

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS

3º TRIMESTRE DE 2025

07 DE NOVEMBRO DE 2025



Vendas

- 'Mesmas Lojas' no quadrimestre (jul/25 a out/25) foi de 1,3% e com manutenção de Market Share

Cenário de Consumo

B2C: Vendas e comportamento estáveis

- Atratividade do modelo
- Fluxo Estável
- Manutenção do nível de trade down

B2B: Redução de volume

- Manutenção de fluxo
- Queda do ticket médio
- Performance do mercado | Supermercados⁽¹⁾ que atendem:
 - Classes C, D e E (-8,3%)
 - Classes A e B (+2,7%)

3T25

Margem EBITDA

- Pré-IFRS16: 5,7% (+0,2 p.p.)
- Margem Bruta: Maturação de lojas e estratégia comercial eficiente
- Despesas: disciplina no controle de despesas e crescimento abaixo da inflação

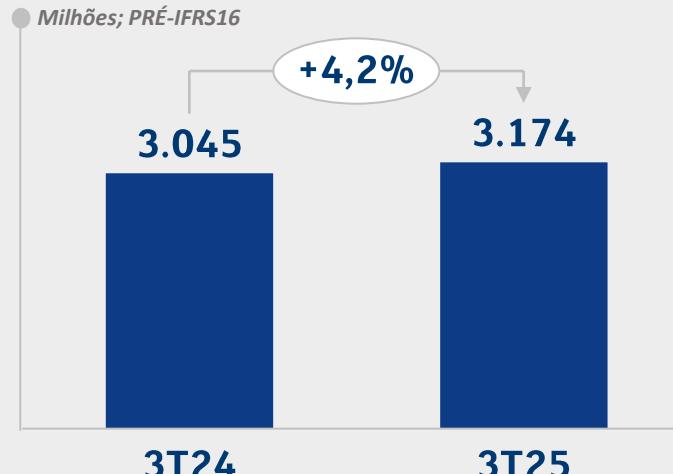
Lucro Líquido

- Pré-IFRS16: R\$ 195M e Mg Líquida: 1,0%
- Pós-IFRS16: R\$ 152M e Mg Líquida: 0,8%

Geração de Caixa e Alavancagem

- **Geração de Caixa final 12M: +R\$ 909M**
 - Menor ritmo de expansão e crescimento do EBITDA
- **Alavancagem: 3,03x, redução de -0,49x vs. 3T24**
 - -R\$ 0,5 bi na dívida líquida
 - +R\$ 0,5 bi no EBITDA Pré-IFRS16 12M

LUCRO BRUTO



16,4%

Mg. Bruta⁽¹⁾

16,7%

- Maturação das lojas novas e contínua evolução do modelo de negócio
- Gestão eficiente de preços e sortimento

DESPESAS

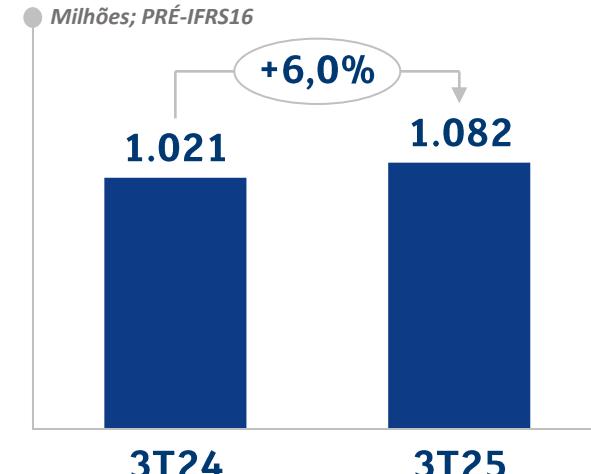


11,0%

% Receita Líquida

- Eficiência no controle de custos
- Crescimento abaixo da inflação

EBITDA



5,5%

Mg. EBITDA Pré-IFRS16⁽¹⁾

5,7%

7,3% 7,6%

Mg. EBITDA Pós-IFRS16⁽¹⁾

FORTE GERAÇÃO DE CAIXA IMPULSIONA REDUÇÃO DA DÍVIDA LÍQUIDA

Alavancagem recua para 3,03x, menor nível em quatro anos

Geração de Caixa

(R\$ Bilhões)

