C&A

muito eu

resultados 2T22

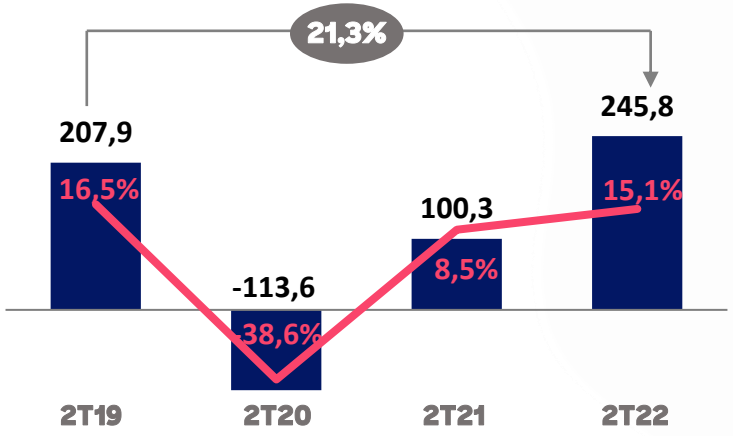
Destaques do 2T22

Recuperação da operação no trimestre praticamente sem impacto da pandemia

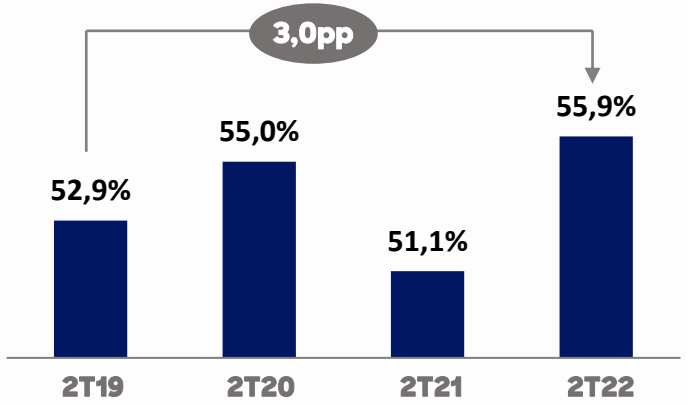
- **Margem Bruta de Mercadorias: +50% -** bom desempenho vestuário
- **Vestuário**: **Vendas ~ 39%** acima de 2T19 e **Margem Bruta** de **55,9% -> Inverno** e **coleções** como destaques
- Receita bruta digital: **R$ 300,7 milhões -> 14%** das vendas totais
- **EBITDA Ajustado* (pós IFRS16)** acima do patamar **pré-pandêmico**

EBITDA Ajustado* (pós IFRS16) e Margem

(R$ milhões e %)



Margem bruta de vestuário



* O EBITDA Ajustado visa demonstrar a informação que melhor reflete a geração operacional bruta de caixa em suas atividades. O EBITDA considera o impacto do pagamento do arrendamento mercantil, conforme norma contábil IFRS16 e é ajustado por: (i) outras receitas (despesas) operacionais líquidas; (ii) receita financeira de fornecedores; e (iii) recuperação de créditos fiscais

Posicionamento

Cautelosamente otimistas com uma operação muito mais forte e reconhecida em um cenário macroeconômico mais complexo

- **Operação mais forte** vs. 2T19 em todas alavancas:

  - + 47 lojas Iniciativas omni
  - Aumento de 11,5 pp de participação digital nas vendas
  - *Push pull* e novo CD eCommerce
  - + 1,5 milhão de cartões digitais e 13% das vendas

- **C&A Fashion Tech** reconhecida:

  - Única varejista de moda na lista ***Innovative Workplaces*** - 20 empresas mais inovadoras do Brasil, segundo a MIT Technology Review Brasil
  - Ranking **Merco Responsabilidade ESG** Brasil - **2º lugar** na Categoria de Moda Varejo

- **Projeções de taxa de juros** elevada por horizonte mais longo impulsionou **revisão de investimentos** nas alavancas e maior foco na disciplina com despesas:
  - Redução da **expansão** de lojas – ~15 aberturas brutas
  - Revisão do escopo de projetos em **transformação digital** – foco em retorno imediato
  - Ajuste do ritmo de implantação de algumas frentes em projetos de ***supply***

Alavancas de crescimento - 2T22

Investimentos nas alavancas começam a trazer benefícios para o negócio, com maior crescimento sustentado pela abertura de lojas, C&A Pay e melhores produtos/coleções e com melhoria de margem bruta suportada pela precificação dinâmica (transformação digital) e início do push pull (supply)

Novas lojas e formatos:

- **10 novas lojas** abertas no 2T22
- **1 nova** loja *double door* **ACE** – Shopping Anália Franco
- Total de **329** lojas no fechamento do 2T22

Modernização do modelo operacional de *Supply Chain:*

Distribuição para Lojas

- **Push-Pull:** Queda na ruptura média dos itens no projeto de 25p.p.
- **RFID:** 264 lojas cobrindo 100% do vestuário

