GRUPO CARREFOUR BRASIL

Estratégia consistente e execução levam a crescimento robusto de vendas, lucro e geração de caixa

- ✓ **Continuidade do crescimento de vendas: Vendas brutas de R$22,0 bilhões,** alta de 26,8% (sem gasolina). **Crescimento LFL de 22,9%** (sem gasolina), suportado pela continuidade dos ganhos de *market share* e inflação alimentar de duplo dígito. Vendas anuais de R$74,8 bilhões (+22,2% sem gasolina), bem superior ao mercado.
- ✓ **Sólido crescimento no EBITDA Ajustado consolidado: R$1.732 milhões, +18,2% a.a.** com margem de 8,7% no 4T, impulsionado tanto pelo Varejo quanto pelo Atacado, bem como pela melhora sequencial em nosso Banco em um ambiente persistentemente desafiador. EBITDA anual: R$5,6 bilhões (+18,0% a.a.) e margem de 8,3%.
  - ✓ **EBITDA Ajustado Atacadão**: R$1.065 milhões, **+25,7% a.a.** com margem de 7,5% (-0,4 p.p.) no 4T, refletindo sua estratégia comercial assertiva com aumento de competitividade, alavancando as vendas e absorvendo custos fixos de expansão. EBITDA Ajustado anual: R$3,6 bilhões e margem de 7,7% (+0,3 p.p.).
  - ✓ **EBITDA Ajustado Carrefour:** R$455 milhões, **+42,2% a.a.** e margem de 8,1% (+2,0 p.p.) no 4T – entrega consistente de ganhos de eficiência e melhora significativa na rentabilidade do e-commerce. EBITDA Ajustado anual: R$1,5 bilhão (+48,1%) e margem de 7,3% (+1,8 p.p.).
  - ✓ **EBITDA Ajustado Banco Carrefour: R$266 milhões**, ainda impactado pelo ambiente atual, mas já apresentando rápida recuperação (EBITDA 3T20 de R$ -4 milhões)
- ✓ **Lucro Líquido Ajustado: R$886 milhões** no 4T**, +31,1% a.a.** e 4,5% das vendas líquidas (+0,2 p.p.), R$2,8 bilhões no ano, + 43,1%.
- ✓ **Fluxo de Caixa Livre do ano: R$2.426** vs. R$962 milhões, crescimento recorde de **152,2%**, principalmente devido ao forte aumento do EBITDA e melhora do capital de giro.
- ✓ **Pagamento de Dividendos:** nova política de pagamento de **até 45% do Lucro Líquido Ajustado** (25% anteriormente) sem impactar a nossa capacidade de investimento, graças à geração de fluxo de caixa consistente e balanço robusto. Dividendo adicional de 2020 de R$759 milhões a ser recomendado na próxima Assembleia Geral, além dos R$ 482 milhões pagos antecipadamente em 2020 (dividendo total de R$ 0,62 por ação).

Em R$ milhões	**4T20**	4T19	Δ%	**2020**	2019	Δ%
Vendas Brutas	21.962	17.638	24,5%	74.751	62.220	20,1%
EBITDA Ajustado (1) (2)	**1.732**	**1.465**	**18,2%**	**5.610**	**4.754**	**18,0%**
Margem EBITDA Ajustada	*8,7%*	*9,1%*	*-0,4 p.p.*	*8,3%*	*8,4%*	*-0,1 p.p.*
Lucro Líquido Aj., controlador	**886**	**676**	**31,1%**	**2.758**	**1.927**	**43,1%**
Margem Líquida Ajustada	*4,5%*	*4,2%*	*0,2 p.p.*	*4,1%*	*3,4%*	*0,7 p.p.*
Fluxo de Caixa Livre				**2.426**	**962**	**152,2%**

(1) Inclui eliminação intragrupo de R$ -5 milhões entre Banco e Varejo no 4T (R$ -23 milhões em 2020) (2) Inclui despesas com funções globais de R$ -35 milhões no 4T19 (R$ -144 milhões em 2019) e R$ -49 milhões no 4T20 (R$ -172 millhões em 2020).

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL SUSTENTÁVEL E AVANÇO DA ESTRATÉGIA ESG:

- ✓ **Vendas de alimentos online no Atacadão aumentaram 142%** em base sequencial, serviço de vendas online já disponível em 25% das lojas e *roll out* continuando em 2021. **Vendas online de alimentos consolidadas no ano inteiro aumentaram cerca de 240%**.
- ✓ Fortalecendo nosso **ecossistema** e aumentando o **engajamento**: os usuários ativos em nosso novo programa de fidelidade cresceram **2x** e já representam **75% dos clientes recorrentes diários**.
- ✓ Novas contas do banco via **canais digitais** apresentaram um aumento impressionante de **157%** em dezembro.
- ✓ **Fortalecendo nossa já existente estratégia ESG** com novas iniciativas ambiciosas na luta contra o racismo

Noël Prioux, CEO do Grupo Carrefour Brasil, declarou: *"Com forte crescimento de dois dígitos em vendas e lucro líquido e fluxo de caixa livre recorde, o Grupo Carrefour Brasil apresentou mais um desempenho notável no 4T e em 2020, atestando a força de seu ecossistema omnicanal. Em nosso implacável esforço para avançar nas iniciativas ESG, aprendemos importantes lições do trágico evento ocorrido em novembro um de nossas lojas em Porto Alegre. O Carrefour está agora comprometido em implementar uma das mais abrangentes série de medidas de forma a enfrentar o racismo estrutural no Brasil. Agir com responsabilidade, como temos feito ao longo da pandemia COVID-19, colocando a segurança de nossos clientes e funcionários acima de tudo, faz parte do nosso papel como líderes no varejo de alimentos no Brasil e não pouparemos esforços para responder à altura à confiança depositada em nós pelos nossos stakeholders."*

PRINCIPAIS DESTAQUES FINANCEIROS – 4T 2020

	CONSOLIDADO			ATACADÃO			CARREFOUR VAREJO			BANCO CARREFOUR		
Em R$ milhões	**4T20**	4T19	Δ%	**4T20**	4T19	Δ%	**4T20**	4T19	Δ%	**4T20**	4T19	Δ%
Vendas Brutas	21.962	17.638	24,5%	15.691	11.855	32,4%	6.271	5.783	8,4%			
Vendas Brutas ex-gasolina	21.347	16.842	26,7%	15.691	11.855	32,4%	5.656	4.987	13,4%			
Vendas Líquidas	**19.873**	**16.014**	**24,1%**	**14.276**	**10.790**	**32,3%**	**5.597**	**5.224**	**7,1%**			
Outras Receitas (1)	**926**	**997**	**-7,1%**	**40**	**40**	**0,0%**	**169**	**130**	**30,0%**	**722**	**829**	**-12,9%**
Vendas Totais	**20.799**	**17.011**	**22,3%**	**14.316**	**10.830**	**32,2%**	**5.766**	**5.354**	**7,7%**	**722**	**829**	**-12,9%**
Lucro Bruto	**3.940**	**3.505**	**12,4%**	**2.012**	**1.669**	**20,6%**	**1.394**	**1.248**	**11,7%**	**539**	**590**	**-8,6%**
Margem Bruta	*19,8%*	*21,9%*	*-2,1 p.p.*	*14,1%*	*15,5%*	*-1,4 p.p.*	*24,9%*	*23,9%*	*1,0 p.p.*			
Despesas VG&A (2)	**(2.221)**	**(2.051)**	**8,3%**	**(951)**	**(823)**	**15,6%**	**(948)**	**(938)**	**1,1%**	**(273)**	**(255)**	**7,1%**
%VG&A de Vendas Líquidas	*11,2%*	*12,8%*	*-1,6 p.p.*	*6,7%*	*7,6%*	*-1,0 p.p.*	*16,9%*	*18,0%*	*-1,0 p.p.*			
EBITDA Ajustado (1) (2)	**1.732**	**1.465**	**18,2%**	**1.065**	**847**	**25,7%**	**455**	**320**	**42,2%**	**266**	**335**	**-20,6%**
Margem EBITDA Ajustada	*8,7%*	*9,1%*	*-0,4 p.p.*	*7,5%*	*7,8%*	*-0,4 p.p.*	*8,1%*	*6,1%*	*2,0 p.p.*			
Lucro Líquido Aj., controlador	**886**	**676**	**31,1%**									
Margem Líquida Ajustada	*4,5%*	*4,2%*	*0,2 p.p.*									

(1) Inclui eliminação intragrupo de R$ -5 milhões entre Banco e Varejo; (2) Inclui despesas com funções globais de R$ -35 milhões em 2019 e R$ -49 milhões em 2020.

PRINCIPAIS DESTAQUES FINANCEIROS –2020

	CONSOLIDADO			ATACADÃO			CARREFOUR VAREJO			BANCO CARREFOUR		
Em R$ milhões	**2020**	2019	Δ%	**2020**	2019	Δ%	**2020**	2019	Δ%	**2020**	2019	Δ%
Vendas Brutas	74.751	62.220	20,1%	51.817	42.055	23,2%	22.934	20.165	13,7%			
Vendas Brutas ex-gasolina	72.561	59.376	22,2%	51.817	42.055	23,2%	20.744	17.321	19,8%			
Vendas Líquidas	**67.640**	**56.519**	**19,7%**	**47.058**	**38.220**	**23,1%**	**20.582**	**18.299**	**12,5%**			
Outras Receitas	**3.551**	**3.545**	**0,2%**	**147**	**140**	**5,0%**	**494**	**460**	**7,4%**	**2.933**	**2.965**	**-1,1%**
Vendas Totais	**71.191**	**60.064**	**18,5%**	**47.205**	**38.360**	**23,1%**	**21.076**	**18.759**	**12,4%**	**2.933**	**2.965**	**-1,1%**
Lucro Bruto	**13.918**	**12.449**	**11,8%**	**7.040**	**5.895**	**19,4%**	**5.161**	**4.507**	**14,5%**	**1.740**	**2.067**	**-15,8%**
Margem Bruta	*20,6%*	*22,0%*	*-1.4 p.p.*	*15,0%*	*15,4%*	*-0,5 p.p.*	*25,1%*	*24,6%*	*0,4 p.p.*			
Despesas VG&A	**(8.360)**	**(7.744)**	**8,0%**	**(3.448)**	**(3.101)**	**11,2%**	**(3.698)**	**(3.532)**	**4,7%**	**(1.042)**	**(967)**	**7,8%**
%VG&A de Vendas Líquidas	*12,4%*	*13,7%*	*-1,3 p.p.*	*7,3%*	*8,1%*	*-0,8 p.p.*	*18,0%*	*19,3%*	*-1,3 p.p.*			
EBITDA Ajustado	**5.610**	**4.754**	**18,0%**	**3.605**	**2.804**	**28,6%**	**1.502**	**1.014**	**48,1%**	**698**	**1.100**	**-36,5%**
Margem EBITDA Ajustada	*8,3%*	*8,4%*	*-0,1 p.p.*	*7,7%*	*7,3%*	*0,3 p.p.*	*7,3%*	*5,5%*	*1,8 p.p.*			
Lucro Líquido Aj., controlador	**2.758**	**1.927**	**43,1%**									
Margem Líquida Ajustada	*4,1%*	*3,4%*	*0,7 p.p.*									
Fluxo de Caixa Livre	**2.426**	**962**	**152,2%**									

(1) Inclui eliminação intragrupo de R$ -23 milhões entre Banco e Varejo; (2) Inclui despesas com funções globais de R$ -144 milhões em 2019 e R$ -172 milhões em 2020.

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS DO 4T20

Português/Inglês (tradução simultânea)

18 de fevereiro de 2021
(quinta-feira)

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

Streaming de Vídeo:

English

Portuguese

Telefone Brasil:
+55 11 3127-4971 | +55 11 3728-5971
Telefone internacional:
USA: +1 516 300 1066
Código de acesso: Carrefour

INFORMAÇÕES SOBRE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Sébastien Durchon
Vice-Presidente de Finanças (CFO) e Diretor de Relações com Investidores
Natália Lacava
Diretora de Relações com Investidores
Ludimila Aielo
Victor Bento
Especialista de Relações com Investidores
Telefone: +55 11 3779-8500
e-mail: ribrasil@carrefour.com
website: www.grupocarrefourbrasil.com.br

ESG: ESFORÇO IMPLACÁVEL DE 45 ANOS PARA A CONSTRUÇÃO DE UM NEGÓCIO MAIS SUSTENTÁVEL

Desde que abrirmos a nossa primeira loja em São Paulo, em 1975, nós temos adaptado e transformado o nosso negócio, tentando constantemente endereçar as necessidades e expectativas de todos os *stakeholders*: clientes, fornecedores, acionistas e, de forma mais abrangente, toda a sociedade brasileira. Com o passar dos anos, implementamos uma série de iniciativas para promoção da diversidade, lutando por maior acesso a uma alimentação de qualidade com preços acessíveis, ajudando produtores a transformarem seus próprios negócios, reduzindo o impacto de nossas atividades ao meio-ambiente, fornecendo assistência financeira aos mais vulneráveis ou assumindo compromissos, sempre que possível, para a construção de um mundo melhor. Todas essas ações estão listadas, descridas e mensuradas em nosso Relatório de Sustentabilidade de 2019, que será atualizado em breve.

O terrível acontecimento do ultimo mês de novembro em uma de nossas lojas em Porto Alegre reforçou de forma dolorosa a necessidade de todas essas iniciativas e a importância de tirarmos lições de qualquer evento e, particularmente, de nossos próprios erros. Como reação imediata, surgimos com um plano bastante ambicioso e abrangente para lutarmos contra o racismo estrutural no Brasil, que agora se apresenta como peça-chave de nossas iniciativas ESG.

As ações desenvolvidas pelo Grupo Carrefour Brasil buscam contribuir para a Agenda da Organização das Nações Unidas (ONU) de 2030, que tem como objetivo a erradicação da pobreza, protegendo o planeta e garantindo que as pessoas alcancem paz e prosperidade. Os impactos causados pelas ações do Grupo estão ligados a 13 dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.

Lutando para proteção do planeta

Consciente de sua influência na cadeia de valor do setor de alimentação, dado a posição de liderança que ocupa, o Grupo Carrefour Brasil atua como agente transformador em seu próprio negócio, mas também engajando fornecedores a seguirem as melhores práticas de produção, em linha com as expectativas e interesse da sociedade. Em particular, estamos comprometidos em implementar as políticas de desmatamento zero, promovendo a economia circular e eco eficiência, bem como combatendo o desperdício de alimentos.

Políticas de desmatamento zero

- ✓ Membro do Grupo de Trabalho da Pecuária Sustentável (GTPS) desde 2007, comprometido com desmatamento zero desde 2010, implementação da política de carne sustentável desde 2016 e participante da elaboração do Protocolo Harmonizado lançado pela Imaflora e MPF em 2020
- ✓ 100% dos fornecedores de carne fresca monitorados pelas próprias ferramentas do Grupo Carrefour, garantindo a origem das fazendas que abastecem os frigoríficos
- ✓ Definição de um protocolo e metodologia de suspensão e reabilitação de frigoríficos de acordo com a política de compras do Grupo
- ✓ Produção sustentável de bezerros: profissionalização da atividade de criação em pequenas propriedades do Vale Vale do Juruena e Vale do Araguaia (Mato Grosso)
- ✓ Soja: rastreamento da soja em produtos de marca própria, parceria com WWF para que a soja utilizada como ração na cadeia produtiva seja rastreada até 2025, monitoramento de fornecedores
- ✓ Conversão para agricultura orgânica: suporte apara pequenos produtos de vegetais com o objetivo de conversão para plantios de agricultura orgânica
- ✓ Amazônia: primeira companhia a participar do programa federal "Adote um Parque" em 2021 (investimento anual de R$3,7 milhões para a proteção ambiental de uma área de aproximadamente 75.000 hectares)

Economia circular e eco eficiência

- ✓ Gestão de resíduos: todo o lixo gerado em nossas lojas é separado e 49% é reciclado, estações de reciclagem em todos os hipermercados para incentivar e ajudar clientes a reciclarem seu lixo, educação e ações de treinamento em todas as lojas
- ✓ Emissões de CO2: redução de 19% em 2020 vs. 2019, em linha com as metas de 2030 e 2040 (-30% e -55%, respectivamente)
- ✓ Transformação de embalagens: 5,5 milhões de embalagens substituídas por materiais recicláveis

Combate ao desperdício

- ✓ Meta 2025 : redução do desperdício de alimentos em 50%
- ✓ Únicos e Sansform: vendas de 1.800 toneladas de produtos que não atenderam padrões estéticos, mas que são perfeitamente adequados para consumo, com até 40% de desconto
- ✓ Doações: 2,5 milhões de pessoas receberam doações de alimentos

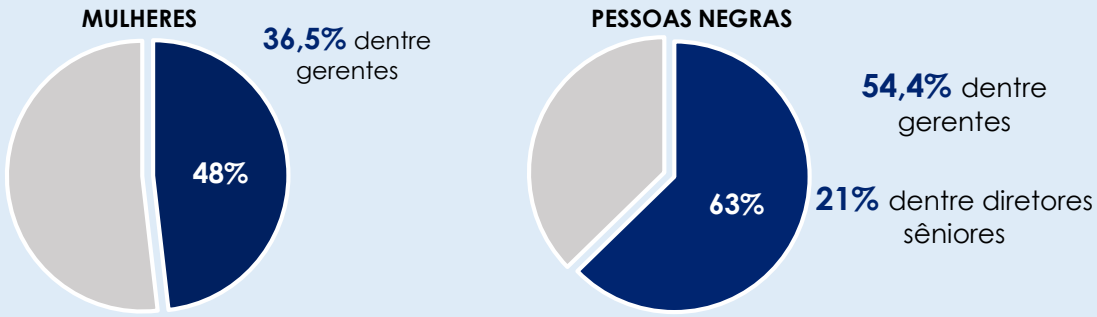
Respeito e oportunidades para todos

Todos os dias, mais de 95.000 funcionários do Atacadão, Carrefour e Banco Carrefour trabalham para oferecer a melhor experiência de compras aos nossos clientes. Todos trabalham em um ambiente que respeita diversidade e inclusão e que garante a saúde e segurança dessas pessoas. Além disso, o Grupo investe no treinamento e qualificação, além de estabelecer diretrizes que devem ser observadas por todos sobre ética, responsabilidade e *compliance*.

Para nós, o respeito pelas pessoas e o apreço por suas diferenças e similaridades são atitudes não-negociáveis. Portanto, qualquer forma de discriminação de cor, idade, gênero, religião, orientação sexual, deficiência, classe social, nacionalidade, origem ou característica individual é inaceitável.

Diversidade e inclusão

- ✓ A composição do nosso quadro busca espelhar a composição da sociedade brasileira



- ✓ 65 pessoas transgênero empregadas pela companhia
- ✓ Combate à violência contra a mulher: canal de acolhimento, doação ao Instituto Maria da Penha, participação do Dia Internacional do combate à violência contra a mulher
- ✓ Ações para pessoas com deficiências (PCD)

Luta contra o racismo estrutural: Um plano abrangente após o trágico evento de Porto Alegre

- ✓ Em 19 de novembro de 2020, João Alberto Silveira Freitas morreu em uma de nossas lojas após uma discussão violenta com seguranças terceirizados
- ✓ Transformação radical do nosso modelo de segurança: internalização com contratação de ~40% de mulheres e ~60% de pessoas negras, abordagem sistemática não-violenta, novas companhas internas de treinamento
- ✓ Percentual mínimo de 50% de pessoas negras em novas contratações e investimentos em desenvolvimento de carreira desses colaboradores
- ✓ Estímulo ao empreendedorismo negro através de auxílio e investimentos em *start-ups*
- ✓ Investimento social privado em educação e empregabilidade
- ✓ Constituição de um Comitê Independente de Diversidade, fundo dedicado com aporte inicial de aproximadamente ~R$40 milhões

Defendendo o bem-estar animal

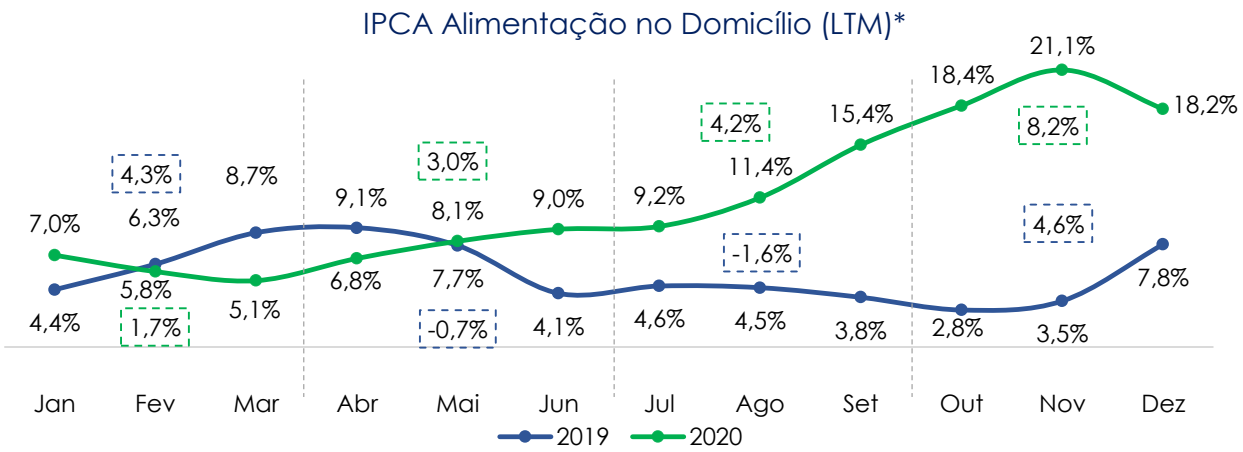
O Grupo Carrefour Brasil está comprometido em assegurar o bem-estar animal na sua cadeia de produção. Para isso, exige que as companhias parceiras utilizem, sempre que possível, animais que sejam criados de acordo com as cinco liberdades estabelecidas pela Farm Animal Welfare Council (FAWC), referência global no tema: livres de (i) fome e sede, (ii) desconforto, (iii) dor, doença e ferimentos, (iv) medo e stress, e (v) expressem o comportamento natural da espécie.