Dívida Líquida ⁽¹⁾ Set/24	13,9	 96% conversão EBITDA em caixa
Geração de Caixa Operacional	4,2	
Capex	-1,1	
Geração de Caixa Livre	3,1	
Custo da Dívida + Dividendos	-2,2	
Geração de Caixa Final	0,9	
Antecipação De Recebíveis	-0,4	
Dívida Líquida⁽¹⁾ Set/25	13,4	

Alavancagem

(R\$ Bilhões)

-1,64x

Covenants Contratual: 3,0x
Ratio Covenants Contratual no 3T25⁽²⁾: 1,66x

4,67x

4,44x

3,52x

3,03x

~2,60x

Redução da Dívida Líquida

(R\$ Bilhões)

	3T24	3T25	Variação
Dívida Bruta	16,4	15,9	-0,5
Caixa Ajustado	2,5	2,5	-
Caixa Bruto	4,0	4,5	0,5
Recebíveis Descontados	-1,5	-2,0	-0,5
Dívida Líquida⁽¹⁾	13,9	13,4	-0,5



4T25E

Gráfico sem escala

EBITDA⁽³⁾ 2,8 3,2 3,9 4,4

+57%

Dívida Líquida + Recebíveis descontados⁽¹⁾ / EBITDA Ajustado Pré IFRS16

Dívida Líquida + Recebíveis descontados⁽¹⁾

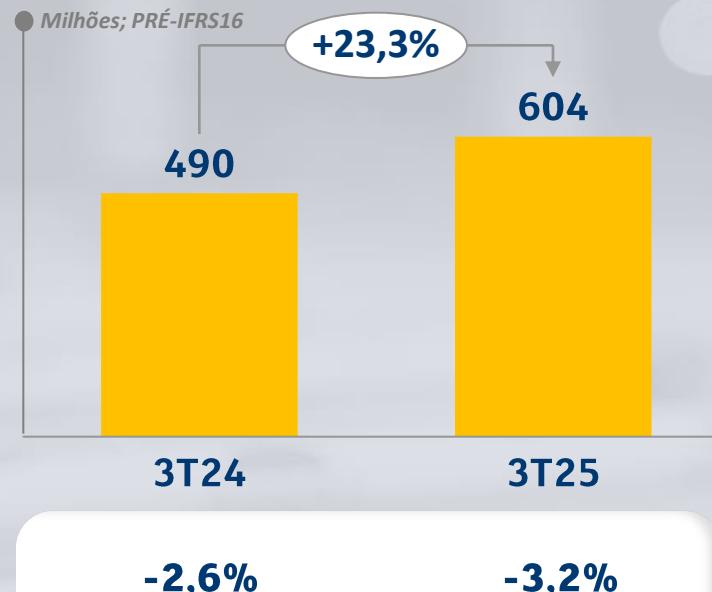
⁽¹⁾ Dívida Líquida + Recebíveis Descontados (R\$ 2,0 bilhões em 30/09/2025 e R\$ 1,5 bilhão em 30/09/2024).

Entre o 4T21 e o 4T24, o indicador de Dívida Líquida + Recebíveis Descontados contemplava o saldo a pagar da aquisição de hipermercados. O pagamento da aquisição de hipermercado foi finalizado no 1T24.

⁽²⁾ Ratios Contratuais: [Dívida Bruta (-) Caixa (-) Contas a receber com deságio de 1,5%] / [Lucro Bruto (+) Depreciação Logística (-) SG&A]

