

## Melhor desempenho de Lfl em cinco anos resultado de iniciativas comerciais e da força de nosso ecossistema

**Vendas Brutas:**  
R\$ 17,6 bi  
+11,4%\* a/a

**Atacadão:**  
R\$ 11,9 bi  
+10,8% a/a

**Carrefour Varejo**  
R\$ 5,8 bi  
+12,8%\* a/a

**Banco Carrefour**  
**Faturamento**  
R\$ 9,7 bi  
+28,9% a.a.

\*ex-gasolina

- ✓ Tendência de crescimento positiva graças ao **contínuo desenvolvimento de iniciativas omnicanal**, incluindo importantes iniciativas comerciais em todos os canais que nos garantiram um Lfl consolidado de 7,6%\*
- ✓ **Atacadão:** crescimento de 10,8% impulsionado pela expansão (+6,0%) e Lfl de 5,5%, reflexo de iniciativas bem-sucedidas e de uma forte Black Friday
- ✓ **Carrefour Varejo:** vendas Lfl de 13,3%\* incluindo o marketplace no 4T 2019 (12,7%\* ex GMV). O Lfl das lojas foi de 9,6% com crescimento de 6,8% nos tickets, representando +3 milhões em novas transações e crescimento de 5,4% no volume
- ✓ **Forte desempenho dos hipermercados** resultando em: (i) ganhos de market share em hipermercados (+2,20 p.p. em dezembro) e no multi formato
- ✓ **GMV** apresentou crescimento de 39,1%\* (e-commerce não alimentar já representa 34% das vendas totais do não alimentar)
- ✓ **Banco Carrefour:** contínua aceleração com crescimento de 28,9% no faturamento do 4T, incluindo +21,8% no cartão de crédito Carrefour resultando em R\$ 6,9 bilhões e +51,2% no cartão de crédito Atacadão resultando em R\$ 2,7 bilhões, o qual representa 28% do total; a carteira de crédito do Banco Carrefour cresceu 38%, atingindo R\$ 11,6 bilhões no 4T
- ✓ **Black Friday:** aumento de 54,6% nas vendas vs 2018 suportado por +63,4% em vendas no Atacadão e +40% em vendas no Carrefour. O faturamento do Banco Carrefour apresentou aumento de 32%, atingindo mais de R\$ 380 milhões em um único dia (inclui on-us e off-us)

## DESTAQUES DO ECOSSISTEMA

- ✓ Aumento do NPS em diferentes formatos com destaque para o os hipermercados que atingiram recorde histórico
- ✓ Número recorde de visitas ao website que dobrou em dezembro em comparação a 2018
- ✓ Corredores de saudáveis e orgânicos implementados em 82 hipermercados: ~3.100 SKUs de alimentos orgânicos e saudáveis e 2.600+ SKUs de marca própria, representando 13% das vendas líquidas totais de alimentos no 4T (+2,4 p.p. a/a).

## NOVOS PONTOS DE CONTATO COM O CLIENTE NO 4T 2019

- ✓ 20 novas lojas Atacadão no ano (+8 aberturas no 4T), em linha com a meta anual
- ✓ 8 novas lojas do formato de proximidade
- ✓ Serviço de entrega rápida disponível em 138 pontos de venda em 34 cidades, vs 115 pontos de vendas em 26 cidades no 3T
- ✓ Não alimentar: 110 Clique & Retire (14% das vendas e-commerce vs 8% no 4T18)
- ✓ Alimentar: 54 Drives e Clique & Retire (vs 28 no 3T)

## VENDAS 4T 2019

	4T19				2019			
	Vendas Brutas (R\$MM)	LFL	Expansão	Total (%)	Vendas Brutas (R\$MM)	LFL	Expansão	Total (%)
Atacadão	11.855	5,5%	6,0%	10,8%	42.055	5,4%	6,8%	11,9%
Carrefour (s/ gasolina)	4.987	12,7%	0,1%	12,8%	17.321	9,1%	-0,3%	8,7%
<b>Vendas Brutas (s/ gasolina)</b>	<b>16.842</b>	<b>7,6%</b>	<b>4,2%</b>	<b>11,4%</b>	<b>59.377</b>	<b>6,5%</b>	<b>4,7%</b>	<b>11,0%</b>
<b>Vendas Brutas (c/ gasolina)</b>	<b>17.638</b>	<b>7,8%</b>	<b>4,1%</b>	<b>11,5%</b>	<b>62.220</b>	<b>6,2%</b>	<b>4,5%</b>	<b>10,4%</b>
<b>Faturamento Total Banco</b>	<b>9.722</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>28,9%</b>	<b>33.097</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>28,0%</b>

## VENDAS CONSOLIDADAS 4T 2019

As vendas consolidadas do Grupo Carrefour Brasil atingiram R\$ 17,6 bilhões no 4T19. Excluindo gasolina, obteve-se um forte crescimento de 11,4%, principalmente devido ao expressivo crescimento de LfL de 7,6%, o melhor desempenho em 4T dos últimos cinco anos. Nossa estratégia contínua de expansão em Cash&Carry levou a um crescimento adicional de 4,2% com a inauguração de 20 lojas de atacado em 2019 e 8 lojas dos formatos de proximidade, incluindo 8 lojas Atacadão no 4T19. A rede de lojas do Grupo Carrefour Brasil totalizava 692 lojas no final do ano.

No 4T, o crescimento de 7,6% nas vendas do Grupo Carrefour Brasil em base mesmas lojas (excluindo gasolina) deu-se principalmente devido aos 12,7% de crescimento na divisão de Varejo, o maior aumento trimestral dos últimos cinco anos. No Atacadão, o crescimento like-for-like atingiu 5,5%, refletindo a força do modelo de negócios, que conseguiu oferecer a melhor opção de preços aos nossos clientes em meio a uma tendência de volatilidade de inflação em diversas categorias, principalmente a carne, além de uma bem-sucedida Black Friday.

O faturamento bruto do Banco Carrefour atingiu R\$ 9,7 bilhões, com crescimento recorde de 28,9%, refletindo o ambiente de crédito favorável e as estratégias acertadas para gerar demanda em nossa atual base de clientes.

No ano, as vendas brutas chegaram a R\$ 62,2 bilhões. Excluído gasolina, o crescimento total foi 11% superior ao ano anterior, devido a uma combinação do crescimento LfL de 6,5% e um crescimento adicional de 4,7% decorrente da expansão. O Atacadão apresentou forte crescimento de 11,9%, atingindo sua meta de expansão de 20 novas lojas, e o Carrefour Varejo cresceu 8,7% (excluindo gasolina) devido ao crescimento LfL de 9,1%.