- ✓ Cadeia de suínos: novo critério adotado em 2019 na compra de produtos de proteína suína, a ser gradualmente implementado por nossos fornecedores em 2025
- ✓ Ovos: todos os ovos de marca própria serão produzidos por um Sistema livre de gaiolas em 2025
- ✓ Proteção da biodiversidade de rios e oceanos: 50% dos peixes ofertados nas lojas oriundos de práticas sustentáveis

RESULTADOS FINANCEIROS CONSOLIDADOS DO 4T20

Vendas e Outras Receitas

O ano de 2020 foi marcado por um ambiente sem precedentes com a eclosão da pandemia de COVID-19. Desde meados de março, o Brasil tem enfrentado restrições de circulação que afetaram o comportamento de consumo, com mais pessoas comendo em casa. O setor também foi significativamente impactado pela tendência inflacionária de alimentos. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o índice de inflação IPCA alimentação no domicílio aumentou 18,2% no ano, com aceleração no 4T, quando atingiu 8,2%.



Fonte: IBGE IPCA Alimentação no Domicílio

* Devido à mudança do IBGE no mix de produtos básicos para o IPCA, os números acumulados de 2020 não são 100% comparáveis.

Apesar do ambiente difícil e volátil em 2020, o crescimento das vendas consolidadas do Grupo Carrefour Brasil superou a inflação e atingiu R$22 bilhões no 4T20, um aumento de 26,8% (excluindo gasolina) em relação ao mesmo trimestre do ano passado. As vendas LFL cresceram 22,9%, impulsionadas por fortes vendas no Atacadão e no Carrefour Varejo. No acumulado do ano, as vendas consolidadas alcançaram R$74,8 bilhões (+ 22,2% sem gasolina), um desempenho notável acima do mercado. Nossa estratégia de expansão nos formatos de lojas de atacado e proximidade nos últimos 12 meses adicionou mais 3,8% de crescimento, com 14 lojas do Atacadão (das quais 6 conversões de lojas Makro e 1 atacado de entrega) e 8 novas lojas do varejo (das quais 7 do formato de proximidade e 1 supermercado) no 4T20. A rede de lojas do Grupo Carrefour Brasil atingiu um total de 721 lojas ao final de 2020.

O crescimento de vendas like-for-like consolidado do 4T foi de 22,9%, suportado por um excelente crescimento de 27% no Atacadão, impulsionado novamente pelas decisões estratégicas tomadas no passado para melhorar ainda mais nossa competitividade, notadamente nas vendas B2B, que foram um destaque no trimestre. Além disso, o forte momento do Carrefour Varejo continuou, especialmente no segmento de alimentos, impulsionando o crescimento LfL que atingiu 13,3% (sem gasolina), o 5º trimestre consecutivo de crescimento de dois dígitos. Excluindo o período de *Black Friday* (de 20 a 30 de novembro), evento que teve as campanhas canceladas em 2020 em função dos eventos em Porto Alegre, o crescimento LfL do Carrefour Varejo foi de 19,6% (sem gasolina).

O faturamento total do Banco Carrefour acelerou sobre o ritmo observado no trimestre anterior e cresceu 19,2% a.a. no 4T, atingindo R$11,6 bilhões, impulsionado pelos cartões de crédito Carrefour e Atacadão, que tiveram crescimento de +13,4% e +35,2%, respectivamente. Tanto o faturamento *on-us* quanto *off-us* continuaram a apresentar crescimento de dois dígitos, reforçando a força do nosso ecossistema.

	4T19	4T20			
	LFL	Vendas Brutas (R$MM)	LFL s/ efeito Calendário[1]	Expansão	Total (%)
Atacadão	5,5%	15.691	27,0%	5,4%	32,4%
Carrefour (s/ gasolina)	12,7%	5.656	13,3%	-0,1%	13,4%
Gasolina	12,5%	615	-23,7%	0,9%	-22,8%
Carrefour (c/ gasolina)	12,7%	6.271	8,2%	0,1%	8,4%
Consolidado (s/ gasolina)	**7,6%**	**21.347**	**22,9%**	**3,8%**	**26,8%**
Consolidado (c/ gasolina)	**7,8%**	**21.962**	**20,8%**	**3,6%**	**24,5%**
Faturamento Total Banco Carrefour	**n.a.**	**11.588**	**n.a.**	**n.a.**	**19,2%**

(1) O efeito calendário no 4T foi de +0,1% no Atacadão, +0,1% no Carrefour Varejo e +0,1% no consolidado.

	2019	2020			
	LFL	Vendas Brutas (R$MM)	LFL s/ efeito Calendário[1]	Expansão	Total (%)
Atacadão	5,4%	51.817	17,6%	5,7%	23,2%
Carrefour (s/ gasolina)	9,1%	20.744	19,6%	0,0%	19,8%
Gasolina	0,5%	2.190	-24,1%	1,1%	-23,0%
Carrefour (c/ gasolina)	7,8%	22.934	13,4%	0,2%	13,7%
Consolidado (s/ gasolina)	**6,5%**	**72.561**	**18,2%**	**4,1%**	**22,2%**
Consolidado (c/ gasolina)	**6,2%**	**74.751**	**16,3%**	**3,9%**	**20,1%**
Faturamento Total Banco Carrefour	**n.a.**	**38.216**	**n.a.**	**n.a.**	**15,5%**

(1) O efeito calendário em 2020 foi de +0,1% no Atacadão, +0,1% no Carrefour Varejo e +0,1% no consolidado

Outras receitas foram impactadas positivamente pela reabertura das galerias e retomada do pagamento de aluguéis, além de maiores volumes e *take rates* no *marketplace*. Em uma base consolidada, outras receitas ainda caíram 7,1% no 4T, refletindo a redução nas receitas do banco. No entanto, as outras receitas aumentaram 19% sequencialmente, indicando uma recuperação rápida do banco. No acumulado do ano, outras receitas foram de R$3,6 bilhões, praticamente estáveis em relação a 2019.

Margem Bruta Consolidada e VG&A

O lucro bruto atingiu R$3,9 bilhões no 4T20, aumento de 12,4%, impulsionado pelo crescimento das vendas no nas operações do Atacadão e Varejo. A margem bruta consolidada foi de 19,8%, 2,1 p.p. abaixo em comparação com o mesmo período do ano anterior, basicamente impactada pela maior participação do Atacadão no mix de vendas (71,8% no 4T20 vs. 67,4% no mesmo período de 2019), pelo resultado ainda abaixo dos níveis de 2019 no Banco Carrefour, e pela decisão estratégica tomada no passado de melhorar a competitividade no negócio de Cash & Carry, que criou um impulso comercial positivo culminando em uma maior participação de clientes B2B e volumes mais fortes. O lucro bruto consolidado do ano atingiu R$13,9 bilhões com margem de 20,6%, impactado pelos motivos mencionados acima e também pelo aumento das provisões do Banco Carrefour.

As despesas com vendas, gerais e administrativas representaram 11,2% das vendas líquidas no 4T, redução de 1,6 p.p. em comparação ao 4T19, refletindo o sucesso das iniciativas implementadas em nossas operações. As despesas VG&A no 4T aumentaram 8,3%, impactadas principalmente pela aceleração da expansão do Atacadão. Em 2020, as despesas VG&A aumentaram 8,0% principalmente devido às despesas com COVID-19 e ao forte plano de expansão. No entanto, o Grupo Carrefour Brasil foi capaz de mais do que compensar esse aumento com maior absorção de custos fixos devido ao forte volume de vendas, bem como ganhos de produtividade nas operações, com VG&A como % das vendas líquidas atingindo 12,4% em 2020, 1,3 p.p. menor a.a..

	CONSOLIDADO			ATACADÃO			CARREFOUR VAREJO			BANCO CARREFOUR		
Em R$ milhões	**4T20**	4T19	Δ%	**4T20**	4T19	Δ%	**4T20**	4T19	Δ%	**4T20**	4T19	Δ%
Vendas Brutas	21.962	17.638	24,5%	15.691	11.855	32,4%	6.271	5.783	8,4%			
Vendas Brutas ex-gasolina	21.347	16.842	26,7%	15.691	11.855	32,4%	5.656	4.987	13,4%			
Vendas Líquidas	**19.873**	**16.014**	**24,1%**	**14.276**	**10.790**	**32,3%**	**5.597**	**5.224**	**7,1%**			
Outras Receitas (1)	**926**	**997**	**-7,1%**	**40**	**40**	**0,0%**	**169**	**130**	**30,0%**	**722**	**829**	**-12,9%**
Vendas Totais	**20.799**	**17.011**	**22,3%**	**14.316**	**10.830**	**32,2%**	**5.766**	**5.354**	**7,7%**	**722**	**829**	**-12,9%**
Lucro Bruto	**3.940**	**3.505**	**12,4%**	**2.012**	**1.669**	**20,6%**	**1.394**	**1.248**	**11,7%**	**539**	**590**	**-8,6%**
Margem Bruta	*19,8%*	*21,9%*	*-2,1 p.p.*	*14,1%*	*15,5%*	*-1,4 p.p.*	*24,9%*	*23,9%*	*1,0 p.p.*			
Despesas VG&A (2)	**(2.221)**	**(2.051)**	**8,3%**	**(951)**	**(823)**	**15,6%**	**(948)**	**(938)**	**1,1%**	**(273)**	**(255)**	**7,1%**
%VG&A de Vendas Líquidas	*11,2%*	*12,8%*	*-1,6 p.p.*	*6,7%*	*7,6%*	*-1,0 p.p.*	*16,9%*	*18,0%*	*-1,0 p.p.*			
EBITDA Ajustado (1) (2)	**1.732**	**1.465**	**18,2%**	**1.065**	**847**	**25,7%**	**455**	**320**	**42,2%**	**266**	**335**	**-20,6%**
Margem EBITDA Ajustada	*8,7%*	*9,1%*	*-0,4 p.p.*	*7,5%*	*7,8%*	*-0,4 p.p.*	*8,1%*	*6,1%*	*2,0 p.p.*			
Lucro Líquido Aj., controlador	**886**	**676**	**31,1%**									
Margem Líquida Ajustada	*4,5%*	*4,2%*	*0,2 p.p.*									

(1) Inclui eliminação intragrupo de R$ -5 milhões entre Banco e Varejo; (2) Inclui despesas com funções globais de R$ -35 milhões em 2019 e R$ -49 milhões em 2020;

	CONSOLIDADO			ATACADÃO			CARREFOUR VAREJO			BANCO CARREFOUR		
Em R$ milhões	**2020**	2019	Δ%	**2020**	2019	Δ%	**2020**	2019	Δ%	**2020**	2019	Δ%
Vendas Brutas	74.751	62.220	20,1%	51.817	42.055	23,2%	22.934	20.165	13,7%			
Vendas Brutas ex-gasolina	72.561	59.376	22,2%	51.817	42.055	23,2%	20.744	17.321	19,8%			
Vendas Líquidas	**67.640**	**56.519**	**19,7%**	**47.058**	**38.220**	**23,1%**	**20.582**	**18.299**	**12,5%**			
Outras Receitas	**3.551**	**3.545**	**0,2%**	**147**	**140**	**5,0%**	**494**	**460**	**7,4%**	**2.933**	**2.965**	**-1,1%**
Vendas Totais	**71.191**	**60.064**	**18,5%**	**47.205**	**38.360**	**23,1%**	**21.076**	**18.759**	**12,4%**	**2.933**	**2.965**	**-1,1%**
Lucro Bruto	**13.918**	**12.449**	**11,8%**	**7.040**	**5.895**	**19,4%**	**5.161**	**4.507**	**14,5%**	**1.740**	**2.067**	**-15,8%**
Margem Bruta	*20,6%*	*22,0%*	*-1.4 p.p.*	*15,0%*	*15,4%*	*-0,5 p.p.*	*25,1%*	*24,6%*	*0,4 p.p.*			
Despesas VG&A	**(8.360)**	**(7.744)**	**8,0%**	**(3.448)**	**(3.101)**	**11,2%**	**(3.698)**	**(3.532)**	**4,7%**	**(1.042)**	**(967)**	**7,8%**
%VG&A de Vendas Líquidas	*12,4%*	*13,7%*	*-1,3 p.p.*	*7,3%*	*8,1%*	*-0,8 p.p.*	*18,0%*	*19,3%*	*-1,3 p.p.*			
EBITDA Ajustado	**5.610**	**4.754**	**18,0%**	**3.605**	**2.804**	**28,6%**	**1.502**	**1.014**	**48,1%**	**698**	**1.100**	**-36,5%**
Margem EBITDA Ajustada	*8,3%*	*8,4%*	*-0,1 p.p.*	*7,7%*	*7,3%*	*0,3 p.p.*	*7,3%*	*5,5%*	*1,8 p.p.*			
Lucro Líquido Aj., controlador	**2.758**	**1.927**	**43,1%**									
Margem Líquida Ajustada	*4,1%*	*3,4%*	*0,7 p.p.*									
Fluxo de Caixa Livre	**2.426**	**962**	**152,2%**									

(1) Inclui eliminação intragrupo de R$ -23 milhões entre Banco e Varejo; (2) Inclui despesas com funções globais de R$ -144 milhões em 2019 e R$ -172 milhões em 2020;

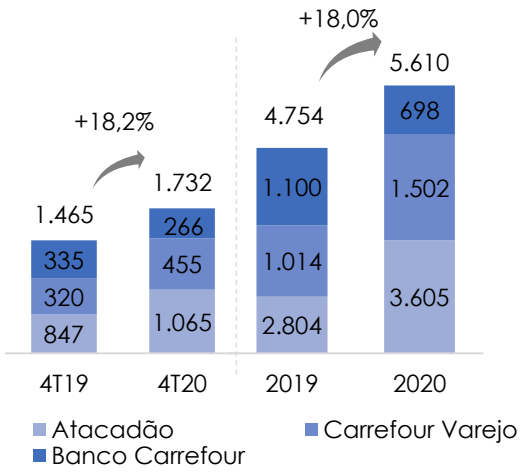
EBITDA Ajustado

No 4T20, o EBITDA ajustado cresceu 25,7% no Atacadão e 42,2% no Carrefour. O Banco Carrefour também apresentou forte desempenho trimestre, confirmando uma recuperação rápida e acentuada: o EBITDA ajustado atingiu R$ 266 milhões, ainda 21% abaixo de 2019, mas significativamente acima do 3T20, quando foi de -R$ 4 milhões. O EBITDA ajustado consolidado atingiu R$ 1,7 bilhão, + 18,2% a.a., representando uma margem EBITDA Ajustada de 8,7% (-0,4 p.p. a.a.).

O EBITDA ajustado consolidado do ano atingiu R$ 5,6 bilhões (+ 18,0% a.a) com margem de 8,3%, refletindo um ano excelente, em particular no Atacadão (R$ 3,6 bilhões, +28,6%) e Carrefour (R$ 1,5 bilhão, +48,1 %).

Ao longo de 2020, o Grupo Carrefour Brasil implementou com sucesso diversas medidas para sustentar o forte crescimento da receita e manter a eficiência operacional, colocando, ao mesmo tempo, a segurança de nossos clientes e funcionários em primeiro lugar.

Composição do EBITDA Ajustado



DESEMPENHO OPERACIONAL POR SEGMENTO

Atacadão: crescimento recorde de LfL com margens resilientes

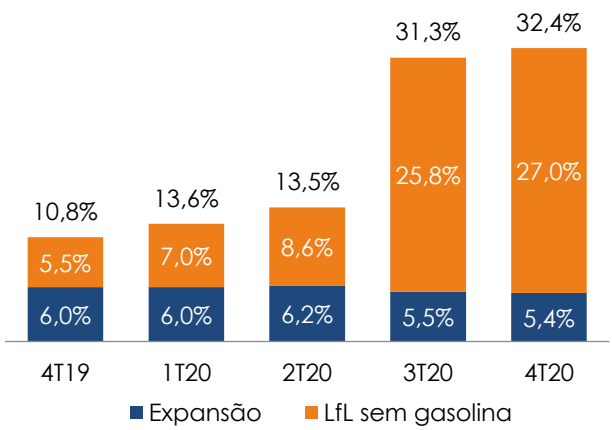
A receita bruta do Atacadão no 4T atingiu R$15,7 bilhões, impulsionada por um crescimento impressionante de 27% LfL - superando até mesmo o nível recorde alcançado no terceiro trimestre - e 5,4% da expansão.

O notável desempenho de vendas do Atacadão no quarto trimestre valida as decisões estratégicas tomadas no passado para melhorar a competitividade. O forte crescimento foi beneficiado pelo elevado nível de inflação alimentar, mas também foi impulsionado por fortes volumes, com contribuição relevante dos clientes B2B. Como resultado, considerando mesmas lojas, nosso *market share* aumentou.

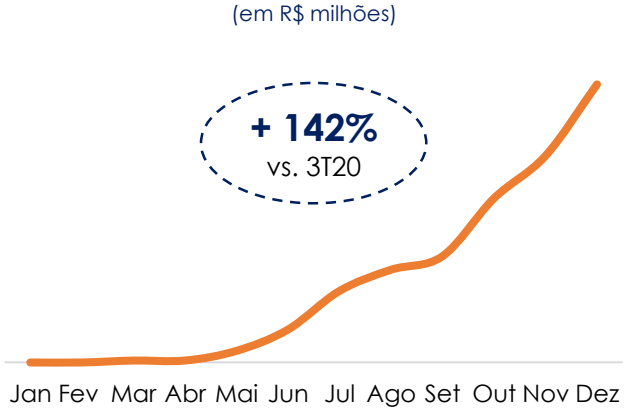
Como líderes de mercado, continuamos oferecendo os melhores preços para clientes B2B e B2C. Isso destaca a relevância de nosso negócio de atacado, especialmente em um ambiente tão volátil.

A recém lançada operação de e-commerce do Atacadão está crescendo mais rápido do que o esperado e também mantém resultados positivos. No 4T, tivemos 131 mil clientes via canais digitais e as vendas online cresceram 142% sequencialmente, demonstrando a escalabilidade e a força destas plataformas. Considerando apenas as lojas com serviço de entrega rápida, as vendas digitais já representam 2% do total.

Desempenho de vendas do Atacadão



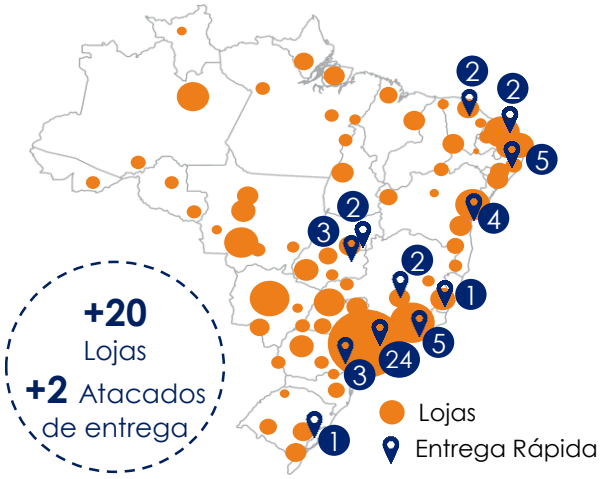
Evolução das vendas digitais do Atacadão
(em R$ milhões)



A parceria com as operadoras de serviço de entrega rápida já está disponível em 54 lojas em 12 estados, representando cerca de 25% da nossa rede de lojas. Seguimos reforçando nossa estratégia com foco em proporcionar uma melhor experiência de compra com o melhor preço. Em nosso *marketplace* dedicado a clientes B2B, o número de vendedores no 4T é de cerca de 300, estáveis em comparação ao 3T20.