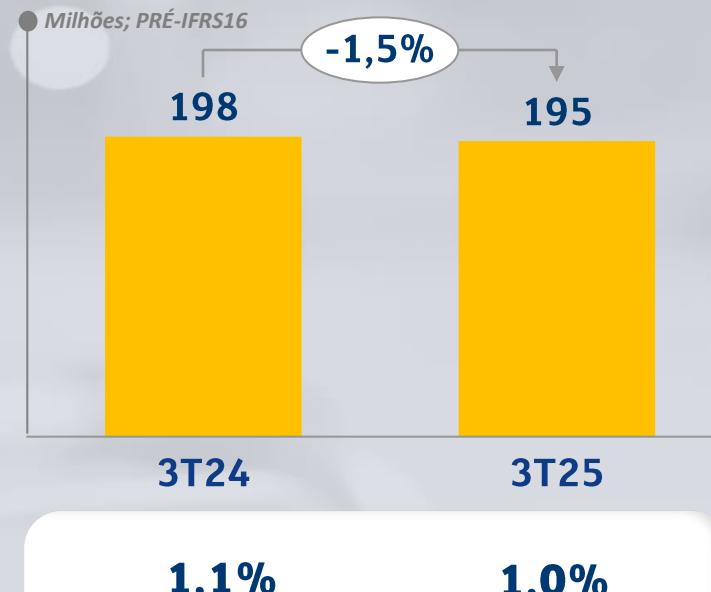
⁽³⁾ Ajustado pelo resultado de outras receitas e despesas operacionais e excluindo equivalência patrimonial dos últimos 12 meses

RESULTADO FINANCEIRO



- Elevado patamar de juros
 - Crescimento na rentabilidade das aplicações
 - Aumento dos encargos sobre a dívida

LUCRO LÍQUIDO



- Eficiência operacional e controle de despesas mesmo com aumento da taxa de juros

OPERAÇÕES

2024

R\$ 6,6 bi em novas captações
R\$ 3,6 bi pré-pagamento de dívidas com vencimentos em 2025 e 2026

2T25

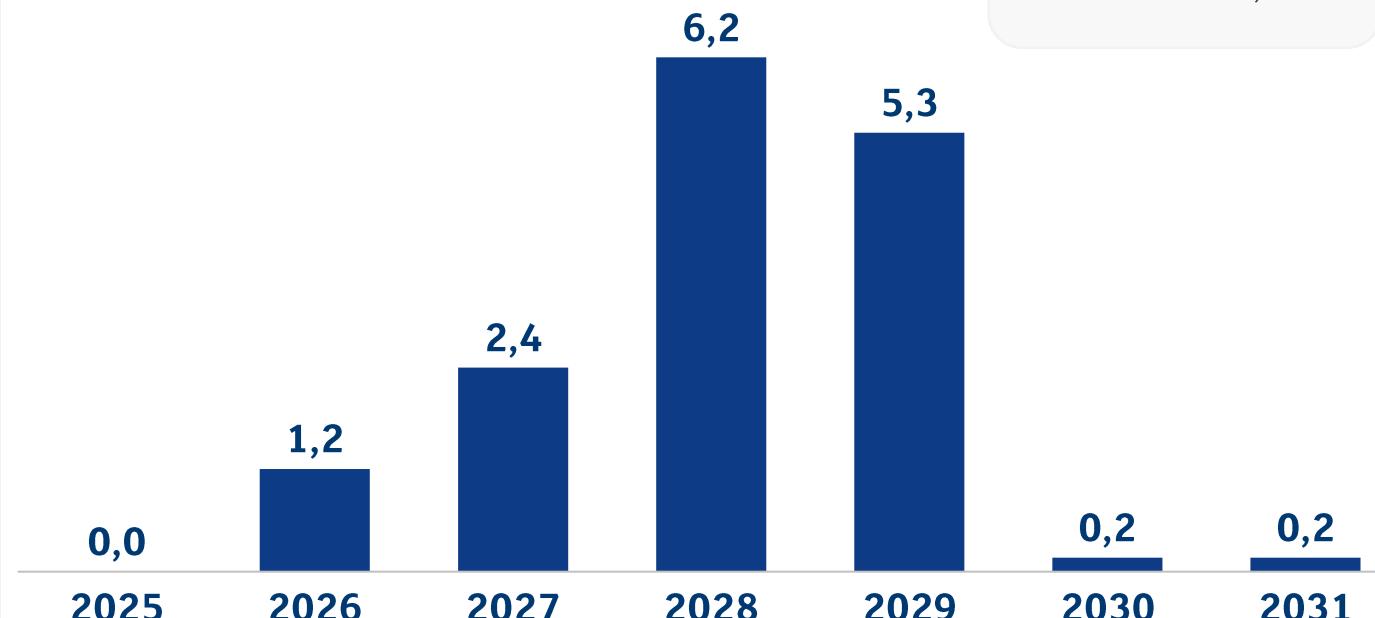
13^a Emissão de Debêntures
R\$ 1,5 bi, CDI+1,20%
Pré-pagamento de R\$ 2 bi (CDI+1,75%) com vencimentos em 2026 e 2027