LfL ex- efeito calendário	4T19				2019			
	Vendas Brutas (R\$MM)	LFL	Expansão	Total (%)	Vendas Brutas (R\$MM)	LFL	Expansão	Total (%)
Atacadão	11.855	5,5%	6,0%	10,8%	42.055	5,4%	6,8%	11,9%
Carrefour (s/ gasolina)	4.987	12,7%	0,1%	12,8%	17.321	9,1%	-0,3%	8,7%
Carrefour (c/ gasolina)	5.783	12,7%	0,2%	12,9%	20.165	7,8%	-0,3%	7,5%
<b>Consolidado (s/ gasolina)</b>	<b>16.842</b>	<b>7,6%</b>	<b>4,2%</b>	<b>11,4%</b>	<b>59.377</b>	<b>6,5%</b>	<b>4,7%</b>	<b>11,0%</b>
<b>Consolidado (c/ gasolina)</b>	<b>17.638</b>	<b>7,8%</b>	<b>4,1%</b>	<b>11,5%</b>	<b>62.220</b>	<b>6,2%</b>	<b>4,5%</b>	<b>10,4%</b>
<b>Faturamento Total Banco</b>	<b>9.722</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>28,9%</b>	<b>33.097</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>28,0%</b>

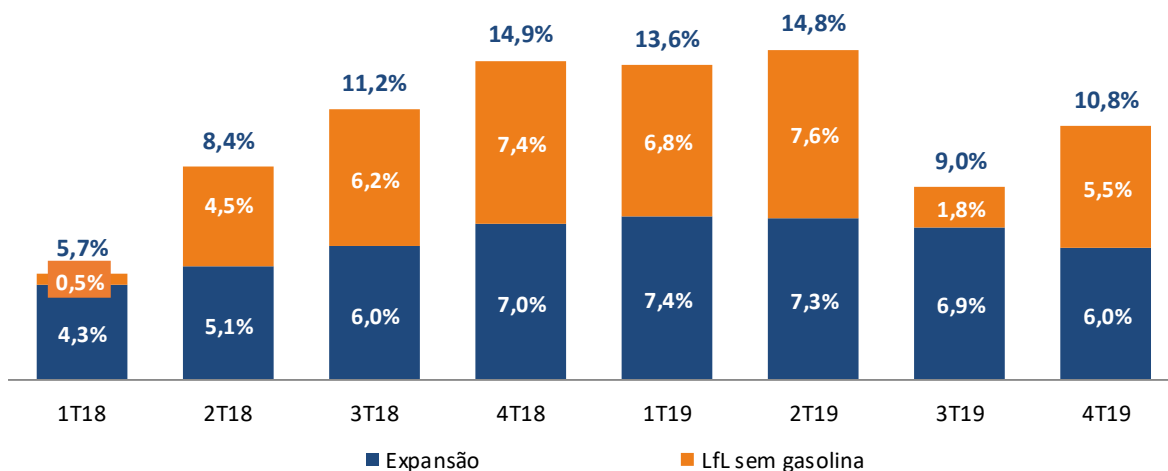
LfL ex- efeito calendário	4T18				4T19			
	1T18	2T18	3T18	4T18	1T19	2T19	3T19	4T19
Atacadão	0,5%	4,5%	6,2%	7,4%	6,8%	7,6%	1,8%	5,5%
Carrefour (s/ gasolina)	0,1%	0,8%	2,5%	3,5%	6,1%	8,0%	8,8%	12,7%
Carrefour (c/ gasolina)	0,1%	2,1%	3,0%	2,8%	4,2%	6,4%	7,2%	12,7%
<b>Consolidado (s/ gasolina)</b>	<b>0,4%</b>	<b>3,4%</b>	<b>5,1%</b>	<b>6,2%</b>	<b>6,6%</b>	<b>7,7%</b>	<b>3,8%</b>	<b>7,6%</b>
<b>Consolidado (c/ gasolina)</b>	<b>0,5%</b>	<b>3,6%</b>	<b>5,1%</b>	<b>5,8%</b>	<b>5,8%</b>	<b>7,3%</b>	<b>3,5%</b>	<b>7,8%</b>

### Atacadão: crescimento total de 10,8%, equilibrado entre expansão e Lfl

A receita bruta do Atacadão atingiu R\$ 11,9 bilhões no 4T, um crescimento total de 10,8%, refletindo sua estratégia de expansão e sua capacidade de aproveitar as tendências de inflação volátil em diferentes categorias, principalmente a carne, e uma Black Friday muito bem-sucedida, com desempenho de vendas 63,4% superior ao ano passado e +58% a/a no faturamento do cartão de crédito Atacadão.

O Lfl do Atacadão cresceu 5,5% no trimestre e 5,4% no ano (vs 4,8% no acumulado de 2018), sendo que a expansão contribuiu com mais 6,0% para o crescimento das vendas totais no trimestre. Com a inauguração de 8 novas lojas em diferentes regiões do Brasil no 4T, o Atacadão atingiu sua meta de abrir 20 lojas em 2019. Com isso, a rede chega a um total de 186 lojas. A concentração de aberturas de lojas no último trimestre do ano deve impactar positivamente o Lfl futuro, conforme as lojas maturarem.

#### Performance de Vendas Atacadão



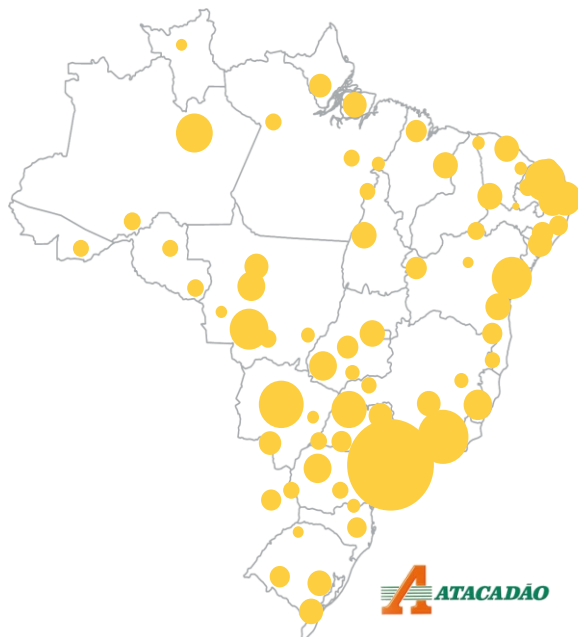
A estratégia de expansão do Atacadão nos últimos 3 anos levou à inauguração de 51 novas lojas e viabilizou nosso plano de ser o primeiro a entrar em diversas regiões onde atuamos e o único com presença em todos os estados brasileiros, favorecendo um desempenho superior.

Em 2019, nossa expansão gerou 5,5 milhões de transações adicionais. 413.000 novos clientes tiveram seu crédito analisado e 83.000 novos cartões foram emitidos. As transações totalizaram 180 milhões em 2019, demonstrando a força desse modelo de negócios escalonável.

Adicionalmente, nossa capacidade de prever tendências inflacionárias nos permite realizar compras oportunas em períodos de inflação volátil, criando um diferencial importante no mercado.

