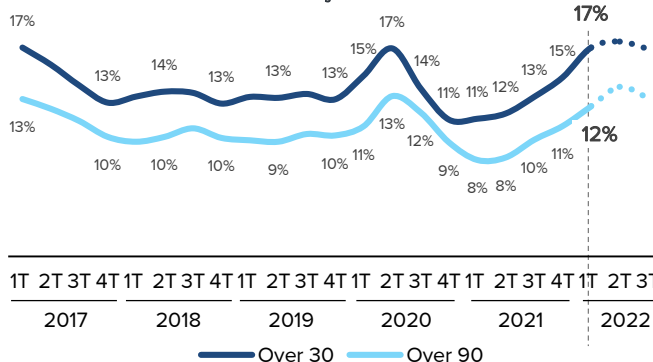
O lucro líquido cresceu 19,0% e totalizou R\$ 75 milhões no 1T22, beneficiando-se de nossa estratégia de eficiência tributária com a constituição de nossa corretora no 2T21 (taxa de imposto de 34% vs 45%).

Em R\$ milhões	1T 22	1T 21	1T 22 vs 1T 21
Receitas da intermediação financeira	988	755	30,9%
Carga de risco	(539)	(348)	54,9%
Resultado bruto da intermediação financeira	449	407	10,3%
Despesas VG&A	(285)	(263)	8,4%
EBITDA ajustado	164	144	13,9%
Despesa com depreciação e amortização	(13)	(10)	30,0%
EBIT ajustado	151	134	12,7%
Outras receitas (despesas)	(14)	(15)	-6,7%
Resultado financeiro	(6)	(2)	200,0%
Imposto de renda	(56)	(54)	3,7%
Lucro líquido (100%)	75	63	19,0%

Evolução Portfólio de Crédito (R\$ bilhões)



Evolução NPLs



Resultado Financeiro Consolidado (Após EBITDA Ajustado)

Outras receitas e despesas operacionais

Em R\$ milhões	1T 22	1T 21	Δ milhões de R\$
Custos de reestruturação	(11)	(6)	(5)
Ganhos (perdas) líquidos na baixa e alienação de ativos	(4)	11	(15)
Receitas e despesas relativas a demandas judiciais	(38)	57	(95)
Projeto Pinheiros	0	495	(495)
Despesas com transações de M&A e outras	(14)	(34)	20
Outras receitas e despesas operacionais	(67)	523	(590)

Outras despesas totalizaram R\$ 67 milhões no 1T22, compostas principalmente por provisões e pagamentos relacionados à decisão do Superior Tribunal Federal sobre o pagamento de IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) por varejistas. Esse montante se compara aos R\$ 523 milhões observados no 1T21, principalmente pelo reconhecimento do Projeto Pinheiros, bem como pelo efeito de anistias fiscais.

Imposto de Renda

Imposto de renda e contribuição social totalizaram R\$ 119 milhões no 1T 22, R\$ 93 milhões ou 43,8% abaixo do observado no 1T 21. A alíquota efetiva foi de 22,6% no 1T 22, principalmente pelo efeito da provisão de pagamento de Juros sobre Capital Próprio para o ano. O aumento em relação ao ano anterior é explicado pelo efeito do reconhecimento do Projeto Pinheiros no 1T 21.

Ajustada para itens não recorrentes, a alíquota atingiu 21,1%.

Alíquota Efetiva 1T 22
22,6%
(21,1% ajustada)

Em R\$ milhões	1T 22	1T 21	Δ	Δ%
EBITDA Ajustado	1.247	1.101	146	13,3%
Outras receitas e despesas operacionais	(67)	523	(590)	-112,8%
Depreciação e amortização	(324)	(291)	(33)	11,4%
Receitas e despesas financeiras	(330)	(147)	(183)	124,5%
Lucro Antes dos Impostos*	526	1.186	(660)	-55,6%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(119)	(212)	93	-43,8%
Alíquota Efetiva	22,6%	17,9%		

Em R\$ milhões	1T 22	Ajustes	1T 22 Ajustado
Lucro antes dos impostos e contribuições*	526	54	580
Imposto de Renda e Contribuição Social	(119)	(3)	(122)
Alíquota Efetiva	22,6%		21,1%

*Não inclui resultado de equivalência patrimonial.

