

Apresentação Institucional

LOJAS RENNER S.A.



CAMICADO

youcom

realize

ASHUA

repassê

Overview



6 NEGÓCIOS RECONHECIDOS

Renner, Camicado, Youcom, Ashua, Realize e Repassa



663 LOJAS

421 Renner (no Brasil, Uruguai e Argentina)
107 Camicado / 118 Youcom / 17 Ashua



4 CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

SP, SC e RJ automatizados



26,2 MIL em 2022

colaboradores



+20 MARCAS PRÓPRIAS

(Renner, Camicado, Youcom, Ashua)



R\$ 15,2 BI em 2022

GMV Total¹



15%

de participação online



1º NA INDÚSTRIA DE VESTUÁRIO NO BRASIL

GMV¹ Total



18,7 MM em 2022

clientes ativos ecossistema



R\$ 6,2 BI

portfolio Realize



+900 MM em 2022

visitas em nosso e-commerce



+13 MM em 2022

downloads do app Renner

Nossos Negócios

Varejo	RENNER	CMICADO	youcom	ASHUA	repassa
Fundação / Aquisição	1965	2011	2013	2016	2021
Overview	Maior varejista de moda omnichannel	Líder em casa e decoração no Brasil	Especializada em moda jovem	Especializada em curve & plus size	Plataforma de Revenda
Público Alvo	18 a 39 anos	18 a 39 anos	18 a 24 anos	25 a 45 anos	-
Classe Social	A-, B e C+	A-, B e C+	A-, B e C+	A-, B e C+	B e C+
Lojas	421	107	118	17	Disponível em 62 lojas
% Receita Líquida de 2022	92%	5%	3%	Consolidada na Lojas Renner	Consolidada na Lojas Renner

Soluções Financeiras

realize

A Realize é uma instituição financeira conectada ao universo de moda e lifestyle que apoia a fidelização e a conveniência dos nossos clientes, dando suporte à operação de varejo da Companhia

Habilitador do Ecosystema

U E L L O

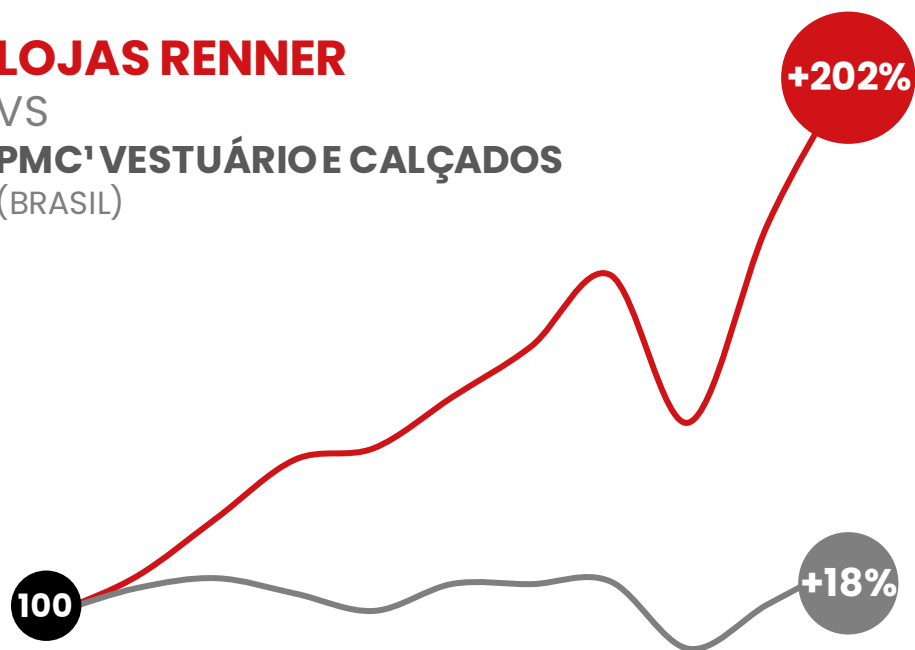
Uello é uma logtech nativa digital focada em soluções para entregas urbanas

Temos um histórico de forte **criação de valor** para consumidores e acionistas

LOJAS RENNER

VS

PMC¹ VESTUÁRIO E CALÇADOS
(BRASIL)



2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022

¹ Pesquisa Mensal do Comércio (IBGE).

RECEITA
OPERACIONAL
LÍQUIDA VAREJO

13,6%

CAGR 2012-19

12,8%

CAGR 2012-22

MARGEM
BRUTA DO
VAREJO

56,3%

+3PP 2019
VS 2012

55,3%

+2PP 2022
VS 2012

EBITDA TOTAL
AJUSTADO
(PRÉ-IFRS)

15,5%

CAGR 2012-19

9,4%

CAGR 2012-22

LUCRO
LÍQUIDO

17,3%

CAGR 2012-19

13,8%

CAGR 2012-22

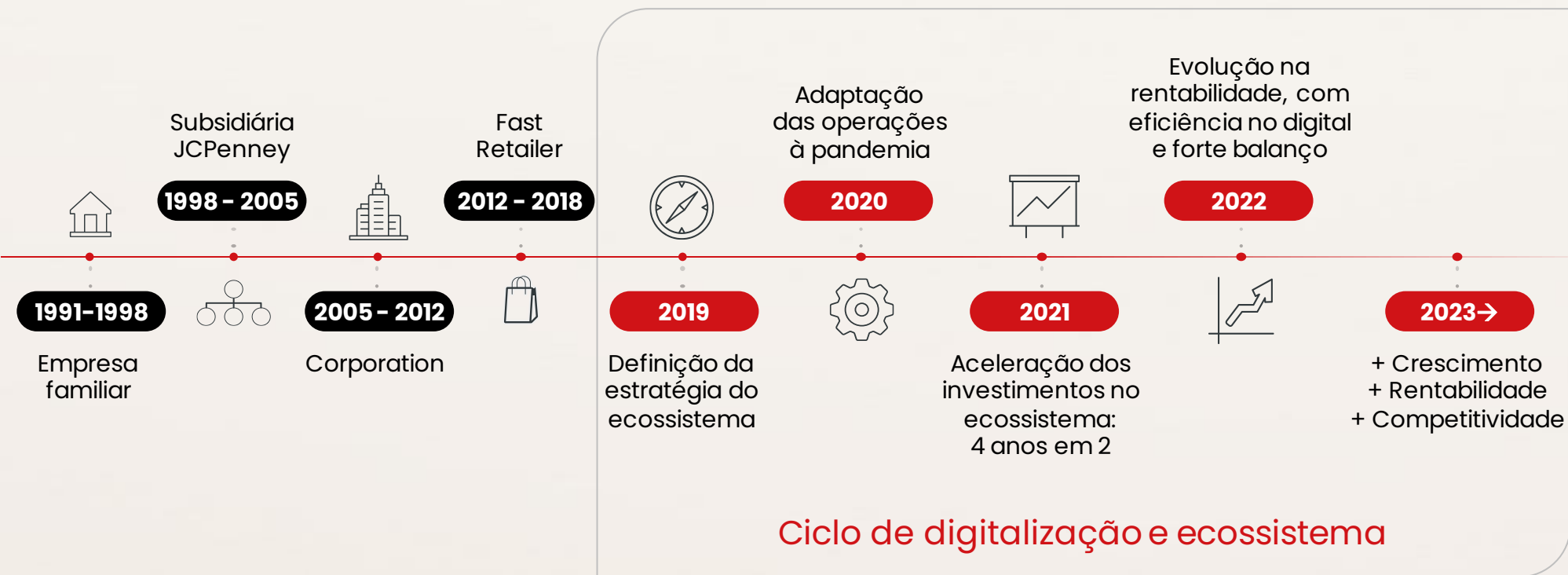
Modelo operacional **proprietário e diferenciado**, que possibilitou **vantagens estratégicas competitivas** sobre os players e consistente criação de valor

- Proposta de valor **clara** e posicionamento **consistente**
- Base de fornecedores locais
- Presença nas principais bases de fornecedores offshore
- Coleções segmentadas por lifestyle
- Modelo proprietário de alocação e distribuição
- Maior operador de moda omnichannel
- Cultura baseada em encantamento
- Referência em ESG

Proposta de valor

Entregar a melhor experiência em moda e lifestyle para o segmento médio/alto, encantando nossos clientes com produtos e serviços de qualidade a preços competitivos, por meio de um ecossistema inovador e sustentável.

