



50  ASSAÍ
ATACADISTA
anos

Apresentação Institucional

— Agosto 2024 —



Para todos, de Sol a Sol.

CONTEXTO ATUAL



Conversão: Ponta Negra (RN)

R\$4bi > R\$73bi

17x MAIOR EM 12 ANOS!

Receita Bruta

(R\$ bilhões)



#Lojas

59 61 75 84 95 107 126 144 166 184 212 263 288 294

Receita/loja (R\$ milhões)

77 86 93 110 122 148 160 173 183 214 215 227 253 261

A essência do nosso negócio é atender a diversos segmentos

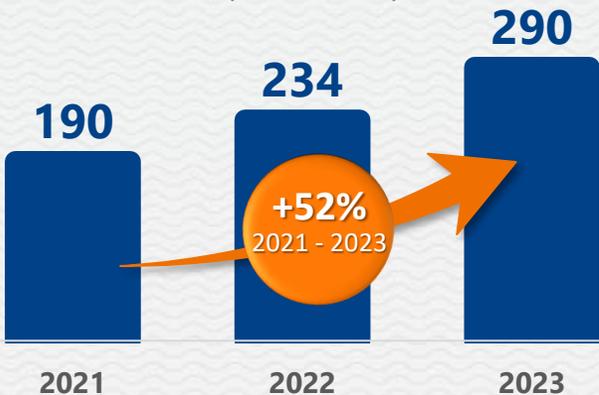


(1) Quantidade de estabelecimentos no Brasil de acordo com CNAE para base de CNPJs cadastrados na Receita Federal;

(2) Censo 2022 (IBGE)

Ampla acesso à população brasileira

Tickets do Assaí (# milhões)



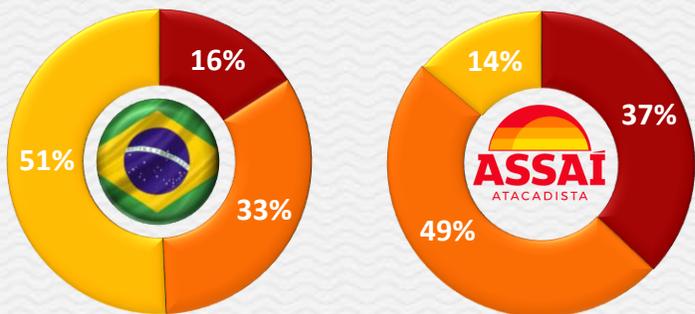
+38mm
Clientes
distintos
mensais⁽¹⁾



Nossas lojas são feitas para todos os brasileiros!

Dados Nielsen ⁽²⁾

Clientes do Assaí por classe social (%)



■ Classe A e B
 ■ Classe C
 ■ Classe D e E

Orgânica: Guarulhos Pimentas (SP)

(1) Considera clientes únicos em trânsito nas lojas; (2) Fonte: Nielsen Homescan (Q3 – 2023 vs. 2022)

MERCADO ALIMENTAR

~R\$ 850 bi

(ABIA⁽¹⁾ 2023)

~R\$ 1 tri

(ABRAS 2023)

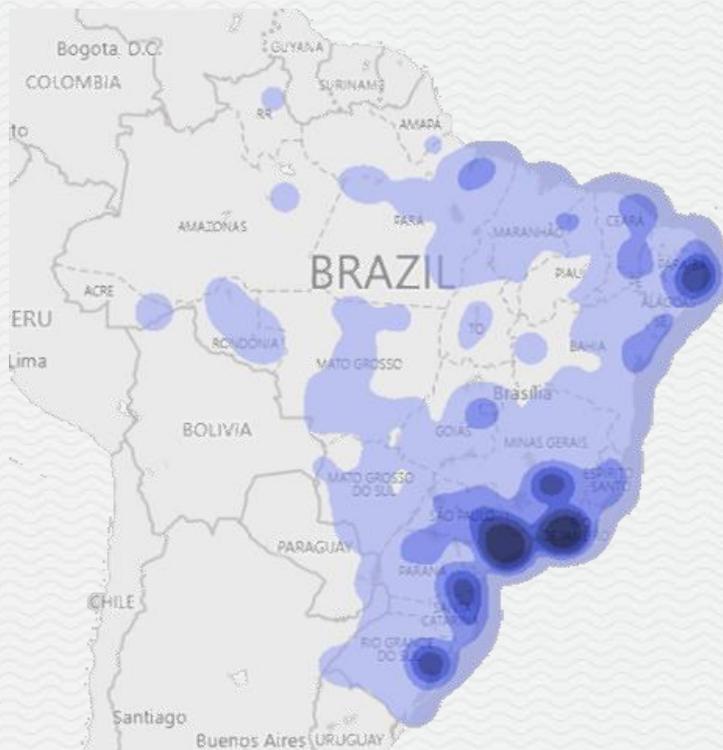
~R\$ 235 bi

(Nielsen 2023, considerando apenas Cash & Carry)

FRAGMENTAÇÃO – C&C

**~2.500 lojas
+300 players**

DENSIDADE POPULAÇÃO POR C&C



Legenda



Menos habitantes por Cash & Carry

Mais habitantes por Cash & Carry

OPORTUNIDADE

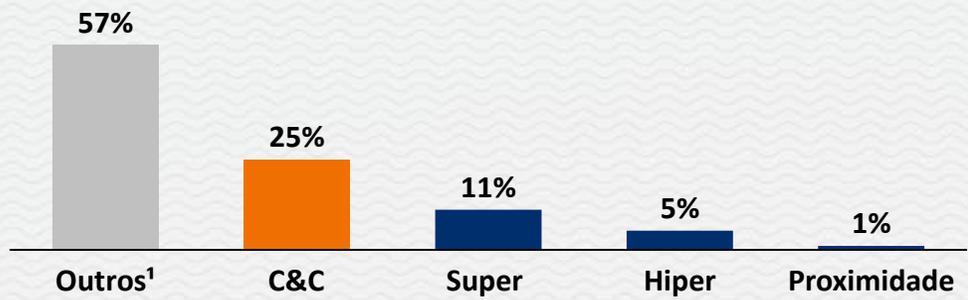
Das **203 cidades** com +150 mil habitantes

90 cidades ainda não possuem loja Assaí

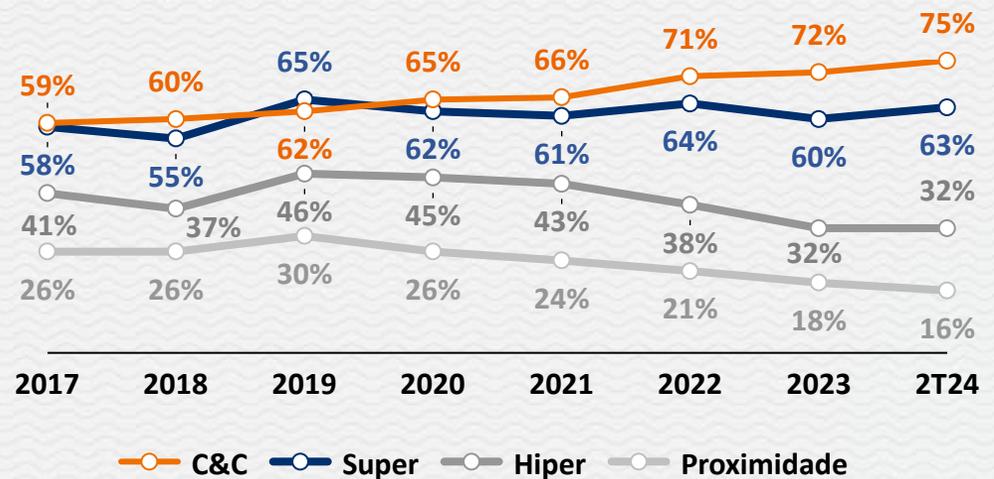
⁽¹⁾ Associação Indústria de Alimentos

Segmento Cash & Carry aumenta sua relevância dentro do varejo de alimentos

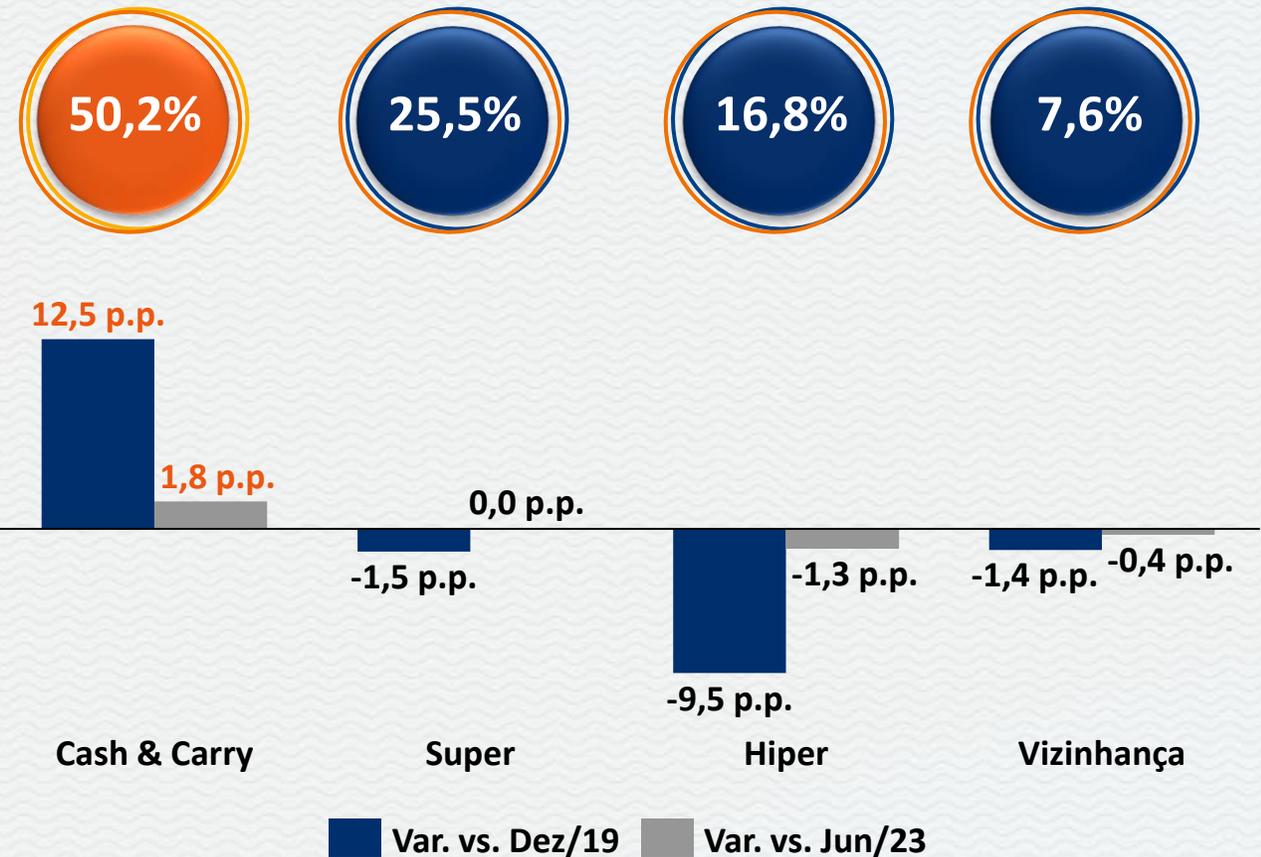
Importância do Canal C&C em Compras Mensais nos Lares (Jun/24)