Entrega para Cliente

- +70% dos pedidos entregues em D+1 em São Paulo
- + 50% dos pedidos entregues em D+2 em território nacional

Transformação digital:

- **Foco no aumento da rentabilidade:**

✓ Consolidação da **venda por WhatsApp** – melhor margem bruta (estoque loja), sem despesa de frete (maior parte das clientes retira na loja), ticket maior com mais peças e *cross selling* na loja

✓ **Maior eficiência no CAC** e menor despesa de frete – redução de 9 p.p. sobre receita líquida digital

Aumento da oferta de crédito:

- **1,5 milhão** de cartões digitais em **junho/22**
- Aumento do **limite médio para ~R$ 790** de forma **criteriosa** em função do comportamento do cliente
- **Taxa de aprovação** de cerca de **35%**

Evolução em Produtos

Foco contínuo para desenvolver produtos / coleções relevantes e atrativos para clientes

- **Collabs** mais focadas e frequentes: Mindse7 + DoD, Surreal e ACE+KVRA

- **Produtos** relevantes na coleção **inverno**: tricô, puffers, sherpa

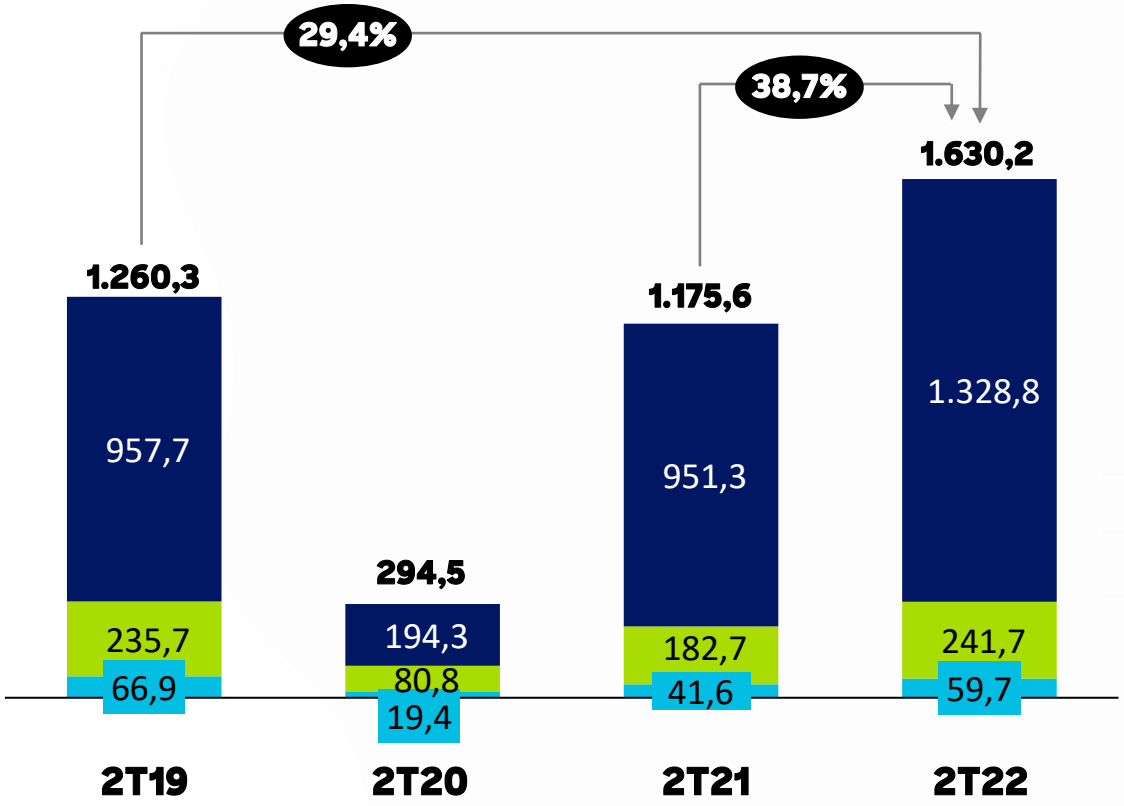
- Alinhamento de **campanhas** para **eventos**

- Lançamento marca própria - **Bel&za**

Receita Operacional Líquida

(R$ milhões)