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 no imposto de renda.

Como resultado dos efeitos mencionados e também do impacto do aumento das despesas financeiras (maior nível de endividamento e taxas de juros), o lucro líquido ajustado atingiu R\$ 421 milhões, em linha em relação ao ano anterior, ou 2,2% das vendas líquidas do 1T 22 (-0,3 p.p. a/a).

Lucro Líquido 1T 22
R\$ 421 mi
sobre forte base de comparação

Em R\$ milhões	1T 22	1T 21	Δ%
Lucro líquido, controladores	370	923	-59,9%
(+/-) Outras receitas(despesas)	67	(523)	-112,8%
(+/-) Resultado financeiro (não recorrente)	(13)	7	-283,9%
(+/-) Imposto de renda de outros itens de receita (despesas)	(3)	(6)	-46,2%
(+/-) Resultado de equivalência patrimonial	0	19	-100,0%
Lucro líquido ajustado, controladores	421	420	0,2%
Margem líquida	2,2%	2,6%	-0,3 p.p.

Capital de Giro

O capital de giro antes de recebíveis encerrou o 1T 22 como recurso líquido de R\$ 1,1 bilhão (6 dias), principalmente por conta das melhores negociações com fornecedores. Esse patamar foi atingido tendo em vista a realização do aniversário do Atacadão (“Dia A”), que aconteceu em 12 de abril de 2022, após dois anos de suspensão por conta da pandemia.

Os recebíveis totalizaram R\$ 2,8 bilhões ou 16 dias no 1T 22, aproximadamente duas vezes maior do que o observado no 1T 21, principalmente pela decisão tomada em maio/21 de aceitar outros cartões de crédito no Atacadão. Considerando todos os efeitos, o capital de giro encerrou o trimestre em R\$ 1,8 bilhão ou 10 dias.

Capital de Giro
Líquido
R\$1,8 bi

	1T 22		4T 21		3T 21		2T 21		1T 21	
	R\$ Milhões	Dias	R\$ Milhões	Dias	R\$ Milhões	Dias	R\$ Milhões	Dias	R\$ Milhões	Dias
(+) Estoques	9.512	54	8.788	52	8.534	53	7.867	50	7.958	52
(-) Fornecedores (**)	(10.606)	(61)	(14.553)	(87)	(8.670)	(54)	(9.194)	(58)	(8.428)	(55)
(=) Capital de Giro antes dos recebíveis	(1.093)	(6)	(5.766)	(34)	(136)	(1)	(1.327)	(8)	(470)	(3)
(+) Contas a Receber (*)	2.853	16	951	6	2.503	15	1.659	11	1.429	9
(=) Capital de Giro incluindo recebíveis	1.760	10	(4.815)	(29)	2.367	15	332	2	959	6

(*) 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 e Resultado Financeiro Líquido

Os empréstimos líquidos de derivativos para cobertura totalizaram R\$ 10,5 bilhões em março/22, R\$ 3,2 bilhões acima do observado no mesmo período de 2021, principalmente por conta de dois empréstimos bancários contratados que totalizaram R\$ 4,8 bilhões (R\$ 1,9 bilhão em setembro/21 e R\$ 2,9 bilhões em janeiro/22), bem como pela linha de crédito rotativo assinada com o Carrefour Finance também em janeiro/22, da qual a Companhia sacou um total de R\$ 2,2 bilhões. Isso foi parcialmente compensado pelo pagamento líquido de R\$ 4,0 bilhões (dezembro/21 e janeiro/22) relacionado a duas linhas de crédito rotativo que haviam sido assinadas em dezembro/19 e fevereiro/20.

Portanto, a dívida líquida atingiu R\$ 6,4 bilhões em março ou R\$ 9,4 bilhões incluindo aluguéis e desconto de recebíveis, o que representou 1,61x do EBITDA Ajustado dos últimos 12 meses.

