



Grupo Carrefour Brasil

Resultados do 2T 2020

28 de julho de 2020

PERFORMANCE ESPETACULAR NO 2T E 1S20

- » Melhor *one-stop-shop*
- » **2x** crescimento do mercado
- » LfL ex gasolina **30,3%**
- » Simplificação da dinâmica promocional
- » **NPS recorde**
- » **+30%** de *share of wallet*
- » **+30%** volume PGC – marca própria

Carrefour



.com

- » Crescimento de **3 anos em um trimestre**
- » **39 p.p.** de crescimento acima do mercado
- » **R\$918 milhões** GMV total
- » **+377%** GMV alimentar e **+65%** não alimentar
- » **39%** penetração de vendas de eletrodomésticos online
- » **7,7%** penetração de vendas de alimentos online
- » **60% de penetração** de perecíveis na cesta de compras

- » **Banco Múltiplo**
- » **+8%** de faturamento *on-us* no 2T20
- » **+12,7%** de faturamento em Junho, indicando retomada
- » Auxílio para clientes parceiros na crise

Carrefour
banco



ATACADÃO

- » **Forte desempenho** em qualquer cenário
- » **LfL 8,6%**, mesmo sem o Dia A* em 2020
- » Vendas fortes em junho com a reabertura gradual do **B2B** e fluxo ainda alto no **B2C**

Colhendo os frutos de nossa **estratégia omnicanal:**
ecossistema conectado e alavancando as **sinergias** entre os negócios

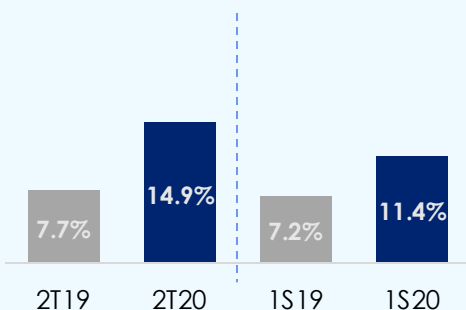
* Campanha de aniversário do Atacadão "Dia A", normalmente realizada em abril, foi cancelada em 2020 devido à pandemia causada pelo COVID-19.

2T20: EXCELENTE DESEMPENHO GERAL

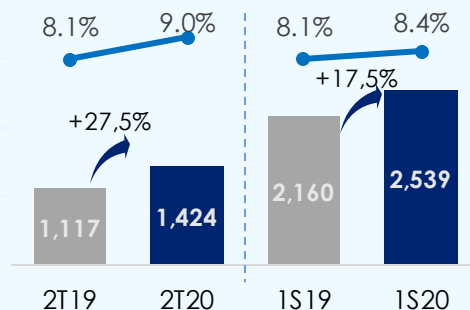
2T2020

LFL SEM GASOLINA	VENDAS BRUTAS COM GASOLINA	EBITDA AJUSTADO	LUCRO LÍQ. AJ. PART. CONTROL.	ALAVANCAGEM E ENDIVIDAMENTO
Consolidado 14,9% Atacado 8,6% Varejo 30,3%	R\$ 17,6 bi +15,4% a.a.	R\$ 1,4 bi +27,5% a.a. 9,0% margem (+0,9 p.p.)	R\$ 713 mi +74,9% a.a. 4,5% margem (+1,6 p.p.)	R\$ 2,7 bi* 0,52x dívida líquida/ Adj. EBITDA LTM R\$ 4,7 bi* Inclui desconto de recebíveis 0,92x dívida líquida/ Adj. EBITDA LTM *Inclui dívida com alugueis (IFRS16)
✓ Pagamento de JCP: R\$482 mi (R\$0,24/ação) em 2x (25/9 e 23/11)				

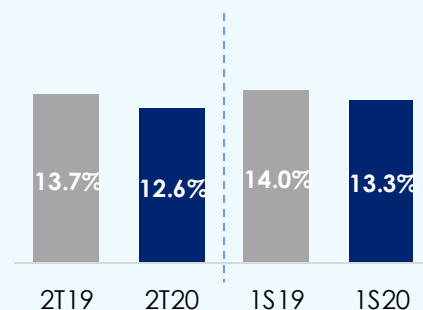
Evolução consolidada Lfl (ex-gasolina)



Evolução do EBITDA ajustado



Evolução SG&A como % das vendas líq.