Recuperação relevante no vestuário com inverno e coleções



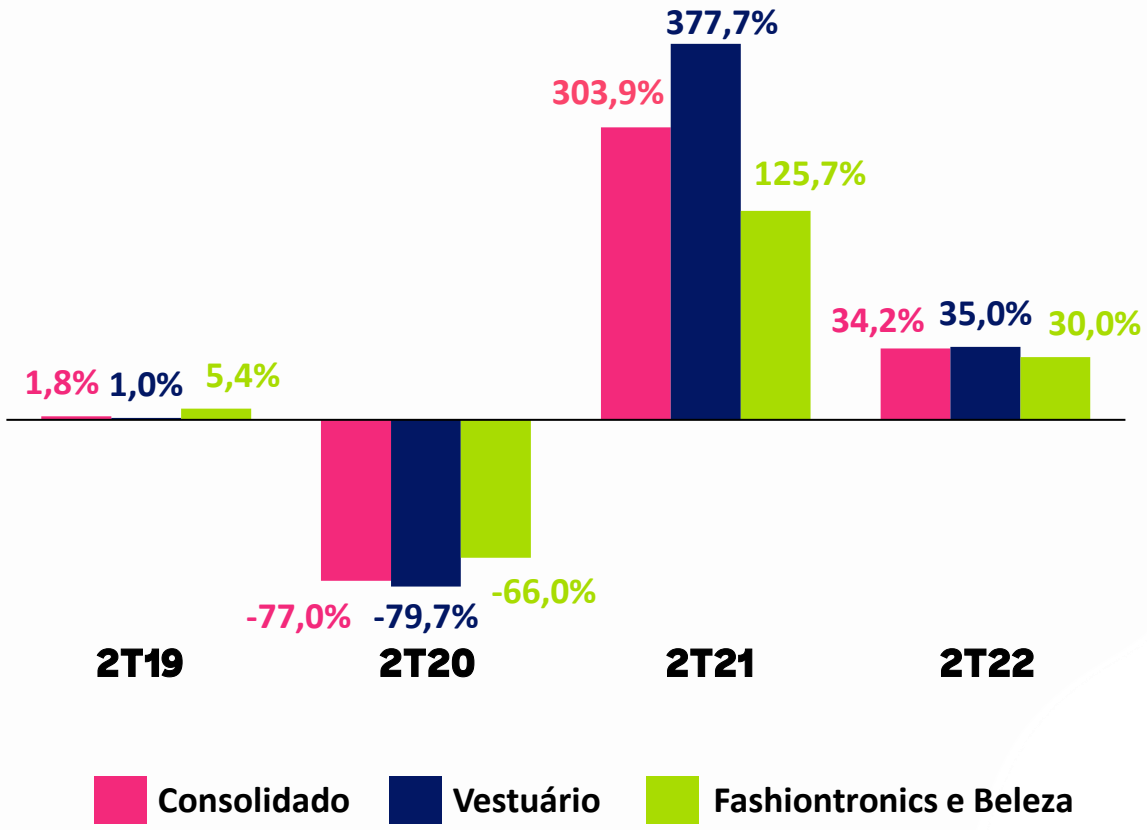
Variação	
vs.2T21	vs.2T19
+39,7%	+38,8%
+32,3%	+2,5%
+43,3%	-10,8%

Vestuário | Fashiontronics e Beleza | Serviços Financeiros (inclui outros)

Vendas Mesmas Lojas (SSS)

(%)

Indicador refletindo cenário mais normalizado, apesar da base ainda impactada pela pandemia