Desta forma, em dezembro apresentamos um crescimento no market share de mesmas lojas de 0,8 p.p. a/a e 1,2 p.p. t/t, refletindo a força e resiliência do nosso modelo de negócios.

#### Presença Nacional do Atacadão



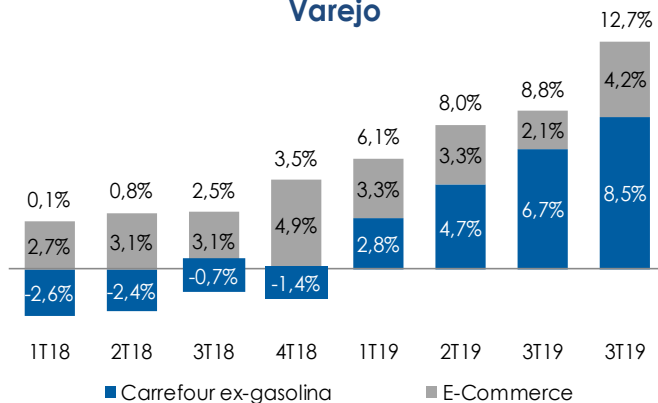
## Carrefour Varejo: NPS mais alto da história e melhor resultado mesmas-lojas dos últimos cinco anos, atingindo 12,7%

As vendas do Carrefour Varejo continuaram aceleradas no 4T, atingindo a excelente marca de 12,8% (excluindo gasolina): as vendas LfL do Carrefour excluindo gasolina apresentaram crescimento de 12,7% (ou 13,3% incluindo marketplace), comparado a 8,8% no 3T e 3,5% no mesmo trimestre do ano anterior. Esse foi o maior aumento trimestral dos últimos cinco anos, com vendas totais de R\$ 5,8 bilhões, incluindo gasolina. No ano, as vendas totais atingiram R\$ 20,2 bilhões, incluindo gasolina, um crescimento de 7,5%. Excluindo gasolina, as vendas totais apresentaram crescimento de 8,7% devido ao sólido LfL de 9,1%, uma melhora em relação ao LfL de 1,8% registrado em 2018.

O melhor desempenho do Varejo continua refletindo as diversas iniciativas implementadas a partir de 2018 com relação aos preços e ao reposicionamento de sortimento, bem como as iniciativas comerciais e de transição alimentar.

Isso se traduziu em uma melhor experiência do cliente, fazendo com que o NPS atingisse seu nível mais alto na história e reduzindo os índices de ruptura, resultando em uma tendência de vendas muito mais favorável nas categorias alimentares e uma aceleração significativa nas categorias não alimentares, com a contribuição do e-commerce e da Black Friday neste trimestre.

### Performance de Vendas Carrefour Varejo



## Multiformato: Melhor desempenho alimentar dos últimos 5 anos

Nosso multiformato registrou seu melhor índice LfL desde 2014, atingindo 9,6% com aumento de volume de 5,4% e 6,8% em tickets, representando 3 milhões de transações adicionais. O contínuo forte desempenho do não alimentar, que cresceu 16,4% em lojas físicas, assim como a melhor performance do alimentar em 5 anos com, com um aumento de 6,1% em vendas e 4% em volumes, nos levaram a atingir forte desempenho em nossos diferentes canais de varejo.

Neste trimestre, tivemos ganhos de market share consistentes em hipermercados (+2,20 p.p. de acordo com a Nielsen) e no varejo multi-formato devido a: (i) melhor execução logística, que levou a melhores níveis de serviço (aumento do NPS) e à redução da ruptura de estoque; (ii) o sucesso da campanha Act for Food, que contribuiu com penetração de 30% dos produtos de marca própria no PGC; (iii) Black Friday bastante forte, com crescimento anual de 40% nas vendas e 26% no faturamento do cartão de crédito Carrefour.

Os formatos de conveniência, principalmente Express, continuam registrando elevado crescimento, com aumento de 24,2% nas vendas LfL (dois dígitos pelo quinto trimestre consecutivo), enquanto as iniciativas Omnicanal, como Clique & Retire, Drive e nossa parceria de serviço de entrega rápida, mantêm sua rápida expansão, contribuindo para o crescimento e com aproximadamente 10% do LfL nas lojas.

Continuamos desenvolvendo nossa oferta de produtos saudáveis e orgânicos, em linha com a estratégia de sermos líderes na transição alimentar para todos. Os corredores de alimentos saudáveis e orgânicos já estão presentes em 82 hipermercados, com oferta de ~3.100 SKUs de produtos orgânicos e saudáveis (+22% a/a) e mais de 2.700 SKUs de produtos de marca própria, representando 13% das vendas líquidas totais de alimentos no 4T, um aumento de 2,4 p.p. a/a.

## E-commerce e Iniciativas Digitais: Melhorando o nível de serviço de entrega

O momento positivo do e-commerce se manteve, apresentando um crescimento total do GMV de 40,1%, representando 16,1% das vendas totais do Carrefour Varejo excluindo gasolina (versus 12,9% no 4T18). O marketplace representou ~19% do GMV total (praticamente em linha com o 4T18).

O número de visitantes e pedidos continuou crescendo fortemente (acima de 90%), atingindo índices recorde no trimestre. No 4T, o marketplace atingiu 3.756 sellers e ~4 milhões de SKUs.

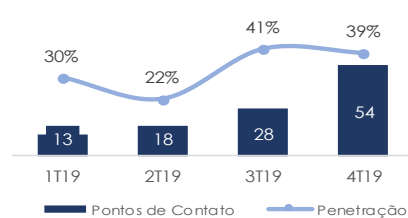
Nosso e-commerce alimentar continuou ganhando participação de mercado com crescimento de 405%\* no GMV. A expansão do serviço de entrega rápida, dos Drives e do Clique & Retire continua. No 4T Drive e Clique & Retire foram responsáveis por 39% das entregas de alimentos. Encerramos o ano com 12 side stores, que absorveram 25% das vendas totais do e-commerce alimentar no 4T, o que nos permitiu manter um índice de pedidos completos de 98%, reduzindo drasticamente os índices de ruptura e churn. O tempo médio de entrega também apresentou melhora no 4T, e atualmente entregamos 97% dos pedidos dentro do prazo.

Nosso e-commerce não alimentar, três anos após seu lançamento ultrapassou R\$2 bilhões em vendas em 2019 e R\$700 milhões no 4T. Ele já é responsável por 34% das vendas de não alimentar do varejo além de contribuir significativamente em termos de vantagem competitiva.

