

São Paulo, 10 de abril de 2018 – O Grupo Carrefour Brasil (Atacadão S.A.) [B3: CRFB3] anuncia informações preliminares, não auditadas, acerca do desempenho das vendas do 1º trimestre de 2018:

Crescimento de vendas total, sem gasolina, de 6,0% no 1T18
LfL crescimento de 0,4% (+2,3% incluindo efeito calendário) apesar da deflação de alimentos de 4,0%

- **Atacadão: Crescimento de vendas brutas de 5,7% no 1T18 para R\$8,4 bilhões (+R\$0,5 bilhão) mesmo com a persistente deflação de alimentos (-4,0%)⁽¹⁾**
 - Vendas mesmas lojas (LfL) cresceram 0,5% (1,4% incluindo o efeito calendário da Páscoa), em contexto ainda marcado pela forte deflação de alimentos, principalmente das commodities, além de uma base de comparação desafiadora (LfL de +6,3% no 1T17);
 - Crescimento contínuo nos volumes no trimestre;
 - Expansão em linha para alcançar a nova meta anual de 20 novas lojas (vs. 10 a 12 anteriormente): 4 novas lojas já abertas no 1T18, 5 a 6 lojas devem ser abertas no 2T18.
- **Carrefour: Aumento de vendas, sem gasolina, de 6,7% no 1T18 para R\$3,9 bilhões (+ R\$0,3 bilhão)**
 - Vendas mesmas lojas aumentaram 0,1% (4,3% com efeito calendário), refletindo um crescimento sólido durante o período da Páscoa: itens de Páscoa apresentaram aumento de volume de 4,1% (vs Páscoa de 2017);
 - Forte crescimento no e-commerce (+103% vs 11% de crescimento do mercado segundo E-bit), elevando a contribuição no mix de vendas;
 - Crescimento de vendas de dois-dígitos de produtos não alimentares nos hipermercados, com forte crescimento no desempenho da categoria eletrodomésticos, resultado das iniciativas em andamento;
 - Expansão gerou vendas adicionais de 2,4%, principalmente devido à reabertura da loja da Pamplona em Julho de 2017, a abertura da primeira loja Carrefour Market em dezembro e a abertura de novas lojas de conveniência.
- **Banco CSF: aumento no faturamento total de 37,5% no 1T18 para R\$5,8 bilhões (+ R\$1,6 bilhão)**
 - Robusto desempenho do cartão de crédito Carrefour: faturamento 11,3% maior, alcançando R\$ 4,5 bilhões no trimestre (+ R\$ 0,5 bilhão);
 - Cartão de Crédito Atacadão crescendo mais rápido que esperado: faturamento de R\$ 1,1 bilhão no 1T18 (já representando 20% do faturamento total do CSF), apenas 6 meses após a implementação total;
 - Carteira do banco CSF cresceu 23,6% para R\$6,6 bilhões no 1T18, com uma base superior à 7 milhões de cartões (incluindo 1.1 milhões de cartões do Atacadão);
 - Em bases comparáveis, mantivemos uma melhora contínua no perfil de risco da carteira.

O Grupo Carrefour Brasil divulgará os resultados referente ao 1T18 no dia 14 de maio, após o fechamento do mercado. A teleconferência de resultados será realizada no dia 15 de maio, às 11:00 horário de São Paulo, as informações de acesso serão disponibilizadas em breve.