Em R\$ milhões	Mar. 22	Mar. 21
Empréstimos (líquidos de derivativos para cobertura)	(10.484)	(7.309)
Caixa e equivalentes de caixa	3.608	1.210
Títulos e valores mobiliários – Banco Carrefour	511	360
(Dívida Líq.) Caixa Líquido	(6.365)	(5.739)
Dívida com aluguéis (IFRS 16)	(2.153)	(1.931)
(Dívida Líq.) Caixa Líquido (c/ aluguéis)	(8.518)	(7.670)
Recebíveis descontados	(903)	(920)
(Dívida Líq.) Caixa Líquido (c/ aluguéis e recebíveis descontados)	(9.421)	(8.590)
<i>(Dívida Líquida) Caixa líquido (c/ aluguéis) / EBITDA Ajustado LTM</i>	<i>-1,45x</i>	<i>-1,37x</i>
<i>(Dívida Líquida) Caixa líquido (c/ aluguéis e recebíveis descontados) / EBITDA Ajustado LTM</i>	<i>-1,61x</i>	<i>-1,54x</i>

O custo líquido da dívida (incluindo recebíveis descontados) totalizou R\$ 229 milhões no 1T22, R\$ 168 milhões acima do observado no 1T 21, com efeito do maior endividamento e também das maiores taxas de juros no Brasil. O resultado financeiro líquido atingiu R\$ 330 milhões no 1T 22.

Em R\$ milhões	1T 22	1T 21	Δ%
Custo da dívida bancária, bruto	(273)	(59)	362,7%
Juros de antecipação de cartões de crédito	(15)	(7)	114,3%
Receita Financeira	59	5	n.m.
Custo da dívida, Líquido (c/ recebíveis descontados)	(229)	(61)	275,4%
Despesas com juros sobre aluguéis (IFRS 16)	(61)	(51)	19,6%
Custo da dívida, Líquido (c/ aluguéis e recebíveis descontados)	(290)	(112)	158,9%
Juros líquidos sobre provisões e depósitos judiciais	(36)	(23)	56,5%
Variação cambial, ganhos e (perdas) líquida	19	(6)	-416,7%
Outros	(23)	(6)	283,3%
Resultado financeiro líquido	(330)	(147)	124,5%

Investimentos

O Capex Total foi de R\$ 274 milhões no 1T 22 (-51,4% a/a), com a queda explicada principalmente pelo menor número de aberturas no trimestre (2 no 1T 22 vs 9 no 1T 21). O aumento na linha de manutenção se deu pela aceleração da expansão ao longo de 2021, além da maior inflação, que naturalmente afeta os custos. Incluindo o efeito do IFRS 16 (ativos de direito de uso), os investimentos totais foram de R\$ 442 milhões.

Em R\$ milhões	1T 22	1T 21	Δ%
Expansão*	116	446	-74,0%
Manutenção	95	32	193,0%
Reformas de Lojas	7	20	-64,7%
TI e outros	55	64	-14,0%
Capex Total	274	563	-51,4%
Direito de uso de arrendamento	168	111	51,4%
Total de adições de ativo fixo	442	674	-34,5%
Aquisição lojas Makro	0	123	n.m.
Investimentos Totais Capex + M&A	442	797	-44,6%

*Inclui o montante relacionado à conversão das lojas Makro.

Fluxo de Caixa Livre

O Grupo Carrefour Brasil tem se mostrado consistentemente capaz de manter uma forte geração operacional, atingindo R\$ 5,7 bilhões de geração bruta ao longo dos últimos 12 meses encerrados em março/22 (+4,8 a/a). Adicionando o efeito de pagamento de impostos, o total foi de R\$ 4,4 bilhões (-3,7% a/a).

Com efeito do capital de giro, principalmente por conta da dinâmica observada nos nossos serviços financeiros ao longo dos períodos, o fluxo de caixa das operações atingiu R\$ 5,0 bilhões no período de 12 meses até março/22. Incluindo o efeito dos investimentos feitos para aceleração da expansão, o Fluxo de Caixa Livre foi de R\$ 2,4 bilhões vs R\$ 552 milhões no ano anterior.