• ATACADÃO: FORTE DESEMPENHO EM QUALQUER CENÁRIO



Melhor preço combina perfeitamente com **crises**



B2B e B2C suportaram o crescimento, mais do que compensando os impactos da crise



Vendas continuaram fortes em junho com a reabertura gradual do B2B e manutenção do alto fluxo B2C

+13,5% a.a.
Vendas brutas



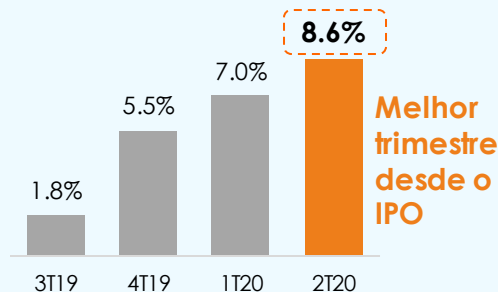
8,6% LfL
Mesmo sem o Dia A em 2020
6,2% Expansão +1 nova loja

EBITDA ajustado
R\$ 862 milhões
+28,3% a.a.

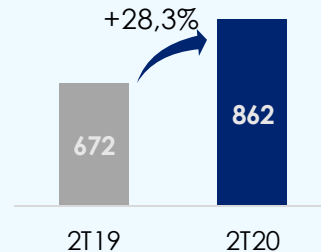


Margem EBITDA Ajustada
8,1% (+1 p.p. a.a.)

LfL ex Calendário



Evolução do EBITDA ajustado
(em R\$ milhões)



VAREJO: CRESCENDO O DOBRO DO MERCADO

+30,3% LfL
sem gasolina

**NPS
recorde**



+30%
Share of wallet

+16,2%
Alimentar

+30%
Volume PGC
marca
própria a.a.

+52,3%
Não
alimentar



+25%
produtividade



Ganho de market share
em hipermercados

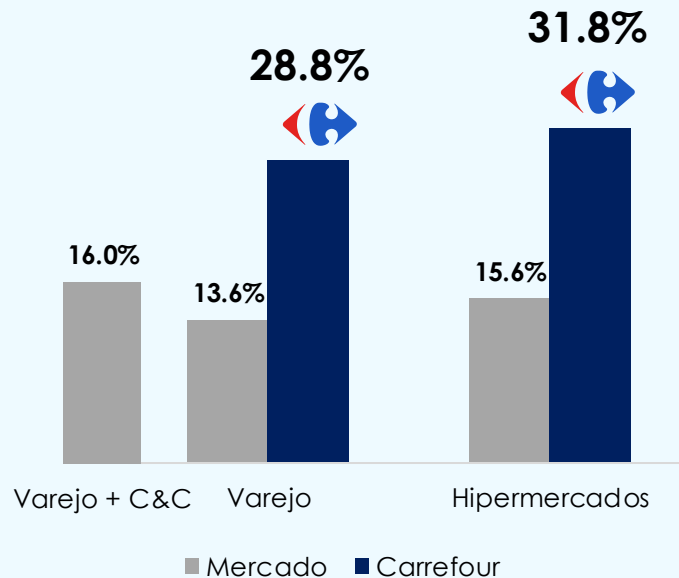


Melhor oferta de
one-stop-shop



**Dinâmica promocional
simplificada** melhor percepção
de preços entre os clientes

Cresemos o dobro do mercado



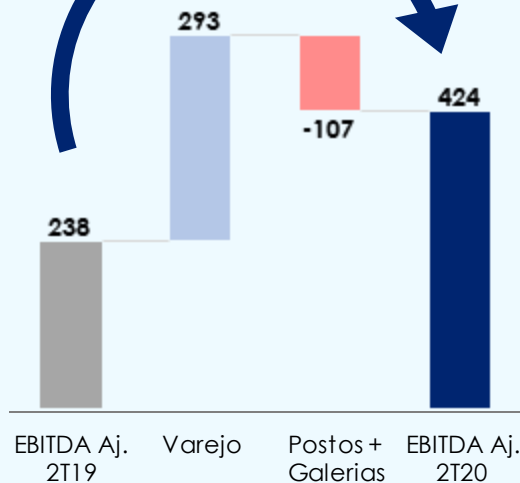
Fonte: Nielsen

Metodologia utilizada pela Nielsen pode gerar pequenas
diferença com números reportados.