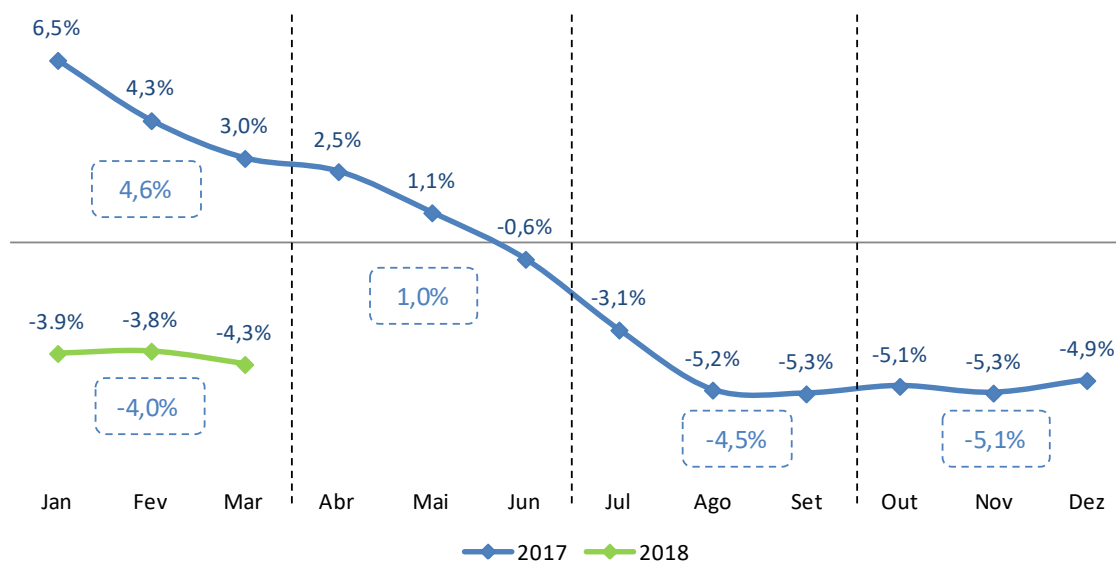
(1) IBGE, Média da inflação de alimentação em casa IPCA para os meses de Janeiro, Fevereiro e Março.

COMENTÁRIOS DO DESEMPENHO – 1T18

No 1T18 as vendas brutas consolidadas do Grupo Carrefour Brasil, excluindo gasolina, atingiram R\$ 12,3 bilhões (ou R\$ 13,0 bilhões incluindo gasolina), uma evolução de 6,0% em contexto de deflação alimentar forte e persistente.

Conforme demonstrado no gráfico abaixo, o indicador IPCA alimentação em casa demonstrou uma pequena melhora sequencial no 1T18 (-4,0%) quando comparado ao 4T17 (-5,1%), mas os preços dos alimentos claramente permaneceram no território deflacionário. O **Grupo Carrefour Brasil enfrentou uma base de comparação desafiadora**, já que a deflação **começou** apenas no **final do 2T17**, enquanto a inflação no 1T17 foi de 4,6%.

Inflação de alimentação em casa



Fonte: IBGE

Nesse contexto econômico desafiador, **Grupo Carrefour Brasil apresentou um aumento de 2,3% nas vendas de mesmas lojas (LFL) sem gasolina (incluindo efeito calendário)**. As vendas nesse primeiro trimestre incluem um efeito calendário significativo e favorável estimado em 2,0%, uma vez que a Páscoa foi em 1T18, mas em 2017 esse evento ocorreu no segundo trimestre. **Excluindo o efeito calendário, o LfL foi de 0,4% no geral.**

O período da Páscoa foi marcado por um sólido desempenho em ambas unidades de negócios, com aumento significativo no volume de itens sazonais.

A Expansão contribuiu com 3,7% do crescimento de vendas, como resultado de novas aberturas no Atacadão e no Carrefour. Nossa estratégia de expansão continua favorecendo formatos de maiores retornos, com ênfase no modelo Cash and Carry: Pela primeira vez, o Grupo Carrefour Brasil abriu 4 novas lojas no modelo Cash and Carry no 1T18. No final de Março, o Grupo Carrefour Brasil atingiu um total de 638 lojas, das quais 173 eram Atacadão (150 lojas e 23 atacados).

Para o ano de 2018, o Grupo Carrefour Brasil estima abrir 20 novas lojas do Atacadão, 20 lojas de conveniência Express e 10 novas lojas de supermercado no formato Market.

VENDAS POR SEGMENTO – 1T18

	1T 2018				
<i>ex-gasolina</i>	Vendas Brutas (R\$mm)	LFL sem efeito calendário	LFL total ⁽¹⁾	Expansão	Crescimento Total
Atacadão	8.370	0,5%	1,4%	4,3%	5,7%
Carrefour	3.919	0,1%	4,3%	2,4%	6,7%
Grupo	12.289	0,4%	2,3%	3,7%	6,0%

⁽¹⁾ Efeito calendário: foi positivo em 4,2% no Carrefour e 0,9% no Atacadão

Atacadão: Crescimento apesar de uma base de comparação desafiadora e deflação de alimentos

As vendas brutas do Atacadão no 1T18 apresentou um aumento de 5,7% para R\$ 8,4 bilhões, nos quais 0,5% Lfl (1,4% incluindo o efeito calendário). A deflação de alimentos (-4,0% no 1T18) ainda estava alta em commodities, em especial no feijão (-35,8%), açúcar (-14,5%) e arroz (-11,2%) segundo dados do IPCA, e assim limitou temporariamente o crescimento de vendas do Atacadão. Nesse contexto, o Lfl positivo do Atacadão foi apoiado por ganhos contínuos nos volumes vendidos.