Caracterizada por **diferentes ciclos** do negócio e de investimentos



Evolução contínua dos modelos de negócio e operacional para diferenciação:

Ecosistema de moda e lifestyle desenhado para encantar cada vez mais os clientes



OU

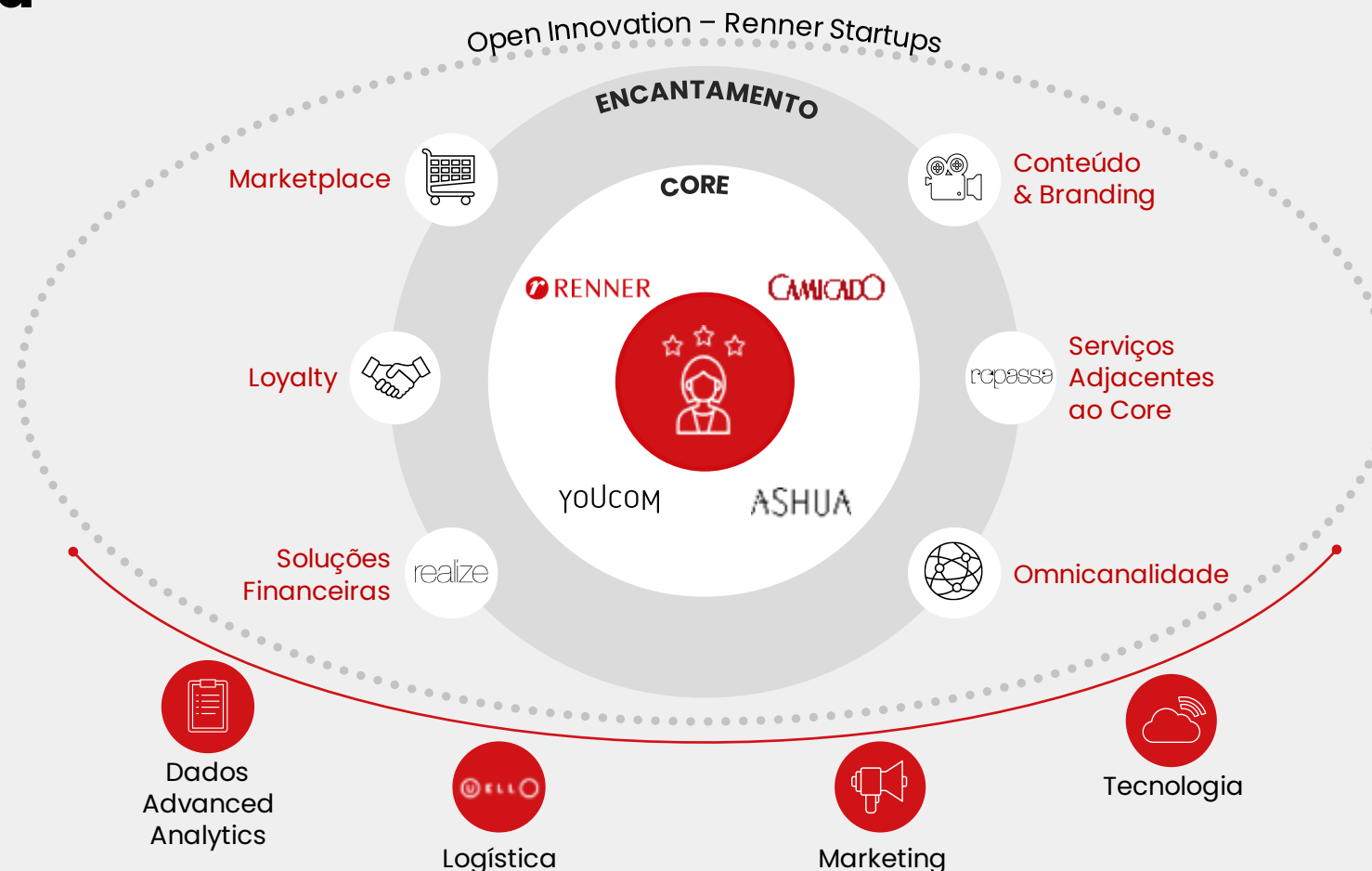
Único canal



Multi canal



Omni

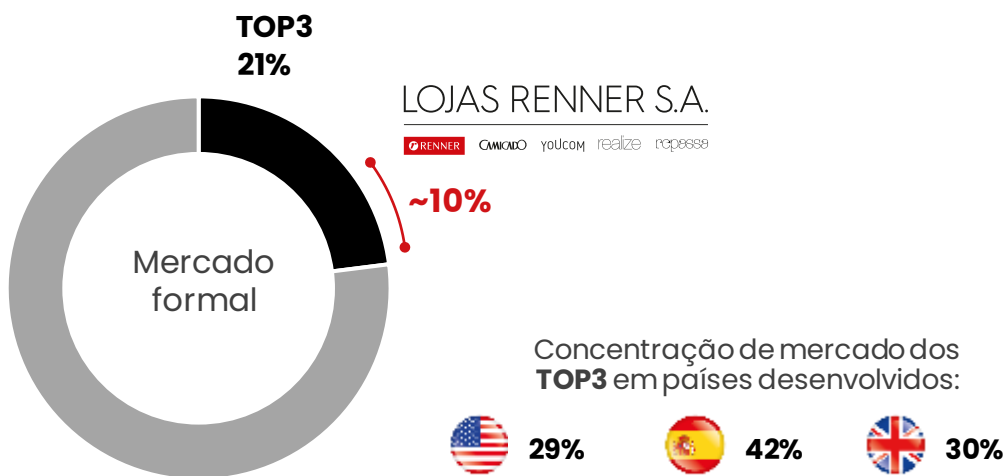


Ambição: Ser o Ecosistema de Moda e Lifestyle líder na América Latina

Oportunidades de **crescimento** à frente, com **consolidação** adicional

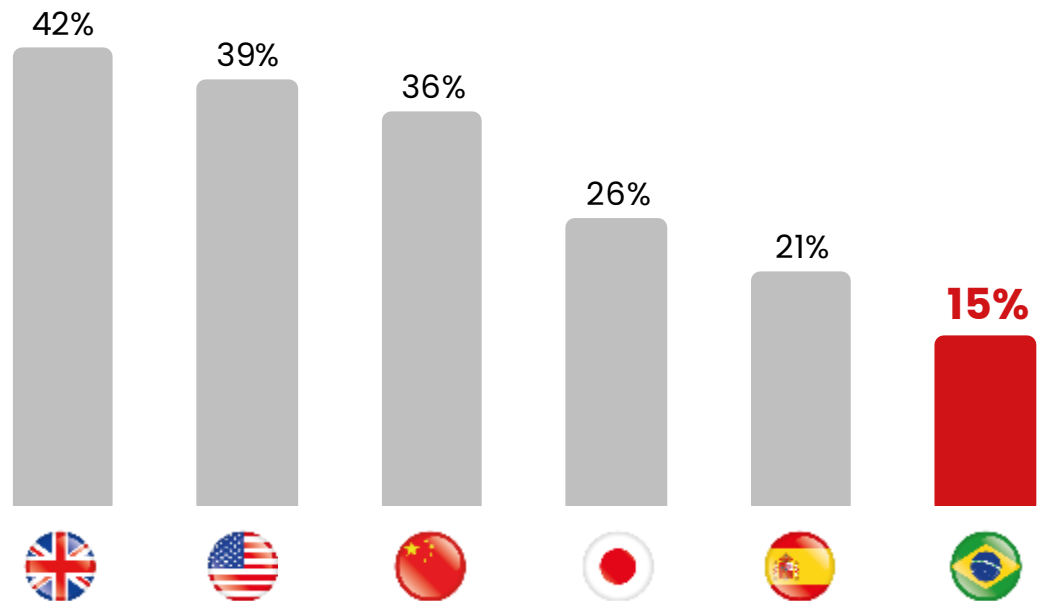
Mercado de moda brasileiro é grande e ainda fragmentado

Lojas Renner é líder de mercado FASHION especializado no Brasil



Penetração digital de moda ainda baixa, ótima oportunidade para um player omni

Penetração digital do mercado de vestuário e calçados



Fundamentados em nossos **objetivos estratégicos (3Rs)** para a **evolução da proposta de valor** buscando **diferenciação** e a **preferência** do consumidor



Referência em **moda e lifestyle**

Time-to-market

Maior variedade de produtos

Inspiração em moda e lifestyle



Referência em **experiências encantadoras**

Velocidade e excelência

Jornada omni

UX fluida e com mais conteúdo e personalização da jornada

Modernização e digitalização das lojas



Referência em **moda responsável**

Impacto positivo na indústria

Melhorias na diversidade, igualdade e inclusão

Melhores práticas de governança corporativa

Investimentos focados em **prioridades estratégicas**, buscando oportunidades de aceleração de **crescimento, rentabilidade e competitividade**



Coleções encantadoras

- Captura de Tendências
- Time-to-market
- Qualidade
- Sortimento



Expansão de lojas & produtividade

- Novas praças Renner e Youcom
- Absorções pontuais para ganhos de produtividade



Aceleração digital & omnicanalidade

- Eficiência
- Nível de serviço
- Spending
- Frequência de compra



Novo CD SP

- Velocidade
- Eficiência
- Acuracidade
- Nível de serviço

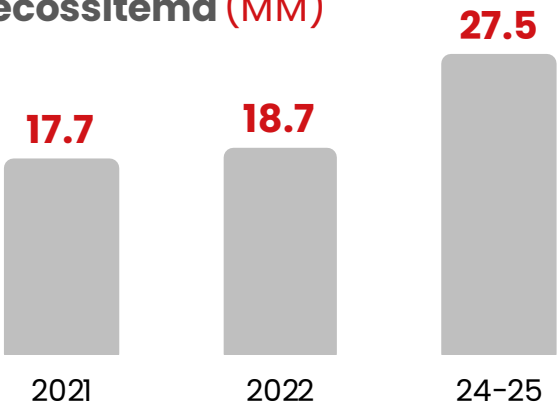


Soluções financeiras

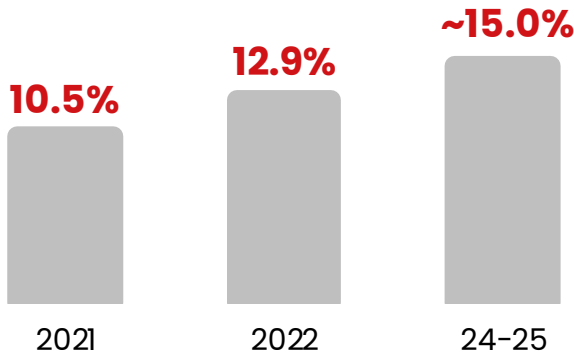
- Integração com ecossistema
- Base de clientes