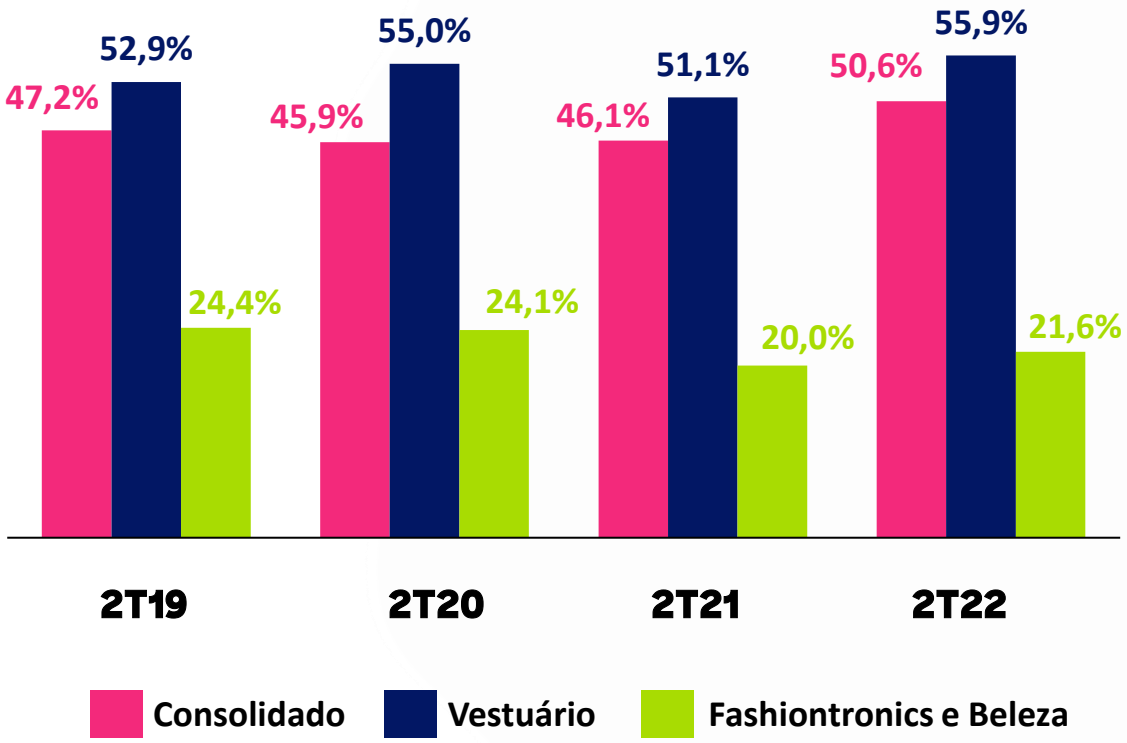


	Variação	
vs.2T21	vs.2T21	vs.2T21
-269,7p.p.	-342,7p.p.	-95,7p.p.
vs.2T19	vs.2T19	vs.2T19
32,4p.p.	34,0p.p.	24,6p.p.

Margem Bruta de Mercadorias

(%)

Margem bruta de mercadorias acima de 50% com inverno vendido a preço cheio e evolução na gestão dos processos de precificação



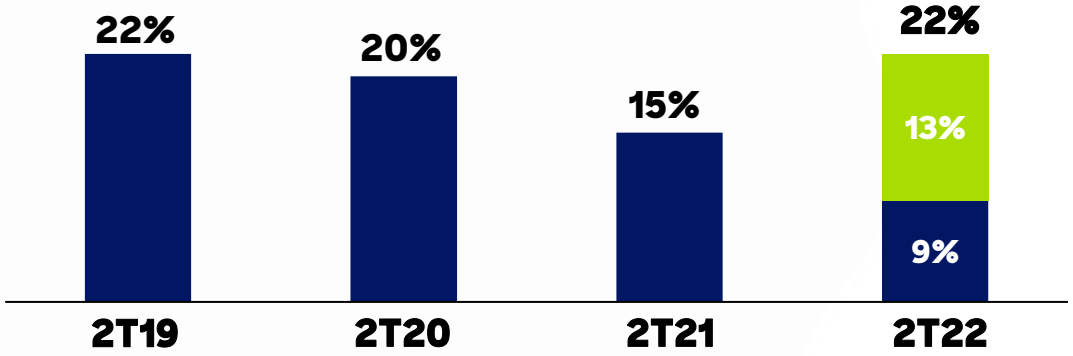
	Variação	
vs.2T21	vs.2T21	vs.2T21
4,5p.p.	4.8p.p.	1.6p.p.
vs.2T19	vs.2T19	vs.2T19
3,4p.p.	3.0p.p.	-2.8p.p.

Serviços Financeiros

(R$ milhões e %)

C&A Pay já com participação relevante das vendas e inadimplência buscando a maturidade do negócio

% da venda total



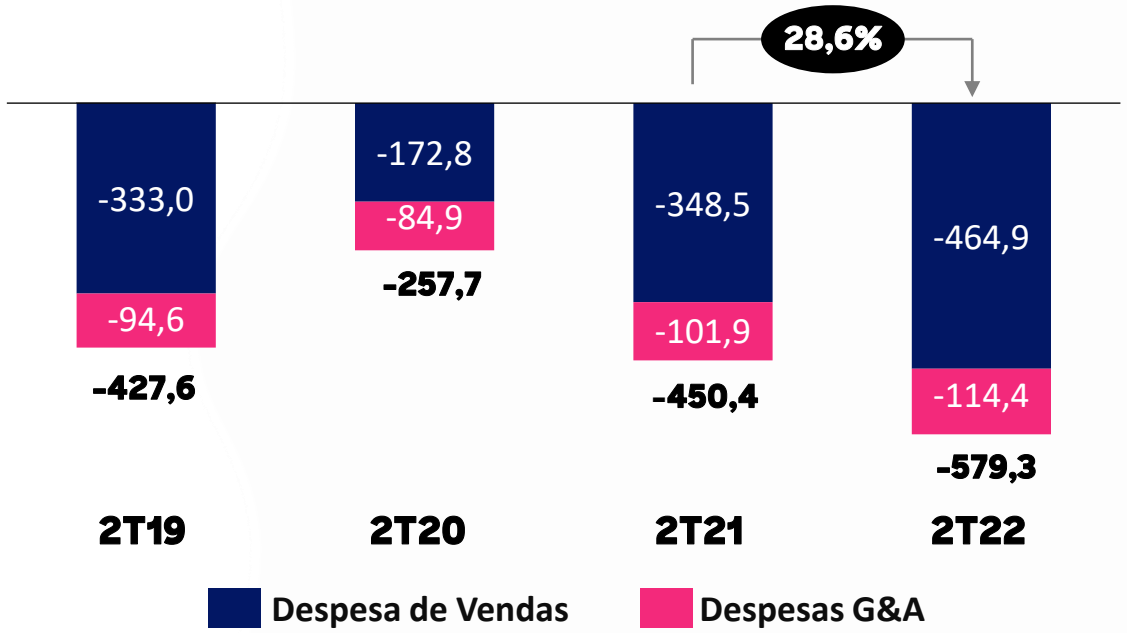
	2T19	2T20	2T21	2T22
Receita Serv. Financeiro (R$ Milhões)	61,0	15,9	37,7	54,8
Parceria Bradescard	61,0	15,9	37,7	26,4
C&A Pay	-	-	-	28,4
Inadimplência (%)				
Parceria Bradescard	8,3%	21,7%	10,2%	13,5%
C&A Pay	-	-	-	19,4%