A expansão trouxe um crescimento adicional de 4,3% nas vendas, pois o Atacadão abriu 11 novas lojas e uma operação de atacado de entrega em 2017, além de 4 novas lojas no primeiro trimestre de 2018. Esperamos abrir mais 16 lojas em 2018 (atingindo 20 aberturas pela primeira vez), de forma consistente ao longo do ano (5 ou 6 novas lojas esperadas para o segundo trimestre).

Carrefour: Forte desempenho nas vendas de não-alimentos, alimentos continuam sendo impactados pela deflação; efeito Páscoa foi bastante positivo

No 1T18 as vendas brutas do Carrefour, excluindo gasolina, aumentaram 6,7% para R\$ 3,9 bilhões, dos quais as vendas mesmas lojas (Lfl) foram positivas em 0,1% (4,3% incluindo o efeito calendário). As vendas de não-alimentos mantiveram um forte desempenho no trimestre, com crescimento de dois dígitos, impulsionados pelos eletrodomésticos, como resultado de iniciativas contínuas para dinamizar o desempenho de vendas do hipermercado. O comércio eletrônico foi o formato que mais cresceu dentro do Carrefour (+ 103%) e respondeu por 6,3% das vendas, sem gasolina, no 1T18 em comparação com pouco mais de 3% no 1T17.

As categorias de alimentos permaneceram impactadas pela deflação de alimentos no trimestre. A oferta comercial da Páscoa teve um bom desempenho: os Hipermercados apresentaram fortes aumentos de volume de vendas (4,1%) em relação à Páscoa 2017 (que foi no 2T17), especialmente em chocolates, óleos, vinhos e itens sazonais (crescimento de 10% ou mais nessas categorias).

Banco CSF: Forte faturamento no 1T18, com cartões Atacadão representando 20% do total.

No 1T18, o faturamento total do Banco CSF cresceu 37,5%, para cerca de R \$ 5,8 bilhões. O faturamento do cartão de crédito Carrefour cresceu 11,3%, para R \$ 4,5 bilhões. O faturamento com cartões de crédito Atacadão atingiu R\$ 1,1 bilhão e representou 20% do total. A carteira total de crédito cresceu 23,6%, para R \$ 6,6 bilhões, ao final de março e o número de cartões totalizou 7,3 milhões, com mais de 1.1 milhões de cartões Atacadão. A qualidade geral do crédito continua a melhorar, em bases comparáveis.

	1T18		
Em Reais R\$ milhões	2018	2017	Δ
Faturamento cartão Carrefour	4.538	4.079	11,3%
Faturamento cartão Atacadão	1.157	26	nm
Outros produtos*	86	100	-13,9%
Faturamento Total	5.782	4.205	37,5%
Total da carteira de Crédito	6.633	5.367	23,6%

*Outros produtos = empréstimo pessoal e pague contas.

CARREFOUR 2022 REALIZAÇÕES E PERSPECTIVAS

O Carrefour Brasil é líder em varejo físico no Brasil, presente em ambos segmentos Varejo e Cash & Carry. As recentes iniciativas de estratégia omnichannel e o desenvolvimento de nosso e-commerce alimentar e de não-alimentar deve, não somente alavancar, mas também complementar, nossa rede de lojas exclusivas e a experiência do consumidor em geral. Os destaques comerciais do 1T18 no Grupo Carrefour Brasil, no âmbito do plano de transformação do Grupo Carrefour (*Carrefour 2022*) incluiu:

- (i) **Diferenciação de Hipermercados:** Nós estamos aumentando gradualmente as especificidades dos nossos hipermercados quando comparados com os concorrentes, em particular através da ampliação da relevância e qualidade da nossa oferta em produtos frescos, concentrando a nossa oferta não alimentar em menos categorias nas quais nos beneficiamos do forte reconhecimento do cliente e também através do ajuste fino dos nossos preços, em particular em um número limitado de lojas mais afetadas no que diz respeito aos preços praticados na zona de atração. Também lançamos iniciativas adicionais, como: (i) aumentar a oferta de marca própria com o relançamento das marcas Carrefour “Viver” e “Sabor e Qualidade”, (ii) aumentar a oferta de produtos “garantia de origem do Carrefour”, (iii) desenvolver lanches internos e pratos prontos para consumo sob o rótulo “Feito aqui” e (iv) otimizar iniciativas de venda cruzada e promoções como os “sábados imbatíveis”, todos com o objetivo de impulsionar as vendas e já apresentando resultados promissores para alguns deles
- (ii) **Aceleração na expansão do modelo Cash & Carry:** com quatro novas lojas Atacadão no 1T18: uma em Roraima, uma na Bahia e duas Rio de Janeiro. Esse aumento é significativo para o primeiro trimestre, representando um aumento na área de vendas, ano contra ano, de 8,5% para 953.844 metros quadrados.
- (iii) **Iniciativas omnichannel e digitais adicionais:**
 - *E-commerce:* Nossas vendas de e-commerce apresentaram um desempenho 9 vezes superior à média do mercado no trimestre;
 - Vendas: Nosso GMV apresentou crescimento de 103% no 1T18, sendo que 1P cresceu 80,6%. Marketplace representou 11% do GMV total.
 - Destaques Operacionais: Nosso ticket médio (+13%) e número de pedidos (+90%) apresentaram uma evolução bem superior ao do mercado. O número total de “sellers” em nosso marketplace alcançou 134 ao final de março vs. 75 em dezembro. Em 1T18, estendemos a opção de colocar pedidos de e-commerce de alimentos através de nosso website, o que resultou em um aumento de mais de dez vezes no volume de pedidos. Adicionalmente, ampliamos o alcance da área de entrega de e-commerce alimentar na cidade de São Paulo.
 - *Digital:* Estamos implementando uma opção de pagamento automatizada em nossos postos de gasolina, o que reduzirá os custos operacionais e melhorará ainda mais a rentabilidade nesse segmento. Um total de 12 postos de gasolina já estão equipados com “self check-out” automático e esperamos implementar essa opção de pagamento na maioria dos nossos postos até o final do ano.
 - *Meu Carrefour:* Desde o seu lançamento em outubro, aumentamos significativamente o percentual de clientes identificados em nossas lojas para 61% em março/18, comparado a menos de 40% em outubro/17. Nossa base de clientes está próxima a 6,6 milhões de clientes, com aumento de 95% desde o lançamento, com mais de 900.000 downloads do aplicativo Meu Carrefour. Planejamos continuar aumentando o número de clientes e ter 65% dos clientes que comprem em nossas lojas identificados até o final do ano.

INDICADORES OPERACIONAIS – 1T18

Fecharemos uma loja de hipermercado em abril na cidade de São Paulo, pois o proprietário pediu de volta o imóvel para desenvolver um novo empreendimento imobiliário no local da loja. Esta era uma das poucas lojas alugadas entre nossos hipermercados cuja área de vendas era de 5.508 m².

Lojas	Dezembro 2017	Aberturas 1T18	Março 2018	Δ
Hipermercados	103		103	-
Supermercados	41		41	-
Conveniência	119		119	-
Cash & carry	146	4	150	+4
Atacado de serviço	23		23	-
Postos de gasolina	76		76	-
Farmácias	126		126	-
Total	634	4	638	+4

Área de Vendas	Março 2017	Dezembro 2017	Março 2018	Δ Mar/18 vs. Mar/17	Δ Mar/18 vs. Dez/17
Cash & Carry	879.425	930.017	953.844	8,5%	2,6%
Hipermercados	720.780	723.110	723.110	0,3%	-
Supermercado	62.648	63.006	63.006	0,6%	-
Conveniência	14.630	22.111	22.111	51,1%	-
Farmácias	30.522	31.347	31.347	2,7%	-
Postos de gasolina	7.862	8.081	8.081	2,8%	-
Área de vendas total (m2)	1.715.867	1.777.672	1.801.499	5,0%	2,6%