O Atacadão está mantendo e reforçando o seu forte plano de expansão, e encerrou o ano com 236 unidades (206 lojas e 30 atacados de entrega), com 14 inaugurações no 4T (22 em 2020), das quais 1 atacado de entrega e 6 conversões de lojas Makro. Finalizamos a aquisição de 25 lojas do Makro e esperamos convertê-las nos próximos meses, fortalecendo ainda mais nossa posição de liderança e presença nacional. O fechamento da aquisição das 5 lojas Makro remanescentes é esperado para acontecer em breve.

Reforçando sua presença online e off-line



Em R$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Vendas Brutas	15.691	11.855	32,4%	51.817	42.055	23,2%
Vendas Líquidas	**14.276**	**10.790**	**32,3%**	**47.058**	**38.220**	**23,1%**
Outras Receitas	40	40	0,0%	147	140	5,0%
Vendas Totais	**14.316**	**10.830**	**32,2%**	**47.205**	**38.360**	**23,1%**
Lucro Bruto	**2.012**	**1.669**	**20,6%**	**7.040**	**5.895**	**19,4%**
Margem Bruta	*14,1%*	*15,5%*	*-1,4 p.p.*	*15,0%*	*15,4%*	*-0,5 p.p.*
Despesas VG&A	**(951)**	**(823)**	**15,6%**	**(3.448)**	**(3.101)**	**11,2%**
%VG&A de Vendas Líquidas	*6,7%*	*7,6%*	*-1,0 p.p.*	*7,3%*	*8,1%*	*-0,8 p.p.*
EBITDA Ajustado	**1.065**	**847**	**25,7%**	**3.605**	**2.804**	**28,6%**
Margem EBITDA Ajustada	*7,5%*	*7,8%*	*-0,4 p.p.*	*7,7%*	*7,3%*	*0,3 p.p.*

O lucro bruto cresceu 20,6% no trimestre, atingindo R$2,0 bilhões. A margem bruta foi 14,1%, reflexo das já mencionadas decisões estratégicas tomadas no passado para melhorar a competitividade, da maior participação dos clientes B2B no *mix* de vendas e da aceleração da abertura de lojas, uma vez que estas lojas têm um período de *ramp-up* já previsto. Em 2020, o lucro bruto foi de R$7,0 bilhões, crescimento de 19,4%, com margem bruta de 15,0%.

No 4T, o Atacadão acelerou seu plano de expansão, concentrando quase dois terços das inaugurações de novas lojas em um único trimestre. Embora isso tenha afetado as despesas com vendas, gerais e administrativas, que cresceram 15,6% a.a., o forte volume de vendas nos permitiu absorver o impacto e alcançar uma melhora de 1,0 p.p. para 6,7% das vendas líquidas. No acumulado do ano, as despesas VG&A cresceram 11,2%, também impactado pela aceleração da expansão e pelas despesas relacionadas ao COVID-19. Mais uma vez, o forte volume de vendas nos permitiu alcançar mais 0,8 p.p. de melhora no ano, chegando a 7,3% das vendas líquidas.

Como resultado, o EBITDA Ajustado atingiu R$1,065 milhões no trimestre, 25,7% superior ao 4T19, com margem de 7,5%. No ano de 2020, o EBITDA ajustado cresceu notáveis 28,6%, atingindo R$3,6 bilhões, com margem crescendo 0,3 p.p. e atingindo 7,7%.

Carrefour Varejo: mantendo o forte crescimento…

As vendas do Carrefour Varejo (sem gasolina) totalizaram R$5,7 bilhões no 4º trimestre, impulsionadas pelo crescimento robusto do LfL de 13,3%. O segmento de alimentação manteve a tendência observada no segundo e terceiro trimestre, crescendo 14,2%. O segmento de não alimentar também apresentou forte crescimento LfL no 4T (+ 12,2%), apesar de uma base comparável muito difícil, pois o 4T19 já havia registrado crescimento de 20,8%, com contribuição das vendas de *Black Friday*, evento que teve todas as suas campanhas canceladas em 2021 após o incidente ocorrido em Porto Alegre. Em um período de 2 anos, o crescimento do segmento não alimentar atingiu 36% (vs. 38% na comparação de 2 anos encerrada em setembro de 2020). O desempenho é particularmente impressionante considerando que as lojas de todos varejistas reabriram no 3T20. Excluindo o período de *Black Friday**, o crescimento LfL foi de 19,6%, sendo que o não alimentar atingiu 25,9%.

*Considerando o período de 20 a 30 de novembro.

Como resultado, o crescimento LfL do ano consolidado foi de 19,6% em 2020. Embora esse desempenho tenha se beneficiado do ambiente incomum, nossos ganhos de *market share* em hipermercados de outros 1,3 p.p. no 4T20 (vs. 4T19) ou 1,5 p.p. em 2020 (vs. 2019), e altos níveis de NPS comprovam a força de nosso posicionamento e destacam a excelente execução. Em 2019 e 2020, o *market share* dos hipermercados aumentou cerca de 2 p.p.

Continuamos a implementar as medidas mencionadas desde o 2T, com destaque para a nova dinâmica promocional, que continuou a apresentar resultados sólidos e aumentou o nível de engajamento dos clientes.

	4T20 (R$ MM)	LFL	4T19 (R$ MM)	Total (%)	2020 (R$ MM)	LFL	2019 (R$ MM)	Total (%)
Multi-formato(1)	**5.024**	**15,8%**	**4.337**	**15,8%**	**18.520**	**18,5%**	**15.608**	**18,7%**
Alimentar	3.163	14,4%	2.765	14,4%	11.559	13,2%	10.191	13,4%
Não Alimentar(2)	1.861	18,3%	1.573	18,4%	6.961	28,4%	5.417	28,5%
Carrefour (s/ gasolina): Multiformato + E-comm	**5.656**	**13,3%**	**4.987**	**13,4%**	**20.744**	**19,6%**	**17.322**	**19,8%**
Alimentar	3.205	14,2%	2.806	14,2%	11.795	14,3%	10.300	14,5%
Não Alimentar(2)	2.451	12,2%	2.181	12,4%	8.949	27,3%	7.023	27,4%
Carrefour + GMV (s/ gasolina)	**5.821**	**13,2%**	**5.139**	**13,3%**	**73.214**	**18,4%**	**59.812**	**22,4%**

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

… e aumentando o engajamento dos clientes

O novo aplicativo "Meu Carrefour", que foi lançado em novembro e incorpora nosso novo programa de fidelidade, foi muito bem recebido pelos nossos clientes. O número de usuários ativos 4T20 foi mais que o dobro do nível de outubro e representou 75% dos nossos clientes recorrentes em lojas físicas. O novo aplicativo também parece ser apreciado por nossos clientes, pois nossa pontuação na Play Store foi de 4,2, um nível muito semelhante ou até superior quando comparado aos varejistas digitais mais relevantes.

O novo aplicativo já está resultando em um aumento no engajamento do cliente. O gasto médio de clientes existentes que alcançaram a moeda # 3 no programa (clientes com o maior nível de recorrência) aumentou mais de 100% em novembro e 90% em dezembro.

Em janeiro de 2021, mais de 3 milhões de moedas estavam disponíveis e tivemos mais de 700.000 delas trocadas por produtos e benefícios. Usando nossos dados, fomos capazes de identificar clientes potenciais para produtos específicos de marca própria, fornecendo amostras a esses clientes a fim de aumentar o gasto médio futuro.

Em dezembro, também integramos as funcionalidades do Scan and Go e do Banco Carrefour ao "Meu Carrefour", o que permite aos clientes pagar por suas cestas usando o aplicativo e acessar recursos que antes eram usados no aplicativo existente do Banco. Esta melhoria teve um impacto positivo na percepção dos clientes, uma vez que pela primeira vez a comunicação do Varejo, Drogarias, Postos de Gasolina e Banco foi totalmente integrada num único canal.

Cybercook foi outro recurso importante do novo aplicativo, ampliando a experiência do cliente com mais de 100 receitas e dicas para apoiar os clientes que estão comendo mais em casa no contexto de pandemia. Em 2020, o Cybercook teve 866.200 novos clientes cadastrados (+1.183% vs. 2019), atingindo um total de 1,9 milhões de clientes cadastrados no final do ano (+ 79% vs. LY).

Os resultados iniciais do novo aplicativo demonstram que os clientes precisam de um canal que facilite o seu dia a dia, concentrando diferentes funcionalidades, produtos e serviços a preços atrativos.

Base de clientes mais que dobrou desde o lançamento e já representa **75% dos clientes recorrentes**

alavancagem de dados e marca própria agregando valor

1,9 milhão de usuários

(i) Multi-formato: a consistência compensa

Mais uma vez nossa operação multi-formato apresentou resultados expressivos e atingiu um crescimento LfL de 15,8%, principalmente impulsionado por alimentos, que continuou a superar a inflação e cresceu 14,4% em base LfL. O segmento não alimentar também teve outro trimestre forte, com crescimento de 18,3% de LfL, embora os varejistas tradicionais tenham reaberto no 3T (+26,3% excluindo o período de *Black Friday* – 20 a 30 de novembro). Devido à sua dinâmica diferente em relação à alimentação (menor recorrência) e após a decisão pelo cancelamento das campanhas de Black Friday entre 20 e 30 de novembro, , devido ao trágico evento ocorrido em Porto Alegre, uma desaceleração dos níveis observados no 2T e 3T20 já era antecipada. No geral, pelo terceiro trimestre consecutivo, nossos hipermercados tiveram desempenho superior ao do mercado, alcançando ganhos de participação de mercado de 1,5 p.p. em 2020. O tíquete médio aumentou 33,1% a.a. no 4T20, enquanto o número de tíquetes ainda caiu 12,9%, destacando o impacto da atual crise sanitária no comportamento do cliente.

Nossa marca própria continuou com seu excelente desempenho, apresentando crescimento de 22% em volumes ano a ano, principalmente impulsionado por PGC, que cresceu 35% pelo segundo trimestre consecutivo. A penetração continuou alcançando novos recordes, crescendo para 14,9% do total de vendas líquidas de alimentos no 4T20 (+1,5 p.p. a.a.) e o número de SKUs de marca própria ficou em cerca de 2.800.

O bom desempenho de nossa marca própria baseia-se na regra dos três pilares estabelecidos para o desenvolvimento do segmento, que é ainda mais relevante em um ambiente inflacionário. O produto deve ser: (i) aprovado por mais de 50% dos participantes em teste cego; (ii) cerca de 30% mais barato que o líder de mercado; e (iii) nutritivo.

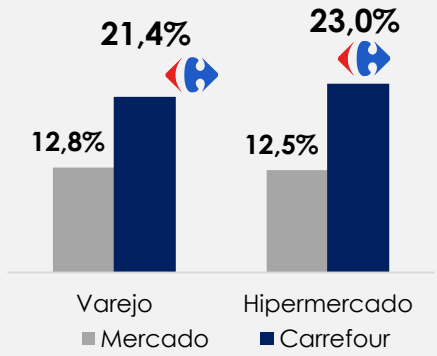
Após desacelerar nossa expansão no segmento de Varejo durante a maior parte de 2020 para analisar os impactos do COVID-19, retomamos as inaugurações no 4T com 7 novas lojas Express e 1 nova loja Market, todas em São Paulo. As lojas de conveniência registraram seu melhor desempenho LFL desde o início da pandemia.

Impulsionado por sua nova dinâmica promocional eficiente, vendas de alimentos maiores (cujas margens são superiores às de não alimentos) e a evolução do negócio de e-commerce, o segmento de varejo do Carrefour (incluindo e-commerce, sem gasolina e galerias) registrou mais um trimestre de expressiva melhoria da margem EBITDA: +2,5 p.p. a.a. para 7,4% no 4T20. No ano consolidado, a melhora foi ainda mais relevante: +3,1 p.p. para 7,5% de margem.

Todas as nossas lojas mantiveram as mesmas medidas sanitárias adotadas desde o início da crise do COVID-19, o que reforça nosso compromisso com a segurança de nossos colaboradores e clientes.

Destaques 2020

Crescendo mais que o mercado



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

+13,4% a.a. Alimentar 2020

+28,5% a.a. Não alimentar 2020

+1,5 p.p.
market share de Hipermercado
(vs. 2019)

Migrando para a mídia digital e gastando a metade em publicidade

Ganhando eficiência com a redução de quebra de estoque e taxas de perda

Resultados Varejo 2020
(incluindo e-commerce, sem gasolina e galerias)

+20% LfL
(sem gasolina)

-2,4 p.p.
Despesas VG&A

+3,1 p.p.
Margem EBITDA

(ii) Iniciativas digitais para apoiar um crescimento rentável

2020 foi um ano notável para o comércio eletrônico, que apresentou um aumento expressivo devido à pandemia de COVID-19. Desde o 2T20, o Grupo Carrefour Brasil tem alcançado altos níveis de GMV total e no 4T20 esse ritmo continuou, demonstrando uma tendência duradoura nos hábitos de compra dos clientes.

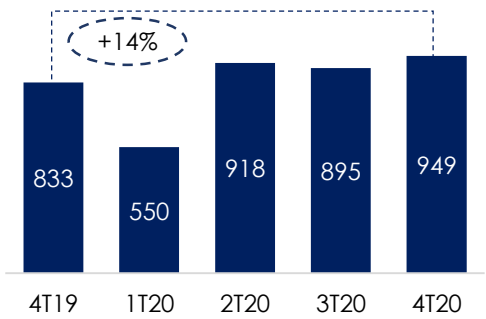
No dia 1° de outubro, lançamos nossa nova plataforma de e-commerce, mais amigável e totalmente customizada para atender às necessidades do e-commerce alimentar e não alimentar. As melhorias na plataforma já são reconhecidas pelos nossos clientes e, em outubro, o NPS atingiu o nível mais alto do ano, fechando com um aumento de 90% vs. 2019, reforçando também a nossa forte posição online.

O GMV total no 4T ficou basicamente estável em comparação com o 4T19 (+0,1%), ou +13,9% incluindo o serviço de entrega rápida. **O e-commerce alimentar manteve seu forte momento com crescimento de 163,3% incluindo o serviço de entrega rápida**, demonstrando novamente uma mudança no comportamento de consumo. As vendas não alimentares diminuíram 3,1%, devido principalmente a: (i) uma desaceleração esperada após dois fortes trimestres de crescimento, em parte associada à redução do auxílio do governo para apoiar o consumo em meio à pandemia; (ii) uma base comparável difícil, já que no ano passado investimos significativamente em nosso evento Black Friday, que foi menos promocional este ano; e (iii) nossa decisão de cancelar todas as campanhas de marketing relacionadas à Black Friday na sequência do trágico evento em nossa loja em Porto Alegre em novembro. Se excluirmos o período de Black Friday dos números trimestrais, o segmento não alimentar teria crescido 24,5% vs. a variação reportada de -3,1%.

As vendas do Marketplace cresceram + 10,9% e representaram 21% do GMV total no quarto trimestre.

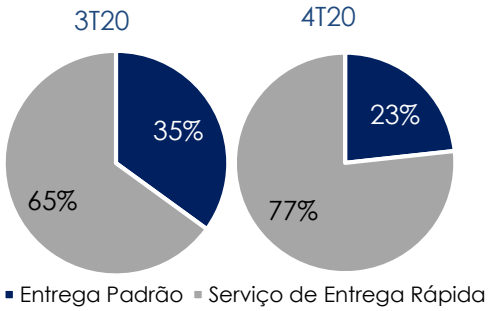
Estamos acelerando nossas atividades de e-commerce e janeiro já mostra tendências de crescimento muito positivas. As mudanças estruturais ocorridas ao longo do ano tiveram impactos positivos nos resultados, que se encontram em *breakeven*, reforçando a confiança em nossa estratégia de e-commerce. Todas as iniciativas estratégicas relacionadas a este negócio estão mantidas para continuar aumentando a rentabilidade.

GMV Total*



* Inclui serviço de entrega rápida e vendas digitais do Atacadão

GMV alimentar por plataforma



	4T20 (R$MM)	Total (%)	4T19 (R$MM)	2020 (R$MM)	Total (%)	2019 (R$MM)
Serviço de entrega rápida[1]	149	375,7%	31	450	378,9%	94
1P Alimentar	43	3,0%	41	236	116,9%	109
GMV Alimentar	**191**	**163,3%**	**73**	**281**	**198,8%**	**94**
1P Não Alimentar	589	-3,1%	608	1.988	23,8%	1.605
GMV 1P (inc. serv. entrega rápida)	**780**	**14,6%**	**681**	**2.269**	**33,5%**	**1.699**
3P[2]	169	10,9%	152	663	52,7%	434
GMV Não Alimentar	**758**	**-0,3%**	**760**	**2.651**	**30,0%**	**2.040**
GMV Total	**801**	**-0,2%**	**802**	**2.887**	**34,4%**	**2.148**
GMV Total (inc. serv. entrega rápida)	**949**	**13,9%**	**833**	**3.337**	**48,8%**	**2.243**

(1) O serviço de entrega rápida já está incluso nas vendas do multi-formato e Atacadão. (2) Inclui vendas do *marketplace* do Atacadão.

(iii) Resultados Consolidados do Varejo

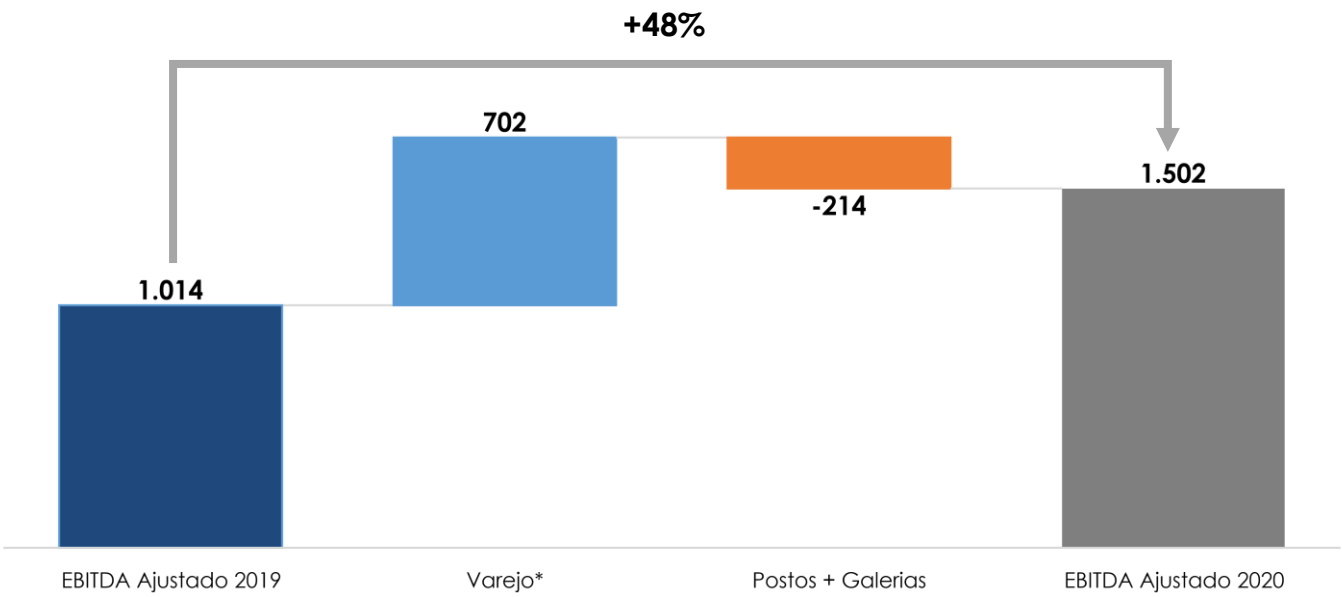
O lucro bruto consolidado do Carrefour Varejo foi de R$ 1,4 bilhão ou 24,9% das vendas líquidas, aumento de 11,7% ou +1,0 p.p. a.a., respectivamente, como resultado de nossa dinâmica promocional mais assertiva no multi-formato, ganhos de eficiência e uma melhor contribuição do e-commerce.

Em R$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Vendas Brutas	6.271	5.783	8,4%	22.934	20.165	13,7%
Vendas Brutas ex-gasolina	5.656	4.987	13,4%	20.744	17.321	19,8%
Vendas Líquidas	**5.597**	**5.224**	**7,1%**	**20.582**	**18.299**	**12,5%**
Outras Receitas	169	130	30,0%	494	460	7,4%
Vendas Totais	**5.766**	**5.354**	**7,7%**	**21.076**	**18.759**	**12,4%**
Lucro Bruto	**1.394**	**1.248**	**11,7%**	**5.161**	**4.507**	**14,5%**
Margem Bruta	*24,9%*	*23,9%*	*1,0 p.p.*	*25,1%*	*24,6%*	*0,4 p.p.*
Despesas VG&A	**(948)**	**(938)**	**1,1%**	**(3.698)**	**(3.532)**	**4,7%**
%VG&A de Vendas Líquidas	*16,9%*	*18,0%*	*-1,0 p.p.*	*18,0%*	*19,3%*	*-1,3 p.p.*
EBITDA Ajustado	**455**	**320**	**42,2%**	**1.502**	**1.014**	**48,1%**
Margem EBITDA Ajustada	*8,1%*	*6,1%*	*2,0 p.p.*	*7,3%*	*5,5%*	*1,8 p.p.*

As despesas VG&A cresceram R$ 10 milhões ou 1,1% em comparação ao 4T19, levando a uma diluição de 1,0 p.p. no 4T20. Mais uma vez, excluindo-se as despesas com COVID-19, as despesas VG&A teriam diminuído nominalmente, reforçando as melhorias estruturais no negócio.