3T25

Empréstimo CPR em R\$
R\$ 450M, CDI+0,95%
Pré-pagamento de R\$ 500M (CDI+0,93%) com vencimento em 2025

FLUXO DE VENCIMENTOS

(R\$ Bilhões)



Valor principal sem juros

Operações eficientes

- **Nova meta pública:** aterro zero em todas as operações até 2035, como parte da nossa estratégia de mudanças climáticas:
- **Reaproveitamento de 45,53% dos resíduos da companhia** (+2,7 p.p vs. 3T24), fruto de:
 - Aumento de toneladas enviadas para compostagem (+ 143,42% vs. 3T24)
 - Aumento de lojas participantes do Programa Destino Certo (294 lojas, +11,36% vs. 3T24)

Gestão ética e transparente

- Reconhecimento Anuário Integridade ESG: **1º no varejo alimentar, 3ª entre as empresas de comércio varejista geral, e 44ª posição no ranking** de todas as empresas participantes

Desenvolvimento de pessoas e comunidades

- 45,7% de pessoas negras na liderança (+2,6 p.p.)
- 25,3% de mulheres na liderança (+0,2 p.p.)
- +1.145 colaboradores migrantes e refugiados
 - Apoio à Corrida Contra a Fome com 3 toneladas de alimentos doados
 - Mais de 70 colaboradores voluntários em ações sociais em Brasília, São Paulo e Belém
- **Academia Assaí 8ª edição de prêmio**
 - 2.100 empreendedores(as) de alimentação receberam orientação financeira e capacitação técnica



InfoMoney:

Marca mais valiosa do varejo alimentar no Brasil, avaliada em **R\$ 12,2 bilhões**, ocupando o **1º lugar** no ranking.

Ibevar-FIA:

1º lugar entre as mais admiradas pelos **consumidores** e destaque entre as **varejistas mais eficientes** na operação

Folha Top of Mind:

4º ano consecutivo como a **marca mais lembrada** nos setores de supermercado e atacado.

Latin America Executive Team – Extel:

3ª companhia mais premiada, com reconhecimento de **Most Honored Company Overall**.

Veja Negócios:

1º lugar no ranking de varejo por **receita líquida** em 2024.

Empresas que Melhor se Comunicam com Jornalistas:

3º ano consecutivo de destaque no setor de atacado.

Idiversa B3:

3º ano seguido no **índice de diversidade e liderança**.



Liderança no Setor

Maior e mais presente
empresa brasileira do varejo
alimentar



Marca mais valiosa
do setor no país: R\$ 12bi



~40M de clientes por mês



+60% penetração
familares na grande SP



Avenidas de Crescimento

Mundo Saúde



MARCA
PROPRIA



Marca Própria

Serviços Financeiros



Digital





Q&A

Para fazer perguntas, clique no ícone Q&A na parte inferior da tela.

*Escreva seu **NOME**, **EMPRESA** e **IDIOMA** da pergunta a ser feita.*

Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela e, então, você deve ativar o seu microfone para fazer perguntas.

Orientamos que as perguntas sejam feitas todas de uma única vez.

To ask questions, please click on the Q&A icon on the bottom of the screen

*Write your **NAME**, **COMPANY** and **LANGUAGE** of the question.*

If announced, a request to activate your microphone will show up on your screen, then, you should enable your audio to ask your question.

We kindly ask you to make all questions at once.





