



Para todos, de Sol a Sol.

Apresentação Institucional

Junho 2024



Para todos, de Sol a Sol.

CONTEXTO ATUAL





Presença em 1 a cada 4 lares ⁽¹⁾



+35 Milhões de clientes por mês



+30% de market share ⁽²⁾



293 lojas



Diversidade de formatos de loja



+80 mil Colaboradores



R\$4bi > R\$73bi

17x MAIOR EM 12 ANOS!

Receita Bruta

(R\$ bilhões)



#Lojas

Receita/loja
(R\$ milhões)

#Lojas	59	61	75	84	95	107	126	144	166	184	212	263	288
Receita/loja (R\$ milhões)	77	86	93	110	122	148	160	173	183	214	215	227	253

MERCADO ALIMENTAR

~R\$ 800 bi
(ABIA⁽¹⁾ 2022)

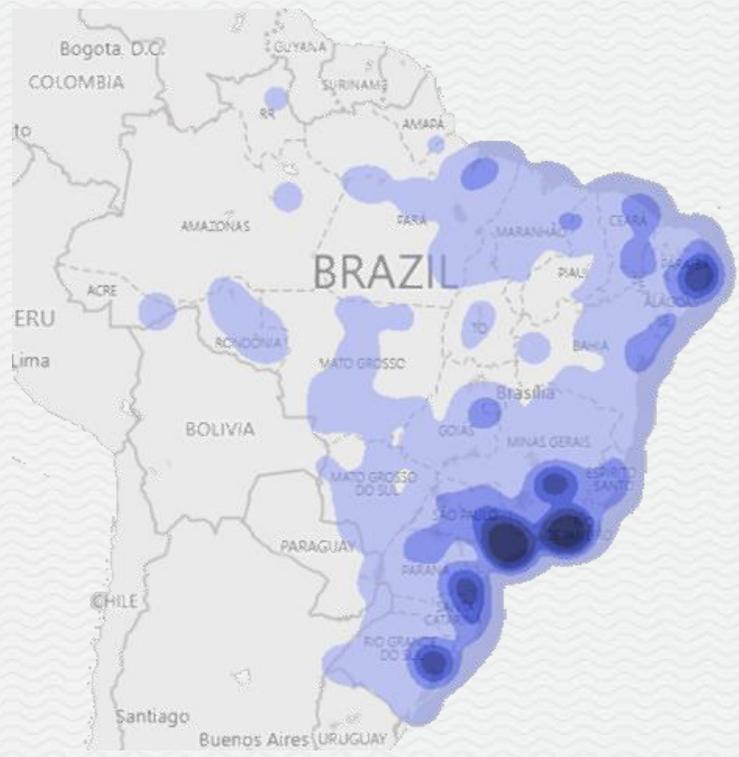
~R\$ 700 bi
(ABRAS 2022)

~R\$ 255 bi
(Nielsen 2022, considerando apenas Cash & Carry)

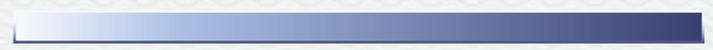
FRAGMENTAÇÃO – C&C

~2.500 lojas
+300 players

DENSIDADE POPULAÇÃO POR C&C



Legenda



Menos habitantes por Cash & Carry

Mais habitantes por Cash & Carry

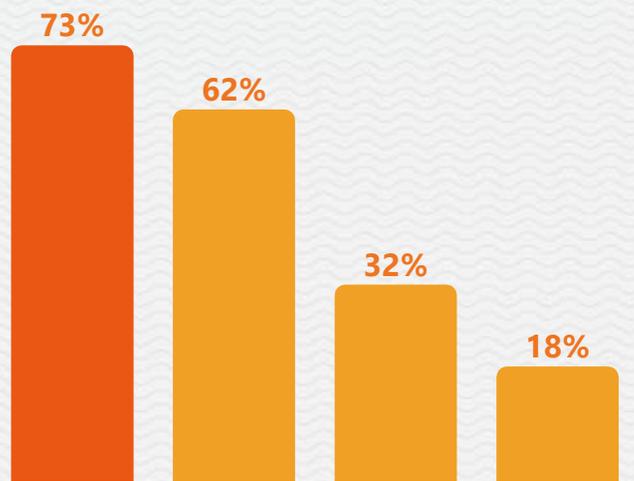
OPORTUNIDADE

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

91 cidades ainda não possuem loja **Assaí**

⁽¹⁾ Associação Indústria de Alimentos

Penetração dos canais (1) (Mar/24)



Cash & Carry Super Hiper Vizinhança

24% 11% 5% 1%

Participação dos Canais (1)

Pequenos comércios e distribuidores de bebidas totalizam 59% (4)

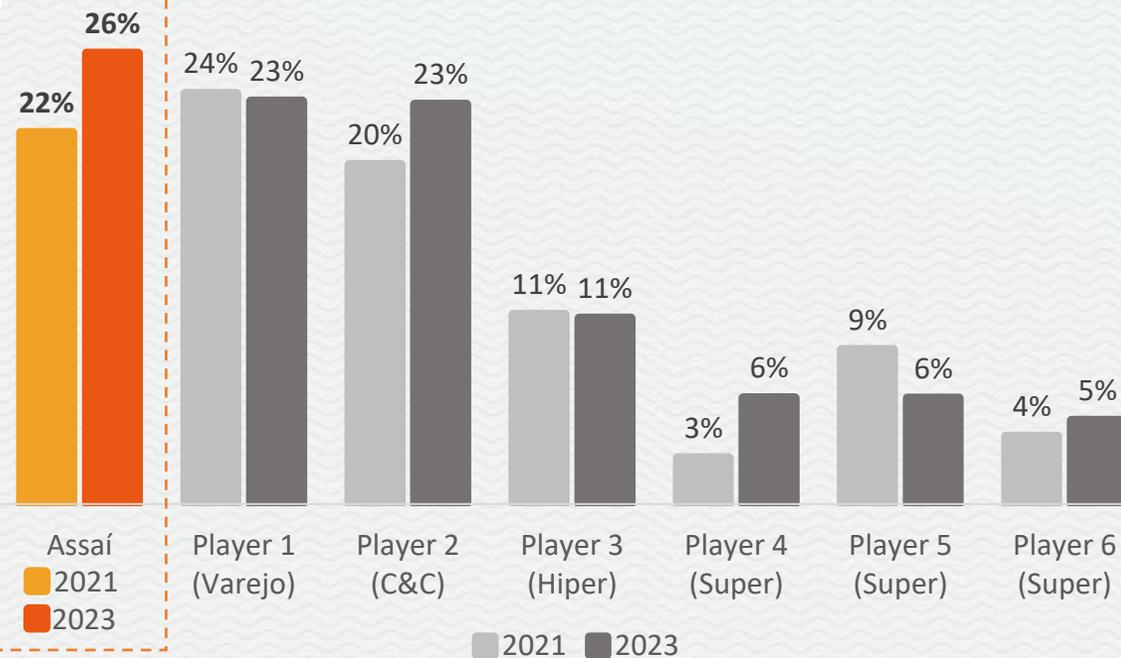


+25%
Presença domicílios

+30%
Market share no Cash & Carry

~12%
Total de lojas Cash & Carry (3)

Penetração das marcas no Brasil (2)



(1) Nielsen; (2) Pesquisa NielsenIQ Homescan 2023; (3) Considerando 2.500 lojas no mercado Cash & Carry; (4) Pequenas mercearias, Super e Hipermercados que não pertencem a grandes Grupos representam 43% e Distribuidores de bebidas equivalem a 16%

Sucesso comprovado pela produtividade

PRODUTIVIDADE ASSAÍ 80% ACIMA DA MÉDIA DO SETOR

Venda média anual/loja madura:



~R\$ 140M ⁽¹⁾

vs.

