

Americanas S.A.
CNPJ/ME n. 00.776.574/0006-60
NIRE 3330029074-5

Lojas Americanas S.A.
CNPJ/ME n. 33.014.556/0001-96
NIRE 3330002817-0

FATO RELEVANTE

Americanas S.A. (“Americanas”) e **Lojas Americanas S.A.** (“Lojas Americanas” e, quando em conjunto com Americanas, as “Companhias”), informam que, a Americanas, por meio de seu veículo de aquisições IF Capital Ltda., firmou contrato para adquirir 100% das ações da HORTIGIL HORTIFRUTI S.A. (“Hortifruti Natural da Terra” ou “HNT”).

Hortifruti Natural da Terra

A Hortifruti Natural da Terra é a maior rede varejista especializada em produtos frescos com foco em frutas, legumes e verduras do Brasil, possuindo uma rede de 73 lojas em 4 Estados (RJ, SP, MG e ES) e sendo referência digital do setor no país, com as vendas online representando 16% do total. A HNT oferece conveniência, atendimento diferenciado e alta recorrência de compra, por meio da capilaridade, localização estratégica das lojas e integração digital.

Nos últimos 12 meses, terminados em 30 de junho de 2021, a Hortifruti Natural da Terra apresentou uma receita bruta de R\$ 2 bilhões¹ e uma margem EBITDA de 12%¹. Esses resultados são reflexo do modelo de negócios focado em produtos frescos, que visa garantir maiores vendas/m² e margens.

A Hortifruti Natural da Terra possui um time altamente qualificado, com vasta experiência no setor, e opera com uma estratégia omnichannel, oferecendo diversos serviços para compras realizadas nas Lojas, Sites, Apps e WhatsApp, incluindo entregas no mesmo dia e retirada na loja em 100% da sua rede.

A HNT opera as bandeiras Hortifruti e Natural da Terra, ofertando mais de 7 mil SKUs, em 3 formatos de lojas: (i) 54 Lojas Tradicionais, lojas maiores com área média de 700 m², que oferecem experiência de compra e sortimento completos; (ii) 18 Lojas Leves, lojas menores com área média de 180 m², que atendem a necessidade da feira do dia-a-dia, com SKUs de maior recorrência, promovendo conveniência e praticidade ao consumidor; e (iii) 1 Dark Store, que atende apenas aos pedidos digitais, expandindo o raio de atuação e garantindo entrega rápida para as vendas online. As lojas são abastecidas por uma plataforma logística proprietária que entrega diariamente em toda a rede – do campo para as lojas em até 24 horas – garantindo que os produtos estejam sempre frescos.

A Hortifruti Natural da Terra também faz uso intensivo de dados, principalmente das vendas identificadas dos clientes de seu programa de fidelidade – “Leve Natural”, atingindo, ao final de 2020, o patamar de 75% de identificação de suas vendas. Os clientes do programa compram em média 34x ao ano, com gasto mensal de R\$125, enquanto os clientes omnichannel compram em média 67x ao ano, com gasto mensal de R\$326. A recorrência também é um destaque nas vendas online, com 73% dos clientes comprando mais de uma vez ao mês.

¹Números preliminares e não auditados.

É Tempo de Somar: Americanas e Hortifruti Natural da Terra

A aquisição é um movimento estratégico da Americanas para ser ainda mais relevante no dia a dia dos clientes. Essa estratégia está em linha com o nosso propósito de somar o que o mundo tem de bom para melhorar a vida das pessoas e nos permite participar de diferentes momentos na jornada de consumo, aumentando a base de clientes ativos, a frequência de compras e expandindo o nosso alcance.

A aquisição da HNT possibilitará oferecer mais conveniência aos clientes, ampliando a oferta de produtos frescos e saudáveis, em linha com os novos hábitos de consumo.

Além disso, esta aquisição vai abrir novas frentes de crescimento e rentabilidade. Dentre as oportunidades identificadas, destacamos:

1. Complementariedade do sortimento de produtos frescos e saudáveis nas lojas da Americanas, incluindo as lojas de conveniência.
2. Integração nativa da plataforma digital da HNT, que já é operada pelo Supermercados Now (subsidiária da Americanas).
3. Roll-out do formato de Dark Store para acelerar a expansão da Americanas Mercado (online) com entregas ultra-rápidas e sortimento diferenciado.
4. Utilização da expertise da Americanas em expansão de lojas, para a acelerar o plano de abertura de lojas da HNT, ganhando capilaridade nacional.
5. Integração da logística com a plataforma da LET's, a inteligência de logística da Americanas.
6. Expansão da integração com a AME, a nossa fintech, aumentando a oferta de produtos e serviços financeiros nas lojas HNT (cartão de crédito, recarga de celular, cartões de conteúdo, crédito para pessoa física, entre outros) e também aumentando a frequência de compras.
7. Integração com os nossos motores de inovação e de M&A para aceleração do HNT e desenvolvimento de novas frentes de negócios.