Já evoluímos nesta jornada

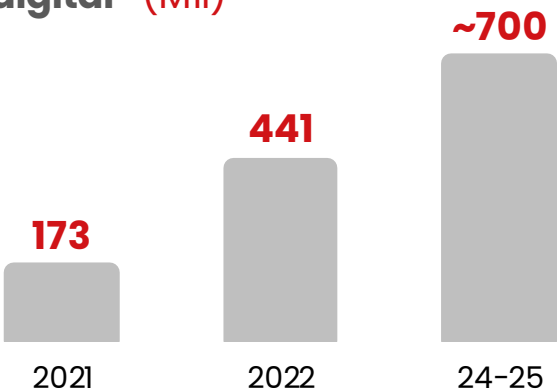
Clientes ativos do ecossistema (MM)



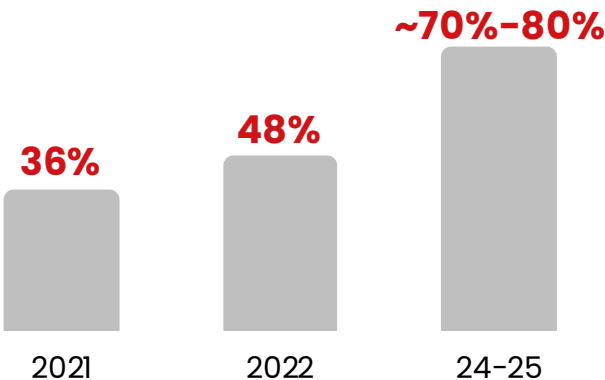
Base de clientes omni



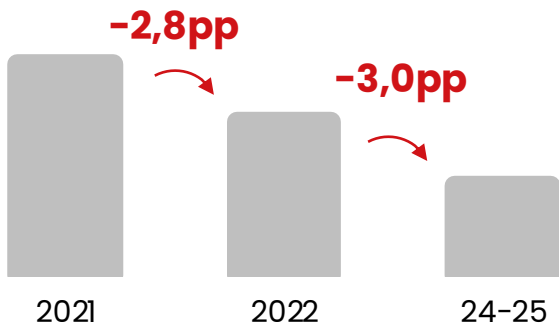
Sortimento digital* (Mil)



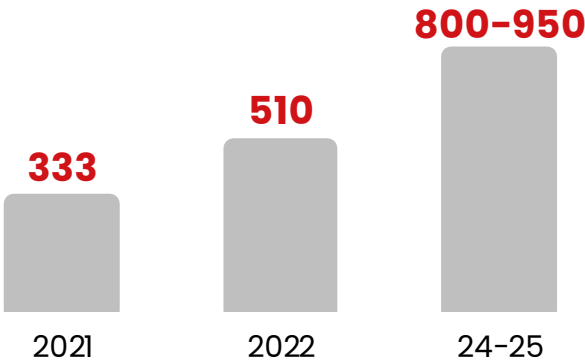
Entregas em D+2



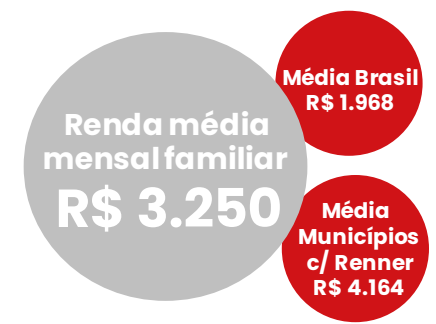
CAC sobre vendas digitais



Realize: receitas de serviços (MM)



Expansão da experiência omni



Potencial de **~570 lojas**

170 novas lojas: **~75%** em novas praças

Demanda qualificada nos novos municípios **~R\$ 20 bilhões**

Escala de lojas físicas **suporta expansão digital**

Canal digital: **+ 20 p.p.** nas novas praças

Dados referentes à Renner.
Demanda Qualificada (ABC1) de produtos Renner (Vestuário, Cuidados Pessoais, Acessórios, Calçados, Artigos Esportivos) - Fonte: IBOPE/IBGE (2021)
Valores de Renda Média Mensal Familiar - Fonte: IBOPE/IBGE (2021)

Expansão Renner focada **em novos municípios**: Acelerar rentabilidade e retorno do capital



Loja de Campo Mourão, Paraná

	ROL/m²	Margem bruta	SG&A/m²	Margem EBITDA Total
Companhia (base 100)	100%	100%	100%	100%
Novas praças (~20 lojas*)	95%	103%	98%	108%

Equação de Valor

- ↑ Margem bruta
- ↓ Custo operacional
- ↑ Velocidade de maturação
- ↑ Capex 15% a 20% superior
- =
- ↑ ROIC superior à base atual

*Abertas a partir de 2017.

Execução de moda e “Time to Market”

Produto 4.0

**Data & Analytics
& Digital**

**Integração
da cadeia**

**Personalização
do sortimento**

Maior sortimento

+ Acuracidade

+ Velocidade

+ Frequência de compra

=

+ Venda

+ Margem bruta

+ Giro de estoque

Escala crescente no digital com ganho de rentabilidade

Crescimento do digital ~2x loja física

Share digital: ~20% a 25% em 3 a 5 anos

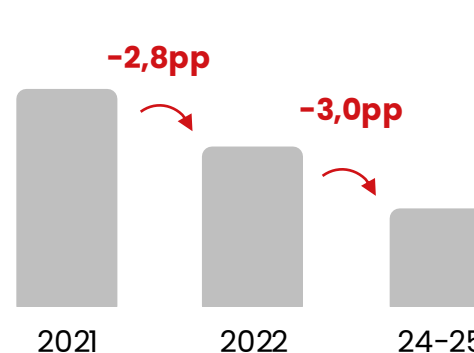
Desenvolvimento do **digital impulsiona margem bruta omni**

Despesa de marketing e frete com **significativos ganhos de eficiência**

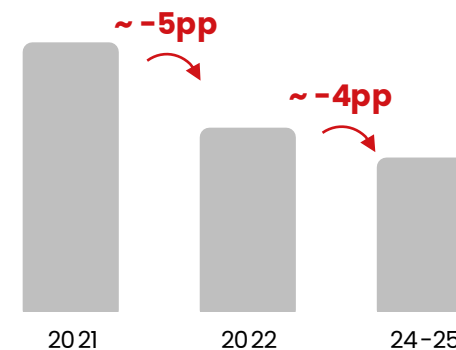
SG&A similar ao off,
com evolução sequencial de Margem EBITDA

*CAC: Customer Acquisition Cost

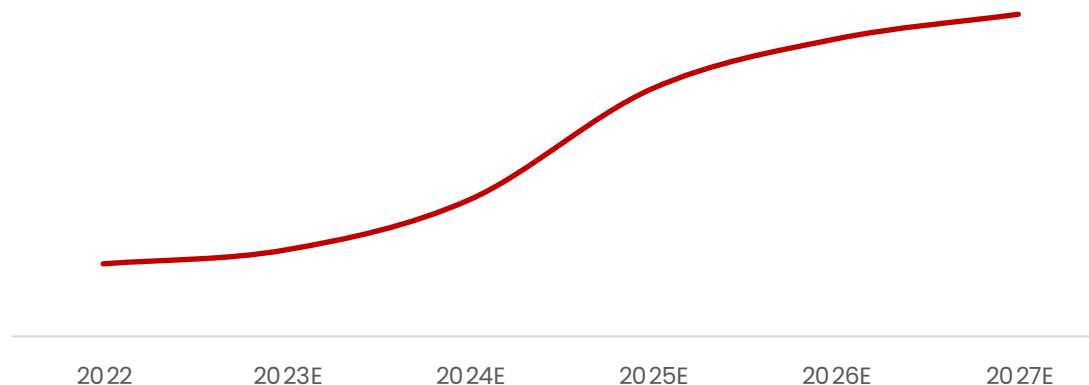
CAC sobre vendas digitais



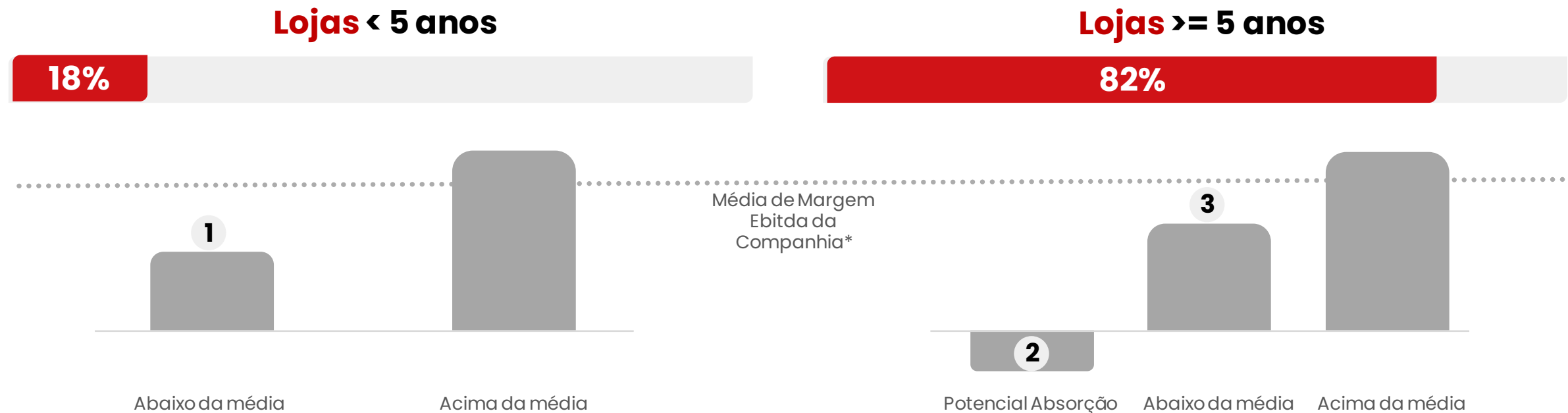
Custo Logístico sobre vendas digitais



Evolução Margem EBITDA do digital



Potencial de **produtividade de lojas** existentes e futuras, com otimização de parque