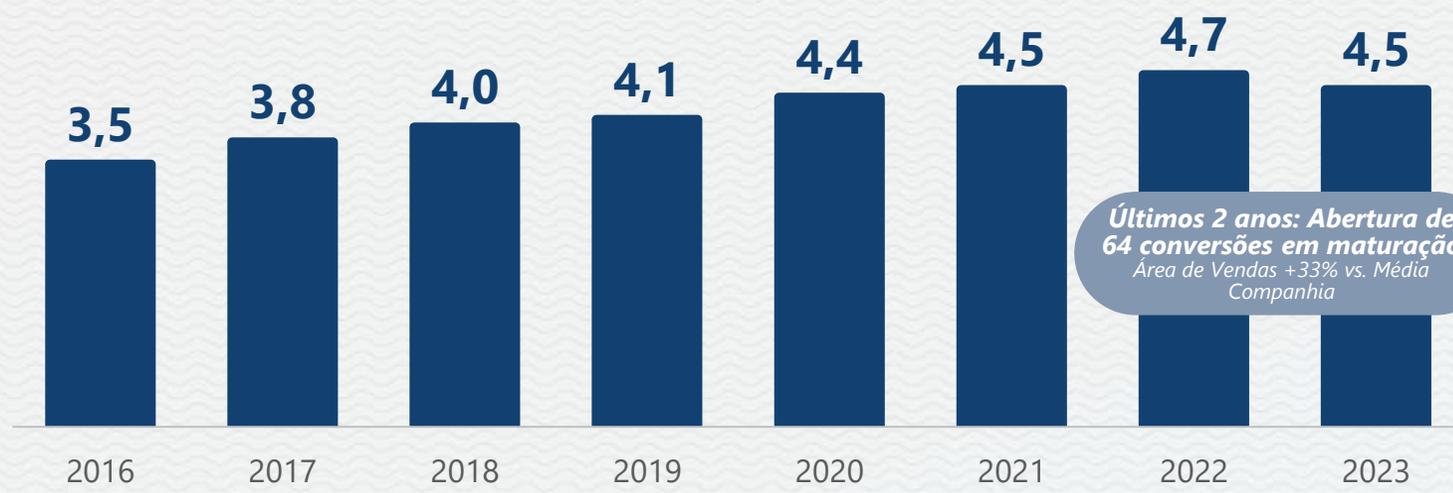


~R\$ 250M

Evolução Assaí
Venda média anual/loja:
(R\$ milhões)



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



Últimos 2 anos: Abertura de 64 conversões em maturação
Área de Vendas +33% vs. Média Companhia

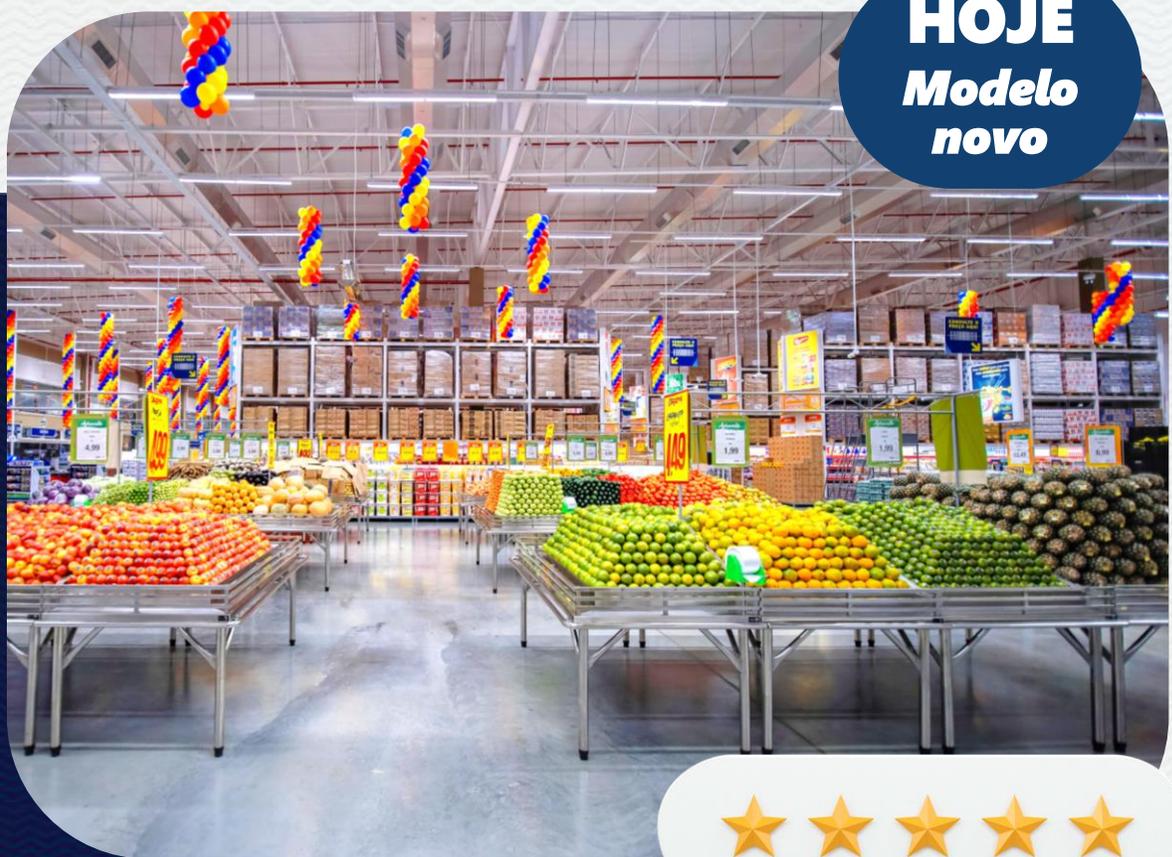
⁽¹⁾ Considerando venda média semanal de R\$ 3,7 milhões (Fonte: Nielsen), excluindo Assaí

Evolução do modelo mantendo custo baixo e com aumento da rentabilidade

2011
Modelo antigo



HOJE
Modelo novo



Despesas com Vendas⁽¹⁾: **9%**

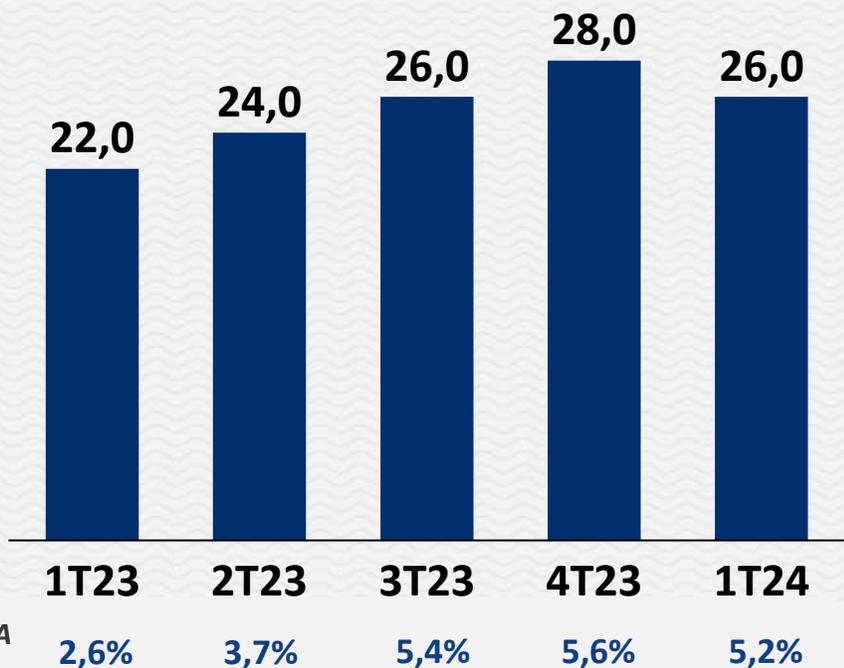
Melhorias: **Iluminação, ar-condicionado, equipamentos, fachada de vidro, piso, pé direito alto, porta-paleta**

Despesas com Vendas⁽¹⁾: **9%**

⁽¹⁾ Excluindo aluguel

Faturamento Médio Mensal

(47 Conversões Inauguradas em 2022)



Vendas no 1T24
+23% vs.
 Lojas Orgânicas
 inauguradas
 até 2022 (R\$ 21M)



CONTINUIDADE DA EXPANSÃO ORGÂNICA

2025
~**20 lojas**

2024
~**15 lojas**

2023
27 lojas



Unit Economics

(Loja orgânica padrão 2024-2025)