Em R\$ milhões	LTM Março 22	LTM Março 21	Δ%
Fluxo de Caixa Bruto das Operações	5.741	5.477	4,8%
Imposto de renda pago	-1.368	-935	46,3%
Fluxo de Caixa Bruto das Operações, líquido de imposto de renda	4.373	4.542	-3,7%
Variação nas exigências de capital de giro de mercadorias	-801	-1.041	-23,1%
Variação em Contas a pagar	2.177	1.301	67,4%
Variação em Estoques	-1.554	-1.535	1,3%
Variação em Contas a receber	-1.424	-807	76,5%
Variação em Outros Ativos e Passivos Circulantes	504	-355	-241,8%
Variação no crédito ao consumidor, líquido concedido por empresa de serviços financeiros	906	-1.020	-188,8%
Variação do Capital de Giro	609	-2.416	-125,2%
Fluxo de Caixa das Operações	4.982	2.126	134,3%
Capex (excluindo direito de uso e aquisições do Makro e Grupo BIG)	-2.542	-1.809	40,5%
Variações em contas a pagar aos fornecedores de ativos fixos	-55	192	-128,6%
Alienação de ativos fixos	10	43	-76,7%
Fluxo de Caixa de Investimentos operacionais	-2.587	-1.574	64,4%
Fluxo de Caixa Livre (*)	2.395	552	333,9%
Lease operacional (IFRS16)	-358	-290	23,4%
Custo da dívida	-247	-254	-2,8%
Fluxo de Caixa Livre Acionista	1.790	8	n.m.

(*) conforme definido no glossário.

Rede de lojas

No 1T, abrimos **2 novas lojas Cash & Carry** nos estados de Mato Grosso e Distrito Federal. Com as bandeiras Carrefour abrimos **4 e fechamos 6 lojas de proximidade** no estado de São Paulo.

Atualmente operamos 779 lojas com área total de 2.189.295 m².

Número de lojas	Dez. 21	Aberturas	Fechamentos	Mar. 22
Atacadão	250	2		252
Atacado	33			33
Hipermercados	100			100
Supermercados	54			54
Lojas de conveniência	144	4	6	142
Drogarias	121			121
Postos de combustível	77			77
Grupo	779	6	6	779

Área de vendas	Dez. 20	Mar. 22	Δ (%)
Atacadão	1.348.527	1.358.056	0,7%
Hipermercados	700.179	700.179	0,0%
Supermercados	68.403	68.403	0,0%
Lojas de conveniência	23.736	22.988	-3,2%
Drogarias	7.811	7.811	0,0%
Postos de combustível	31.858	31.858	0,0%
Área de vendas total (m²)	2.180.514	2.189.295	0,4%

Aquisição do Grupo BIG

Em 28 de abril, o Grupo Carrefour Brasil publicou a convocação da Assembleia Geral Extraordinária para aprovação da aquisição do BIG, que será realizada em 19 de maio de 2022. Nesse mesmo dia, algumas informações financeiras de 2021 do Grupo BIG tornaram-se públicas, das quais destacamos:

Resultados Financeiros Consolidados

Vendas brutas: resiliência em uma comparação de 2 anos

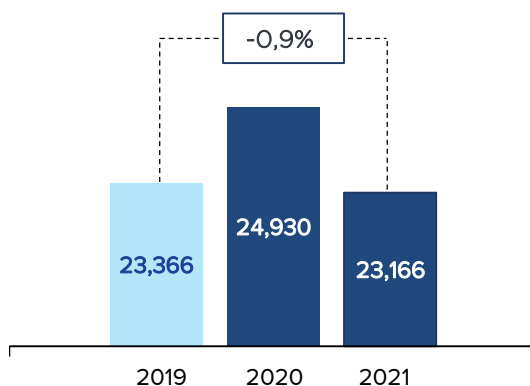
As vendas brutas do Grupo BIG atingiram R\$ 23,2 bilhões no FY 21 ou -7,1% a/a, afetadas pela forte base de comparação de 2020, que foi impulsionada pelo ambiente de pandemia. Em uma comparação de dois anos, no entanto, as vendas permaneceram relativamente estáveis.