Relações com Investidores

Sébastien Durchon

Vice-Presidente de Finanças e Diretor de Relações com Investidores

Daniela Bretthauer

Diretora de Relações com Investidores

Christelle Freire

Coordenadora de Relações com Investidores

Leticia Montagnani

Coordenadora de Relações com Investidores

Telefone: +55 11 3779-8500

ribrasil@carrefour.com

www.grupocarrefourbrasil.com.br

Sobre o Grupo Carrefour Brasil

Há 42 anos no Brasil, o Grupo Carrefour Brasil é reconhecido como empresa pioneira no mercado de distribuição de alimentos. A companhia está presente em todos os estados do país através das lojas do Atacadão e nas operações do atacado de entrega, Carrefour Hipermercados, Carrefour Bairro Supermercados, Carrefour Market, lojas de conveniência Carrefour Express, Carrefour.com, plataforma de e-commerce não alimentar e alimentar, além de oferecer serviços diversos para a conveniência dos clientes, como postos de combustível e drogarias. O Grupo Carrefour também controla e opera o braço de crédito ao consumidor, Carrefour Soluções Financeiras, cujo propósito é dar suporte às atividades de atacado e varejo do Grupo. A cada mês, cerca de 22 milhões de compras são registradas em seus mais de 638⁽¹⁾ pontos de vendas. Com faturamento de R\$ 49,7 bilhões no Brasil em 2017 e uma equipe de mais de 80 mil colaboradores, a empresa é a maior distribuidora de alimentos do país e a segunda maior operação do Grupo Carrefour no mundo. O Grupo Carrefour está presente em mais de 30 países, sendo 10 com operações próprias, emprega mais de 384 mil colaboradores. Com cerca de 12 mil lojas espalhadas pela Europa, Ásia e América Latina, o Grupo Carrefour está presente na vida de 105 milhões de clientes. Atualmente, cerca de 13 milhões de compras são realizadas a cada dia em seus diversos formatos distribuídos pelo mundo. Em 2017, o total de vendas gerado pelas bandeiras do Grupo (operações próprias, parcerias e franquias) totalizou € 88,2 bilhões.

⁽¹⁾ 31 de março de 2018

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 à um grande número de riscos e incertezas, incluindo mas não limitado aos riscos descritos no 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.

As informações apresentadas são preliminares, não auditadas e sujeitas à revisão, e foram calculadas com base em números consolidados e em R\$.



São Paulo, April 10, 2018 - Grupo Carrefour Brasil (Atacadão S.A.) [B3: CRFB3] announces its preliminary and non-audited first-quarter 2018 sales performance:

Total gross sales ex-petrol up 6.0% in Q1 2018 LfL up 0.4% (+2.3% inc. calendar effect) despite food deflation of 4.0%

Atacadão: Total sales growth of 5.7% in Q1 to R\$8.4 billion (+ R\$0.5 billion) despite persistent food deflation (-4.0%)⁽¹⁾

- LfL sales up 0.5% (1.4% including Easter calendar effect), in a context still marked by sharp food deflation, particularly of commodities, and a challenging comparable base (+6.3% LfL in Q1 2017);
- Continuous growth of volumes over the quarter;
- Expansion on track to achieve the new annual target of 20 openings (vs. 10 to 12 previously): 4 new stores already opened in Q1 2018, 5 to 6 stores to be opened in Q2.

• **Carrefour Retail: Total sales ex-petrol up 6.7% in Q1 to R\$3.9 billion (+ R\$0.3 billion)**

- LfL sales up 0.1% (4.3% inc-calendar), reflecting a solid performance during the Easter period: Easter item volumes up 4.1% (vs Easter 2017);
- Strong growth of e-commerce (+103% vs 11% for the industry as per E-bit), leading to a greater contribution to the sales mix;
- Double-digit growth in non-food sales in hypermarkets, with a strong performance in appliances, as a result of ongoing initiatives;
- Expansion generated additional sales growth of 2.4% mainly due to the reopening of the Pamplona store in July 2017, the opening of the first Market compact supermarket in December 2017 and the continued opening of convenience stores.

• **Banco CSF: total billings up 37.5% in Q1 to R\$5.8 billion (+ R\$1.6 billion)**

- Robust performance of Carrefour credit card: billings up 11.3% to R\$4.5 billion (+ R\$0.5 billion);
- Atacadão credit card growing faster than expected: billings of R\$1.1 billion in Q1 (already 20% of CSF's total billings), only 6 months after the completion of the roll-out;
- CSF's credit portfolio rose by 23.6% to R\$6.6 billion in Q1, with a little over 7 million cards issued at the end of March (including 1.1 million Atacadão cards);
- Continued improvement in risk profile.