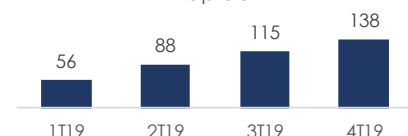
\*Inclui serviço de entrega rápida

	4T19 (R\$MM)		4T18 (R\$MM) Total (%)	
1P	650	39,7%	462	40,6%
3P	152	37,9%	110	37,9%
<b>E-commerce</b>	<b>802</b>	<b>39,1%</b>	<b>572</b>	<b>40,1%</b>
Multi-formato	4.337	9,6%	3.959	9,6%
<b>Carrefour + GMV (s/ gasolina)</b>	<b>5.139</b>	<b>13,3%</b>	<b>4.531</b>	<b>13,4%</b>

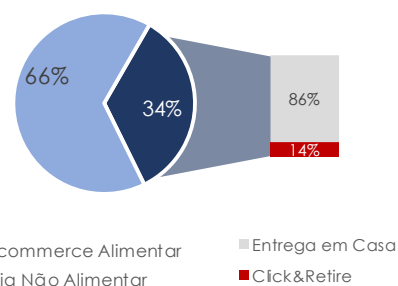
Drive e Click&Collect Alimentar



Pontos de contato entrega rápida



Vendas Não Alimentar 4T19



110 Pontos de Contato

	2019 (R\$MM) LFL		2018 (R\$MM) Total (%)	
2019	1.713	43,7%	1.187	44,3%
2018	434	92,2%	226	92,2%
<b>2019</b>	<b>2.148</b>	<b>51,4%</b>	<b>1.413</b>	<b>51,9%</b>
2018	15.608	6,3%	14.746	5,8%
<b>2019</b>	<b>17.756</b>	<b>10,2%</b>	<b>16.159</b>	<b>9,9%</b>

## Banco Carrefour: Continuidade do momento positivo com aumento de 28,9% no faturamento no 4T

No 4T, novamente o Banco Carrefour registrou um sólido desempenho no crescimento do faturamento e da carteira: o faturamento total cresceu 28,9% a/a, chegando a R\$ 9,7 bilhões, e +15,7% sequencialmente. O faturamento do cartão Carrefour aumentou 21,8% para R\$ 6,9 bilhões (+15,9% no sequenciamento), enquanto o faturamento do cartão Atacadão atingiu R\$ 2,7 bilhões, um crescimento de 51,2% no 4T e 15,9% sequencialmente. A carteira de crédito apresentou crescimento significativo de 38% atingindo R\$ 11,6 bilhões, dando continuidade ao sólido desempenho e refletindo o momento positivo do mercado de crédito no Brasil.

O faturamento bruto na Black Friday (on-us e off-us) ultrapassou a marca dos R\$ 380 milhões em um único dia (+32% vs 2018), o número de transações cresceu 20%, e o ticket médio subiu 25% em comparação a 2018, comprovando o sucesso das nossas iniciativas.

Em R\$ milhões	4T19	4T18	Δ	2019	2018	Δ
Faturamento cartão Carrefour	6.879	5.649	21,8%	23.650	19.676	20,2%
Faturamento cartão Atacadão	2.721	1.799	51,2%	8.966	5.813	54,2%
Outros produtos*	122	94	29,5%	482	363	32,5%
<b>Faturamento Total</b>	<b>9.722</b>	<b>7.543</b>	<b>28,9%</b>	<b>33.097</b>	<b>25.852</b>	<b>28,0%</b>
Total da carteira de crédito	11.570	8.382	38,0%	11.570	8.382	38,0%

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

## REDE DE LOJAS – 4T 2019

No 4T, inauguramos oito lojas Cash & Carry, uma instalação de atacado de entrega, uma loja no formato Market e um posto de gasolina. Passamos a operar 692 lojas, com área de vendas total de 2.006.324 m<sup>2</sup>.

Nº de lojas	Dez.18	Aberturas	Dez.19
Cash & Carry	166	20	186
Hipermercados	100	0	100
Supermercados	50	3	53
Conveniência	120	5	125
Atacado de entrega	27	1	28
Farmácias	124	0	124
Postos de Gasolina	74	2	76
<b>Grupo</b>	<b>661</b>	<b>31</b>	<b>692</b>

Área de Vendas	Dez.18	Dez.19	Δ Var. Dez.19 vs Dez.18
Cash & Carry	1.056.539	1.170.350	10,8%
Hipermercados	704.876	704.876	0,0%
Supermercados	68.008	69.056	1,5%
Conveniência	22.009	22.732	3,3%
Farmácias	7.921	7.921	0,0%
Postos de Gasolina	30.485	31.389	3,0%
<b>Área total de vendas (m<sup>2</sup>)</b>	<b>1.889.839</b>	<b>2.006.324</b>	<b>6,2%</b>

## INFORMAÇÕES SOBRE RESULTADOS DO 4T

**Release de resultados:** 20 de fevereiro, após o mercado.

**Teleconferência de resultados:** 21 de fevereiro, às 10h, horário de São Paulo

## RELAÇÕES COM INVESTIDORES

### Sébastien Durchon

Vice-Presidente de Finanças e Diretor de Relações com Investidores

### Natália Lacava

Diretora de Relações com Investidores

### Ludimila Aiello

Coordenadora 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)

**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.



## Sobre o Grupo Carrefour Brasil

Operando há 40 anos no Brasil, o Grupo Carrefour Brasil é líder de mercado na distribuição de alimentos e varejo. Ao operar na plataforma multi-formato e omnicanal, o Grupo combina operações de varejo e “cash & carry” (atacado de autosserviço), assim como soluções financeiras aos seus clientes através do Banco Carrefour. Também administramos nossos imóveis e portfólio de galerias e shopping centers por meio de nossa divisão imobiliária – Carrefour Property.

O Grupo está presente em todos os estados brasileiros, o que nos permite atender as diferentes necessidades de seus milhões de clientes em todo o país. Em 2018, desenvolvemos ainda mais nossa estratégia omnicanal com a implementação de 10 unidades Retire de Carro e Click & Retire em todos os hipermercados. No varejo tradicional, operamos em diferentes formatos de lojas: Carrefour (hipermercados), Carrefour Bairro e Carrefour Market (supermercados), Carrefour Express (lojas de conveniência) e Atacadão (cash & carry e atacado de entrega) e Supeco (atacado de autosserviço compacto). Além disso, oferecemos serviços complementares à nossa operação de distribuição de alimentos com postos de gasolina e farmácias com as marcas Carrefour e Atacadão.

Somos o maior varejista do Brasil e operamos mais de 690 pontos de vendas. Com faturamento de R\$62.2 bilhões no Brasil em 2019 e uma equipe de mais de 84 mil colaboradores, a empresa é uma das maiores empregadoras no país e uma das 20 maiores empresas listadas na bolsa de valores brasileira (B3).

No mundo, o Grupo Carrefour está presente em mais de 30 países. Nos próximos cinco anos, pretende implementar o seu plano de transformação “Carrefour 2022”, possibilitando aos seus clientes consumirem melhor, tornando-se assim líder mundial da transição alimentar para todos. Além disso, o Grupo planeja tornar o universo omnicanal referência ao investir em seus formatos de crescimento, para se tornar líder no e-commerce de alimentos e alavancar a força de sua marca. Em 2018, as vendas globais do Grupo totalizaram € 84,9 bilhões.