Geração de valor

Produtividade
Eficiência

Tamanho da oportunidade – Ganho de margem EBITDA

- 1 Maturação de lojas + expansão
- 2 Absorções
- 3 Rentabilização de lojas maduras

Potencial Total
~3,5 p.p

Novo CD e transformação logística gerando **ganhos de produtividade, acuracidade e nível de serviço** na operação

Roadmap

Fullfilment eficiente (CD)

Gestão do lastmile

Sinergia em transportes



Eficiência operacional omni

Menor custo operacional

Maior produtividade no processamento

Maior eficiência do frete digital

(+ serviço a – custo)

Digital usando escala do abastecimento de loja

Menor leadtime e maior giro

Simplificação da malha

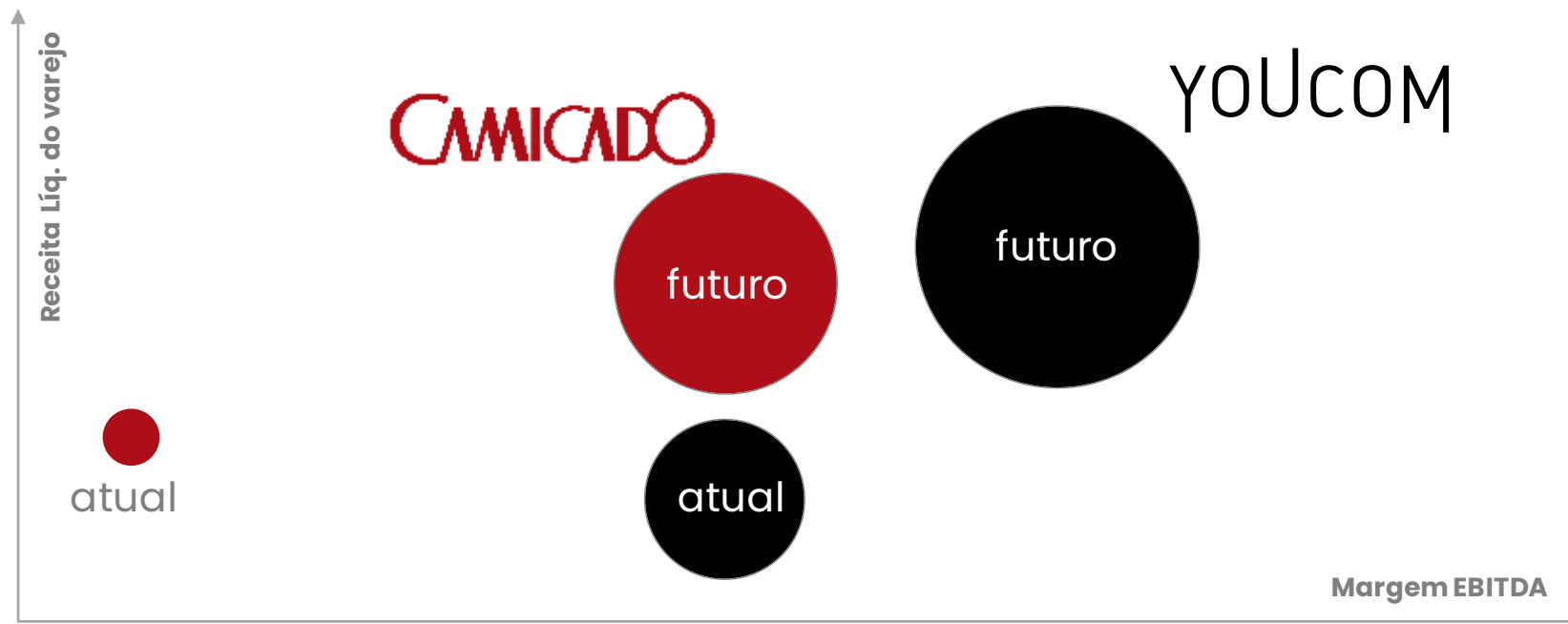
Maior precisão, menor ruptura e markdown

Operação 100% SKUs



**Potencial de benefício total do CD
1,5 a 2 p.p. no EBIT/ROL**

Demais negócios de varejo impulsionando **escala e valor**



Demais negócios contribuindo positivamente para a geração de caixa operacional nos próximos anos

●● EBITDA Absoluto

“Agente Financeiro” do ecossistema Lojas Renner

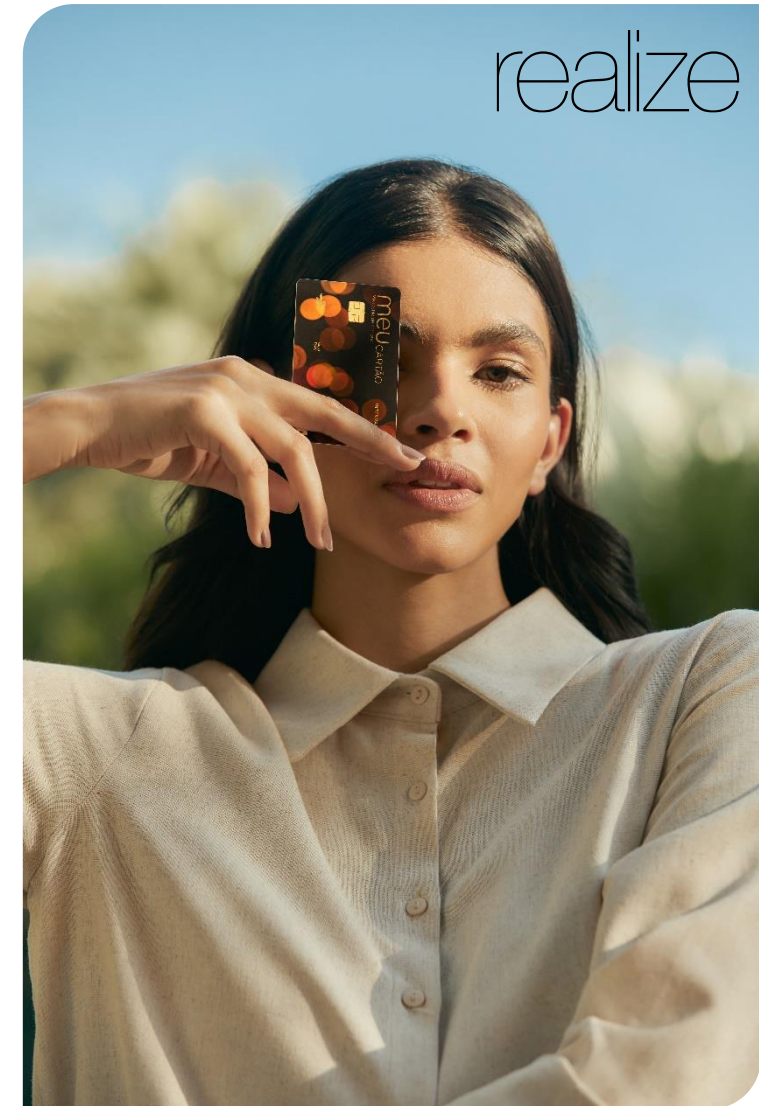
Catalizador do ecossistema e incremental em rentabilidade

- Prover crédito continuará relevante para perfis de clientes importantes
- Extrair valor da base de clientes: soluções financeiras e experiência de compra atrativas para maior principalidade
- Impulsionar fidelização e diferenciação através da conexão com a moda e o ecossistema



- **Cliente Realize é mais rentável e frequente e a maior fidelização ao ecossistema impulsiona a Realize**
- **Benefício para todos os negócios de varejo, sellers e fornecedores**

Menor participação no EBITDA total, porém com ROE acima do varejo



Alavancas para acelerar o crescimento, reforçar a competitividade e impulsionar rentabilidade e **geração de valor**

