

M. Dias Branco

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

ABRIL 2024

ri@mdiasbranco.com.br

ri.mdiasbranco.com.br

youtube.com/rimdias

LÍDER DE MERCADO

MDIA B3 LISTED NM

2006 IPO



2003 Primeira aquisição



1980 Nova sede



1951 Padaria em Fortaleza

SIMPLICIDADE
ATITUDE
COLABORAÇÃO
RESPEITO
EXCELÊNCIA

M. Dias Branco

COMPANHIA BRASILEIRA

+ 16.000 COLABORADORES

Great Place To Work. Certificada Mar/2023 - Mar/2024 BRASIL

93% PENETRAÇÃO NOS LARES

55% DA RECEITA PROVENIENTE DAS MARCAS ADQUIRIDAS

17 UNIDADES INDUSTRIAIS

27 CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

+ 300K PONTOS DE VENDA

+ 3,2K CIDADES NO BRASIL

+ 20 MARCAS

Biscoitos, Massas, Farinha de Trigo, Snacks, Margarina

ALGUMAS COM VENDAS ANUAIS ACIMA DE

R$ 1 BILHÃO

piraquê · VITARELLA · Richester · ff FORTALEZA

R$ 10,8
RECEITA LÍQUIDA (R$ bilhões)
2023

15,7%
Mg. EBITDA

0,5x
ALAVANCAGEM

Média histórica de 2006 a 2023

AAA
RATING

Fitch Ratings

Perspectiva estável pela Fitch Ratings

ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO COM RENTABILIDADE

1 NEGÓCIO ATUAL — DEFESA / ATAQUE

2 OUTRAS CATEGORIAS

3 INTERNACIONAL

PROGRAMA DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA

MDIA B3 LISTED NM

IBRA B3 · IBRX100 B3 · ICO2 B3 · ICON B3 · IGC-NM B3 · IDIVERSA B3
IGCT B3 · INDX B3 · ISE B3 · ITAG B3 · SMLL B3 · IGC B3 · IGPTW B3

MSCI ESG RATINGS AA — CCC B BB BBB A AA AAA

CDP A — DRIVING SUSTAINABLE ECONOMIES

TRANSFORMAÇÃO EM CURSO

Equipe de gestão com experiências interna e externas

MAIOR INVESTIMENTO EM MARKETING | 2% RL



FOLHA TOP of MIND ADRIA 2023

Cannes Lions 2023

piraquê

FORTALECIMENTO DE MARCA

piraquê

	2021	2023
Conhecimento	90	96
Consideração	59	73
Compra últ. 3 meses	42	58
Preferência	9	13

NOVAS CATEGORIAS | INOVAÇÃO

SNACKS



SAUDABILIDADE



LANÇAMENTOS



26% → 21%

SG&A %RL (2019) → SG&A %RL (2023)

REDESENHO ORGANIZACIONAL

MULTIPLIQUE PERFORMANCE

Local Green Bond

76% DA DÍVIDA NO LONGO PRAZO (2023)

CICLO FINANCEIRO

112 DIAS (2019) → 67 DIAS (2023)

NÍVEIS DE SERVIÇO

	CFR (Case fill rate)	OTIF (On time in full)
2021	84%	40%
2023	92%	76%

LOJA PERFEITA para 70% do Faturamento

Descontinuamos **300 SKUs** em 2020 e 2021

Novos canais **E-COMMERCE DISTRIBUIDORES**

Implantação de time de ***Revenue Management***

NOVO ERP **SAP - JAN/24**

INDÚSTRIA 4.0

STRATEGIC SOURCING

POLÍTICA DE HEDGE

65% da energia renovável (2023) e meta 2030 de 90% (Parceria com a OMEGA)

Total Shareholder Return como incentivo de longo prazo para time executivo

M. Dias Branco
GOVERNANÇA

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO FORMADO POR 7 MEMBROS

43% INDEPENDENTES

43% MULHERES

NOVO MERCADO DESDE 2006, COM AÇÕES 100% ORDINÁRIAS E TAG ALONG

MDIA

B3 LISTED NM

TIME DE GESTÃO QUE COMBINA EXPERIÊNCIA INTERNA E DE MERCADO

biosev – A Louis Dreyfus Group company

JBS

PEPSICO

SOUZA CRUZ

SOLAR BR Coca-Cola

KIBON

COMITÊS COM O OBJETIVO DE ASSESSORAR O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

- Comitê de Auditoria
- Comitê de Gente e Gestão
- Comitê de ESG

ÁREAS DE SUPORTE

- Auditoria Interna
- Auditoria Externa
- Riscos
- *Compliance*

FÓRUNS DE GOVERNANÇA QUE DÃO SUPORTE PARA AS TOMADAS DE DECISÃO

- Executivo
- Ética
- Saúde e Segurança do Trab.
- Sustentabilidade
- Gestão de Imagem

POSIÇÃO RELEVANTE NOS MERCADOS EM QUE ATUAMOS











M. Dias Branco

MAIS DE 20 MARCAS EM DIVERSAS FAIXAS DE PREÇO E OCASIÕES DE CONSUMO

MARCAS PREMIUM E NOVAS TENDÊNCIAS

FRONTERA

Jasmine

FIT FOOD

piraquê

T&C

smart

MAINSTREAM

ADRIA

VITARELLA

FORTALEZA

isabela

Richester

finna

Amorosa

Medalha de Ouro

ALIMENTOS Las Acacias

Adorita

SALSITOS

MARCAS DE ENTRADA

Estrela

Puro Sabor

Predilleto Vem do Coração

PILAR

Bonsabor

Pelaggio

MARCAS COM FATURAMENTO ANUAL ACIMA DE R$ 1 BILHÃO E R$ 500 MILHÕES

ACIMA DE
R$ 1 BILHÃO

piraquê

VITARELLA

FORTALEZA

Richester

ACIMA DE
R$ 500 MILHÕES

ADRIA

PILAR

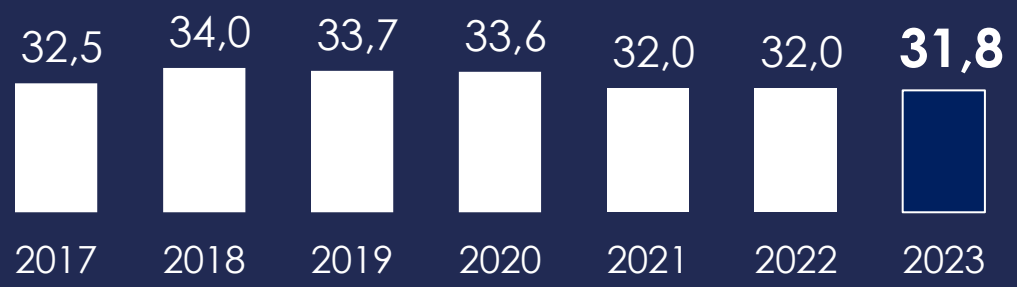
Medalha de Ouro

isabela

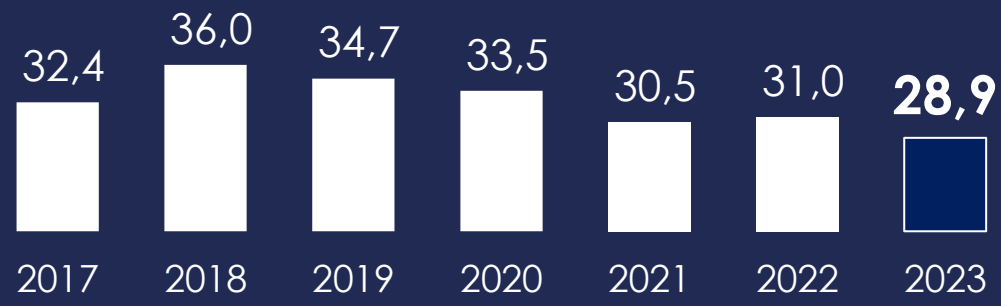
finna

1 NO MERCADO DE BISCOITOS E MASSAS (MARKET SHARE BRASIL - NIELSEN)

BISCOITOS



MASSAS



M. DIAS BRANCO x COMPETIDORES

M. Dias Branco	5 principais competidores	Outros
31,8	31,3	36,9

M. DIAS BRANCO x COMPETIDORES

M. Dias Branco	5 principais competidores	Outros
28,9	39,7	31,4

RECEITA POR REGIÃO 2023



DEFESA
Norte e Nordeste

MIX RECEITA LÍQUIDA
64%




Share Volume:	**51%**	**52%**

ATAQUE
Sul, Sudeste e Centro-Oeste

MIX RECEITA LÍQUIDA
34%




Share Volume:	**22%**	**18%**

EXPORTAÇÃO
2%

CONTAMOS COM UMA BASE DIVERSIFICADA DE CANAIS DE VENDAS

RECEITA POR CANAL DE VENDAS	2022	2023
VAREJO	19%	18%
ATACADO	18%	17%
KEY ACCOUNTS / REDE REGIONAL	23%	22%
CASH & CARRY	23%	24%
DISTRIBUIDORES	11%	13%
INDÚSTRIA	3%	3%
OUTROS	3%	3%



PRESENÇA EM TODO O BRASIL COM FORTE DISTRIBUIÇÃO E INFRAESTRUTURA



+3.240

CIDADES DO BRASIL



+300K

PONTOS DE VENDA

100k DIRETOS



27

CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO



17

UNIDADES INDUSTRIAIS



AS AQUISIÇÕES ALAVANCARAM O NOSSO CRESCIMENTO E AUMENTARAM O NOSSO PORTFÓLIO DE PRODUTOS



55%

DAS RECEITAS SÃO PROVENIENTE DAS MARCAS ADQUIRIDAS

HISTÓRICO FORTE DE CRESCIMENTO

Receita Líquida CAGR 11%

2015 – 2023



	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
EBITDA (R$ MM)	687	919	966	933	772	974	684	900	1.434
Mg. EBITDA	15%	17%	18%	15%	13%	13%	9%	9%	13%

CRESCIMENTO COM RENTABILIDADE

NEGÓCIO ATUAL

1



OUTRAS CATEGORIAS

2

INTERNACIONAL

3

PROGRAMA DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA

NEGÓCIO ATUAL

1 DEFESA

ATAQUE

OUTRAS CATEGORIAS

2

INTERNACIONAL

3

PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA

Em biscoitos, passamos a atuar também na faixa de preços de itens com maior valor agregado

2017

Receita Líquida

R$ 2,9 bi

Índice de Preço* Acima de **120**

0%

38%

Índice de Preço Abaixo de **80**

62%



2023

Receita Líquida

R$ 5,6 bi

26%

Índice de Preço Acima de **120**

53%

Índice de Preço Abaixo de **80**

21%



piraquê FIT FOOD Jasmine

Fonte: Nielsen

NEGÓCIO ATUAL

1 DEFESA

ATAQUE

OUTRAS CATEGORIAS

2

INTERNACIONAL

3

PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA

Aumento do preço médio ao longo dos anos, com contribuição dos lançamentos de itens com maior valor agregado e precificação inteligente



NEGÓCIO ATUAL

1 DEFESA

ATAQUE

OUTRAS CATEGORIAS

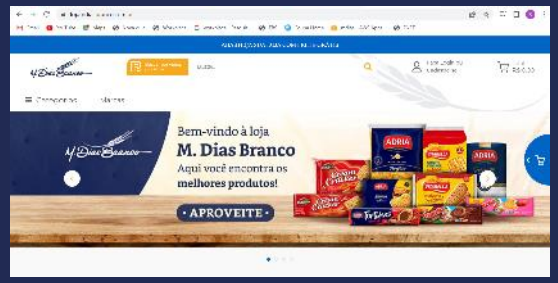
2

INTERNACIONAL

3

PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA

- **Diversificar canais de atuação**
  - Distribuidores, 12,5% da receita em 2023 vs. 11,3% em 2022
  - E-commerce, início em 2020 e atuação nas principais plataformas



- **Aprimorar a execução no ponto de venda**
  - Loja perfeita: foco em sortimento, gôndola, merchandising e preço





- **Fortalecimento das marcas prioritárias**

piraquê VITARELLA ADRIA

NEGÓCIO ATUAL

1 DEFESA

ATAQUE

OUTRAS CATEGORIAS

2

INTERNACIONAL

3

PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA

SAUDABILIDADE





SNACKS







MOLHOS E TEMPEROS





NEGÓCIO ATUAL

1 DEFESA

ATAQUE

OUTRAS CATEGORIAS

2

INTERNACIONAL

3

PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA

- **Receita Líquida de R$ 18MM em 2015 e R$ 184MM em 2023**
- **Vendas para 44 países em 2023**
- **Produtos específicos para exportação, como a margarina shelf stable**
- **Aquisição da Las Acacias no Uruguai**











- **R$ 560 MM de redução de despesas entre 2020 e 2021 (Projeto Multiplique)**
  - SG&A de 25,7% em 2019, 21,0% em 2021, 20,1% em 2022 e 20,5% em 2023
- **Implantação do SAP no início de 2024**
- **Melhora do nível de serviço (OTIF); 76% em 2023 e meta 80% em 2024**
- **Melhora do Capital de Giro, maior prazo médio de fornecedores**
  - 13 dias em 2019 para 56 dias no 4T23
- **Alongamento da Dívida**
  - 38% no longo prazo em 2019 e 76% no longo prazo em 2023
  - Política de Hedge

ESG



2019

RATING: BBB

2° ANO CONSECUTIVO com rating AA

2020

4° ANO CONSECUTIVO no portfólio

2020

SCORE: D

Evolução em ações que reduzam emissão de CO2

2021

2022

Compromisso de 40% de mulheres em cargos de liderança

2023 NEW

2023 NEW

Great Place to Work

MUDANÇAS TRIBUTÁRIAS

MP 1.185/23 LEI 14.789/23	JSCP	ICMS	REFORMA TRIBUTÁRIA
Taxação de Subsídios **PIS/COFINS (9,25%)** **IR/CSLL (34%)**	Quantidade máxima a ser distribuída como JSCP As reservas de incentivo fiscal devem ser excluídas para fins de cálculo da distribuição	Aumento na alíquota de ICMS para minimizer a perda de receitas com a reforma tributária	Extinção de cinco impostos (IPI, PIS, COFINS, ICMS e ISS) e criação de três novos: **CBS** (Contribuição em Bens e Serviços), **IBS** (Imposto em Bens e Serviços) e **IS** (Imposto seletivo)
IMPACTO – 9M23 **R$ 50MM a R$ 70MM** NO LUCRO LÍQUIDO	**Sem impacto relevante**	Aumento de aproximadamente **2%** na alíquota de ICMS	**Eventuais impactos serão calculados com base na publicação de Lei Complementar**

SITUAÇÃO ATÍPICA NA DINÂMICA DAS COMMODITIES E DO CÂMBIO EM 2020 E 2021, COM AUMENTO DOS PREÇOS EM US$ E DESVALORIZAÇÃO DO REAL, PROVOCANDO REDUÇÃO DAS NOSSAS MARGENS

Bom para o resultado

Ruim para o resultado

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
VAR. DÓLAR (PTAX Venda)	-11%	-10%	-6%	9%	-12%	-5%	17%	10%	9%	42%	5%	-8%	14%	8%	31%	5%	-4%	-3%
VAR. TRIGO (US$)	26%	58%	25%	-33%	10%	22%	6%	-9%	-14%	-14%	-14%	0%	14%	0%	11%	28%	28%	-28%
VAR. ÓLEO (US$)	13%	73%	20%	-25%	33%	25%	-13%	-19%	-3%	-24%	14%	1%	-14%	-6%	28%	61%	9%	-29%
Mg. EBITDA	19%	18%	17%	20%	19%	17%	18%	16%	17%	15%	17%	18%	15%	13%	13%	9%	9%	13%

Fonte: Bloomberg (Dollar - Ptax, Wheat - W 1 Comdty and Oil - KO1 Comdty).