Receita Mensal
~**R\$ 22M**



Maturação
5º Ano



Margem EBITDA
Pós-IFRS 16
~**7,2%**



Margem EBITDA
Pré-IFRS16
~**6%**



CAPEX
~**R\$ 70M**

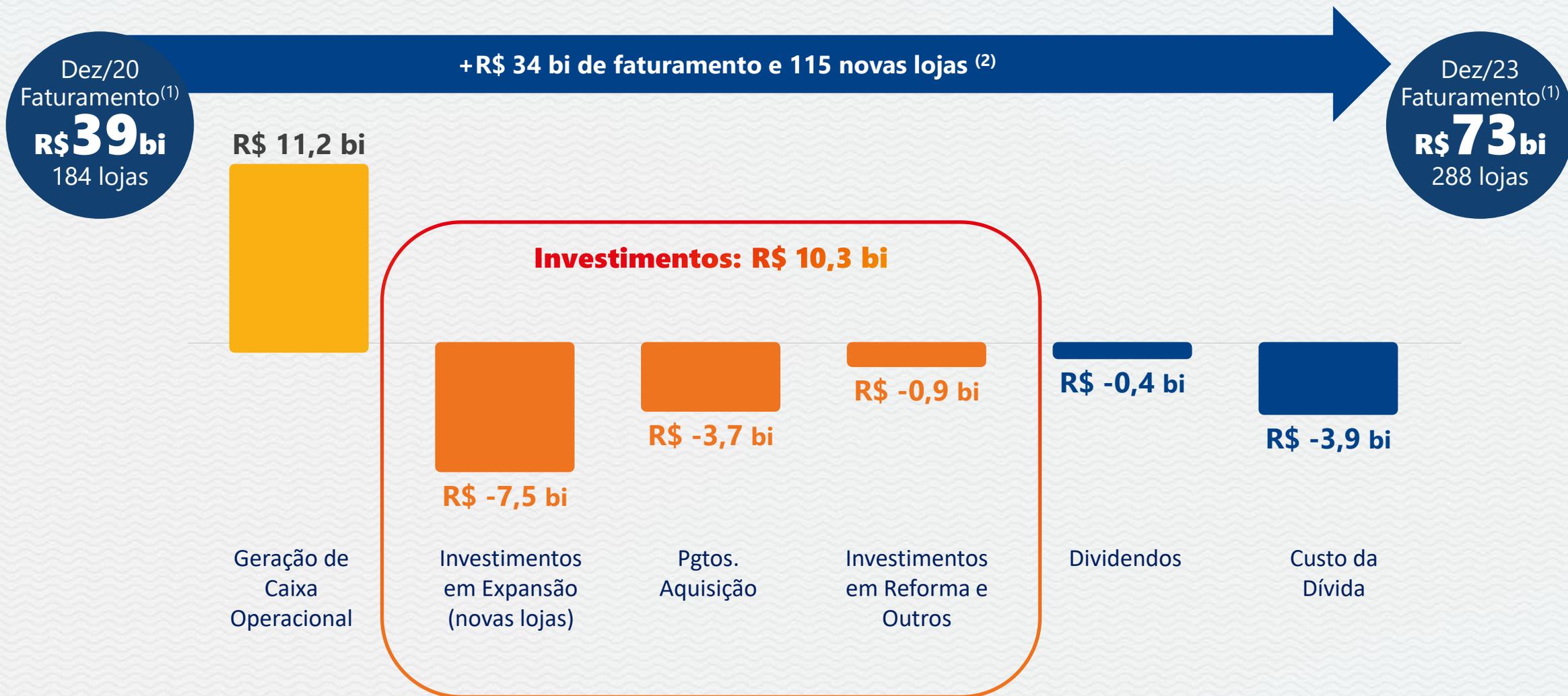


ROIC ⁽¹⁾
>20%

⁽¹⁾ ROIC: não inclui despesas gerais e administrativas no Resultado Operacional antes de impostos



Nos últimos 3 anos, geração de caixa operacional foi de R\$ 11,2 bilhões



⁽¹⁾ Acumulado últimos 12 meses

⁽²⁾ Excluindo fechamentos no período

Investimentos e Custo da Dívida financiados pela Geração de Caixa

(R\$ milhões)

	2022	2023
EBITDA Pré-IFRS16	2.868	3.444
Variação Capital de Giro	1.309	1.187
Geração de caixa Operacional	4.178	4.631
CAPEX	(3.296)	(3.198)
Aquisição de Pontos Comerciais	(345)	(2.399)
Geração de Caixa Livre	536	(965)
Dividendos	(152)	(89)
Custo da dívida	(1.501)	(1.830)
Geração de Caixa Total	(1.117)	(2.884)

PERSPECTIVAS 2024

EBITDA em crescimento:

Maturação da expansão

Liberação de caixa:

Gestão eficiente do supplier financing

Capex entre R\$ 1,5 – 2 bilhões

Abertura de ~15 lojas, manutenção e outros

Última parcela da aquisição concluída em Jan/2024 (~R\$ 900 M)

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

Aceleração da desalavancagem confirma maturação de novas lojas

Geração de Caixa (12 meses)

Dívida Líquida ⁽¹⁾ (Mar/23) R\$ 13,7 bi

Geração de Caixa Operacional R\$ 4,9 bi

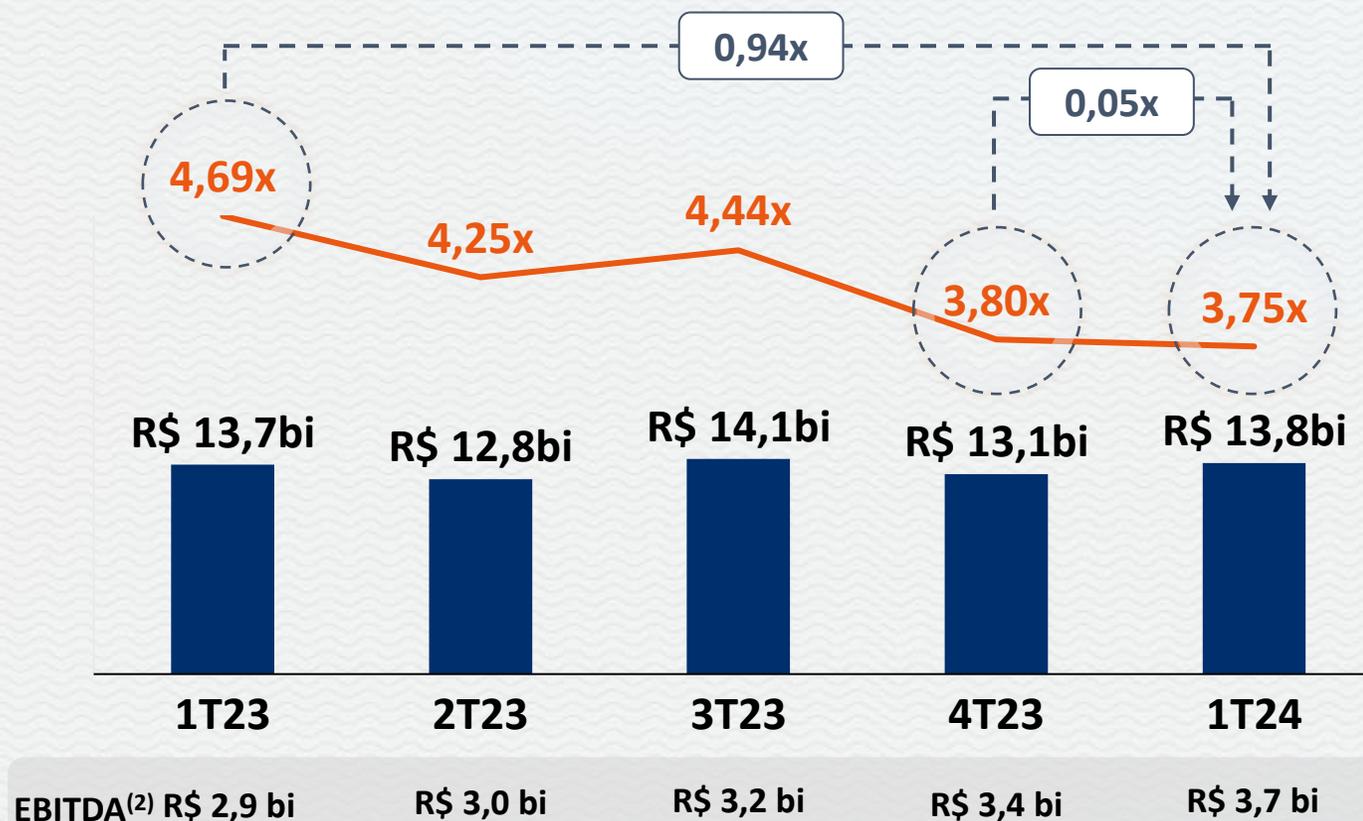
CAPEX -R\$ 3,0 bi

Custo da Dívida -R\$ 1,8 bi

Outros R\$ -0,2 bi

Dívida Líquida ⁽¹⁾ (Mar/24) R\$ 13,8 bi

Geração de caixa e melhora no capital de giro intensificam **queda de alavancagem** no período



— Dívida Líquida + Recebíveis descontados + Saldo a pagar das aquisições de Hipermercado / EBITDA Ajustado Pré IFRS16