VAREJO: INQUESTIONÁVEL GANHO DE EFICIÊNCIA

EBITDA Ajustado Varejo (em R\$ milhões)

+78%



+122 bps
Margem Bruta



-396bps SG&A
+ diluição, produtividade e expansão e-comm



+5,1 p.p.

+93 bps de
redução de perdas

+29 bps de
eficiência em
supply

Redução no SG&A
nominal excluindo
despesas COVID-19

**Expansão de
Margem EBITDA
Ajustada ex.
gasolina e galerias**

EBITDA Ajustado
(ex. gasolina e galerias)

R\$ 449 milhões

+187,5% a.a. >>> +293 milhões

Margem EBITDA Ajustada

9,3% (+5,1 p.p. a.a.)

EBITDA Ajustado Varejo Total

R\$ 424 milhões

+78,2% a.a.

Margem EBITDA Ajustada

8,1% (+2,8 p.p. a.a.)

E-COMMERCE: 3 ANOS EM UM TRIMESTRE



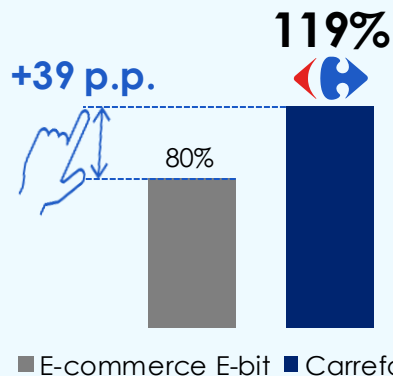
Crescimento de **3 anos** em um trimestre no e-commerce - estamos próximos do **breakeven**



7º lugar no ranking de visitas em Julho (vs. 46º no lançamento)

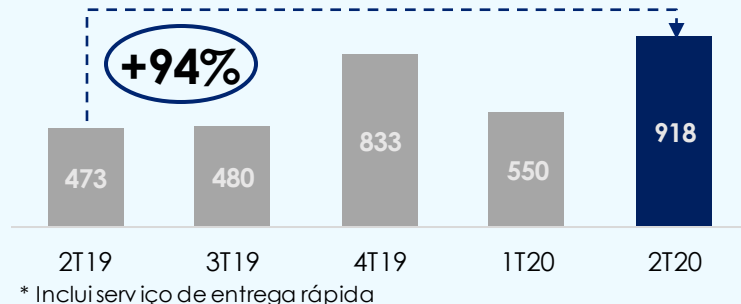


Crescemos **muito mais que o mercado** em Junho, atingindo patamares acima do 4T19 (*Black Friday*)

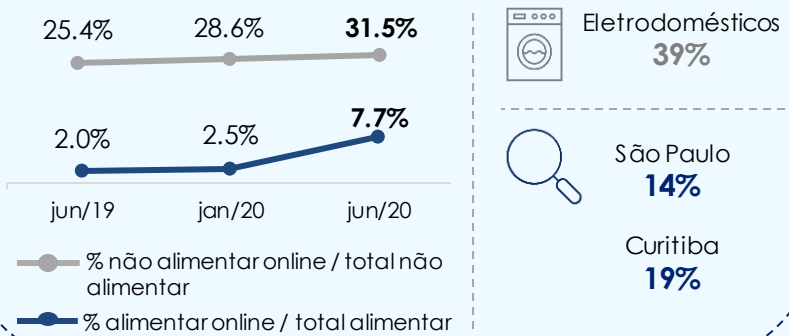


Fonte: E-bit (não considera players que são exclusivamente marketplace)

Crescimento GMV Total*



Representatividade Online



E-COMMERCE: ACELERAÇÃO DIGITAL DIFERENCIADA



TEMOS PRODUTOS FRESCOS

60% penetração de perecíveis na cesta de compras



SEM CANIBALIZAÇÃO

60% das vendas online vem de **NOVOS clientes**, e 70% deles são totalmente novos para os hipermercados também



RECORRÊNCIA

Aumento de 12 p.p. na taxa de recompra entre novos e +11 p.p. para clientes existentes



EFICIÊNCIA

97% dos clientes receberam suas compras no prazo, +10 p.p. vs. 1T20

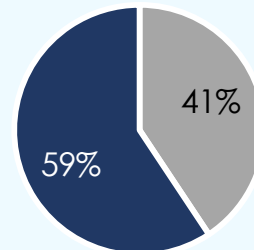
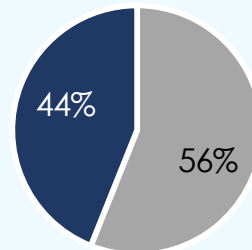


