

The logo features the lowercase letters 'imc' in a bold, white, sans-serif font. Above the letter 'm', there are two white, curved lines that resemble steam or smoke rising from a pot. To the right of the 'c', there is a small 'TM' trademark symbol.

imcTM

International Meal Company

SONHO GRANDE

ser a melhor plataforma de serviços de alimentação

MELHOR PARA NOSSOS **CONSUMIDORES**

MELHOR PARA NOSSOS **COLABORADORES**

MELHOR PARA NOSSOS **FRANQUEADOS**

MELHOR PARA NOSSOS **ACIONISTAS**

RESULTADO
RECORDE EM 2022



Vendas do Sistema* de

R\$3,2 bilhões

Receita Líquida de

R\$2,3 bilhões

EBITDA de

R\$336 milhões

559 lojas

294 próprias

* Vendas das lojas próprias e franquias

MARCAS ICÔNICAS

Marcas top-of-mind e referência no segmento são o foco do crescimento

Sistema IMC
(Vendas Totais)



25 LOJAS | Principais rodovias de SP

Pioneiro nas rodovias em São Paulo há mais de 70 anos, líder em conhecimento de marca, dono de produtos icônicos como o Pão de Semolina e o espetinho de frango empanado

~R\$
800MM



160 LOJAS | em 8 dos 26 Estados Brasileiros

Líder absoluto de mercado de frango com maior crescimento entre as grandes redes, uma das maiores marcas de fast food no mundo

~R\$
800MM



260 LOJAS | em 21 dos 26 Estados Brasileiros

A melhor pizza para 51% dos entrevistados pelo Instituto de Pesquisa MDI¹
Presença Nacional e referência de mercado com uma linha de produtos única, como a Pan Pizza

~R\$
800MM



30 LOJAS | em 15 cidades turísticas nos Estados Unidos

Presente nos principais centros turísticos do EUA, a marca é uma das maiores redes de casual dining temático do mercado

~R\$
800MM

DIVERSIDADE DE EXPERIÊNCIAS

Marcas tradicionais complementam nosso portfólio



37 LOJAS | SP e RJ

Um formato diferente para cada necessidade de alimentação: Buffet express, café, restaurante



Serviço de Catering | Aeroportos de Brasília, Congonhas, Confins, Porto Alegre e Viracopos e 7 na Colômbia, incluindo Medellín, Bogotá e Cartagena



2 LOJAS | SP

Tradicional doceria e lanchonete



11 LOJAS | RJ

Restaurante pioneiro na venda de batata recheada

Marcas tradicionais e reconhecidas

PRESENÇA GEOGRÁFICA

Forte presença nas Américas com diversificação de fonte de receitas



E.U.A.

LANDSHARK + MARGARITAVILLE: 31 LP



COLÔMBIA

RA Catering + J&C Delícia



BRASIL

FA 25 LP

KFC 86 LP 74 FRANQUIA

PH 82 LP 173 FRANQUIA

VIENA + BRUNELLA + BI : 37 LP



PLATAFORMA HÍBRIDA

Gestão de Lojas próprias e Franquias

LOJAS PRÓPRIAS:

Desenvolvimento de know-how e performance de áreas estratégicas

FRANQUIAS:

Foco na performance de rede para geração de valor em toda a cadeia

- Modelo que permite rápida expansão e capilaridade
- Suporte constante à rede: Média de 40 lojas por consultor e 3 visitas ano/loja
- Convenção anual com todos franqueados
- Programa de serviços para auxiliar franqueados em metas de vendas e rentabilidade
- Treinamentos recorrentes em produtos, gerenciamento de lojas entre outros

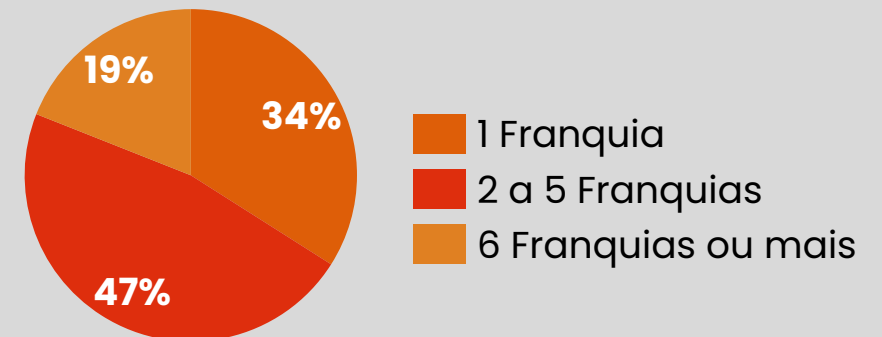


73%

de satisfação
de franqueados

Contratos de
10 anos e payback
de até **48 meses**

CONCENTRAÇÃO DE FRANQUIAS: FOCO EM CONTRATOS DE DESENVOLVIMENTO



LOGÍSTICA E SOURCING

Supply chain ágil, eficiente e verticalizado

PRODUÇÃO CENTRALIZADA:

Cozinha central tem capacidade de produzir de alimentos 720 ton/mês

CERTIFICAÇÃO E AUDITORIA DE FORNECEDORES:

Certificação e auditoria para assegurar a qualidade dos processos e produtos

ESTRATÉGIA DE SUPPLY CHAIN:

Negociação centralizada e gestão de relacionamento com principais fornecedores de mercadorias e serviços

GANHOS DE ESCALA:

Benefício para toda a rede de franqueados e lojas próprias

EFICIÊNCIA NA DISTRIBUIÇÃO:

Parceiros logísticos consolidam a distribuição em escala nacional





MODELO DE GESTÃO

Áreas corporativas focadas em apoiar as operações

CSC – Centro de Serviços Compartilhados

-  Monitoramento da **eficiência operacional**
-  Otimização de **processos e recursos**
-  Digitalização e otimização de processos
-  **Simplificação** e padronização
-  **Redução de custos**
-  Aumento de **produtividade**