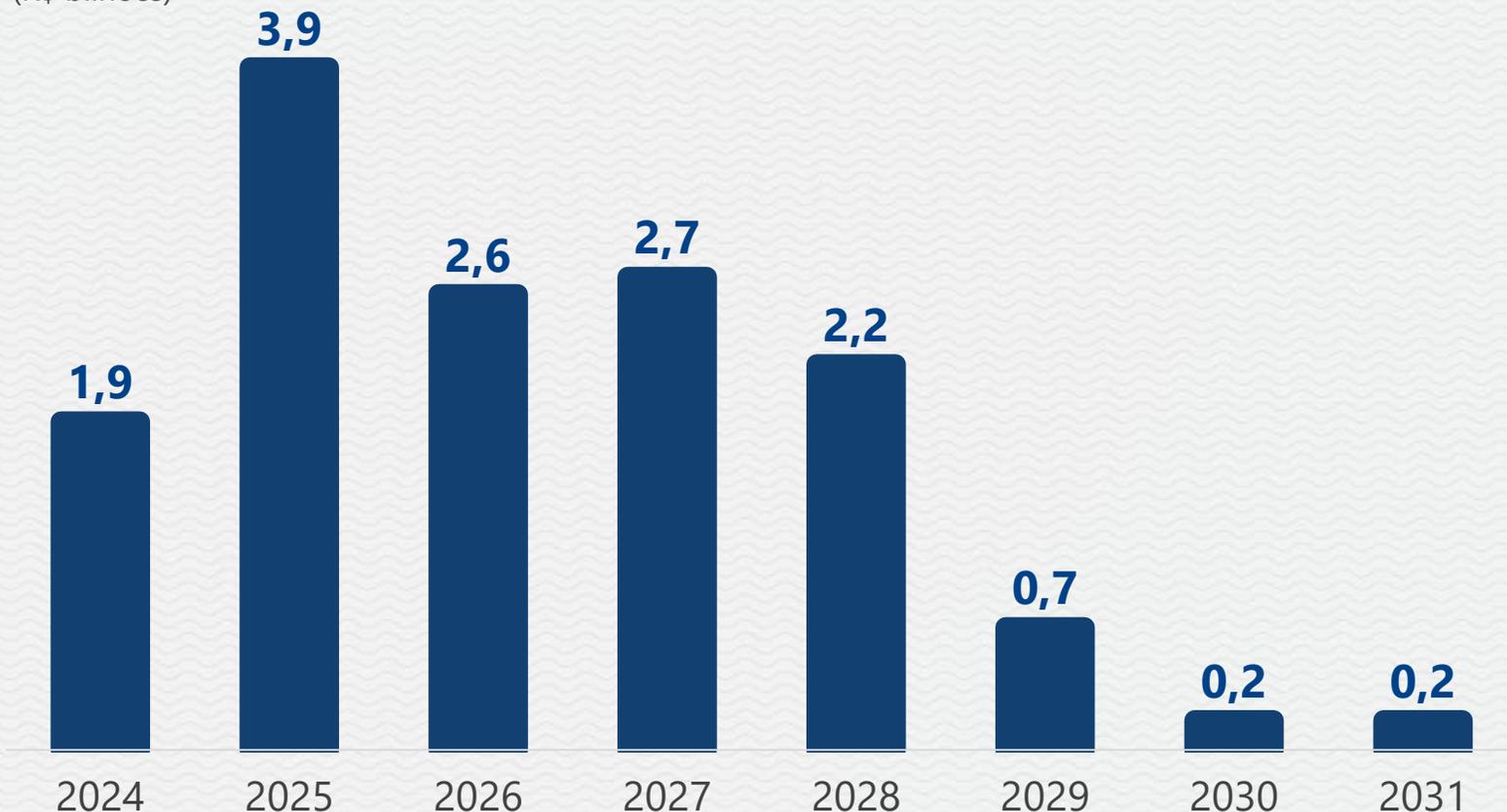
■ Dívida Líquida + Recebíveis descontados + Saldo a pagar das aquisições de hipercado

⁽¹⁾ Dívida Líquida + Recebíveis descontados (R\$ 2,6 bi em 31/03/24 e R\$ 2,4 bi em 31/03/23) + Saldo a pagar aquisição de hipermercados (R\$ 0 em 31/03/2024 e R\$ 2,7 bi em 31/03/2023).

⁽²⁾ EBITDA Pré-IFRS 16 acumulado 12 meses (excluindo equivalência patrimonial).

Alongamento do perfil da dívida nos próximos 2 anos após refinanciamento parcial de 2024 e 2025

(R\$ bilhões)



■ Vencimentos do principal da dívida em 31/03/2024 (não inclui juros)

Em 31/Mar/24

15,7Bi

DÍVIDA BRUTA

2,6anos

PRAZO MÉDIO

CDI+1,49%

CUSTO MÉDIO

87%

MERCADO DE CAPITAIS

100%

INDEXADA A CDI

Perspectivas: Diminuição do endividamento e aumento do fluxo de caixa



REDUÇÃO DA ALAVANCAGEM

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

ATUALIZADO



CONCLUSÃO DOS PAGAMENTOS DA AQUISIÇÃO DOS HIPERMERCADOS

R\$ 894 milhões pago em Janeiro/24



MAIOR GERAÇÃO DE CAIXA

Avanço na maturação da expansão
Redução da taxa de juros



CONTINUIDADE DA EXPANSÃO

~15 lojas previstas para 2024 e ~20 para 2025
Menor patamar de investimentos em comparação aos anos anteriores



RENTABILIZAÇÃO DOS ATIVOS

Ajuste de categorias e roll-out dos serviços
Galerias comerciais contribuem para fluxo de clientes e diluição dos custos operacionais
Comercialização de espaços publicitários



CONTINUIDADE DA ESTRATÉGIA PHYGITAL

Evolução do App Meu Assaí



Para todos, de Sol a Sol.

MODELO DE NEGÓCIO

ASSAÍ ATACADISTA

Forte capacidade de execução impulsiona expansão consistente pelo território nacional

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



+18
Estados

+232
lojas

2024 ⁽¹⁾



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

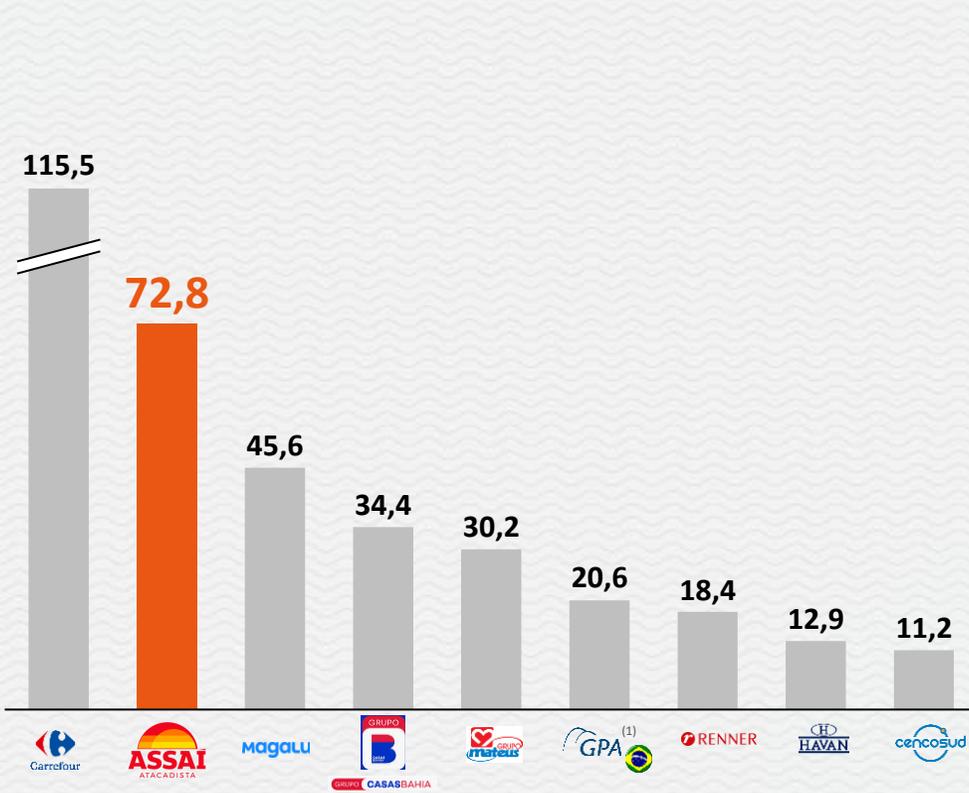
87 novas
lojas
(2022-2023)

