

1T 25

apresentação de resultados



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

Destaques 1T 25



Expansão

- Cash & Carry:
 - +1 nova loja no 1T 25 (orgância)
 - + 1 atacado de distribuição
- Clube:
 - Sem aberturas no 1T 25
- Venda ou fechamento de lojas
 - 37 lojas vendidas até o final de março-25 (16 lojas já entregues) de um total de 64 lojas em processo de desinvestimento



E-commerce

- 11.2% de penetração nas vendas 1T 25
- Forte crescimento de GMV de +28.9%, alcançando R\$ 3,1 bilhões no 1T 25
- +65,6% de crescimento no 1P alimentar, alcançando R\$1,9 bilhão no 1T 25



Resultados Financeiros

- Vendas brutas +3,6%, pelo forte impulso de vendas do Atacadão
- Vendas C&C +7,3% maior, com LfL de +6,9% no 1T 25, acima do mercado. LfL forte de +15,1% nas antigas lojas BIG convertidas Atacadão. Margem EBITDA maior 0,2 p.p. a/a
- Varejo com crescimento positivo de LfL de 2,6% (ex-gasolina) e crescimento de volume. SG&A como % das vendas líquidas com queda de -1,2 p.p..
- Vendas no Sam's Club +1,9% maior, impactado por efeitos calendário
- Faturamento do Banco Carrefour +12,1% maior. Portfolio de crédito total cresce 16,2% a/a. EBITDA +11,8% maior a/a em R\$ 228 mi
- EBITDA Aj. de R\$ 1,5 bi, 3,7% maior a/a (5,6% de margem, em linha a/a)
- Lucro líquido ajustado de R\$ 282 mi (1,1% de margem)



ESG

Destaques da nossa estratégia ESG:

- **Índice de sustentabilidade:** pelo segundo ano consecutivo o Grupo Carrefour Brasil vai integrar o Índice de Sustentabilidade Corporativa da B3 (ISE), estando no Top 10 empresas, saindo de 42ª posição em 2024 para 9ª em 2025
- **Relatório de Sustentabilidade:** publicação do Relatório Anual de Sustentabilidade de 2024, destacando avanços da nossa estratégia ESG e principais resultados do ano
- **Proteção do planeta e biodiversidade:** redução de 56% de emissão nos escopos 1 e 2 (16 p.p. a mais que a meta anual) (vs. 30% de redução no 1T 24)

Destques financeiros consolidados

Grupo Carrefour Brasil DESTAQUES CONSOLIDADOS	1T 25	1T 24	Crescimento %
<i>Em R\$ mi, exceto quando indicado</i>			
Vendas brutas	28.786	27.788	3,6%
LfL ex-gasolina	5,4%	1,3%	-
Vendas líquidas (ex-outras receitas)	26.105	24.830	5,1%
Lucro bruto	5.161	5.047	2,3%
% Margem bruta	19,8%	20,3%	-0,6 p.p.
SG&A	(3.709)	(3.649)	1,6%
% Vendas líquidas	14,2%	14,7%	-0,5 p.p.
EBITDA ajustado ^{(1) (2)}	1.470	1.418	3,7%
% Margem EBITDA ajustada	5,6%	5,7%	-0,1 p.p.
Lucro líquido, controlador	225	39	476,9%
Lucro líquido ajustado, controlador	282	52	446,6%

Crescimento total das vendas:



3,6%

Margem bruta refletindo maior peso do C&C nos resultados e o efeito negativo de Páscoa impactando Varejo e Sam's Club

Iniciativas de redução de custos, alavancagem operacional pelo crescimento de vendas e maturação das lojas convertidas

EBITDA Ajustado refletindo melhores margens no C&C e Varejo, compensadas por resultados mais fracos no Banco Carrefour e Sam's Club

Lucro beneficiado por impulso operacional favorável, menor juros nas dívidas *intercompany* e carga tributária

Notas:

(1) Inclui eliminação intragrupo de R\$ 15 milhões e R\$ 9 milhões entre Banco e Varejo no 1T 25 e 1T 24, respectivamente;

(2) Inclui despesas com funções globais de R\$ 146 milhões e R\$ 121 milhões no 1T 25 e 1T 24, respectivamente

Cash & Carry



1T 25

apresentação de resultados



Cash & Carry

Quinto trimestre consecutivo de crescimento LfL acima do mercado, com forte rentabilidade

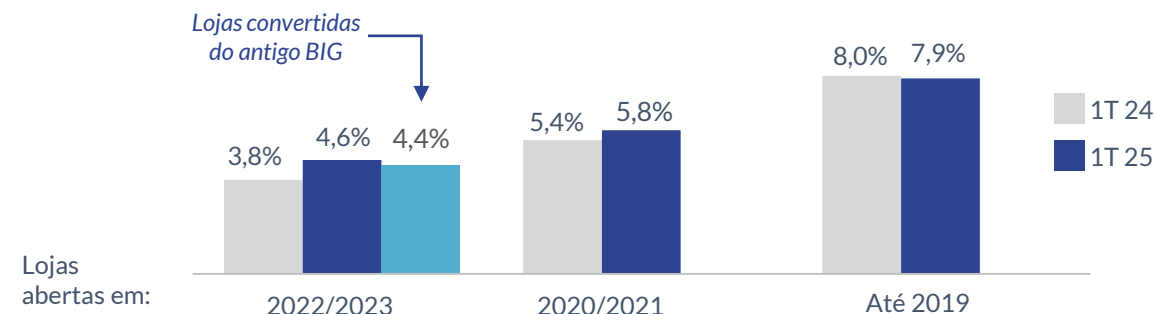
DESTAQUES C&C	1T 25	1T 24	Δ %
<i>Em R\$ mi, exceto quando indicado</i>			
Número de lojas (#)	380	366	3,8%
Área de venda (m²)	1.880.223	1.835.924	2,4%
Crescimento LfL	6,9%	1,8%	-
Vendas brutas	20.680	19.280	7,3%
Vendas líquidas (ex-outras receitas)	18.791	17.161	9,5%
Lucro bruto	3.013	2.746	9,7%
% Margem bruta	16,0%	16,0%	-
SG&A	(1.744)	(1.621)	7,6%
% Vendas líquidas	9,3%	9,4%	-0,2 p.p.
EBITDA ajustado	1.273	1.130	12,7%
% Margem EBITDA ajustada	6,8%	6,6%	0,2 p.p.