O EBITDA ajustado do Carrefour aumentou 42,2% e atingiu R$ 455 milhões, com outra forte expansão de margem de 2,0 p.p.. No consolidado do ano, o EBITDA Ajustado cresceu 48,1% e a margem melhorou 1,8 p.p. para 7,3%.

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



* Exclui Postos e Galerias

Banco Carrefour: acelerando o crescimento

O Banco Carrefour continuou sua aceleração, já observada no trimestre anterior, com o faturamento total crescendo 19,2% a.a. no 4T, atingindo R$11,6 bilhões, impulsionado pelo maior número de compras e aumento do tíquete médio. O cartão de crédito Carrefour apresentou crescimento de 13,4% e o cartão de crédito Atacadão cresceu 35,2%, representando cerca de 32% do faturamento total do trimestre - patamar bastante satisfatório considerando que o produto foi lançado em 2017.

Tanto os gastos *on-us* quanto *off-us* continuaram apresentando crescimento de dois dígitos, de 13,2% e 22,3%, respectivamente, comprovando a força do ecossistema do Grupo Carrefour Brasil. Com isso, a carteira de crédito total (IFRS9) encerrou dezembro em R$13,5 bilhões, +17,0% a.a.. As novas contas vendidas por canais digitais continuaram evoluindo e atingiram novos recordes em dezembro, com crescimento de 157% a.a..

Em R$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Faturamento cartão Carrefour	7.802	6.879	13,4%	25.919	23.650	9,6%
Faturamento cartão Atacadão	3.680	2.721	35,2%	11.971	8.966	33,5%
Outros produtos*	106	122	-13,0%	325	482	-32,5%
Faturamento Total	**11.588**	**9.722**	**19,2%**	**38.216**	**33.097**	**15,5%**
Total da carteira de crédito	13.535	11.570	17,0%	13.535	11.570	17,0%

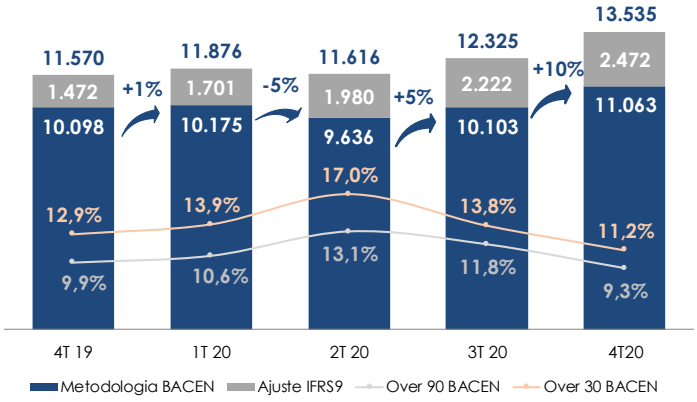
*Outros produtos incluem empréstimos pessoais e pagamento de contas com o cartão

Apesar de continuar sendo impactado por clientes com menor propensão a financiar saldos em aberto e flexibilização dos prazos de negociação, nosso crescimento da receita já apresentou melhora em relação ao 3T, em função da retomada do crescimento do faturamento desde junho. No 4T, a receita operacional líquida do Banco Carrefour diminuiu 12,9% em relação ao ano anterior, para R$722 milhões (+16,5% quando comparado ao 3T20).

A estratégia implementada face à crise do COVID-19 também se mostra acertada ao olhar para os indicadores de crédito. Os *Non-Performing Loans* (NPLs) situaram-se em um nível inferior ao do ano anterior, evidenciando um processo natural de envelhecimento dos NPLs e também um posicionamento bastante sólido mesmo quando comparado com o período pré-crise.

Os empréstimos com vencimento acima de 90 dias caíram 0,6 p.p a.a. no 4T20, para 9,3% (contra 9,9% no 4T19 e 13,1% no 2T20 - no pico da crise). Empréstimos com vencimento acima de 30 dias caíram impressionantes 2,1 p.p. a.a., para 11,2% no 4T20 (12,9% no 4T19 e 17,0% no 2T20).

Evolução da Carteira de Crédito
(R$ milhões)



A carga de risco totalizou R$ 183 milhões no trimestre, uma redução de 23,4% em relação ao ano anterior, impulsionado pelo maior volume de recuperações, beneficiado pela venda de uma carteira antiga em inadimplência, que já foi totalmente baixada (R$ 75 milhão).

Como as despesas VG&A mantiveram a mesma tendência observada ao longo dos primeiros nove meses de 2020, quando cresceram 8,0%, o EBITDA ajustado totalizou R$ 266 milhões e o lucro líquido do banco atingiu R$ 142 milhões no 4T20, confirmando sua recuperação e reforçando seu sólido posicionamento .

Em R$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Receitas da intermedição financeira	**722**	**829**	**-12,8%**	**2.933**	**2.965**	**-1,1%**
Carga de risco	(183)	(239)	-23,4%	(1.193)	(898)	32,9%
Resultado bruto da intermediação financeira	**539**	**590**	**-8,6%**	**1.740**	**2.067**	**-15,8%**
Despesas VG&A	(273)	(255)	7,1%	(1.042)	(967)	7,8%
EBITDA ajustado	**266**	**335**	**-20,6%**	**698**	**1.100**	**-36,5%**
Despesa com depreciação e amortização	(9)	(9)	0,0%	(36)	(34)	5,9%
EBIT ajustado	**257**	**326**	**-21,2%**	**662**	**1.066**	**-37,9%**
Outras receitas (despesas)	(14)	(13)	7,7%	(59)	(54)	9,3%
Resultado financeiro	(4)	(6)	-33,3%	(13)	(25)	-48,0%
Imposto de renda	(97)	(84)	15,5%	(237)	(344)	-31,1%
Lucro líquido (100%)	**142**	**223**	**-36,3%**	**353**	**643**	**-45,1%**

RESULTADO CONSOLIDADO 4T20 (APÓS EBITDA AJUSTADO)

Outras Receitas (Despesas)

Em R$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Custos de reestruturação	(4)	(8)	-50,8%	(26)	(70)	-62,9%
Ganhos (perdas) líquidos na baixa e alienação de ativos	(19)	(27)	-28,9%	(105)	(32)	228,8%
Receitas e despesas relativas a demandas judiciais	138	4	3.341,9%	208	(774)	-126,8%
Despesas com transações de M&A e outras	(59)	(25)	1	(83)	(25)	2
Outras receitas (despesas)	**56**	**(56)**	**-199,6%**	**(6)**	**(901)**	**-99,3%**

Outras receitas totalizaram R$56 milhões no 4T20, sobretudo devido a receitas relacionadas a litígios, principalmente relacionadas a anistias fiscais com um impacto líquido de R$138 milhões. As despesas relacionadas ao trágico acontecimento em Porto Alegre somaram R$ 50 milhões no trimestre, sendo R$40 milhões referentes ao fundo de diversidade criado pela empresa(R$25 milhões de aporte inicial e cerca de R$15 milhões referentes à doação de lucros de três dias de vendas).

Imposto de Renda

A despesa com Imposto de Renda e Contribuição Social foi de R$ 364 milhões e a alíquota de IR ficou em 27% no 4T20, 1,5 p.p. maior que no mesmo período de 2019, impactada principalmente pelo aumento na alíquota de imposto de instituições financeiras, que passou para 45% em 2020 (de 40%).
A alíquota efetiva de imposto em 2019 foi impactada pelo efeito da provisão referente aos itens básicos no 2T19. Excluindo os impactos de itens não recorrentes, a alíquota efetiva de imposto teria sido de 27% em 2019, um nível muito semelhante à taxa observada em 2020 (28%).

Em R$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Lucro Antes dos Impostos	1.369	994	37,7%	3.925	2.279	72,2%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(364)	(249)	46,2%	(1.081)	(951)	13,7%
Alíquota Efetiva	26,6%	25,1%	1,5 p.p.	27,5%	41,7%	-14,2 p.p.

Em R$ milhões	4T20	Outras receitas (despesas)	Lucro Líquido Ajustado, controladores	2020	Outras receitas (despesas)	Lucro Líquido Ajustado, controladores
Lucro antes dos impostos e contribuições	**1.369**	**(54)**	**1.315**	**3.925**	**73**	**3.998**
Imposto de Renda e Contribuição Social	(364)	5	(359)	(1.081)	14	(1.067)
Alíquota Efetiva	*27%*		*27%*	*28%*		*27%*
Lucro Líquido	**1.005**	**(49)**	**956**	**2.844**	**87**	**2.931**
Lucro Líquido - Acionistas minoritários (NCI)	70		70	173		173
Lucro Líquido ajustado, controladores	**935**	**(49)**	**886**	**2.671**	**87**	**2.758**

Lucro Líquido e Lucro Líquido Ajustado, Acionista Controlador

O lucro líquido ajustado permite uma melhor visão sobre o desempenho do lucro líquido recorrente. Ele é calculado como lucro líquido menos outras receitas e despesas, e o correspondente efeito financeiro e do imposto de renda.
No 4T20, o lucro líquido ajustado atingiu R$ 886 milhões ou 4,5% da receita líquida, um aumento de 31,1% em relação ao 4T19. Em 2020, o lucro líquido ajustado totalizou R$ 2,8 bilhões, aumento de 43,1% em relação a 2019, refletindo a estratégia omnicanal da empresa e a forte execução em um ano sem precedentes.

Em R$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Lucro líquido, controladores	**935**	**636**	**47,0%**	**2.671**	**1.013**	**163,7%**
(+/-) Outras receitas(despesas)	(56)	56	n.m.	6	901	-99,3%
(+/-) Resultado financeiro (não recorrente)	2	0	n.m.	67	0	n.m.
(+/-) Imposto de renda de outros itens de receita (despesas)	5	(16)	-131,9%	14	13	n.m.
Lucro líquido ajustado, controladores	**886**	**676**	**31,1%**	**2.758**	**1.927**	**43,1%**
Margem líquida	**4,5%**	**4,2%**	**0,2 p.p.**	**4,1%**	**3,4%**	**0,7 p.p.**

Capital de Giro Operacional

Nosso capital de giro antes dos recebíveis encerrou o 4T20 como um recurso líquido de R$6,2 bilhões (40 dias), ante R$ 5,5 bilhões (43 dias) observados no 4T19. No total, o capital de giro encerrou o ano no equivalente a 33 dias, contra 37 dias em 2019. O ligeiro aumento de 4 dias reflete nossa decisão de manter maiores estoques em um momento de alta da inflação.

Em R$ Milhões	4T20	Dias	3T20	Dias	2T20	Dias	1T20	Dias	4T19	Dias
(+) Estoques	7.709	50	7.783	54	6.451	47	6.423	49	5.949	46
(-) Fornecedores (**)	(13.860)	(90)	(8.706)	(61)	(8.712)	(63)	(7.128)	(54)	(11.490)	(90)
(=) Capital de Giro antes dos recebíveis	**(6.151)**	**(40)**	**(923)**	**(6)**	**(2.261)**	**(16)**	**(705)**	**(5)**	**(5.541)**	**(43)**
(+) Contas a Receber (*)	1.051	7	1.905	13	1.267	9	622	5	782	6
(=) Capital de Giro - WC Mercadorias	**(5.100)**	**(33)**	**982**	**7**	**(994)**	**(7)**	**(82)**	**(1)**	**(4.759)**	**(37)**

(*) 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 Líquida e Resultado Financeiro Líquido

Os empréstimos líquidos de derivativos para cobertura encerraram 2020 em R$3,6 bilhões, um aumento de R$ 761 milhões em relação ao final de 2019 explicado por: (i) uma linha de crédito rotativo assinada com o Carrefour Finance, da qual sacamos €75 milhões (R$ 348 milhões); (ii) empréstimo de R$ 1,5 bilhão com bancos internacionais em abril de 2020, compensado em grande parte pelo pagamento da primeira série da primeira emissão de debêntures em dezembro, que totalizou R$ 1,0 bilhão. Incluindo *leasing* e recebíveis descontados, o Carrefour Brasil encerrou 2020 com dívida líquida de R$ 1,5 bilhão, em linha com os R$ 1,4 bilhão observados no final de 2019. Mantivemos nossa estratégia de melhorar nossa estrutura de capital, aumentando o prazo de vencimento das dívidas a taxas atrativas e reduzindo uso de desconto de recebíveis.

Em R$ milhões	Dez. 2020	Dez. 2019
Empréstimos	(3,617)	(2,856)
Caixa e equivalentes de caixa	5,672	5,322
Títulos e valores mobiliários – Banco Carrefour	358	297
(Dívida Líq.) Caixa Líquido	**2,413**	**2,763**
Recebíveis descontados	(2,100)	(2,510)
(Dívida Líq.) Caixa Líquido (c/ recebíveis descontados)	**313**	**253**
Dívida com aluguéis (IFRS 16)	(1,860)	(1,628)
(Dívida Líq.) Caixa Líquido (c/ aluguéis e recebíveis descontados)	**(1,547)**	**(1,375)**
(Dívida Líquida) Caixa líquido (c/ recebíveis descontados) / EBITDA Ajustado LTM	*0.06 x*	*0.05 x*
(Dívida Líquida) Caixa líquido (c/ recebíveis descontados e aluguéis) / EBITDA Ajustado LTM	*0.28x*	*0.29x*

O resultado financeiro líquido totalizou -R$141 milhões, aumento de 12,8% quando comparado ao 4T19, impactado principalmente por maiores despesas com juros sobre aluguéis (IFRS 16). O maior endividamento médio no trimestre foi totalmente compensado pelo menor valor de descontos de recebíveis.

Em R$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Custo da dívida bancária, bruto	(52)	(39)	33.3%	(199)	(169)	17.8%
Juros de antecipação de cartões de crédito	(14)	(32)	-56.3%	(89)	(126)	-29.4%
Receita Financeira	10	9	11.1%	47	21	123.8%
Custo da dívida, Líquido (c/ recebíveis descontados)	**(56)**	**(62)**	**-9.7%**	**(241)**	**(274)**	**-12.0%**
Despesas com juros sobre aluguéis (IFRS 16)	(49)	(31)	n.m.	(183)	(109)	n.m.
Custo da dívida, Líquido (c/ aluguéis e recebíveis descontados)	**(105)**	**(92)**	**14.1%**	**(424)**	**(383)**	**10.7%**
Juros líquidos sobre provisões e depósitos judiciais	(18)	(38)	-52.6%	(70)	(77)	-9.1%
Variação cambial, ganhos e (perdas) líquida	(7)	0	n.m.	(32)	0	n.m.
Outros	(11)	5	-320.0%	(54)	(42)	28.6%
Resultado financeiro líquido	**(141)**	**(125)**	**12.8%**	**(580)**	**(502)**	**15.5%**

CAPEX

O CAPEX total no 4T20 foi de R$ 690 milhões, 32,9% superior ao 4T19, principalmente devido à aceleração do ritmo de expansão no trimestre. Incluindo o atacado de entrega, abrimos 14 novas lojas do Atacadão organicamente (8 lojas no 4T), totalizando 22 novas lojas no ano.
O CAPEX total do consolidado do ano atingiu R$ 1,7 bilhão, praticamente estável em comparação a 2019. 2020 também incluiu o pagamento da aquisição de 25 lojas do Makro (de um total de 30 lojas adquiridas), com impacto de R$ 1,3 bilhão em 4T20 e R $ 1,5 bilhão no ano.

Em R$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Expansão	434	282	53,9%	1.028	1.065	-3,5%
Manutenção	94	91	2,9%	293	281	4,3%
Reformas de Lojas	39	32	24,2%	85	127	-33,4%
TI e outros	123	115	7,6%	277	296	-6,2%
Capex Total	**690**	**520**	**32,9%**	**1.683**	**1.769**	**-4,9%**
Aquisição lojas Makro	1.333	n.a.	n.a.	1.529	n.a.	n.a.
Capex total com Makro	**2.024**	**520**	**289,5%**	**3.212**	**1.769**	**81,5%**
Direito de uso de arrendamento	463	813	-43,1%	651	1.031	-36,9%
Total de adições de ativo fixo	**2.487**	**1.333**	**86,6%**	**3.863**	**2.800**	**38,0%**

Fluxo de Caixa Livre

Em 2020, o Grupo apresentou um nível recorde de geração de caixa livre, que totalizou R$ 2.426 milhões, um aumento de 152,2% em relação ao ano anterior. Isso foi impulsionado pela expressiva expansão do EBITDA, bem como por melhorias na gestão do capital de giro, com redução do uso de recebíveis descontados ao longo do ano, melhorando nossa eficiência financeira.

Em R$ milhões	2020	2019	Δ%
Fluxo de Caixa Bruto das Operações	**5,416**	**4,553**	**19.0%**
Imposto de renda pago	-1,201	-916	31.1%
Fluxo de Caixa Bruto das Operações, líquido de imposto de renda	**4,215**	**3,637**	**15.9%**
Variação nas exigências de capital de giro de mercadoria	342	640	-46.6%
Variação em Contas a pagar	*2,371*	*1,687*	*40.5%*
Variação em Estoques	*-1,760*	*-817*	*115.4%*
Variação em Contas a receber	*-269*	*-230*	*17.0%*
Variação em Outros Ativos e Passivos Circulantes	-393	-1,101	-64.3%
Variação no crédito ao consumidor, líquido concedido por empresa de serviços financeiros	-178	-485	-63.3%
Variação do Capital de Giro	**-229**	**-946**	**-75.8%**
Fluxo de Caixa das Operações	**3,986**	**2,691**	**48.1%**
Capex (excluindo ágio)	-1,683	-1,769	-4.9%
Variações em contas a pagar aos fornecedores de ativos fixos	81	37	118.9%
Alienação de ativos fixos	42	3	1300.0%
Fluxo de Caixa de Investimentos operacionais	**-1,560**	**-1,729**	**-9.8%**
Fluxo de Caixa Livre (*)	**2,426**	**962**	**152.2%**
Lease operacional (IFRS16)	-290	-254	14.2%
Custo da dívida	-288	-295	-2.4%
Fluxo de Caixa Livre Acionista	**1,848**	**413**	**347.5%**

(*) conforme definido no glossário.

REDE DE LOJAS– 4T20

No 4T, abrimos 22 novas lojas, das quais: **13 lojas Atacadão** (7 via expansão orgânica e 6 conversões de lojas Makro) nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Pernambuco, Sergipe, Paraíba, Mato Grosso e Alagoas, **1 Atacado de entrega** no estado do Piauí, **7 Express** e **1 Market** na cidade de São Paulo. Atualmente operamos 721 lojas com área total de vendas de 2.107.871 m2.