Penetração dos Canais nos Domicílios (Jun/24)



Market Share – Varejo Alimentar Perímetro Nielsen ⁽²⁾ (Jun/24)



Source: NielsenIQ

(1) Distribuidores de bebidas, pequenos mercados, supermercados e hipermercados que não pertencem a grandes grupos e podem não reportar à Nielsen;

(2) Considera apenas os dados das empresas colaboradoras da Nielsen.

Somos a marca com maior presença nos lares brasileiros

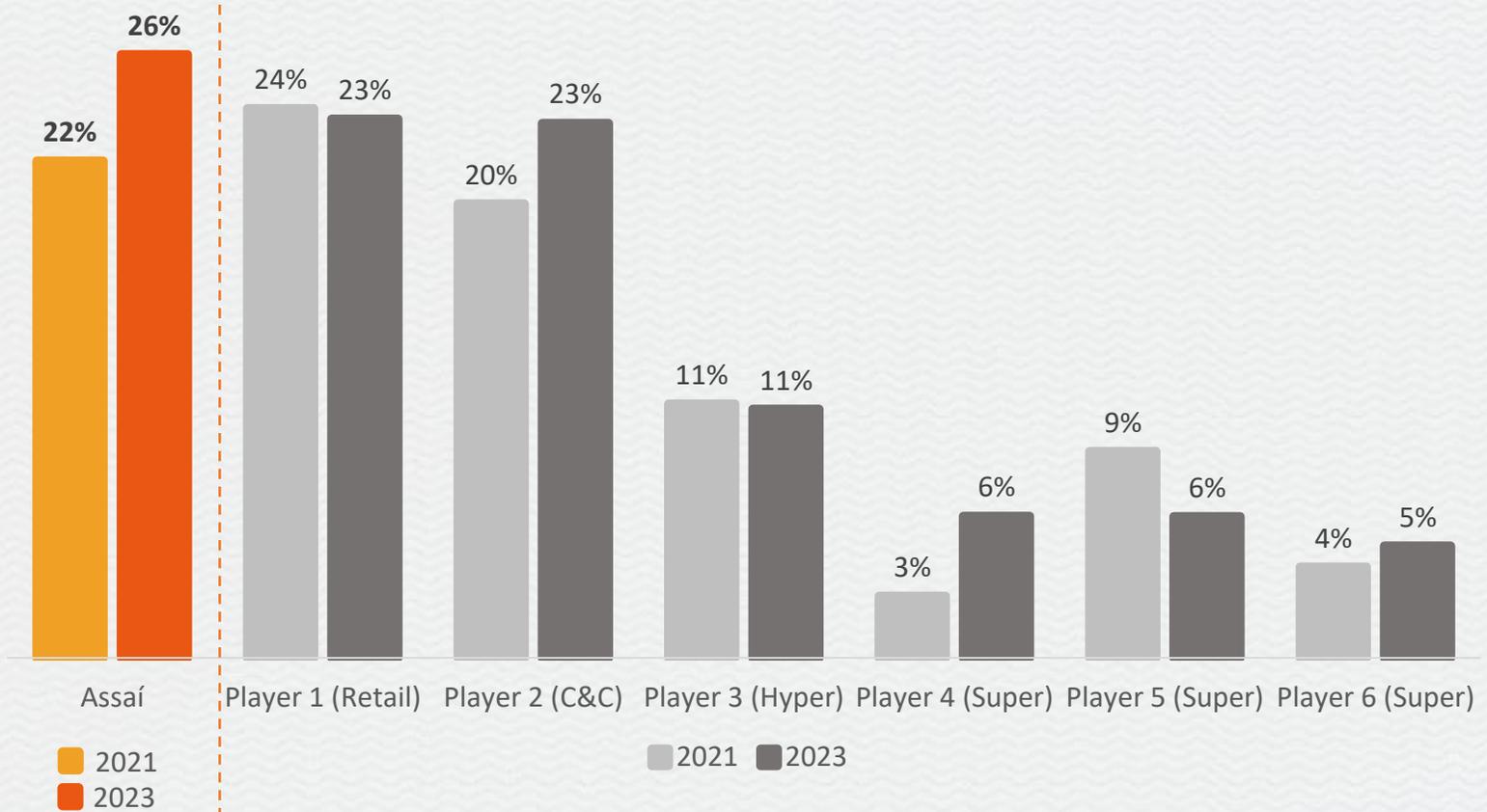
Penetração das marcas no Brasil ⁽¹⁾



+25%
Presença domicílios

~30%
Market share no
Cash & Carry

~12%
Total de lojas
Cash & Carry ⁽²⁾

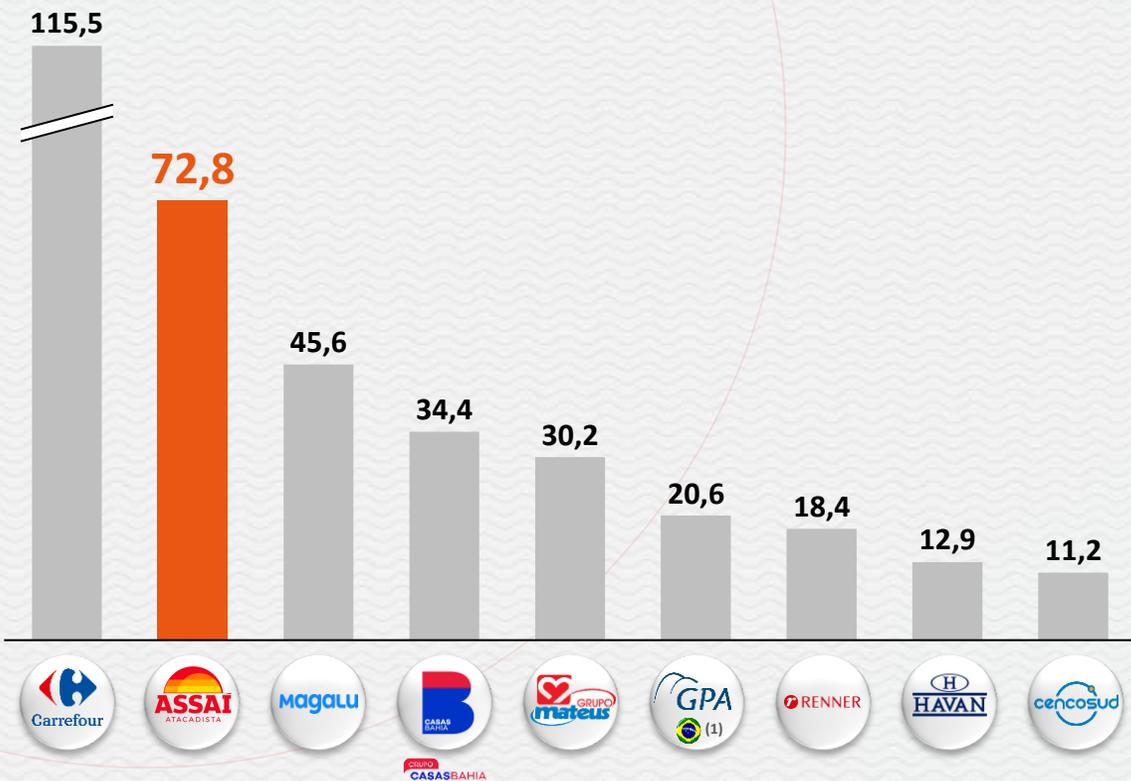


⁽¹⁾ Pesquisa NielsenIQ Homescan 2023; ⁽²⁾ Considerando 2.500 lojas no mercado de Cash & Carry market

Assaí é o segundo maior player de varejo no Brasil e o maior player puro de Cash & Carry