Destaques 1T 25

- **6,9% LfL , acima do mercado pelo 5º trimestre consecutivo.** Volumes positivos do cliente B2B dada aceleração da inflação alimentar ao longo do trimestre
- **Desempenho forte das antigas lojas BIG com LfL +15,1%** (sobre LfL de 20,9% no ano passado)
- **+1 nova loja e +1 atacado de distribuição no 1T 25**
- **Canal digital aumentando penetração** para 9,3% das vendas, +3,3 p.p. a/a (5,9% no 1T 24)
- **Lucro bruto crescendo 9,7% a/a** com margem bruta estável
- **Lojas convertidas maturando como esperado, atingindo margem EBITDA nível loja de 4,4%** (vs. 4,0% no 1T 24)
- **Mg. EBITDA Aj. de 0,2 p.p. maior a/a** , refletindo a maturação de novas lojas e levando a um crescimento de duplo dígito de EBITDA de 12,7% a/a

Rentabilidade das lojas Atacadão

Margem EBITDA por maturidade de loja (% das vendas líquidas)



Varejo



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

1T 25

apresentação de resultados



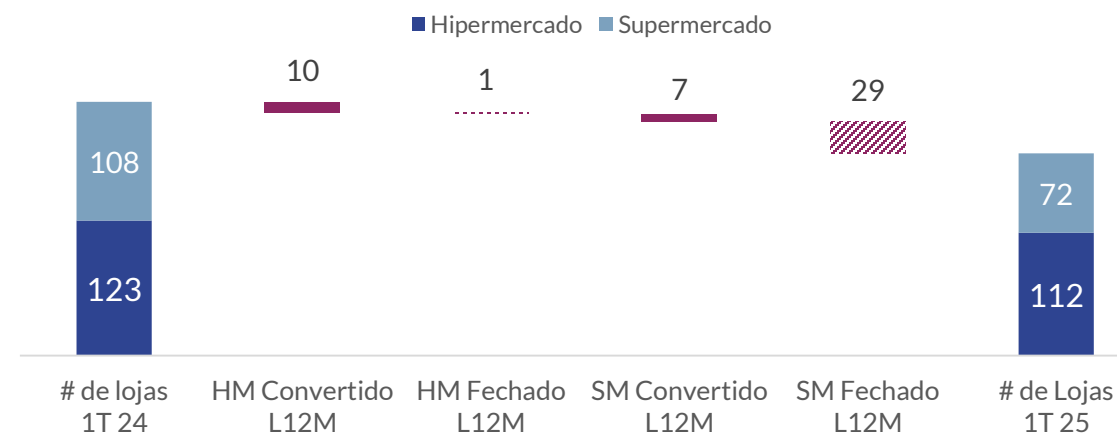
LfL positivo e expansão de volume. Redução de SG&A e rentabilidade praticamente em linha a/a apesar do efeito negativo de Páscoa

DESTAQUES VAREJO	1T 25	1T 24	Δ %
<i>Em R\$ mi, exceto quando indicado</i>			
Nº de hipers (#)	112	123	-8,9%
Área de venda (m²) (apenas HM)	753.377	814.447	-7,5%
Crescimento LfL	2,6%	-1,4%	-
Vendas brutas	6.430	6.864	-6,3%
Vendas líquidas	5.828	6.219	-6,3%
Lucro bruto	1.302	1.471	-11,5%
% Margem bruta	22,3%	23,7%	-1,3 p.p.
SG&A	(1.196)	(1.350)	-11,4%
% Vendas líquidas	20,5%	21,7%	-1,2 p.p.
EBITDA ajustado	117	136	-13,8%
% Margem EBITDA ajustada	2,0%	2,2%	-0,2 p.p.

Destques 1T 25

- **Crescimento LfL de +2,6%** (3,9% alimentar e +0,8% não alimentar), com vendas totais impactadas pelas iniciativas de otimização de portfólio
- **Margem bruta de 22.3% (-1,3 p.p. a/a)**, refletindo o efeito negativo de *mix* devido ao calendário de Páscoa (que ocorreu no 1T em 24 e 2T em 25)
- **Forte queda de SG&A em 11,4% a/a (-1,2 p.p. a/a como % das vendas líquidas)** refletindo nossos esforços de simplificação da operação e redução de custos
- **Margem EBITDA ajustada com queda de apenas 0,2 p.p. a/a** apesar do efeito calendário negativo nas vendas

Evolução das lojas de varejo (# lojas)



Clube



1T 25

apresentação de resultados



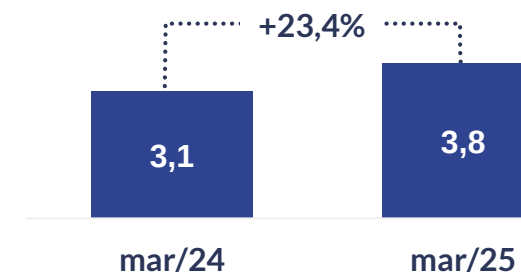
Efeito negativo pelo calendário da Páscoa, depreciação cambial e esforços promocionais pelas aberturas recentes

DESTAQUES SAM'S CLUB	1T 25	1T 24	Δ %
<i>Em R\$ mi, exceto quando indicado</i>			
Número de lojas (#)	58	51	13,7%
Área de vendas (m²)	321.822	288.855	11,4%
Crescimento LfL	-3,8%	6,9%	-
Vendas brutas	1.676	1.644	1,9%
Vendas líquidas (ex-outras receitas)	1.486	1.450	2,4%
Lucro bruto	296	321	-7,7%
% Margem bruta	19,9%	22,1%	-2,2 p.p.
SG&A	(286)	(244)	17,3%
% Vendas líquidas	19,3%	16,8%	2,4 p.p.
EBITDA ajustado	13	79	-83,7%
% Margem EBITDA ajustada	0,9%	5,4%	-4,6 p.p.

Destaques 1T 25

- **+1,9% de aumento de vendas, com -3,8% LfL** e expansão (+7 novas lojas vs. 1T 24)
- **+23,4% de membros totais a/a**
- **Produtos de marca própria com penetração em 20,1%** (estável a/a)
- **Redução de margem bruta** (-2,2 p.p. a/a) devido a depreciação cambial e mix de produtos impactada pelo efeito calendário de Páscoa
- **EBITDA Aj. de R\$ 13 milhões** refletindo o impacto negativo de vendas de Páscoa, a depreciação da moeda local e esforços promocionais nas lojas recém abertas
- **Vendas digitais representaram 5,8%** das vendas totais do formato (+0,2 p.p. a/a)

Membros ativos (em milhões)



Banco Carrefour



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

1T 25

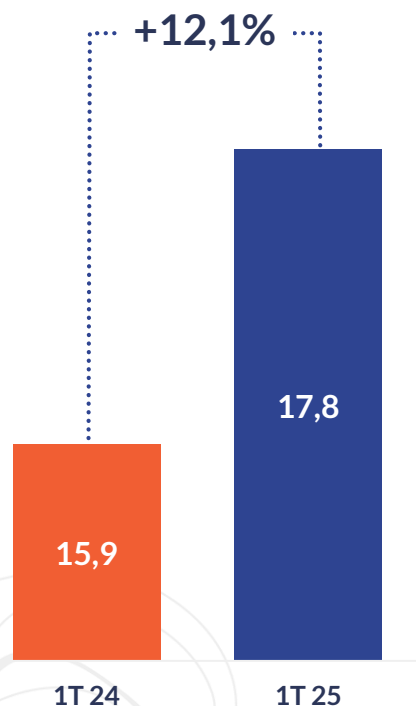
apresentação de resultados



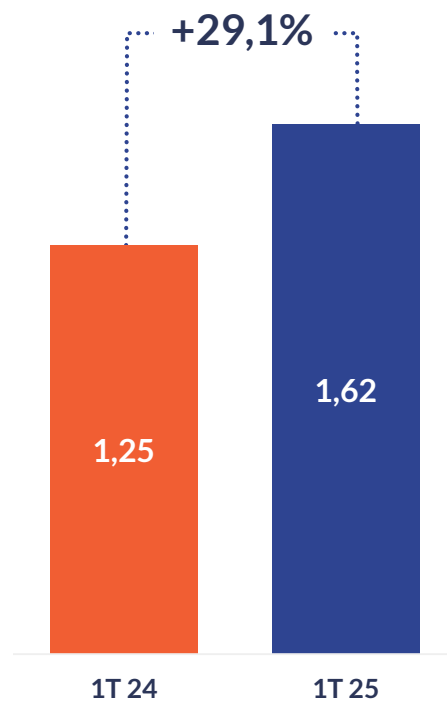
Banco Carrefour

Crescimento de receita e expansão de EBITDA por crescimento de portfólio e disciplina de custo. Nova resolução 4966 impactando receitas e índices de inadimplência (créditos vencidos permanecem em carteira +30 dias)