## 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.



## Best LfL performance in five years, supported by strong commercial initiatives and strength of our ecosystem

**Gross Sales:**  
**R\$17.6 billion**  
**+11.4%\* YoY**

**Atacadão:**  
**R\$11.9 billion**  
**+10.8% YoY**

**Carrefour Retail**  
**R\$5.8 billion**  
**+12.8%\* YoY**

**Banco Carrefour**  
**Billings**  
**R\$9.7 billion**  
**+28.9% YoY**

\*ex-petrol

- ✓ Positive growth trend thanks to **continued development of omnichannel initiatives**, including strong commercial initiatives across channels which guaranteed 7.6%\* consolidated LfL
- ✓ **Atacadão:** 10.8% growth driven by expansion (+6.0%) and 5.5% LfL, reflecting successful initiatives and a strong Black Friday
- ✓ **Carrefour Retail:** LfL sales of 13.3%\* including marketplace in Q4 2019 (12.7%\* ex GMV). Store LfL was 9.6% with 6.8% growth in tickets representing +3 million additional transactions and +5.4% growth in volumes
- ✓ **Remarkable performance by hypermarkets** resulting in: (i) market share gains in hypermarkets (+220 bps in December) and in multi-format retail
- ✓ **GMV +39.1%\***; Non-food e-commerce already represents 34% of total non-food sales
- ✓ **Banco Carrefour:** Continued acceleration with 28.9% growth in billings in Q4 including +21.8% for Carrefour credit card to R\$6.9 billion and +51.2% for Atacadão credit card to R\$2.7 billion, representing 28% of total; Banco Carrefour credit portfolio rose by 38% to R\$11.6 billion in Q4
- ✓ **Black Friday sales up 54.6%** vs 2018 supported by +63.4% at Atacadão and +40% at Carrefour Retail. Banco Carrefour Billings up 32% to over R\$380 million in one single day (includes on-us and off-us)

## ECOSYSTEM HIGHLIGHTS

- ✓ NPS improved across all different formats, notably hypermarkets, which reached its historical high
- ✓ Record number of website visits, which doubled in December versus last year
- ✓ Healthy food aisles rolled out in 82 hypermarkets: ~3.100 organic and healthy products SKUs and 2,600+ SKUs of private label, representing 13% of total food net sales in Q4 (+240 bps y/y).

## NEW CUSTOMER TOUCH POINTS IN Q4 2019

- ✓ 20 new Atacadão stores in the year (+8 openings in Q4), in line with annual target
- ✓ 8 new market and convenience stores in the year
- ✓ Last Mile Delivery now available in 138 points of sale in 34 cities, up from 115 points of sale in 26 cities in Q3
- ✓ Non-food: 110 Click & Collect (14% of e-commerce sales vs 8% in Q4 18)
- ✓ Food: 54 Drives and Click & Collect (vs. 28 in Q3)

## Q4 2019 SALES

	Q4 19				2019			
	Gross Sales (R\$MM)	LfL	Expansion	Total Growth	Gross Sales (R\$MM)	LfL	Expansion	Total Growth
Atacadão	11,855	5.5%	6.0%	10.8%	42,055	5.4%	6.8%	11.9%
Carrefour (ex-petrol)	4,987	12.7%	0.1%	12.8%	17,321	9.1%	-0.3%	8.7%
<b>Gross sales (ex-petrol)</b>	<b>16,842</b>	<b>7.6%</b>	<b>4.2%</b>	<b>11.4%</b>	<b>59,377</b>	<b>6.5%</b>	<b>4.7%</b>	<b>11.0%</b>
<b>Gross sales (inc petrol)</b>	<b>17,638</b>	<b>7.8%</b>	<b>4.1%</b>	<b>11.5%</b>	<b>62,220</b>	<b>6.2%</b>	<b>4.5%</b>	<b>10.4%</b>
<b>Banco Carrefour Billings</b>	<b>9,722</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>28.9%</b>	<b>33,097</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>28.0%</b>

## Q4 2019 CONSOLIDATED SALES

Grupo Carrefour Brasil's consolidated sales reached R\$17.6 billion in Q4 19. Excluding petrol, reached a strong 11.4% growth, driven mainly by outstanding like-for-like growth of 7.6%, the best performance in Q4 in five years. Our continued strategy of expansion in Cash and Carry and proximity formats added another 4.2% of growth on the back of 20 cash & carry and 8 proximity format openings in 2019, including 8 new Atacadão stores in Q4 19. Grupo Carrefour Brasil's total store network reached 692 stores at the end of the year.

In Q4, Grupo Carrefour Brasil's sales growth of 7.6% on a like-for-like basis (ex-petrol) was largely driven by very strong 12.7% growth in the Retail division, the highest quarterly increase in the last five years. At Atacadão, like-for-like growth reached 5.5%, reflecting the strength of the business model, which was able to offer the best price option for our clients amid a volatile inflation trend in several categories, notably meat, combined with a very successful Black Friday.

Gross billings at Banco Carrefour reached R\$9.7 billion, representing record growth of 28.9%, reflecting a favorable credit environment combined with assertive strategies to unlock demand from our existing client base.

For the full year, gross sales reached R\$62.2 billion. Excluding petrol growth was 11% higher than the previous year, on a combination of 6.5% like-for-like growth and an additional 4.7% from expansion. Atacadão's growth reached a strong 11.9%, as it achieved its expansion target of 20 openings, while Carrefour Retail grew 8.7% (ex-petrol) on the back of 9.1% LfL growth.

Like-for-Like ex-calendar	Q4 19				2019			
	Gross Sales (R\$MM)	LFL	Expansion	Total Growth	Gross Sales (R\$MM)	LFL	Expansion	Total Growth
Atacadão	11,855	5.5%	6.0%	10.8%	42,055	5.4%	6.8%	11.9%
Carrefour (ex-petrol)	4,987	12.7%	0.1%	12.8%	17,321	9.1%	-0.3%	8.7%
Carrefour (inc petrol)	5,783	12.7%	0.2%	12.9%	20,165	7.8%	-0.3%	7.5%
<b>Gross sales (ex-petrol)</b>	<b>16,842</b>	<b>7.6%</b>	<b>4.2%</b>	<b>11.4%</b>	<b>59,377</b>	<b>6.5%</b>	<b>4.7%</b>	<b>11.0%</b>
<b>Gross sales (inc petrol)</b>	<b>17,638</b>	<b>7.8%</b>	<b>4.1%</b>	<b>11.5%</b>	<b>62,220</b>	<b>6.2%</b>	<b>4.5%</b>	<b>10.4%</b>
<b>Banco Carrefour Billings</b>	<b>9,722</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>28.9%</b>	<b>33,097</b>	<b>n.a.</b>	<b>n.a.</b>	<b>28.0%</b>