• **Grupo Carrefour Brasil is scheduled to release its Q1 results on May 14 after market close. Q1 earnings call will take place on May 15 at 11:00 am São Paulo time, dial-in details to follow.**

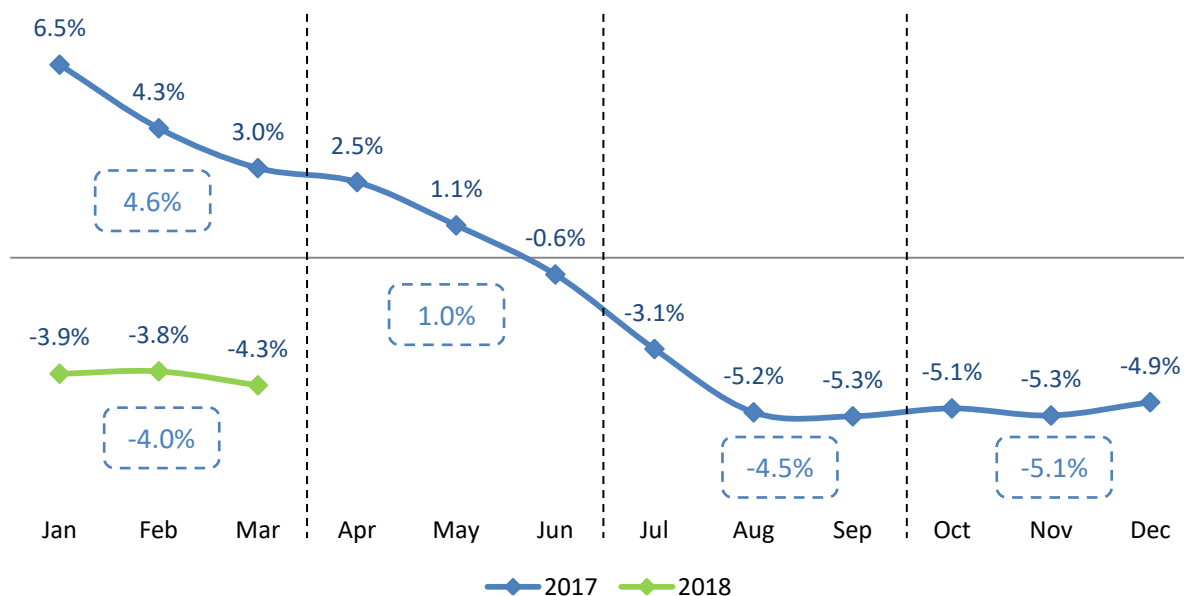
(2) IBGE, Average in Q1 of IPCA food at home for months of January, February and March.

Q1 2018 SALES

In Q1 2018, Grupo Carrefour Brasil's consolidated sales reached R\$12.3 billion ex-petrol (or R\$13.0 billion including petrol), up 6.0%, in a context of persistent and sharp food deflation.

As illustrated below, the IPCA Food at Home index showed a small sequential improvement in Q1 2018 (-4.0%) compared to Q4 2017 (-5.1%), but food prices clearly remained in deflationary territory. Grupo Carrefour Brasil faced a challenging comparable base as deflation started only at the end of Q2 last year, while inflation in the first quarter of 2017 was 4.6%.

Food Inflation IPCA – Food at home



Source: IBGE

In this challenging economic context, Grupo Carrefour Brasil posted sales growth of 2.3% on a like-for-like basis ex-petrol (including calendar). This first quarter includes a significant and favorable calendar impact estimated at 2.0%, as Easter was in Q2 last year and in Q1 this year. Excluding this calendar impact, LfL was 0.4% overall.

The Easter period was marked by a solid performance in both business units, with significant increase in volumes of seasonal items.

Expansion accounted for a further 3.7% of sales growth, as a result of further openings at both Atacadão and Carrefour. Our expansion strategy continues to favor higher return formats with a greater emphasis on Cash and Carry: for the first time ever, Grupo Carrefour Brasil opened 4 new cash and carry stores in Q1. At end March, Grupo Carrefour Brasil's total store network reached 638, of which 173 Atacadão stores (150 stores and 23 wholesales).

For full-year 2018, Grupo Carrefour Brasil expects to open 20 new Atacadão stores, 20 Express convenience stores and 10 new supermarket stores under the Market format.