Ranking do Varejo

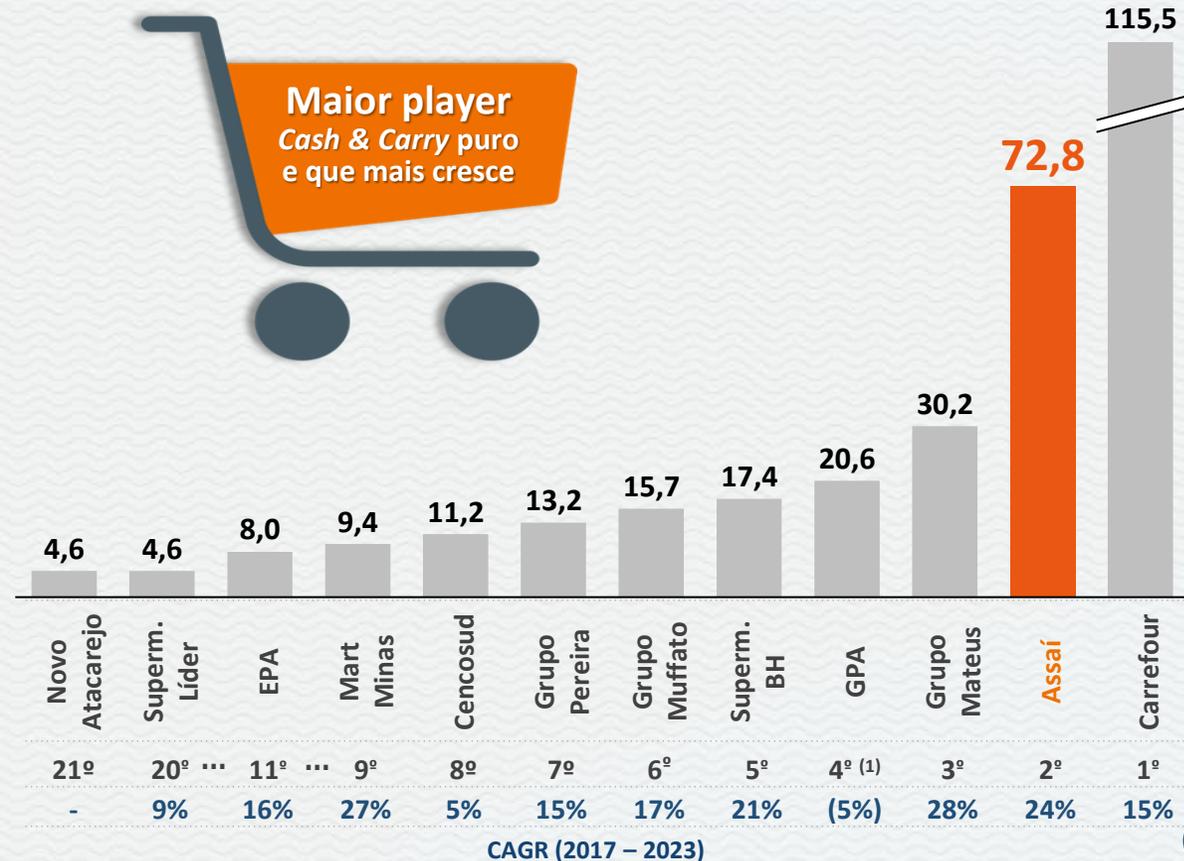
Receita Bruta (2023) - R\$ bi



Ranking do Varejo Alimentar

Alimentar

Receita Bruta (2023) - R\$ bi



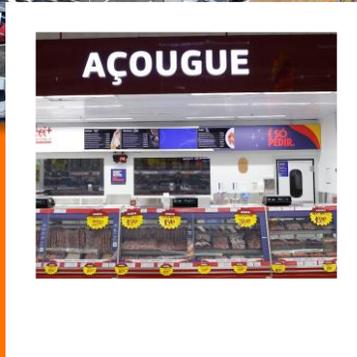
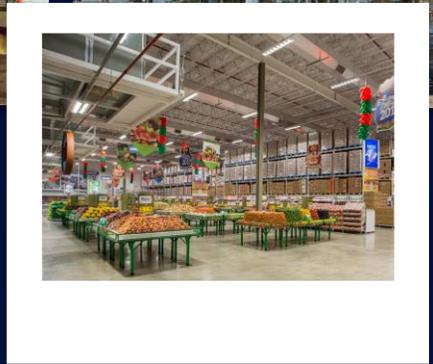
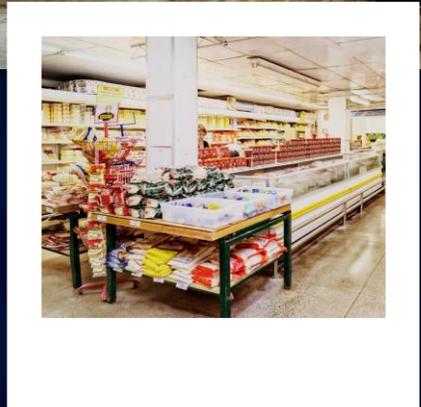
Fonte: Informações das companhias e ABRAS.

(1) GPA exc. Éxito.

Maior fidelização de clientes com avanços importantes na experiência de compras



Melhorias: Iluminação, ar-condicionado, equipamentos, fachada de vidro, piso, pé direito alto, porta-paleta





Para todos, de Sol a Sol.

MODELO DE NEGÓCIO



Orgânica : Vitória Aeroporto

Forte capacidade de execução impulsiona expansão consistente pelo território nacional

61 lojas
182mil m² área de vendas
10mil colaboradores
6 estados
2012



+18
 Estados

+233
 lojas

2024 ⁽¹⁾



294 lojas
+1,5M m² área de vendas
+80mil colaboradores
24 Estados
11 centros de distribuição
12 escritórios regionais com autonomia

87 novas lojas
 (2022-2023)

15 novas lojas em 2024

Conhecimento regional é essencial para se adaptar às características de cada região



Gestão Regionalizada

Líderes locais possuem autonomia na tomada de decisões

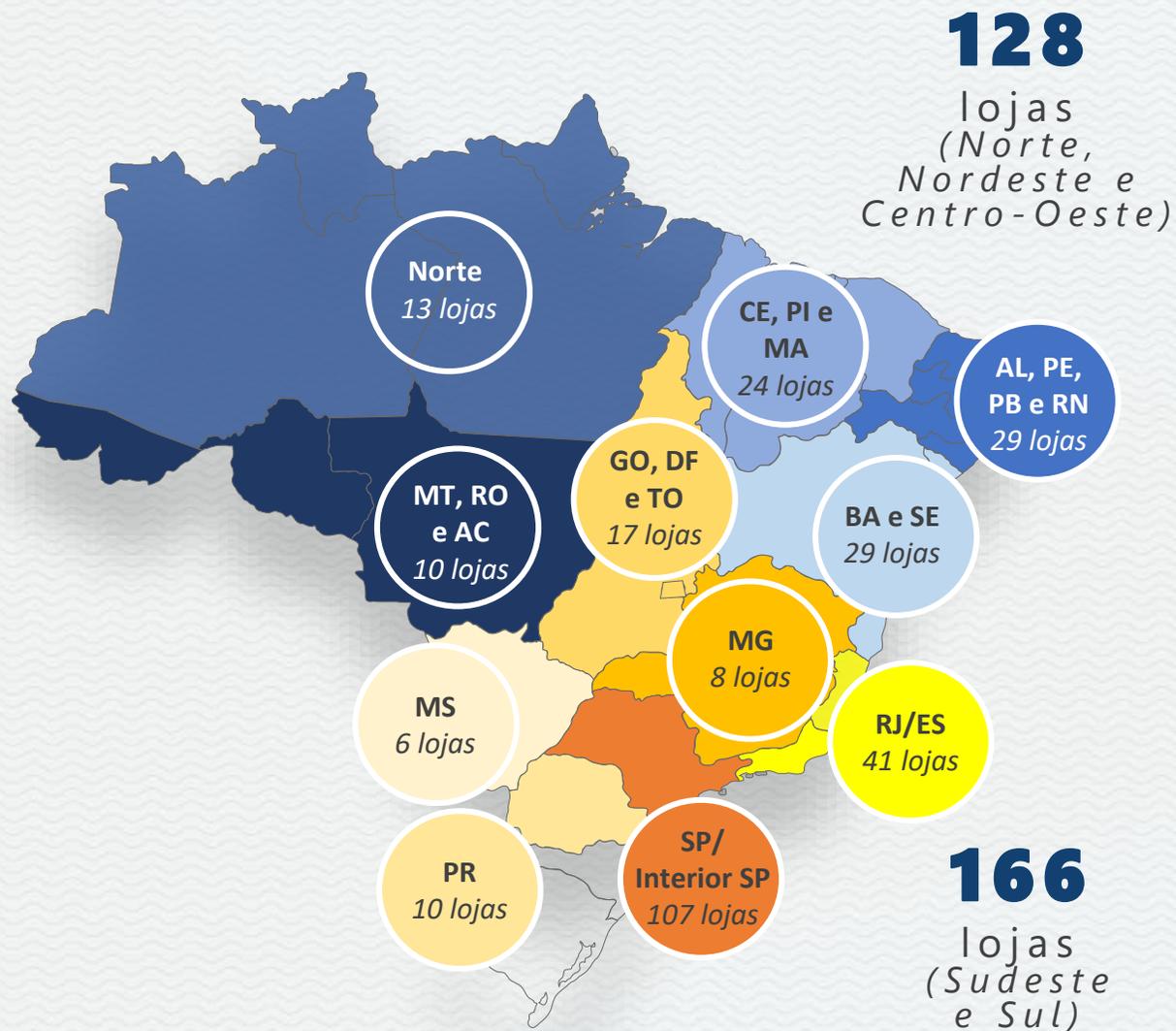


12 Escritórios Regionais
28 Células de Compra



Marketing Regional

4 centrais de marketing para atender todo o Brasil



Sucesso comprovado pela produtividade: Maior venda por m² do setor

Venda média anual/loja madura:

PRODUTIVIDADE ASSAÍ 80% ACIMA DA MÉDIA DO SETOR



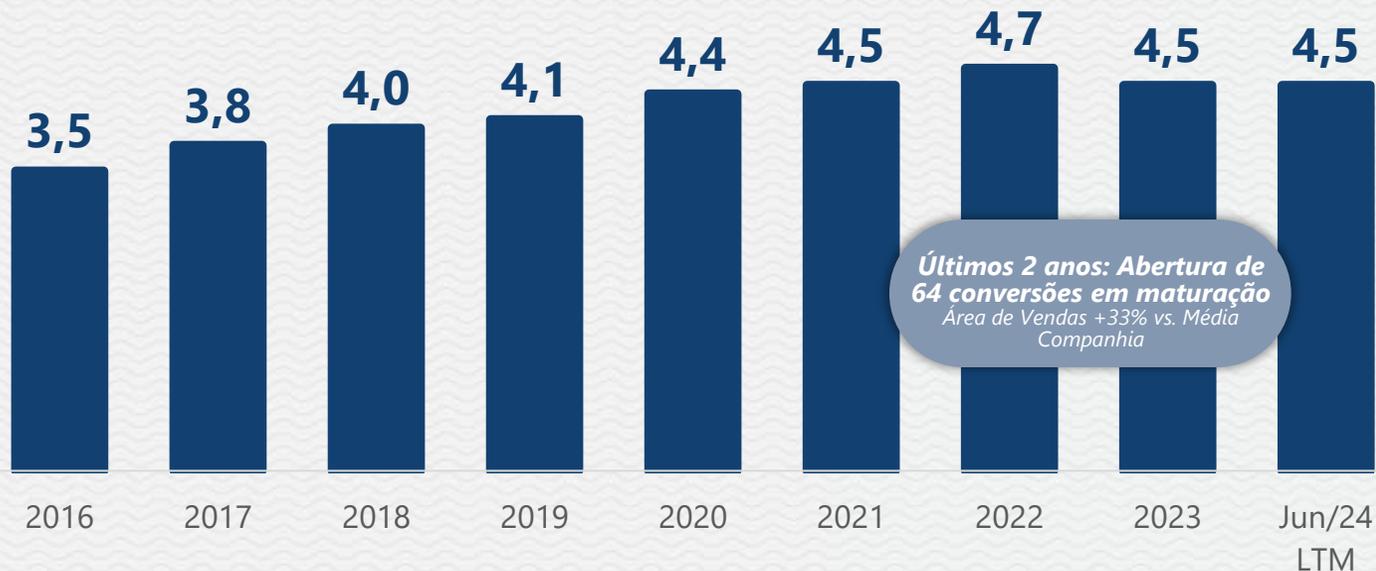
~R\$ 140M ⁽¹⁾

vs.

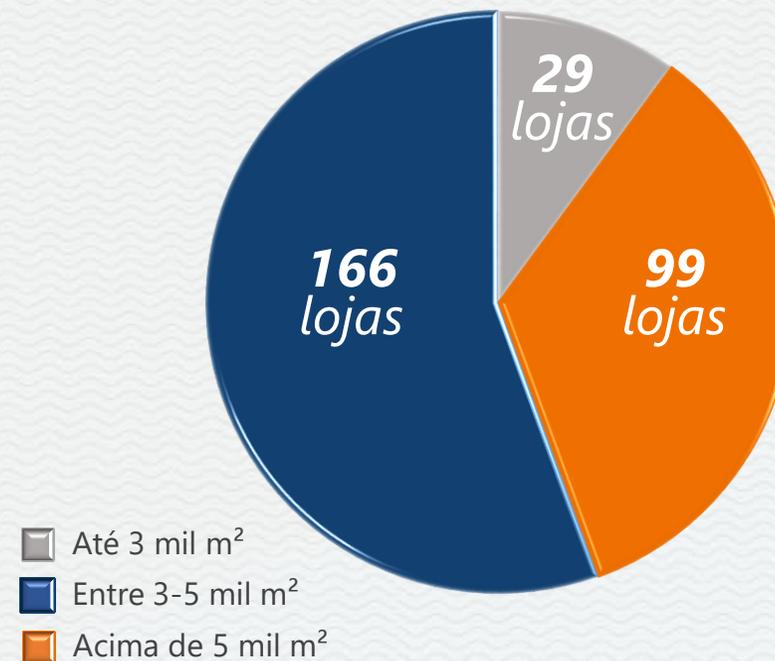


~R\$ 260M

Evolução Assaí
Venda por m²:
(R\$ mil)



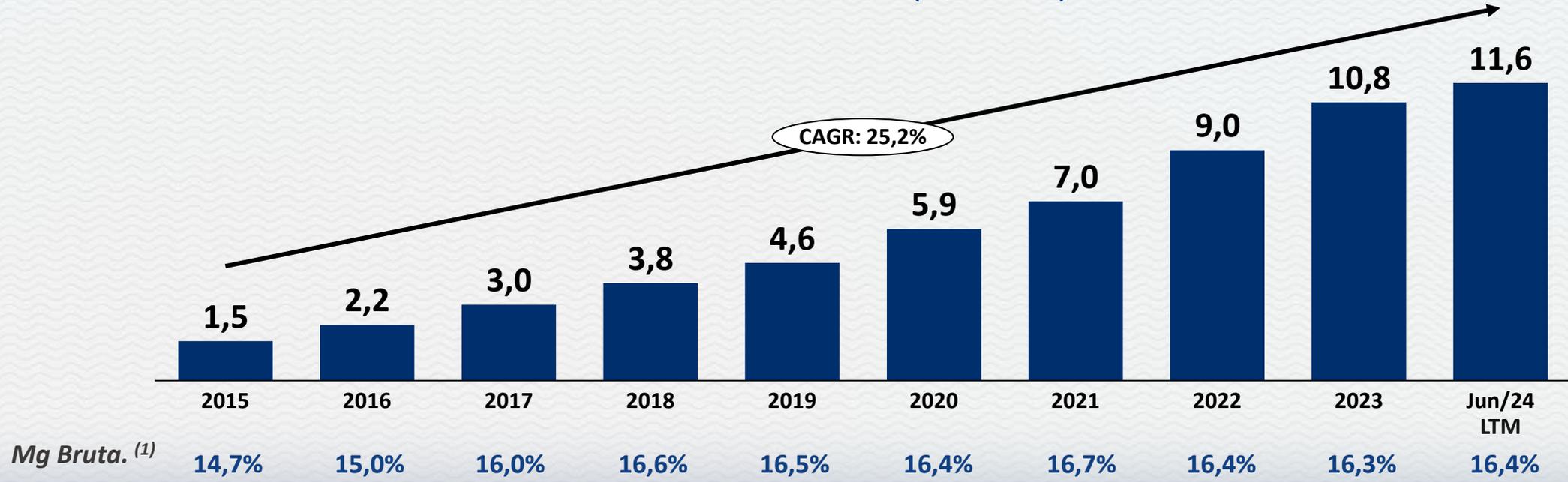
Número de lojas
Por tamanho m²:



⁽¹⁾ Considerando venda média semanal de R\$ 3,7 milhões (Fonte: Nielsen), excluindo Assaí

Margem bruta impulsionada pela evolução do modelo de negócios: Adaptação do sortimento e implementação de serviços

Lucro Bruto (R\$ Bilhão)



Conversão: Taguatinga (DF)



Conversão: Curitiba Alto da XV (PR)



Conversão: São José dos Campos (SP)



Conversão: Teixeira de Freitas (BA)

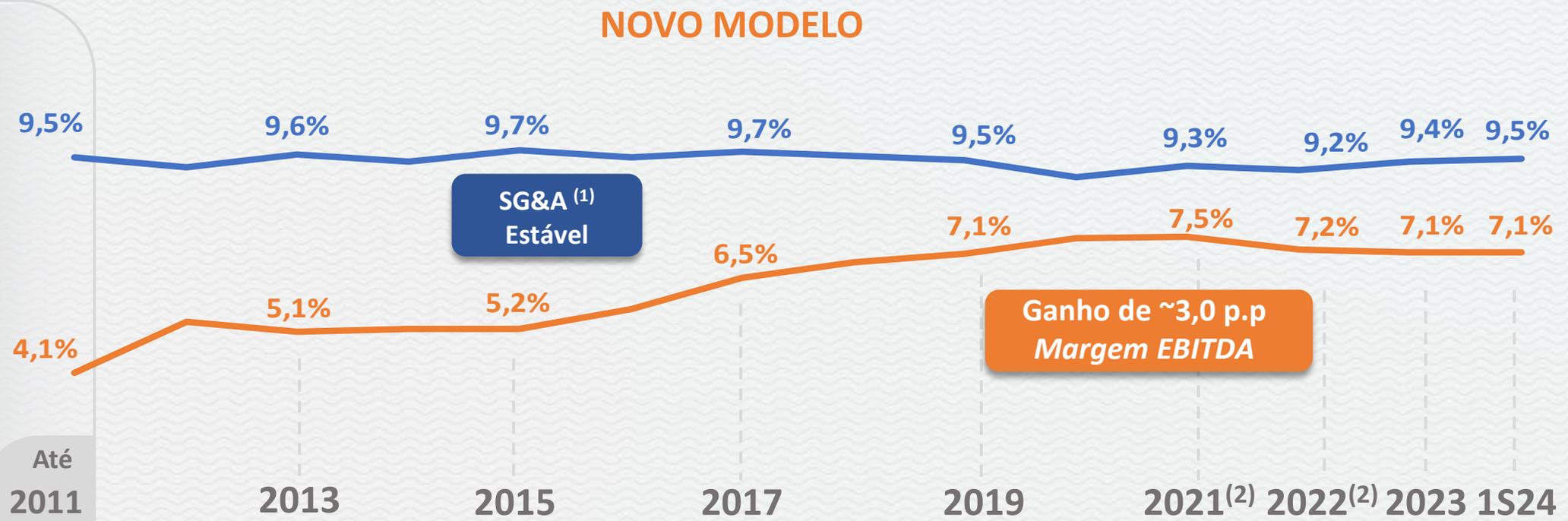
(1) % Receita Líquida

Evolução do modelo mantendo custo baixo e com aumento da rentabilidade

MODELO ANTIGO



NOVO MODELO



(1) Pós-IFRS16 (excluindo alugueis)
 (2) Excluindo Despesas Pré-Operacionais

Conversões em pontos irreplicáveis e com elevado potencial de rentabilidade



Pontos estratégicos em **localizações excepcionais** em grandes capitais e regiões metropolitanas



Aceleração da expansão em regiões com maior proximidade de públicos B2B e B2C



+400 mil m² adicionados à área de vendas



Vendas 3x⁽¹⁾ superiores ao modelo hipermercado



Margem EBITDA 150 bps acima da média da Companhia ⁽²⁾



Galerias comerciais contribuirão para maior rentabilização de ativos (230 mil m² de ABL / 1.300 lojistas)



⁽¹⁾ Baseando-se na experiência passada da Companhia na conversão de lojas; ⁽²⁾ Em relação à média da Companhia (7,5%); ⁽³⁾ Até Agosto de 2024.