Notas: (1) Em Junho de 2024

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

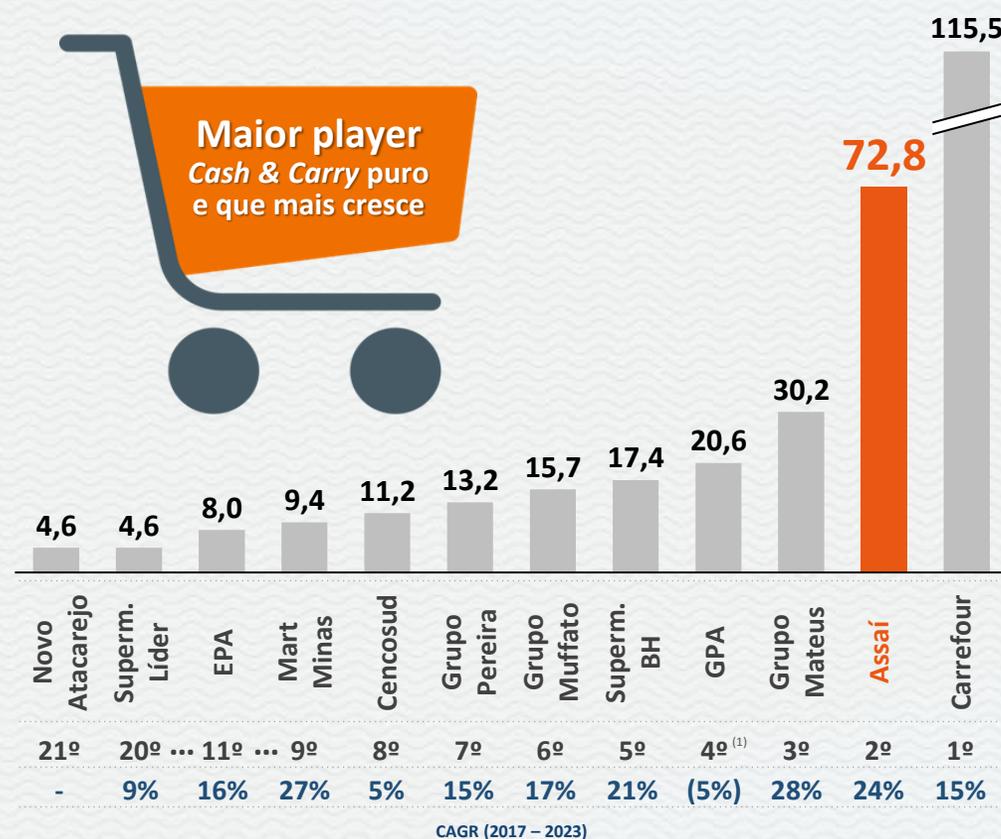
Ranking do Varejo

Receita Bruta (2023) - R\$ bi

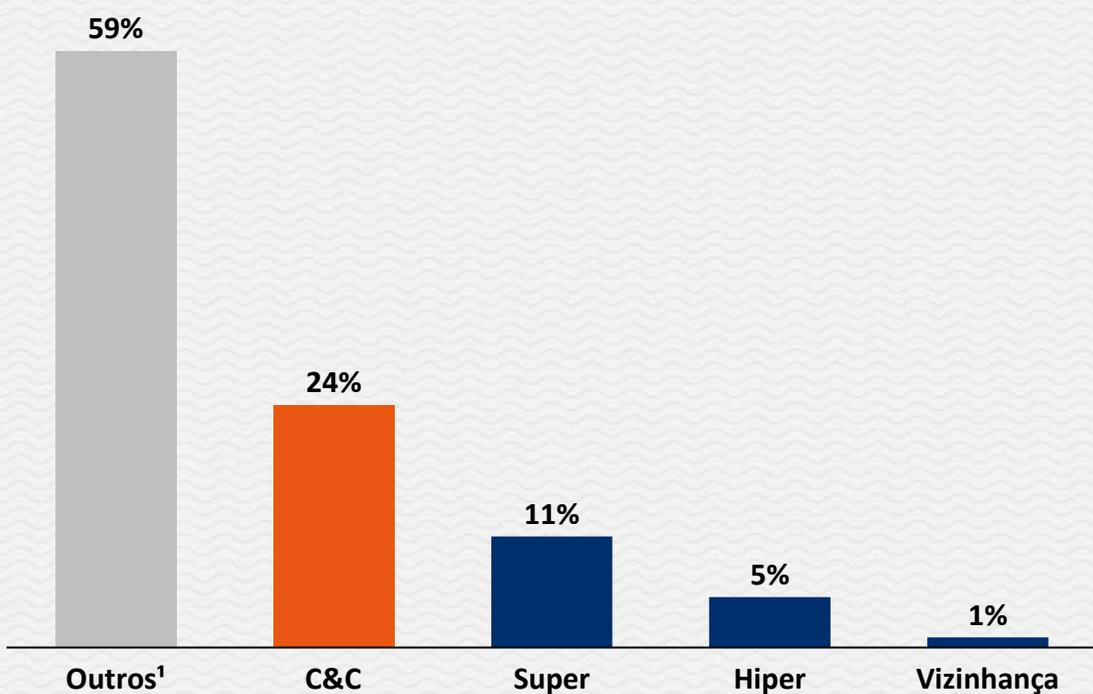


Ranking do Varejo Alimentar

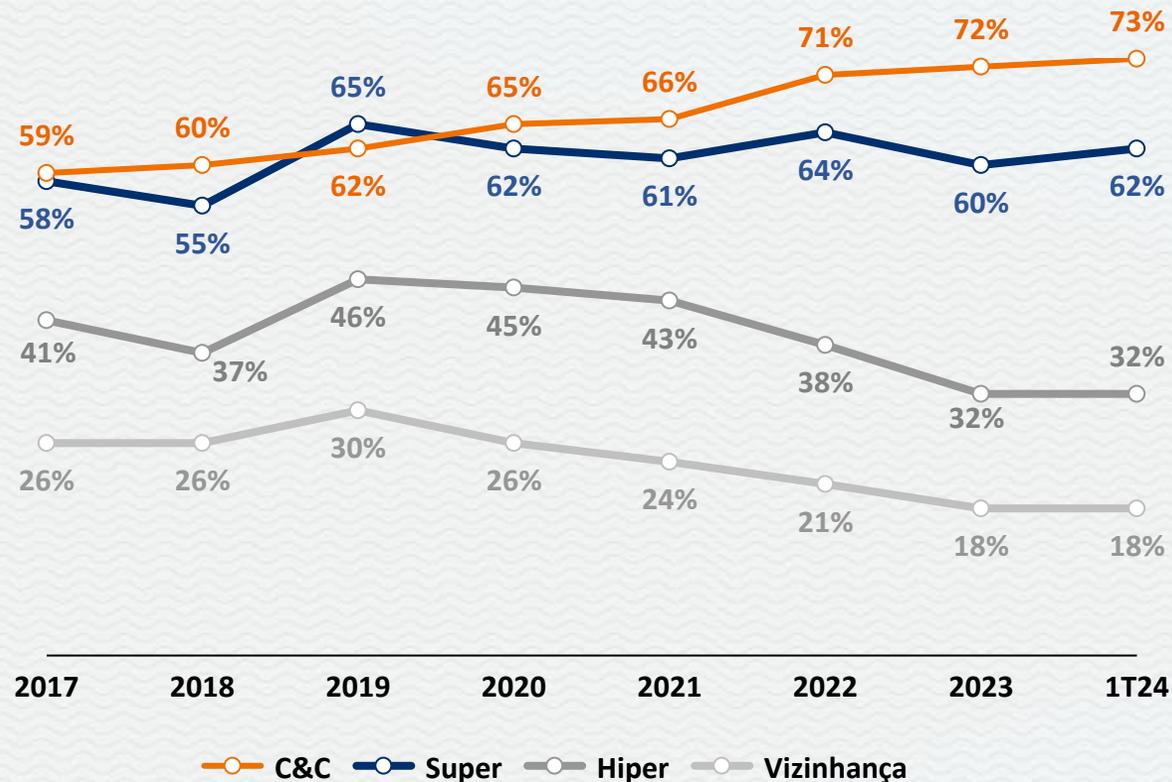
Receita Bruta (2023) - R\$ bi



Importância do Canal C&C em Compras Mensais (Mar/24)



Penetração dos Canais nos Domicílios (Mar/24)



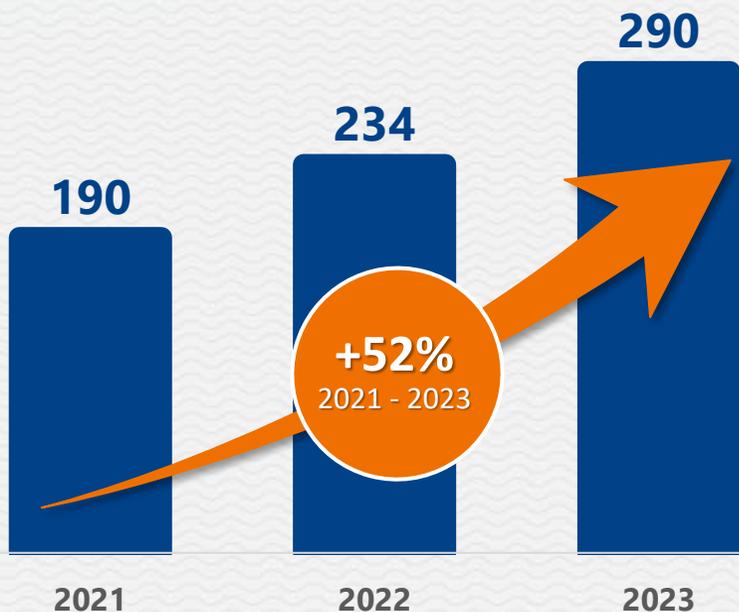
A essência do nosso negócio é atender a diversos segmentos



(1) Quantidade de estabelecimentos no Brasil de acordo com CNAE para base de CNPJs cadastrados na Receita Federal;
(2) Censo 2022 (IBGE)

Tickets do Assaí

(# milhões tickets)

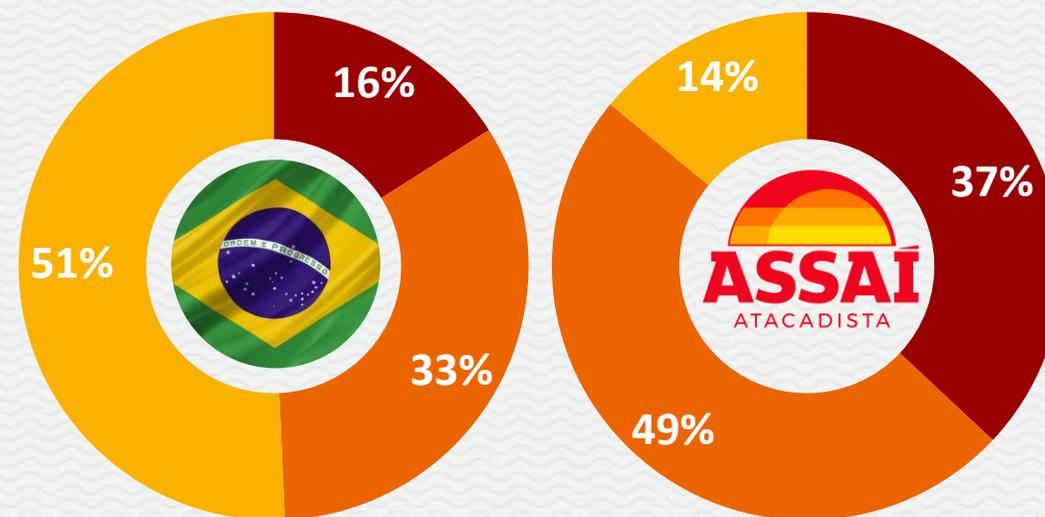


+35mm Clientes distintos mensais ⁽¹⁾

Nossas lojas são feitas para todos os brasileiros!