M. Dias Branco

Back-up

M. Dias Branco

Marketing & Comercial



FUNDAMENTOS PARA SEGUIR CRESCENDO

Sermos cada vez mais relevantes PARA TODOS em TODOS OS LUGARES

1

Proteger o Core, Escala e Market Share

Reduções de peso e precificação inteligente

Novos formatos de embalagem: promopacks

Fortalecimento das Marcas Prioritárias

Simplificação de Portfólio

2

Crescer com Maior Valor Agregado

Crescer **itens estratégicos** e **desenvolver novas categorias**

Inovações com maior diferenciação

Expansão nacional de Piraquê, Latinex e Jasmine

3

Diversificar Canais de Atuação

Fortalecer Canais estratégicos

(Distribuidores, Food Service, E-commerce)

Presença mais relevante no mercado com modelo de *go-to-market*

4

Aprimorar a Execução Comercial no Ponto de Venda

Consolidar o projeto da **Loja Perfeita** e novo modelo de go-to-market

Aprimoramento de **Precificação e Promoções Inteligentes**

5

Internacionalização

Consolidar integração Las Acacias

Seguir avançando com exportações

Capacitação e Estrutura

1 PROTEGER O CORE, ESCALA E MARKET SHARE

Redução de peso



BISCOITOS

Cream Cracker & Mamai

400g → **350g**



MASSA

500g → **400g**

Novas estratégias de embalagem e marca

PROMOPACKS

Ideias para proteger o Share no canal Cash & Carry



ESTRATÉGIAS DE MARCAS

Reintrodução de marcas de baixo preço no canal Cash & Carry

Marcas prioritárias

Foco em 6 marcas prioritárias para gerar engajamento e otimização de investimentos

piraquê

VITARELLA

ADRIA

isabela

Richester

FORTALEZA

Simplificação de portfólio

REDUÇÃO NUMERO DE SKUs

300

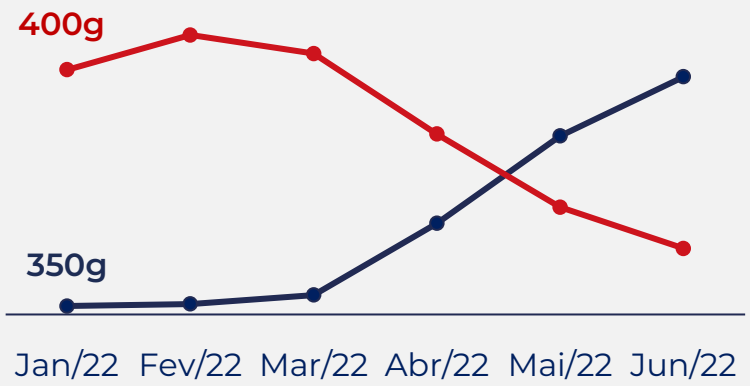
SKUs excluídos (2021-2022)

1 PROTEGER O CORE, ESCALA E MARKET SHARE

BISCOITOS

Cream Cracker

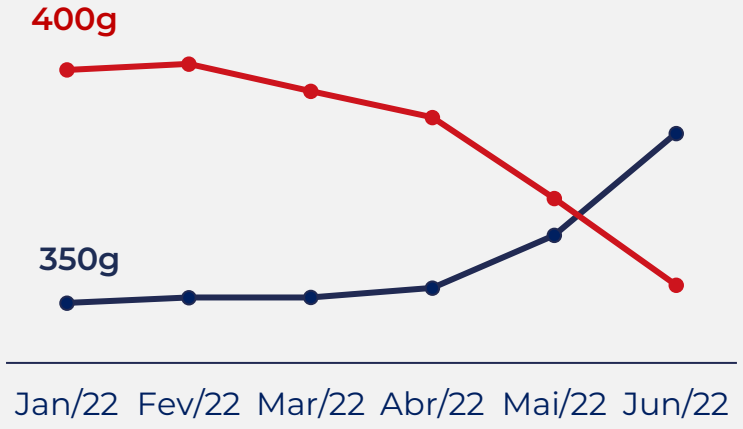
(Unid.)



BISCOITOS

Maria & Maizena

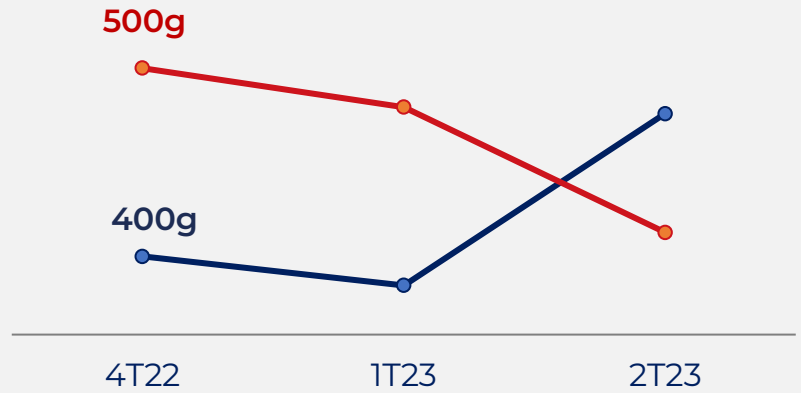
(Unid.)



MASSAS

Massa Comum

(Volume)



2 INOVAÇÕES COM MAIOR VALOR AGREGADO, DIFERENCIAÇÃO E MAIOR POTENCIAL

Desenvolver novas categorias



28,7 R$/Kg

Biscoitos cobertos com chocolate



28,6 R$/Kg

Inovações com maiores diferenciações

Snacks sem glúten de tapioca



63,2 R$/Kg

Snacks de batata assados



41,9 R$/Kg

Expansão nacional de Piraquê, Latinex e Jasmine







3 DIVERSIFICAR CANAIS DE ATUAÇÃO

Presença mais relevante no mercado com um modelo *go-to-market*

DISTRIBUIDORES

MIX RECEITA LÍQUIDA

12,5%

(2023)

4,5%

(2019)



E-COMMERCE

Início em 2020

Nós operamos em várias plataformas, incluindo nossa própria

- Lojamdiasbranco.combr
  R$ 11,2 milhões em 2023

Crescimento de 49% em 2023 vs. 2022

Piraquê é a maior marca no e-commerce com 25% de participação na categoria de biscoitos



4 APRIMORAR A EXECUÇÃO COMERCIAL NO PONTO DE VENDA

Consolidar o projeto de Loja Perfeita

Estratégia baseada em 4 pilares-chave (4 P's)



Que se desdobra em 5 indicadores

Pilar	Indicador	Nota
Sortimento	Presença Prioritário e Lançamentos	40%
	Famílias estratégicas	
Gondôla	Participação Gôndola	25%
Merchandising	# Pontos extras	25%
Preço	Média de preços	10%

E resulta na Nota da Loja



Loja Nota 10			
0 - 10%	Nota 1	51 - 60%	Nota 6
11 - 20%	Nota 2	61 - 70%	Nota 7
21 - 30%	Nota 3	71 - 80%	Nota 8
31 - 40%	Nota 4	81 - 90%	Nota 9
41 - 50%	Nota 5	91 - 100%	Nota 10

4 APRIMORAR A EXECUÇÃO COMERCIAL NO PONTO DE VENDA

Consolidar o projeto de Loja Perfeita

Desmembrando os Pilares, conseguimos traçar planos de ação e direcionar investimentos

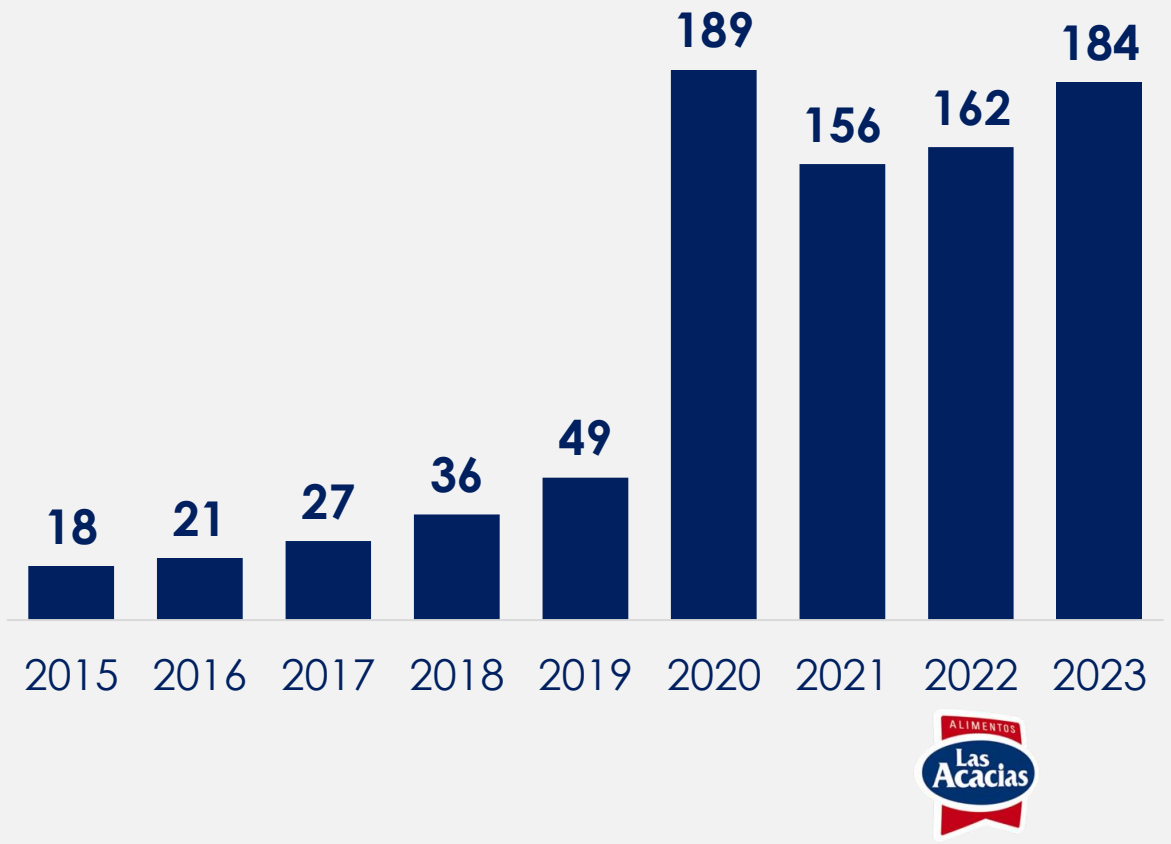
Quanto maior a pontuação, maior o nosso *sell-out*

	LOJA PERFEITA	LOJA COM OPORTUNIDADE
STORE	FRANGOLANDIA- Ceará 1	FRANGOLANDIA- Ceará 2
SIZE	Large	Large
ASSORTMENT (4.0)	3.7	3.7
SHELF (2.5)	2.5	0.7
MERCHAN 2,5	2.5	1.4
PRICE (1.0)	0.1	0.1
NOTE	8.8	5.9
SELL OUT DEC	R$ 155,441	R$ 102,217

	LOJA PERFEITA	LOJA COM OPORTUNIDADE
STORE	BISTEK – COSTEIRA DO Santa Catarina 1	Santa Catarina 2
SIZE	MEDIUM	MEDIUM
ASSORTMENT (4.0)	3.1	3.3
SHELF (2.5)	1.9	0.3
MERCHAN 2,5	0.1	0
PRICE (1.0)	0.3	0.4
NOTE	5.2	3.6
SELL OUT DEC	R$ 56,899	R$ 33,366

5 INTERNACIONALIZAÇÃO

RECEITA LÍQUIDA – Exterior



- Foco em mercados com grande potencial de crescimento
- Produtos adaptados para o mercado de exportação
- Private Label Market



USA



PARAGUAI

Investimentos em Marketing para acelerar as vendas e fortalecer as marcas em 2023



“Isso tem um Quê de Piraquê” e “Família Maltado” com Ludmilla



“Parece igual, mas tem diferença”



“Neologio” com Claude Troisgros

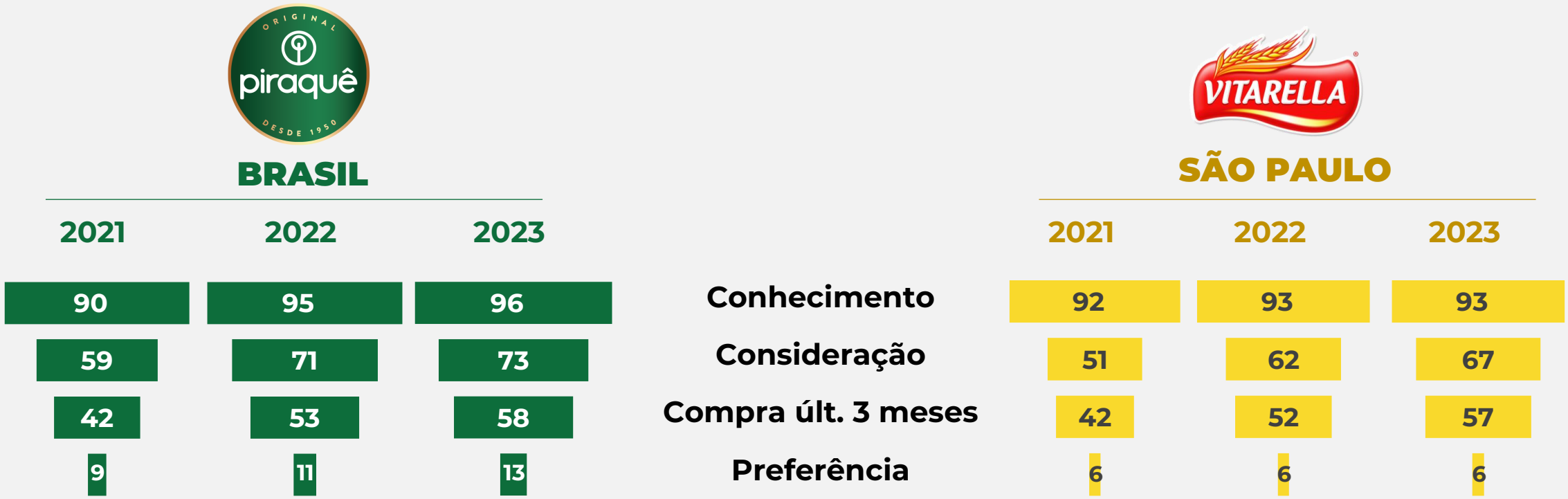


“Espalhe o amor que fortalece”



“Tem Isabela, tem história pra contar”

Os investimentos em marketing contribuíram para aumentar o reconhecimento e a preferência por nossas duas maiores marcas



Fonte: IPSOS.