CCO – Centro de Controle Operacional

-  Monitoramento online dos **KPIs operacionais**
-  Desdobramento das **metas mensais e diárias das lojas**
-  Gestão diária dos indicadores com **plano multidisciplinar de ação**
-  **Monitoramento da disponibilidade/ produtividade** online de balcão e delivery
-  Padronização dos **processos operacionais dos restaurantes**

Pricing Intelligence – Centro de Inteligência de Preço

-  **Estratégia de Preço**
Definição das tabelas de preços, reajustes
-  **Análise de Performance**
Estratificação dos resultados apontando oportunidades de Mix de produtos / região
-  **Inteligência de Custos**
Análise da composição dos produtos, projetando a margem de contribuição.
-  **Inteligência de Mercado**
Entendimento da percepção de valor do cliente e a concorrência
-  **Estratégia Menu**
Mudança ou criação de plataformas de vendas
-  **Desenvolvimento de Produto**
Criação de novos produtos ou modificação dos existentes para atender as necessidades de Menu

HISTÓRIA DE CRESCIMENTO

Crescimento acelerado no portfólio de marcas em diversas regiões

Reorganização a partir de 2021

2006

Nasce a IMC

Através da aquisição do grupo mexicano La Mansion

Advent International
GLOBAL PRIVATE EQUITY

2007

Aquisição

RIA CATERING

2008

Aquisição

VIENA

FRANGO ASSADO

2011

IPO
Novo Mercado B3
(MEAL3 TICKER)
R\$412,3 milhões

MEAL
B3 LISTED NM

2013

Contrato de desenvolvimento para marcas

Olive Garden
ITALIAN KITCHEN

RED LOBSTER
FRESH FISH - LIVE LOBSTER

2014

Início operações nos EUA com aquisição dos ativos dos restaurantes

MARQUE

2015-16

Encerramento operações México, República Dominicana e Porto Rico

2019

Incorporação MultiQSR, master franqueada

Inauguração Cozinha Central



2020

Follow-on
R\$374 milhões

Novo acionista referência



2021

Novo Conselho de Administração

Novo Management

AGENDA DE TRANSFORMAÇÃO

2022

Resultado Recorde, com faturamento do Sistema de R\$3,2 bi e receita líquida de R\$2,3 bi

Desinvestimento Panamá

2023

Dez trimestres consecutivos de crescimento

Desinvestimento Olive Garden

AGENDA DE TRANSFORMAÇÃO

Crescer com disciplina financeira e cultura de dono



 Início em 2021

 Novo management
#restaurantebomtemdono

 Agenda de crescimento com rentabilidade

 Busca contínua de eficiência operacional

 Inovação e tecnologia

 Disciplina financeira

PESSOAS E CULTURA

Time experiente, comprometido e que faz acontecer



ALEXANDRE SANTORO

CEO

Popeyes, RBI, ALL, Ambev e Danone



RAFAEL BOSSOLANI

CFO e IR

Companhia Hering, Walmart, Natura e J&J



FERNANDA FERNANDES

CHRO

Petz, Cacau Show, Vivara e Claro



RICARDO AZEVEDO

COO Fast Food

Burger King, Nike e Ambev



ALEXSANDRO BX

CMO, Growth e Digital

ABI e Ambev



EDVALDO SOUZA

COO Frango Assado

Ambev, Gafisa e Grupo Algaia



GUSTAVO BARROS

CSO

Ambev



DAVID CRABTREE

Presidente EUA

Planet Hollywood Group, Westgate Resorts



SERGIO CARDONA

Presidente Colombia

AT&T, Grupo Resa, Nasco, Auto Grill e DOH



PESSOAS E CULTURA

Conselho de Administração comprometido com nosso sucesso

Conselho eleito em 28 abr 2023

**Luiz Fernando
Ziegler de Saint
Edmond, Presidente**

Co-Fundador da Dream pact Ventures, CEO e membro do Conselho Alpargatas e Life Equals, ex-membro do Conselho Ambev Ambev, Anheuser-Busch e Chief Sales Officer da ABInbev.

Lucas Santos Rodas

Sócio-diretor da FARO Capital, Presidente do Conselho Cia Nitro Química Brasileira, membro do Conselho Montecitrus e IEDI, sócio e membro do Comitê de Investimentos da Baraúna Gestora. Sagatiba Brasil, BofA e Unibanco

**Grace Cury de
Almeida Gonçalves
Tourinho**

Price Waterhouse do Brasil e Portugal, OPP Petroquímica / Braskem, Ambev, Kimberly Clark Brazil Brasil, T4F Entretenimento, UFC – Brasil e Qualicorp S.A.

**Fued Elias
Sadala Junior**

Presidente do Conselho da Ryvit, ABInbev, Co-fundador Dream pact.

**Francisco Tosta
Valim Filho**

Ex-CFO e CEO da OI S.A, ex-CEO da Via Varejo

**Paulo Sérgio de
Camargo**

CEO EspaçoLaser, Ex-PepsiCo, FASA Corp, Iron Mountain e Arcos Dorados – McDonald's Brasil.

Joseph Call*

Diretor de Desenvolvimento da Pizza Hut Internacional. Ex-KFC, Yum!