OBRIGADO

Equipe de Relações com Investidores | ri.assai@assai.com.br / ri.assai.com.br

EARNINGS RESULTS

3rd QUARTER 2025

November 7TH, 2025



Sales

- Same-store sales in the four-month period (July 2025 to October 2025) were 1.3%, maintaining market share.

Consumer Scenario

B2C: Stable sales and behavior

- Attractiveness of the model
- Stable Flow
- Maintaining the trade down level

B2B: Volume reduction

- Flow maintenance
- Average ticket price drop
- Market Performance | Supermarkets⁽¹⁾ that serve:
 - Classes C, D, and E (-8.3%)
 - Classes A and B (+2.7%)

3Q25

EBITDA Margin

- Pre-IFRS16: 5.7% (+0.2 p.p.)
- Gross Margin: Store maturation and efficient commercial strategy
- Expenses: disciplined expense control and growth below inflation

Net profit

- Pre-IFRS16: R\$ 195M and Net Mg: 1.0%
- Post-IFRS16: R\$ 152M and Liquid Mg: 0.8%

Cash Generation and Leverage

- Final Cash Generation (LTM): +R\$ 909M
 - Slower pace of expansion and EBITDA growth
- Leverage: 3.03x, a reduction of -0.49x vs. 3Q24
 - -R\$ 0.5 billion in net debt
 - +R\$ 0.5 billion in EBITDA Pre-IFRS16 LTM

OPERATIONAL EFFICIENCY SUPPORTS PROFITABILITY EXPANSION

Efficient commercial strategy and focus on expense control



GROSS PROFIT



3Q24

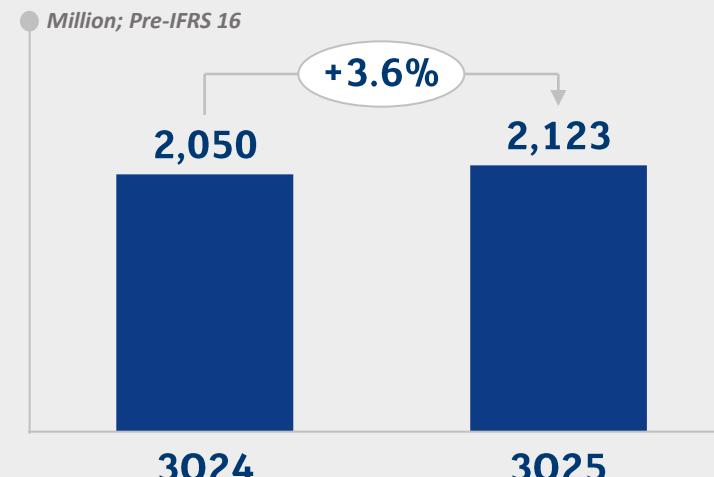
3Q25

16.4%

Gross Margin ⁽¹⁾

16.7%

SG&A



3Q24

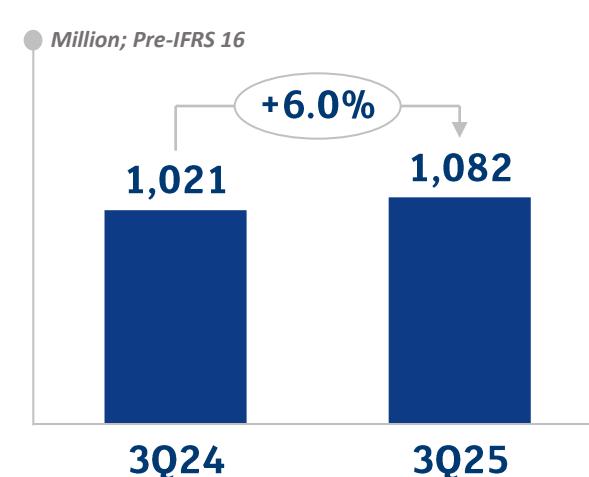
3Q25

11.0%

% of Net Revenue

11.2%

EBITDA



3Q24

3Q25

5.5%

Mg. EBITDA Pre-IFRS16⁽¹⁾

5.7%

7.3%

Mg. EBITDA Post-IFRS16⁽¹⁾

7.6%

- Maturation of new stores and continuous evolution of the business model
- Efficient price and assortment management