Segundo Nielsen Homescan ⁽²⁾

Clientes do Assaí por classe social (%)



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

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



Gestão Regionalizada

Líderes locais possuem autonomia na tomada de decisões

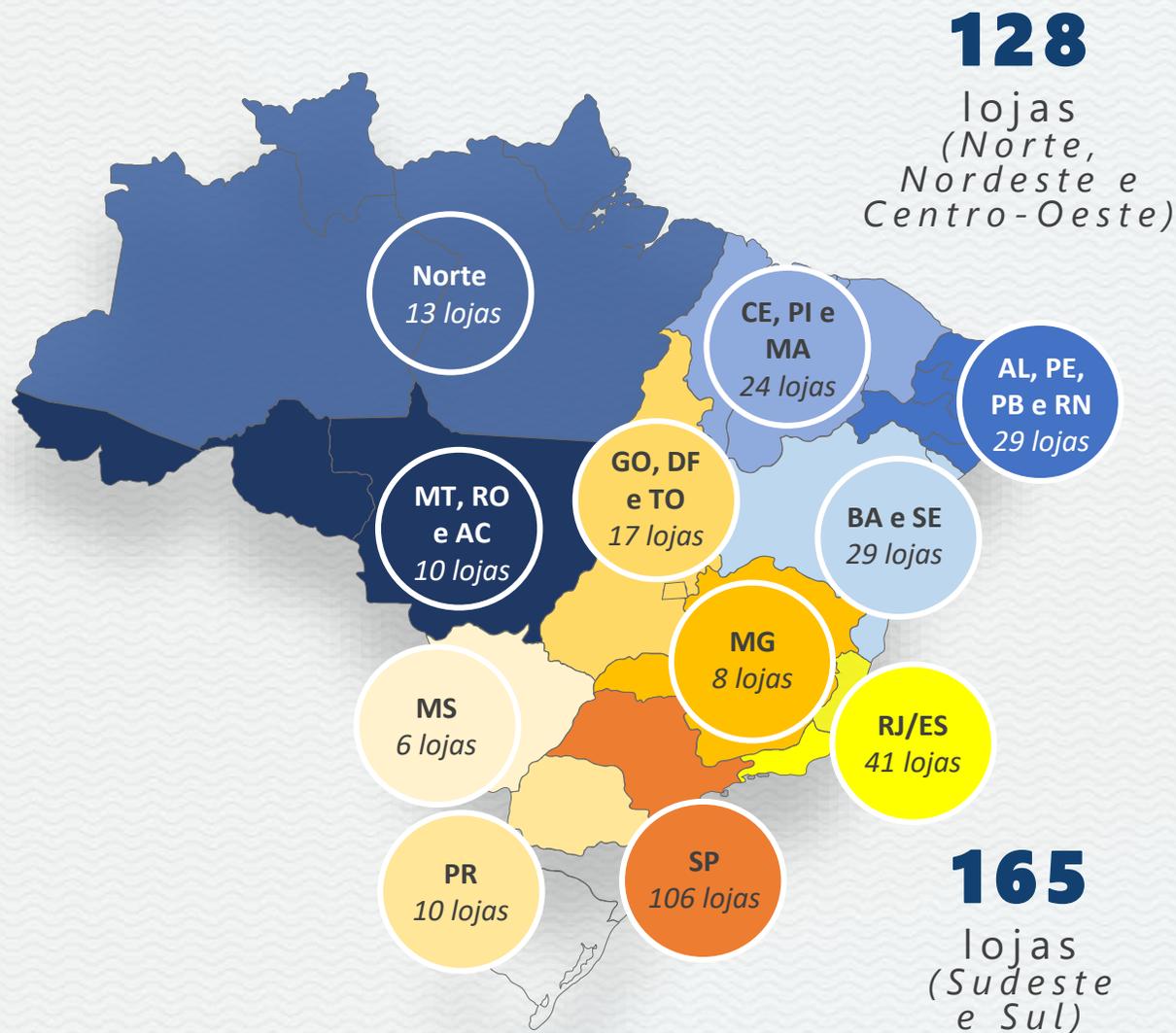


11 Escritórios Regionais
28 Células de Compra



Marketing Regional

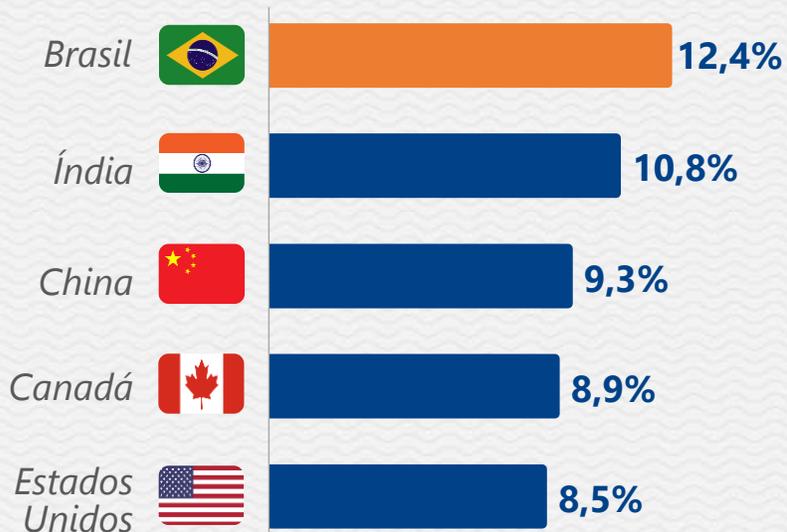
4 centrais de marketing para atender todo o Brasil



Fornecedores contam com o Assaí para distribuição complementar de produtos

Brasil é um país de dimensões continentais e **alto custo logístico**

Custos logísticos por país em 2022 ⁽¹⁾
% sobre faturamento das empresas



No Assaí:

~70% LOGÍSTICA DESCENTRALIZADA

Algumas lojas são 100% abastecidas diretamente pela indústria

11 CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

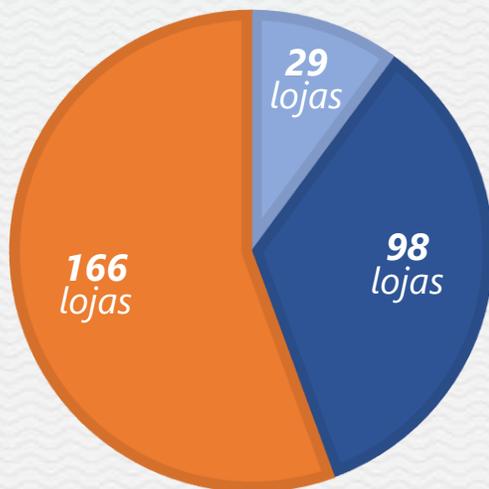
Abastecimento de lojas menores e categorias de baixo giro



Gestão Eficiente do Capital de Giro

Geração de Caixa via *Supplier Financing*

Número de lojas Por tamanho (m²)



- Até 3 mil m²
- Entre 3-5 mil m²
- Acima de 5 mil m²

- **Expertise** em operar diferentes formatos de loja
- **Adaptação do layout**
- **Informatização** de todos os processos de loja

Hub:
Controle e agilidade na operação



**Ótima experiência de compra e preço baixo,
independentemente do tamanho da loja**



App Meu Assaí

+13M clientes identificados

+52% itens por cesta

Ticket médio **36%** maior

Vendas via Last Mile

(Cornershop/Uber, Rappi)

+1M de pedidos

em 12 meses





Canal complementar com atendimento personalizado



Revendedores (mercearias, mercadinhos)