M. Dias Branco

Operações



GANHOS DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA 2020 E 2021

2020

MULTIPLIQUE PERFORMANCE

Mais de 200 iniciativas para capturar economias estruturais de custos e despesas, em todas as áreas e processos, com apoio de consultoria externa

GANHOS RECORRENTES RECONHECIDOS EM 2020

R$ 184 MM

GANHOS RECORRENTES ANUALIZADOS

R$ 438 MM

2021



REDESENHO ORGANIZACIONAL

GANHOS RECORRENTES RECONHECIDOS

R$ 80 MM



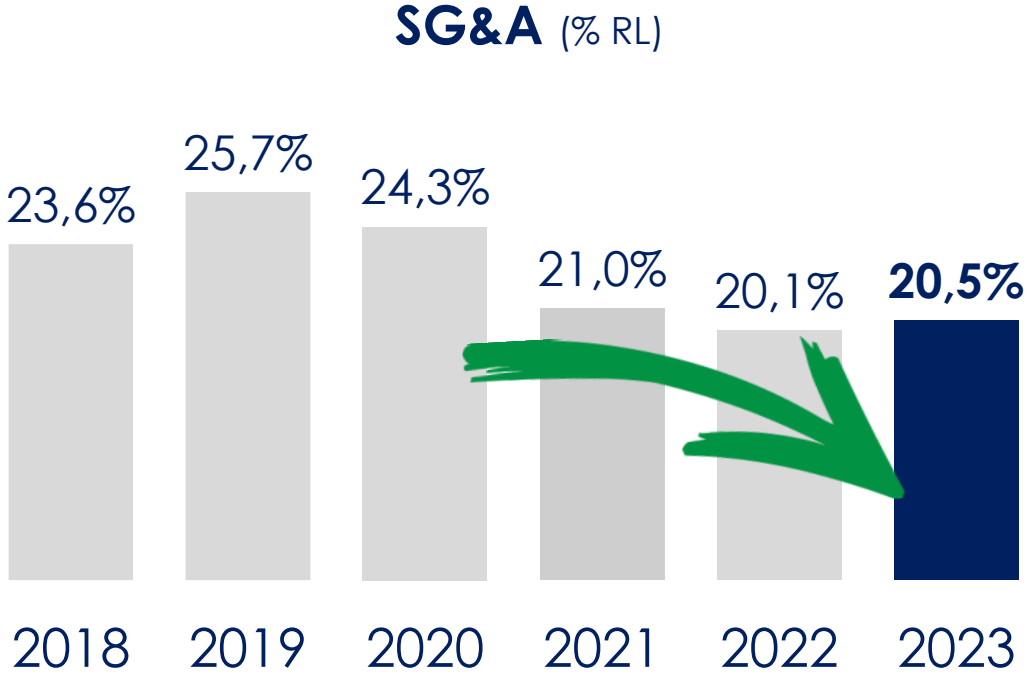
LOGISTIC/PRODUCTION NETWORK DESIGN

GANHOS RECORRENTES RECONHECIDOS

R$ 42 MM

GANHOS DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA 2020 E 2021

MULTIPLIQUE PERFORMANCE + CORPORATE RESTRUCTURING + NETWORK DESIGN



EXEMPLOS:

COMERCIAL
- ✓ Adequação do nº de promotores de vendas
- ✓ Renegociação de contratos de marketing

LOGÍSTICA E INDÚSTRIA
- ✓ Envio direto da fábrica para os clientes
- ✓ Interrupção temporária das linhas de produção (ou seja, massas da planta Maracanaú da Fábrica Fortaleza)
- ✓ Fechamento de 4 CDs

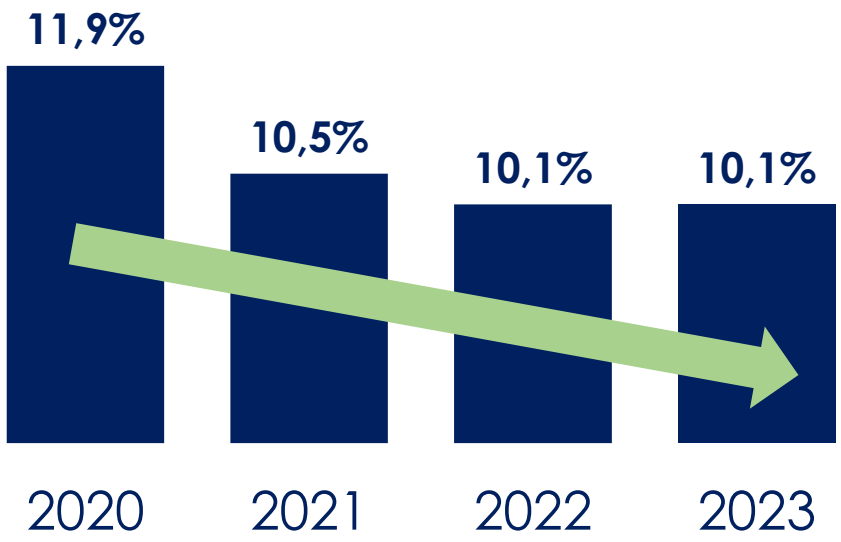
ADMINISTRATIVO
- ✓ Terceirização da folha de pagamento
- ✓ Otimização na contratação de serviços gerais

RESTRUTURAÇÃO CORPORATIVA
- ✓ Menos cargo de Diretor. (Ex: Auditoria Interna e Riscos combinados com Jurídico e Governança e extinção do cargo de Diretor Administrativo)
- ✓ Extinção de um dos três níveis de gestão das fábricas

Eficiência Logística

MULTIPLIQUE PERFORMANCE + CORPORATE RESTRUCTURING + NETWORK DESIGN

Despesas com logística (% RL)





Drivers de Produtividade e Eficiência

Footprint
- ✓ Redução de 4 CDs 21/22
- ✓ Maximização da distribuição direta das fábricas

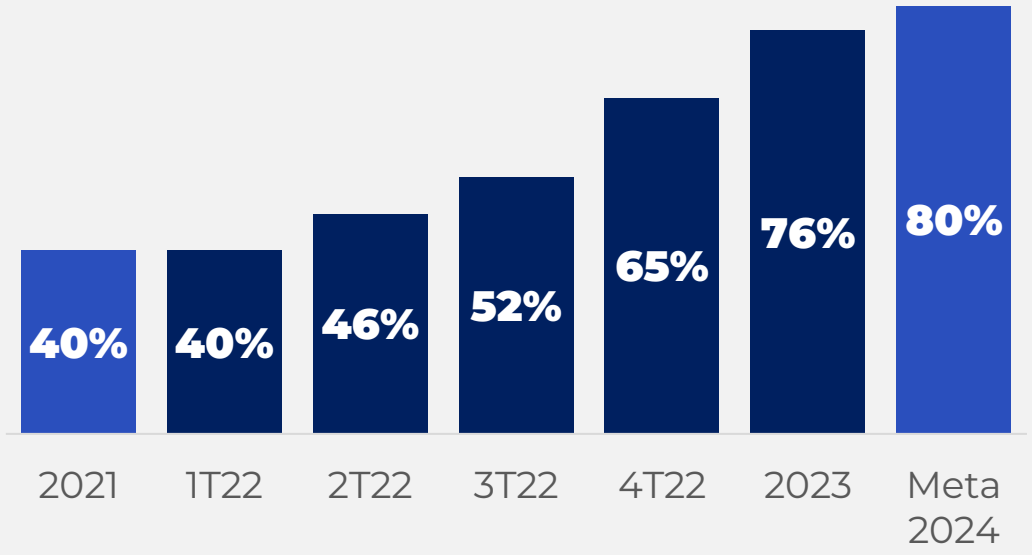
Distribuição
- ✓ Redimensionamento de frota
- ✓ 294 caminhões a menos

Armazenamento
- ✓ Aumento de 12% na produtividade interna dos CDs (Ton/HC) com gestão e uso de tecnologia (WMS)

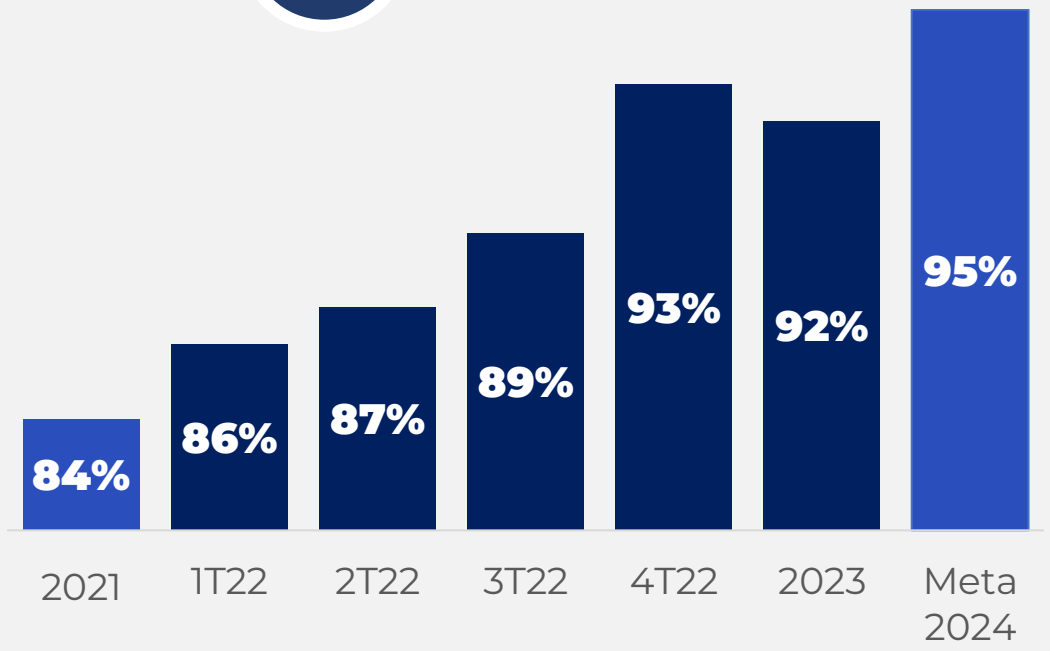
TRANSFORMAÇÃO DO NÍVEL DE SERVIÇO
Service level KPIs

A Melhoria no nível de serviço suporta: (1) Estratégia comercial e (2) Eficiência E2E* da companhia

OTIF
(On time in full)



CFR
(Case fill rate)



SIMPLIFIQUE ALÉM DO ERP

ORACLE E-BUSINESS SUITE

75%
Customizado

80
Sistemas Legados

2020

ORACLE E-BUSINESS SUITE

Desidratado

38
Novas Aplicações

80
Aplicações Legadas

2022

SAP S/4 HANA

8%
Customizado

33
Aplicações Descontinuadas

85
Aplicações

2024

SAP

IMPLEMENTADO EM JAN/24

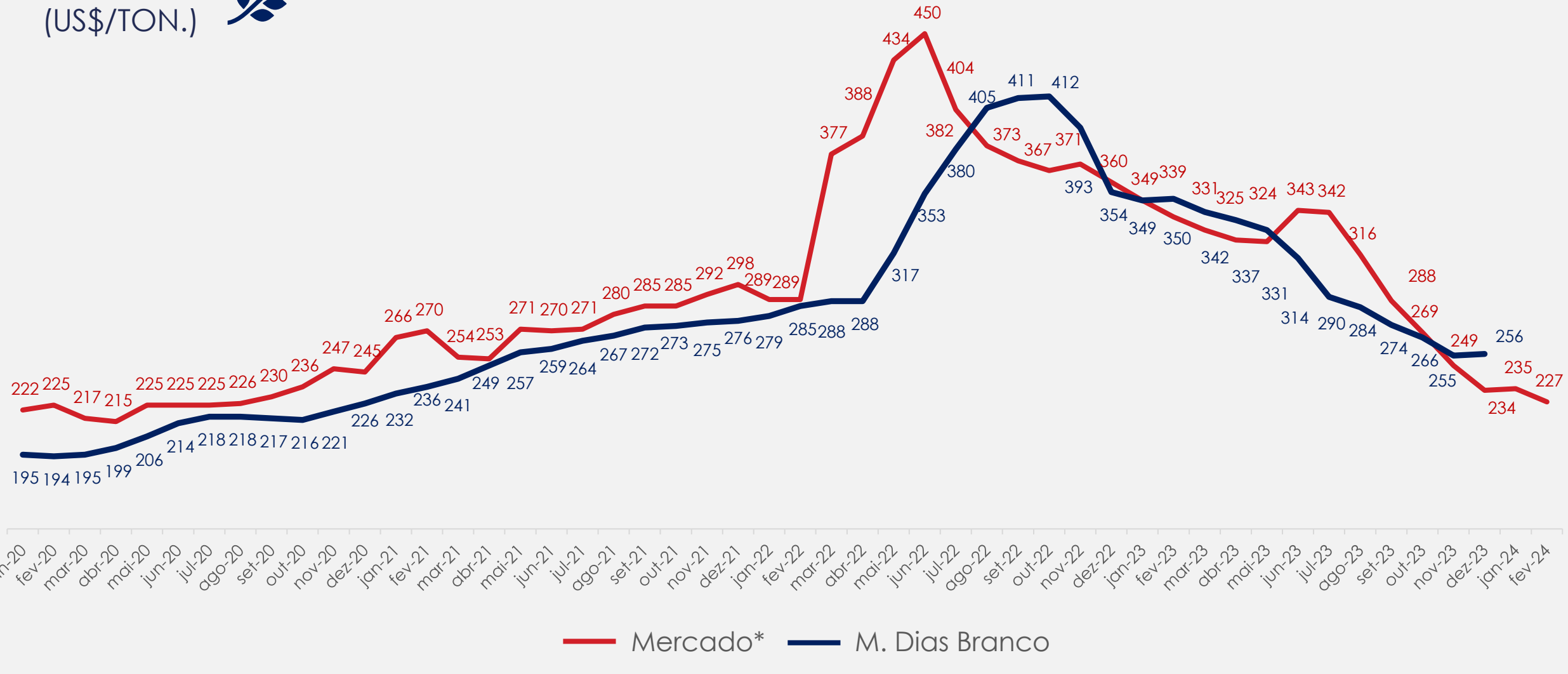
+320
Processos de Negócios mapeados

92%
Nível de aderência da M. Dias ao SAP Standard

simplifique
praticidade · agilidade e interação

8%
Nível de customização mapeado

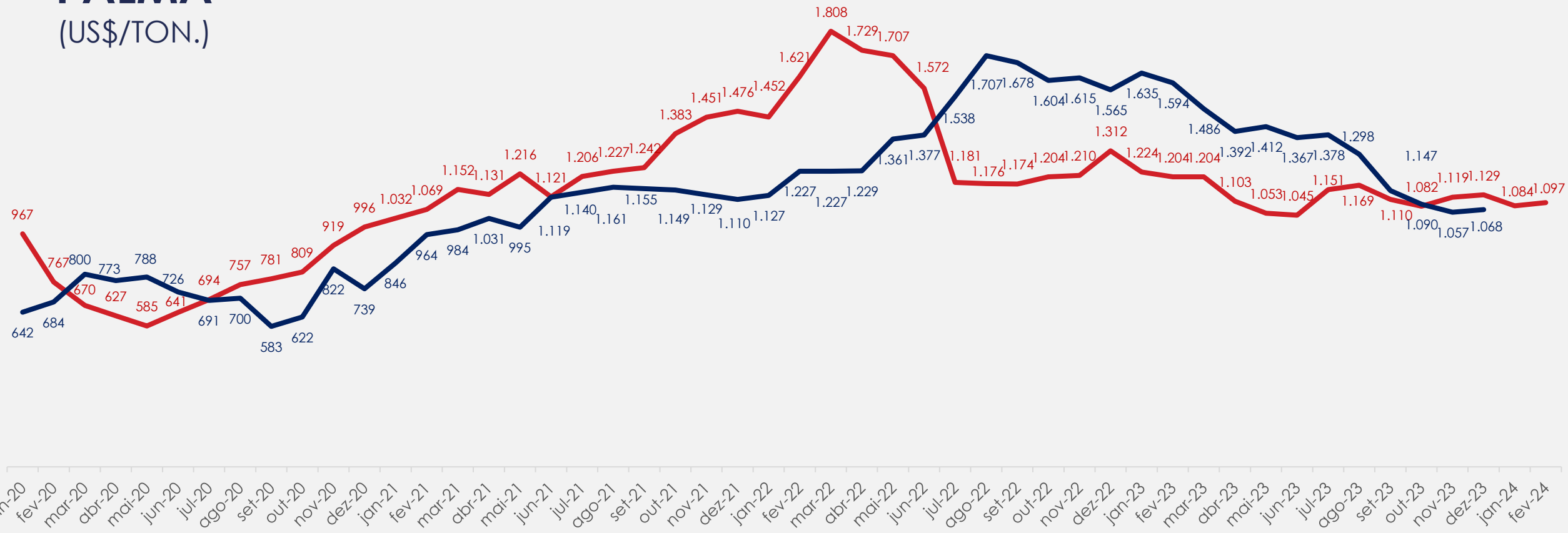
TRIGO
(US$/TON.)



***Fonte:** Trigo - SAFRAS & Mercado.

ÓLEO DE PALMA

(US$/TON.)