Referência em
moda e lifestyle

Referência em
experiências encantadoras



Time-to-Market

+ Vendas
+ Margem Bruta
+ Giro de estoque



Aceleração digital & Omnicanalidade

+ Vendas
- SG&A



Expansão de Lojas & Produtividade

+ Vendas
- SG&A



Novo CD Cabreúva

+ Vendas
+ Margem bruta
- SG&A
+ giro de estoque



Soluções Financeiras

+ Receita de serviços financeiros
+ Vendas
- Perdas



Outras Unidades de Negócio

+ vendas
+ rentabilidade

ROIC ATUAL

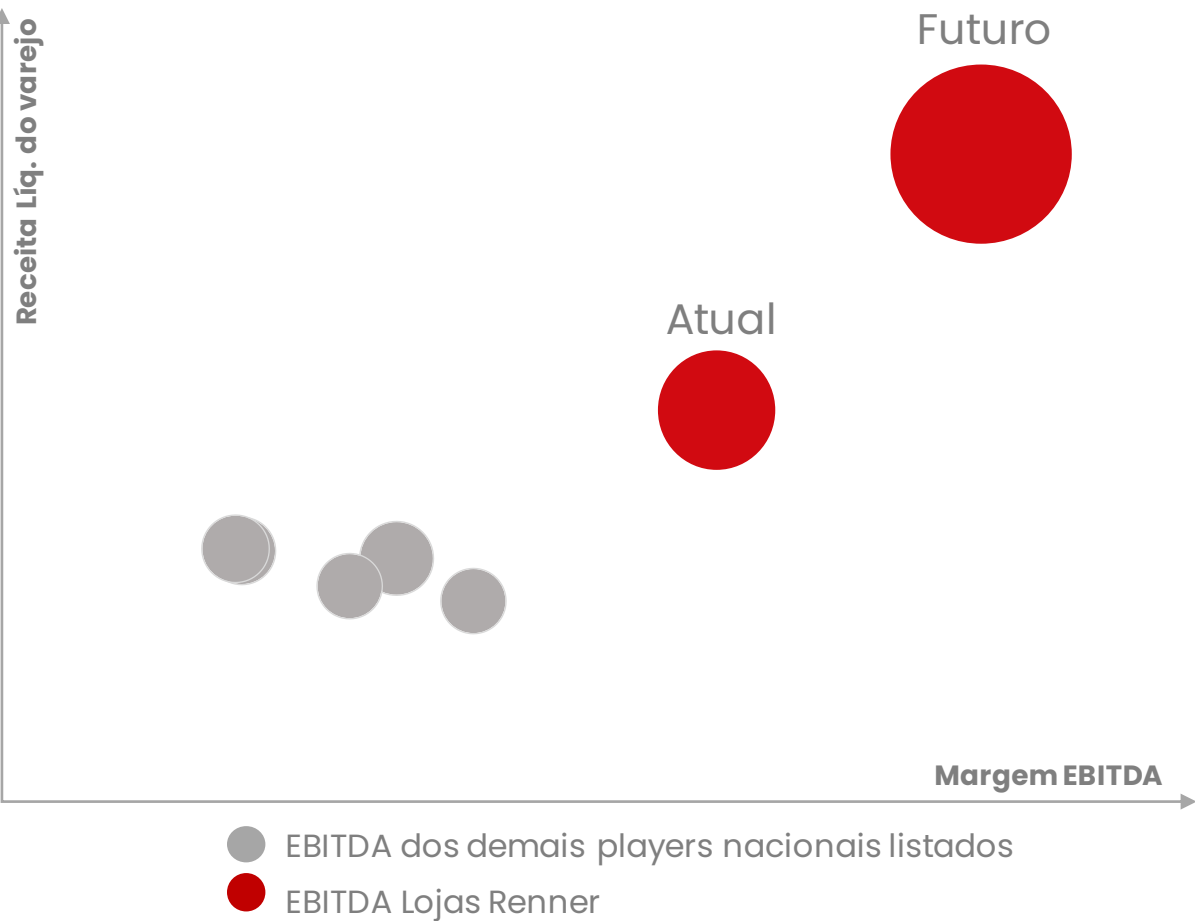
ROIC FUTURO

+ crescimento + rentabilidade + competitividade

Para continuarmos **liderando o mercado** em escala e geração de caixa



Receita Líquida do Varejo x Margem EBITDA x EBITDA FY22



E temos muitas oportunidades pela frente...

Oportunidades imediatas (em atuação)

- Sortimento: agilidade e complementariedade
- Expansão/absorção de lojas
- Digitalização de lojas e integração omni
- Maior participação do GMV digital
- Melhoria estrutural, com ganhos de produtividade
- Melhor nível de serviço logístico
- Maior base de clientes omni
- Maior lifetime value
- Personalização: melhoria do stickiness e relevância

Oportunidades futuras

- Marcas especializadas em lifestyles
- Internacionalização
- Receitas adicionais (ex. serviços para sellers)
- Complementar portfólio (orgânica ou inorganicamente)
- RX Ventures: investir hoje nos diferenciais de amanhã



...para potencializar cada vez mais o **encantamento** dos clientes e **gerar retorno** aos nossos acionistas

+ crescimento
+ rentabilidade
+ competitividade



Encantamento é a nossa essência

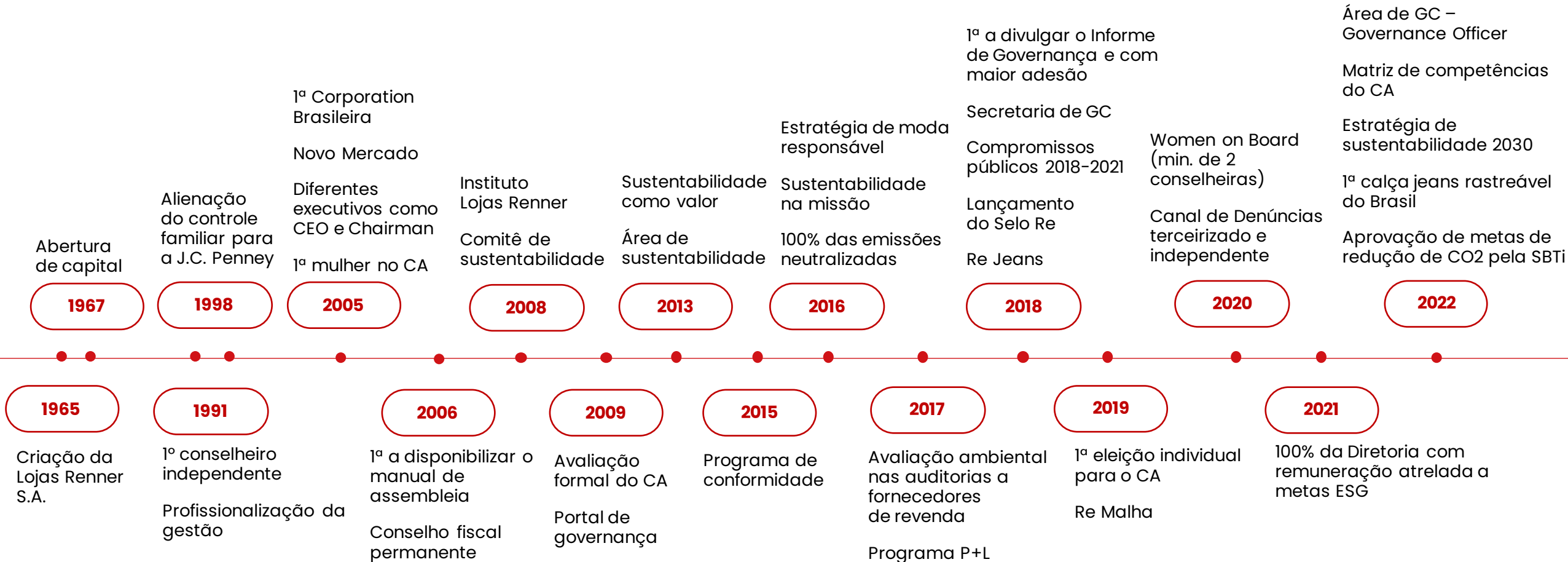


94% muito satisfeitos
Recorde 2022

A man and a woman are running through a field of tall grass under a clear blue sky. The man, on the left, is wearing a denim jacket and looking upwards with a smile. The woman, on the right, has long, curly red hair and is wearing a denim jacket with a matching belt, also smiling broadly. The image is split into four quadrants by a white cross.

Referência em ESG

A atuação ESG faz **parte da nossa história**



Em 2016, divulgamos o primeiro ciclo estratégico de **Moda Responsável**

Fornecedores responsáveis

OBJETIVO 1

Gerar valor com base no respeito ao meio ambiente, aos direitos humanos e de trabalho



81,3%

*Produtos de vestuário



99,15%

Gestão ecoeficiente

OBJETIVO 2

Identificar/mensurar/reduzir: água, energia, químicos, resíduos, emissões de GEEs

OBJETIVO 3

Inovar no desenvolvimento de matérias-primas e processos menos impactantes



100%

Engajar colaboradores, comunidades e clientes

OBJETIVO 4

Engajar colaboradores (agentes e líderes em sustentabilidade)

Comunidades (empoderamento da mulher na cadeia têxtil)

Clientes (consumo consciente)



100%

Produtos e serviços sustentáveis

OBJETIVO 5

Entregar linhas de produtos e serviços sustentáveis, com qualidade, e comunicar o valor ao cliente



35,4%

Em 2022, anunciamos o **novo ciclo de compromissos públicos** de sustentabilidade para 2030, desdobrados em **três pilares fundamentais** e 12 objetivos



Relações humanas e diversas

Construir relações humanas e diversas, garantindo que cada indivíduo seja capaz de realizar todo o seu potencial