DRE



CAPEX



App Meu Assaí

+14M clientes identificados

Fidelização de clientes: Retenção de **76%**

+52% itens por cesta

Gasto médio **+35%** e frequência
+59% vs. clientes sem app



Vendas via Last Mile

(Cornershop/Uber, Rappi)

+1M de pedidos

em 12 meses



Perspectivas 2024: Diminuição do endividamento e maior fluxo de caixa



REDUÇÃO DA ALAVANCAGEM

< 3,2x ao final de 2024 (vs. guidance anterior de < 3,5x)



CONCLUSÃO DOS PAGAMENTOS DA AQUISIÇÃO DOS HIPERMERCADOS

R\$ 894 milhões pago em Janeiro/24



GERAÇÃO DE CAIXA LIVRE SUPERIOR AO PATAMAR ATUAL E DO HISTÓRICO RECENTE

EBITDA em crescimento com avanço na maturação da expansão

Liberação de caixa com gestão eficiente do supplier financing



CONTINUIDADE DA EXPANSÃO

CAPEX entre 1,5bi a 2 bilhões com abertura de cerca de ~15 lojas em 2024

Menor patamar de investimentos em comparação aos anos anteriores



RENTABILIZAÇÃO DOS ATIVOS

Ajuste de categorias e roll-out dos serviços

Galerias comerciais contribuem para maior fluxo de clientes

Comercialização de espaços publicitários



CONTINUIDADE DA ESTRATÉGIA PHYGITAL

Evolução do App Meu Assaí



Para todos, de Sol a Sol.

RESULTADOS 2T24

Orgânica: Guarulhos Pimentas (SP)



EXPANSÃO:

24 novas lojas nos últimos 12 meses:

- 9 conversões e 15 lojas orgânicas

Expansão 2024: 15 lojas previstas

- 5 inauguradas no 1S24
- 10 lojas previstas para o 2S24



Orgânica: Macapá II (AP)



FATURAMENTO: maturação das novas lojas e crescimento de vendas 'mesmas lojas'

+11% vendas totais
+2,9%
Mesmas lojas
(ex. calendário)

77M Tickets (+9,3%)
+2M de novos clientes/mês

Vendas +34%
em 2 anos



EBITDA com crescimento acima das vendas e expansão de margem

Pré-IFRS 16

R\$ 965M (+18%)
Mg: 5,4% (+0,3p.p.)

Pós-IFRS 16

R\$ 1,3bi (+16%)
Mg: 7,2% (+0,2p.p.)



LUCRO: eficiência operacional, apesar da despesa financeira

Pré-IFRS 16

LAIR: R\$ 226M (+66%)
Lucro Líq.: R\$ 165M

Pós-IFRS 16

R\$ 158M (+45%)
Lucro Líq.: R\$ 123M



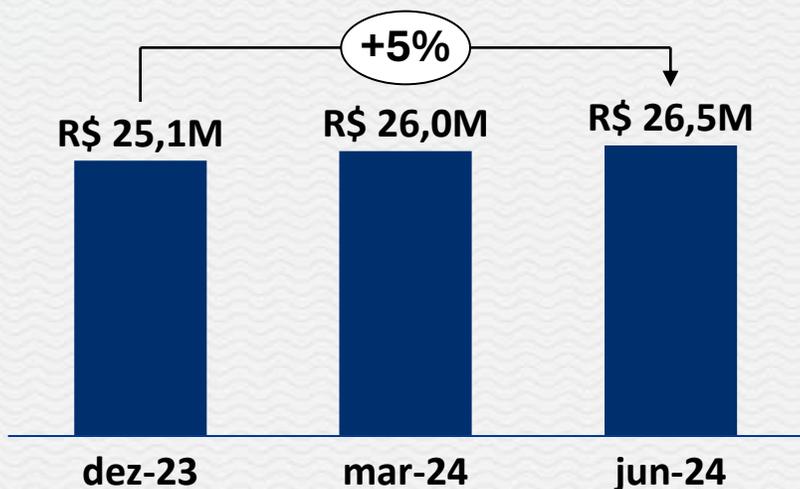
ALAVANCAGEM em contínua redução dado o maior crescimento de EBITDA

3,65x no 2T24
-0,60x vs. 2T23
-0,10x vs. 1T24

Projeção de Alavancagem
< 3,2 ao final de 2024

Faturamento Médio Mensal

(47 Conversões Inauguradas em 2022 – Acumulado 12M)



2T24
R\$ 26,5M
 +25% vs. lojas inauguradas até 2022²
Mg. EBITDA: 5,1%
 (Pré-IFRS 16)
 +1,4p.p.
 vs. 2T23

Mg. EBITDA
Pré-IFRS 16 ⁽¹⁾

4,4%

5,0%

5,4%

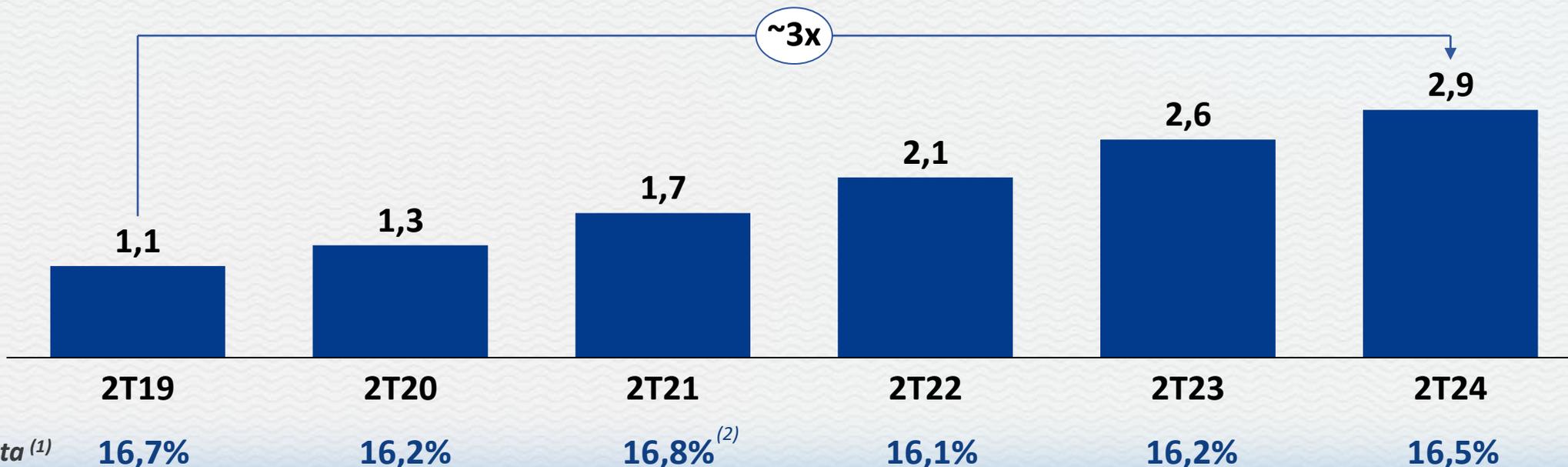
+1,0 p.p.



Margem bruta reflete evolução do modelo de loja

Lucro Bruto Pré-IFRS16

(R\$ Bilhões)




Dinâmica comercial eficiente



Evolução do modelo de loja (sortimento e serviços)



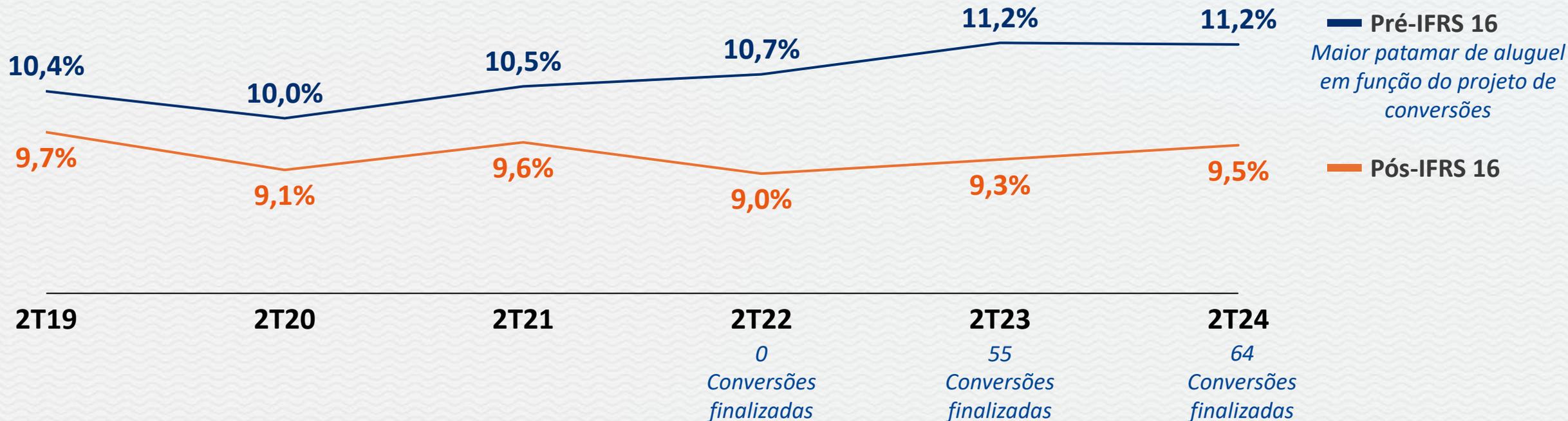
Continuidade da maturação de novas lojas