Mercado* M. Dias Branco

***Fonte:** Óleo de palma- Rotterdam.

DÓLAR



Dólar médio (PTAX)

Fonte: Bloomberg (Dollar – Ptax)

NOVA POLÍTICA **DE HEDGE** (JUL/20)

Nossa política visa estabelecer regras e diretrizes gerais para proteger e otimizar os resultados contra flutuações nas taxas de câmbio e preços de commodities

MODALIDADE

HEDGE DE CÂMBIO
Proteção de Fluxo de Caixa
(NDF e Opções)

HEDGE DE COMMODITIES
Contratos Futuros

HEDGE DA DÍVIDA
Proteção de Dívida em Moeda Estrangeira
(Contratos de Swap)

1ª EMISSÃO DE CRA DA M. DIAS BRANCO
(LIQUIDAÇÃO EM 24 DE MARÇO DE 2021)

R$ 811,6
(milhões)

TOTAL CAPTADO

R$ 2,3
(bilhões)

DEMANDA TOTAL
2,9x acima do valor inicial

TÍTULO VERDE

Rating Nacional de Longo Prazo 'AAA' (bra)
Perspectiva Estável (Fitch Ratings)

REMUNERAÇÃO

1ª Série
Prazo: 7 anos
Taxa: 3,79% + IPCA

2ª Série
Prazo: 10 anos
Taxa: 4,13% + IPCA

LIBERAÇÃO DE CAPITAL DE GIRO COM MELHORA NO PRAZO MÉDIO DE FORNECEDORES E MENOR CUSTO DOS ESTOQUES EM 2023

Prazo médio em dias

	2019		2020		2021		2022		2023
Fornecedores	13	+12 dias	25	+19 dias	44	+13 dias	57	-1 dia	56
Clientes	56	-9 dias	48	+19 dias	66	-6 dias	60	+1 dia	61
Estoques	68	+15 dias	83	-14 dias	69	+28 dias	97	-35 dias	62

Revisão da Política de Remuneração aos Acionistas

Aumento do *payout*

FREQUÊNCIA

5 Pagamentos por ano

(4 fixos e 1 variável)

VALOR

2023 NOVO — **R$0,06**/ação

2021 / 2022 — **R$0,05**/ação

(para cada pagamento fixo)

PAYOUT*

2023 NOVO — **80%**

2021 / 2022 — **60%**

Até 2020 — **40%**

*percentual do lucro líquido distribuível

M. Dias Branco

Aquisições



LAS ACACIAS

- Adquirida em outubro/2022 por R$ 105 milhões;
- Acelera nossa internacionalização (1 fábrica e 1 centro de distribuição em Montevidéu);
- Está entre as três principais marcas de massas no Uruguai.

INICIATIVAS:

1. Substituição de fornecedores;
2. Inserção dos produtos Las Acacias no portfólio da M. Dias;
3. Avaliar produtos da M. Dias para incorporar ao portfólio Las Acacias.

piraquê FIT FOOD Jasmine smart



JASMINE

- Adquirida em agosto/2022 por R$ 344 milhões;
- Marca referência e líder em market share em granolas e cookies saudáveis;
- Consolida o posicionamento da M. Dias Branco no mercado de saudabilidade.



LATINEX

- Adquirida em março/2021;
- Preço inicial de R$ 180 milhões atingindo até R$ 272 milhões;
- Reforça nossa presença nos segmentos de alimentos saudáveis, temperos, molhos e condimentos.

FIT FOOD

HEALTHY FOODS

FRONTERA

SNACKS

TASTE&CO

ACOMPANHAMENTOS E MOLHOS

smart

SAIS E TEMPEROS

Tyrrells
hand-cooked English crisps

BATATAS CHIPS ARTESANAIS
(LICENÇA DE DISTRIBUIÇÃO)



PIRAQUÊ

- Adquirida em maio/2018 por R$ 1,5 bilhão;
- A marca, de produtos de alto valor agregado, é a segunda maior do nosso portfólio;
- Desde a aquisição, Piraquê cresceu rapidamente em todo o Brasil, melhorando nosso mix e preço médio.

RECEITA LÍQUIDA

TOTAL BRASIL	**R$ 684** Milhões 2017 Pré-aquisição	+75%	**R$ 1,2** Bilhão 2023
REGIÃO DE DEFESA	**R$ 14** Milhões 2017 Pré-aquisição	+12x	**R$ 162** Milhões 2023



ESG

M. Dias Branco





NOSSOS COMPROMISSOS ATÉ 2030

E — Cuidar do planeta (ambiental)

Reduzir o consumo de água para 0,40 m3/t produzida

Utilizar 90% de energia renovável

Reutilizar 30% da água

Adoção de duas marcas de produto com selo Carbono Neutro

Reduzir em 20% as emissões absolutas de Gases de Efeito Estufa (GEE) – Escopo 1 e 2 (%)

Reduzir em 30% a captação de água em áreas de estresse hídrico

Atingir 0% de resíduos enviados para aterros em todas as operações

Atingir 38% de embalagens recuperáveis no pós-consumo

Utilizar 100% de embalagens plásticas sustentáveis

Reduzir o índice de perdas de insumos alimentícios no processo produtivo para 0,94% (equivale a 25%)

Atingir 50% de redução de desperdício de produtos acabados

S — Acreditar nas pessoas (social)

Atingir 150 mil pessoas pelo programa de empreendedorismo e profissionalização

Chegar à marca de 80% de satisfação dos colaboradores medido em pesquisa externa

Ter 40% de mulheres na liderança

10 milhões de pessoas impactadas pelo programa de educação alimentar para a população em geral

Reduzir a taxa de frequência de acidentes com colaboradores da empresa para 0,5

Reduzir a taxa de gravidade de acidentes com colaboradores da empresa para 8%

Liderança no *market share* em 4 categorias com apelo de saudabilidade e nutrição

G — Fortalecer alianças (governança)

Atingir 80% de compra de fornecedores locais

ALIANÇA OMEGA

GERAÇÃO DE ENERGIA EÓLICA

Omega

Investimento de R$ 9 milhões

3 parques eólicos, instalados em Paulino Neves/MA

Capacidade instalada do complexo: 97,2 MW

Total redirecionado para M. Dias Branco: 18 MW (50% da necessidade da Companhia)

Meta de utilização de 90% de energia renovável até 2030

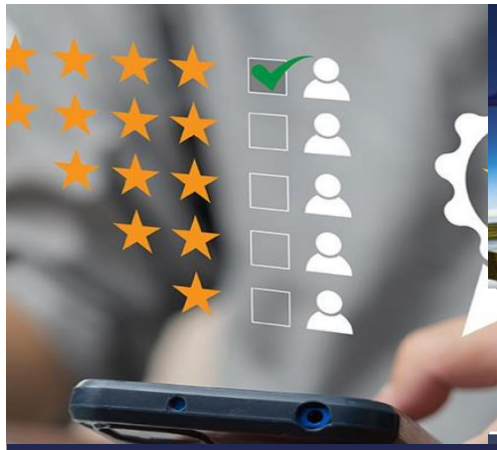
INPACTO

ALIANÇA PARA O FUTURO

O projeto busca o desenvolvimento sustentável da nossa cadeia de suprimentos por meio do selo verde M. Dia Branco.

Lançado em 2023, nosso objetivo é ter 100% dos fornecedores críticos avaliados e monitorados até 2030.

Pilares do Programa



AVALIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO



MAPEAMENTO SOCIOAMBIENTAL



COALIZÕES E CERTIFICAÇÕES EXTERNAS



OUTRAS INICIATIVAS NOS MERCADOS FORNECEDORES

M. Dias Branco

Update 2023



TRANSFORMAÇÃO EM CURSO

Equipe de gestão com experiências interna e externas

MAIOR INVESTIMENTO EM MARKETING | 2% RL



FOLHA TOP of MIND ADRIA 2023

Cannes Lions 2023

piraquê

FORTALECIMENTO DE MARCA

piraquê

	2021	2023
Conhecimento	90	96
Consideração	59	73
Compra últ. 3 meses	42	58
Preferência	9	13

NOVAS CATEGORIAS | INOVAÇÃO

SNACKS



SAUDABILIDADE



LANÇAMENTOS



26% → 21%

SG&A %RL (2019) → SG&A %RL (2023)

REDESENHO ORGANIZACIONAL

MULTIPLIQUE PERFORMANCE

Local Green Bond

76% DA DÍVIDA NO LONGO PRAZO (2023)

CICLO FINANCEIRO

112 DIAS (2019) → 67 DIAS (2023)

NÍVEIS DE SERVIÇO

	CFR (Case fill rate)	OTIF (On time in full)
(2021)	84%	40%
(2023)	92%	76%

LOJA PERFEITA

para 70% do Faturamento

Descontinuamos **300 SKUs** em 2020 e 2021

Novos canais **E-COMMERCE DISTRIBUIDORES**

Implantação de time de ***Revenue Management***

NOVO ERP **SAP - JAN/24**

INDÚSTRIA 4.0

STRATEGIC SOURCING

POLÍTICA DE HEDGE

65% da energia renovável (2023) e meta 2030 de 90%
(Parceria com a OMEGA)

Total Shareholder Return como incentivo de longo prazo para time executivo

Os mercados de biscoitos e massas cresceram em 2023 (sell-out)



BISCOITOS

	4T23 vs. **4T22**	2023 vs. **2022**
Valor Vendido	**+3%**	**+11%**
Volume Vendido	**0%**	**-2%**
Unidades Vendidas	**+2%**	**0%**
Preço Médio (R$/Kg)	**+3%**	**+13%**

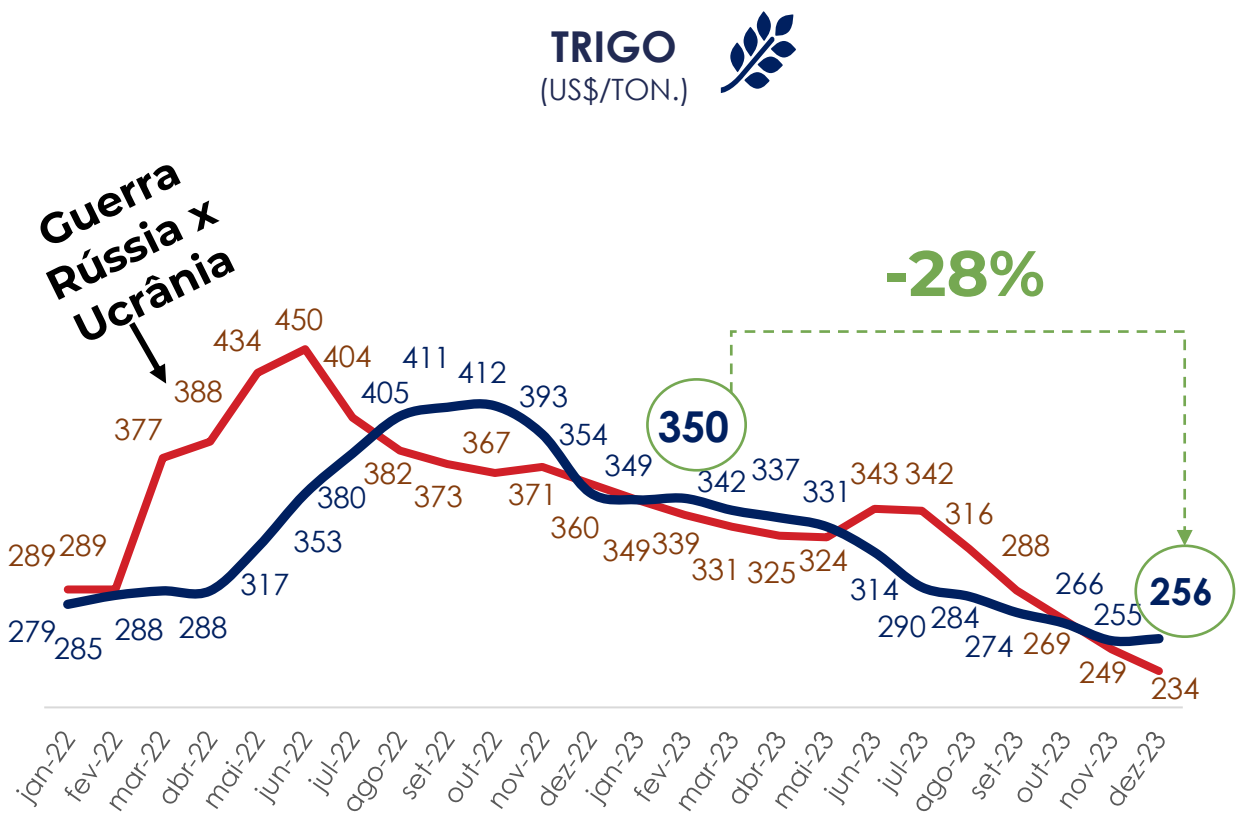


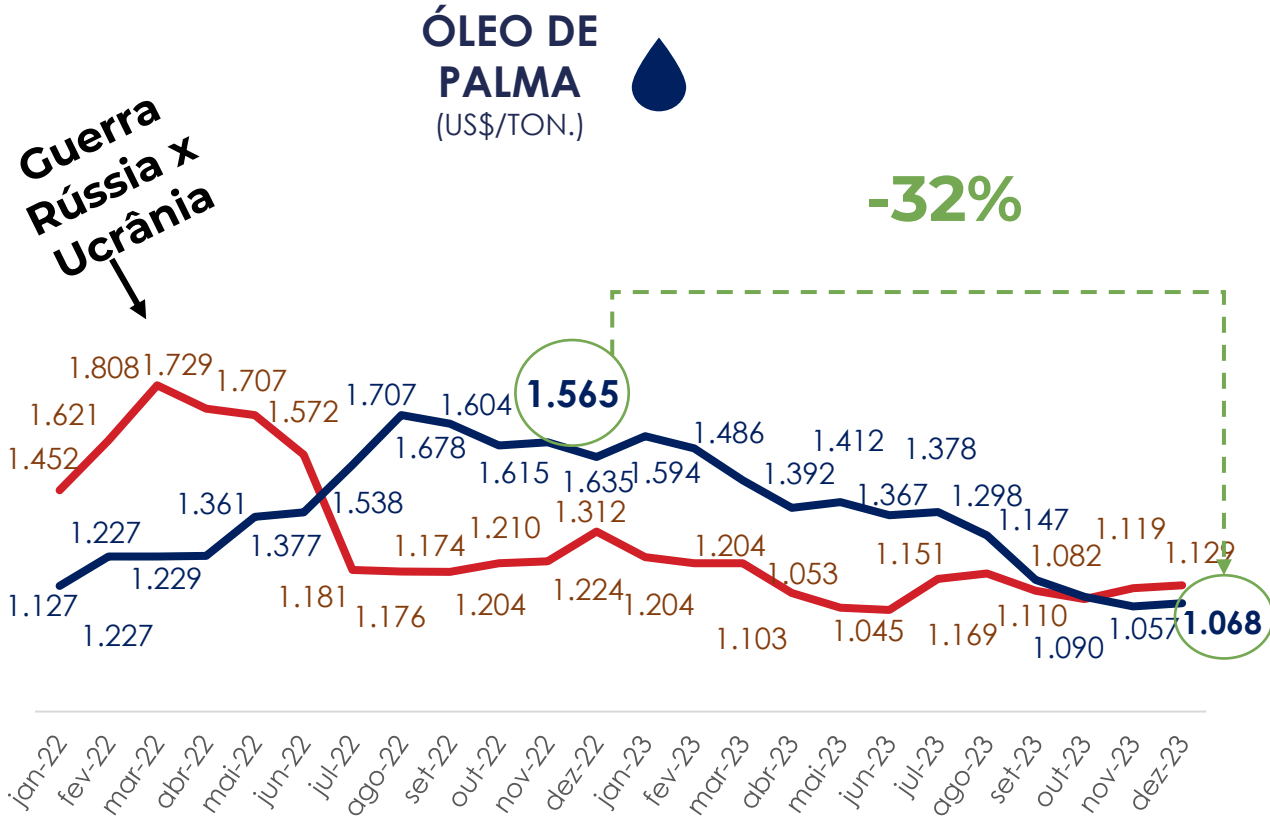
MASSAS

	4T23 vs. **4T22**	2023 vs. **2022**
Valor Vendido	**+5%**	**+13%**
Volume Vendido	**+4%**	**+2%**
Unidades Vendidas	**+7%**	**+4%**
Preço Médio (R$/Kg)	**+1%**	**+11%**

Fonte: Nielsen – Retail Index. Total Brazil. INA+C&C.