570 vendedores em loja



Clientes **retiram os produtos na loja**

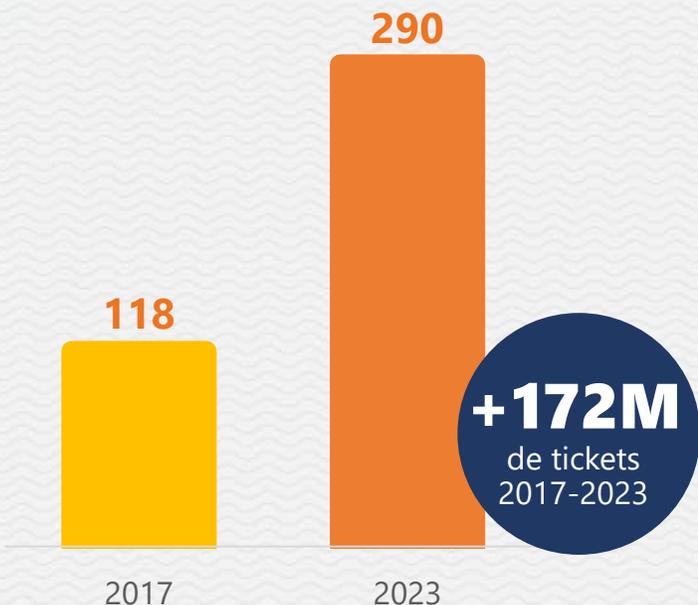


Gerentes das lojas têm flexibilidade para negociar



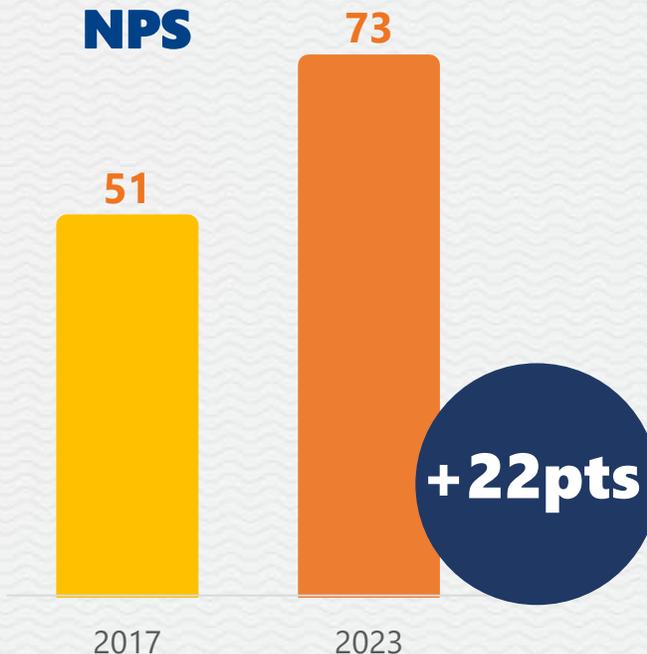
Tudo isso se traduz em ganho de clientes e NPS elevado

Contínua conquista de novos clientes...
Tickets (milhões)



... e reconhecimentos que evidenciam o sucesso do Assaí

NPS



PRÊMIOS



Experience Awards 2023
(empresas com os melhores NPS do Brasil)



Excelência em Serviços ao Cliente (Consumidor Moderno 2023)



Atacarejo mais admirável
(Marcas Mais, Estadão)



Para todos, de Sol a Sol.

RESULTADOS FINANCEIROS

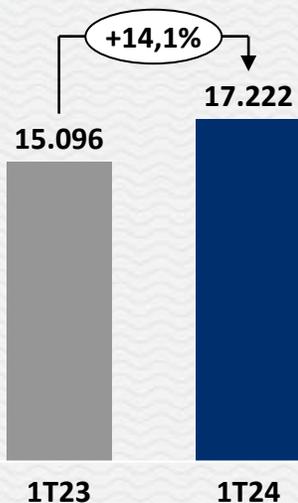


Importante evolução de rentabilidade impulsionada por alavancagem operacional

1T24 vs. 1T23

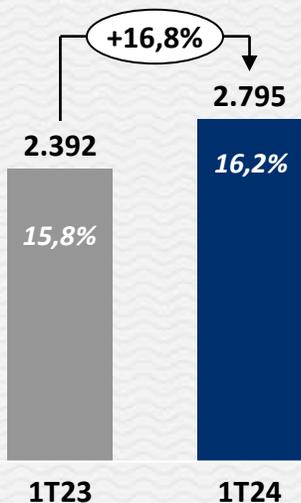
VENDAS LÍQUIDAS

R\$ Milhões



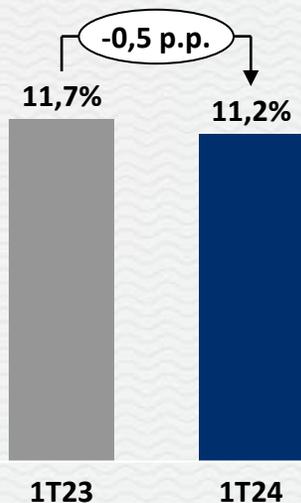
LUCRO BRUTO (PRÉ-IFRS16)

R\$ Milhões
% Receita Líquida



SG&A (PRÉ-IFRS16)

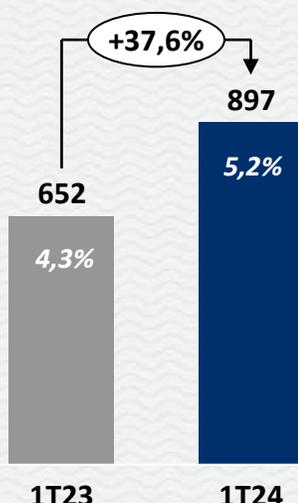
% Receita Líquida



Melhora da rentabilidade Alavancagem operacional e controle de despesas

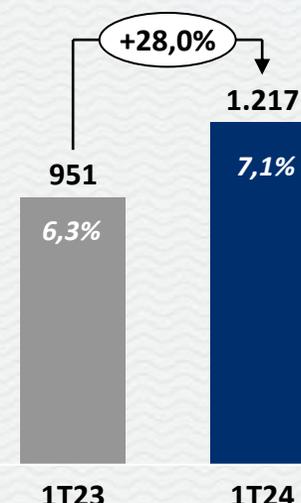
EBITDA AJUSTADO (PRÉ-IFRS16)

R\$ Milhões
% Receita Líquida



EBITDA AJUSTADO (PÓS-IFRS16)

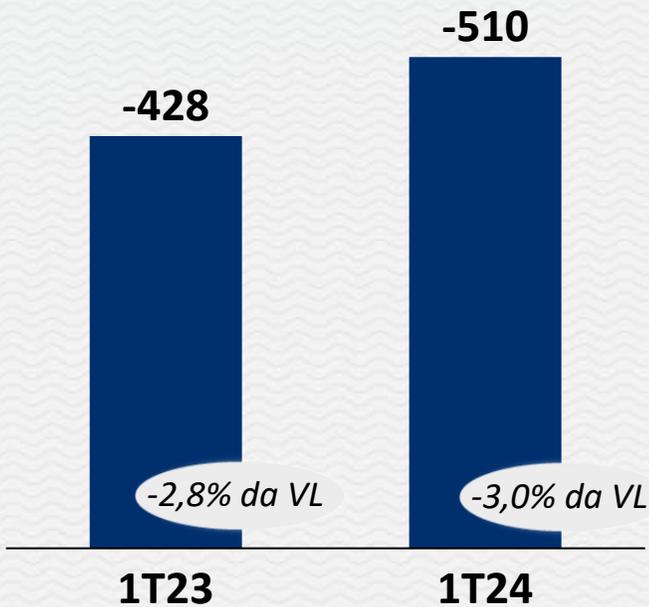
R\$ Milhões
% Receita Líquida



Margem Pré-IFRS16 retorna ao patamar anterior
ao projeto de conversões

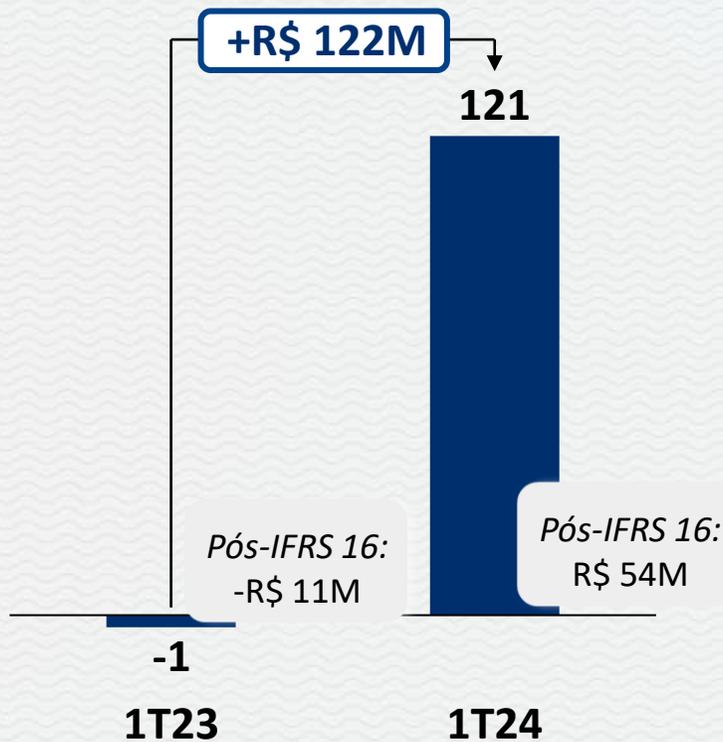
(Pré-IFRS 16 | R\$ Milhões)