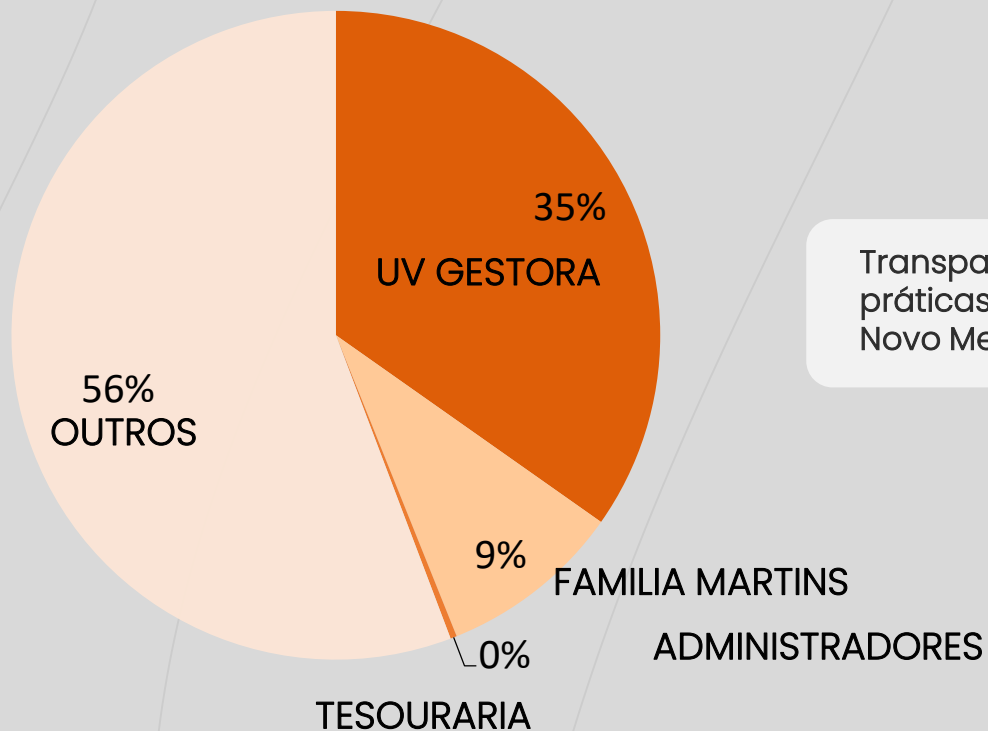
Membros
independentes

* Membro ligado a Yum!

GOVERNANÇA CORPORATIVA

As melhores práticas fazem parte da nossa cultura

Composição Acionária



Transparência e melhores práticas, com listagem no Novo Mercado da B3

ITAG B3

IGCT B3

IGC-NM B3

IGC B3

ICON B3

IBRA B3



Conselho Administrativo

Comitê Executivo e de Estratégia

Comitê de Gente, Gestão e Operações

Comitê Financeiro

Comitê de Auditoria

Comitê de Ética e Conduta

Comitê de Riscos e Controles Internos

Canal de Denúncias

Auditoria Interna



Desempenho Operacional & Financeiro

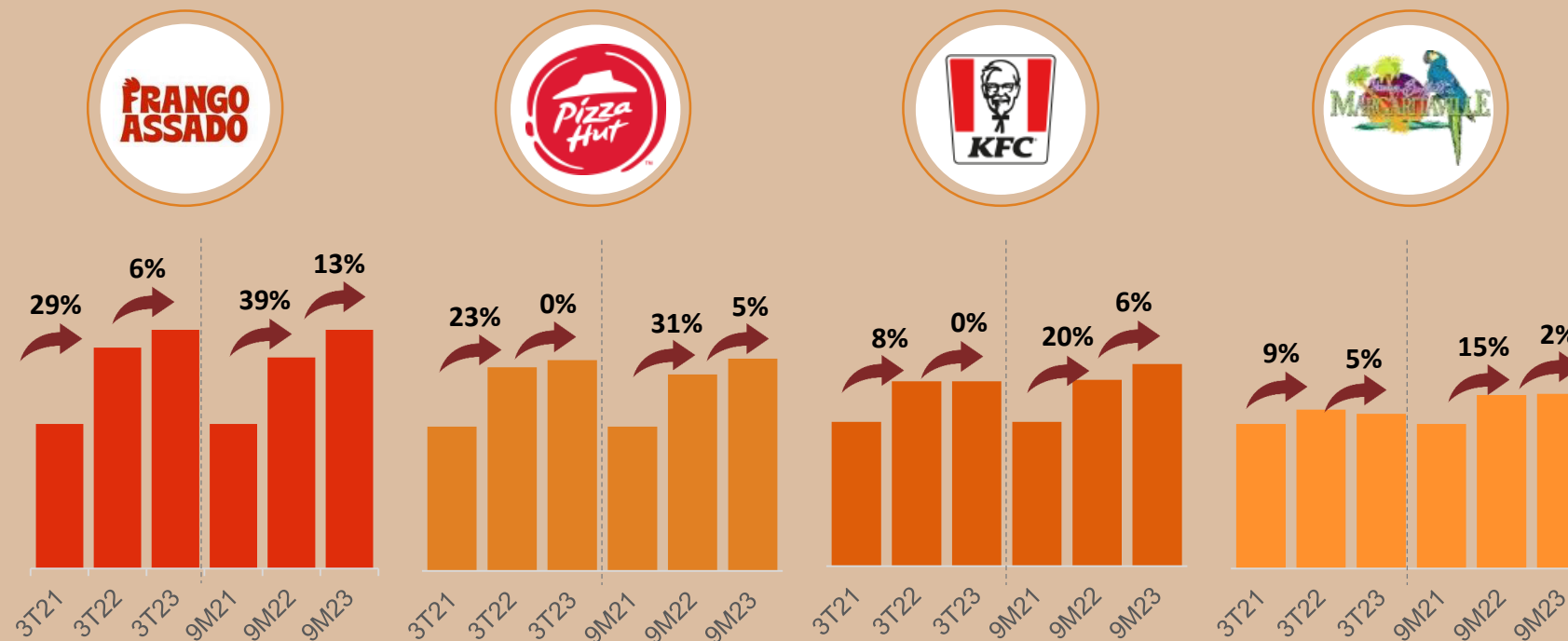
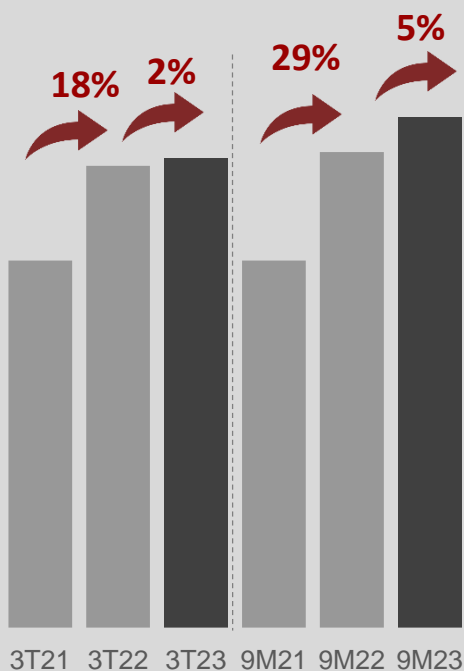
DESEMPENHO OPERACIONAL