+377% de crescimento no **GMV alimentar**
(incluindo serviço de entrega rápida)

GMV Alimentar por plataforma

1T20

2T20



■ Serviço de entrega rápida

■ Carrefour

BANCO CARREFOUR: NOSSO BANCO MÚLTIPLO

» Aceleração da Digitalização



Aquisição
+85% a/a



Acordos
+273% a/a



Acesso aos
Canais
+27% a/a



Pagamentos pós
cancelamento
+256% a/a

- » **Conforme esperado**, desaceleração e aumento de provisões EBITDA: **R\$ 184 milhões** (-27% a.a.)
- » Junho apresentou sinais de **retomada do crescimento**, **+12,7%** de faturamento a/a

» Banco múltiplo

- » Mais **diversificação** de receita
- » Internalização dos boletos de pagamento reduzindo custos para a cobrança e recebimento
- » Melhor gestão de fluxo financeiro e redução de intermediários



**#JuntosPelo
SeuNegócio**

**Auxiliando clientes
parceiros** no período de crise

- » **Apoio** aos clientes na divulgação de seus negócios durante a crise
- » **+450** parceiros cadastrados
- » Comunicação para os clientes do cartão Atacadão com + 200k impactos

Investimentos na estratégia de longo prazo do banco continuam no mesmo ritmo

AÇÕES QUE TRANSFORMAM



Mudamos nosso jeito de fazer e gerir



AGILIDADE - Centro de Melhoria Contínua (CMD) em ágil

Uma nova Plataforma e-commerce desenvolvida em 6 meses na metodologia ágil baseado num novo conceito de arquitetura

- » mais de 150 pessoas (+100 desenvolvedores) e 3.000 Estórias
- » Base centralizada de clientes (processo omni)
- » Motor de pagamento Próprio



TEMPO

- » Ajuste de funcionalidades do site poderiam demorar de 2 a 3 semanas. Na nova arquitetura, conseguimos fazer em dias ou até horas
- » Processo de admissão reduzido em 9 dias / 1.000 contratações/mês 100% digital



Act for change movendo transformações, gerando sinergia e mais negócios



Apoiar modelos de produção cada vez mais sustentáveis



Preservação e proteção ao meio ambiente

Em 2019 a empresa:

- » deixou de emitir **1,3 mil toneladas de CO₂**
- » Substituiu **5,5 milhões de embalagens plásticas**

Comprometimento até 2025:

- » **100% das embalagens** dos produtos serão feitas a partir de materiais mais sustentáveis
- » **reduzir 50% do desperdício** alimentar nas lojas Carrefour e Atacadão

Compromisso com desmatamento zero



Papel Social

- » parceria com **460** produtores locais,
- » apoio 51 projetos sociais - impactando **2,6 milhões de pessoas**
- » Signatária do **Pacto Global**

Relatório Sustentabilidade publicado em Junho

ECOSSISTEMA PROMOVENDO MELHORIAS ESTRUTURAIS E SUSTENTÁVEIS



ACELERAÇÃO DIGITAL

- » 39% das vendas de eletrodomésticos e 7,7% de alimentos vendidos nos canais de varejo online em junho
- » Lançamento do **Marketplace do ATACADÃO**
- » Aumento de 85% na aquisição de cartões online (Vs. 2T19)



CRESCEMOS ONLINE E OFFLINE

Varejo	LfL Loja	LfL E-commerce	LfL Total
Alimentar	14,0%	377,0%*	16,2%
Eleto (1P)	79,5%	51,0%	70,7%

* Inclui serviço de entrega rápida

- » Maior LfL para o **Atacadão** desde o IPO, mesmo sem o Dia A em 2020
- » Braço financeiro **rentável**

MUDANÇAS ESTRUTURAIS

- » Crescimento de 3 anos no e-commerce
- » Expansão de 1,5 ano após aprovação da aquisição do Makro
- » Comprovado modelo de negócios omnicanal
- » Forte percepção de marca e engajamento do cliente
- » Maior *share of wallet*
- » Maior NPS

GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

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

Sébastien Durchon
CFO e Diretor de RI

Natália Lacava
Diretora de RI

Ludimila Aiello | Victor Bento
Especialista de RI

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