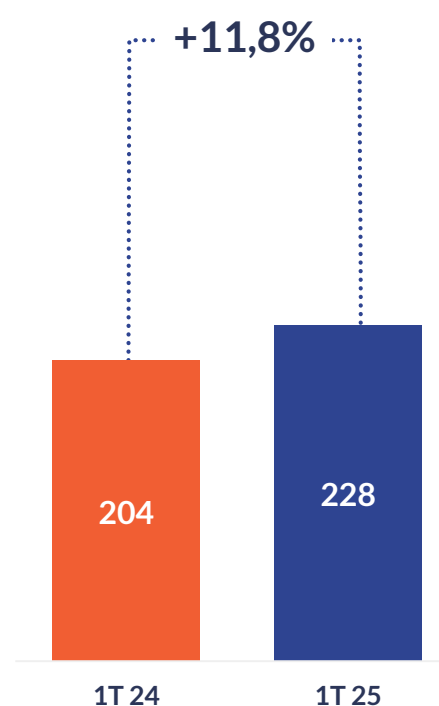
Faturamento (R\$ bi)



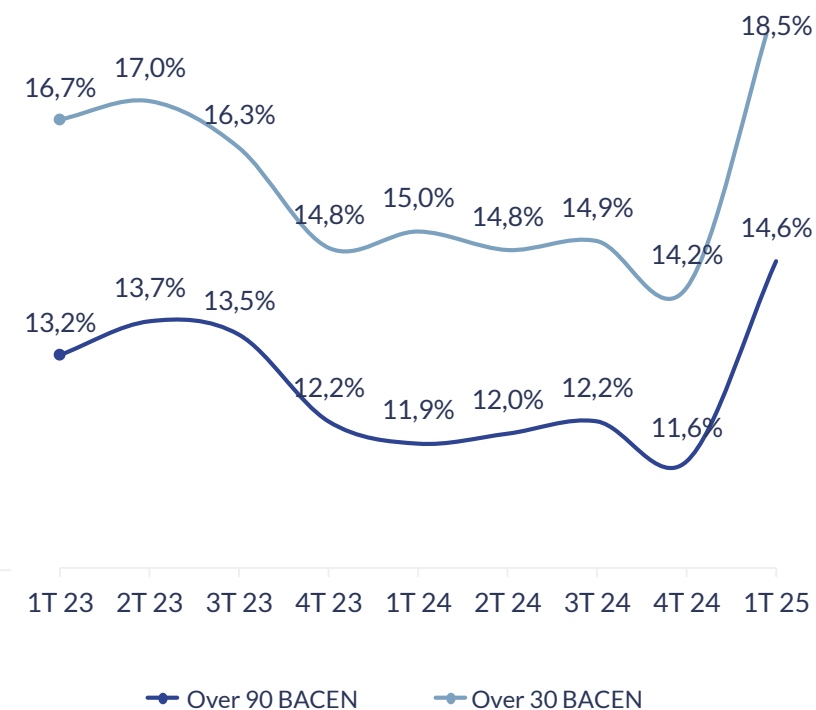
Receita (R\$ bi)



EBITDA (R\$ mi)



**Over 30⁽¹⁾ e Over 90⁽²⁾
(metodologia BACEN)**



(1) Carteira de crédito com atraso de 30 dias/Carteira de crédito total
(2) Carteira de crédito com atraso de 90 dias/Carteira de crédito total

Lucro Líquido, Geração de Fluxo de Caixa e Alavancagem



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

1T 25

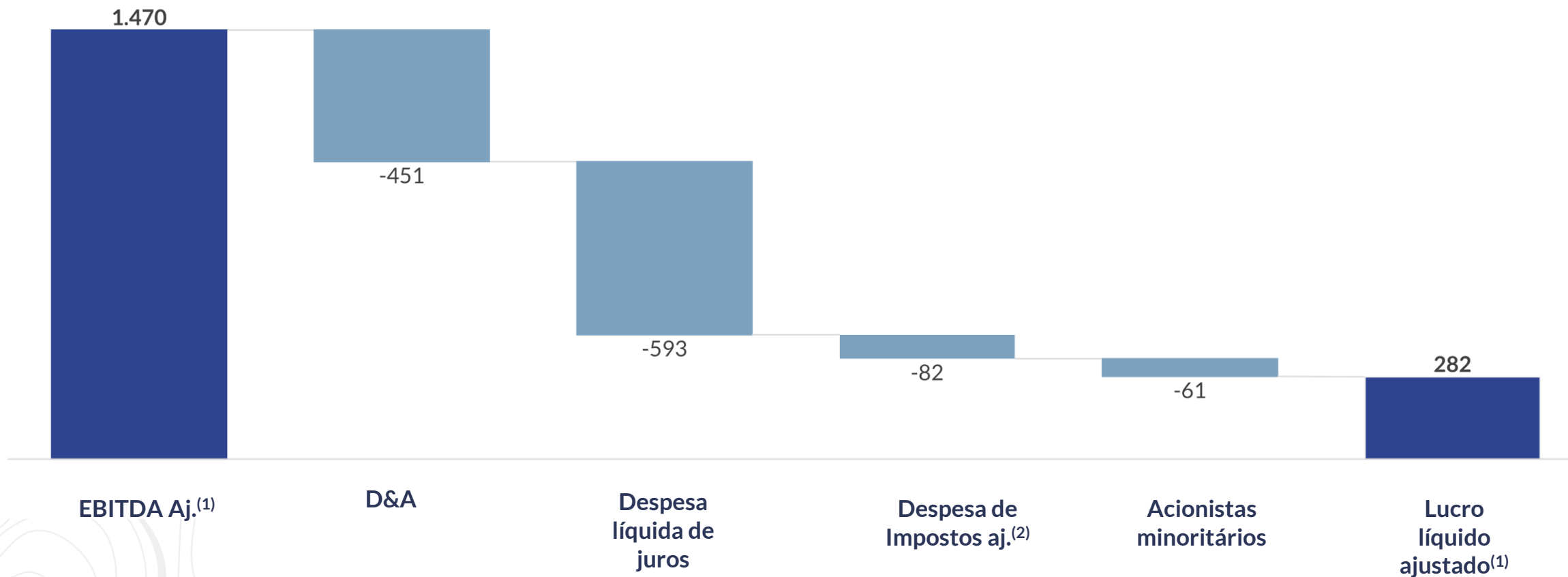
apresentação de resultados



Lucro líquido

Crescimento de resultado operacional, menores taxas da dívida *intercompany* e menor carga tributária