- Efficiency in cost control
- Growth below inflation

STRONG CASH GENERATION DRIVES REDUCTION IN NET DEBT

Leverage falls to 3.03x, the lowest level in four years



Cash Generation

(R\$ Billion)

Net Debt ⁽¹⁾ Sep/24	13.9
Operational Cash Generation	4.2
Capex	-1.1
Free Cash Flow	3.1
Cost of Debt + Dividends	-2.2
Final Cash Generation	0.9
Receivables Anticipation	-0.4
Net Debt⁽¹⁾ Sep/25	13.4

96%
EBITDA
conversion
to cash

Leverage

(R\$ Billion)

-1.64x

4.67x

4.44x

3.52x

3.03x

Contractual covenant: 3.0x
Contractual covenant ratio
in 3Q25⁽²⁾: 1.66x

~2.60x

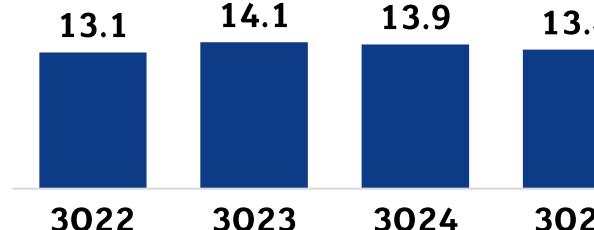
Reduction in Net Debt

(R\$ Billion)

	3Q24	3Q25	Variation
Gross Debt	16.4	15.9	-0.5
Adjusted Cash	2.5	2.5	-
<i>Gross Cash</i>	4.0	4.5	0.5
<i>Discounted Receivables</i>	-1.5	-2.0	-0.5
Net Debt⁽¹⁾	13.9	13.4	-0.5

4Q25E

Unscaled chart



EBITDA⁽³⁾ 2.8 3.2 3.9 4.4

+57%

Net Debt + Discounted Receivables⁽¹⁾ /
Adjusted EBITDA Pre-IFRS16

Net Debt + Discounted Receivables⁽¹⁾

⁽¹⁾ Net Debt + Discounted Receivables (R\$ 2.0 billion as of 09/30/2025 and R\$ 1.5 billion as of 09/30/2024). Between 4Q21 and 4Q24, the Net Debt + Discounted Receivables indicator included the outstanding balance related to the acquisition of hypermarkets. The payment for the hypermarket acquisition was completed in 1Q24.

⁽²⁾ Contractual Ratios: [Gross Debt (-) Cash (-) Accounts receivable with 1.5% discount] / [Gross Profit (+) Logistics Depreciation (-) SG&A]

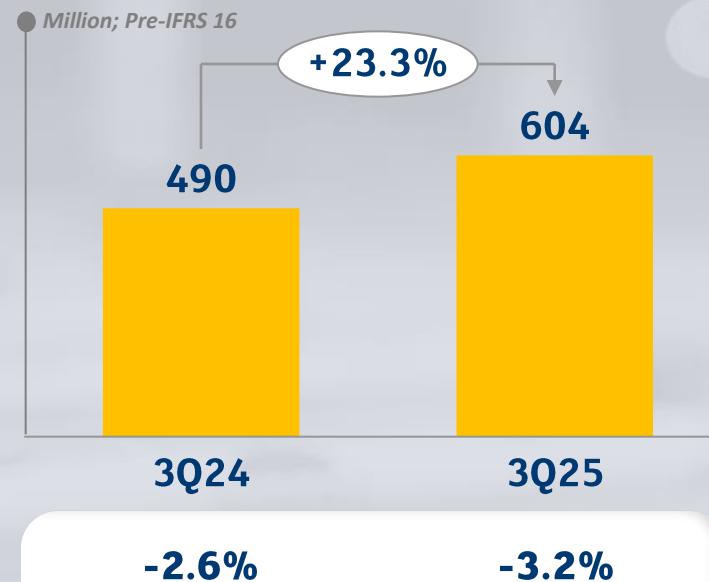
⁽³⁾ Adjusted for the result of other operating revenues and expenses and excluding equity Income for the last 12 months