Soluções climáticas, circulares e regenerativas

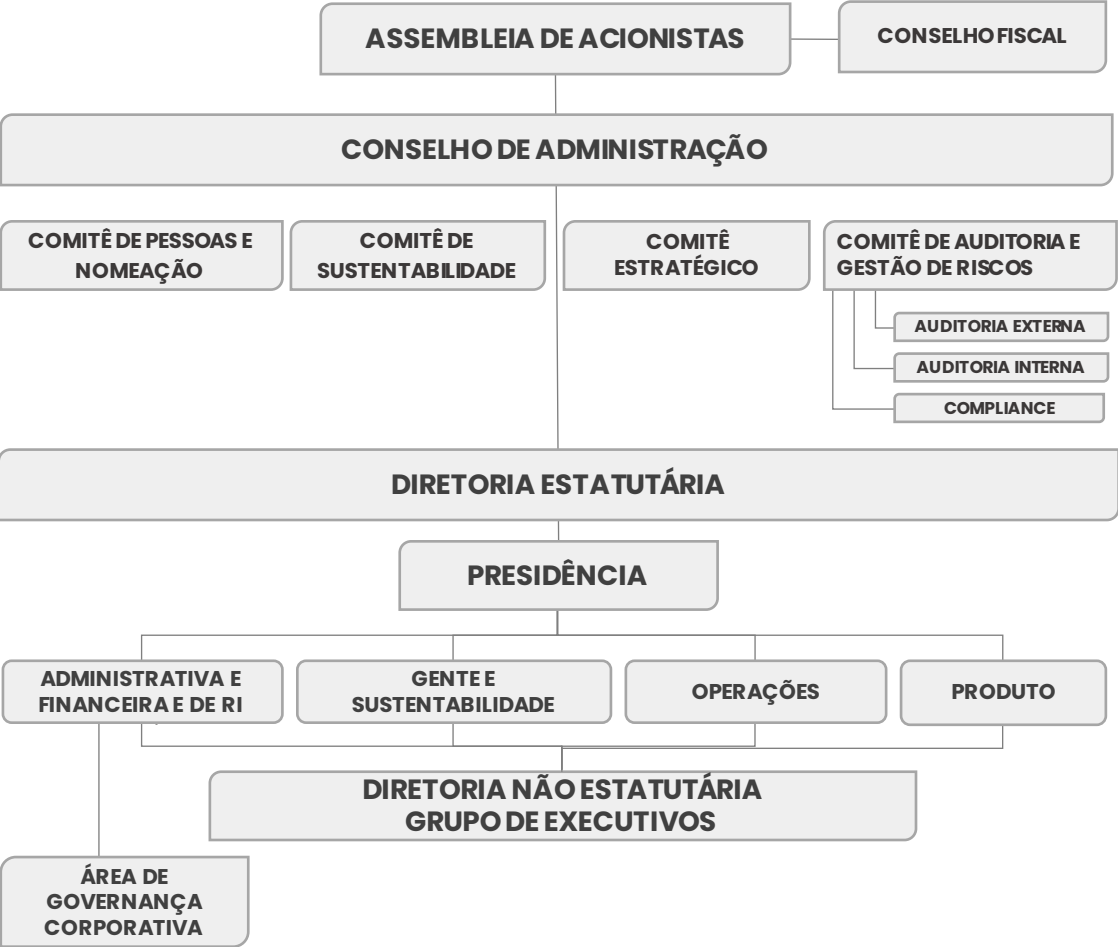
Avançar na construção de um negócio circular, regenerativo e de baixo carbono, estimulando e possibilitando que nossos clientes façam escolhas conscientes



Conexões que amplificam

Amplificar o impacto de nossas conexões, construindo com nossos fornecedores e parceiros as respostas para o desafios do setor

Temos uma estrutura de governança corporativa alinhada aos interesses dos acionistas



88% independência do CA

25% de mulheres no CA

Avaliação formal do CA, Comitês e Diretoria

Conselho Fiscal **permanente**

Metas ESG para **100%** da Diretoria

40% de mulheres na Diretoria Estatutária



Com **robustas práticas implementadas**, consideradas **referência** no mercado

Listagem no Novo Mercado

100% de ações ordinárias

Canal de denúncias

terceirizado e independente

Área de Governança Corporativa

Governance Officer

100% de independência

nos Comitês de Pessoas e Nomeação e de Auditoria e Gestão de Riscos

Comitê estatutário

de Auditoria e Gestão de Riscos

Portal de governança e secretaria

para Conselhos e Comitês

Poison pill

Mecanismo de proteção aos acionistas

Women on board

Mínimo de 2 mulheres no CA

Planos de incentivo de longo prazo

para executivos

Diferentes executivos

como CEO e Presidente do CA desde 2005

Remuneração ESG (desde 2017)

E desde 2021, 100% da Diretoria com metas ESG

INFORME DE GOVERNANÇA

1ª companhia a divulgar em 2018

Maior aderência desde o 1º informe

98,1% de aderência desde 2019

Nossa atuação ESG tem sido **reconhecida em diversos índices e avaliações de agências de rating**

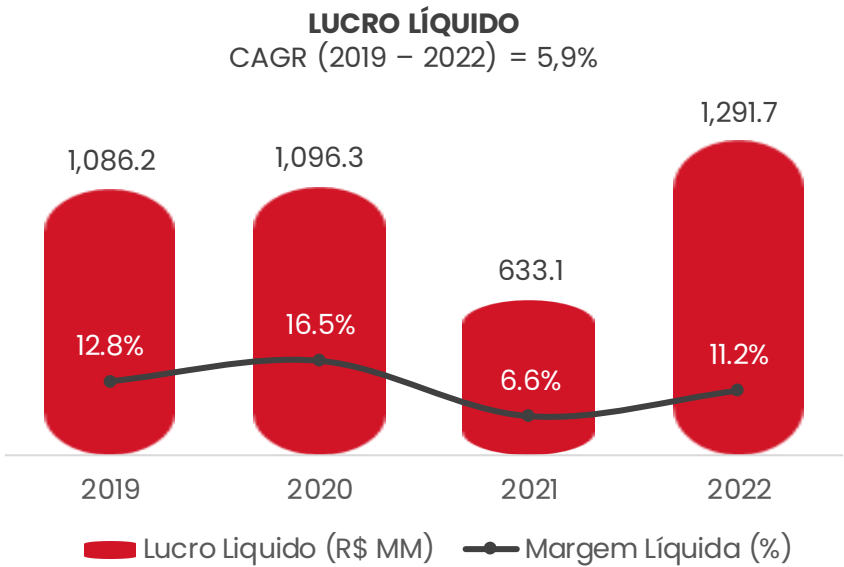
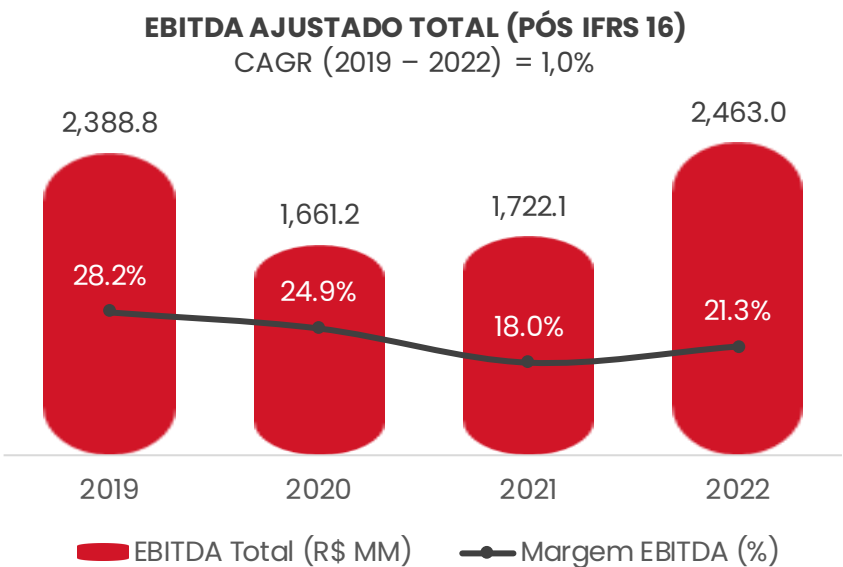
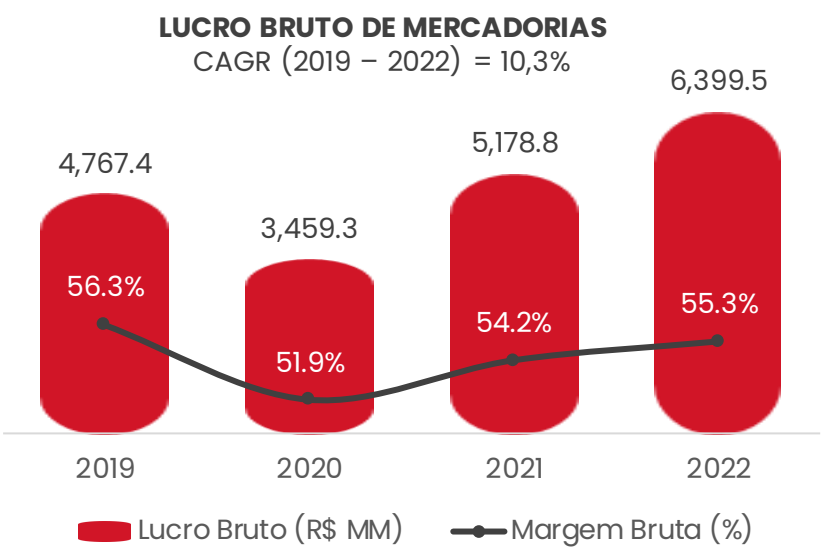
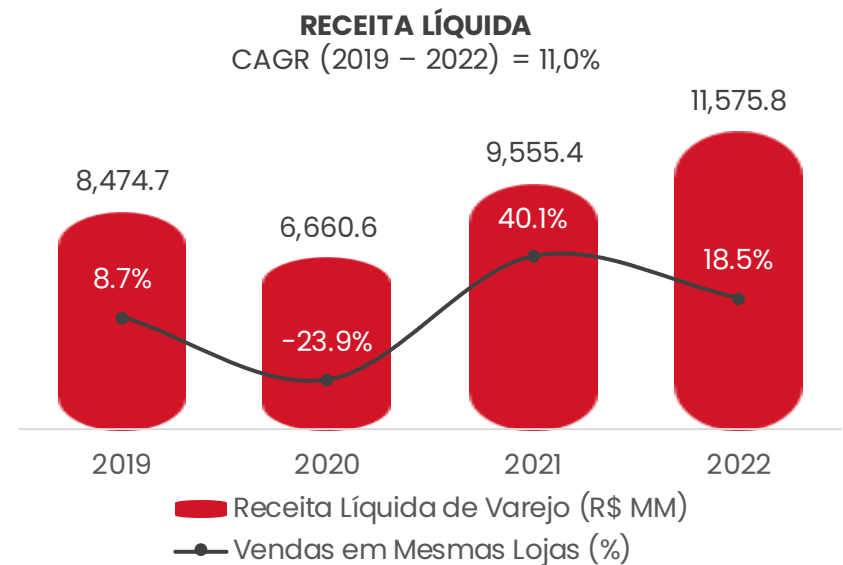
PRINCIPAIS RECONHECIMENTOS