Queda dos preços do trigo e óleo de palma em 2023. Terminamos o ano com custos substancialmente abaixo de dez/22

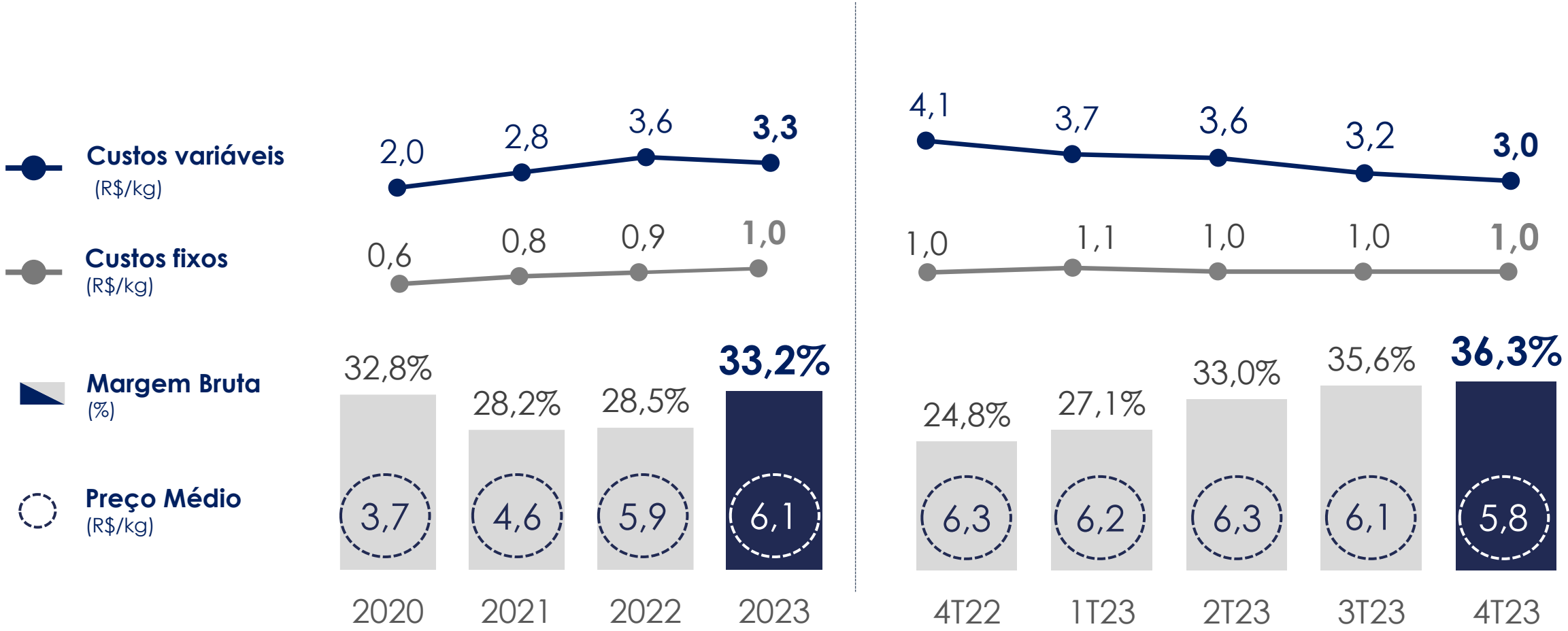




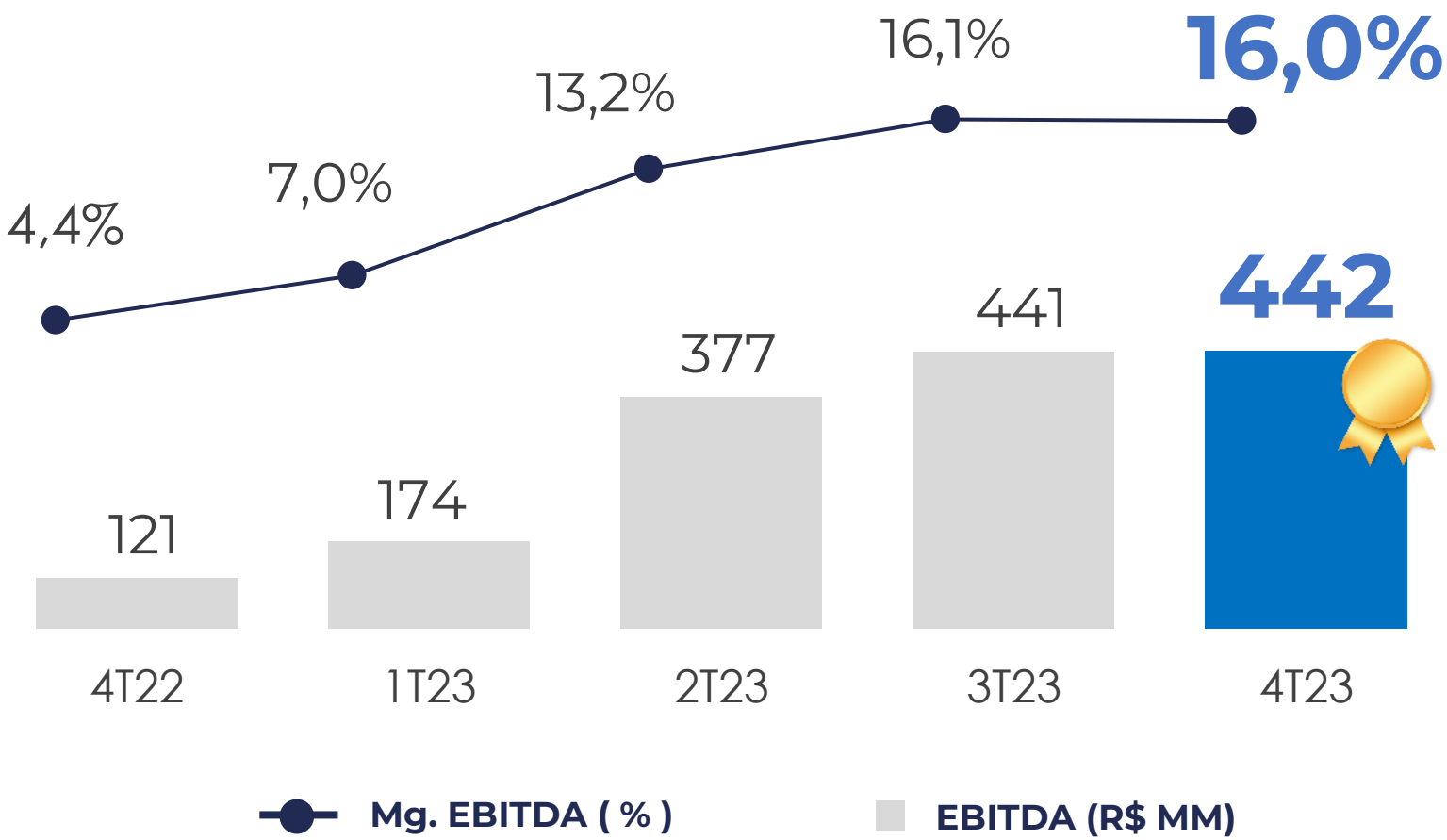
Mercado* M. Dias Branco

***Fonte:** Trigo - SAFRAS & Mercado; Óleo de palma - Rotterdam.

Aumento da margem bruta devido à queda dos preços das *commodities* e maior preço médio no acumulado



Crescimento sequencial do EBITDA, atingindo R$ 442,4 milhões e margem EBITDA de 16,0% no 4T23



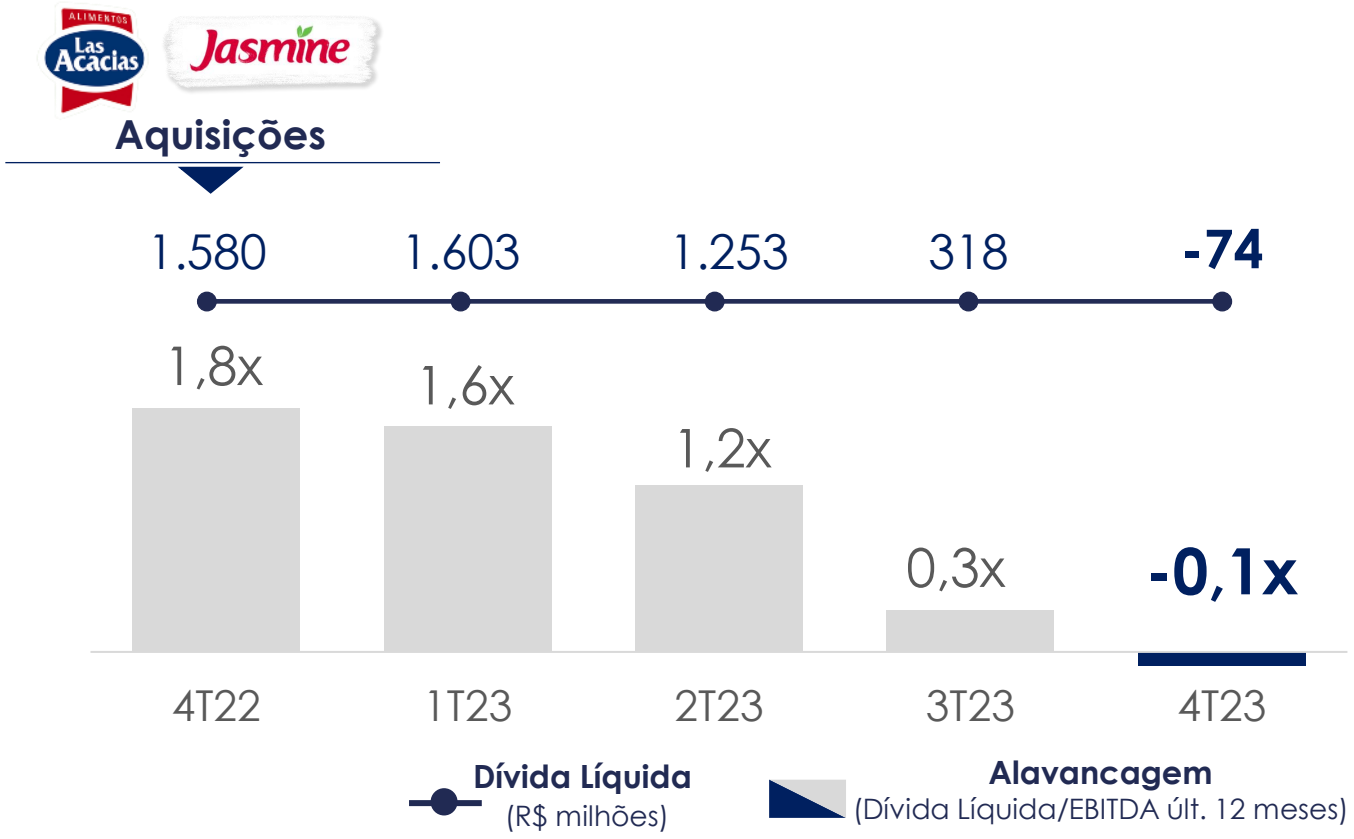
16,7%

Mg. EBITDA

Média 2006 to 2020

Forte geração de caixa em 2023, mantendo o rating AAA e desalavancagem

Alavancagem
(Caixa) Dívida Líquidos / EBITDA (últimos 12 meses)



NATIONAL RATING
FITCH RATINGS
AAA
Stable Outlook
Rating Reaffirmed
6th CONSECUTIVE YEAR