⁽¹⁾ % Receita Líquida
⁽²⁾ Excl. créditos fiscais

Eficiência no controle de despesas e alavancagem operacional: Maior diluição de despesas com maturação de vendas e operações em lojas

Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

(% Receita Líquida)

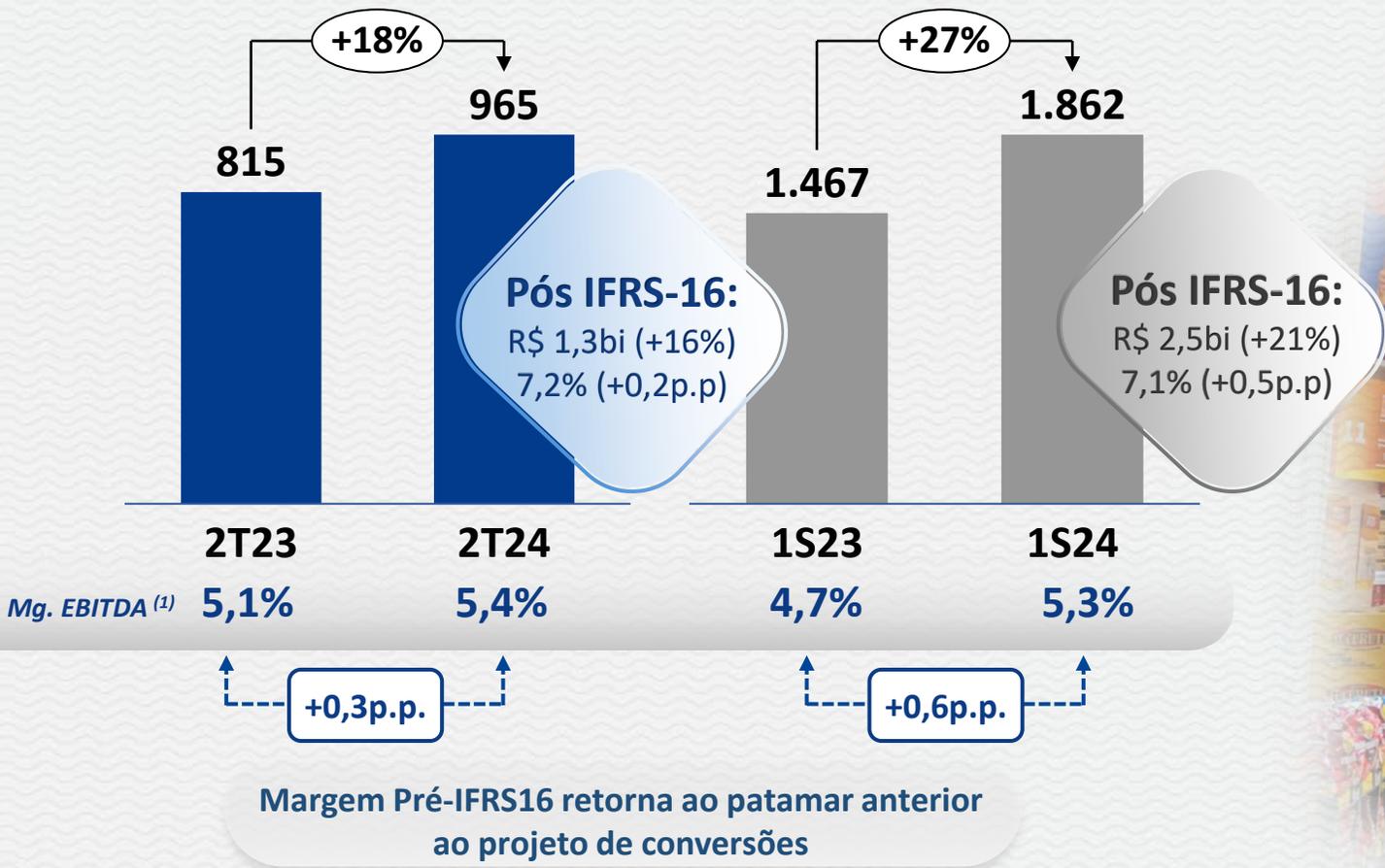


- Manutenção do patamar de despesas mesmo diante da modernização do parque de lojas
- Ganhos de eficiência operacional com maturação de lojas
- Controle de despesas

Ganhos de rentabilidade evidenciam maturação de lojas e atratividade do modelo

EBITDA

(R\$ Milhões; Pré-IFRS 16)

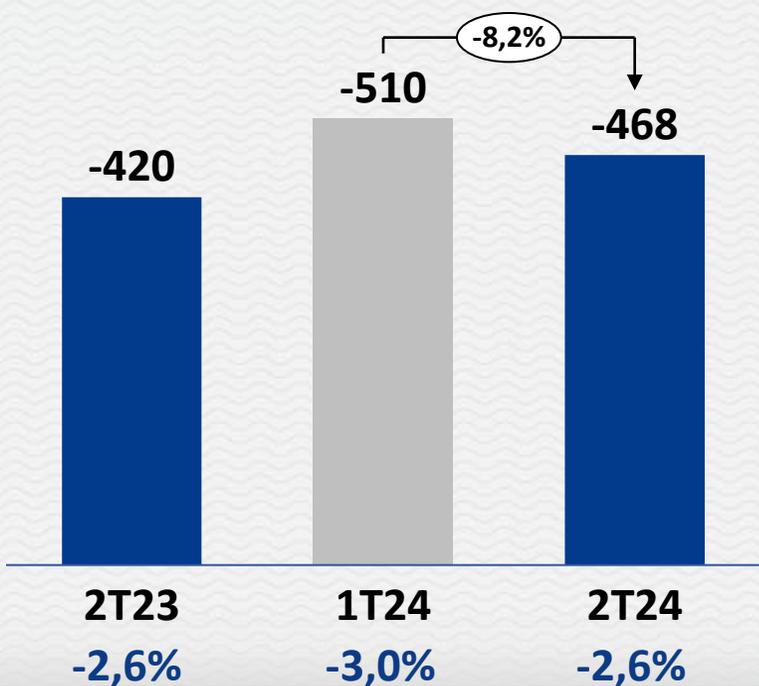


(1) % Receita Líquida

Evolução de LAIR suportada por maturação de lojas e controle de despesas

Resultado Financeiro

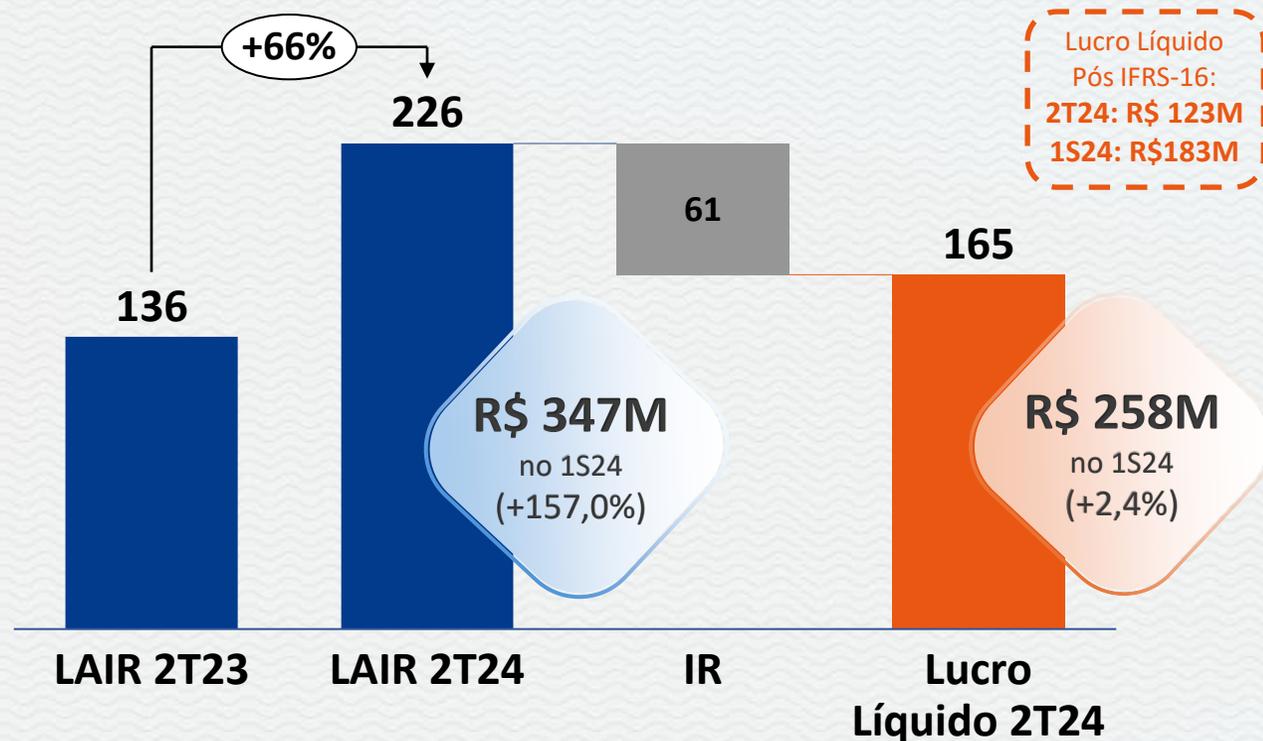
(R\$ Milhões; Pré-IFRS 16)