Informações Adicionais

A aquisição da totalidade das ações do Hortifruti Natural da Terra será realizada mediante o pagamento em recursos financeiros no valor de R\$ 2,1 bilhões, condicionado aos ajustes usuais apurados no fechamento da transação. Considerando os ganhos potenciais das sinergias inicialmente identificadas, o preço da aquisição equivale a 9x EV/EBITDA estimado do HNT para 2021. A conclusão da operação está sujeita à aprovação prévia da autoridade antitruste (CADE - Conselho Administrativo de Defesa Econômica) e a eventuais autorizações societárias a serem obtidas oportunamente. As Companhias manterão seus acionistas e o mercado em geral informados sobre o assunto.

Rio de Janeiro, 11 de agosto de 2021.

Miguel Gutierrez
Diretor de Relações com Investidores

Americanas S.A.
CNPJ/ME n. 00.776.574/0006-60
NIRE 3330029074-5

Lojas Americanas S.A.
CNPJ/ME n. 33.014.556/0001-96
NIRE 3330002817-0

MATERIAL FACT

Americanas S.A. (“**Americanas**”) and **Lojas Americanas S.A.** (“**Lojas Americanas**” and, together as Americanas, the “**Companies**”), inform that Americanas, through its acquisition vehicle, IF Capital Ltda., entered into an agreement to acquire 100% of the shares of HORTIGIL HORTIFRUTI S.A. (“**Hortifruti Natural da Terra**” or “**HNT**”).

Hortifruti Natural da Terra

Hortifruti Natural da Terra is the largest retail chain in Brazil specializing in fresh products focused on fruits, vegetables, and greens, with a network of 73 stores in 4 states (RJ, SP, MG and ES) and being a digital reference in the sector for the country, with online sales representing 16% of the total. HNT offers convenience, differentiated service, and high purchase recurrence, through its capillarity, strategic location of stores, and digital integration.

In the last 12 months ended June 30, 2021, Hortifruti Natural da Terra posted gross revenue of R\$ 2 billion¹ and an EBITDA margin of 12%¹. These results are a reflection of the business model focused on fresh products, which aims to ensure higher sales/m² and margins.

Hortifruti Natural da Terra has a highly qualified team, with extensive experience in the sector, and operates with an omni-channel strategy, offering several services for purchases made in Stores, Websites, Apps and WhatsApp, including same-day delivery and in-store pickup across 100 % of its network.

HNT operates the Hortifruti and Natural da Terra brands, offering more than 7K SKUs, in 3 store formats including: (i) 54 Traditional Stores, larger stores with an average area of 700 m², offering a complete shopping experience and assortment; (ii) 18 Light Stores, smaller stores with an average area of 180 m², which meet day-to-day consumption needs, with more frequent SKU types, promoting convenience and high service levels to the consumer; and (iii) 1 Dark Store, which only serves digital orders, expanding the scope of operation and ensuring fast delivery for online sales. The stores are supplied by a proprietary logistics platform that delivers daily throughout the chain – from the field to the stores within 24 hours – ensuring that the products are always fresh.

Hortifruti Natural da Terra also utilizes intensive data, mainly from the sales identified by customers of its loyalty program – “Leve Natural”, reaching 75% of its identified sales at the end of 2020. The program's clients buy an average of 34x a year, with a monthly shopping cart of R\$125, while the omnichannel clients buy an average of 67x a year, with a monthly shopping cart of R\$326. Recurrence is also a highlight in online sales, with 73% of customers buying more than once a month.

¹Preliminary and unaudited numbers.

It's Time to Add Up: Americanas and Hortifruti Natural da Terra

The acquisition is a strategic move by Americanas to be even more relevant in the daily lives of its customers. This strategy is in line with our purpose of adding up what is good in the world to improve people's lives and allows us to participate in different moments in the path to purchase, increasing the active customer base, frequency of purchases, and expanding our reach. The acquisition of HNT will make it possible to offer more convenience to customers, increasing the availability of fresh and healthy products, in line with new consumption habits.

In addition, this acquisition will open up new growth and profitability fronts. Among the opportunities identified, we highlight:

1. Complementary assortment of fresh and healthy products at Americanas stores, including convenience stores.
2. Native integration of HNT's digital platform, which is already operated by Supermercados Now (a subsidiary of Americanas).
3. Roll-out of the Dark Store format to accelerate the expansion of Americanas Mercado (online) with ultra-fast deliveries and a differentiated assortment.
4. Use of Americanas expertise in store expansion to accelerate the store opening plan of HNT, gaining nationwide coverage.
5. Integration of logistics with LET's, the Americanas logistics intelligence platform.
6. Expansion of the integration with AME, our fintech, increasing the offer of financial products and services in HNT stores (credit card, cell phone recharge, content cards, credit for individuals, among others) and also increasing the frequency of shopping.
7. Integration with our innovation and M&A engines to accelerate HNT and develop new business fronts.

Additional Information

The acquisition of all the shares of Hortifruti Natural da Terra will be carried out upon payment in financial resources in the amount of R\$ 2.1 billion, subject to the usual adjustments determined at the closing of the transaction. Considering the potential gains from the initially identified synergies, the acquisition price is equivalent to 9x EV/EBITDA 2021E for HNT. The completion of the transaction is subject to prior approval by the antitrust authority (CADE - Administrative Council for Economic Defense) and any corporate authorizations to be obtained in due course. The Companies will keep their shareholders and the market in general informed about the matter.

Rio de Janeiro, August 11, 2021.

Miguel Gutierrez
Investor Relations Officer