Rede saudável com forte desempenho em vendas mesmas lojas



VENDAS MESMAS LOJAS

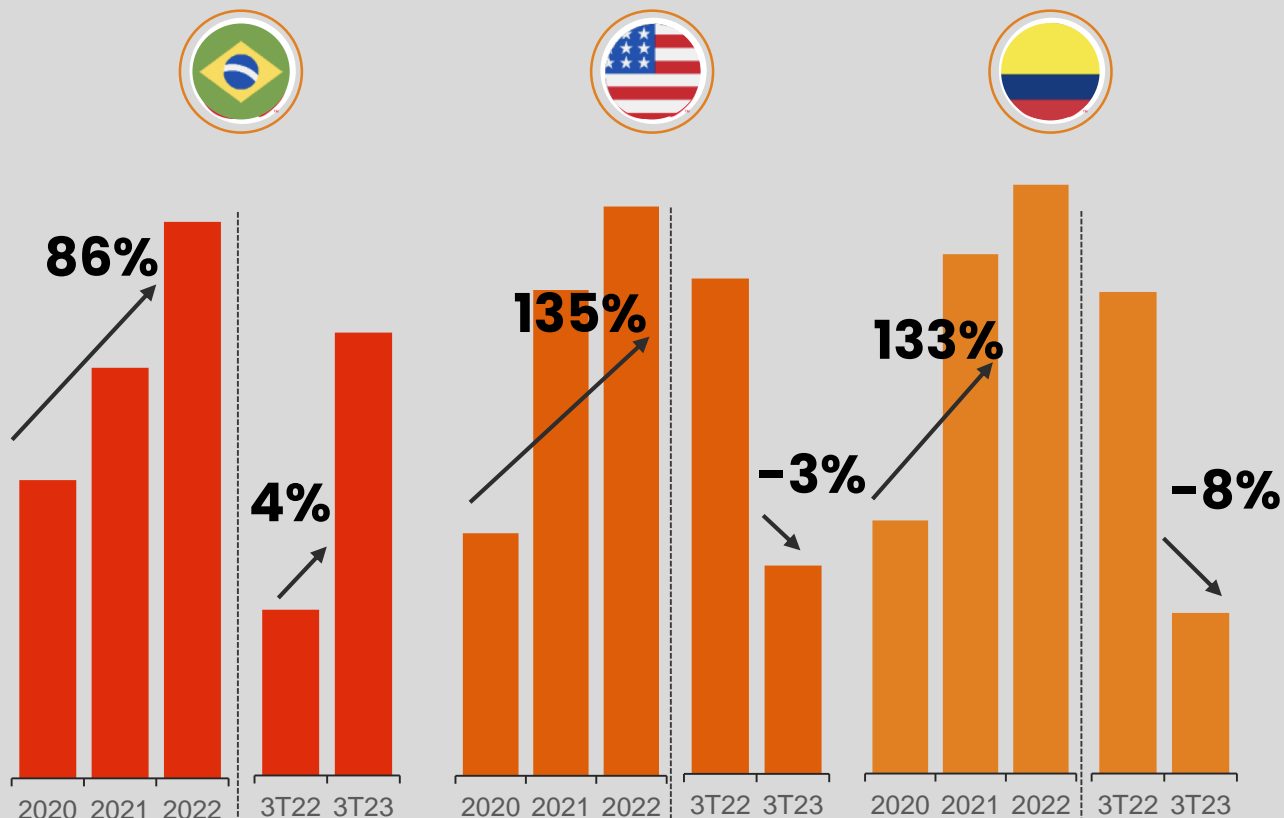
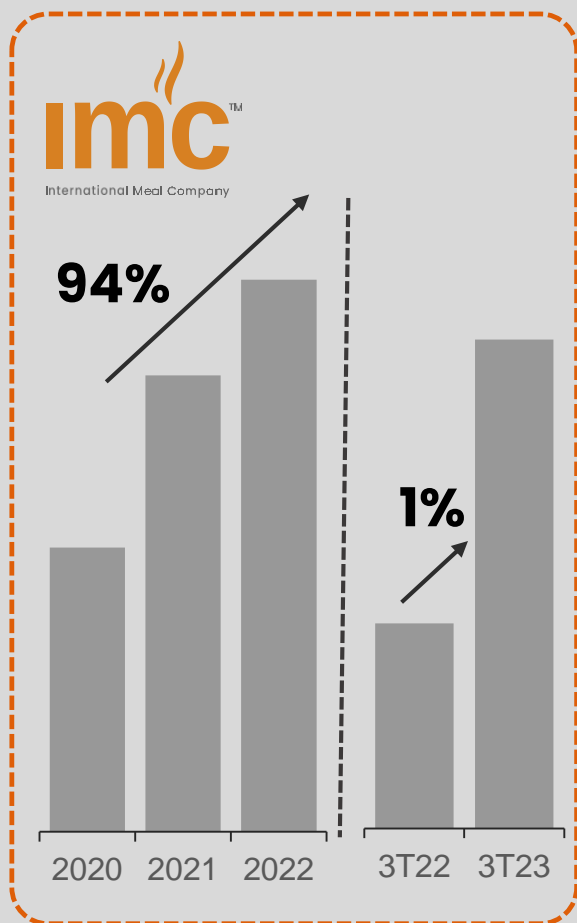
Base 100 vs ano anterior