Uma das iniciativas implementadas pelo Grupo é a expansão do canal digital, que totalizou R\$ 810 milhões no FY 21, +334 a/a. O BIG lançou suas operações 1P muito recentemente e o ramp-up tem sido rápido. A penetração atingiu 6,9% no Varejo e 1,1% no Cash & Carry.

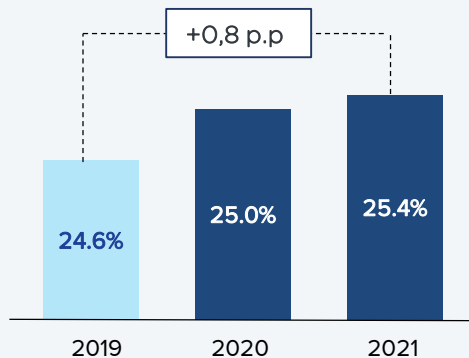
Rentabilidade: Margem bruta e eficiência sustentam a margem EBITDA

O lucro bruto melhorou 0,4 p.p. como percentual das vendas líquidas, com ganhos tanto no Varejo quanto no Cash & Carry. Como as despesas com vendas, gerais e administrativas permaneceram praticamente estáveis em 22,2% a/a, o EBITDA Ajustado totalizou R\$ 804 milhões ou 4,1% da receita líquida, 0,3 p.p. abaixo dos 4,4% alcançados em 2020, mas ainda mais que o dobro dos níveis de 2019, indicando melhorias estruturais e não apenas reflexo do ambiente atípico de 2020.

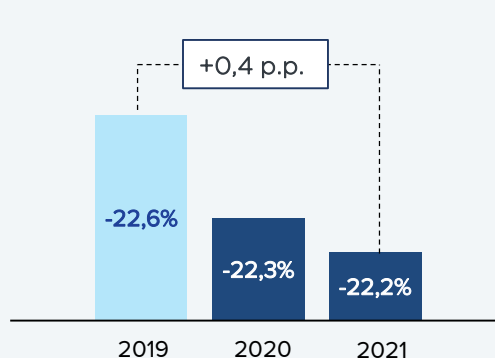
Vendas Brutas (R\$ milhões)



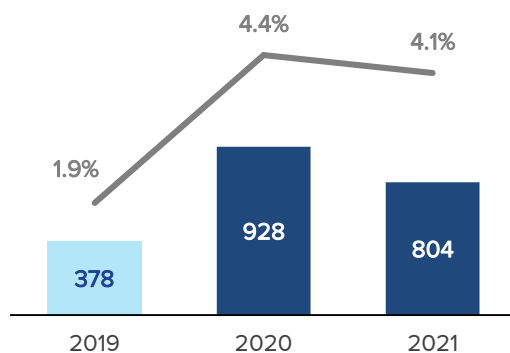
Margem Bruta (% vendas líquidas)



Despesas VG&A (% vendas líquidas)



EBITDA* Ajustado
(R\$ milhões e % vendas líquidas)



*O EBITDA Ajustado do Grupo BIG exclui o efeito de itens não recorrentes como créditos tributários e impairment em Outras Receitas e Despesas, bem como despesas de reabertura de lojas em SG&A.

Lucro Líquido: Resultado positivo mais uma vez

O lucro líquido totalizou R\$ 240 milhões, impactado pela menor receita financeira no FY 21, principalmente devido ao menor valor de atualização monetária de reconhecimento de ativos fiscais. O resultado financeiro totalizou uma despesa de R\$ 214 milhões vs uma receita de R\$ 2 milhões no FY 21.








O Lucro Líquido do FY 20 incluiu uma receita R\$ 2,6 bilhões de imposto diferido devido ao reconhecimento de ativos no período.

Investimentos: Conversões contínuas no portfólio

O Grupo BIG manteve o foco na otimização das lojas convertendo alguns hipermercados em Cash & Carry. No FY 21, o BIG fechou 21 hipermercados e abriu 14 novas lojas Cash & Carry sob a marca Maxxi, além de 8 lojas Sam's Club.

O Capex de Conversão totalizou R\$ 500 milhões ou 79% do total de investimentos, que atingiu R\$ 632 milhões no FY 21 (+6,4% a/a).