R$ MM	2022	2023
FCFF*	190	1,844
EBITDA	900	1,434

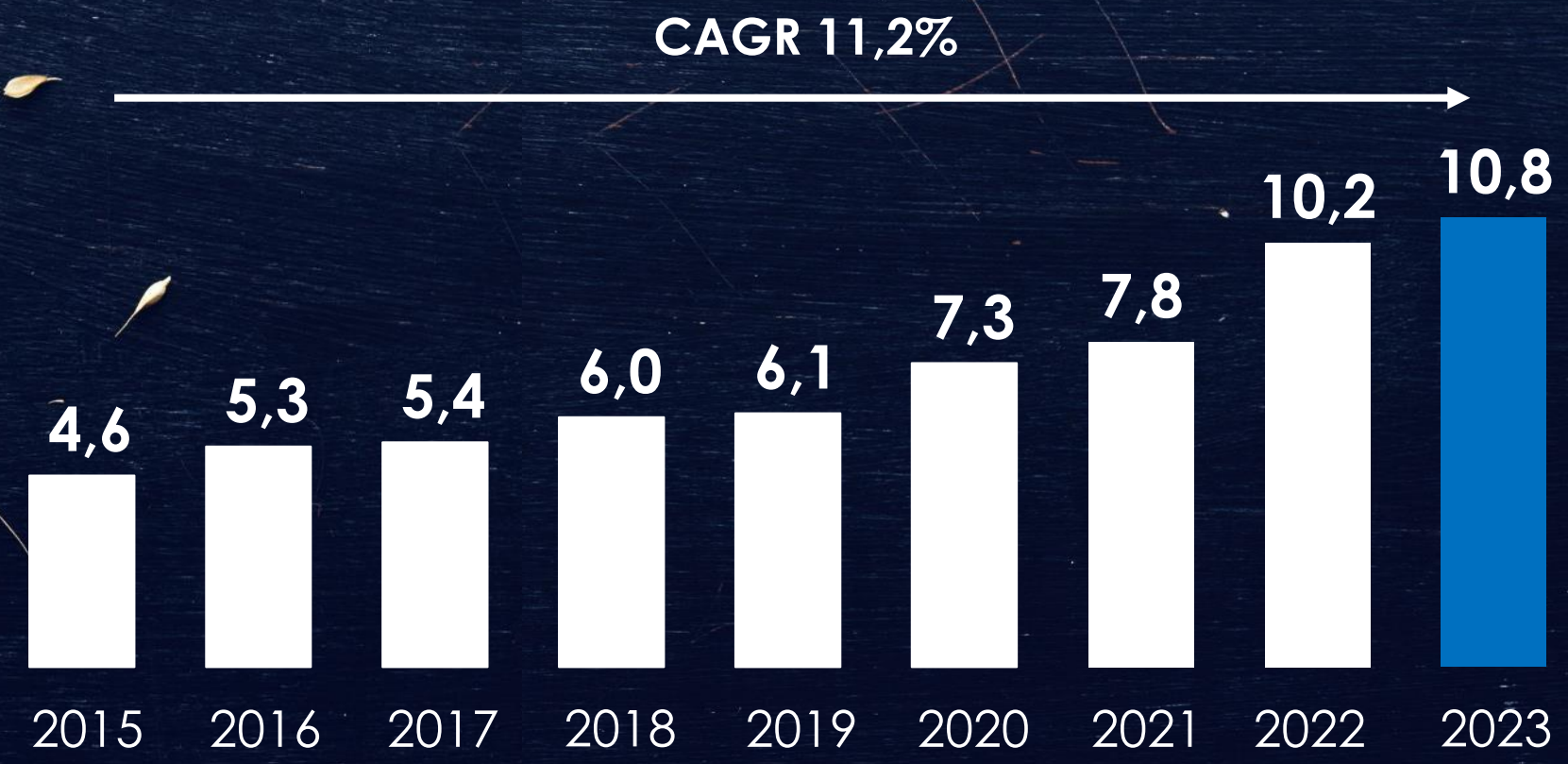
**Free Cash Flow to Firm*

RESULTADOS FINANCEIROS 2015-2023

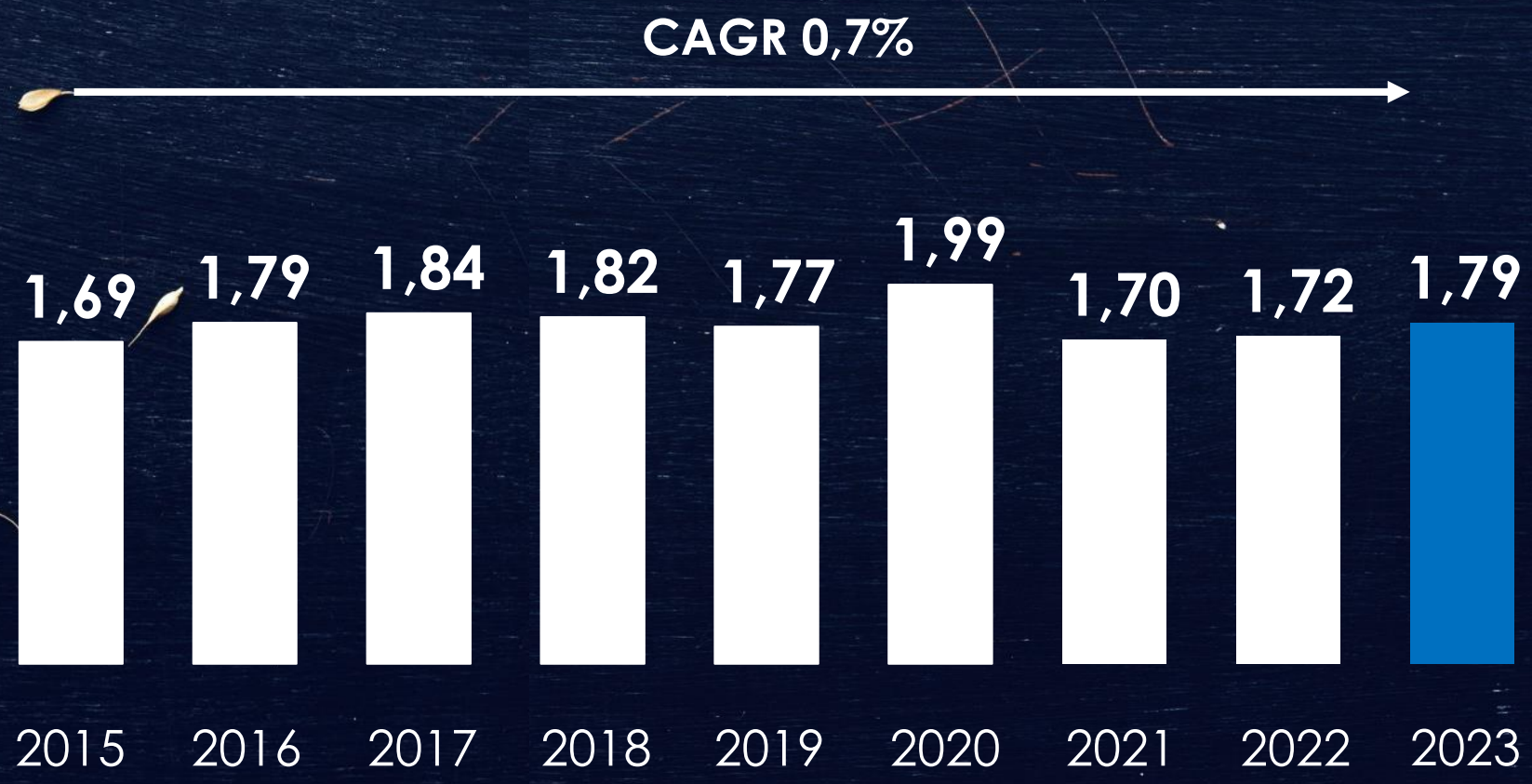
M. Dias Branco



RECEITA LÍQUIDA (R$ BILHÕES)



VOLUME (MILHÕES DE TONELADAS)

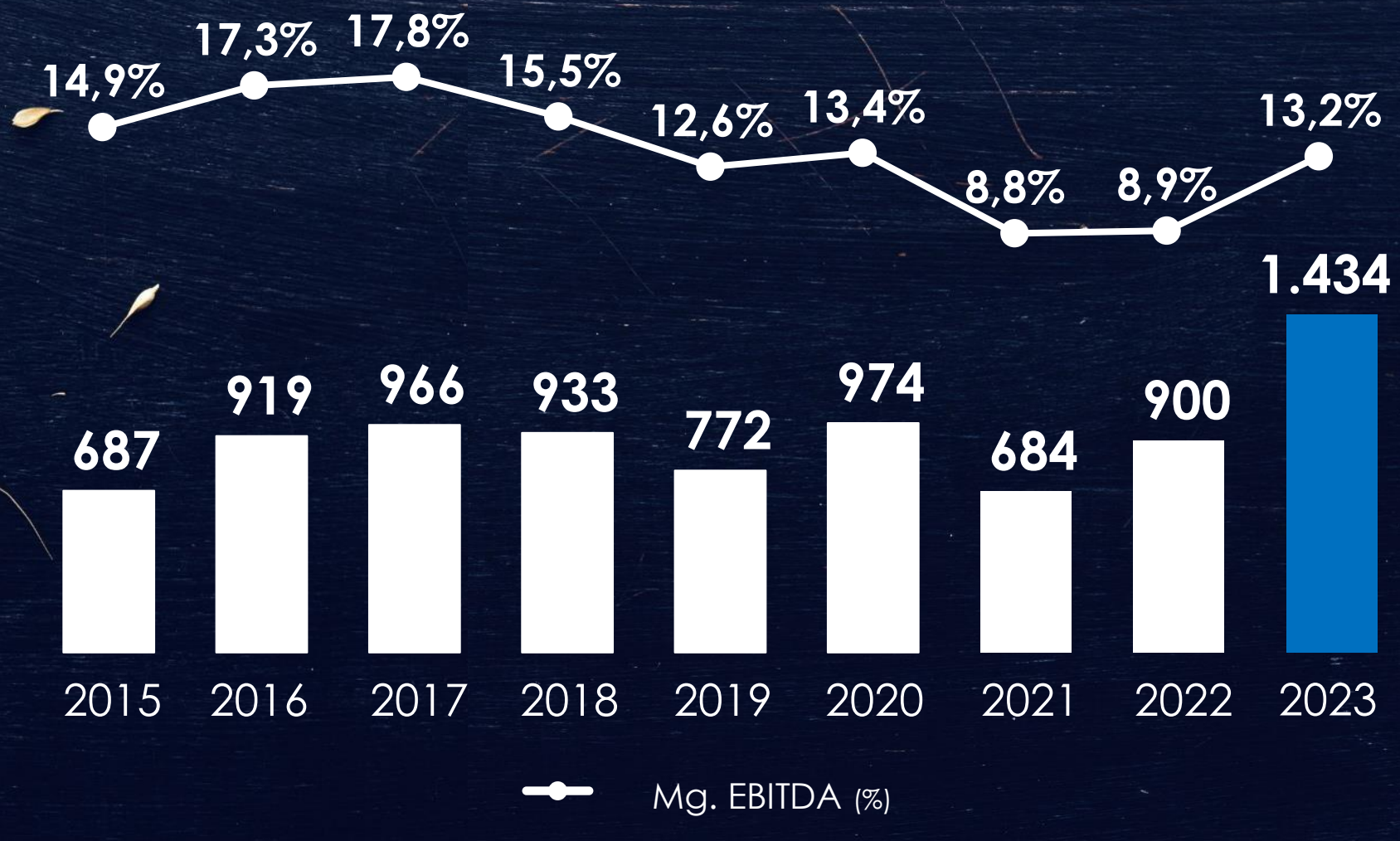


EVOLUÇÃO DO PREÇO DO TRIGO EM US$

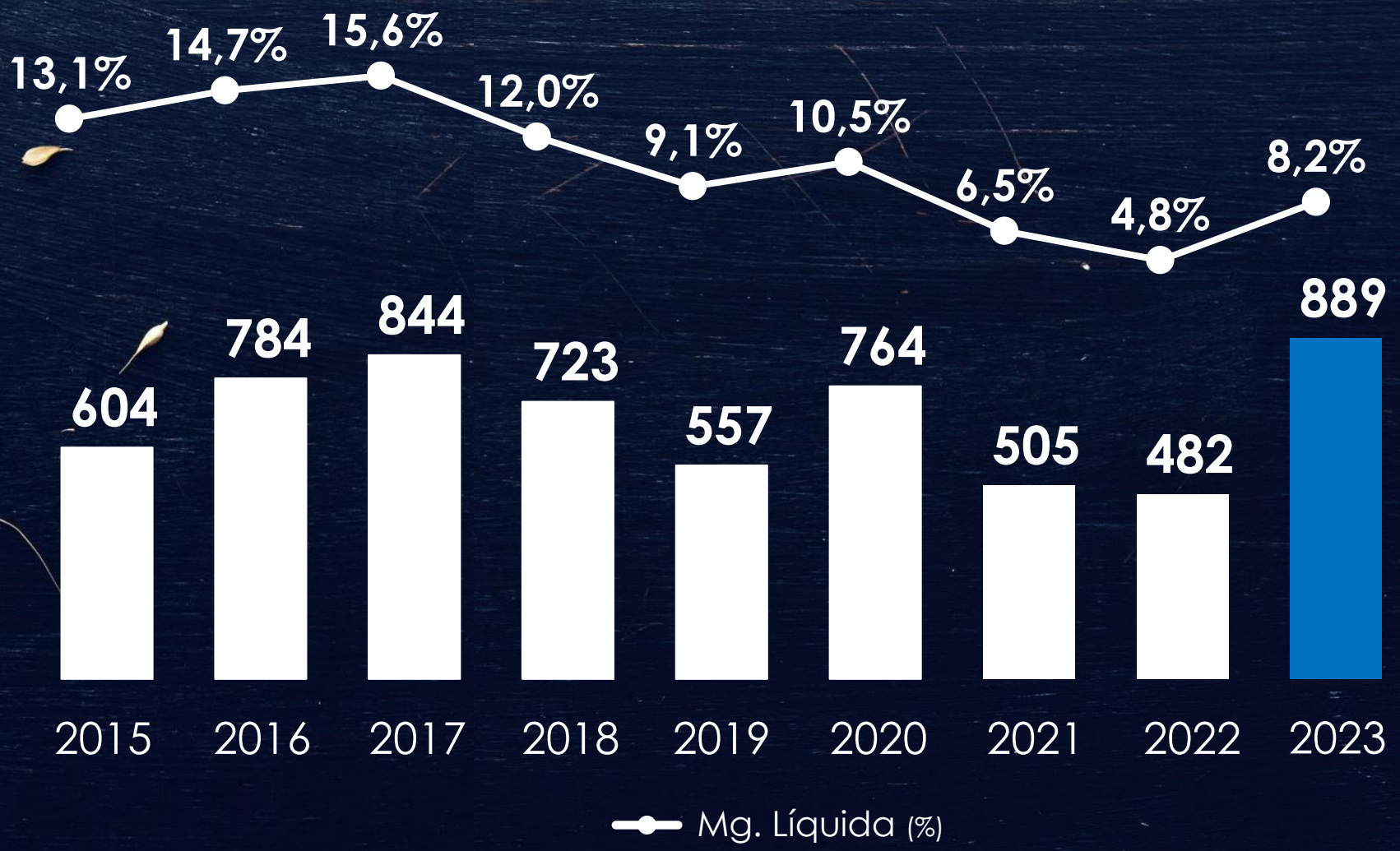


Fonte: Bloomberg - W 1 Comdty.

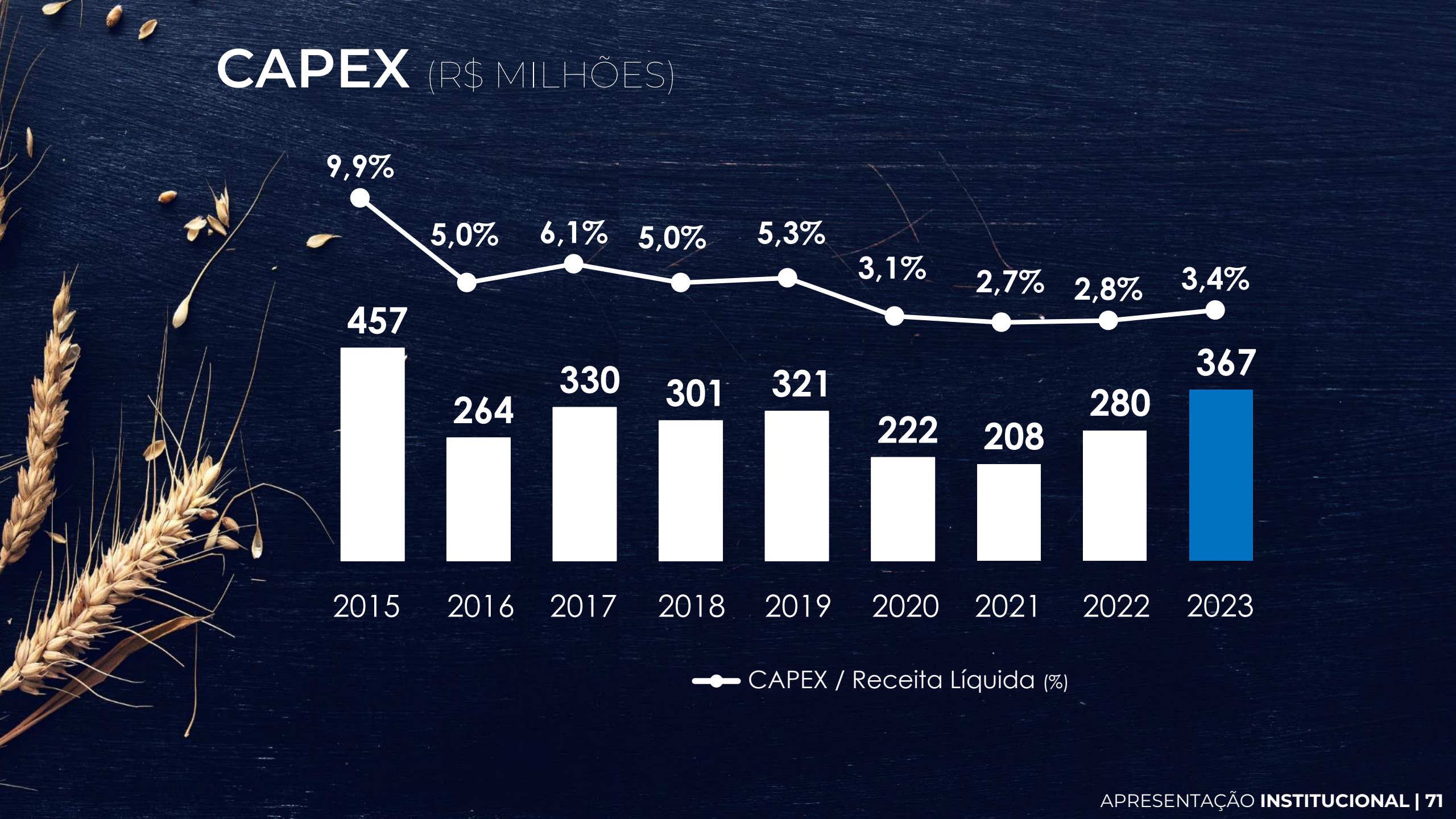
EBITDA (R$ MILHÕES)



NET INCOME (R$ MILLION)

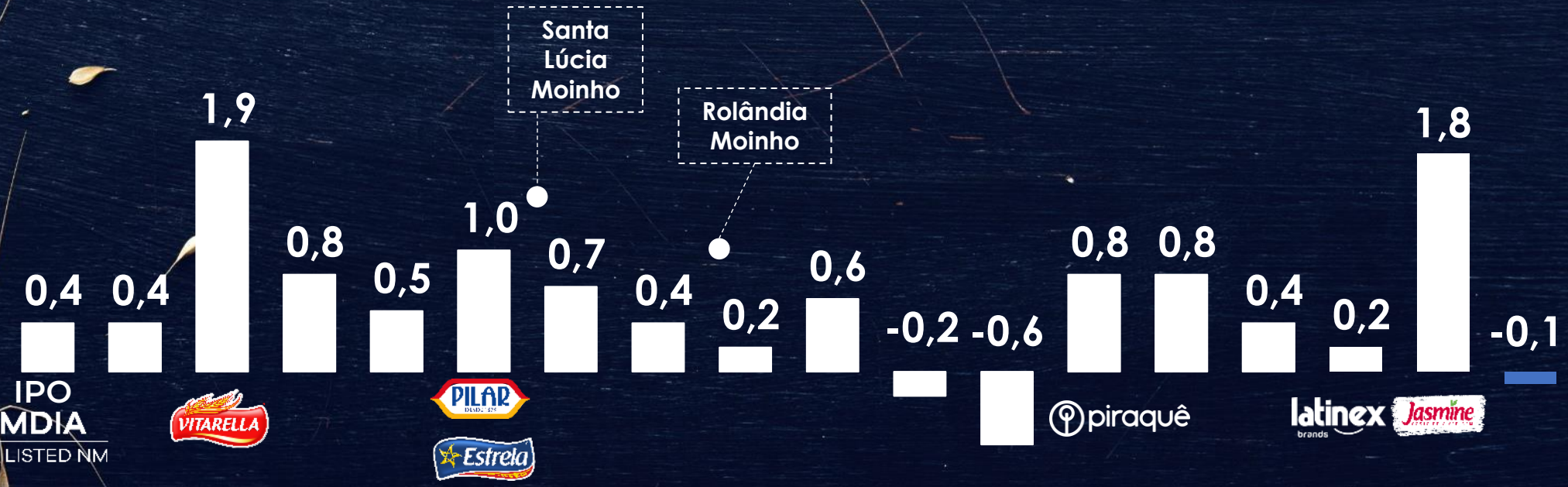


CAPEX (R$ MILHÕES)



