

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

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

Atacadão:
R\$ 11,9 bi
+10,8% a/a

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

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

*ex-gasolina

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

DESTAQUES DO ECOSSISTEMA

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

NOVOS PONTOS DE CONTATO COM O CLIENTE NO 4T 2019

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

VENDAS 4T 2019

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

VENDAS CONSOLIDADAS 4T 2019

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

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

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

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

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

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

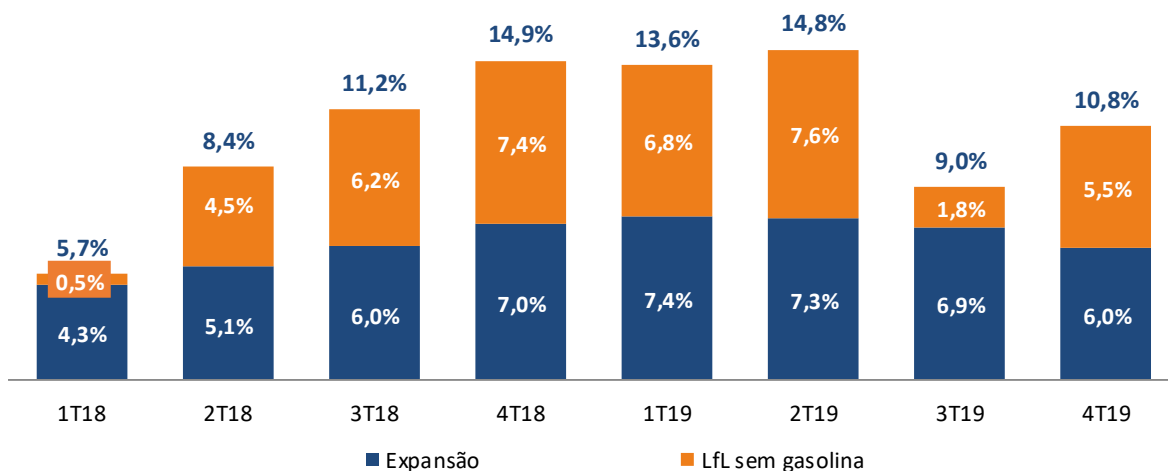
VENDAS POR SEGMENTO – 4T 2019

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

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

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

Performance de Vendas Atacadão



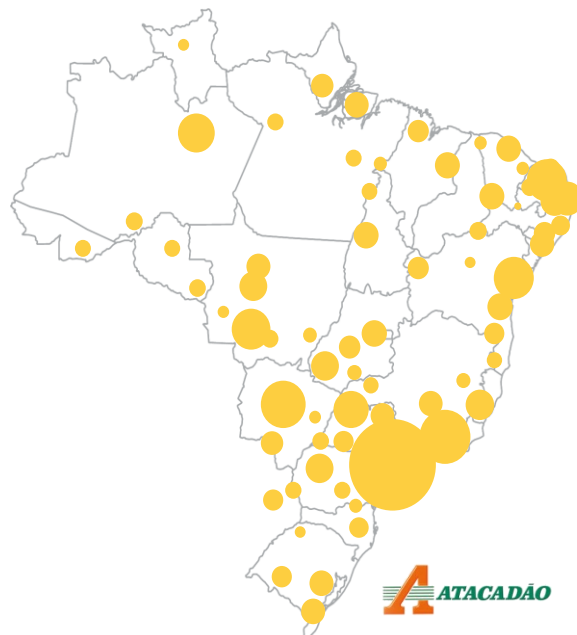
A estratégia de expansão do Atacadão nos últimos 3 anos levou à inauguração de 51 novas lojas e viabilizou nosso plano de ser o primeiro a entrar em diversas regiões onde atuamos e o único com presença em todos os estados brasileiros, favorecendo um desempenho superior.