Portfólio atualizado

					  
Formato		Cash and Carry	Clube	Hipermercado	Supermercado e Proximidade
Dez 2020		49	35	107	196
	▼	▼ +14	▼ +8	▼ -21	▼ -
Portfólio Atual		63	43	86	196

Sinergias

O Grupo Carrefour Brasil reafirma seu *guidance* de contribuição de sinergias de pelo menos R\$ 2 bilhões para o EBITDA Ajustado até 2025.

Os ganhos serão refletidos em três escopos: 1) Escopo do Grupo BIG (densidade de vendas, sinergias de compras diretas e indiretas e eficiência administrativa); 2) Escopo do Grupo Carrefour Brasil (principalmente compras diretas e indiretas), bem como 3) Banco Carrefour (oferta de crédito no escopo do Grupo BIG).

As informações financeiras completas do Grupo BIG estão disponíveis no site de RI do Grupo Carrefour Brasil.

Informações da Videoconferência de Resultados

Streaming de Vídeo



[Inglês](#)



[Português](#)

6 de Maio de 2022
(Sexta-feira)

10h00 – Brasília

09h00 – Nova York

14h00 – Londres

15h00 – Paris

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 | Victor Bento
Especialistas de Relações com
Investidores

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

Demonstração do Resultado Consolidada

<i>Em R\$ milhões</i>	1T 22	1T 21	Δ%
Vendas brutas	20.755	18.129	14,5%
Vendas líquidas	18.846	16.413	14,8%
Outras receitas	1.169	899	30,0%
Receita operacional líquida	20.015	17.312	15,6%
Custo das mercadorias, serviços e operações financeiras	(16.292)	(14.066)	15,8%
Lucro bruto	3.723	3.246	14,7%
Margem bruta	19,8%	19,8%	0,0 p.p.
Despesas de VG&A	(2.490)	(2.159)	15,3%
EBITDA Ajustado	1.247	1.101	13,3%
Margem EBITDA ajustada	6,6%	6,7%	-0,1 p.p.
Depreciação e amortização	(310)	(277)	11,9%
Resultado de equivalência patrimonial	(1)	(21)	-95,2%
Outras receitas (despesas)	(67)	523	-112,8%
EBIT	855	1.312	-34,8%
Despesas financeiras líquidas	(330)	(147)	124,5%
Resultado antes dos impostos e contribuição social	525	1.165	-54,9%
Imposto de renda	(119)	(212)	-43,9%
Lucro líquido	406	953	-57,4%
Lucro líquido, controladores	370	923	-59,9%
Lucro líquido - Acionistas minoritários (NCI)	36	30	20,0%

Balço Patrimonial Consolidado

Em R\$ Milhões	Mar. 22	Dez. 21
Ativos		
Caixa e equivalente de caixa	3.608	6.945
Títulos e valores mobiliários	84	47
Contas a receber	3.539	1.298
Crédito ao consumidor concedido pela empresa de soluções financeiras	11.043	11.038
Estoques	9.512	8.788
Impostos a recuperar	1.402	1.294
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	74	30
Instrumentos financeiros derivativos	0	95
Despesas antecipadas - Grupo BIG	900	900
Outras contas a receber	456	403
Ativo Circulante	30.618	30.838
Contas a receber	9	9
Crédito ao consumidor concedido pela empresa de soluções financeiras	502	485
Instrumentos financeiros derivativos	0	107
Títulos e valores mobiliários	427	450
Impostos a recuperar	2.566	2.812
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	34	107
Imposto de renda e contribuição social diferidos	661	633
Despesas antecipadas	67	48
Depósitos e bloqueios judiciais	2.645	2.570
Outras contas a receber	195	142
Estoques	300	300
Propriedade para investimentos	566	560
Investimentos	102	104
Imobilizado	17.511	17.417
Intangível e ágio	2.339	2.342
Ativo não Circulante	27.924	28.086
Ativo total	58.542	58.924