DESEMPENHO FINANCEIRO

Agenda de Transformação começa a mostrar resultados

RECEITA LÍQUIDA (Var %)



Maior receita da história da IMC e crescimento consistente em todos os segmentos

Forte desempenho de todas as marcas no Brasil

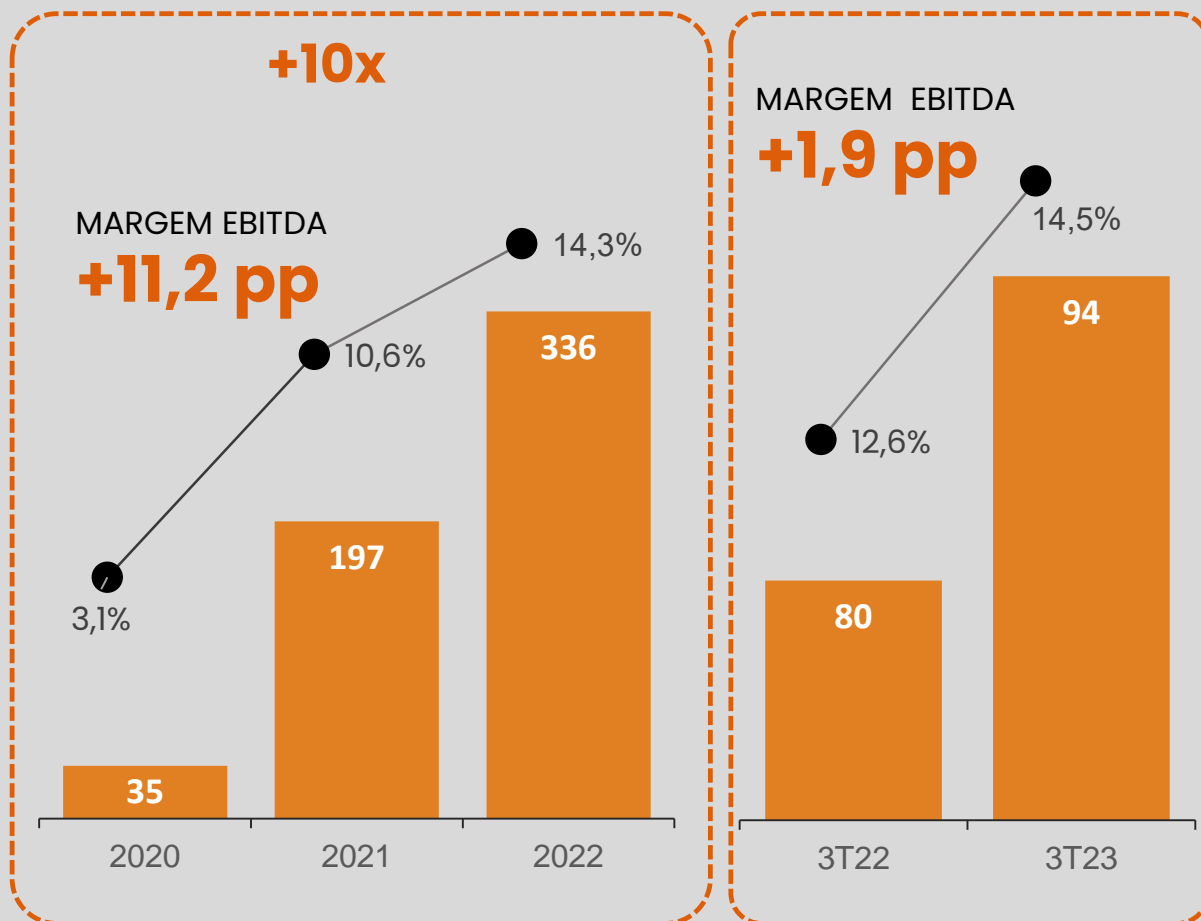
Gestão mix e preços, novas operações nos EUA

Variação cambial, fluxo nos aeroportos

DESEMPENHO FINANCEIRO

Agenda de Transformação começa a mostrar resultados

EBITDA & Margem (R\$ milhões)