Parceria Bradescard C&A Pay

Despesas Operacionais[1]

(R$ milhões)

% de despesas de Vendas e G&A / Receita Líquida Total se aproxima de patamar pré-pandemia com alavancagem operacional apesar da inflação e crescimento



Excluindo Outras Receitas (Despesas) Operacionais

variação vs.2T21
33,4%
12,3%

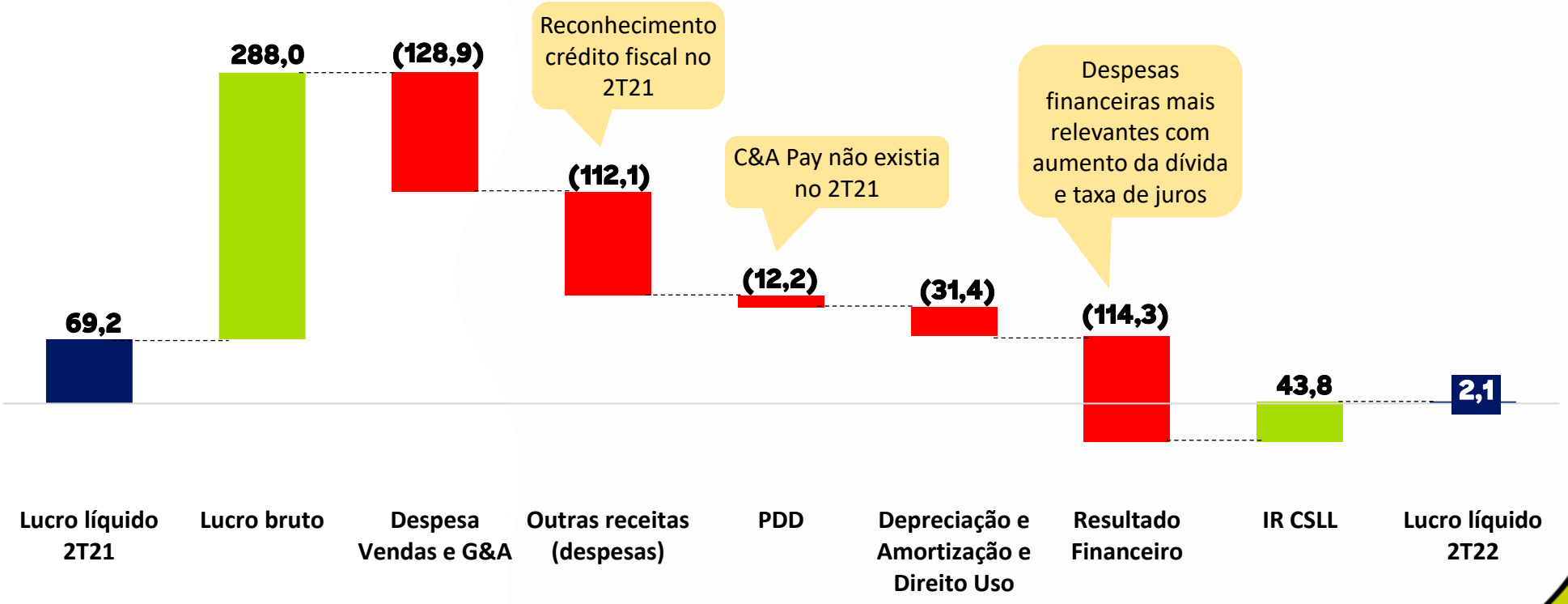
33,9%	87,5%	38,3%	35,5%

% Despesas Vendas e G&A / Rec. Líquida Total

1- As despesas consideram o impacto do pagamento do arrendamento mercantil, conforme norma contábil IFRS16. Também são excluídas as despesas de Depreciação e Amortização e a Depreciação de Direito de Uso (Arrendamento)

Lucro Líquido
(R$ milhões)