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

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

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

Presença Nacional do Atacadão



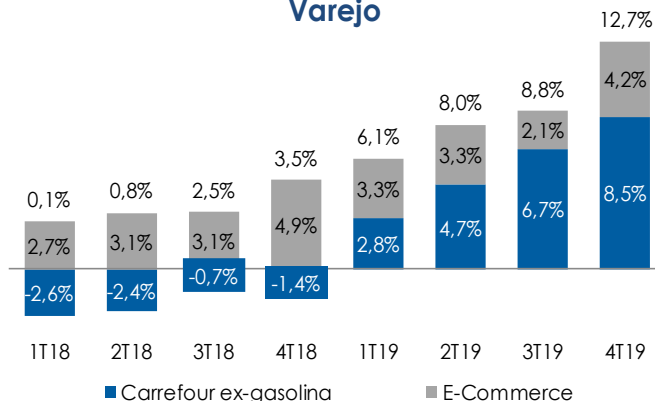
Carrefour Varejo: NPS mais alto da história e melhor resultado mesmas-lojas dos últimos cinco anos, atingindo 12,7%

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

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

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

Performance de Vendas Carrefour Varejo



Multiformato: Melhor desempenho alimentar dos últimos 5 anos

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

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

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

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

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

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

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

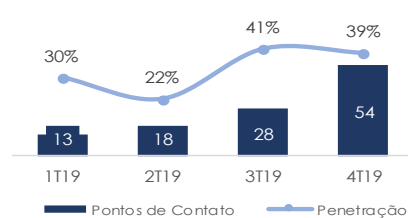
Nosso e-commerce alimentar continuou ganhando participação de mercado com crescimento de 405%* no GMV. A expansão do serviço de entrega rápida, dos Drives e do Clique & Retire continua. No 4T Drive e Clique & Retire foram responsáveis por 39% das entregas de alimentos. Encerramos o ano com 12 side stores,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

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

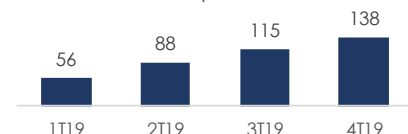
*Inclui serviço de entrega rápida

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

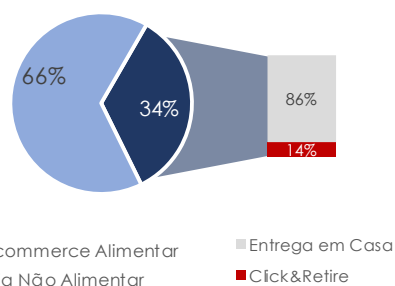
Drive e Click&Collect Alimentar



Pontos de contato entrega rápida



Vendas Não Alimentar 4T19



110 Pontos de Contato

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

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

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

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

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

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

REDE DE LOJAS – 4T 2019

No 4T, inauguramos oito lojas Cash & Carry, uma instalação de atacado de entrega, uma loja no formato Market e um posto de gasolina. Passamos a operar 692 lojas, com área de vendas total de 2.006.324 m².

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

Área de Vendas	Dez.18	Dez.19	Δ Var. Dez.19 vs Dez.18
Cash & Carry	1.056.539	1.170.350	10,8%
Hipermercados	704.876	704.876	0,0%
Supermercados	68.008	69.056	1,5%
Conveniência	22.009	22.732	3,3%
Farmácias	7.921	7.921	0,0%
Postos de Gasolina	30.485	31.389	3,0%
Área total de vendas (m²)	1.889.839	2.006.324	6,2%

INFORMAÇÕES SOBRE RESULTADOS DO 4T

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

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

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Sébastien Durchon

Vice-Presidente de Finanças e Diretor de Relações com Investidores

Natália Lacava

Diretora de Relações com Investidores

Ludimila Aiello

Coordenadora de Relações com Investidores

Telefone: +55 11 3779-8500

e-mail: ribrasil@carrefour.com

website: www.grupocarrefourbrasil.com.br

EBITDA: Consiste no “Lucro líquido do exercício” (ou período) ajustado pelo “Resultado financeiro líquido”, pelo “Imposto de renda e contribuição social” e pelas despesas com “Depreciação e amortização”. O EBITDA, EBITDA Ajustado e a Margem EBITDA Ajustada não são medidas de desempenho financeiro de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil ou IFRS e não devem ser considerados como alternativas ao lucro líquido ou como medidas de desempenho operacional, fluxo de caixa operacional ou liquidez. O EBITDA, EBITDA Ajustado e a Margem EBITDA Ajustada não possuem um significado padrão, e nossas definições podem não ser comparáveis com títulos semelhantes utilizados por outras companhias.