Número de lojas	Dez. 19	Aberturas	Fechamentos	Dez. 20
Atacadão	186	20		206
Hipermercados	100			100
Supermercados	53	2	2	53
Lojas de conveniência	125	10	5	130
Atacado	28	2		30
Drogarias	124	1		125
Postos de combustível	76	1		77
Grupo	**692**	**36**	**7**	**721**

Área de vendas	Dez.19	Dez. 20	Δ Var. Dez.20 vs. Dez.19
Atacadão	1.170.350	1.272.298	8,7%
Hipermercados	704.876	704.876	0,0%
Supermercados	69.056	67.781	-1,8%
Lojas de conveniência	22.732	23.023	1,3%
Drogarias	7.921	8.035	1,4%
Postos de combustível	31.389	31.858	1,5%
Área de vendas total (m^2)	**2.006.324**	**2.107.871**	**5,1%**

Anexo I – Demonstração Consolidada do Resultado

Em R$ milhões	4T20	4T19	Δ%	2020	2019	Δ%
Vendas brutas	**21.962**	**17.638**	**24,5%**	**74.751**	**62.220**	**20,1%**
Vendas líquidas	**19.873**	**16.014**	**24,1%**	**67.640**	**56.519**	**19,7%**
Outras receitas	926	997	-7,1%	3.551	3.545	0,2%
Receita operacional líquida	**20.799**	**17.011**	22,3%	**71.191**	**60.064**	18,5%
Custo das mercadorias, serviços e operações financeiras	(16.859)	(13.506)	24,8%	(57.273)	(47.615)	20,3%
Lucro bruto	**3.940**	**3.505**	**12,4%**	**13.918**	**12.449**	**11,8%**
Margem bruta	19,8%	21,9%	-2,1 p.p.	20,6%	22,0%	-1,4 p.p.
Despesas de VG&A	(2.221)	(2.051)	8,3%	(8.360)	(7.744)	8,0%
EBITDA Ajustado	**1.732**	**1.465**	**18,2%**	**5.610**	**4.754**	**18,0%**
Margem EBITDA ajustada	8,7%	9,1%	-0,4 p.p.	8,3%	8,4%	-0,1 p.p.
Depreciação e amortização	(265)	(279)	-5,0%	(1.040)	(1.022)	1,8%
Resultado de equivalência patrimonial	(1)	-	n.m.	(8)	(1)	n.m.
Outras receitas (despesas)	56	(56)	-200,0%	(6)	(901)	-99,3%
EBIT	**1.509**	**1.119**	**34,9%**	**4.504**	**2.781**	**62,0%**
Despesas financeiras líquidas	(140)	(125)	12,0%	(579)	(502)	15,3%
Resultado antes dos impostos e contribuição social	**1.369**	**994**	**37,7%**	**3.925**	**2.279**	**72,2%**
Imposto de renda	(364)	(249)	46,2%	(1.081)	(951)	13,7%
Lucro líquido	**1.005**	**745**	34,9%	**2.844**	**1.328**	114,2%
Lucro líquido, controladores	**935**	**636**	**47,0%**	**2.671**	**1.013**	**163,7%**
Lucro líquido - Acionistas minoritários (NCI)	**70**	**109**	-35,8%	**173**	**315**	-45,1%

Anexo II – Balanço Patrimonial Consolidado

Em R$ Milhões	**Dezembro 2020**	**Dezembro 2019**
Ativos		
Caixa e equivalente de caixa	5.672	5.322
Títulos e valores mobiliários	-	287
Contas a receber	1.330	1.206
Crédito ao consumidor concedido pela empresa de soluções financeiras	9.417	8.426
Estoques	7.709	5.949
Impostos a recuperar	721	591
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	106	64
Instrumentos financeiros derivativos	116	-
Despesas antecipadas	114	83
Outras contas a receber	228	227
Ativo Circulante	**25.413**	**22.155**
Contas a receber	4	5
Crédito ao consumidor concedido pela empresa de soluções financeiras	457	440
Instrumentos financeiros derivativos	185	-
Títulos e valores mobiliários	358	10
Impostos a recuperar	4.101	3.612
Imposto de renda e contribuição social diferidos	482	476
Despesas antecipadas	40	28
Depósitos e bloqueios judiciais	2.401	2.382
Outras contas a receber	87	26
Propriedade para investimentos	397	408
Investimentos	111	127
Imobilizado	15.465	12.915
Intangível e ágio	2.323	2.328
Ativo não Circulante	**26.411**	**22.757**
Ativo total	**51.824**	**44.912**

Anexo II – Balanço Patrimonial Consolidado

Em R$ Milhões	**Dezembro 2020**	**Dezembro 2019**
Passivo		
Fornecedores	14.423	12.187
Empréstimos	574	19
Passivo de arrendamento	139	182
Operação com cartão de crédito	7.534	5.941
Impostos a recolher	531	282
Imposto de renda e contribuição social	101	239
Obrigações trabalhistas	891	690
Dividendos a pagar	49	90
Receita diferida	55	10
Outras contas a pagar	410	414
Instrumentos financeiros derivativos	13	5
Passivo Circulante	**24.720**	**20.059**
Empréstimos	3.344	2.837
Passivo de arrendamento	1.721	1.446
Operações com cartão de crédito	223	986
Imposto de renda e contribuição social diferidos	602	534
Provisões	3.618	3.847
Provisões (imposto de renda e contribuição social)	510	466
Receita diferida	18	18
Outras contas a pagar	23	14
Passivo não Circulante	**10.059**	**10.148**
Capital social	7.649	7.643
Reserva de capital	2.193	2.178
Reservas de lucros	3.472	3.966
Efeito líquido da aquisição de participação de minoritários	(282)	(282)
Lucros acumulados	2.671	-
Ajuste de avaliação patrimonial	6	(1)
Patrimônio líquido atribuído aos acionistas controladores	**15.709**	**13.504**
Participação de não controladores	**1.336**	**1.201**
Total passivo e patrimônio líquido	**51.824**	**44.912**

Anexo III - Banco Carrefour

Análise da Carteira de Créditos Vencidos

Metodologia BACEN

Em R$ milhões	Dezembro 20		Setembro 20		Junho 20		Março 20		Dezembro 19	
Carteira Total	11.063	100,0%	10.103	100,0%	9.636	100,0%	10.175	100,0%	10.098	100,0%
Carteira em Dia	9.686	87,6%	8.562	84,7%	7.848	81,4%	8.653	85,0%	8.663	85,8%
Atraso 30 dias	1.240	11,2%	1.391	13,8%	1.641	17,0%	1.415	13,9%	1.300	12,9%
Atraso 90 dias	1.034	9,3%	1.193	11,8%	1.266	13,1%	1.080	10,6%	1.002	9,9%
Saldo de PDD	1.333	12,1%	1.447	14,3%	1.358	14,1%	1.251	12,3%	1.168	11,5%
PDD / Atraso 90 dias	128,9%		121,3%		107,3%		115,8%		116,6%	

IFRS 9

Em R$ milhões	Dezembro 20		Setembro 20		Junho 20		Março 20		Dezembro 19	
Carteira Total	13.535	100,0%	12.325	100,0%	11.616	100,0%	11.876	100,0%	11.570	100,0%
Carteira em Dia	9.671	71,5%	8.544	69,3%	7.835	67,4%	8.359	70,4%	8.592	74,3%
Atraso 30 dias	3.708	27,4%	3.608	29,3%	3.619	31,2%	3.233	27,2%	2.803	24,2%
Atraso 90 dias	3.458	25,6%	3.372	27,4%	3.195	27,5%	2.734	23,0%	2.432	21,0%
Carteira até 360 dias										
Atraso 30 dias	1.307	11,7%	1.464	14,4%	1.718	17,7%	1.599	15,6%	1.402	13,8%
Atraso 90 dias	1.057	9,5%	1.227	12,1%	1.294	13,3%	1.099	10,7%	1.032	10,1%
Saldo de PDD	3.978	29,4%	3.770	30,6%	3.424	29,5%	3.113	26,2%	2.819	24,4%
PDD / Atraso 90 dias	115,0%		111,8%		107,2%		113,9%		115,9%	

GLOSSÁRIO

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,, 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 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 divido 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 LfI: 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.

GRUPO CARREFOUR BRASIL

Consistent strategy and execution deliver strong growth in sales, profit and cash generation

- ✓ **Continued momentum in sales growth: Gross sales of R$22.0 billion,** up 26.8% (ex-petrol) in Q4**. LFL growth of 22.9%** (ex-petrol), supported by continued market share gains and double-digit food inflation. Full year sales at R$74.8 billion (+22.2% ex-petrol), significantly outperforming the market.
- ✓ **Solid growth in consolidated Adj. EBITDA: R$1,732 million, +18.2% y/y** with 8.7% margin in Q4, driven by both Retail and Cash & Carry, as well as by a sequential improvement of our Bank in a persistently challenging environment. Full year EBITDA: R$5.6 billion (+18.0% y/y) with 8.3% margin.
  - ✓ **Atacadão Adj. EBITDA**: R$1,065 million, **+25.7% y/y** with 7.5% margin (-39 bps) in Q4, reflecting its assertive commercial strategy, which enhanced competitiveness, boosting sales and absorbing fixed costs from expansion. Full year Adj. EBITDA: R$3.6 billion with margin of 7.7% (+32 bps).
  - ✓ **Carrefour Adj. EBITDA:** R$455 million, **+42.2% y/y** with 8.1% margin (+200 bps) in Q4 – consistent delivery of efficiency gains and significant improvement in e-commerce profitability. 2020 Adj. EBITDA at R$1.5 billion (+48.1%) and margin at 7.3% (+176 bps).
  - ✓ **Banco Carrefour Adj. EBITDA: R$266 million in Q4**, still impacted by the current environment, but showing a sharp and quick recovery (Q3 EBITDA of -R$4 million).
- ✓ **Adj. Net Income: R$886 million in Q4, +31.1%** y/y, 4.5% of net sales (+24 bps), R$2,8bn in FY, +43.1%.
- ✓ **FY 2020 Free Cash Flow: R$2,426 million**, vs. R$962 million, a record increase of **152.2%**, mostly driven by strong EBITDA increase and working capital improvement.
- ✓ **Dividend Payment:** new payout policy of **up to 45% of Adj. Net Income**, from 25% previously, without affecting our investment capacity thanks to consistent cash flow generation and a robust balance sheet. Additional 2020 dividend of R$759 million to be recommended to the next Shareholders' Meeting, on top of the R$482 million paid in advance in 2020 (total dividend of R$0.62 per share).

	Q4			FULL YEAR		
In R$ million	**2020**	2019	Δ%	**2020**	2019	Δ%
Gross sales	21,962	17,638	24.5%	74,751	62,220	20.1%
Adj. EBITDA (1) (2)	**1,732**	**1,465**	**18.2%**	**5,610**	**4,754**	**18.0%**
Adj. EBITDA Margin	*8.7%*	*9.1%*	*-43 bps*	*8.3%*	*8.4%*	*-12 bps*
Adj. Net Income, Group share	**886**	**676**	**31.1%**	**2,758**	**1,927**	**43,1%**
Adj. Net Income Margin	*4.5%*	*4.2%*	*24 bps*	*4.1%*	*3.4%*	*67 bps*
Free Cash Flow				**2,426**	**962**	**152.2%**

(1) Includes intragroup elimination of R$ -5 million in Q4 (R$ -23 million in FY 2020) between Bank and Retail (2) Includes global functions expenses of R$ -35 million in Q4 19 (R$ -144 million in FY 2019) and R$ -49 million in Q4 20 (R$ -172 million in FY2020).

SUSTAINABLE DIGITAL TRANSFORMATION AND STEP-UP IN ESG STRATEGY:

- ✓ **Atacadão online food sales surge 142%** on a sequential basis, online offering in place in 25% in our stores, roll-out to continue in 2021. **Full-year consolidated online food sales up nearly 240%**
- ✓ Strengthening our **ecosystem** and increasing **engagement:** Active users in our new Carrefour loyalty program grew by **2x** and already represent **75% of daily recurring clients**
- ✓ New bank accounts through **digital channels** with an impressive increase of **157%** in December
- ✓ **Stepping up our ESG commitments** with ambitious new initiatives in the fight against racism

Noël Prioux, CEO of Grupo Carrefour Brasil, declared: *"With high double-digit growth in sales and net income and record free cash flow, Grupo Carrefour Brasil posted another remarkable performance in Q4 and in 2020, attesting to the strength of its omnichannel ecosystem. In our relentless effort to step up our ESG initiatives, we have drawn the lessons from the tragic event in November at one of our stores in Porto Alegre, and Grupo Carrefour Brasil is now committed to implementing one of the most comprehensive sets of measures to fight structural racism in Brazil. Acting responsibly, as we have done throughout the COVID-19 pandemic, placing the safety of our customers and employees and respect for them above everything else is part of our role as Brazil's leading food distributor and we will spare no effort to live up to the trust placed in us by our stakeholders."*

KEY FINANCIALS – Q4 2020

	CONSOLIDATED			ATACADÃO			CARREFOUR RETAIL			BANCO CARREFOUR		
In R$ million	**Q4 20**	Q4 19	Δ%	**Q4 20**	Q4 19	Δ%	**Q4 20**	Q4 19	Δ%	**Q4 20**	Q4 19	Δ%
Gross sales	21,962	17,638	24.5%	15,691	11,855	32.4%	6,271	5,783	8.4%			
Gross sales ex petrol	21,347	16,842	26.8%	15,691	11,855	32.4%	5,656	4,987	13.4%			
Net sales	**19,873**	**16,014**	**24.1%**	**14,276**	**10,790**	**32.3%**	**5,597**	**5,224**	**7.1%**			
Other revenues (1)	**926**	**997**	**-7.1%**	**40**	**40**	**0.0%**	**169**	**130**	**30.0%**	**722**	**829**	**-12.9%**
Total Revenues	**20,799**	**17,011**	**22.3%**	**14,316**	**10,830**	**32.2%**	**5,766**	**5,354**	**7.7%**	**722**	**829**	**-12.9%**
Gross profit	**3,940**	**3,505**	**12.4%**	**2,012**	**1,669**	**20.6%**	**1,394**	**1,248**	**11.7%**	**539**	**590**	**-8.6%**
Gross Margin	*19.8%*	*21.9%*	*-206 bps*	*14.1%*	*15.5%*	*-137 bps*	*24.9%*	*23.9%*	*102 bps*			
SG&A Expenses (2)	**(2,221)**	**(2,051)**	**8.3%**	**(951)**	**(823)**	**15.6%**	**(948)**	**(938)**	**1.1%**	**(273)**	**(255)**	**7.1%**
SG&A of Net Sales	*11.2%*	*12.8%*	*-163 bps*	*6.7%*	*7.6%*	*-97 bps*	*16.9%*	*18.0%*	*-102 bps*			
Adj. EBITDA (1) (2)	**1,732**	**1,465**	**18.2%**	**1,065**	**847**	**25.7%**	**455**	**320**	**42.2%**	**266**	**335**	**-20.6%**
Adj. EBITDA Margin	*8.7%*	*9.1%*	*-43 bps*	*7.5%*	*7.8%*	*-39 bps*	*8.1%*	*6.1%*	*200 bps*			
Adj. Net Income, Group share	**886**	**676**	**31.1%**									
Adj. Net Income Margin	*4.5%*	*4.2%*	*24 bps*									

(1) Includes intragroup elimination of R$ -5 million between Bank and Retail (2) Includes global functions expenses of R$ -35 million in 2019 and R$ -49 million in 2020

KEY FINANCIALS – FULL YEAR 2020

	CONSOLIDATED			ATACADÃO			CARREFOUR RETAIL			BANCO CARREFOUR		
In R$ million	**2020**	2019	Δ%	**2020**	2019	Δ%	**2020**	2019	Δ%	**2020**	2019	Δ%
Gross sales	74,751	62,220	20.1%	51,817	42,055	23.2%	22,934	20,165	13.7%			
Gross sales ex petrol	72,561	59,376	22.2%	51,817	42,055	23.2%	20,744	17,321	19.8%			
Net sales	**67,640**	**56,519**	**19.7%**	**47,058**	**38,220**	**23.1%**	**20,582**	**18,299**	**12.5%**			
Other revenues (1)	**3,551**	**3,545**	**0.2%**	**147**	**140**	**5.0%**	**494**	**460**	**7.4%**	**2,933**	**2,965**	**-1.1%**
Total Revenues	**71,191**	**60,064**	**18.5%**	**47,205**	**38,360**	**23.1%**	**21,076**	**18,759**	**12.4%**	**2,933**	**2,965**	**-1.1%**
Gross profit	**13,918**	**12,449**	**11.8%**	**7,040**	**5,895**	**19.4%**	**5,161**	**4,507**	**14.5%**	**1,740**	**2,067**	**-15.8%**
Gross Margin	*20.6%*	*22.0%*	*-145 bps*	*15.0%*	*15.4%*	*-46 bps*	*25.1%*	*24.6%*	*45 bps*			
SG&A Expenses (2)	**(8,360)**	**(7,744)**	**8.0%**	**(3,448)**	**(3,101)**	**11.2%**	**(3,698)**	**(3,532)**	**4.7%**	**(1,042)**	**(967)**	**7.8%**
SG&A of Net Sales	*12.4%*	*13.7%*	*-134 bps*	*7.3%*	*8.1%*	*-79 bps*	*18.0%*	*19.3%*	*-133 bps*			
Adj. EBITDA (1) (2)	**5,610**	**4,754**	**18.0%**	**3,605**	**2,804**	**28.6%**	**1,502**	**1,014**	**48.1%**	**698**	**1,100**	**-36.5%**
Adj. EBITDA Margin	*8.3%*	*8.4%*	*-12 bps*	*7.7%*	*7.3%*	*32 bps*	*7.3%*	*5.5%*	*176 bps*			
Adj. Net Income, Group share	**2,758**	**1,927**	**43.1%**									
Adj. Net Income Margin	*4.1%*	*3.4%*	*67 bps*									
Free Cash Flow	**2,426**	**962**	**152.2%**									

(1) Includes intragroup elimination of R$ -23 million between Bank and Retail (2) Includes global functions expenses of R$ -144 million in 2019 and R$ -172 million in 2020

Q4 2020 RESULTS VIDEO CONFERENCE INFORMATION

Portuguese/English
(simultaneous translation)

February 18, 2021 (Thursday)

10:00 am – Brasília
08:00 am – New York
01:00 pm – London
02:00 pm – Paris

Video streaming:

English

Portuguese

Brazil dial-in:
+55 11 3127-4971 | +55 11 3728-5971
International dial-in:
USA: +1 516 300 1066
Access code: Carrefour

INVESTOR RELATIONS INFORMATION

Sébastien Durchon
Vice-President of Finance (CFO) and Director of Investor Relations
Natália Lacava
Investor Relations Director
Ludimila Aielo
Victor Bento
Investor Relations Specialist
Telephone: +55 11 3779-8500
e-mail: ribrasil@carrefour.com
website address: www.grupocarrefourbrasil.com.br

ESG: A RELENTLESS 45-YEAR EFFORT TO BUILD A MORE SUSTAINABLE BUSINESS

Since we opened our first store in São Paulo in 1975, we have been managing and transforming our business, constantly trying to address the needs and expectations of all our stakeholders: customers, suppliers, employees, shareholders and, more broadly, Brazilian society as a whole. Over the years, we implemented numerous initiatives promoting diversity, fighting for broader access to quality food at reasonable prices, helping producers transform their own business, reducing the impact of our activities on the environment, providing financial assistance to the most vulnerable or making commitments each time we deemed possible to contribute to a better world. All those actions are listed, described and measured in our soon-to-be updated 2019 Sustainability Report.

The odious act that occurred last November in one of our stores in Porto Alegre tragically and painfully reminded us of the necessary relentlessness of all those initiatives and of the importance of drawing the lessons of any event in general and of our own mistakes in particular. As an immediate reaction, we came up with a very ambitious and comprehensive plan to fight structural racism in Brazil, which now stands as a key pillar of our ESG initiatives.

The initiatives developed by Grupo Carrefour Brasil seek to contribute to the United Nations 2030 Agenda, which aims at eradicating poverty, protecting the planet and ensuring that people achieve peace and prosperity. The impacts caused by the Group's actions are linked to 13 of the 17 Sustainable Development Goals (SDGs) pursued by the United Nations.

Fighting to protect the planet

Aware of its influence in the food sector value chain given the leading position it occupies, Grupo Carrefour Brasil acts as a transformation agent in its own business but also engages suppliers to follow the best production practices, in line with the expectations and interests of society. In particular, we are committed to implementing zero deforestation policies, promoting a circular economy and ecoefficiency, as well as combating food waste.

Zero deforestation policies

- ✓ GTPS member since 2007, zero deforestation commitment since 2010, sustainable meat policy since 2016, participant in the Harmonized Protocol elaboration launched with Imaflora and MPF in 2020
- ✓ 100% of fresh meat suppliers monitored by Carrefour Group's own traceability tool, guaranteeing the origin of the farms supplying the slaughterhouses
- ✓ Definition of a protocol and methodology for suspension and rehabilitation of slaughterhouses in accordance with the Group's purchasing policy
- ✓ Sustainable production of calfs: Professionalization of breeding activity of small farms from Vale do Juruena and Vale do Araguaia (Mato Grosso State)
- ✓ Soy: Mapping the soy footprint in private label products, partnership with WWF so that the soy used as feed in the production chain in traced by 2025, monitoring of suppliers
- ✓ Conversion to organic agriculture: Support to small producers of vegetables with the aim of converting their plantations to organic agriculture
- ✓ Amazon: First company to participate in the federal government's "Adopt a park" program in 2021 (annual investment of R$ 3.7 million for the environmental protection of an area of approximately 75,000 hectares)

Circular economy and ecoefficiency

- ✓ Waste management: All waste generated in our stores is separated and 49% is recycled, recycling stations in all our hypermarkets to incentivize and help our customers recycle their waste, education and training actions in all stores
- ✓ CO2 emissions: Reduction of 19% in 2020 vs. 2019, in line with the 2030 and 2040 targets (-30% and -55% respectively)
- ✓ Packaging transformation: 5.5 million packages replaced by recyclable materials

Combating food waste

- ✓ 2025 target: Reduce food waste by 50%
- ✓ Unique and Sansform: Sale 1,800 tons of products that fail to meet aesthetic standards but are perfectly fit for consumption, with up to 40% discount
- ✓ Donations: 2.5 million people received food donations

Respect and oportunities for all

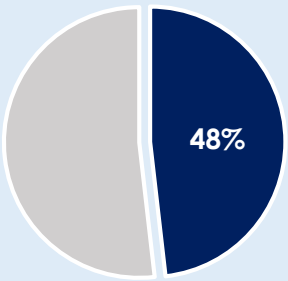
Every day, the more than 95,000 employees of Atacadão, Carrefour and Banco Carrefour work to provide our customers with the best shopping experience. They all work in an environment that respects diversity and inclusion and that ensures their health and safety. Furthermore, the Group invests in training and qualification, and establishes guidelines that must be observed by all regarding ethics, responsibility and compliance.