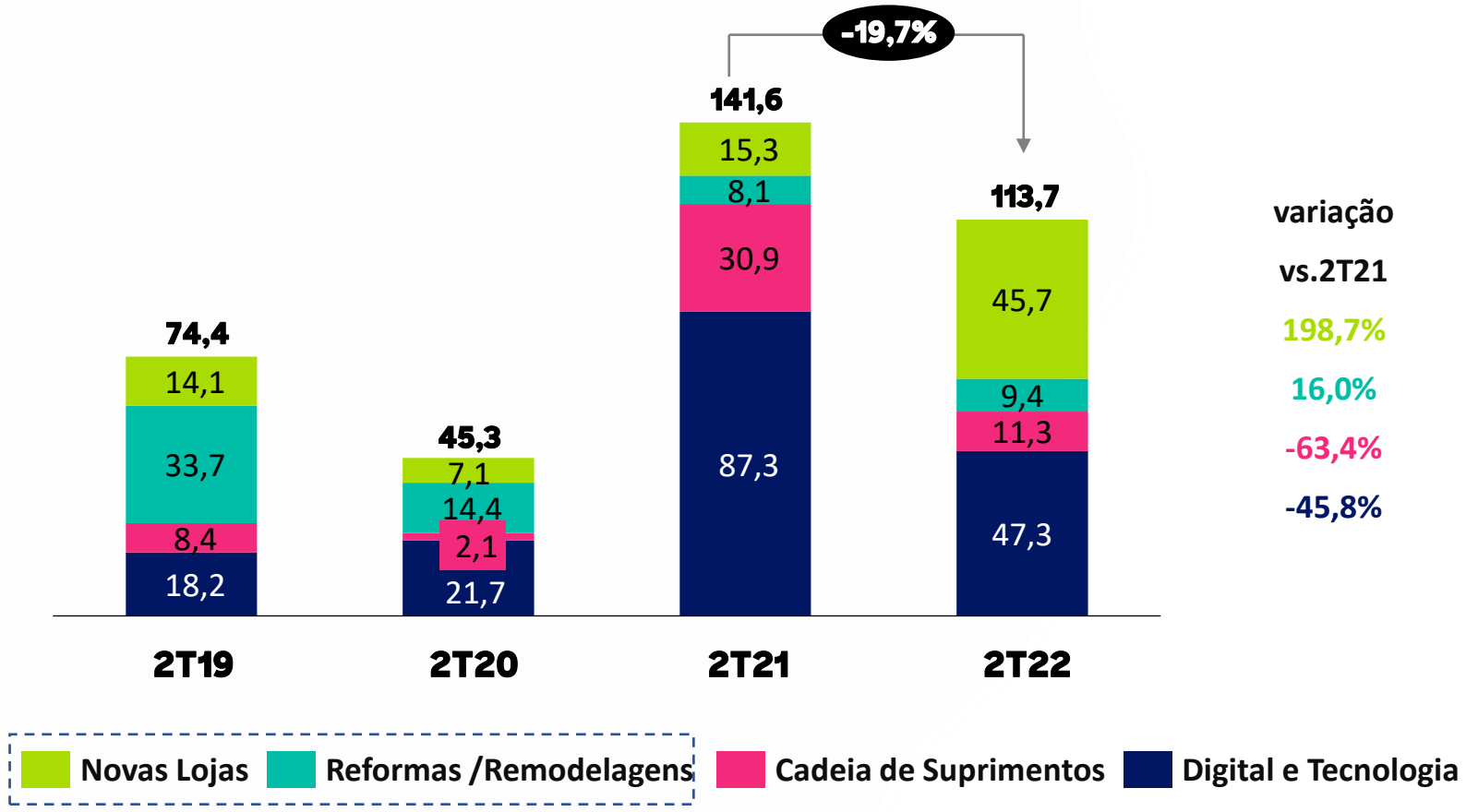
Variação do lucro líquido impactada por diversos efeitos não recorrentes, mas claro efeito da recuperação operacional



Investimentos

(R$ milhões)