ALAVANCAGEM

DÍVIDA LÍQUIDA (CAIXA) / EBITDA DOS ÚLTIMOS 12 MESES



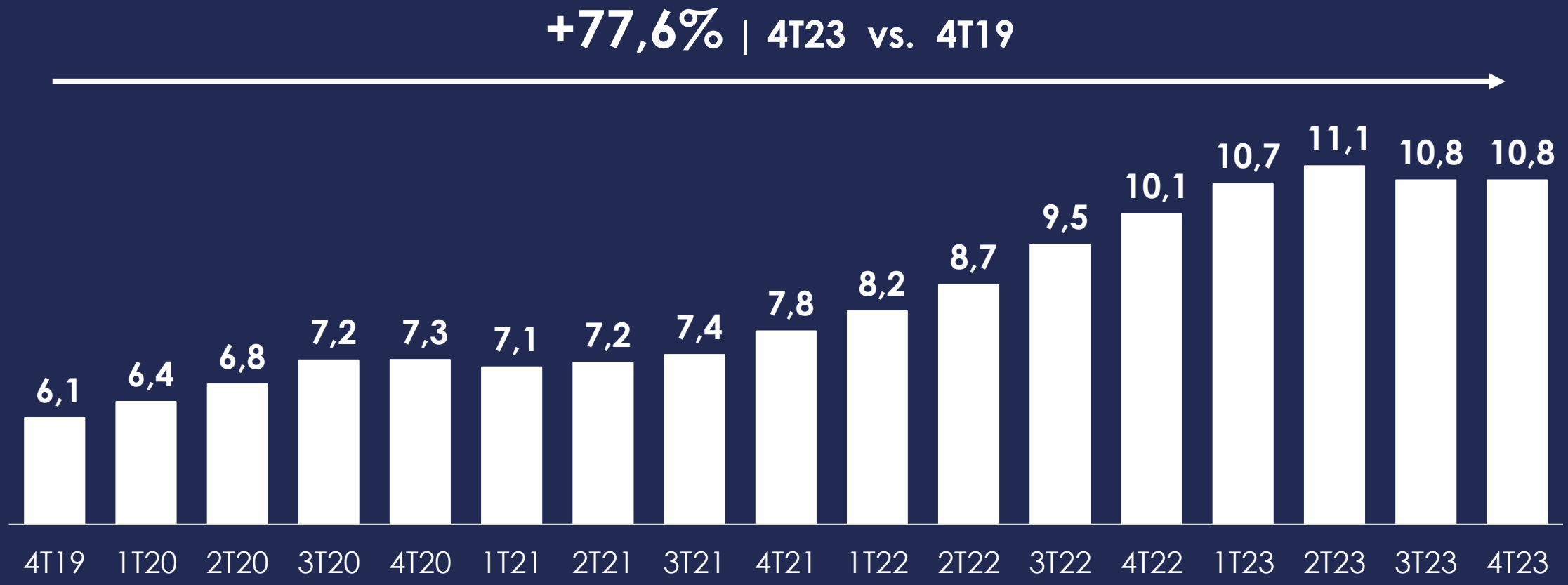
Adria: Adquirida in 2003

RESULTADOS FINANCEIROS 12 Meses

M. Dias Branco

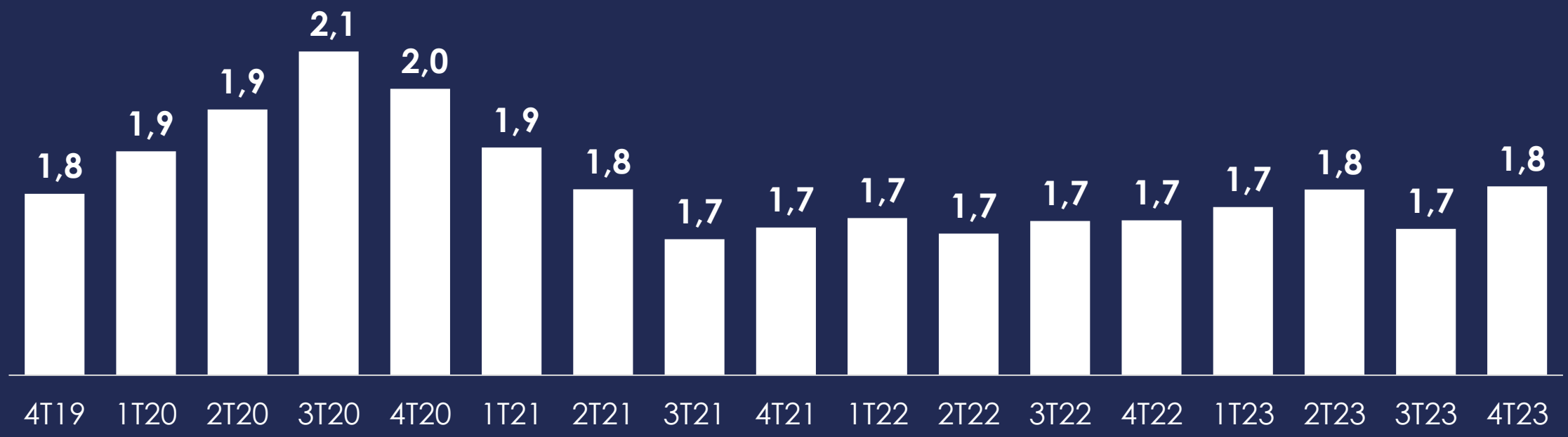


RECEITA LÍQUIDA (12 meses acumulados R$ Bilhões)

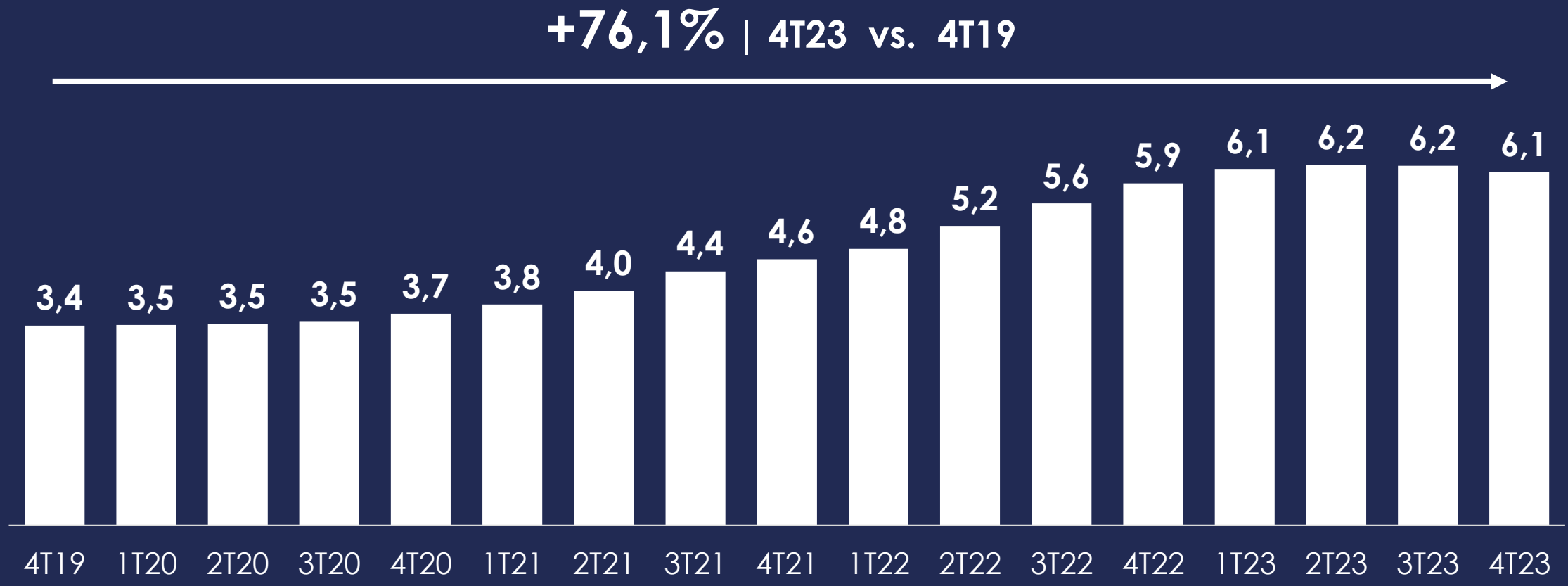


VOLUME (12 meses acumulados Milhões de toneladas)

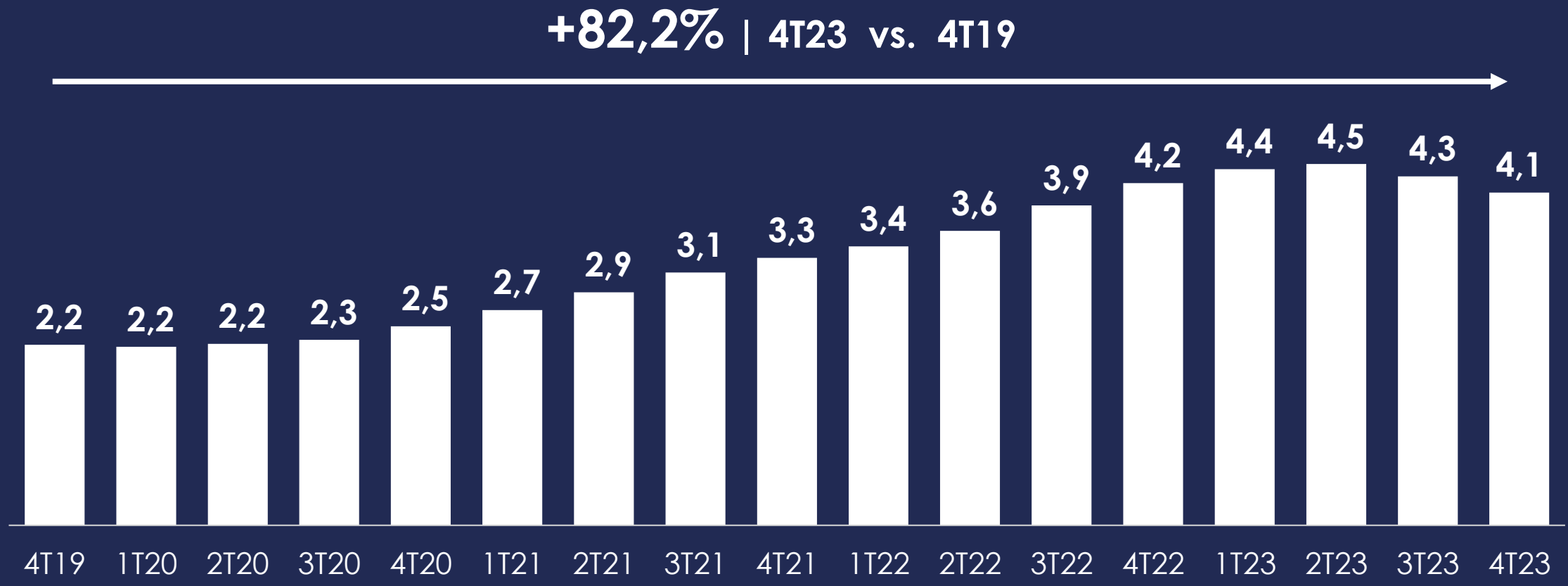
+0,9% | 4T23 vs. 4T19



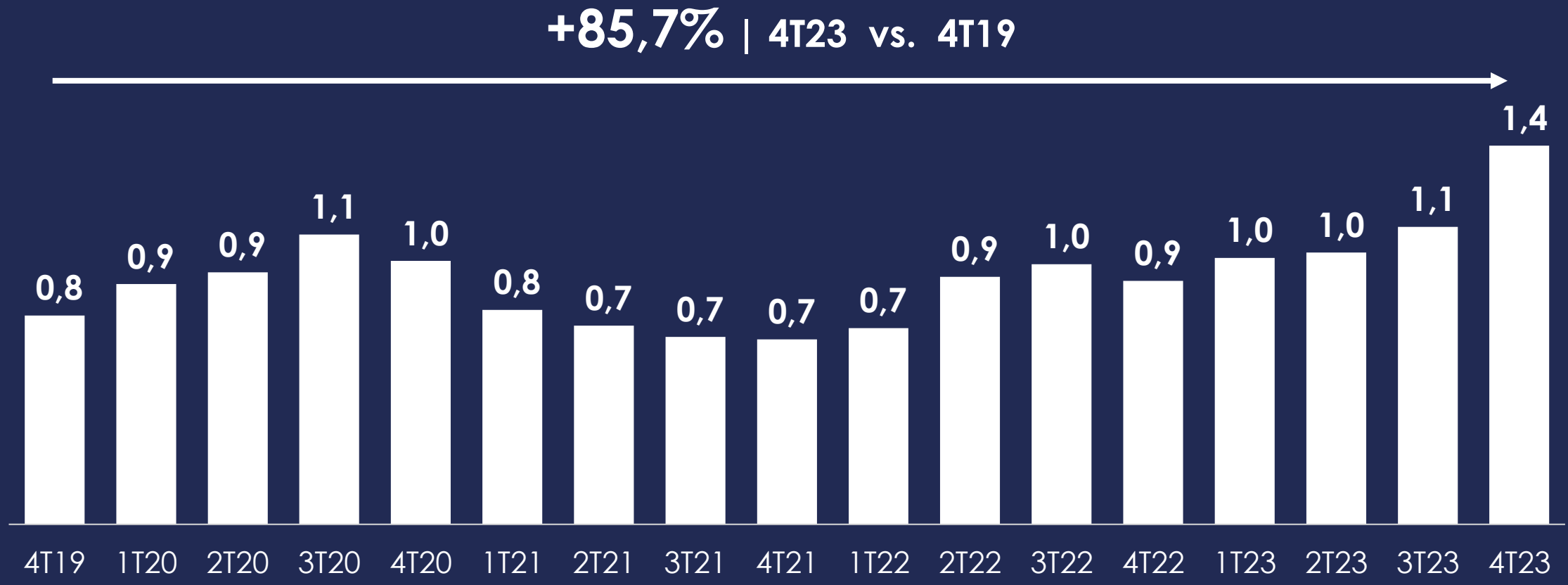
PREÇO MÉDIO R$/Kg (12 meses acumulados)