Like-for-Like ex-calendar	Q4 18				Q4 19			
	Q1 18	Q2 18	Q3 18	Q4 18	Q1 19	Q2 19	Q3 19	Q4 19
Atacadão	0.5%	4.5%	6.2%	7.4%	6.8%	7.6%	1.8%	5.5%
Carrefour ex-petrol	0.1%	0.8%	2.5%	3.5%	6.1%	8.0%	8.8%	12.7%
Carrefour (inc petrol)	0.1%	2.1%	3.0%	2.8%	4.2%	6.4%	7.2%	12.7%
<b>Consolidated ex-petrol</b>	<b>0.4%</b>	<b>3.4%</b>	<b>5.1%</b>	<b>6.2%</b>	<b>6.6%</b>	<b>7.7%</b>	<b>3.8%</b>	<b>7.6%</b>
<b>Consolidated inc petrol</b>	<b>0.5%</b>	<b>3.6%</b>	<b>5.1%</b>	<b>5.8%</b>	<b>5.8%</b>	<b>7.3%</b>	<b>3.5%</b>	<b>7.8%</b>

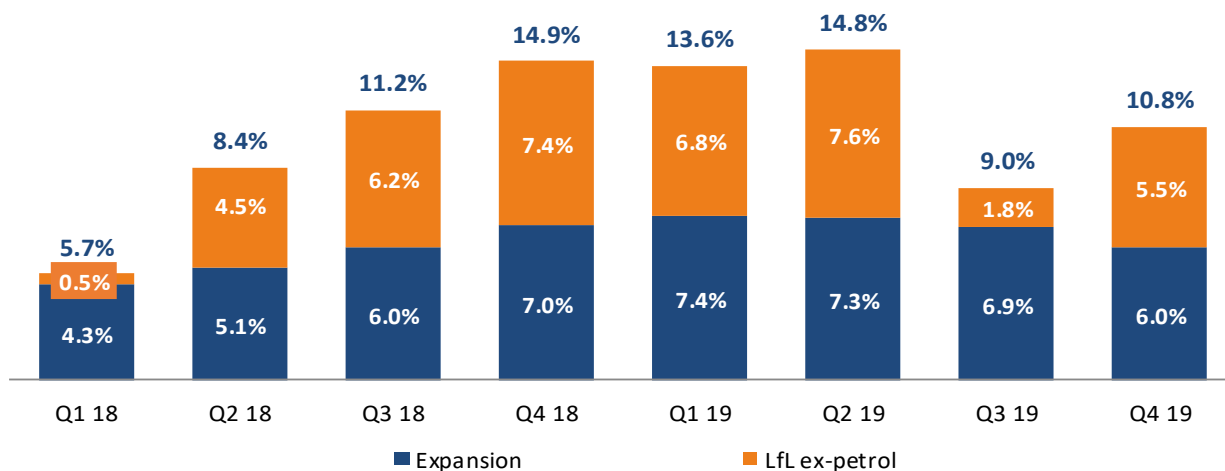
## SALES BY SEGMENT – Q4 2019

### Atacadão: 10.8% total growth, balanced between expansion and like-for-like

Atacadão's gross revenues reached R\$11.9 billion in Q4, representing total growth of 10.8%. This reflects its expansion strategy and its ability to take advantage of volatile inflation trends in different categories, notably meat. It also reflects a very successful Black Friday, with a sales performance that was 63.4% higher than last year and with more than 58% y/y growth in Atacadão credit card billings in a single day.

Atacadão LfL grew by 5.5% in the quarter and 5.4% for the full year (vs 4.8% in full-year 2018), while expansion contributed an additional 6.0% growth to total sales in the quarter. With 8 new openings across different Brazilian regions in Q4, Atacadão reached its target of 20 openings 2019. This brings the total store network to 186. The concentration of store openings in the last quarter of the year should have a positive impact on our LfL in the future as those stores mature.

#### Atacadão Sales Performance



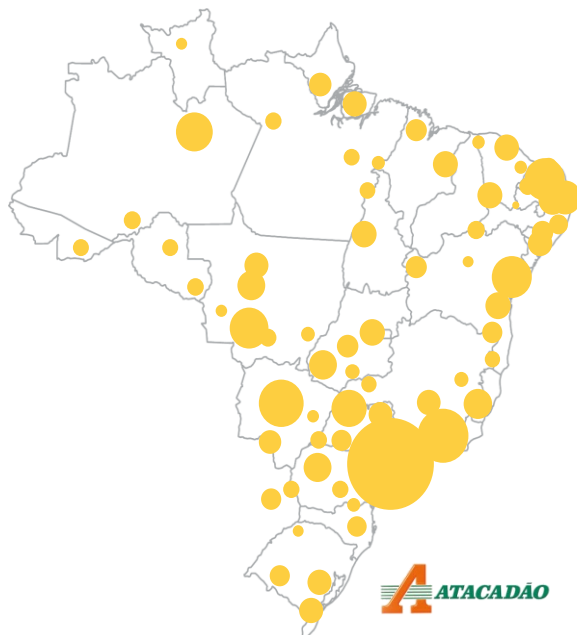
Atacadão's expansion strategy over the last 3 years added 51 new stores and supported our strategy to be first mover in many of the regions in which we currently operate and the only player with presence in all Brazilian states, which favors a superior performance.

In 2019, our expansion generated 5.5 million additional transactions. 413.000 new clients had their credit analyzed and 83.000 new cards were issued. Total transactions reached 180 million in 2019, showing the power of its scalable business model.

Additionally, our capacity to anticipate inflation trends enables opportunistic purchasing in periods of volatile inflation, which ultimately creates a very important differential with the market.

As a result, in December we saw an increase in our same store market share of 80 bps y/y and 120bps sequentially, reflecting the strength and resilience of our business model.

#### Atacadão Nationwide Presence



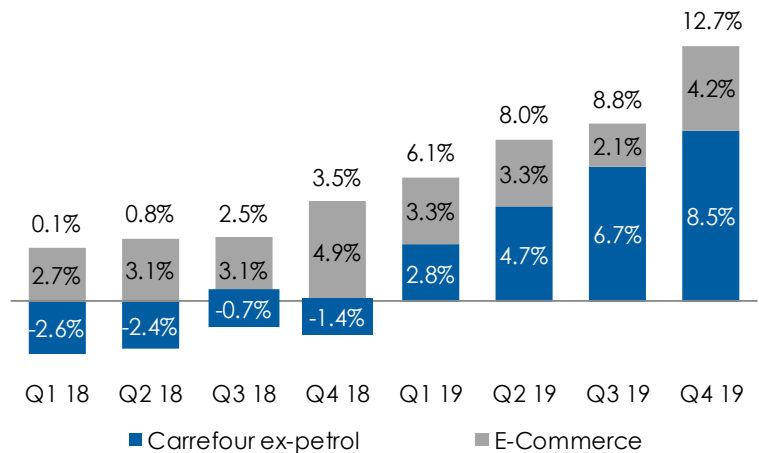
## Carrefour Retail: Record-high NPS and best LfL in the last five years, at 12.7%

Carrefour Retail's sales continued to accelerate in Q4 by a very strong 12.8% (ex-petrol): Carrefour LfL sales ex-petrol were up 12.7% (or 13.3 % including the marketplace), compared to 8.8% in Q3 and 3.5% in the year-ago quarter. This was the highest quarterly increase in the last five years, with total sales of R\$5.8 billion, including petrol. For the full year, total sales reached 20.2 billion including petrol, growing 7.5%. Excluding petrol, total sales grew 8.7%, on the back of a strong 9.1% LfL, an improvement compared to the 1.8% LfL growth in 2018.