Alavancas de expansão e transformação digital foram foco de investimento



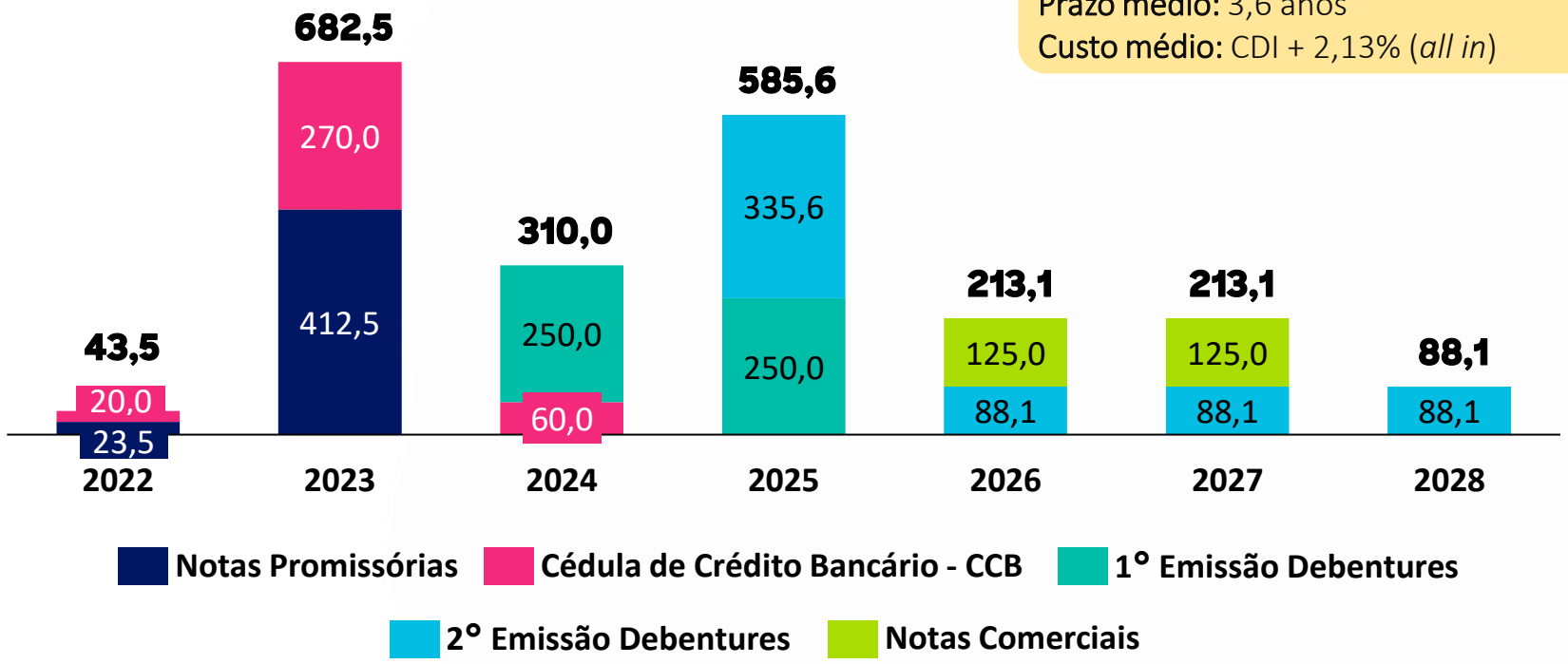
Endividamento

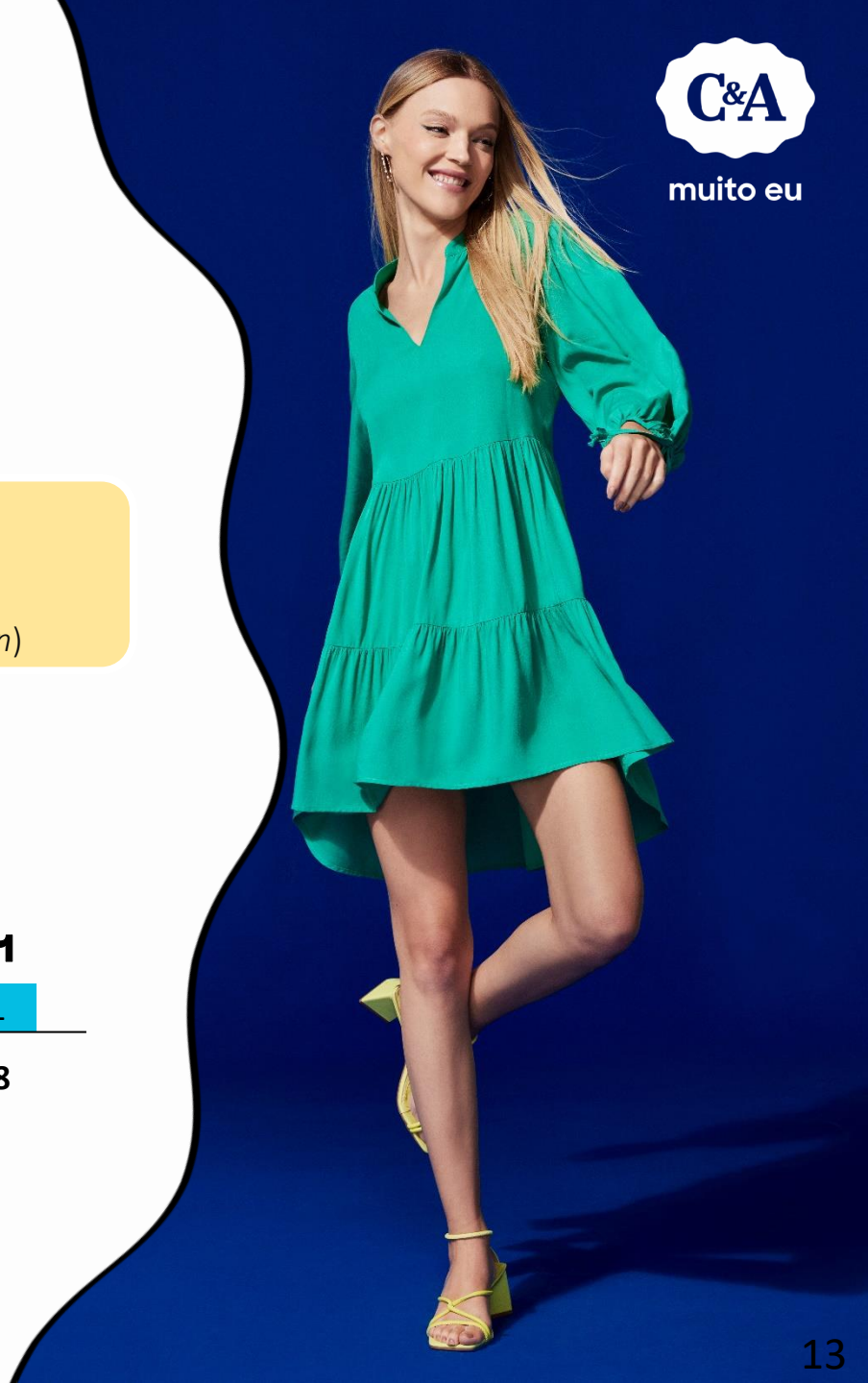
Alongamento da dívida com captações realizadas no 1S22