Lucro líquido ajustado – 1T 25 (R\$ mi)



Notas:

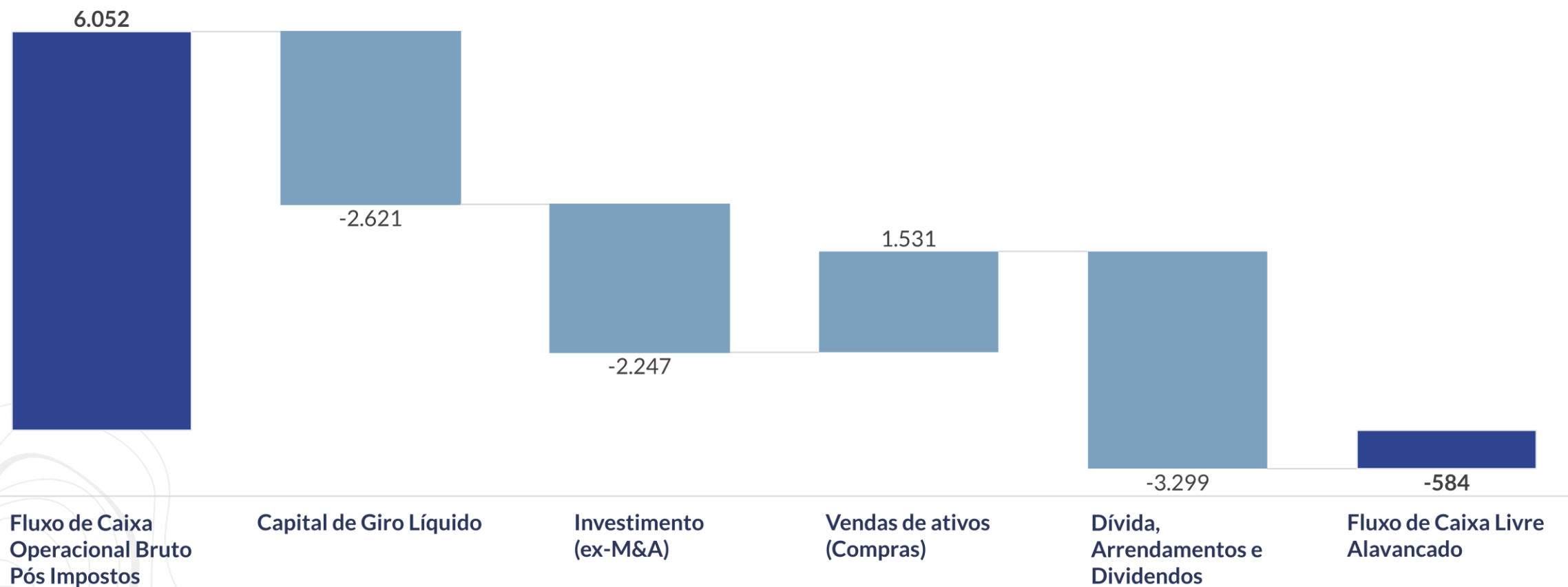
(1) Resultados ajustados para itens não recorrentes;

(2) Ajustado pelo impacto de itens não recorrentes (outras receitas/despesas) e impostos diferidos no contexto de amortização do ágio

Fluxo de caixa

Maior necessidade de capital de giro explicada principalmente pelo efeito de Páscoa

Geração de fluxo de caixa – UDM Março 2025 (R\$ mi)

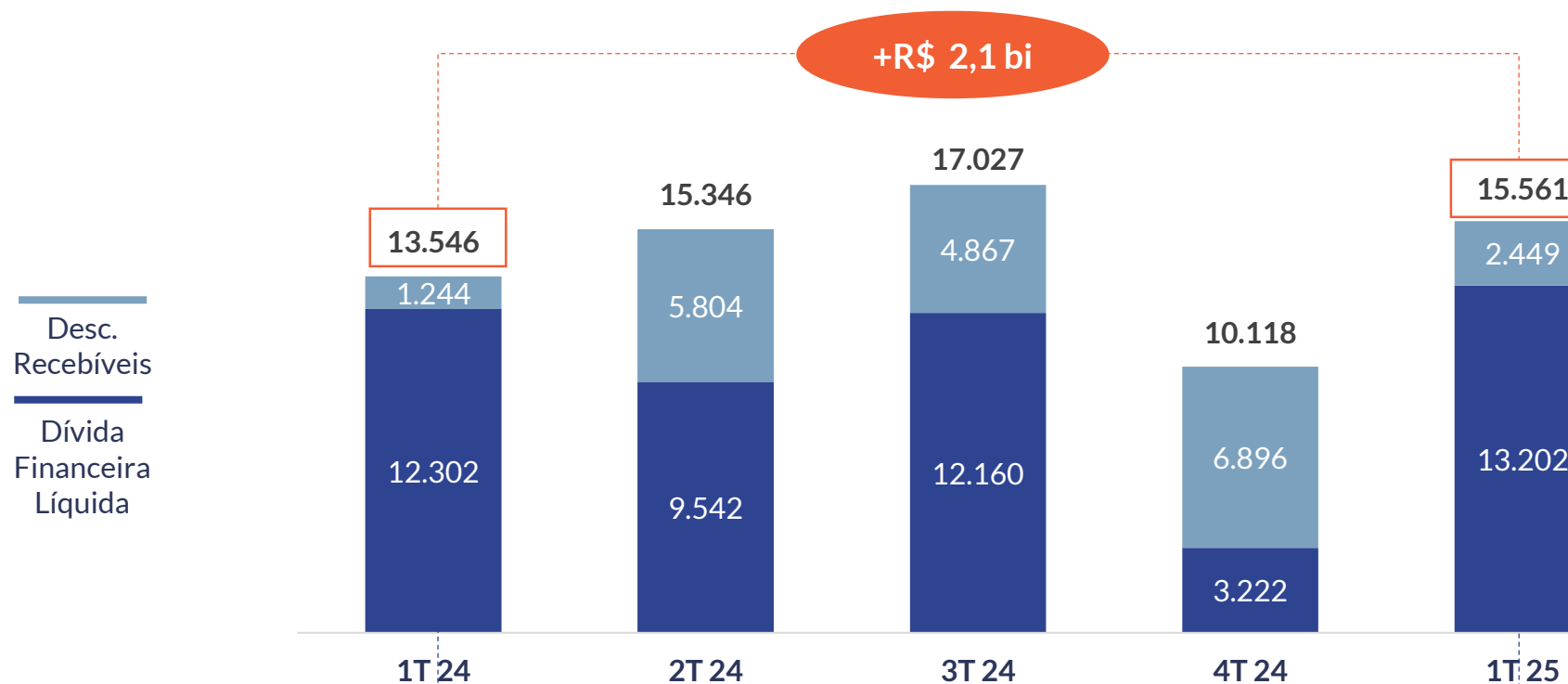


Alavancagem

Índices de alavancagem em linha a/a

Dívida Líquida (R\$ mi)

2024 - 2025



Dívida Líquida/
EBITDA Aj. UDM

Apenas dívida financeira

2,04x

1,51x

1,89x

0,50x

2,02x

Dívida financeira + Desc. rec.