	1º do varejo 4º no ranking geral		Nota máxima
	1º do varejo de moda 2º do varejo geral		Status Prime Peer Group Leader
	1º do setor na categoria Supply Chain Labor Standards		Peer Group Leader Menor risco ESG entre as varejistas de moda do mundo
	Climate Change: classificada como Liderança Nota A- e líder em engajamento de fornecedores		Merco Empresas mais Responsáveis e com Melhor Governança Corporativa 1ª na categoria varejo de moda
	Troféu Transparência ANEFAC Destaque na categoria Receita Líquida de R\$ 5 bi até R\$ 20 bi em 2021		

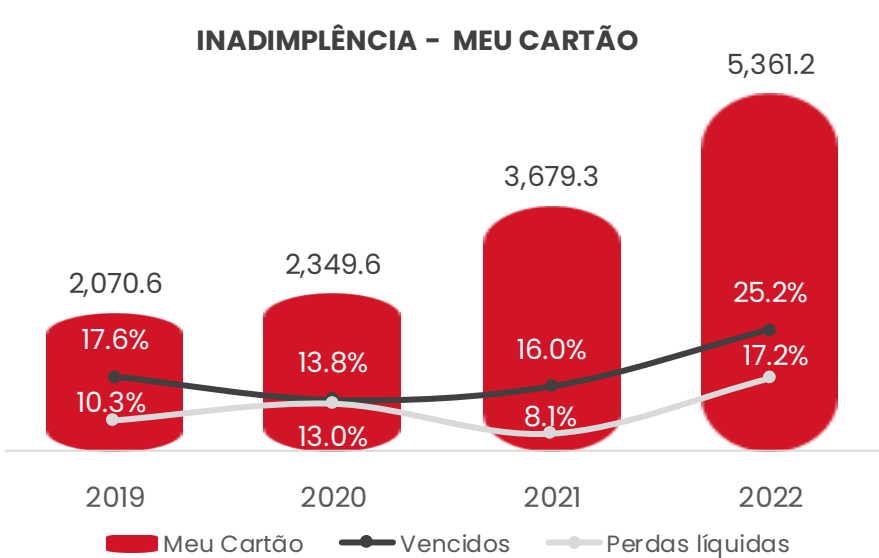
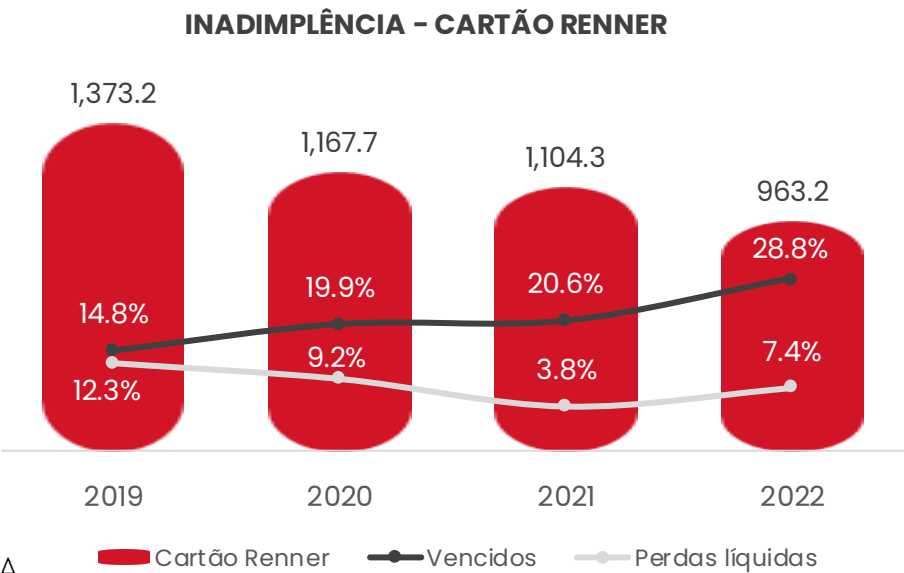
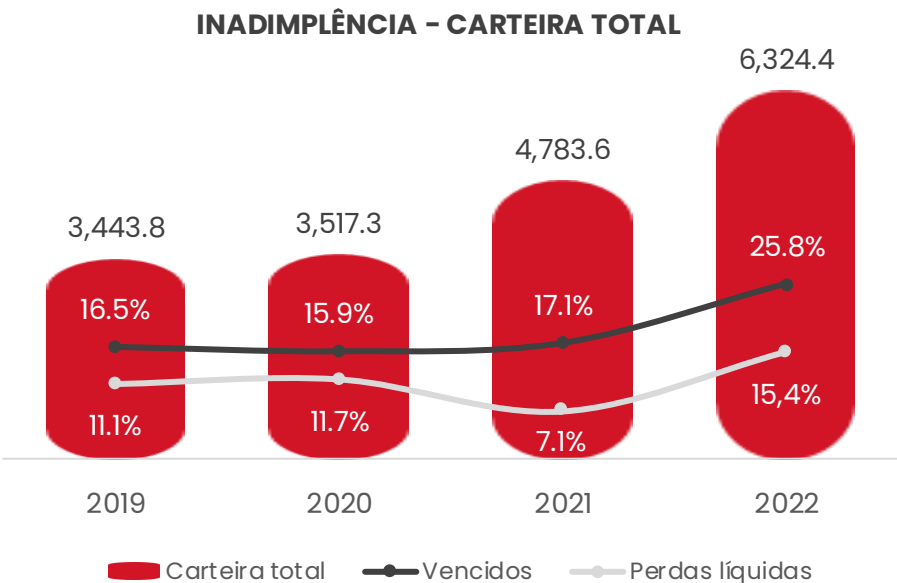
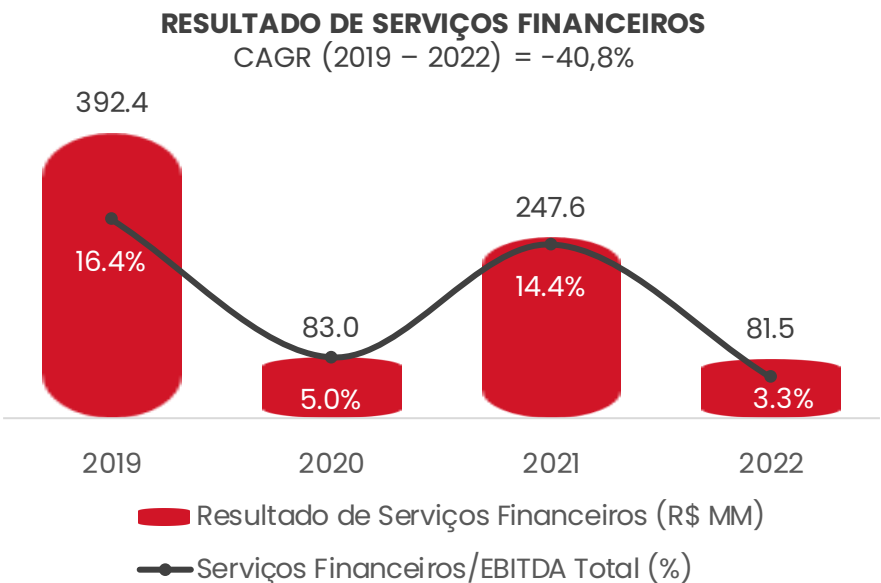