Cronograma de Amortização da Dívida

(R$ milhões)

Dívida Líquida: 1,2 bilhão
Dívida Total: 2,3 bilhões
Prazo médio: 3,6 anos
Custo médio: CDI + 2,13% (*all in*)

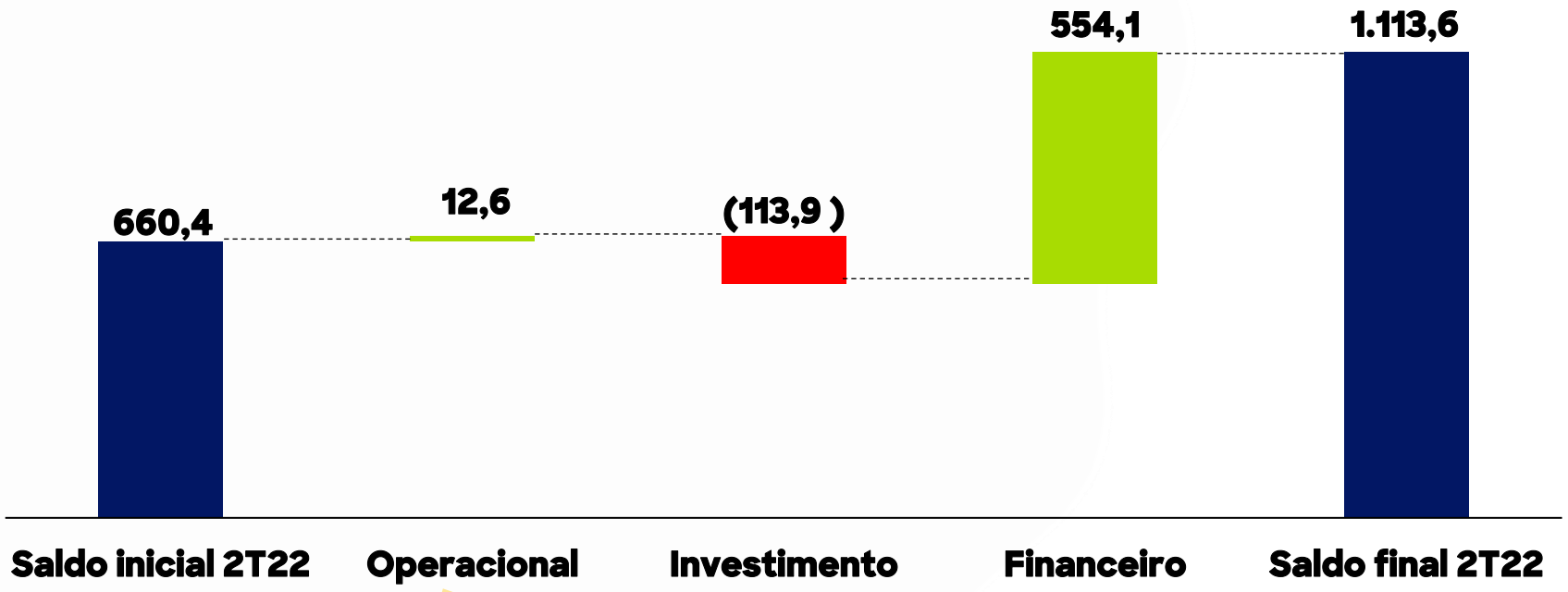




Movimentação Caixa 2T22

(R$ milhões)

Fechamento do trimestre com mais de R$ 1 bilhão em caixa



Caixa Operacional impactado positivamente pela compensação de créditos fiscais em R$ 67,6 milhões

muito eu

resultados 2T22

contatos:
Milton Lucato – CFO
Roberta Noronha
roberta.noronha@cea.com.br
Carolina Martins
carolina.Martins@cea.com.br
Mayara Alves
mayara.alves@cea.com.br

Aviso legal:
As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da C&A Modas S.A. são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da Diretoria sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas à mudança sem aviso prévio.