2,24x

2,24x

2,64x

1,56x

2,40x

Perguntas & Respostas



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL



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.

Stéphane Maquaire
CEO

Eric Alencar
CFO

Relação com investidores

☎ +55 11 2103-5200

✉ ribrasil@carrefour.com

🌐 ri.grupocarrefourbrasil.com.br



**GRUPO
CARREFOUR
BRASIL**



Q1 25

results presentation



 GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

Q1 25 Highlights



Expansion

- Cash & Carry:
 - +1 new stores in Q1 25 (organic)
 - +1 new wholesale facility
- Club:
 - No new stores in Q1 25
- Selling or closing of stores:
 - 37 supermarket stores sold by the end of Mar-25 (16 out of them effectively delivered) out of 64 stores currently in the process of divestment



E-commerce

- 11.2% penetration in sales in Q1 25
- Strong +28.9% growth in GMV, reaching R\$3.1 billion in Q1 25
- +65.6% growth in 1P food, reaching R\$1.9 billion in Q1 25



Financial Results

- Gross sales up +3.6%, led by strong sales momentum at Atacadão
- C&C sales up +7.3%, with LfL of +6.9% in Q1 25, above market levels. Solid +15.1% LfL at former Grupo BIG stores converted into Atacadão. EBITDA margin +19bps higher y/y
- Retail with positive LfL growth of 2.6% (ex-petrol) and volume expansion. SG&A as % of net revenues decreased by -117bps
- Sam's Club sales up +1.9%, impacted by calendar effects
- Banco Carrefour's billings up +12.1%. Total credit portfolio +16.2% y/y. EBITDA +11.8% higher y/y to R\$ 228MM
- Adj. EBITDA of R\$ 1.5 Bn, up 3.7% y/y (5.6% mg, in line y/y)
- Adj. net income of R\$ 282MM (1.1% margin)



ESG

Highlights from our ESG strategy:

- **Sustainability Index:** For the second consecutive year, Carrefour Brasil will be part of B3 Corporate Sustainability Index (ISE), ranking top among top 10 companies, jumping from #42 in 2024 to #9 in 2025
- **Sustainability Report:** Publication of the 2024 Annual Sustainability Report, highlighting advances in our ESG strategy and key yearly outcomes
- **Protection of the planet and biodiversity:** Reduction of 56% in Scope 1 and 2 emissions (16 p.p. more than year's goal) (vs. 30% reduction in Q1 24)

Consolidated financial highlights

Grupo Carrefour Brasil CONSOLIDATED HIGHLIGHTS	Q1 25	Q1 24	% Growth
<i>In R\$ MM, except otherwise noted</i>			
Gross sales	28,786	27,788	3.6%
LfL ex-petrol.	5.4%	1.3%	-
Net sales (ex-other revenues)	26,105	24,830	5.1%
Gross profit	5,161	5,047	2.3%
% Gross margin	19.8%	20.3%	-56 bps
SG&A	(3,709)	(3,649)	1.6%
% Net sales	14.2%	14.7%	-49 bps
Adj. EBITDA ^{(1) (2)}	1,470	1,418	3.7%
% Adj. EBITDA margin	5.6%	5.7%	-8 bps
Net income, group share	225	39	476.9%
Adj. Net income, group share	282	52	446.6%

Notes:

(1) Includes intragroup elimination of R\$ 15 million and R\$ 9 million between Bank and Retail in Q1 25 and Q1 24, respectively;

(2) Includes global functions expenses of R\$ 146 million and R\$ 121 million in Q1 25 and Q1 24, respectively

Total sales growth:



3.6%

Gross margin reflecting higher weight of C&C in results as well the negative calendar effect from Easter sales at both Retail and Sam's Club

Cost cutting initiatives, operational leverage from sales growth and converted stores ramp-up

Adj. EBITDA margin reflecting better performance at C&C and Retail offset by weaker margins at Banco Carrefour and Sam's Club

Bottom line benefiting from favorable operating momentum, lower intercompany debt rates and tax burden

Cash & Carry



Q1 25
results presentation



Cash & Carry

Fifth consecutive quarter of above market LfL growth with solid profitability

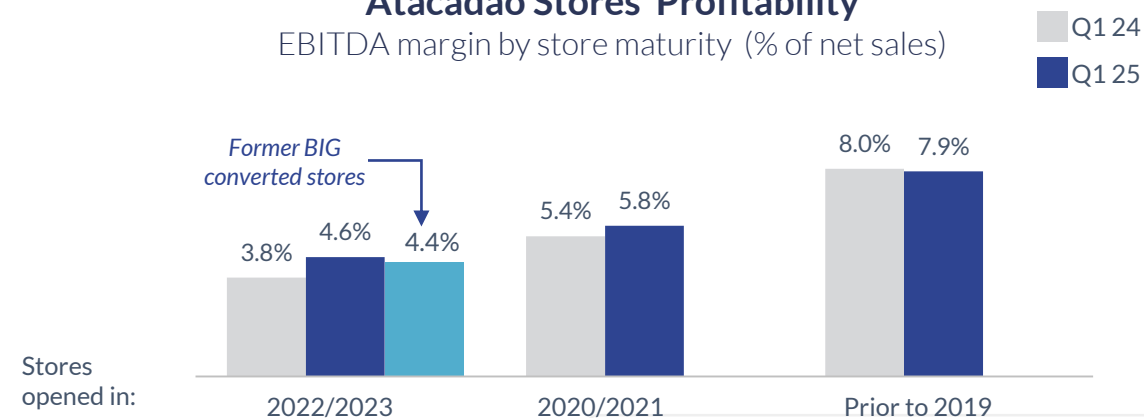
C&C HIGHLIGHTS	Q1 25	Q1 24	% Growth
<i>In R\$ MM, except otherwise noted</i>			
Number of stores (#)	380	366	3.8%
Selling area (sqm)	1,880,223	1,835,924	2.4%
LfL growth	6.9%	1.8%	-
Gross sales	20,680	19,280	7.3%
Net sales (ex-other revenues)	18,791	17,161	9.5%
Gross profit	3,013	2,746	9.7%
% Gross margin	16.0%	16.0%	3 bps
SG&A	(1,744)	(1,621)	7.6%
% Net sales	9.3%	9.4%	-16 bps
Adj. EBITDA	1,273	1,130	12.7%
% Adj. EBITDA margin	6.8%	6.6%	19 bps

Q1 25 highlights

- **+6.9% LfL, above market for the fifth consecutive quarter.** Positive volumes from B2B, given the acceleration of food inflation throughout the quarter
- **Solid performance from former BIG converted stores delivering +15.1% LfL growth** (on top of +20.9% LfL last year)
- **+1 new store and +1 new wholesale facility in Q1 25**
- **Digital sales increasing penetration** to 9.3% of sales, up +330 bps vs. last year (5.9% in Q1 24)
- **Gross profit growing +9.7% y/y**, with stable gross margin
- **Converted stores ramping-up as expected, reaching EBITDA margin at store level of 4.4%** (vs. 4.0% in Q1 24)
- **EBITDA margin up +19bps y/y**, reflecting new stores ramp-up and leading to double-digit EBITDA growth of +12.7% y/y