- Brasil triplica EBITDA
- Crescimento com rentabilidade
- Sinergias



- Mix De Venda
- Aumento labor
- Inflação de preços



- Perda Catering (Viva Colombia)
- Forte controle de custos/despesas

Maior EBITDA da história da IMC e trajetória positiva para todas as unidades

Alavancagem Operacional em todas as operações

Controle eficiente de custos e despesas em todas as unidades

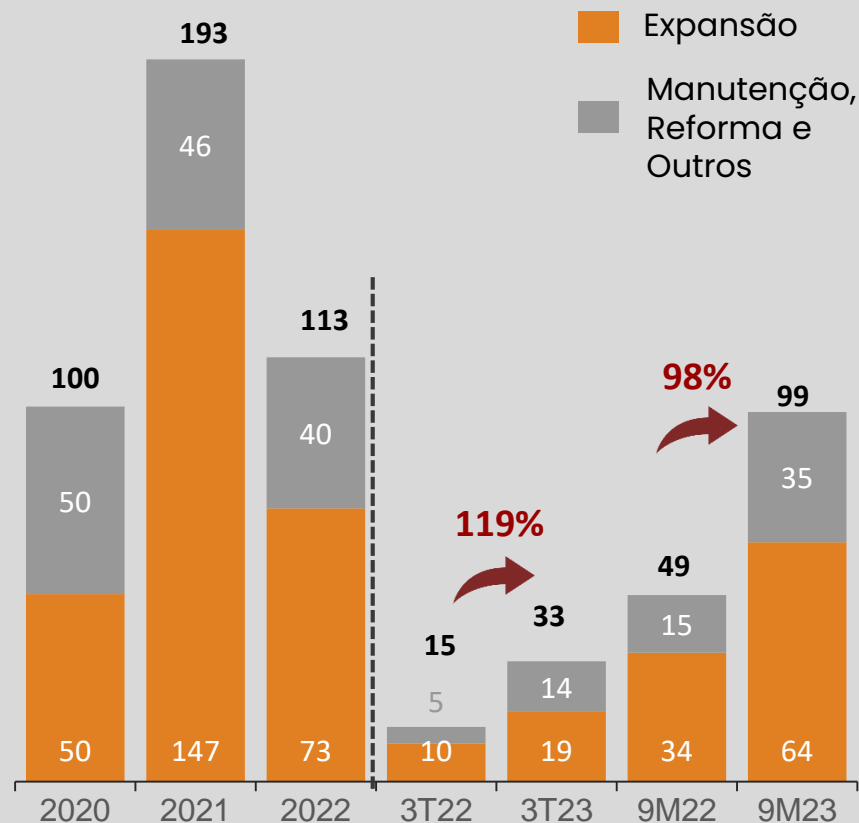
Fortalecimento das áreas estratégicas

Em 2 anos de transformação, a Companhia apresentou 10 trimestres consecutivos de melhora de resultado

DESEMPENHO FINANCEIRO

Ritmo de investimento diretamente ligado a performance operacional e financeira

CAPEX - R\$ milhões



PRINCIPAIS INVESTIMENTOS 2022

+32 lojas próprias



8



22



2

PRINCIPAIS INVESTIMENTOS 3T23



+1 loja



+2 lojas

CRESCENDO COM RENTABILIDADE

Disciplina nos investimentos de expansão de lojas próprias

Foco em ROIC para lojas próprias

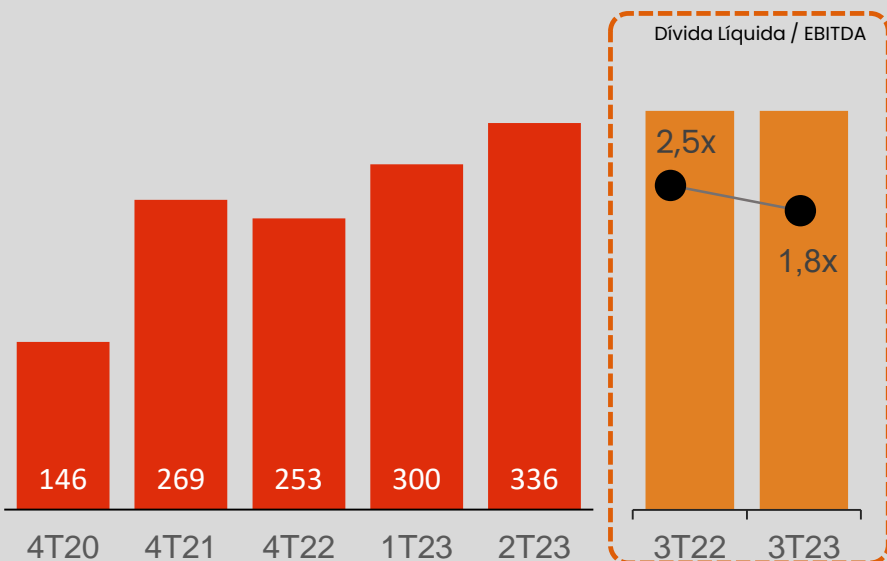
Capilaridade através de franquias, com redução do CAPEX necessário para expandir rede

Destques Financeiros

Estrutura de capital

EVOLUÇÃO DO ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO

R\$ milhões



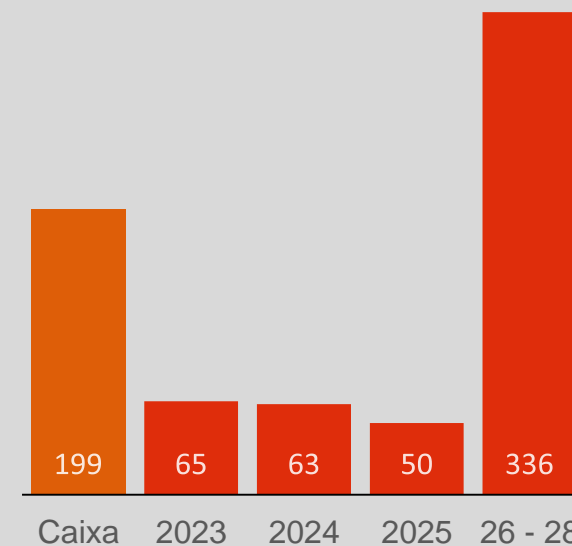
DÍVIDA BRUTA POR INDEXADOR

R\$ milhões

INSTRUMENTO	TAXA	\$ EM 30 SET 23
Debênture MEAL13	CDI+3,60% aa	201,2
Debênture MEAL21	CDI+5,30% aa	140,6
4131	CDI+3,35% aa	60,5
Nota Comercial	CDI+2,70% aa	50,1
4131	CDI+2,74% aa	43,2
Outros		8,0
	~CDI +3,9%	503,8