For us, respect for people and the appreciation of their differences and similarities are non-negotiable attitudes. Therefore, any form of discrimination on grounds of color, age, gender, religion, sexual orientation, disability, social class, nationality, native origin or other individual characteristic is unacceptable.

Diversity and inclusion

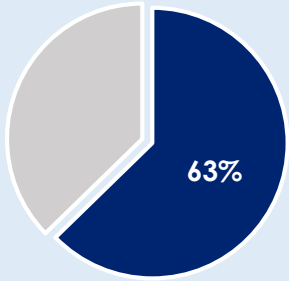
- ✓ Our staff composition aims at mirroring the composition of Brazilian society

WOMEN



36.5% among managers

BLACK PEOPLE



54.4% among managers

21% among senior directors

- ✓ 65 transgender people employed by the Company
- ✓ Combating violence against women: Welcoming channel, donation to the Maria da Penha Institute, participation in the International Day to combat violence against women
- ✓ Actions for people with deficiencies (PWD)

Fight against structural racism: A comprehensive plan after the tragic event of Porto Alegre

- ✓ On November 19, 2020, João Alberto Silveira Freitas died in one of our stores after a violent argument with subcontracted security guards
- ✓ Radical transformation of our security model: Internalization with hiring of ~40% women and ~60% black people, systematic non-violent approach, new internal training campaigns
- ✓ Minimum percentage of 50% of black people in new hirings and investment in career advancement
- ✓ Stimulating black entrepreneurship, by providing assistance to and investing in start-ups
- ✓ Private social investment in education and employability
- ✓ Constitution of an Independent Diversity Committee, dedicated fund of ~R$40 million

Defending animal welfare

Grupo Carrefour Brasil is committed to ensuring the welfare of animals in the supply chain. To this end, it requires that partner companies provide animals, as far as possible, with the five freedoms established by the Farm Animal Welfare Council (FAWC), a global reference on the theme: Being free from (i) hunger and thirst, (ii) discomfort, (iii) pain, illness and injury, (iv) fear and stress, and expressing natural behavior of the species.

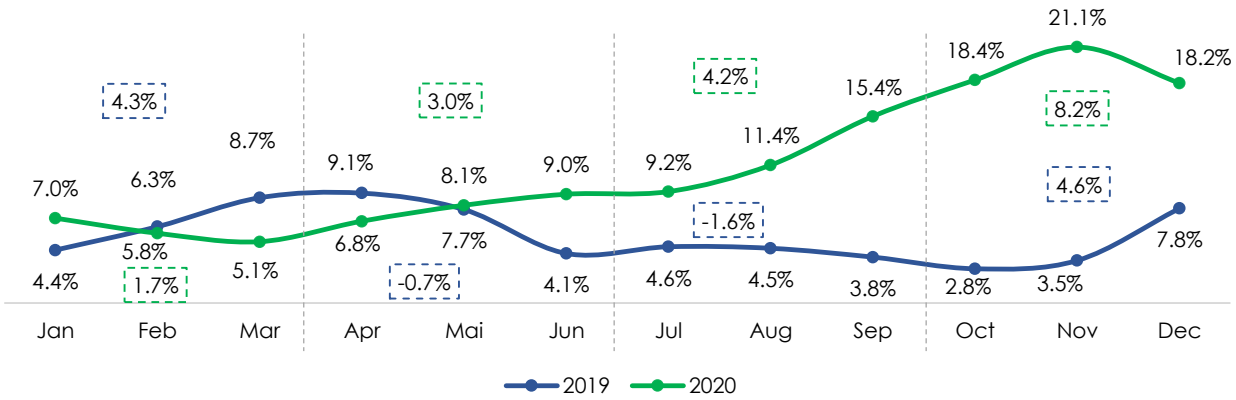
- ✓ Pork chain: New criteria adopted in 2019 when purchasing swine protein products, to be gradually implemented by our suppliers by 2025
- ✓ Eggs: All eggs from our own brand to be produced through a cage-free system by 2025
- ✓ Protection of the biodiversity of rivers and oceans: 50% of the fish available in stores coming from sustainable practices

Q4 2020 CONSOLIDATED FINANCIAL RESULTS

Sales & other revenues

The year 2020 was marked by an unprecedented environment with the outbreak of the COVID-19 pandemic. Since mid March, Brazil has faced restrictions on movement that have affected consumption behavior, with more people eating at home. The sector was also significantly impacted by inflationary trends in food. According to the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE) the IPCA food-at-home inflation index rose by 18.2% in the year, with an acceleration in Q4, when it reached 8.2%.

IPCA Food at Home Inflation Index (LTM)*



Source: IBGE IPCA Food-at-Home

* Due to IBGE change in the mix of basic products for IPCA, the accumulated numbers of 2020 are not 100% comparable.

Despite the tough and volatile environment in 2020, Grupo Carrefour Brasil's consolidated sales growth outpaced inflation and reached R$22 billion in Q4 20, up 26.8% (excluding petrol) vs. the same quarter last year. LFL sales grew by 22.9%, driven by strong sales both at Atacadão and Carrefour Retail. For the full year, consolidated sales grew to R$74.8 billion (+22.2% ex-petrol), a remarkable market outperformance. Our expansion strategy in Cash & Carry and proximity formats over the last 12 months added another 3.8% of growth, with 14 Cash & Carry (of which 6 Makro store conversions and 1 wholesale) and 8 retail store openings (of which 7 proximity format and 1 supermarket) in Q4 20. Grupo Carrefour Brasil's total store network reached 721 stores at the end of 2020.

The Q4 consolidated like-for-like sales growth of 22.9% was supported by outstanding growth of 27% at Atacadão, driven again by past strategic decisions to further improve our competitiveness, notably B2B sales, which were a highlight in the quarter. In addition, Carrefour Retail's strong momentum continued, especially in the food segment, driving LfL growth of 13.3% (ex-petrol), the fifth consecutive quarter of double-digit growth. Excluding the Black Friday period (from November 20 to 30), whose campaigns were canceled in 2020 following the events in Porto Alegre, Carrefour Retail's LfL growth was 19.6% (ex-petrol).

Gross billings growth at Banco Carrefour accelerated over the pace observed in the previous quarter and grew 19.2% y/y in Q4 to R$11.6 billion, boosted by both the Carrefour and Atacadão credit cards, up +13.4% and +35.2% respectively. Both on-us and off-us continued to post double-digit growth, reinforcing the strength of our ecosystem.

	Q4 19	Q4 20			
	LFL	Gross Sales (R$MM)	LFL ex. Calendar[(1)]	Expansion	Total Growth
Atacadão	5.5%	15,691	27.0%	5.4%	32.4%
Carrefour (ex-petrol)	12.7%	5,656	13.3%	-0.1%	13.4%
Petrol	12.5%	615	-23.7%	0.9%	-22.8%
Carrefour (inc petrol)	12.7%	6,271	8.2%	0.1%	8.4%
Consolidated (ex-petrol)	**7.6%**	**21,347**	**22.9%**	**3.8%**	**26.8%**
Consolidated (inc petrol)	**7.8%**	**21,962**	**20.8%**	**3.6%**	**24.5%**
Banco Carrefour Billings	**n.a.**	**11,588**	**n.a.**	**n.a.**	**19.2%**

(1) Calendar effect in Q4 was +0.1% at Atacadão, +0.1% at Carrefour Retail and +0.1% in consolidated

	2019	2020			
	LFL	Gross Sales (R$MM)	LFL ex. Calendar[(1)]	Expansion	Total Growth
Atacadão	5.4%	51,817	17.6%	5.7%	23.2%
Carrefour (ex-petrol)	9.1%	20,744	19.6%	0.0%	19.8%
Petrol	0.5%	2,190	-24.1%	1.1%	-23.0%
Carrefour (inc petrol)	7.8%	22,934	13.4%	0.2%	13.7%
Consolidated (ex-petrol)	**6.5%**	**72,561**	**18.2%**	**4.1%**	**22.2%**
Consolidated (inc petrol)	**6.2%**	**74,751**	**16.3%**	**3.9%**	**20.1%**
Banco Carrefour Billings	**n.a.**	**38,216**	**n.a.**	**n.a.**	**15.5%**

(1) Calendar effect in 2020 was +0.1% at Atacadão, +0.1% at Carrefour Retail and +0.1% in consolidated

Other revenues were positively impacted by the reopening of galleries and the resumption of rent payments, in addition to higher marketplace volumes and take rates. On a consolidated basis, other revenues were still down 7.1% in Q4, reflecting the decrease in the Bank's revenues. However, other revenues increased 19% on a sequential basis, indicating a quick recovery at the Bank. In the full year, other revenues stood at R$3.6 billion, broadly stable vs 2019.

Consolidated Gross Margin and SG&A

Gross profit reached R$3.9 billion in Q4 20, increasing by 12.4%, driven by sales growth in both Atacadão and Retail operations. Consolidated gross margin stood at 19.8%, 206 bps lower y/y, mostly impacted by Atacadão's bigger share in our sales mix (71.8% in Q4 2020 vs. 67.4% in the same quarter last year), lower income than last year level at Banco Carrefour, and past strategic decision to improve competitiveness in the Cash & Carry business, creating positive commercial momentum that resulted in a higher share of B2B clients and stronger volumes. Consolidated full-year gross profit reached R$13.9 billion with a 20.6% margin, affected by the above-mentioned reasons and also by the increase in provisions at the bank.

SG&A expenses represented 11.2% of net sales in Q4, 163 bps lower y/y, reflecting the successful initiatives implemented in our operations. SG&A expenses in Q4 were up 8.3%, mainly impacted by the acceleration of expansion at Atacadão. In 2020, SG&A expenses increased by 8.0%, mainly due to COVID-19 expenses and the strong expansion plan. However, Grupo Carrefour Brasil was able to more than offset this increase with greater absorption of fixed costs by higher sales, as well as productivity gains in operations, with SG&A as a % of net sales decreasing to 12.4% in 2020, 134 bps lower y/y.

	CONSOLIDATED			ATACADÃO			CARREFOUR RETAIL			BANCO CARREFOUR		
In R$ million	**Q4 20**	Q4 19	Δ%	**Q4 20**	Q4 19	Δ%	**Q4 20**	Q4 19	Δ%	**Q4 20**	Q4 19	Δ%
Gross sales	21,962	17,638	24.5%	15,691	11,855	32.4%	6,271	5,783	8.4%			
Gross sales ex petrol	21,347	16,842	26.8%	15,691	11,855	32.4%	5,656	4,987	13.4%			
Net sales	**19,873**	**16,014**	**24.1%**	**14,276**	**10,790**	**32.3%**	**5,597**	**5,224**	**7.1%**			
Other revenues (1)	**926**	**997**	**-7.1%**	**40**	**40**	**0.0%**	**169**	**130**	**30.0%**	**722**	**829**	**-12.9%**
Total Revenues	**20,799**	**17,011**	**22.3%**	**14,316**	**10,830**	**32.2%**	**5,766**	**5,354**	**7.7%**	**722**	**829**	**-12.9%**
Gross profit	**3,940**	**3,505**	**12.4%**	**2,012**	**1,669**	**20.6%**	**1,394**	**1,248**	**11.7%**	**539**	**590**	**-8.6%**
Gross Margin	*19.8%*	*21.9%*	*-206 bps*	*14.1%*	*15.5%*	*-137 bps*	*24.9%*	*23.9%*	*102 bps*			
SG&A Expenses (2)	**(2,221)**	**(2,051)**	**8.3%**	**(951)**	**(823)**	**15.6%**	**(948)**	**(938)**	**1.1%**	**(273)**	**(255)**	**7.1%**
SG&A of Net Sales	*11.2%*	*12.8%*	*-163 bps*	*6.7%*	*7.6%*	*-97 bps*	*16.9%*	*18.0%*	*-102 bps*			
Adj. EBITDA (1) (2)	**1,732**	**1,465**	**18.2%**	**1,065**	**847**	**25.7%**	**455**	**320**	**42.2%**	**266**	**335**	**-20.6%**
Adj. EBITDA Margin	*8.7%*	*9.1%*	*-43 bps*	*7.5%*	*7.8%*	*-39 bps*	*8.1%*	*6.1%*	*200 bps*			
Adj. Net Income, Group share	**886**	**676**	**31.1%**									
Adj. Net Income Margin	*4.5%*	*4.2%*	*24 bps*									

(1) Includes intragroup elimination of R$ -5 million between Bank and Retail (2) Includes global functions expenses of R$ -35 million in 2019 and R$ -49 million in 2020

	CONSOLIDATED			ATACADÃO			CARREFOUR RETAIL			BANCO CARREFOUR		
In R$ million	**2020**	2019	Δ%	**2020**	2019	Δ%	**2020**	2019	Δ%	**2020**	2019	Δ%
Gross sales	74,751	62,220	20.1%	51,817	42,055	23.2%	22,934	20,165	13.7%			
Gross sales ex petrol	72,561	59,376	22.2%	51,817	42,055	23.2%	20,744	17,321	19.8%			
Net sales	**67,640**	**56,519**	**19.7%**	**47,058**	**38,220**	**23.1%**	**20,582**	**18,299**	**12.5%**			
Other revenues (1)	**3,551**	**3,545**	**0.2%**	**147**	**140**	**5.0%**	**494**	**460**	**7.4%**	**2,933**	**2,965**	**-1.1%**
Total Revenues	**71,191**	**60,064**	**18.5%**	**47,205**	**38,360**	**23.1%**	**21,076**	**18,759**	**12.4%**	**2,933**	**2,965**	**-1.1%**
Gross profit	**13,918**	**12,449**	**11.8%**	**7,040**	**5,895**	**19.4%**	**5,161**	**4,507**	**14.5%**	**1,740**	**2,067**	**-15.8%**
Gross Margin	*20.6%*	*22.0%*	*-145 bps*	*15.0%*	*15.4%*	*-46 bps*	*25.1%*	*24.6%*	*45 bps*			
SG&A Expenses (2)	**(8,360)**	**(7,744)**	**8.0%**	**(3,448)**	**(3,101)**	**11.2%**	**(3,698)**	**(3,532)**	**4.7%**	**(1,042)**	**(967)**	**7.8%**
SG&A of Net Sales	*12.4%*	*13.7%*	*-134 bps*	*7.3%*	*8.1%*	*-79 bps*	*18.0%*	*19.3%*	*-133 bps*			
Adj. EBITDA (1) (2)	**5,610**	**4,754**	**18.0%**	**3,605**	**2,804**	**28.6%**	**1,502**	**1,014**	**48.1%**	**698**	**1,100**	**-36.5%**
Adj. EBITDA Margin	*8.3%*	*8.4%*	*-12 bps*	*7.7%*	*7.3%*	*32 bps*	*7.3%*	*5.5%*	*176 bps*			
Adj. Net Income, Group share	**2,758**	**1,927**	**43.1%**									
Adj. Net Income Margin	*4.1%*	*3.4%*	*67 bps*									
Free Cash Flow	**2,426**	**962**	**152.2%**									

(1) Includes intragroup elimination of R$ -23 million between Bank and Retail (2) Includes global functions expenses of R$ -144 million in 2019 and R$ -172 million in 2020

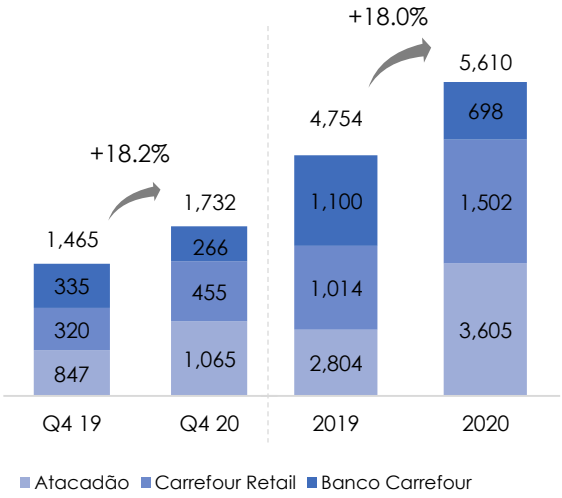
Adjusted EBITDA

In Q4, adjusted EBITDA grew 25.7% at Atacadão and 42.2% at Carrefour. Banco Carrefour posted a strong performance in Q4, confirming a quick and sharp recovery: adjusted EBITDA reached R$266 million, still 21% below 2019, but significantly above Q3 2020, when it was -R$4 million. Consolidated adjusted EBITDA reached R$1.7 billion, + 18.2% y/y, representing an Adjusted EBITDA margin of 8.7% (-43 bps y/y).

Full-year consolidated adjusted EBITDA reached R$5.6 billion (+18.0% y/y) with 8.3% margin, reflecting an outstanding year, in particular at Atacadão (R$3.6 billion, +28.6%) and Carrefour (R$1.5 billion, +48.1%).

Throughout 2020, Grupo Carrefour Brasil successfully implemented measures to sustain strong topline growth and maintain operating efficiency while putting the safety of our customers and employees first.

Adjusted EBITDA breakdown



OPERATING PERFORMANCE BY SEGMENT

Atacadão: Record LfL growth with resilient margin

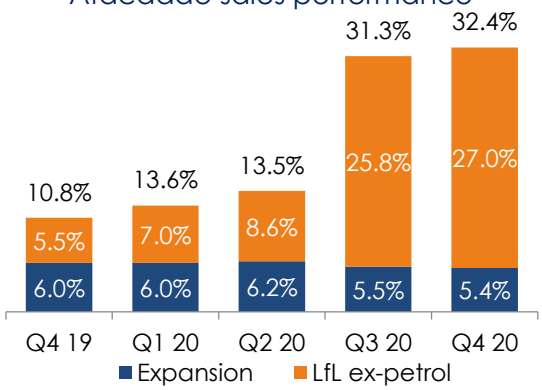
Gross revenues at Atacadão surged to R$15.7 billion, driven by impressive 27% LfL growth - surpassing even the record level reached in Q3 - and 5.4% from expansion.

The remarkable sales performance at Atacadão in Q4 validates strategic decisions taken in the past to improve competitiveness. The strong growth benefited from the high level of food inflation, but was also driven by strong volumes, with relevant contribution by B2B clients. As a result, considering same stores, Atacadão's market share increased.

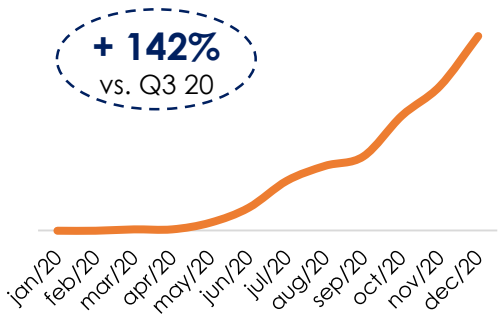
As the market leader, we were able to keep offering the best prices for B2B and B2C clients. This highlights the relevance of our Cash & Carry business, especially in such a volatile environment.

Atacadão's recently-launched e-commerce operation is growing faster than expected and maintaining positive results. In Q4, we had 131,000 clients on our digital channels and online sales grew sequentially by 142%, demonstrating the scalability and the power of the platforms. Considering only stores with last-mile delivery, online sales already represent approximately 2% of the total.

Atacadão sales performance



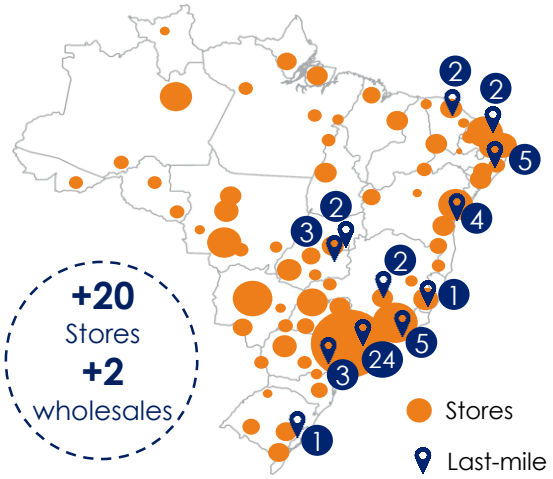
Atacadão food digital sales evolution
(in R$ million)



The partnership with last-mile delivery operators is now available in 54 stores in 12 states, representing around 25% of our network, and we keep reinforcing our strategy and focus in order to provide a better shopping experience with the best price. In our marketplace dedicated to B2B customers, the number of sellers in Q4 is around 300, broadly stable q/q.