Atacadão Stores' Profitability

EBITDA margin by store maturity (% of net sales)



Retail



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

Q1 25
results presentation



Retail

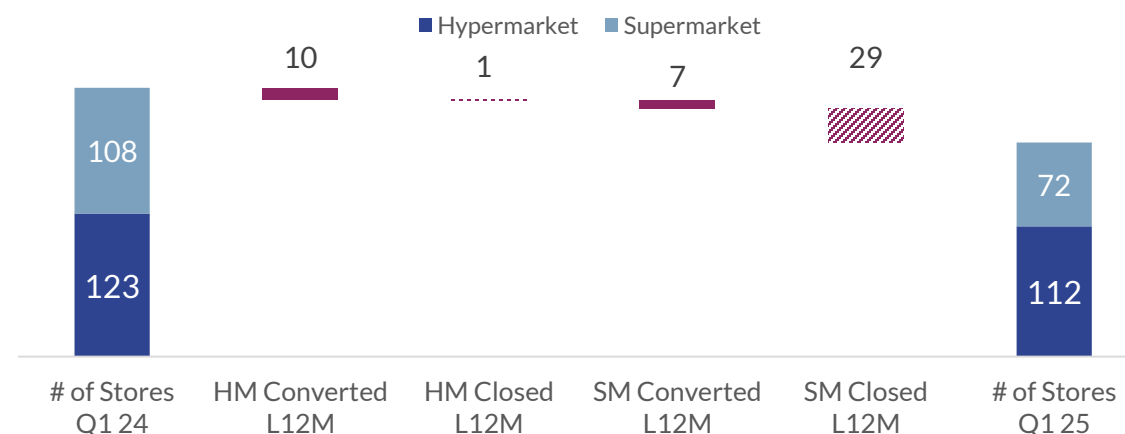
Positive LfL growth with volume expansion. SG&A decrease and profitability virtually in line y/y despite negative Easter calendar effect

RETAIL HIGHLIGHTS	Q1 25	Q1 24	% Growth
<i>In R\$ MM, except otherwise noted</i>			
Number of Hyper (#)	112	123	-8.9%
Selling area (sqm) (HM only)	753,377	814,447	-7.5%
LfL growth	2.6%	-1.4%	-
Gross sales	6,430	6,864	-6.3%
Net sales	5,828	6,219	-6.3%
Gross profit	1,302	1,471	-11.5%
% Gross margin	22.3%	23.7%	-132 bps
SG&A	(1,196)	(1,350)	-11.4%
% Net Sales	20.5%	21.7%	-117 bps
Adj. EBITDA	117	136	-13.8%
% Adj. EBITDA margin	2.0%	2.2%	-17 bps

Q1 25 highlights

- **LfL growth of +2.6%** (3.9% food and +0.8% non-food), with total sales impacted by portfolio optimization initiatives
- **22.3% gross margin (-132 bps y/y)**, reflecting the negative mix effect due to Easter calendar (occurred in Q1 in 2024 and Q2 in 2025)
- **SG&A sharply decreasing by 11.4% y/y (-117 bps y/y as % of net sales)** reflecting our efforts to simplify and streamline operations and reduce costs
- **Adjusted EBITDA margin down by only 17 bps y/y** despite the negative calendar effect on sales during the quarter

Retail Stores Evolution (# stores)



Club



Q1 25

results presentation



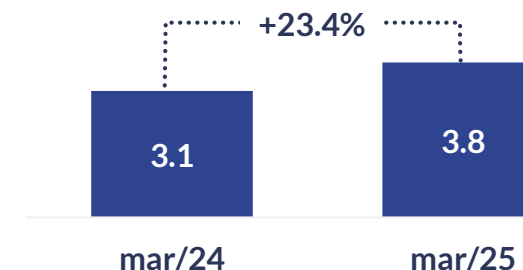
Negatively impacted by Easter calendar effect, currency depreciation and promotional efforts in recent stores openings

SAM'S CLUB HIGHLIGHTS	Q1 25	Q1 24	(%) Growth
<i>In R\$ MM, except otherwise noted</i>			
Number of stores (#)	58	51	13.7%
Selling area (sqm)	321,822	288,855	11.4%
LfL growth	-3.8%	6.9%	-
Gross sales	1,676	1,644	1.9%
Net sales (ex-other revenues)	1,486	1,450	2.4%
Gross profit	296	321	-7.7%
% Gross margin	19.9%	22.1%	-219 bps
SG&A	(286)	(244)	17.3%
% Net sales	19.3%	16.8%	243 bps
Adj. EBITDA	13	79	-83.7%
% Adj. EBITDA Margin	0.9%	5.4%	-456 bps

Q1 25 highlights

- **+1.9% sales growth, with -3.8% LfL** and expansion (+7 stores vs. Q1 24)
- **+23.4% of total members**
- **Member's Mark private label products penetration at 20.1%** (stable y/y)
- **Gross margin decrease (-219bps y/y)** due to the local currency depreciation and product mix impact due to Easter calendar effect
- **Adj. EBITDA** at R\$ 13 million, reflecting the negative impact from Easter sales calendar, the local currency depreciation and promotional efforts in the recent stores openings
- **Digital sales represented 5.8%** of format's total sales (+20 bps y/y)

Total members (in million)



Banco Carrefour



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

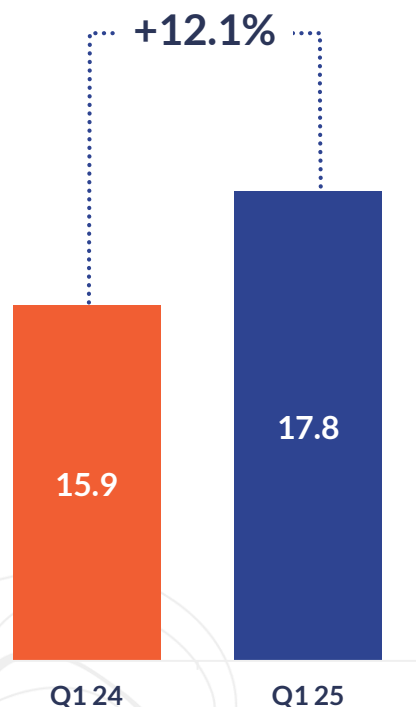
Q1 25
results presentation



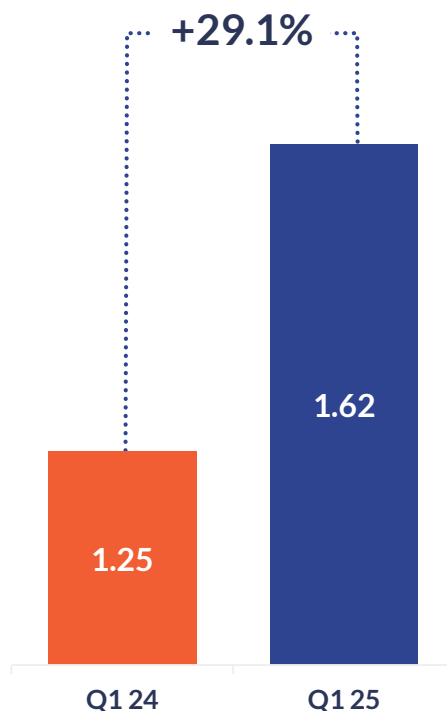
Banco Carrefour

Revenue growth and EBITDA expansion from portfolio growth and cost discipline. New regulation 4966 impacting revenues and delinquency ratios (overdue loans remain in portfolio +30 days))