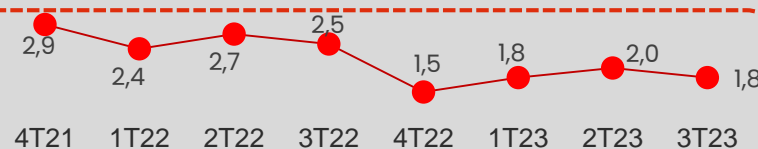
CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO*

R\$ milhões



* Cronograma da dívida considerando a emissão das debêntures em out/23 e não considera custo de transação de -R\$18,5 milhões

Dívida Líquida / EBITDA 1,8x em Set/2023 abaixo dos Covenants exigidos (3,0x)



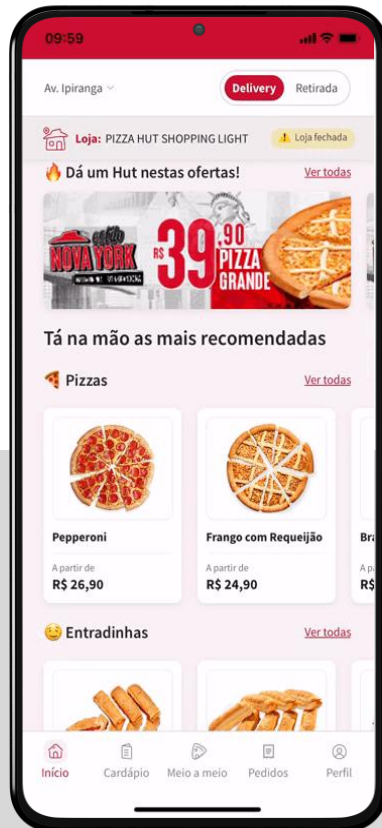
Redução da dívida bruta em R\$106 milhões nos últimos 12 meses
Readequação do perfil da dívida

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Canais digitais, CRM e excelência operacional transformando a experiência do cliente

CANAIS DIGITAIS

- Canais Próprios e de terceiros
- **40%** da receita
- **+36%** em vendas digitais vs 23T22



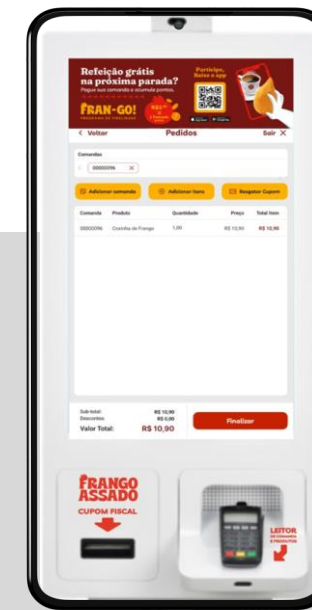
INTELIGÊNCIA DE DADOS

- Cupons Via App e Programa de Fidelidade
- **+ de 170K** cadastrados



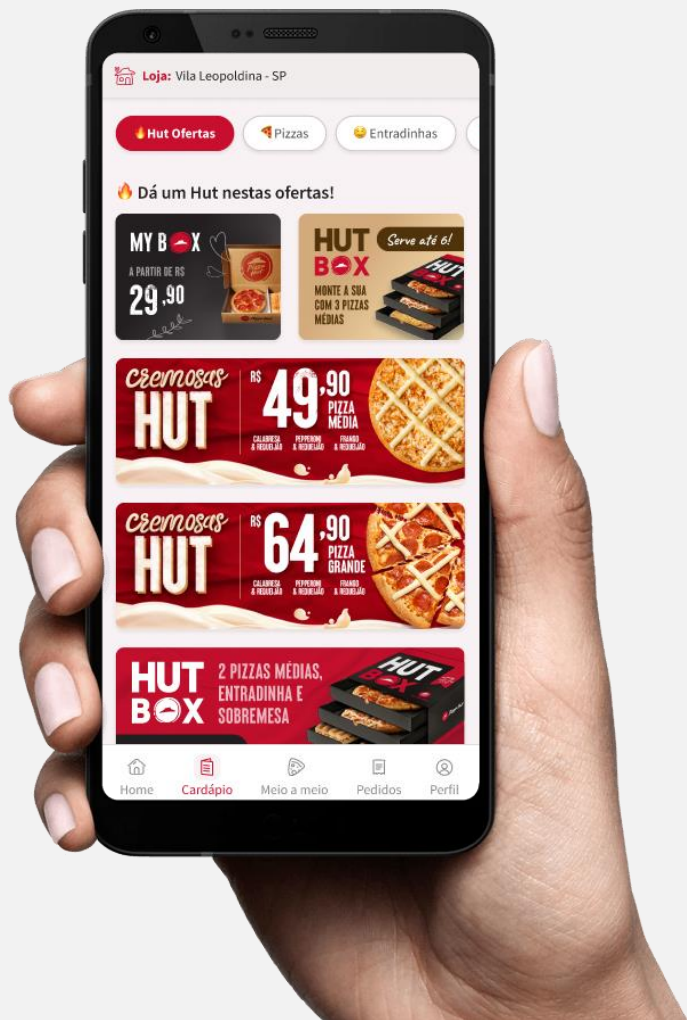
EXCELÊNCIA OPERACIONAL

- **36%** das vendas via totem nas lojas habilitadas (KFC)
- **100%** das vendas FA via totem de autoatendimento