The outperformance of our Retail business continues to reflect the many actions taken since 2018 related to prices and assortment repositioning, combined with commercial and food transition initiatives.

This has translated into a better customer experience, with NPS reaching a historical high, and out-of-stock levels decreasing, resulting in a much more favorable sales trend in food categories and a sharp acceleration in non-food categories, supported by the contribution of e-commerce and Black Friday this quarter.

### Carrefour Retail sales performance



## Multi-format: Best food performance in the last 5 years

Our multi-format registered this quarter its best level of LfL since 2014, up 9.6% with volumes up by 5.4% and tickets increasing 6.8%, representing +3 million additional transactions. A continued strong non-food performance, which grew 16.4% in physical stores, as well as the food best performance in the last 5 years, with an increase of 6.1% in sales and 4% in volumes, led to a remarkable performance across our different retail channels.

This quarter saw consistent market share gains in hypermarkets formats (+220 bps according to Nielsen) and in multi-format retail supported by: (i) better logistics execution, generating a better service level (increase in NPS) and reducing the out-of-stock level; (ii) the successful Act for Food campaign, which contributed with a 30% growth of private label products in FMCG; (iii) a very strong Black Friday, with 40% annual growth in sales and 26% growth in Carrefour credit card billings.

Convenience formats, notably Express, continue to record strong growth, enjoying 24.2% LfL sales growth (double-digit growth for the fifth consecutive quarter), while Omnichannel initiatives such as Click & Collect, Drive and our Last-mile delivery partnership, maintain their fast rate of expansion, supporting growth and contributing ~10% to our in-store LfL.

We continued to develop our commercial offer of healthy and organic products, in line with the strategy to be leader in the food transition for all. Healthy food aisles were implemented in 82 hypermarkets, offering ~3,100 SKUs of organic and healthy products (+22% y/y), and more than 2,600 SKUs of private label products, representing 13% of total food net sales in Q4, 240 bps higher y/y.

## E-commerce and Digital initiatives: Improving food delivery service levels

Positive e-commerce momentum continued, with GMV total growth of 40.1%, representing 16.1% of Carrefour Retail's total sales excluding petrol (versus 12.9% in Q4 18). Marketplace accounted for ~19% of total GMV (virtually in line with Q4 18).

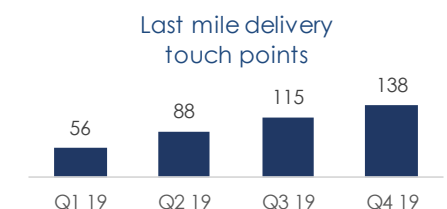
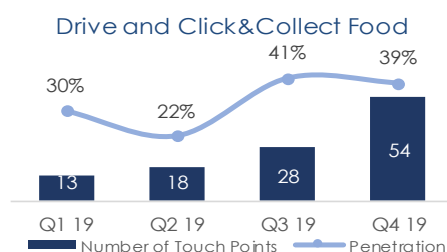
The number of visitors and orders continued to grow strongly (over 90%), reaching a record rate during the quarter. In Q4 our marketplace reached 3,756 sellers and ~4 million SKUs.

Our food e-commerce kept gaining market share, with GMV growing 405%\*. Expansion of last-mile delivery, Drives and Click & Collect remains on track. In Q4, drive and C&C were already responsible for 39% of food delivery. We ended the year with 12 side stores, which absorbed 25% of total e-commerce food sales in Q4, allowing us to sustain a complete order index of over 98%, significantly reducing the out-of-stock and churn rates. Average delivery time improved in Q4 and we currently deliver 97% of orders on time.

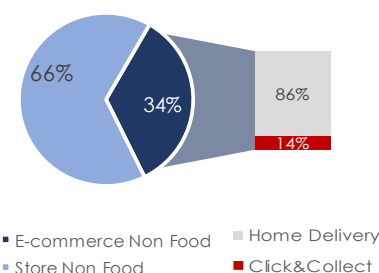
Our non-food e-commerce business surpassed R\$2 billion in sales in 2019 and R\$700 million in Q4 three years after its launch, already accounting for 34% of non-food total retail sales, and significantly contributing to our competitive advantages.

\*includes last-mile-delivery

	Q4 19 (R\$MM)	LFL	Q4 18 (R\$MM)	Total Growth
1P	650	39.7%	462	40.6%
3P	152	37.9%	110	37.9%
<b>E-commerce</b>	<b>802</b>	<b>39.1%</b>	<b>572</b>	<b>40.1%</b>
Multi-format	4,337	9.6%	3,959	9.6%
<b>Carrefour + GMV (ex-petrol)</b>	<b>5,139</b>	<b>13.3%</b>	<b>4,531</b>	<b>13.4%</b>



### Non Food Sales in Q4 19



	2019 (R\$MM)	LFL	2018 (R\$MM)	Total Growth
1P	1,713	43.7%	1,187	44.3%
3P	434	92.2%	226	92.2%
<b>E-commerce</b>	<b>2,148</b>	<b>51.4%</b>	<b>1,413</b>	<b>51.9%</b>
Multi-format	15,608	6.3%	14,746	5.8%
<b>Carrefour + GMV (ex-petrol)</b>	<b>17,756</b>	<b>10.2%</b>	<b>16,159</b>	<b>9.9%</b>

## Banco Carrefour: Continued positive momentum with billings up 28.9% in Q4

In Q4, Banco Carrefour posted another strong performance in billings and portfolio growth: Total billings rose by 28.9% year-on-year to R\$9.7 billion, and +15.7% sequentially. Carrefour credit card billings were up 21.8% to R\$6.9 billion (+15.9% sequentially), while Atacadão credit card billings reached R\$2.7 billion, up 51.2% in Q4 and 15.9% sequentially. The credit portfolio rose by a robust 38% to R\$11.6 billion, continuing its solid performance and reflecting the credit market's positive momentum in Brazil.

Black Friday gross billings (on-us and off-us) reached over R\$380 million in one single day (+32% vs 2018), the number of transactions was up 20% and average ticket +25% versus 2018, demonstrating the success of our initiatives.