RESILIENT PROFIT EVEN IN A HIGH INTEREST RATE ENVIRONMENT

Store maturation and strict expense control reduce the impact of high interest rates

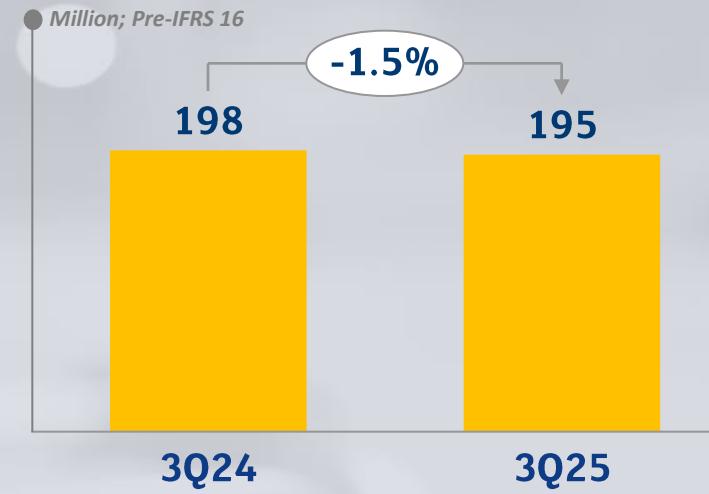


FINANCIAL RESULT



Financial Result ⁽¹⁾

NET INCOME



Net Margin ⁽¹⁾

- High interest rates
 - Higher yield on financial investment
 - Increase in the debt burden line

- Operational efficiency and expense control even with rising interest rates

CONTINUED OPTIMIZATION OF THE DEBT PROFILE

Extension of maturity and reduction of average cost

OPERATIONS

2024

R\$ 6.6 billion in new fundraising
R\$ 3.6 billion prepayment of debts
due in 2025 and 2026

2Q25

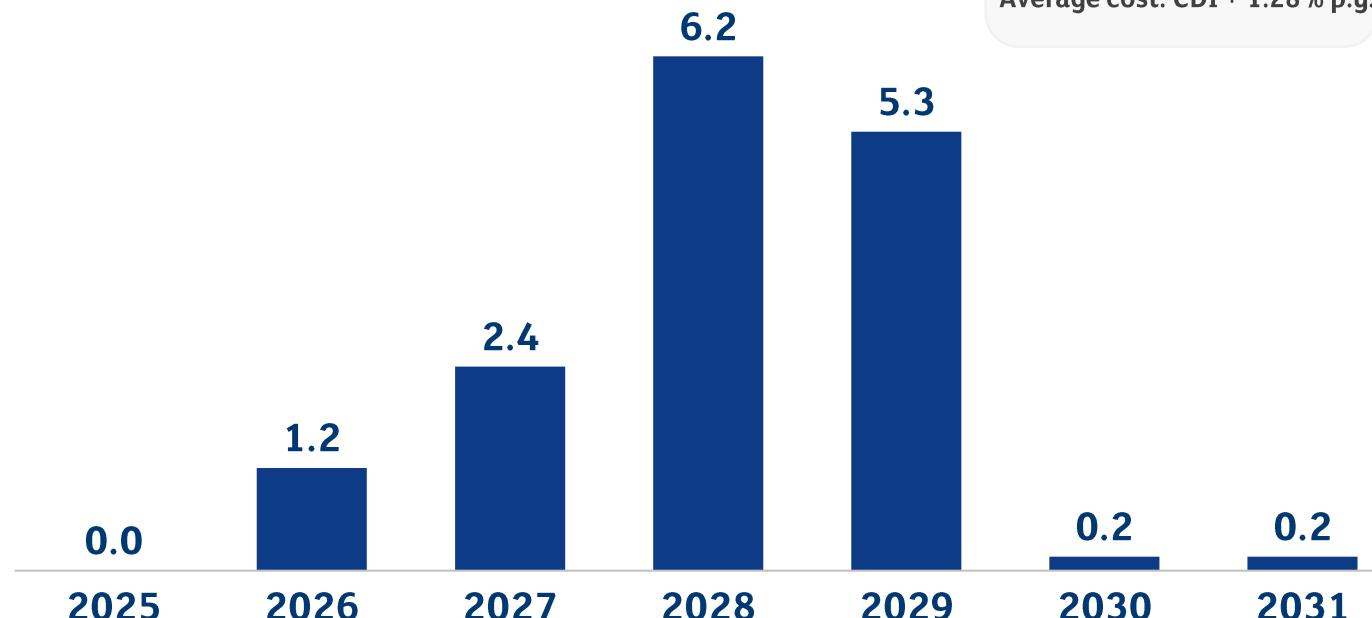
13th Debenture Issuance
R\$ 1.5 billion, CDI + 1.20%
Prepayment of R\$2 billion (CDI+1.75%)
due in 2026 and 2027