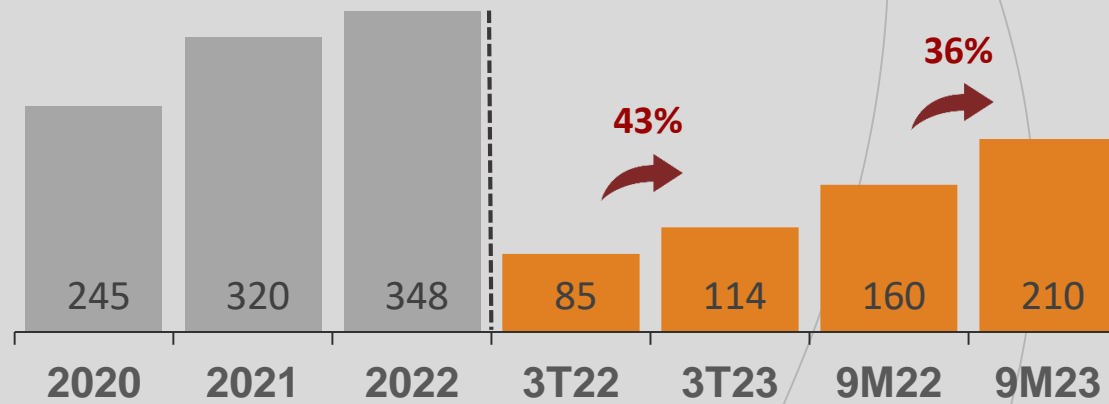


- Novo Site PH
- Site e App KFC

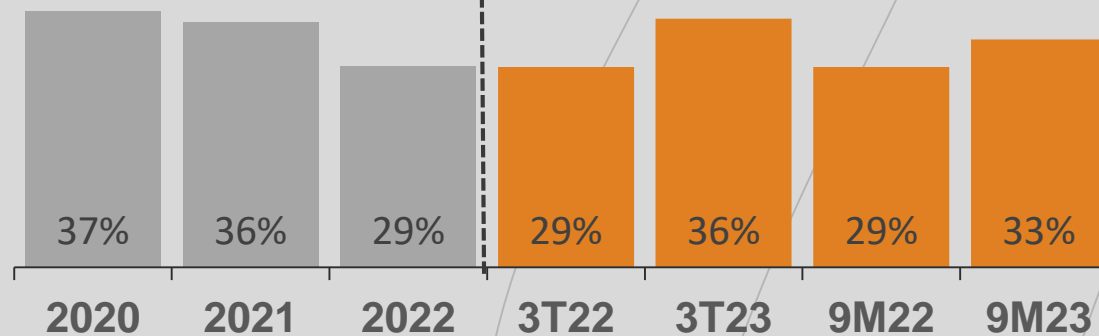
Vendas Digitais PH e KFC



VENDAS DIGITAIS EM R\$ MILHÕES



% PARTICIPAÇÃO





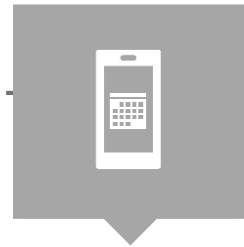
Próximos Passos

PRIORIDADES



EFICIÊNCIA OPERACIONAL

Gestão cada vez mais eficiente dos negócios com crescimento **nas margens operacionais**



TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Implantação de canais de atendimento próprios

Sucesso dos **apps**

Conveniência dos Totens auto-atendimento



SIMPLIFICAÇÃO DO NEGÓCIO

Prioridade nas **marcas com maior potencial** de crescimento e capturar valor na companhia:

Desinvestimento Panamá



EXPANSÃO

Expansão de lojas próprias orientada por **ROIC**

Crescimento balanceado entre lojas próprias e franquias



DISCIPLINA FINANCEIRA

Melhoria da estrutura de capital, com **redução dos níveis de alavancagem**

Eficiência na **execução de capex e gestão de custos**

RETORNO PARA O AÇIONISTA

MEAL

B3 LISTED NM

imcTM
International Meal Company

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

ri@grupoimc.com.br

www.grupoimc.com.br/ri

DISCLAIMER

Este material é uma apresentação e contém informações gerais sobre a empresa International Meal Company Alimentação S.A. (“IMC” ou a “Companhia”) preparadas nesta data. Estas informações são resumidas e não se pretende que sejam completas nem destinadas a serem interpretadas como recomendações a potenciais investidores. Nenhuma declaração ou garantia, seja ela expressa ou implícita, é realizada, com relação à exatidão, imparcialidade ou abrangência das informações aqui contidas.

Este material contém informações prospectivas e projeções financeiras, as quais constituem apenas estimativas e não são garantia de futura performance. Caso existam, estas são apenas projeções e, como tal, se baseiam exclusivamente nas expectativas da administração, conforme aplicável, em relação ao futuro dos seus respectivos negócios. Tais considerações futuras dependem, substancialmente, de mudanças nas condições de mercado, regras governamentais, condições de concorrência, do desempenho do setor e da economia brasileira, entre outros fatores, e estão, portanto, sujeitas a mudanças imprevisíveis. Os potenciais investidores devem estar cientes de que tais informações estão ou estarão, conforme o caso, sujeitas a diversos riscos, incertezas e fatores relacionados às operações da Companhia que podem fazer com que os seus resultados sejam substancialmente diferentes das informações prospectivas e das projeções financeiras aqui contidas. Este material não deve ser a única base sobre a qual uma decisão ou determinação com relação a viabilidade de qualquer negócio aqui contemplado deve ser feito.

Esta apresentação não constitui oferta, convite ou solicitação de oferta de subscrição ou compra de quaisquer valores mobiliários.

Este material é de uso restrito de seu destinatário e não deve ser reproduzido, distribuído, publicado, transmitido ou divulgado a terceiros. Além disso, este material não se destina à utilização em veículos públicos de comunicação, tais como jornais, revistas, rádio, televisão, páginas abertas na internet ou em estabelecimentos abertos ao público. Por fim, o recebimento deste material não deve ser considerado como criação de qualquer relacionamento ou vínculo, tampouco constituem a base de um contrato ou compromisso de qualquer espécie.