Estabilidade do Resultado Financeiro como % da Receita Líquida

Lucro

(R\$ Milhões; Pré-IFRS 16)



MELHORIA OPERACIONAL

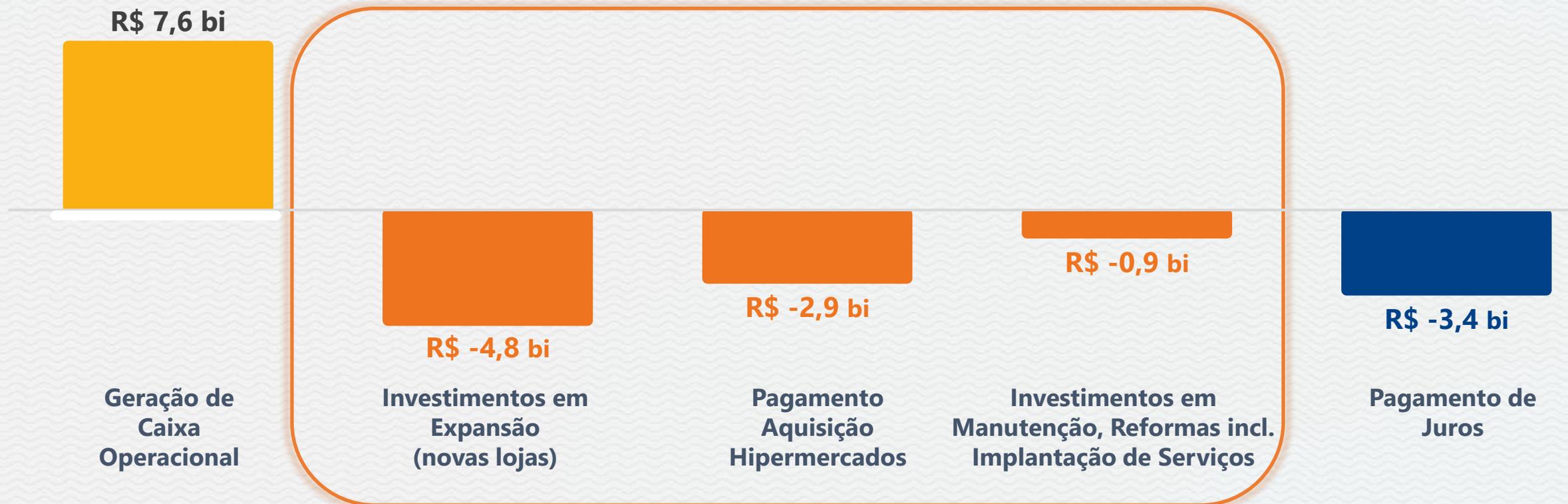
- + Continuidade na maturação de lojas novas
- + Expansão da margem bruta

(1) % Receita Líquida

Geração de caixa operacional de R\$ 7,6 BI suportou 88% dos investimentos nos últimos 2 anos



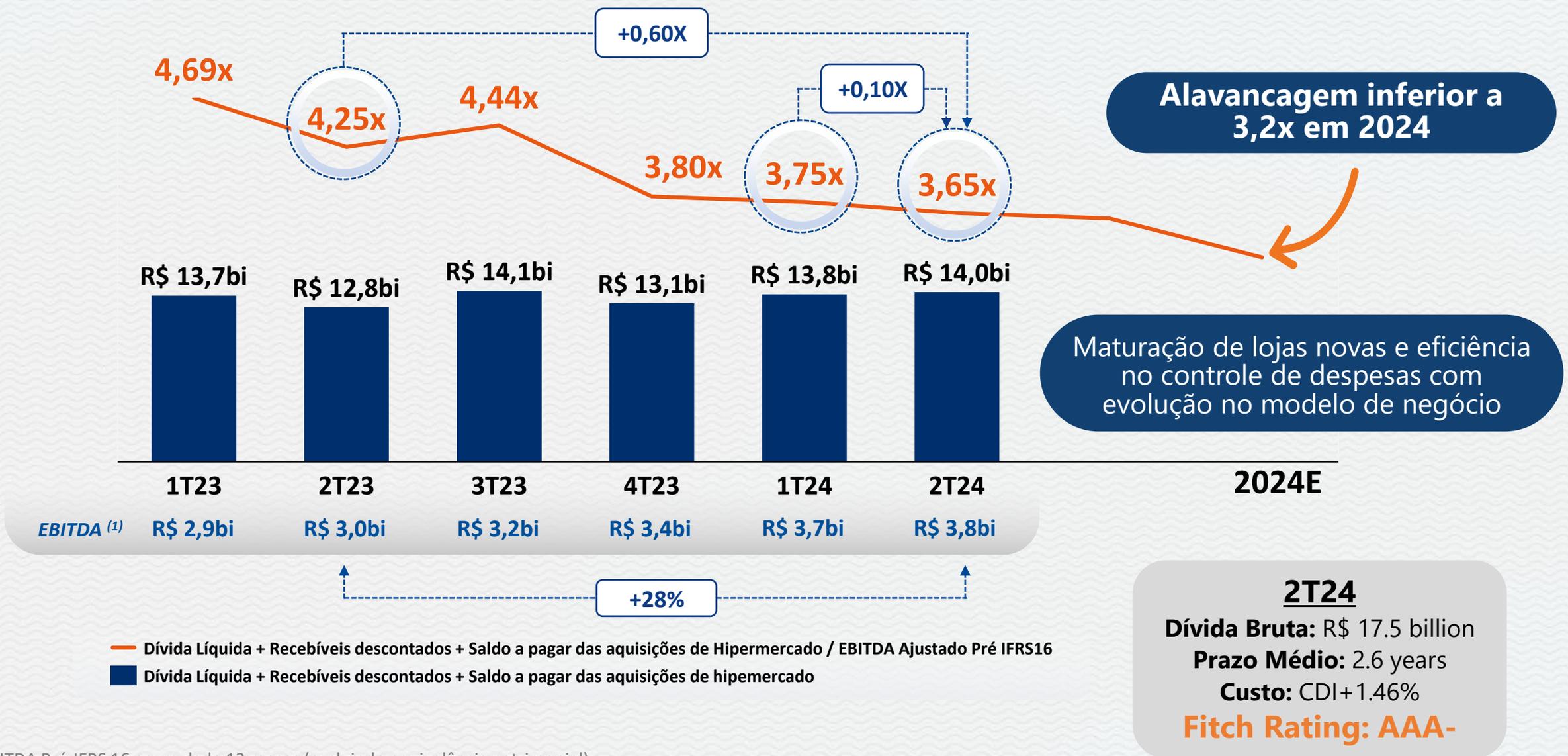
Ciclo marcado pela aquisição e conversão de hipermercados



⁽¹⁾ LTM

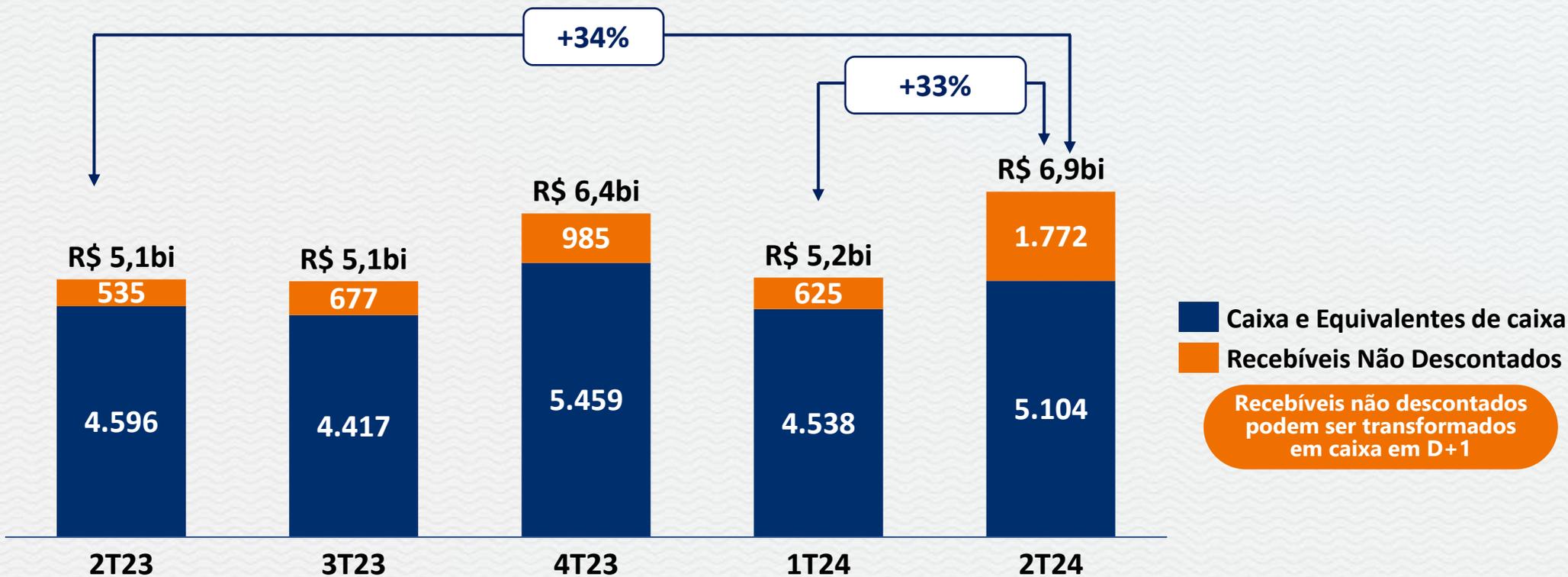
⁽²⁾ Excluindo fechamento no período

Foco na redução da alavancagem: avanço de 28% no EBITDA acumulado de 12 meses



(1) EBITDA Pré-IFRS 16 acumulado 12 meses (excluindo equivalência patrimonial).