SALES BY SEGMENT – Q1 2018

<i>ex-petrol</i>	Q1 2018				
	Gross Sales (R\$m)	LFL (1)	LFL inc-calendar	Expansion	Total growth
Atacadão	8,370	0.5%	1.4%	4.3%	5.7%
Carrefour Retail	3,919	0.1%	4.3%	2.4%	6.7%
Group	12,289	0.4%	2.3%	3.7%	6.0%

⁽²⁾ Calendar effect was positive 4.2% at Carrefour and 0.9% at Atacadão

Atacadão - Cash and Carry: Growth despite challenging comparable base and food deflation

Atacadão's Q1 gross sales were up 5.7% to R\$8.4 billion, of which 0.5% LfL (1.4% inc-calendar effect). Food deflation (-4.0% in Q1) was still high in commodities, in particular in beans (-35.8%), sugar (-14.5%) and rice (-11.2%) as per IPCA in Q1, and thus temporarily limited Atacadão's sales growth. In this context, Atacadão's growth was supported by continuous gains in sales volumes.

Expansion brought an additional 4.3% growth in sales, as Atacadão opened 11 stores and one wholesale operation in 2017, as well as 4 new stores in Q1 2018 alone. We expect to open 16 more stores in 2018 (reaching 20 openings for the first time), on a consistent basis throughout the year (5 or 6 new stores expected in Q2).

Carrefour Retail: Strong non-food sales, food remains impacted by deflation; positive Easter boost

In Q1, Carrefour sales ex-petrol were up 6.7% to R\$3.9 billion, of which 0.1% LfL (4.3% including calendar effect). Non-food sales maintained a strong performance in the quarter, growing in double-digits, driven by appliances, as a result of ongoing initiatives to dynamize hypermarket sales performance. E-commerce was the fastest-growing format within Carrefour Retail (+103%) and accounted for 6.3% of sales, ex-petrol, in Q1 2018, compared with a little over 3% in Q1 2017.

Food categories remained impacted by food deflation across the quarter. The Easter commercial offer produced a good performance: hypermarkets posted strong increases in volumes (4.1%) compared to Easter 2017 (which was in Q2), especially in chocolates, oils, wines and seasonal items (growth of 10% or more in those categories).

Banco CSF: Strong billings in Q1, with Atacadão cards accounting for 20% of total

In Q1, Banco CSF's total billings rose by 37.5% to about R\$5.8 billion. Carrefour credit card billings were up 11.3% to R\$4.5 billion. Atacadão credit card billings reached R\$1.1 billion and represented 20% of the total. The total credit portfolio rose by 23.6% to R\$6.6 billion at the end of March and the number of cards totaled 7.3 million, with over 1.1 million Atacadão cards. Overall credit quality continued to improve, on the same basis of comparison.

In R\$ million	Q1		
	2018	2017	Δ
Billings Carrefour credit card	4,538	4,079	11.3%
Billings Atacadão credit card	1,157	26	nm
Other products*	86	100	-13.9%
Total billings	5,782	4,205	37.5%
Total Credit portfolio	6,633	5,367	23.6%

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

CARREFOUR 2022 ACHIEVEMENTS AND OUTLOOK

Grupo Carrefour Brasil is the leading physical retailer in Brazil, present in both Retail and Cash & Carry segments. Recent omnichannel strategy initiatives and the development of our food and non-food e-commerce offer should not only leverage, but also complement, our unique store network and overall customer experience strategy. Q1 commercial highlights at Grupo Carrefour Brasil, within the framework of Carrefour Group's transformation plan (*Carrefour 2022*) included:

- (iv) **Differentiation of Hypermarkets:** We have been gradually increasing the specificities of our hypermarkets when compared with competitors, in particular by amplifying the relevance and the quality of our offer in fresh products, by focusing our non-food offer on fewer categories in which we benefit from strong customer recognition and by optimizing our cost structure. We also launched additional initiatives such as: (i) increasing private label offer with the re-launch of Carrefour brands "Viver" and "Sabor e Qualidade", (ii) increasing the offer of "quality of origin by Carrefour" products, (iii) developing in-house snacks and ready-to-eat dishes under the label "Feito aqui" and (iv) optimizing cross-sale initiatives and promotions such as "sábados imbatíveis", all aiming to boost sales and already showing promising results for some of them.
- (v) **Acceleration of expansion in Cash & Carry,** with four new Atacadão stores opened in Q1: one in Roraima, one in Bahia and two in Rio de Janeiro. This is significant for a first quarter and represents sales area growth of 8.5% year-on-year to a total of 953,844m² in this segment.
- (vi) **Additional omnichannel and digital initiatives:**
 - *E-commerce:* Our e-commerce sales growth outperformed the industry by 9x in Q1.
 - Sales: Our GMV grew 103% year on year in Q1, with 1P up 80.6%. Marketplace represented 11% of the total.
 - Operating highlights: Our average ticket (+13% YoY) and number of orders (+90% YoY) were also significantly above the industry average. The number of sellers in our marketplace reached 134 in March/18 compared with 75 in December/17. In Q1, we extended the option to place food e-commerce orders via our website which resulted in a more than tenfold increase in the volume of orders. In addition, we expanded the reach of our delivery of food e-commerce in the city of São Paulo.
 - *Digital:* We are also implementing a self-checkout payment option in our gas stations which will reduce operating costs and improve profitability in this segment. A total of 12 gas stations are already equipped with self check-out and we expect to roll this out in most of our gas stations by year-end.
 - *Meu Carrefour:* Since its launch in October, we have significantly increased the percentage of identified customers in our stores to about 61% in March from less than 40% in October. Our customer base is close to 6.6 million customers, 95% increase since launch, with over 900,000 downloads of the Meu Carrefour app. We plan to continue to grow the number of customers and have 65% of customers that shop at our stores identified by year-end

STORE NETWORK – Q1 2018

We will close one hypermarket store in the city of São Paulo at the end of April as the landlord requested that Carrefour return the store in order to develop a shopping mall in its place. This store was one of the few leased store within our hypermarkets with sales area of 5,508 m².

N° of stores	December 2017	Openings Q1	March 2018	ΔChange
Hypermarkets	103		103	-
Supermarkets	41		41	-
Convenience	119		119	-
Cash & carry	146	4	150	+4
Wholesale	23		23	-
Gas Stations	76		76	-
Drugstores	126		126	-
Group	634	4	638	+4

Sales area	March 2017	December 2017	March 2018	ΔChange Mar/18 vs Mar/17	ΔChange Mar/18 vs Dec/17
Cash & Carry	879,425	930,017	953,844	8.5%	2.6%
Hypermarkets	720,780	723,110	723,110	0.3%	-
Supermarket	62,648	63,006	63,006	0.6%	-
Convenience Stores	14,630	22,111	22,111	51.1%	-
Drugstores	30,522	31,347	31,347	2.7%	-
Gas Stations	7,862	8,081	8,081	2.8%	-
Total sales area (m²)	1,715.867	1,777,672	1,801,499	5.0%	1.3%

Investor Relations

Sébastien Durchon

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

Daniela Bretthauer

Investor Relations Director

Christelle Freire

IR Coordinator

Leticia Montagnani

IR Coordinator

Telephone: +55 11 3779-8500

e-mail: ribrazil@carrefour.com

website address: www.grupocarrefourbrasil.com.br

About Grupo Carrefour Brasil

Present for 42 years in Brazil, Grupo Carrefour Brasil is recognized as a pioneer in the food distribution market. The company is present in every state of Brazil through its Atacadão Cash and Carry stores and delivery wholesale operations, its Carrefour Hypermarkets, Carrefour Bairro Supermarkets, Carrefour Market, Carrefour Express convenience stores and its Carrefour.com non-food and food e-commerce platform. In addition, it offers various services for the convenience of customers, such as gas stations and drugstores. Grupo Carrefour Brasil also controls and operates a strong consumer credit arm, Carrefour Soluções Financeiras, whose purpose is to support the Group's C&C and Retail activities. Each month, approximately 22 million purchases are made in its 638⁽¹⁾ points of sales. With sales of R\$49.7 billion in Brazil in 2017 and more than 80,000 employees, the company is the largest food distributor in the country and the second largest operation of the Carrefour Group in the world. Carrefour Group is present in more than 30 countries, of which 10 are directly-owned operations, and employs more than 384,000 people. With around 12,000 stores spread across Europe, Asia and Latin America, Carrefour Group attends 105 million customers. Currently, approximately 13 million purchases are made each day in the Group's various formats around the world. In 2017, total sales generated under the Group's banners reached € 88.2 billion. ⁽¹⁾ As of March, 2018

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.