In R\$ million	4Q19	4Q18	Δ	2019	2018	Δ
Billings Carrefour credit card	6,879	5,649	21.8%	23,650	19,676	20.2%
Billings Atacadão credit card	2,721	1,799	51.2%	8,966	5,813	54.2%
Other products*	122	94	29.5%	482	363	32.5%
<b>Total billings</b>	<b>9,722</b>	<b>7,543</b>	<b>28.9%</b>	<b>33,097</b>	<b>25,852</b>	<b>28.0%</b>
Total Credit portfolio	11,570	8,382	38.0%	11,570	8,382	38.0%

\*Other products include personal loans and payment of bills using the card

## STORE NETWORK – Q4 2019

In Q4, we opened eight Cash & Carry stores, one wholesale facility, one Market store and one gas station. We now operate 692 stores for total sales area of 2,006,324 m<sup>2</sup>.

N° of stores	Dec.18	Openings	Dec.19
Cash & Carry	166	20	186
Hypermarkets	100	0	100
Supermarkets	50	3	53
Convenience Stores	120	5	125
Wholesale	27	1	28
Drugstores	124	0	124
Gas Stations	74	2	76
<b>Group</b>	<b>661</b>	<b>31</b>	<b>692</b>

Sales area	Dec.18	Dec.19	Δ Change Dec.19 vs Dec.18
Cash & Carry	1,056,539	1,170,350	10.8%
Hypermarkets	704,876	704,876	0.0%
Supermarkets	68,008	69,056	1.5%
Convenience Stores	22,009	22,732	3.3%
Drugstores	7,921	7,921	0.0%
Gas Stations	30,485	31,389	3.0%
<b>Total sales area (m<sup>2</sup>)</b>	<b>1,889,839</b>	<b>2,006,324</b>	<b>6.2%</b>

## Q4 RESULTS INFORMATION

**Results release:** February 20, after market.

**Earnings call:** February 21, at 10:00 am São Paulo time

## INVESTOR RELATIONS INFORMATION

### Sébastien Durchon

Vice-President of Finance (CFO) and Director of Investor Relations

### Natália Lacava

Investor Relations Director

### Ludimila Aiello

Investor Relations Coordinator

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

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

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



**Adjusted EBITDA:** EBITDA adjusted for the income statement line item “other income and expenses” (comprising losses on disposals of assets, restructuring costs, income & expenses related to litigations, and tax credits recovered related to prior periods).

**Adjusted EBITDA Margin:** Adjusted EBITDA divided by net sales for the relevant period, expressed as a percentage.

**Adjusted Net income:** Net Income, excluding Other Income and Expenses and the corresponding financial and income tax effect.

**Billings:** Represents the total amount related to an operation transacted by credit card.

**EBITDA:** Net income (for the year or for the period) adjusted for “financial result, net”, “income tax and social contribution” and “depreciation and amortization”. EBITDA, Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDA margin are not measures of financial performance under Brazilian GAAP or IFRS, and should not be considered as alternatives to net income or as measures of operating performance, operating cash flows or liquidity. EBITDA, Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDA margin have no standardized meaning, and our definitions may not be comparable with those used by other companies.

**Free Cash Flow:** net cash provided by our operating activities, less interest received from short-term investments, plus cash used in changes in judicial deposits and judicial freeze of deposits (and opposite), and unrealized interest income from marketable securities, less cash provided from the disposal of non-operational assets, less cash used in additions to property and equipment, less cash used in additions to intangible assets.

**FMCG:** Fast-moving consumer goods

**Global Functions:** Central costs in relation to our central functions and headquarters. These comprise the activities of (i) the cost of our holding divisions, (ii) certain expenses incurred in relation to certain support functions of our parent company which are allocated to the various segments proportionately to their sales, and (iii) cost allocations from our parent company, which are not specific to any segment.

**GMV:** Gross Merchandise Volume refers to all online sales (own sales + marketplace sales) as well freight revenues. It excludes marketplace commissions, but includes sales taxes.

**Gross Profit Margin:** Gross profit divided by net sales for the relevant period, expressed as percentage.

**Gross Sales:** Total revenues from our customers at the Group's stores, gas stations, drugstores and on our e-commerce platform.

**Like for Like:** LFL sales compare gross sales in the relevant period with those in the immediately preceding period, based on gross sales provided by comparable stores, which are defined as stores that have been open and operating for a period of at least twelve consecutive months and that were not subject to closure or renovation within such period. As petrol sales are very sensitive to market prices, they are excluded from the LFL computation. Other retail companies may calculate LFL sales differently from us, and therefore, our historical and future LFL sales performance may not be comparable with other similar metrics used by other companies.

**Net Income Margin:** Net income for the year divided by net sales for the relevant period, expressed as a percentage.

**Net Promoter Score (NPS):** management tool used to gauge customers' satisfaction. Depending on their satisfaction level, customers are classified as “Promoters”, “Passives” or “Detractors”; NPS is calculated as the difference between Promoters and Detractors.

**Net Sales:** Gross sales adjusted for taxes levied on sales (in particular PIS/COFINS and ICMS).

**Other Revenue:** Comprises revenue from our Financial Solutions segment (including bank card fees and interest from consumer credit activities), shopping mall rents and commissions related to other services provided in the stores, fast cash and handling fees.



## About Grupo Carrefour Brasil

Grupo Carrefour Brasil has been present in Brazil for over 40 years and is the market leader in food distribution and retail. By operating a multiformat and omnichannel platform, it combines retail and cash & carry operations, as well as financial solutions for its clients through Banco Carrefour. We also manage our real estate and portfolio of galleries and shopping centers through our real estate division - Carrefour Property.

The Group is present in every state of Brazil, which allows us to meet the different needs of its millions of customers across the country. In 2018, we developed even more our omnichannel strategy with the roll-out of 10 Drives and click and collect in all hypermarket stores. In traditional retail, we operate several store formats: Carrefour (hypermarket), Carrefour Bairro and Carrefour Market (supermarket), Carrefour Express (convenience store) and Atacadão (cash & carry and delivery wholesale) as well as Supeco (compact wholesale cash&carry). Additionally, we offer complementary services to our food distribution business with gas stations and drugstores services under the Carrefour and Atacadão banners.

We are the largest retailer in Brazil and operate more than 690 points of sale. With sales of R\$ 62.2 billion in 2019 and more than 84,000 employees, the company is one of the largest private employers in the country and one of the 20 largest listed companies on the Brazilian stock exchange (B3).

In the world, Carrefour Group operates in more than 30 countries. It is implementing the "Carrefour 2022" transformation plan to enable its customers to consume healthier products by becoming the world leader in the food transition for all. In addition, the Group aims to become the omnichannel retailer of reference by investing in its growth formats, becoming the leader in food e-commerce and leveraging the power of its brand. In 2018, its global sales totaled € 84.9 billion.

## Disclaimer

This document contains both historical and forward-looking statements on expectations and projections about operational and financial results of the Company. These forward-looking statements are based on Carrefour management's current views and assumptions. Such statements are not guarantees of future performance. Actual results or performances may differ materially from those in such forward-looking statements as a result of a number of risks and uncertainties, including but not limited to the risks described in the documents filed with the CVM (Brazilian Securities Commission) in particular the Reference Form. The Company does not assume any obligation to update or revise any of these forward-looking statements in the future.