Atacadão is maintaining and reinforcing its strong expansion plan and ended the year with 236 units (206 stores and 30 wholesale), with 14 openings in Q4 (22 in 2020), of which one wholesale and 6 conversions of Makro stores. We have finalized the acquisition of 25 stores from Makro and we are expecting to convert the stores in the coming months, further strengthening our leadership position and nationwide presence. The closing of the acquisition of the 5 remaining Makro stores is expected shortly.

Reinforcing its presence online and off-line



In R$ million	Q4 20	Q4 19	Δ%	2020	2019	Δ%
Gross sales	15,691	11,855	32.4%	51,817	42,055	23.2%
Net sales	**14,276**	**10,790**	**32.3%**	**47,058**	**38,220**	**23.1%**
Other revenues	40	40	0.0%	147	140	5.0%
Total revenues	**14,316**	**10,830**	**32.2%**	**47,205**	**38,360**	**23.1%**
Gross profit	**2,012**	**1,669**	**20.6%**	**7,040**	**5,895**	**19.4%**
Gross margin	*14.1%*	*15.5%*	*-137 bps*	*15.0%*	*15.4%*	*-46 bps*
SG&A expenses	**(951)**	**(823)**	**15.6%**	**(3,448)**	**(3,101)**	**11.2%**
SG&A of net sales	*6.7%*	*7.6%*	*-97 bps*	*7.3%*	*8.1%*	*-79 bps*
Adj. EBITDA	**1,065**	**847**	**25.7%**	**3,605**	**2,804**	**28.6%**
Adj. EBITDA margin	*7.5%*	*7.8%*	*-39 bps*	*7.7%*	*7.3%*	*32 bps*

Gross profit increased by 20.6% in the quarter to R$2.0 billion. Gross margin stood at 14.1%, reflecting the already mentioned strategic decisions taken in the past to improve competitiveness, a higher share of B2B clients in the sales mix and the acceleration in store openings, as these stores have an expected ramp-up period. In 2020, gross profit was R$ 7.0 billion, up 19.4%, with a 15.0% gross margin.

In Q4, Atacadão accelerated its expansion plan, concentrating nearly two-thirds of new store openings in a single quarter. Even though this affected SG&A expenses, which grew by 15.6% y/y, the strong sales volume allowed us to absorb the impact and achieve a 97 bps improvement to 6.7% of net sales. In the full year, SG&A increased by 11.2%, also impacted by the acceleration in expansion and by COVID-19-related expenses. Once again, strong sales volume allowed us to reach another 79 bps of improvement in the year to 7.3% of net sales.

As a result, Adjusted EBITDA reached R$1,065 million in the quarter, 25.7% higher than in Q4 19, with 7.5% margin. In FY 2020, adjusted EBITDA grew by a remarkable 28.6%, reaching R$ 3.6 billion, with margin up 32 bps to 7.7%.

Carrefour Retail: Maintaining strong growth…

Carrefour Retail sales (ex-petrol) totaled R$5.7 billion in Q4, driven by robust LfL growth of 13.3%. The food segment maintained the trends observed in Q2 and Q3, growing by 14.2%. The non-food segment also posted strong LfL growth in Q4 (+12.2%) despite a very tough comparable base, as Q4 19 already recorded growth of 20.8% on the back of Black Friday sales, whose campaigns were canceled in 2020 following the events in Porto Alegre. Over a 2-year period, non-food growth reached 36% (compared to 38% for the 2-year comparison ended in September 2020). The performance is particularly impressive considering that general retailers' stores reopened in Q3. Excluding the Black Friday* period, LfL growth was 19.6% and non-food sales grew by 25.9%.

* Refers to the period from November 20 to 30.

As a result, full year LfL growth was 19.6% in 2020. While this performance benefited from the unusual environment, our market share gains in hypermarkets of another 130 bps in Q4 (vs, Q4 19) or 150 bps in 2020 (vs. 2019) and high NPS levels prove the strength of our positioning and highlight excellent execution. Over 2019 and 2020, market share gains reached nearly 200 bps in hypermarkets.

We continued implementing the measures mentioned since Q2, especially the new promotional dynamics, which continued to show solid results and increased the level of client engagement.

	Q4 20 (R$ MM)	LFL	Q4 19 (R$ MM)	Total Growth	2020 (R$ MM)	LFL	2019 (R$ MM)	Total Growth
Multi-format[1]	**5,024**	**15.8%**	**4,337**	**15.8%**	**18,520**	**18.5%**	**15,608**	**18.7%**
Food	3,163	14.4%	2,765	14.4%	11,559	13.2%	10,191	13.4%
Non-food[2]	1,861	18.3%	1,573	18.4%	6,961	28.4%	5,417	28.5%
Carrefour (ex-petrol): Multiformat + E-comm	**5,656**	**13.3%**	**4,987**	**13.4%**	**20,744**	**19.6%**	**17,322**	**19.8%**
Food	3,205	14.2%	2,806	14.2%	11,795	14.3%	10,300	14.5%
Non-food[2]	2,451	12.2%	2,181	12.4%	8,949	27.3%	7,023	27.4%
Carrefour + GMV (ex petrol)	**5,821**	**13.2%**	**5,139**	**13.3%**	**73,214**	**18.4%**	**59,812**	**22.4%**

(1)Includes last-mile delivery. (2) Includes drugstores

… and increasing client engagement

The new "Meu Carrefour" app, which was launched in November and embeds our new loyalty program, was very well received by our customers. The number of active users in Q4 20 was more than twice the October level and represented 75% of our recurring clients in physical stores. The new app also seems to be appreciated by our customers, as our Play Store score was 4.2, a very similar or even higher level when compared to the most relevant digital retailers.

The new app is already resulting in an increase in client engagement. Average spend from existing clients that achieved coin #3 in the program (clients with the highest level of recurrence) increased more than 100% in November and 90% in December.

In January 2021, more than 3 million coins were available and we had more than 700,000 of them exchanged for products and benefits. Using our data, we were able to identify potential clients for specific private label products, providing samples to these clients in order to increase future average spending.

In December we also integrated Scan and Go and Banco Carrefour's functionalities to "Meu Carrefour," which enabled customers to pay for their baskets using the app and to access features that were previously used in the Bank's existing app. This improvement had a positive impact in client perception, as communication by Retail stores, drugstores, gas stations and the bank were completely integrated into one single channel for the first time.

Cybercook was another important feature of the new app, broadening customer experience with more than 100 recipes and tips to support clients who are eating more at home in the pandemic context. In 2020 Cybercook had 866,200 new registered clients (+1,183% vs. 2019), reaching a total 1.9 million registered customers at year-end (+79% vs. LY).

Client base more than doubled since launching and already represents **75% of recurring clients**

data leverage and private label adding value

1.9 million users

Initial results of the new app demonstrate that customers need a channel that facilitates their daily lives by concentrating different features, products and services at attractive prices.

(i) Multi-format: Consistency pays off

Once again, our multi-format operation showed impressive results and reached 15.8% LfL growth, mainly driven by food, which continued to outperform inflation and grew by 14.4% LfL. Non-food also had another strong quarter, with 18.3% LfL growth, even though traditional retailers reopened in Q3 (+26.3% excluding the Black Friday period – from November 20 to 30). Because of its different dynamics compared to food (less recurrence) and after the decision to cancel all Black Friday campaigns between November 20 and 30 due to the tragic event in Porto Alegre, a deceleration from levels observed in Q2 and Q3 20 was already anticipated. Overall, for the third consecutive quarter, our hypermarkets outperformed the market, achieving market share gains of 150 bps in 2020. Average ticket increased by 33.1% y/y in Q4 20, while the number of tickets was still down by 12.9%, highlighting the impact of the current sanitary crisis on customer behavior.

Our private label continued its outstanding performance, posting 22% growth in volumes y/y, mainly driven by FMCG, which grew by 35% for the second consecutive quarter. Penetration kept reaching new records, growing to 14.9% of total food net sales in Q4 20 (+150 bps y/y) and the number of private label SKUs stood at around 2,800.

The good performance of our private label is based on the three-pillar rule established for the segment's development, which is even more relevant in an inflationary environment. The product must be: (i) approved by more than 50% participants in a blind test; (ii) around 30% cheaper than the market leader; and (iii) nutritious.

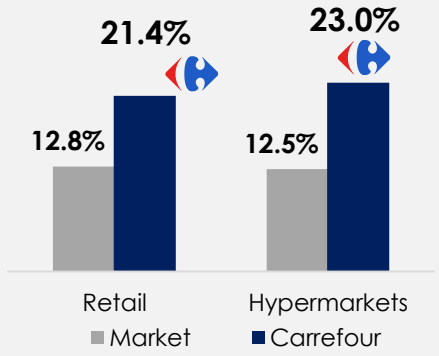
After slowing our expansion in the Retail segment during most of 2020 in order to analyze the impacts of COVID-19, we resumed openings in Q4 with 7 new convenience stores and 1 new Market store, all in São Paulo. Convenience stores posted their best LFL performance since the pandemic began.

Boosted by its efficient new promotional dynamics, higher food sales (whose margins are higher than non-food) and the evolution of the e-commerce business, Carrefour Retail (including e-commerce, ex-petrol and galleries) posted another quarter of significant EBITDA margin improvement: +247 bps y/y to 7.4% in Q4 20. In the full year, the improvement was even more pronounced: +312 bps to 7.5%.

All of our stores maintained the sanitary measures adopted since the beginning of the COVID-19 crisis, which reinforces our commitment to the safety of our employees and clients.

2020 Highlights

Growing way above the market



Source: Nielsen
Nielsen methodology shows slightly different growth for Carrefour Retail.

+13.4% y/y FOOD 2020

28.5%y/y NON FOOD 2020

+150 bps
Hyper market share
(vs. 2019)

Migrating to digital media and spending half in advertising

Gaining efficiency with reduction in out of stock and loss ratios

2020 Retail Results
(including e-commerce, ex-petrol and galleries)

+20% LfL (ex-petrol)

-244 bps SGA expenses

+312 bps EBITDA Margin

(ii) Digital initiatives to support profitable growth

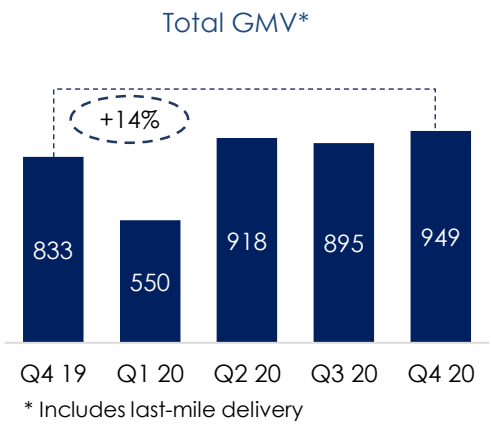
2020 was remarkable year for e-commerce, which saw a surge due to the COVID-19 pandemic. Since Q2 20, Grupo Carrefour Brasil has been achieving high levels in total GMV and in Q4 this pace continued, demonstrating a lasting trend in customer purchasing habits.

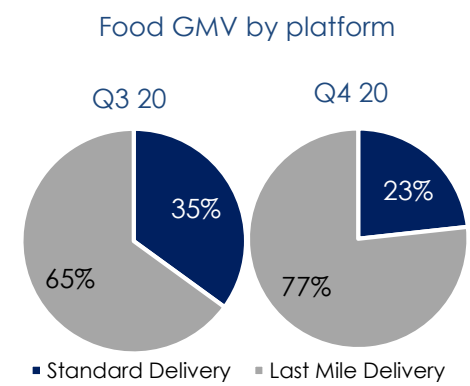
On October 1st, we launched our new platform, more user-friendly and totally customized to meet the needs of both food and non-food e-commerce. The improvements in the platform are already recognized by our customers and, in October, NPS reached the highest level of the year, closing with a 90% increase vs 2019, also reinforcing our strong online position.

Total GMV in Q4 was broadly stable in comparison with Q4 19 (+0.1%), or +13.9% including last-mile delivery. **Food e-commerce maintained strong momentum with 163.3% growth including last-mile delivery**, demonstrating again a change in consumption behavior. Non-food sales decreased 3.1%, mainly attributable to : (i) an expected deceleration after two strong quarters of growth partly linked to lower payments by the government to support consumption amid the pandemic; (ii) a tough comparable base as last year we invested significantly in our Black Friday event, which was less promotional this year; and (iii) our decision to cancel all marketing campaigns related to Black Friday in the wake of the tragic event in our Porto Alegre store in November. If we exclude the Black Friday period from quarterly figures, our non-food 1P sales would have increased 24.5% vs. the reported decrease of -3.1%.

Marketplace sales grew +10.9% and represented 21% of total GMV in Q4.

We are accelerating our e-commerce activities and January already shows very positive growth trends. The structural changes made over the year have a positive impact on results, which are at breakeven, bolstering our confidence in our e-commerce strategy. All the strategic initiatives related to this business are maintained to keep increasing profitability.





	Q4 20 (R$MM)	Total Growth	Q4 19 (R$MM)	2020 (R$MM)	Total Growth	2019 (R$MM)
Last mile delivery(1)	147	369.8%	31	448	376.1%	94
1P Food	44	7.5%	41	239	119.3%	109
GMV Food	**191**	**163.3%**	**73**	**687**	**238.3%**	**203**
1P Non Food	589	-3.1%	608	1,988	23.8%	1,605
GMV 1P (incl. last mile)	**780**	**14.6%**	**681**	**2,674**	**47.9%**	**1,808**
3P(2)	169	10.9%	152	663	52.7%	434
GMV Non Food	**758**	**-0.3%**	**760**	**2,651**	**30.0%**	**2,040**
Total GMV	**802**	**0.1%**	**802**	**2,890**	**34.5%**	**2,148**
Total GMV (incl. last mile)	**949**	**13.9%**	**833**	**3,337**	**48.8%**	**2,243**

(1)Last-mile delivery is already included in multi-format and Atacadão sales. (2) Includes Atacadão's marketplace sales

(iii) Consolidated Carrefour Retail Results

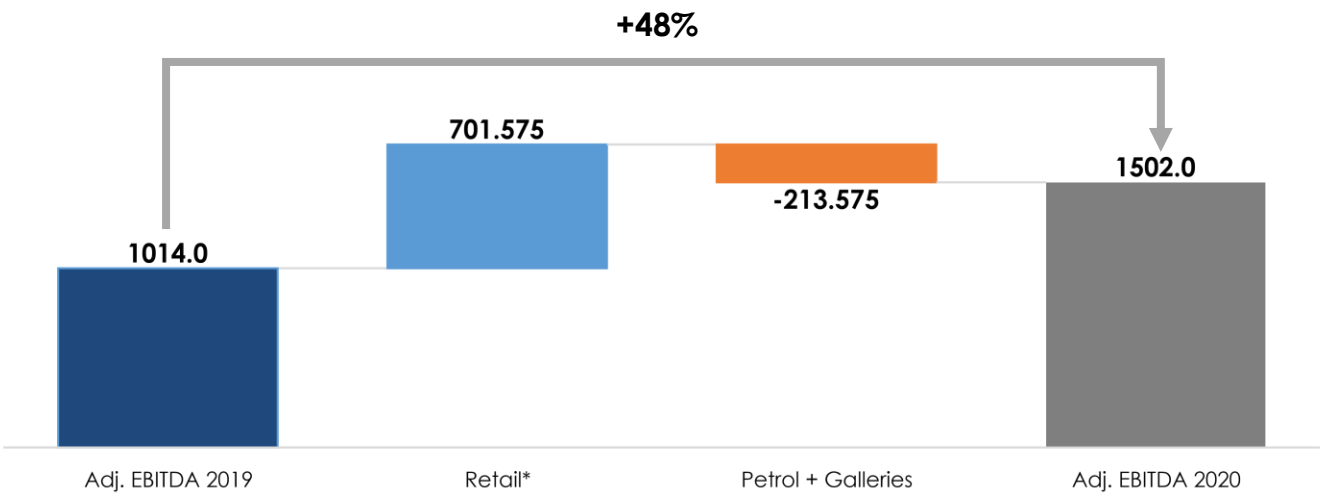
Carrefour Retail's consolidated gross profit stood at R$1.4 billion or 24.9% of net sales, +11.7% or +102 bps y/y respectively, as a result of our more assertive promotional dynamics in multi-format, efficiency gains and a better contribution from e-commerce.

In R$ million	Q4 20	Q4 19	Δ%	2020	2019	Δ%
Gross sales	6,271	5,783	8.4%	22,934	20,165	13.7%
Gross sales ex-petrol	5,656	4,987	13.4%	20,744	17,321	19.8%
Net sales	**5,597**	**5,224**	**7.1%**	**20,582**	**18,299**	**12.5%**
Other revenues	169	130	30.0%	494	460	7.4%
Total revenues	**5,766**	**5,354**	**7.7%**	**21,076**	**18,759**	**12.4%**
Gross profit	**1,394**	**1,248**	**11.7%**	**5,161**	**4,507**	**14.5%**
Gross margin	*24.9%*	*23.9%*	*102 bps*	*25.1%*	*24.6%*	*45 bps*
SG&A expenses	**(948)**	**(938)**	**1.1%**	**(3,698)**	**(3,532)**	**4.7%**
SG&A of net sales	*16.9%*	*18.0%*	*-102 bps*	*18.0%*	*19.3%*	*-133 bps*
Adj. EBITDA	**455**	**320**	**42.2%**	**1,502**	**1,014**	**48.1%**
Adj. EBITDA margin	*8.1%*	*6.1%*	*200 bps*	*7.3%*	*5.5%*	*176 bps*

SG&A expenses grew by R$10 million or 1.1% compared to Q4 19, leading to a 102 bps dilution in Q4 20. Once again, if COVID-19 expenses were to be excluded, SG&A expenses would have decreased nominally, underscoring structural improvements in the business.

Carrefour's adjusted EBITDA increased by 42.2% and reached R$ 455 million, with another strong margin expansion of 200 bps. For the full year, Adjusted EBITDA grew by 48.1% and margin improved 176 bps to 7.3%.

Contribution to Carrefour EBITDA growth (in R$ million)



* Excludes Petrol and Galleries

Banco Carrefour: Growth accelerating

Banco Carrefour continued its acceleration, already observed in the previous quarter, with total billings growing by 19.2% y/y in Q4 to R$11.6 billion, driven by a higher number of purchases and increased average ticket. The Carrefour credit card posted 13.4% growth and the Atacadão credit card grew by 35.2% to represent around 32% of total billings in the quarter - a very satisfactory level considering that the product was launched in 2017.

Both on-us and off-us spending continued to post double-digit growth, of 13.2% and 22.3% respectively, proving the strength of Grupo Carrefour Brasil's ecosystem. As a result, the total credit portfolio (IFRS9) ended December at R$13.5 billion, +17.0% y/y. New accounts through digital sales continued to evolve and achieved new records in December, with 157% growth y/y.

In R$ million	Q4 20	Q4 19	Δ%	2020	2019	Δ%
Billings Carrefour credit card	7,802	6,879	13.4%	25,919	23,650	9.6%
Billings Atacadão credit card	3,680	2,721	35.2%	11,971	8,966	33.5%
Other products*	106	122	-13.0%	325	482	-32.5%
Total billings	**11,588**	**9,722**	**19.2%**	**38,216**	**33,097**	**15.5%**
Total Credit portfolio	13,535	11,570	17.0%	13,535	11,570	17.0%

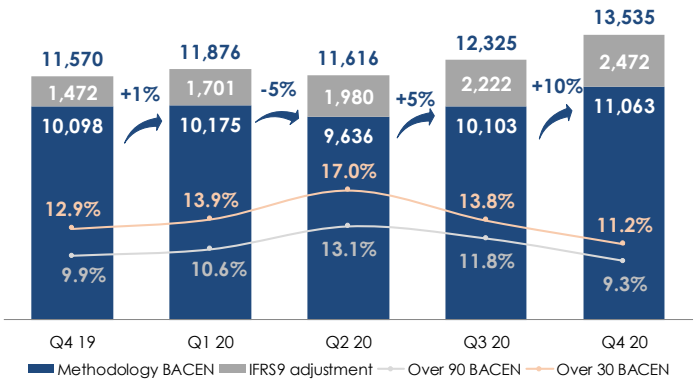
*Other products include personal loans and payment of bills using the card.

Despite continuing to be impacted by clients with a reduced propensity to finance outstanding balances and more flexible negotiation terms, our top-line growth has already shown improvements when compared to Q3, as a result of the resumption of billings growth since June. In Q4, Banco Carrefour's net operating revenues decreased year-on-year by 12.9% to R$722 million (+16.5% when compared to Q3 20).

The strategy implemented in the face of the COVID-19 crisis is also proving to be correct when looking at credit indicators. Non-Performing Loans (NPLs) were at a lower level than in the previous year, highlighting a natural aging process of NPLs and also a very solid positioning even when compared to the pre-crisis period.