ANEXOS

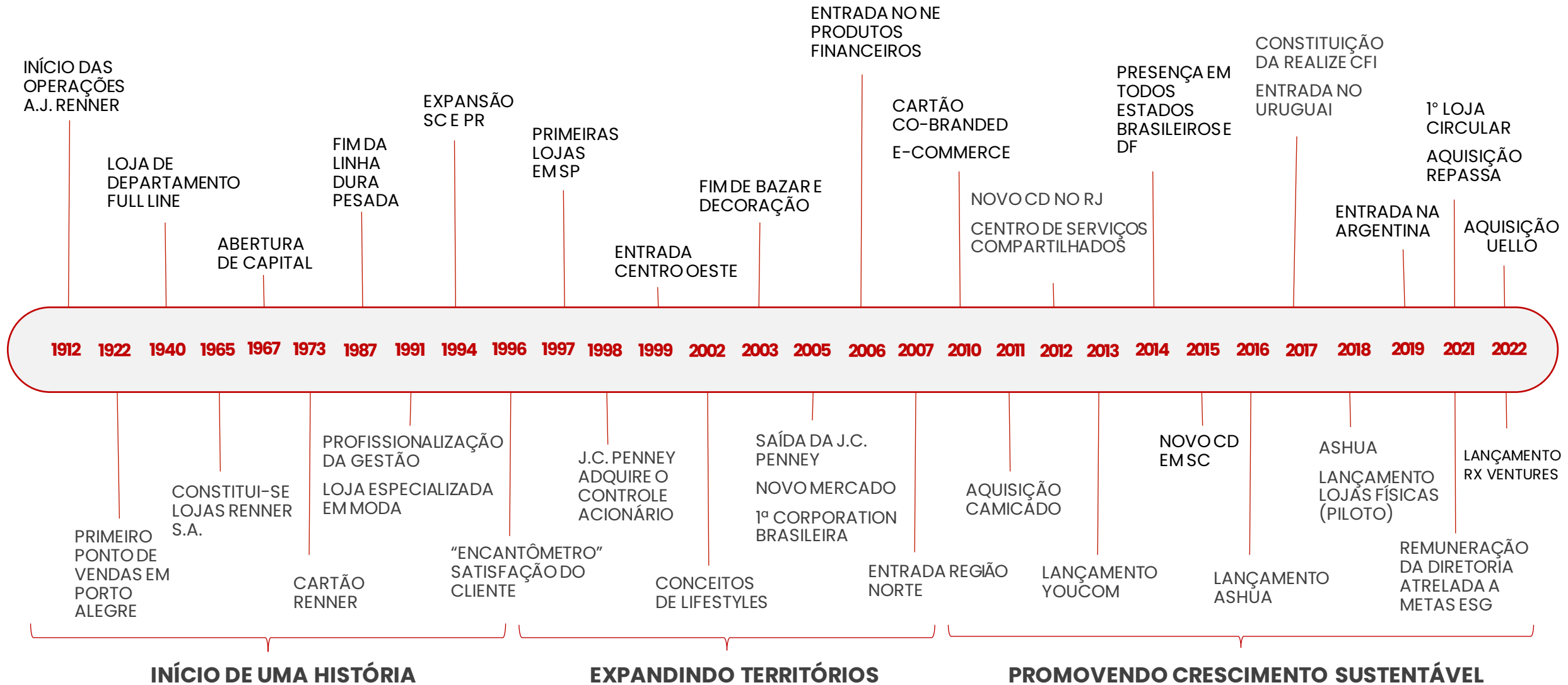
Grandes números consolidados



Grandes números consolidados

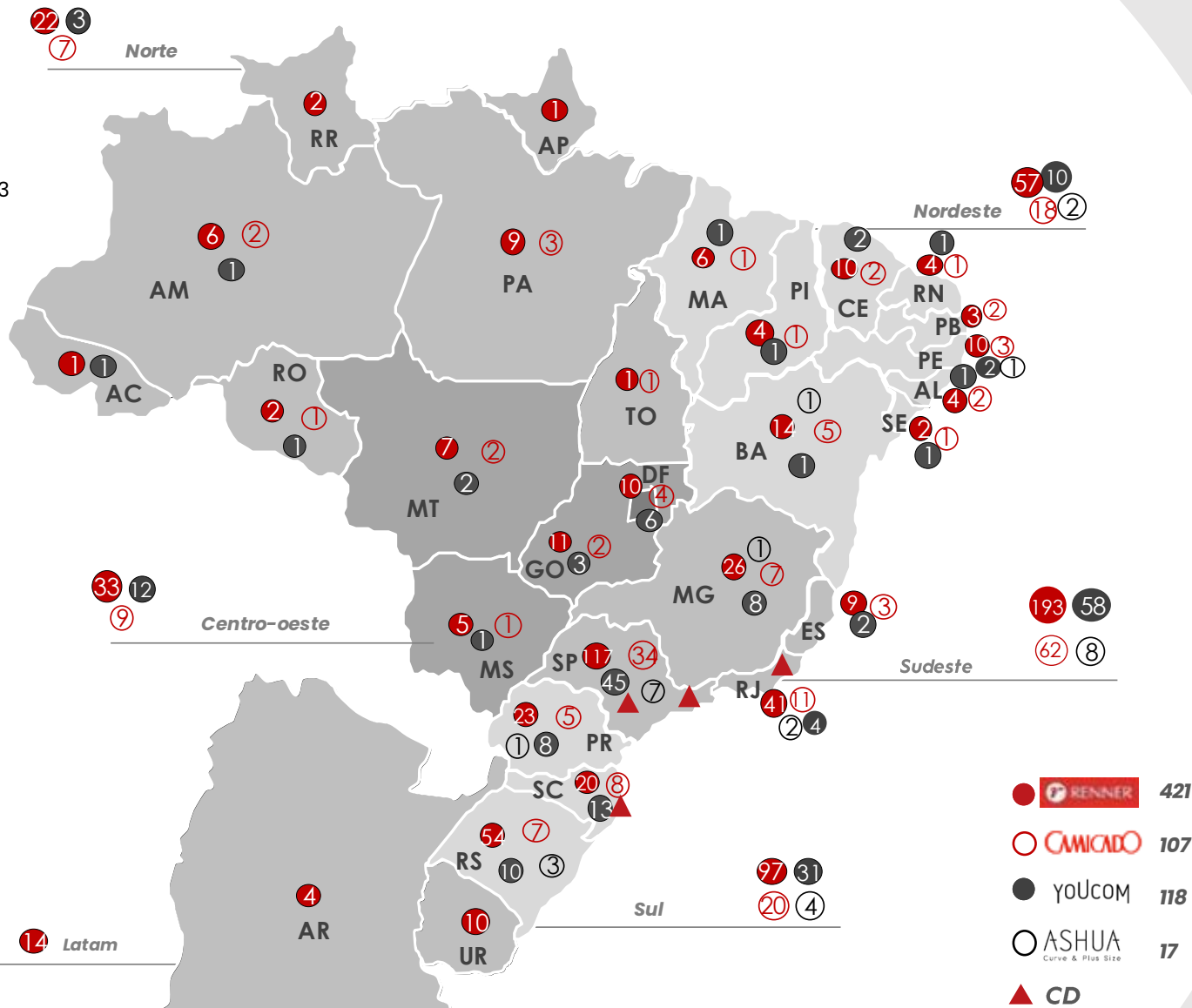


Histórico da companhia



Onde estamos

Em 30 de setembro de 2023



4 Lifestyles

Marcas Próprias



NEO TRADITIONAL



GLAMOUR



MODERN

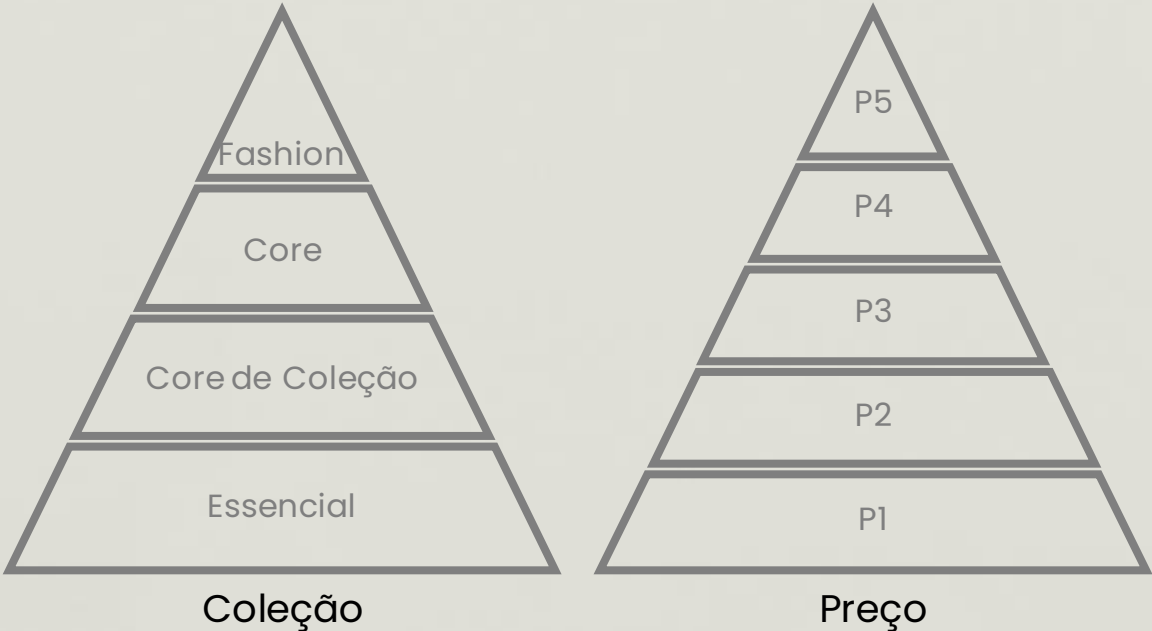


YOUNGERS

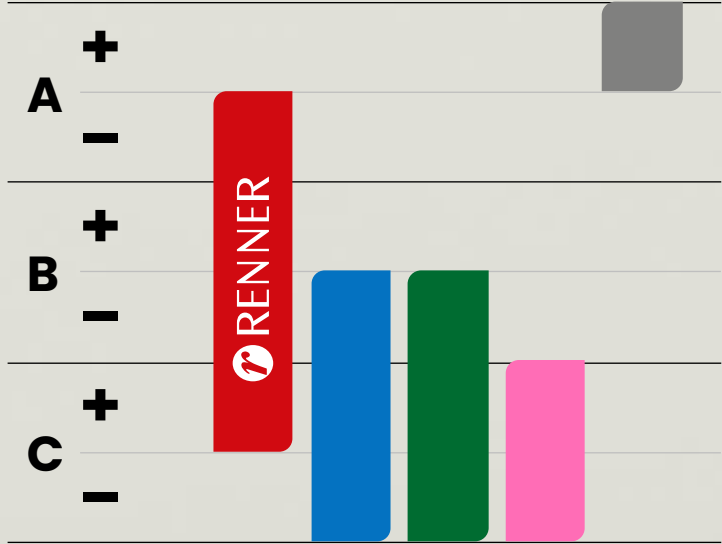
INSTITUCIONAL
3T—2023

Proposta de valor **clara** e posicionamento **consistente**

Proposta de Valor



Posicionamento de mercado (Classes Sociais)



LOJAS RENNER S.A.



CMICADO

yoUcom

realize

ASHUA

repasse

CFO e DRI

Daniel Santos

Relações com Investidores

Carla Sffair

Maurício Töller

Luciana Moura

Caroline Luccarini

ri@lojasrenner.com.br

Governança Corporativa

Diva Freire

Bruna Miranda

gc@lojasrenner.com.br