3Q25

CPR loan in BRL
R\$ 450M, CDI + 0.95%
Prepayment of R\$ 500M (CDI+0.93%)
due in 2025

PAYMENT FLOW

(R\$ Billion)



Average term: 38 months
Average cost: CDI + 1.28% p.y.

Only principal amount

Efficient operations

- **Definition of a target** to achieve **zero landfill in all operations by 2035**, as part of our climate change strategy:
- **Reuse of 45.5% of the waste produced** by the Company (+2.7 p.p. vs. 3Q24), as a result of:
 - **Increase in tons sent for composting** (+143.42% vs. 3Q24)
 - **Increase in stores participating in the “Destino Certo” Program** (294 stores, +11.36% vs. 3Q24)

Ethical and transparent management

- Recognition in the ESG Integrity Yearbook: **1st** place in food retail, **3rd** in overall retail trade, and **43rd** in the general ranking

People and community development

- **45.7% Black people in leadership positions** (+2.6 p.p.)
- **25.3% Women in leadership positions** (+0.2 p.p.)
- **+1,145 Migrant and refugee employees**
 - Support for the “Run Against Hunger” with 3 tons of food donated
 - +70 employees' volunteers in social actions in Brasília, São Paulo, and Belém
- **Assaí Academy 8th edition of the award**
 - 2,100 food entrepreneurs received financial support and technical training



InfoMoney:

The most valuable food retail brand in Brazil, valued at R\$ 12.2 billion, occupying 1st place in the ranking.

Ibevar-FIA:

Ranked 1st among the most admired by consumers and highlighted among the most efficient retailers in its operation.

Folha Top of Mind:

4th consecutive year as the most remembered brand in the supermarket and wholesale sectors.

Latin America Executive Team – Extel:

3rd most awarded company, with recognition as Most Honored Company Overall.

Veja Negócios:

Ranked 1st in retail by net revenue in 2024.

Companies that Communicate Best with Journalists:

3rd consecutive year of outstanding performance in the wholesale sector.

Idiversa B3:

3rd consecutive year in the diversity and leadership index.



Leadership in the Sector

Largest and most present
Brazilian company in the food
retail sector



Most valuable brand in
the sector in the country:
R\$ 12 billion



~40M customers per
month



+60% penetration in
households in Greater
São Paulo



Avenues of Growth

World Health



MARCA
PROPRIA

Private Label



Financial Services



Digital





Q&A

Para fazer perguntas, clique no ícone Q&A na parte inferior da tela.

*Escreva seu **NOME**, **EMPRESA** e **IDIOMA** da pergunta a ser feita.*

Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela e, então, você deve ativar o seu microfone para fazer perguntas.

Orientamos que as perguntas sejam feitas todas de uma única vez.

To ask questions, please click on the Q&A icon on the bottom of the screen

*Write your **NAME**, **COMPANY** and **LANGUAGE** of the question.*

If announced, a request to activate your microphone will show up on your screen, then, you should enable your audio to ask your question.

We kindly ask you to make all questions at once.





THANK YOU

Investor Relations Team | ri.assai@assai.com.br / ri.assai.com.br