Loans due over 90 days were down 60 bps y/y in Q4 20, to 9.3% (vs. 9.9% in Q4 19 and 13.1% in Q2 20 – at the peak of the crisis). Over 30 loans were down by impressive 210bps y/y, to 11.2% in Q4 20 (12.9% last year and 17.0% in Q2 20).

Credit Portfolio Evolution (R$ million)



Risk charges were R$183 million in the quarter, a 23.4% decrease compared to the previous year, driven by a higher volume of recoveries, benefiting from the sale of an old non-performing portfolio, which was already fully written-off (R$75 million).

As SG&A expenses continued the same trends observed throughout the first nine months of 2020, when they grew by 8.0%, adjusted EBITDA totaled R$266 million and the bank's net income reached R$142 million in Q4 20, confirming its recovery and underscoring its solid positioning.

In R$ million	Q4 20	Q4 19	Δ%	2020	2019	Δ%
Net operating revenues	**722**	**829**	**-12.9%**	**2,933**	**2,965**	**-1.1%**
Risk Charges	(183)	(239)	-23.4%	(1,193)	(898)	32.9%
Gross profit	**539**	**590**	**-8.6%**	**1,740**	**2,067**	**-15.8%**
SG&A expenses	(273)	(255)	7.1%	(1,042)	(967)	7.8%
Adjusted EBITDA	**266**	**335**	**-20.6%**	**698**	**1,100**	**-36.5%**
Depreciation and amortization expenses	(9)	(9)	0.0%	(36)	(34)	5.9%
Adjusted EBIT	**257**	**326**	**-21.2%**	**662**	**1,066**	**-37.9%**
Other revenues (expenses)	(14)	(13)	7.7%	(59)	(54)	9.3%
Net Financial results	(4)	(6)	-33.3%	(13)	(25)	-48.0%
Income tax	(97)	(84)	15.5%	(237)	(344)	-31.1%
Net income (100%)	**142**	**223**	**-36.3%**	**353**	**643**	**-45.1%**

Q4 2020 CONSOLIDATED FINANCIAL RESULTS (BELOW ADJ. EBITDA)

Other Income (Expenses)

In R$ million	Q4 20	Q4 19	Δ%	2020	2019	Δ%
Restructuring costs	(4)	(8)	-50.8%	(26)	(70)	-62.9%
Net gains or losses on asset sale	(19)	(27)	-28.9%	(105)	(32)	228.8%
Income and expenses related to litigations	138	4	n.m.	208	(774)	-126.8%
M&A transaction fees and others	(59)	(25)	135.0%	(83)	(25)	231.0%
Other income (expenses)	**56**	**(56)**	**-199.6%**	**(6)**	**(901)**	**-99.3%**

Other income totaled R$56 million in Q4 20, mainly driven by income related to litigations, principally related to tax amnesties with a net impact of R$138 million. Expenses related to the tragic event in Porto Alegre totaled R$50 million in the quarter, including R$40 million related to the diversity fund created by the company (initial allocation of R$25 million and around R$15 million related to the donation of profits on three days of sales).

Income tax

Income and social contribution tax expenses were R$364 million and the tax rate stood at 27% in Q4 20, 154 bps higher than the same period of 2019, mainly affected by the increase in financial institutions' tax rate, which went up to 45% in 2020 (from 40%).

The effective tax rate in 2019 was impacted by the provision effect related to basic items in Q2 19. Excluding the impacts of non-recurring items, the effective tax rate would have been 27% in 2019, a very similar level to the 2020 rate (28%).

In R$ million	Q4 20	Q4 19	Δ%	2020	2019	Δ%
Income Before Taxes	1,369	994	37.7%	3,925	2,279	72.2%
Income and Social Contribution Tax	(364)	(249)	46.2%	(1,081)	(951)	13.7%
Effective Tax Rate	26.6%	25.1%	154 bps	27.5%	41.7%	-1,419 bps

In R$ million	Q4 20	Income Adjustments	Net income, Group, adj.	2020	Income Adjustments	Net income, Group, adj.
Income before income tax and social contribution	**1,369**	**(54)**	**1,315**	**3,925**	**73**	**3,998**
Income and Social Contribution Tax	(364)	5	(359)	(1,081)	14	(1,067)
Effective Tax Rate	*27%*		*27%*	*28%*		*27%*
Net income	**1,005**	**(49)**	**956**	**2,844**	**87**	**2,931**
Net Income - Non-controlling interests (NCI)	70		70	173		173
Net income, Group share, adjusted	**935**	**(49)**	**886**	**2,671**	**87**	**2,758**

Net Income and Adjusted Net Income, Group Share

Adjusted net income provides a clearer view of recurring net income. It is calculated as net income less other income and expenses and the corresponding financial and income tax effect.

In Q4 20, adjusted net income reached R$886 million or 4.5% of net sales, a 31.1% increase compared to Q4 19. In 2020, adjusted net income totaled R$2.8 billion, +43.1% compared to 2019, reflecting the company's omnichannel strategy and strong execution in an unprecedented year.

In R$ million	Q4 20	Q4 19	Δ%	2020	2019	Δ%
Net income, Group share	**935**	**636**	**47.0%**	**2,671**	**1,013**	**163.7%**
(+/-) Other income (expenses)	(56)	56	n.m.	6	901	-99.3%
(+/-) Financial results (non recurring)	2	0	n.m.	67	0	n.m.
(+/-) Tax income on other income (expenses) items	5	(16)	-131.9%	14	13	7.1%
Net income, Group share, adjusted	**886**	**676**	**31.1%**	**2,758**	**1,927**	**43.1%**
Net margin	**4.5%**	**4.2%**	**24 bps**	**4.1%**	**3.4%**	**67 bps**

Operating Working Capital

Our working capital before receivables ended Q4 20 as a net resource of R$6.2 billion (40 days), which compares to the R$5.5 billion (43 days) observed in Q4 19. All in, working capital ended the year at the equivalent of 33 days, vs 37 days in 2019. The slight increase of 4 days reflects our decision to hold more inventories at a time of rising inflation.

In Reais Million	Q4 20	Days	Q3 20	Days	Q2 20	Days	Q1 20	Days	Q4 19	Days
(+) Inventories	7,709	50	7,783	54	6,451	47	6,423	49	5,949	46
(-) Suppliers (**)	(13,860)	(90)	(8,706)	(61)	(8,712)	(63)	(7,128)	(54)	(11,490)	(90)
(=) Working Capital before receivables	**(6,151)**	**(40)**	**(923)**	**(6)**	**(2,261)**	**(16)**	**(705)**	**(5)**	**(5,541)**	**(43)**
(+) Accounts Receivable (*)	1,051	7	1,905	13	1,267	9	622	5	782	6
(=) Working Capital - WC Merchandise	**(5,100)**	**(33)**	**982**	**7**	**(994)**	**(7)**	**(82)**	**(1)**	**(4,759)**	**(37)**

(*) Commercial receivables excluding receivables from property and from suppliers, that were classified net from suppliers debt;
(**) Suppliers related to business, excluding suppliers of tangible and intangible assets, and net from discounts to be received from suppliers; Working capital ratios above are calculated using Cost of Goods Sold

Net Debt Profile and Net Financial Result

Loans net of derivatives for coverage ended 2020 at R$3.6 billion, a R$761 million increase when compared to year-end 2019 explained by: (i) a revolving credit line signed with Carrefour Finance, of which we have drawn €75 million (R$348 million); (ii) a R$1.5 billion loan from international banks in April 2020, mostly compensated by the payment of the first series of the first issuance of debentures in December, which totaled R$1.0 billion. Including lease and discounted receivables, Carrefour Brasil ended 2020 with net debt of R$1.5 billion, in line with the R$1.4 billion observed at the end of 2019. We maintained our strategy to improve our capital structure by increasing debt maturities at attractive rates and reducing usage of discounted receivables

In R$ million	Dec. 2020	Dec. 2019
Loans and derivatives for coverage	(3,617)	(2,856)
Cash and cash equivalents	5,672	5,322
Marketable securities - Banco Carrefour	358	297
(Net Debt) Net Cash	**2,413**	**2,763**
Discounted receivables	(2,100)	(2,510)
(Net Debt) Net Cash (incl. discounted receivables)	**313**	**253**
Lease debt (IFRS 16)	(1,860)	(1,628)
(Net Debt) Net Cash (incl. lease and discounted receivables)	**(1,547)**	**(1,375)**
(Net Debt) Net Cash (incl. discounted receivables)/Adj. EBITDA LTM	*0.06 x*	*0.05 x*
(Net Debt) Net Cash (incl. lease debt and discounted receivables)/Adj. EBITDA LTM	*- 0.28x*	*- 0.29x*

Net financial result totaled -R$141 million, +12.8% when compared to Q4 19, mainly affected by higher interest expenses on leases (IFRS 16). The higher average debt during the quarter was entirely offset by the lower amount of discounted receivables.

In R$ million	Q4 20	Q4 19	Δ%	2020	2019	Δ%
Cost of bank debt, gross	(52)	(39)	33.3%	(199)	(169)	17.8%
Cost of discounted credit card receivables	(14)	(32)	-56.3%	(89)	(126)	-29.4%
Financial Revenue	10	9	11.1%	47	21	123.8%
Cost of Debt, Net (incl. discounted receivables)	**(56)**	**(62)**	**-9.7%**	**(241)**	**(274)**	**-12.0%**
Interest expenses on leases (IFRS 16)	(49)	(31)	58.1%	(183)	(109)	67.9%
Cost of Debt, Net (incl. Lease debt and discounted receivables)	**(105)**	**(92)**	**14.1%**	**(424)**	**(383)**	**10.7%**
Net interests on provisions and judicial deposits	(18)	(38)	-52.6%	(70)	(77)	-9.1%
FX gains or losses	(7)	0	n.m.	(32)	0	n.m.
Others	(11)	5	-320.0%	(54)	(42)	28.6%
Net financial result	**(141)**	**(125)**	**12.8%**	**(580)**	**(502)**	**15.5%**

CAPEX

Total Capex in Q4 20 was R$690 million, 32.9% higher than Q4 19, mainly due to the acceleration in the pace of expansion in the quarter. Including wholesale, we opened 14 new Atacadão stores organically (8 stores in Q4), totaling 22 new stores in the full year.
Full-year total CAPEX reached R$1.7 billion, broadly stable in comparison with 2019. 2020 also included the payment of the acquisition of 25 stores from Makro (out of a total of 30 stores acquired), with an impact of R$ 1.3 billion in Q4 20 and R$ 1.5 billion in the year.

In R$ million	Q4 20	Q4 19	Δ%	2020	2019	Δ%
Expansion	434	282	53.9%	1,028	1,065	-3.5%
Maintenance	94	91	2.9%	293	281	4.3%
Remodeling	39	32	24.2%	85	127	-33.4%
IT and other	123	115	7.6%	277	296	-6.2%
Total Capex	**690**	**520**	**32.9%**	**1,683**	**1,769**	**-4.9%**
Makro stores acquisiton	1,333	n.a.	n.a.	1,529	n.a.	n.a.
Total Capex with Makro	**2,024**	**520**	**289.5%**	**3,212**	**1,769**	**81.5%**
Right-of-use assets	463	813	-43.1%	651	1,031	-36.9%
Total fixed assets addition	**2,487**	**1,333**	**86.6%**	**3,863**	**2,800**	**38.0%**

FREE CASH FLOW

In 2020, the Group generated a record level of free cash flow, which totaled R$2,426 million, a 152.2% increase over the previous year. This was driven by the impressive EBITDA expansion, as well as improvements in working capital management, with reduced use of discounted receivables throughout the year, improving our financial efficiency.

In R$ million	2020	2019	Δ%
Gross cash flow from operating activities	**5,416**	**4,553**	**19.0%**
Income tax paid	-1,201	-916	31.1%
Gross cash flow from operating activities after taxes	**4,215**	**3,637**	**15.9%**
Merchandise related working capital	342	640	-46.6%
Change in Trade Payables	*2,371*	*1,687*	*40.5%*
Change in Inventory	*-1,760*	*-817*	*115.4%*
Change in Receivables	*-269*	*-230*	*17.0%*
Change in other assets and liabilities	-393	-1,101	-64.3%
Consumer credit business working capital	-178	-485	-63.3%
Change in Net Working Capital	**-229**	**-946**	**-75.8%**
Net cash generated by operating activities	**3,986**	**2,691**	**48.1%**
Capex (w/o agio, right of use or Makro aquisition)	-1,683	-1,769	-4.9%
Change in fixed assets suppliers	81	37	118.9%
Cash received from fixed assets sales	42	3	1300.0%
Net cash generated by operating investments	**-1,560**	**-1,729**	**-9.8%**
FREE CASH FLOW (*)	**2,426**	**962**	**152.2%**
Operating leases (IFRS16)	-290	-254	14.2%
Cost of debt	-288	-295	-2.4%
EQUITY FREE CASH FLOW	**1,848**	**413**	**347.5%**

(*) as defined in the glossary.

STORE NETWORK – Q4 2020

In Q4, we opened 22 new stores of which: **13 Cash & Carry** (7 from organic expansion and 6 Makro store conversions) in the states of São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Pernambuco, Sergipe, Paraíba, Mato Grosso and Alagoas , **1 Wholesale** in the state of Piauí, **7 Express** and **1 Market** in the city of São Paulo. We now operate 721 stores for total sales area of 2,107,871 m2.

N° of stores	Dec.19	Openings	Closures	Dec.20
Cash & Carry	186	20		206
Hypermarkets	100			100
Supermarkets	53	2	2	53
Convenience Stores	125	10	5	130
Wholesale	28	2		30
Drugstores	124	1		125
Gas Stations	76	1		77
Group	**692**	**36**	**7**	**721**

Sales area	Dec.19	Dec.20	Δ Change Dec.20 vs Dec.19
Cash & Carry	1.170.350	1.272.298	8,7%
Hypermarkets	704.876	704.876	0,0%
Supermarkets	69.056	67.781	-1,8%
Convenience Stores	22.732	23.023	1,3%
Drugstores	7.921	8.035	1,4%
Gas Stations	31.389	31.858	1,5%
Total sales area (m^2)	**2.006.324**	**2.107.871**	**5,1%**

Appendix I - Consolidated Income Statement

In R$ Million	Q4 20	Q4 19	Δ%	2020	2019	Δ%
Gross sales	**21,962**	**17,638**	**24.5%**	**74,751**	**62,220**	**20.1%**
Net sales	**19,873**	**16,014**	**24.1%**	**67,640**	**56,519**	**19.7%**
Other revenue	926	997	-7.1%	3,551	3,545	0.2%
Net operating revenue	**20,799**	**17,011**	22.3%	**71,191**	**60,064**	18.5%
Cost of goods sold, service and financial operations	(16,859)	(13,506)	24.8%	(57,273)	(47,615)	20.3%
Gross Profit	**3,940**	**3,505**	**12.4%**	**13,918**	**12,449**	**11.8%**
Gross Margin	19.8%	21.9%	-206 bps	20.6%	22.0%	-145 bps
SG&A expenses	(2,221)	(2,051)	8.3%	(8,360)	(7,744)	8.0%
Adjusted EBITDA	**1,732**	**1,465**	**18.2%**	**5,610**	**4,754**	**18.0%**
Adjusted EBITDA Margin	8.7%	9.1%	-43 bps	8.3%	8.4%	-12 bps
Depreciation and amortization	(265)	(279)	-5.0%	(1,040)	(1,022)	1.8%
Net income from equity accounted company	(1)	-	n.m.	(8)	(1)	n.m.
Other income (expenses)	56	(56)	-200.0%	(6)	(901)	-99.3%
EBIT	**1,509**	**1,119**	**34.9%**	**4,504**	**2,781**	**62.0%**
Net financial expenses	(140)	(125)	12.0%	(579)	(502)	15.3%
Income before income tax and social contribution	**1,369**	**994**	**37.7%**	**3,925**	**2,279**	**72.2%**
Income Tax	(364)	(249)	46.2%	(1,081)	(951)	13.7%
Net income	**1,005**	**745**	34.9%	**2,844**	**1,328**	114.2%
Net income, Group share	**935**	**636**	**47.0%**	**2,671**	**1,013**	**163.7%**
Net Income - Non-controlling interests (NCI)	**70**	**109**	-35.8%	**173**	**315**	-45.1%

Appendix II - Consolidated Balance Sheet

In R$ Million	December 2020	December 2019
Assets		
Cash and cash equivalents	5,672	5,322
Marketable securities	-	287
Accounts receivable	1,330	1,206
Consumer credit granted by our financial solutions company	9,417	8,426
Inventories	7,709	5,949
Tax receivables	721	591
Income tax and social contribution recoverable	106	64
Derivative financial instruments	116	-
Prepaid expenses	114	83
Other accounts receivable	228	227
Current assets	**25,413**	**22,155**
Accounts receivable	4	5
Consumer credit granted by our financial solutions	457	440
Derivative financial instruments	185	-
Marketable securities	358	10
Tax receivables	4,101	3,612
Deferred tax assets	482	476
Prepaid expenses	40	28
Judicial deposits and collateral	2,401	2,382
Other accounts receivable	87	26
Investment properties	397	408
Investments in equity accounted companies	111	127
Property and equipment	15,465	12,915
Intangible assets and goodwill	2,323	2,328
Non-current assets	**26,411**	**22,757**
Total assets	**51,824**	**44,912**

Appendix II - Consolidated Balance Sheet

In R$ Million	December 2020	December 2019
Liabilities		
Suppliers	14,423	12,187
Borrowings	574	19
Lease debt	139	182
Consumer credit financing	7,534	5,941
Tax payable	531	282
Income tax and social contribution payables	101	239
Payroll, vacation and related charges	891	690
Dividends payable	49	90
Deferred income	55	10
Other accounts payable	410	414
Derivative financial instruments	13	5
Current liabilities	**24,720**	**20,059**
Borrowings	3,344	2,837
Lease debt	1,721	1,446
Consumer credit financing	223	986
Deferred tax liabilities	602	534
Provisions	3,618	3,847
Provisions (tax liabilities)	510	466
Deferred income	18	18
Other accounts payable	23	14
Non-current liabilities	**10,059**	**10,148**
Share capital	7,649	7,643
Capital reserve	2,193	2,178
Income reserve	3,472	3,966
Net effect of acquisition of minority interest	(282)	(282)
Retained earnings	2,671	-
Equity evaluation adjustment	6	(1)
Shareholders' equity, Group share	**15,709**	**13,504**
Non-controlling interests	**1,336**	**1,201**
Total liabilities and shareholders' equity	**51,824**	**44,912**

Appendix III - Banco Carrefour

Overdue Portfolio Analysis

BACEN Methodology

In R$ million	December 20		September 20		June 20		March 20		December 19	
Total Portfolio	11,063	100.0%	10,103	100.0%	9,636	100.0%	10,175	100.0%	10,098	100.0%
On time payments	9,686	87.6%	8,562	84.7%	7,848	81.4%	8,653	85.0%	8,663	85.8%
Over 30 days	1,240	11.2%	1,391	13.8%	1,641	17.0%	1,415	13.9%	1,300	12.9%
Over 90 days	1,034	9.3%	1,193	11.8%	1,266	13.1%	1,080	10.6%	1,002	9.9%
Provisions for loan losses	1,333	12.1%	1,447	14.3%	1,358	14.1%	1,251	12.3%	1,168	11.6%
Provisions for loan losses / over 90 days	128.9%		121.3%		107.3%		115.8%		116.6%	

IFRS 9

In R$ million	December 20		September 20		June 20		March 20		December 19	
Total Portfolio	13,535	100.0%	12,325	100.0%	11,616	100.0%	11,876	100.0%	11,570	100.0%
On time payments	9,671	71.5%	8,544	69.3%	7,835	67.4%	8,359	70.4%	8,592	74.3%
Over 30 days	3,708	27.4%	3,608	29.3%	3,619	31.2%	3,233	27.2%	2,803	24.2%
Over 90 days	3,458	25.6%	3,372	27.4%	3,195	27.5%	2,734	23.0%	2,432	21.0%
Portfolio until 360 days										
Over 30 days	1,307	11.7%	1,464	14.4%	1,718	17.7%	1,599	15.6%	1,402	13.8%
Over 90 days	1,057	9.5%	1,227	12.1%	1,294	13.3%	1,099	10.7%	1,032	10.1%
Provisions for loan losses	3,978	29.4%	3,770	30.6%	3,424	29.5%	3,113	26.2%	2,819	24.4%
Provisions for loan losses / over 90 days	115.0%		111.8%		107.2%		113.9%		115.9%	

GLOSSARY

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.

Banco Carrefour 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, plus cash used in changes in judicial deposits and judicial freeze of deposits (and opposite), 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 "Promotors", "Passives" or "Detractors"; NPS is calculated as the difference between Promotors 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.

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.