EBITDA Ajustado: O EBITDA ajustado para a alínea da demonstração do resultado “outras receitas e despesas” (abrange perdas sobre a alienação de ativos, custos de reestruturação, receitas e despesas relacionadas com litígios, e créditos fiscais recuperados relativos a períodos anteriores).

Faturamento Banco Carrefour: representa o montante total relacionado a uma operação transacionada por cartão de crédito.

Fluxo de Caixa Livre: definido como o caixa líquido fornecido pelas nossas atividades operacionais, menos os juros recebidos de investimentos de curto prazo, mais caixa utilizado em variações de depósitos judiciais e bloqueio judicial de depósitos, e receita de juros não realizados proveniente de títulos e valores mobiliários, menos caixa fornecido pela alienação de ativos não operacionais, menos caixa utilizado em adições ao imobilizado, menos caixa utilizado em adições aos ativos intangíveis.

Funções Corporativas: incorremos em centro de serviços compartilhados em relação às nossas funções centrais e sede. Estes custos compõem (i) o custo das nossas holdings; (ii) determinadas despesas incorridas em relação a determinadas funções de apoio de nossa controladora que são atribuídas aos vários segmentos proporcionalmente às suas vendas; e (iii) as alocações de custos da nossa controladora que não são específicos a nenhum segmento.

GMV: “Gross Merchandise Volume” ou volume bruto de mercadorias se refere à todas as vendas online (vendas próprias + vendas do marketplace), bem como receita com frete e exclui as comissões do marketplace, porém inclui impostos sobre vendas.

Lucro líquido ajustado: Lucro líquido, excluindo outras receitas e despesas e o efeito de imposto correspondente.

Margem de lucro bruto: Calculamos a margem de lucro bruto como lucro bruto dividido pelas vendas líquidas do período, expressa em percentual.

Margem de lucro líquido: Calculamos a Margem de lucro líquido como o lucro líquido do período dividido pelas vendas líquidas do período, expressa em percentual.

Margem EBITDA ajustada: Calculamos a Margem EBITDA Ajustada como o EBITDA Ajustado dividido pelas vendas líquidas do período, expressa em percentual.

Net Promoter Score (NPS): Uma ferramenta de gerenciamento que pode ser usada para avaliar a lealdade dos relacionamentos com clientes de uma empresa. Ele serve como uma alternativa à pesquisa tradicional de satisfação do cliente.

Outras receitas: As outras receitas compreendem as receitas de nosso segmento Soluções Financeiras (incluindo taxas de cartões bancários e juros provenientes das atividades de crédito ao consumidor), aluguéis de shopping centers e comissões relacionadas com outros serviços prestados nas lojas, caixa rápido e taxas de manuseio.

Vendas brutas: Receita total proveniente de nossos clientes em nossas lojas, postos de gasolinas, farmácias e em nosso site de comércio eletrônico.

Vendas Lfl: As referências a vendas mesmas lojas (“like-for-like” ou vendas “LFL”) comparam as vendas brutas no período relevante com as do período imediatamente anterior, com base nas vendas brutas realizadas por lojas comparáveis, que são definidas como lojas que estão abertas e operantes já há pelo menos doze meses e que não foram objeto de encerramento ou renovação dentro deste período. Como as vendas de gasolina são muito sensíveis aos preços de mercado, essas vendas são excluídas do cálculo de mesmas lojas. Outras empresas varejistas podem calcular as vendas Lfl de forma diferente, portanto, nosso desempenho histórico e futuro das vendas mesmas lojas podem não ser comparáveis com outras métricas similares utilizadas por outras companhias.

Vendas líquidas: Vendas brutas ajustadas pelos impostos incidentes sobre as vendas (em particular impostos de ICMS e Pis/Cofins).

PGC: Produtos de grande circulação.

Sobre o Grupo Carrefour Brasil

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

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

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

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

Aviso Legal

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