Balço Patrimonial Consolidado

<i>Em R\$ Milhões</i>	Mar. 22	Dez. 21
Passivo de arrendamento		
Fornecedores	11.392	15.449
Empréstimos	3.571	3.019
Instrumentos financeiros derivativos	113	85
Passivo de arrendamento	166	161
Operação com cartão de crédito	7.587	8.249
Impostos a recolher	352	372
Imposto de renda e contribuição social	68	267
Obrigações trabalhistas	891	825
Dividendos a pagar	65	65
Receita diferida	39	33
Outras contas a pagar	450	551
Passivo Circulante	24.694	29.076
Empréstimos	5.970	3.973
Instrumentos financeiros derivativos	873	0
Passivo de arrendamento	1.987	1.877
Operações com cartão de crédito	1.864	1.266
Imposto de renda e contribuição social diferidos	391	439
Provisões	3.342	3.290
Provisões (imposto de renda e contribuição social)	603	582
Receita diferida	20	18
Outras contas a pagar	5	7
Passivo não Circulante	15.055	11.452
Capital social	7.660	7.651
Reserva de capital	2.219	2.213
Reservas de lucros	7.487	7.487
Efeito líquido da aquisição de participação de minoritários	(282)	(282)
Resultado do Período	370	0
Ajuste de avaliação patrimonial	(14)	10
Patrimônio líquido atribuído aos acionistas controladores	17.440	17.079
Participação de não controladores	1.353	1.317
Total passivo e patrimônio líquido	58.542	58.924

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	1T 22	1T 21	Δ%
Receitas da intermediação financeira	999	761	31,3%
Carga de risco	(564)	(164)	243,9%
Lucro bruto	435	597	-27,1%
Despesas VG&A	(297)	(270)	10,0%
EBITDA Ajustado	138	327	-57,8%
Lucro Líquido (100%)	58	163	-64,4%

IFRS 9

Em R\$ milhões	1T 22	1T 21	Δ%
Receitas da intermediação financeira	988	755	30,9%
Carga de risco	(539)	(348)	54,9%
Lucro bruto	449	407	10,3%
Despesas VG&A	(285)	(263)	8,4%
EBITDA Ajustado	164	144	13,9%
Lucro Líquido (100%)	75	63	19,0%

Análise da Carteira de Créditos Vencidos

Metodologia BACEN

Em R\$ milhões	Março 22		Dezembro 21		Setembro 21		Junho 21		Março 21	
Carteira Total	13.391	100,0%	13.194	100,0%	12.131	100,0%	11.620	100,0%	11.065	100,0%
Carteira em Dia	10.773	80,4%	10.985	83,3%	10.256	84,5%	10.019	86,2%	9.597	86,7%
Atraso 30 dias	2.294	17,1%	1.936	14,7%	1.586	13,1%	1.361	11,7%	1.249	11,3%
Atraso 90 dias	1.642	12,3%	1.410	10,7%	1.160	9,6%	943	8,1%	875	7,9%
Saldo de PDD	1.768	13,2%	1.579	12,0%	1.377	11,4%	1.160	10,0%	1.097	9,9%
PDD / Atraso 90 dias	107,7%		112,0%		118,7%		123,0%		125,5%	

IFRS 9

Em R\$ milhões	Março 22		Dezembro 21		Setembro 21		Junho 21		Março 21	
Carteira Total	15.868	100,0%	15.351	100,0%	14.375	100,0%	13.726	100,0%	13.901	100,0%
Carteira em Dia	10.763	67,8%	10.985	71,6%	10.253	71,3%	10.000	72,9%	9.577	68,9%
Atraso 30 dias	4.747	29,9%	4.077	26,6%	3.820	26,6%	3.467	25,3%	4.080	29,4%
Atraso 90 dias	4.014	25,3%	3.501	22,8%	3.350	23,3%	3.009	21,9%	3.651	26,3%
Carteira até 360 dias										
Atraso 30 dias	2.342	17,4%	1.999	15,1%	1.670	13,7%	1.455	12,4%	1.307	11,7%
Atraso 90 dias	1.609	12,0%	1.422	10,7%	1.201	9,8%	996	8,5%	877	7,9%
Saldo de PDD	4.604	29,0%	4.120	26,8%	4.038	28,1%	3.706	27,0%	4.290	30,9%
PDD / Atraso 90 dias	114,7%		117,7%		120,5%		123,2%		117,5%	

Glossário

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 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.