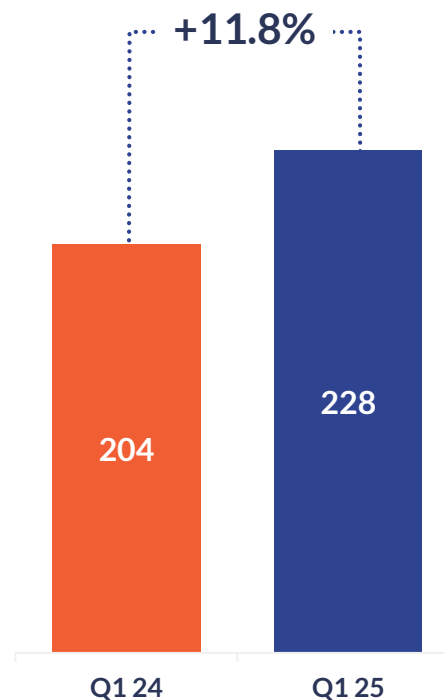
Billings (R\$ Bn)



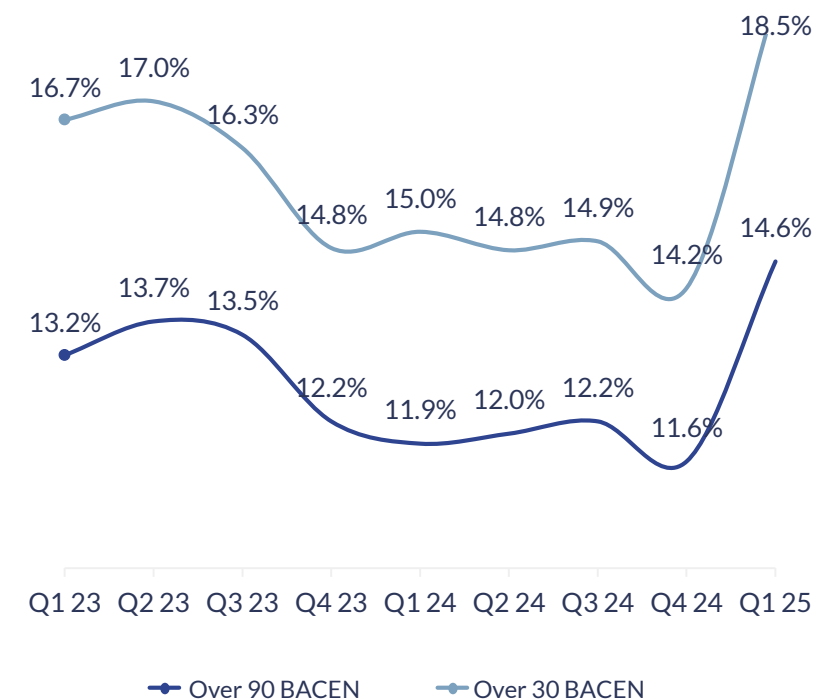
Revenues (R\$ Bn)



EBITDA (R\$ MM)



Over 30⁽¹⁾ and Over 90⁽²⁾
(BACEN methodology)



(1) Credit portfolio over 30 days late/Total credit portfolio
(2) Credit portfolio over 90 days late/Total credit portfolio

Net Income, Cash Flow Generation and Leverage



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

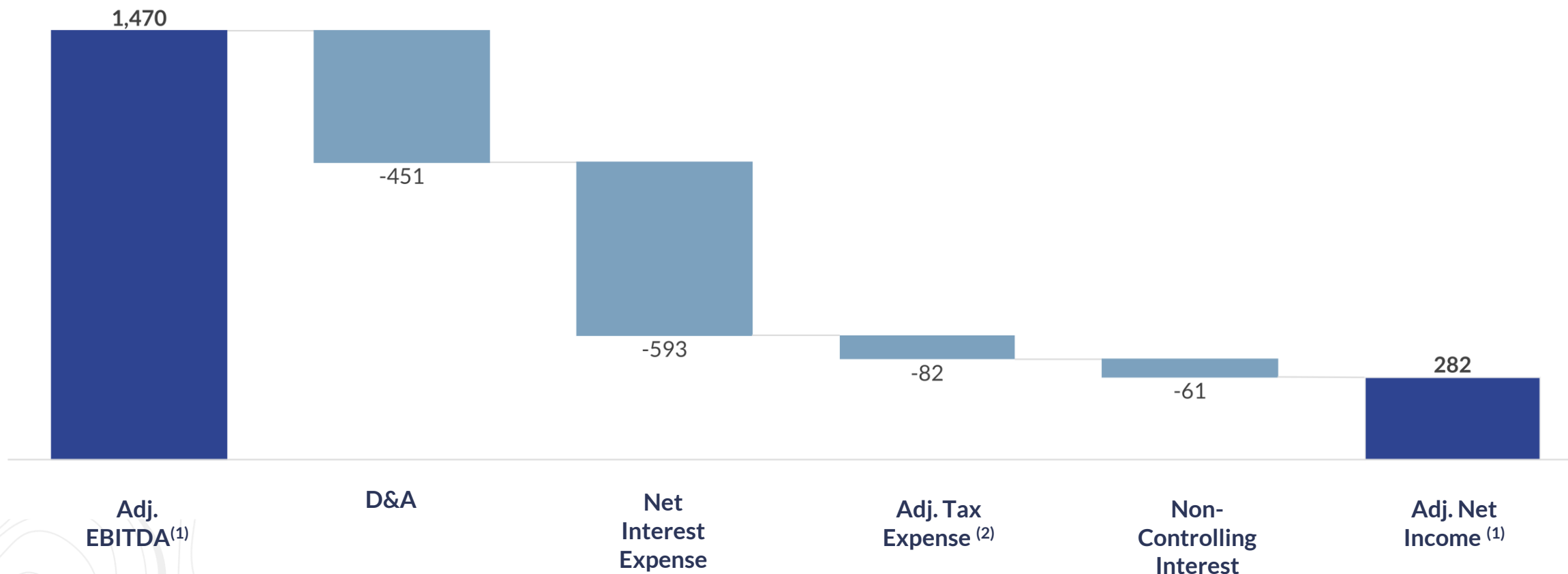
Q1 25
results presentation



Net Income

Operational results growth, lower intercompany loan rates and lower tax burden on bottom line

Adjusted Net Income – Q1 25 (R\$ MM)



Notes:

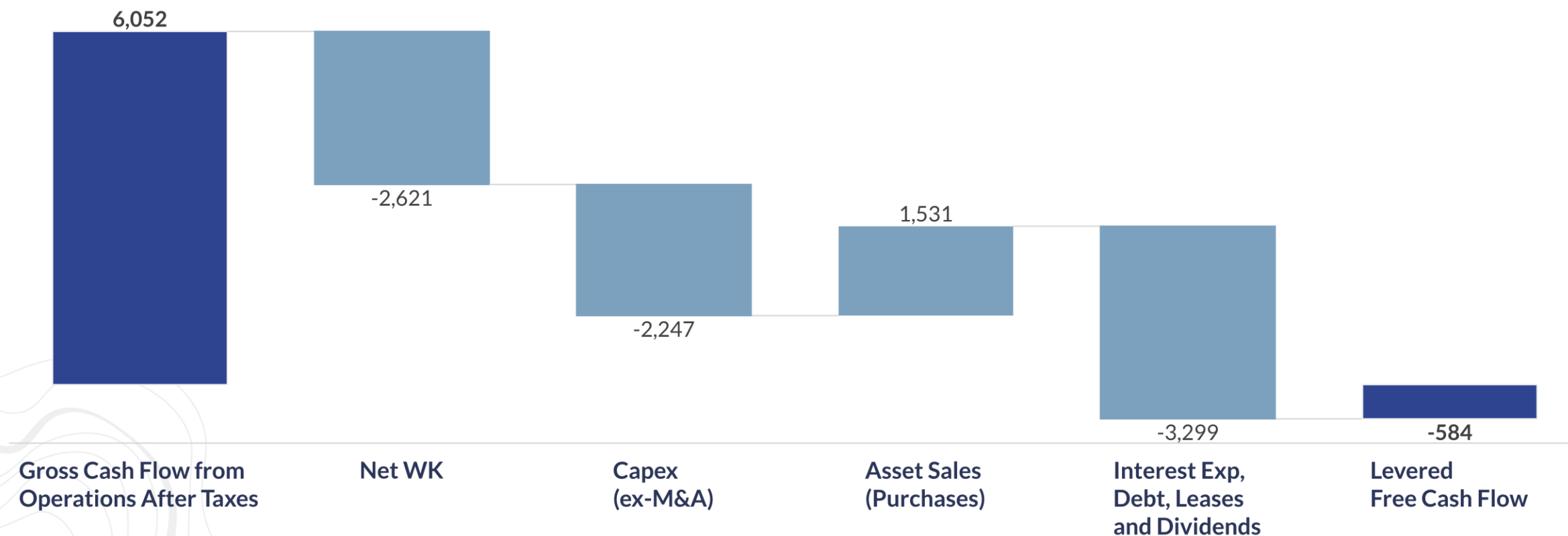
(1) Results adjusted for non-recurring items

(2) Adjusted for the impact of non-recurring items (other income/ expenses) and deferred taxes in the context of goodwill amortization

Cash flow generation

Higher working capital needs mostly explained by Easter calendar effect

Cash Flow Generation – LTM March 2025 (R\$ MM)

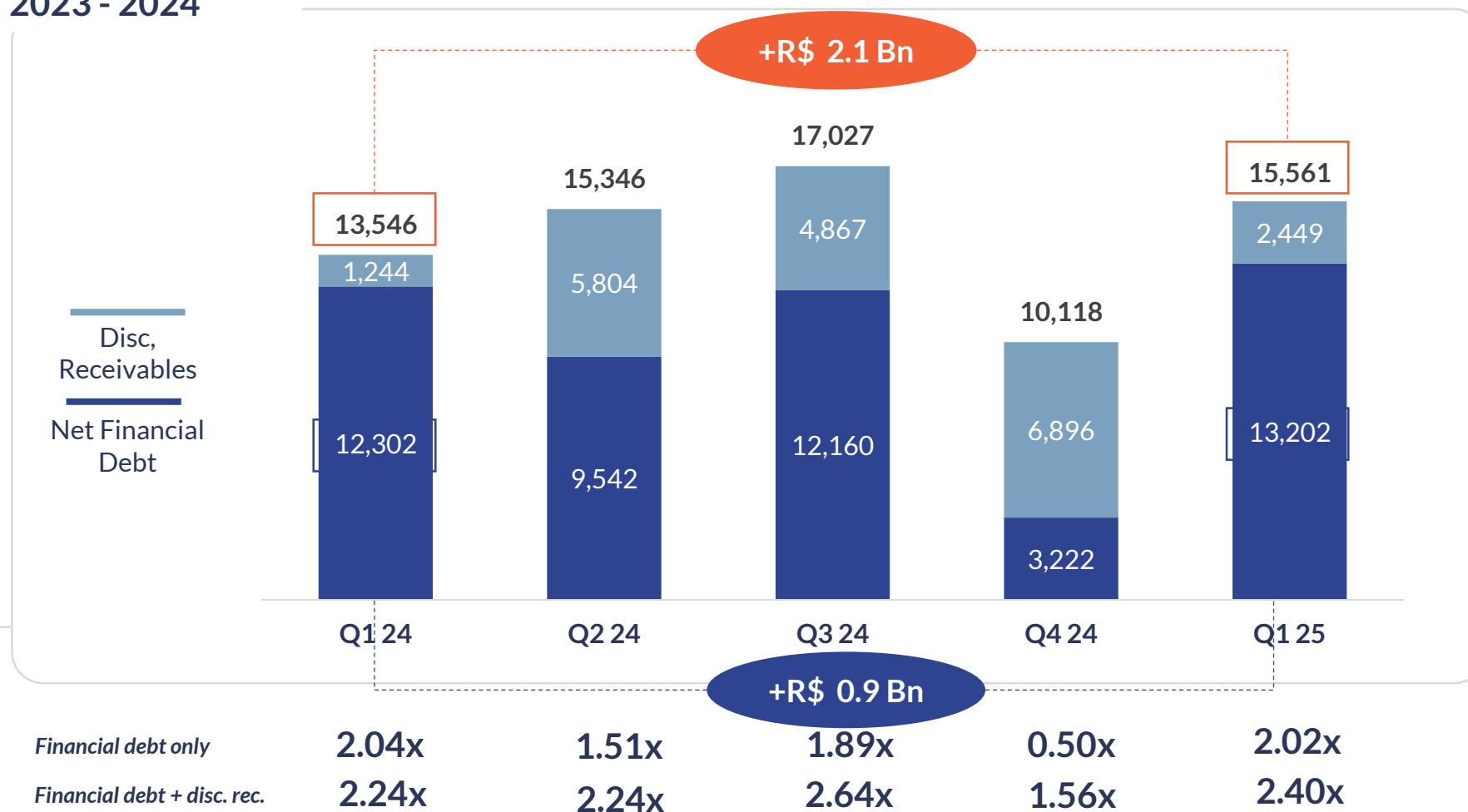


Leverage

Leverage ratios in line y/y

Net Debt (R\$ MM)

2023 - 2024



Net Debt/
Adj. EBITDA LTM

Financial debt only
Financial debt + disc. rec.

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 guarantee 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.

Stéphane Maquaire
CEO

Eric Alencar
CFO

Investor Relations

☎ +55 11 2103-5200

✉ ribrasil@carrefour.com

🌐 ri.grupocarrefourbrasil.com.br



**GRUPO
CARREFOUR
BRASIL**