Resultado Financeiro



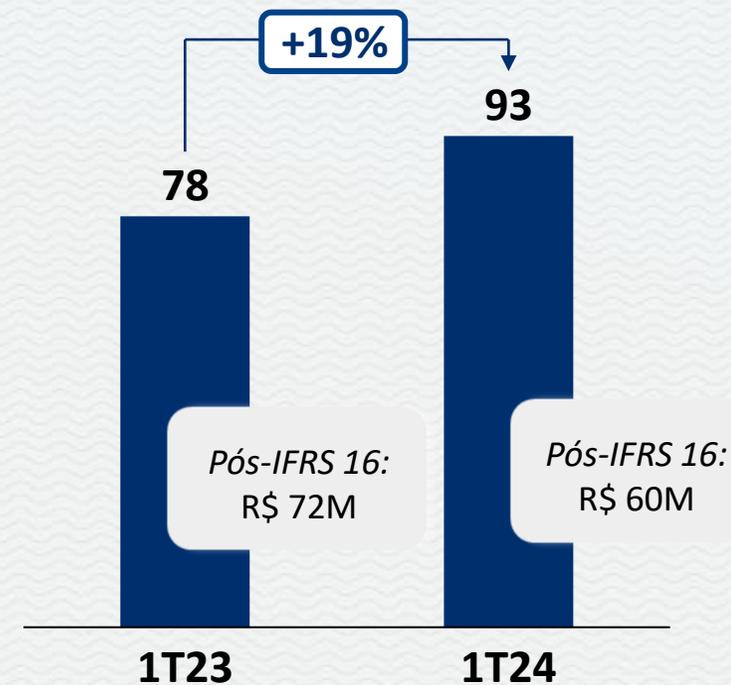
- Conclusão do pagamento da aquisição
- Redução do CDI (-0,6p.p. vs 1T23)
- Fatores não-caixa (MTM e juros capitalizados)

LAIR



- + **Alavancagem operacional**
 - Maturação das novas lojas
 - Controle e diluição de despesas
- **Aumento de resultado financeiro**

Lucro Líquido



- **Maior carga tributária**
(subvenção para investimentos)



Para todos, de Sol a Sol.

SUSTENTABILIDADE E GOVERNANÇA

A photograph of the ASSAÍ ATACADISTA storefront at night. The building has a blue corrugated metal facade. The word "ASSAÍ" is written in large white letters on a red and yellow background, with a stylized sun above it. To the right, "ATACADISTA" is written in large white letters on the blue facade. The store is illuminated from within, and the entrance area is visible with shopping carts and a person walking.

ASSAÍ ATACADISTA

Assaí tem a prosperidade como propósito, criando conexão com público interno e externo

Posicionamento

Para todos,
de Sol a Sol

Propósito

Fazer com que a
prosperidade seja
uma realidade
para todos(as)



Ser Assaí é assim:



Cultura

DESTAQUES ESG

ISEB3
ICO2 B3
IDIVERSA B3



98%

das operações utilizam **energia limpa**

4,1M

acessos nos canais de apoio a **empreendedores da Academia Assaí**

-9,5%

nas **emissões de carbono** de escopo 1 (1T24 vs. 1T23)

25,2%

de **mulheres** em cargos de liderança

2x

mais horas de **treinamento** por colaborador vs. média do setor

43,8%

de **pessoas negras** em cargos de liderança

141

Toneladas de alimentos e itens de higiene doados para famílias em situação de vulnerabilidade

5,4%

de **pessoas com deficiência** no quadro de colaboradores

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



Programa Sócio Executivo

Executivos participantes



● Anos de Experiência ● Anos no Assaí

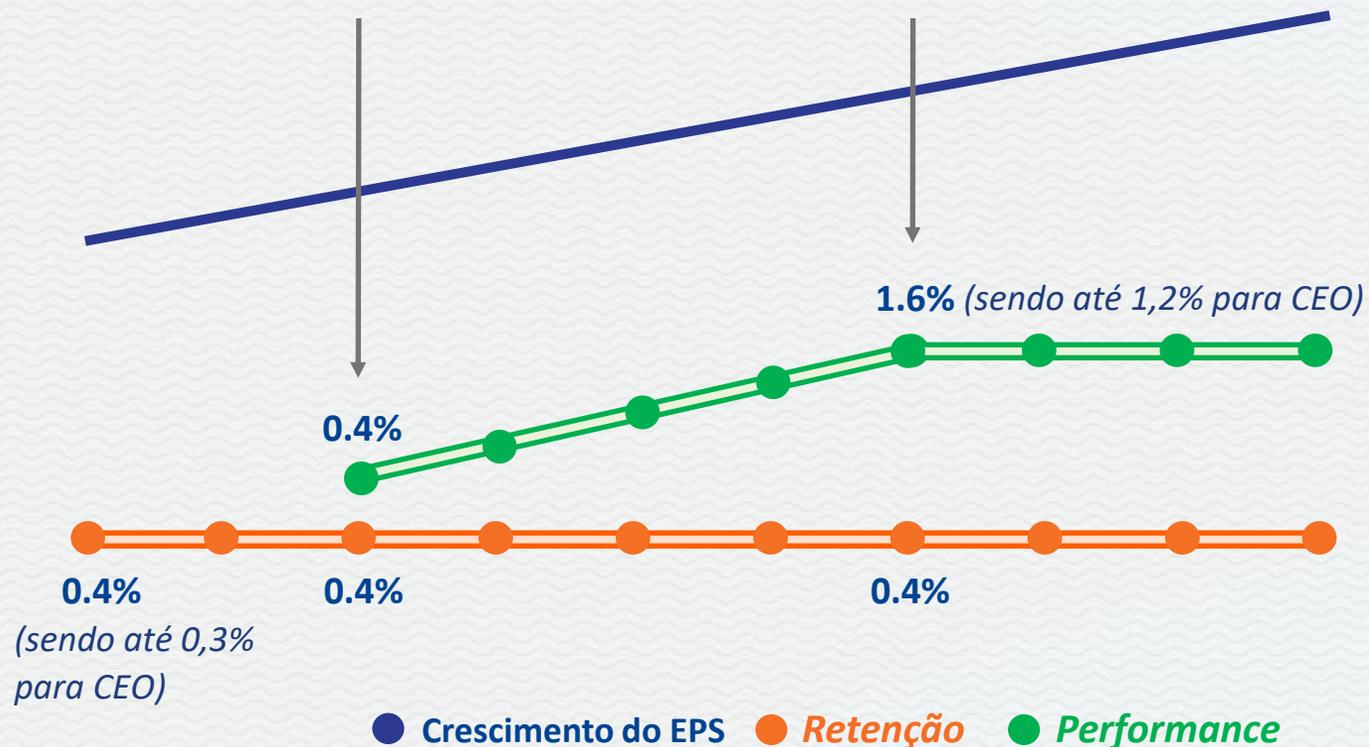
Principais características do programa

- 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)



Oscar Bernardes
Presidente



José Guimarães Monforte
Vice-Presidente



Andiana Pedroso Petterle



Belmiro de Figueiredo Gomes



Enéas Pestana



Julio Cesar de Queiroz Campos



Leila Abraham Loria



Leonardo Gomes Pereira

COMITÊS DE ASSESSORAMENTO



Governança Corporativa, Sustentabilidade e Indicação

Coord.: José Guimarães Monforte



Gente, Cultura e Remuneração

Coord.: Leila Abraham Loria



Financeiro e de Investimentos

Coord.: Leonardo Gomes Pereira



Auditoria

Coord.: Heraldo Gilberto de Oliveira



Para todos, de Sol a Sol.

ANEXOS



AÇOUGUE

CORTES VARIADOS

Fabril

Atendimento Preferencial
+80 anos tem prioridade

OFERTA
FAZEM
0,90

279

Display of various meat cuts with promotional tags:

- OFERTA 26,90
- OFERTA 25,90
- OFERTA 15,90
- OFERTA 14,90
- OFERTA 13,90
- OFERTA 12,90
- OFERTA 11,90
- OFERTA 10,90
- OFERTA 9,90
- OFERTA 8,90
- OFERTA 7,90
- OFERTA 6,90
- OFERTA 5,90
- OFERTA 4,90
- OFERTA 3,90
- OFERTA 2,90
- OFERTA 1,90
- OFERTA 0,90

CAFETERIA & PADARIA



hora fôim
café
fresquinho





IMPORTADO

IMPORTADO

vinho

vinho

vinho

CASA FLORA

CASA FLORA

CASA FLORA

LOTE 43
LOTE 43



Orgânica: Ribeirão Preto (SP)



Conversão: São José dos Campos (SP)



Para todos, de Sol a Sol.