Disponibilidades de caixa de ~R\$ 7bi, com maior caixa médio e recebíveis não descontados



SUCESSO NA EMISSÃO DE DEBÊNTURES

R\$ 1,8 bi a CDI+1,25%, abaixo do custo médio da dívida (CDI+1,49% no 1T24)

A maior campanha comercial já realizada na história da companhia, com recorde de premiação

UM SHOW DE PRÊMIOS
E PREÇO BAIXO!

UM GRANDE
PRÊMIO DE **5**
MILHÕES*
LIVRE DE IMPOSTOS



50 MIL
PRÊMIOS DE
R\$ **100** NA HORA,
DIRETO
NO CAIXA

1.500
VIAGENS PARA O
NAVIO ASSAÍ**
— VOCÊ + 1 ACOMPANHANTE —

Aniversário Assaí
50 ANOS



-  **4 MESES DE DURAÇÃO**
de agosto a novembro
-  **PARTICIPAÇÃO DA INDÚSTRIA**
+ 50 fornecedores patrocinadores
-  **FORTE DIVULGAÇÃO E REFORÇO DE MARCA**
TV aberta e fechada, mídias digitais e rádio
-  **CADASTRO FACILITADO**
Ampliação da base de clientes no App 'MeuAssaí', enriquecendo CRM e estratégia phygital
-  **FIDELIZAÇÃO**
Recorrência de compras aumentam chances de ganhar



Para todos, de Sol a Sol.

SUSTENTABILIDADE E GOVERNANÇA



Operações Eficientes



Desenvolvimento de Pessoas e Comunidades



Gestão Ética e Transparente

2T24 Destaques



Operações eficientes:

Reaproveitamento de 42% de resíduos com destaque para o Programa Destino Certo

Desenvolvimento de pessoas e comunidades:

- **Liderança: 42,9% de negros e 25,1% mulheres**
- Assaí entre as empresas do Ibovespa com **maior número de negros na liderança**
- Certificação “Melhores empresas para pessoas LGBTQIA+ trabalharem”

Por meio do Instituto Assaí:

- **Doação de 1.365t de alimentos e itens de higiene e limpeza**, incluindo a ação emergencial em apoio ao RS
- **Campanha Agasalho a Gente Compartilha:** Doação de 54t de roupas, agasalhos e cobertores

Premiações



Ranking Ibevar-FIA 2024

Atacadista mais admirado pelos(as) consumidores(as)

Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente

1º lugar na categoria Varejo

O Melhor de São Paulo

Melhor Atacadista da capital

Rankings ABRAS e ABAAS

2º lugar dentre os maiores varejistas de alimentos do Brasil em 2023

Melhor Investor Day pela Institutional Investor

3º lugar na categoria varejo pela avaliação do Buy Side

Ranking Interbrand de Marcas Brasileiras Mais Valiosas (R\$ 724,7 milhões)

22ª marca brasileira mais valiosa

1ª do segmento de varejo alimentar

Rápida transição acionária transformou o Assaí em Companhia de capital 100% pulverizado

Spin-off GPA 31/dez/20

Participação Casino
40,9% em Assaí
40,9% em GPA

1º follow-on Casino 07/dez/22

Participação Casino
30,5% em Assaí

2º follow-on Casino 21/mar/23

Participação Casino
11,7% em Assaí

Venda final Block trade Casino 23/jun/23

Participação Casino
em Assaí: 0,0%

Eleição de novo membro independente do Conselho 01/set/23

Substituição do último membro
Casino

8 membros
independentes

Aprovação de novo modelo de remuneração 26/abr/24

- Incentivos de Longo Prazo
- Programa Sócio Executivo
- *Stock Ownership Guideline*

Listagem B3

01/mar/21

Listagem NYSE

08/mar/21

Eleição de novo Conselho de Administração 27/abr/23

- Renovação de 66% das posições
- Recomposição dos Comitês de Assessoramento

Aprovação da Proposta Transitória da Remuneração 26/jul/2023

Conselho assumiu o compromisso de
rever o modelo de remuneração

Eleição de novo membro independente do Conselho 02/set/24

Aprovação de José Roberto
Müssnich como membro

9 membros
independentes

Programa Sócio Executivo

Executivos participantes



● Anos de Experiência ● Anos no Assaí

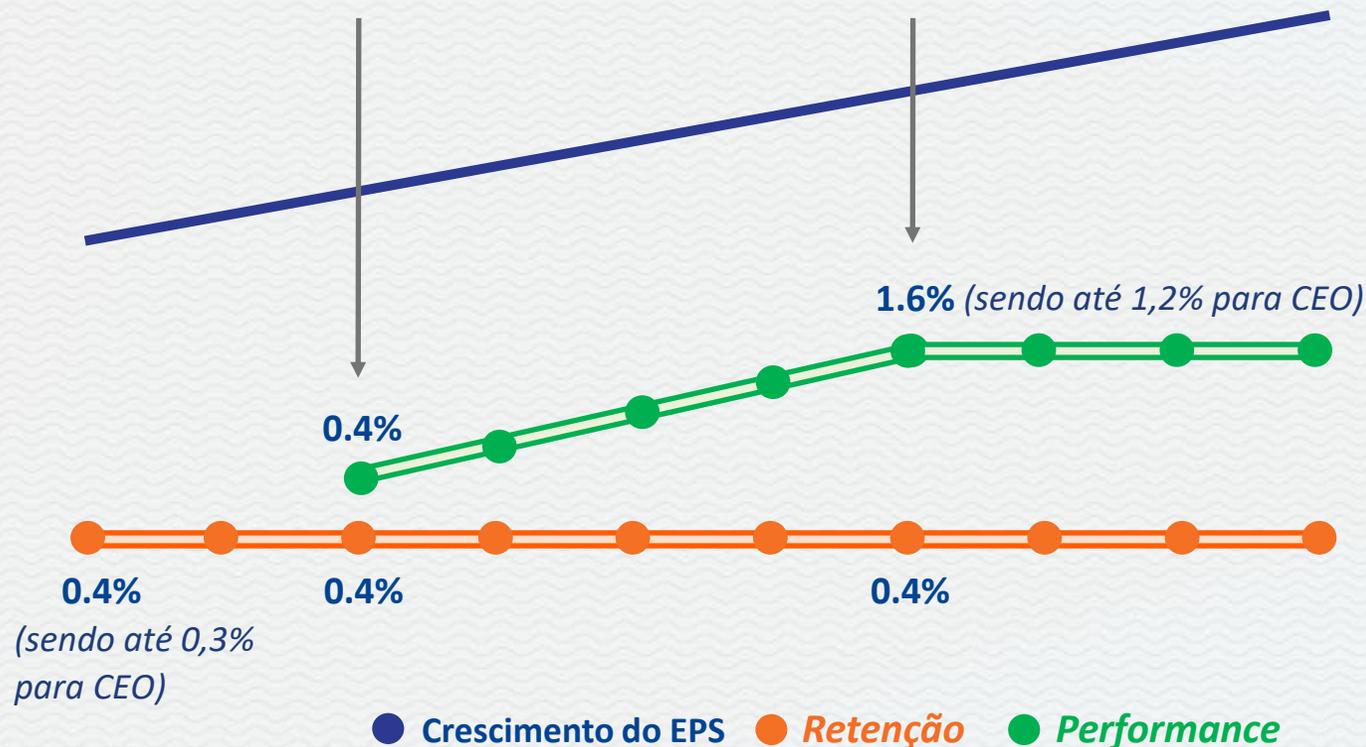
Principais características do programa

- Forte alinhamento com os objetivos dos acionistas
- Não se confunde com ILP Padrão
- Concessão ÚNICA de direito a ações vinculada à criação de valor (wealth sharing)
- 7 anos + 3 anos de lock-up
- Limitado a 2% do total de ações emitidas pela Companhia
- Parcela retenção: a partir do 5º ano
- Parcela Performance: atingimento de metas agressivas (EPS⁽¹⁾: IPCA + 20% a.a., com base em 31/dez/2023)

Evolução do EPS vs. Distribuição do % de ações de emissão da Companhia

Trigger mínimo para Performance
EPS: IPCA + 20% a.a.

Máximo



(1) Earnings per Share (Lucro por Ação)

Membros do Conselho Independente



Oscar Bernardes
Presidente



José Guimarães Monforte
Vice-Presidente



Andiará Pedrosa Petterle



Belmiro de Figueiredo Gomes



Enéas Pestana



Julio Cesar de Queiroz Campos



Leila Abraham Loria



Leonardo Gomes Pereira



José Roberto Müssnich

Comitês Consultivos



Governança Corporativa, Sustentabilidade e Nomeação
Coord.: José Guimarães Monforte



Recursos Humanos, Cultura e Remuneração
Coord.: Leila Abraham Loria



Finanças e Investimentos
Coord.: Leonardo Gomes Pereira



Auditoria
Coord.: Heraldo Gilberto de Oliveira

Management com vasta experiência dentro do setor



33

12

Anderson Castilho
Vice-Presidente de
Operações



37

13

Wlamir dos Anjos
Vice-Presidente
Comercial & Logística



37

14

Belmiro Gomes
CEO



14

5m

Vitor Fagá de Almeida
Vice-Presidente de
Finanças & Relações
com Investidores



37

12

Sandra Vicari
Vice-Presidente de Gestão de
Pessoas & Sustentabilidade



31

4

José Antonio León
Diretor Executivo de
Expansão & Construção



29

10

Julio Gentilim
Diretor Executivo de
Planejamento
Estratégico & M&A



28

14

Marly Yamamoto
Diretora Executiva de
Marketing & Gestão de
Clientes



25

5

Rodrigo Callisperis
Diretor executivo
de TI



24

11

Paulo Pompílio
Diretor Executivo de
Relações Institucionais



19

1

Marcelo Simões
Diretor Executivo de
Auditoria, Gestão de Risco
& Investigação
Corporativa