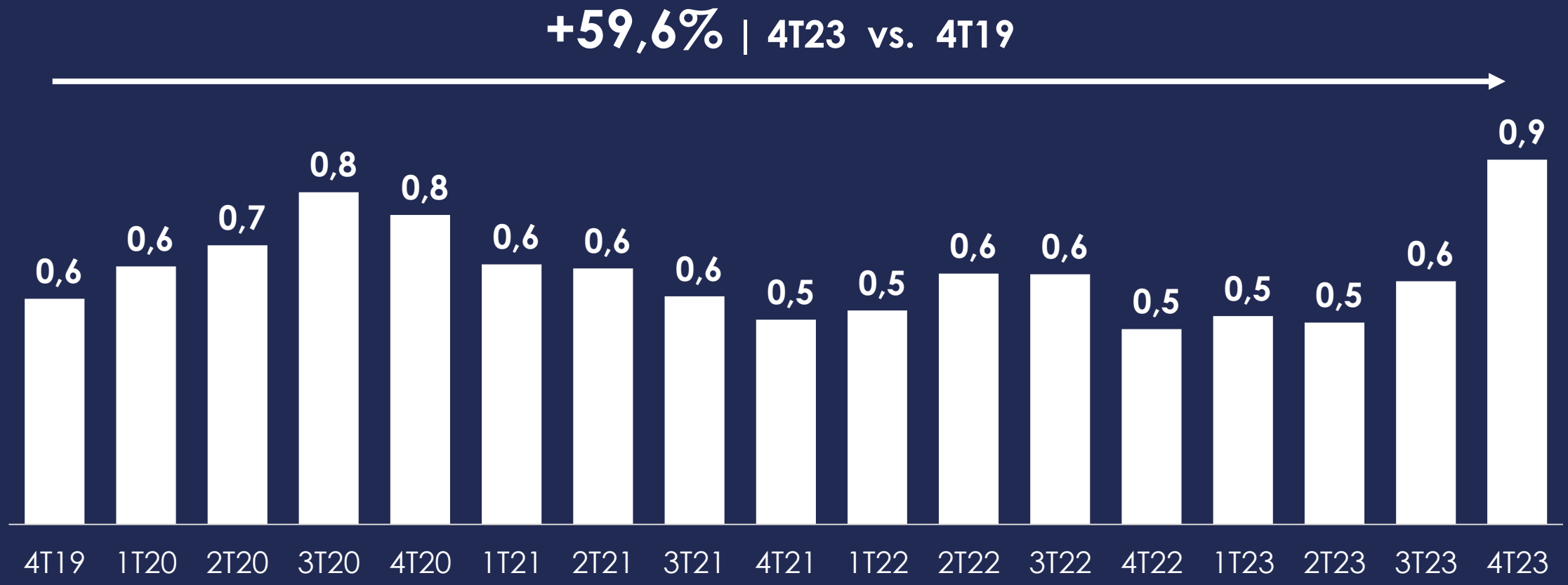
Custos R$/Kg (12 meses acumulados)



EBITDA (12 meses acumulados R$ Bilhões)



LUCRO LÍQUIDO (12 Meses acumulados R$ Bilhões)



M. Dias Branco

MERCADOS DE BISCOITOS E MASSAS



Oportunidades de crescimento



Biscoitos



Massas

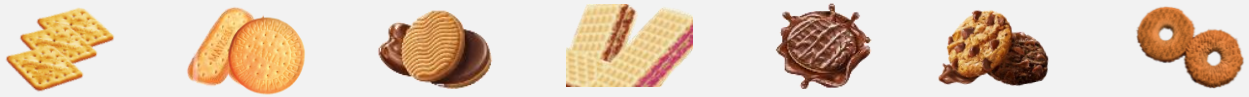


Instantâneo

	Biscoitos			Massas			Instantâneo
Mercado (R$ bilhões – Sell-out)	32,5	22,4	10,1	9,3	6,4	3,0	5,8
Mercado (mil ton.)	1.528	992	536	1.093	729	364	218
Oportunidade (R$ bilhões – Sell-out)	23,2	17,9	5,3	6,7	5,3	1,4	5,5
Share volume (%)	31,8%	21,5%	50,9%	28,9%	17,5%	51,7%	10,0%
	Total	Ataque	Defesa	Total	Ataque	Defesa	Total

Fonte: ABIMAPI + Nielsen + estimativas M. Dias Branco.

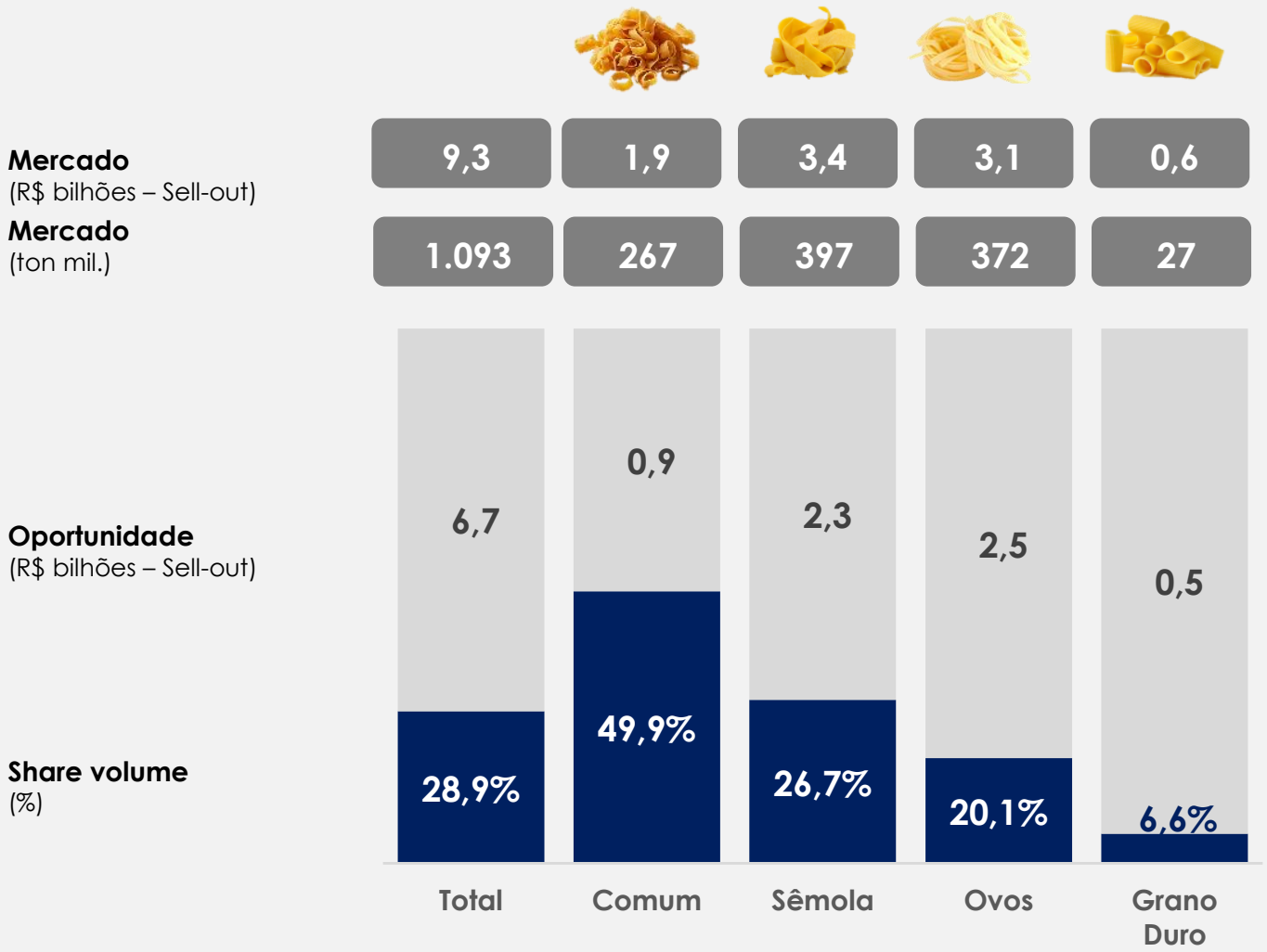
Oportunidades de crescimento - Biscoitos



	Total	Cracker	MAMAI	Recheados	Wafers	Cobertos	Cookies	Outros
Mercado (R$ bilhões – Sell-out)	32,5	4,9	3,3	8,8	3,6	1,0	1,3	9,8
Mercado (mil ton.)	1.528	306	199	382	138	15	31	458
Oportunidade (R$ bilhões – Sell-out)	23,2	2,2	1,7	6,1	2,8	0,8	1,2	8,4
Share volume (%)	31,8%	55,6%	45,7%	33,2%	22,7%	23,0%	7,5%	13,3%

Fonte: ABIMAPI + Nielsen + estimativas M. Dias Branco.

Oportunidades de crescimento - Massas



Fonte: ABIMAPI + Nielsen + estimativas M. Dias Branco.



M. Dias Branco

Apresentação dos Resultados

4T23 | 2023

MDIA3

26 de fevereiro de 2024

youtube.com/rimdias
ri.mdiasbranco.com.br
ri@mdiasbranco.com.br

As afirmações contidas neste documento relacionadas às perspectivas da administração sobre os negócios da M. Dias Branco são meramente tendências e, como tais, são baseadas exclusivamente nas perspectivas da administração sobre a continuidade de ações do passado e presente, e em fatos já ocorridos. Essas tendências não se constituem em projeções e nem estimativas, e podem ser alteradas substancialmente por mudanças nas condições de mercado e nos desempenhos da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais.



Lucro Líquido de R$ 889 milhões em 2023 – recorde anual – resultado do trabalho árduo e incansável, bem como da consistência e disciplina na execução de iniciativas alinhadas ao nosso plano de crescimento com rentabilidade, tendo sempre como amparo uma cultura que busca a excelência, a inovação e o desenvolvimento contínuo dos nossos colaboradores.



Receita Líquida
(R$ Bilhões)

2023

10,8

+7,0% vs. 2022

4T23

2,8

+0,2% vs. 4T22

+1,3% vs. 3T23

EBITDA
(R$ Milhões)

1.434

+59% vs. 2022

442

+265% vs. 4T22

+0,4% vs. 3T23

Lucro Líquido
(R$ Milhões)

889

+85% vs. 2022

342

+22x vs. 4T22

+32% vs. 3T23

Geração de Caixa
(R$ Milhões)

2.126

R$ 107 | 2022

584

R$ 326 | 4T22

R$ 973 | 3T23



Em 2023, além dos resultados recorde, continuamos transformando a M. Dias Branco.



MARKETING PARA VENDER MAIS E MELHOR!!!

Cannes Lions 2023



EL OJO DE IBERO AMÉRICA



EVOLUÇÃO DO NÍVEL DE SERVIÇO

CFR:
Case fill rate
92% 2023
(84% em 2021)

OTIF:
On time in full
76% 2023
(40% em 2021)

INDÚSTRIA 4.0



MDIA
B3 LISTED NM

AUMENTO DO % DO LUCRO DISTRIBUÍVEL A SER PAGO AOS ACIONISTAS

80% de payout
(60% antes)

R$0,06/ação
(R$ 0,05 antes)

COMBINAÇÃO ENTRE FÁBRICAS, GERANDO SINERGIA



ITENS DE MAIOR VALOR AGREGADO COMBINADOS COM ESTRATÉGIA DE LANÇAMENTO



+31%
Crescimento de Outras Categorias em 2023



R$ 299 Milhões
Receita de Lançamentos (Biscoitos) em 2023

MODELO LOJA PERFEITA EM PDVS QUE REPRESENTAM 70% DAS VENDAS (BISCOITOS, MASSAS E OUTRAS CATEGORIAS)



SOMOS GREAT PLACE TO WORK E INTEGRAMOS O IGPTWB3

Great Place To Work.
Certificada
Mar/2023 - Mar/2024
BRASIL

SAP

IMPLEMENTADO EM JAN/24

piraquê ORIGINAL DESDE 1950

JBP
(joint business plan)



Estratégia de crescimento com rentabilidade

NEGÓCIO ATUAL

1



OUTRAS CATEGORIAS

2



INTERNACIONAL

3



PROGRAMA DE PRODUTIVIDADE E EFICIÊNCIA



RECEITA
&
MARKET SHARE

M. Dias Branco



Os mercados de biscoitos e massas cresceram no ano e no trimestre (*sell-out* | venda do varejo para os consumidores)



BISCOITOS

	4T23 vs. 4T22	2023 vs. 2022
Valor Vendido	+3%	+11%
Volume Vendido	0%	-2%
Unidades Vendidas	+2%	0%
Preço Médio (R$/Kg)	+3%	+13%



MASSAS

	4T23 vs. 4T22	2023 vs. 2022
Valor Vendido	+5%	+13%
Volume Vendido	+4%	+2%
Unidades Vendidas	+7%	+4%
Preço Médio (R$/Kg)	+1%	+11%

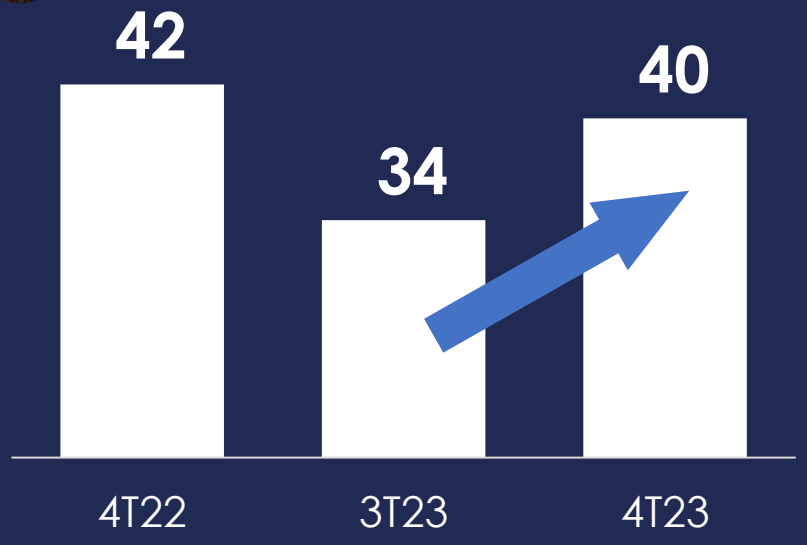
Fonte: Nielsen – Retail Index. Total Brasil. INA+C&C.



Normalização dos estoques nos clientes ao longo do 4T23



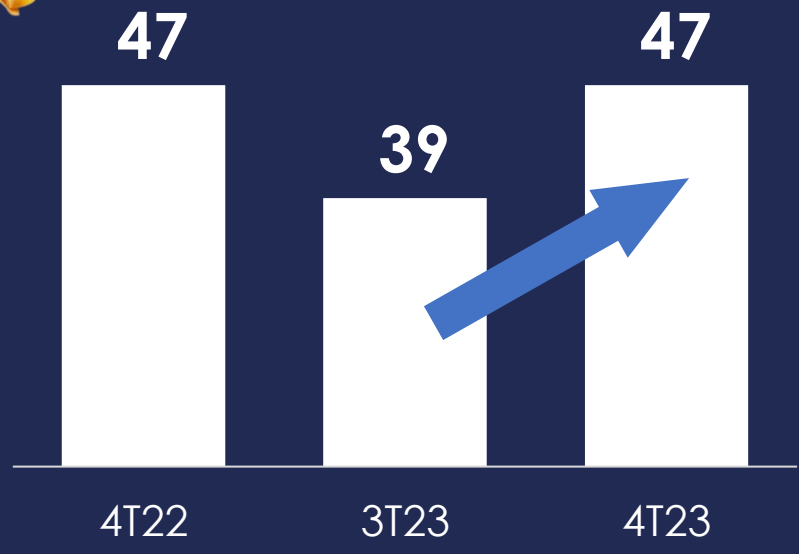
Dias* em estoque no Varejo
(**Biscoitos** - M. Dias Branco)



**Fonte: Neogrid Direto/Indireto + Estimativa C&C*

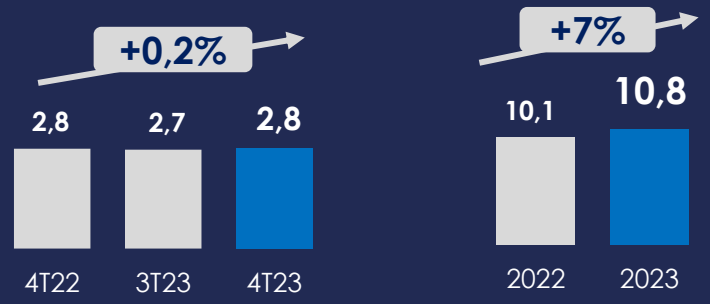


Dias* em estoque no Varejo
(**Massas** - M. Dias Branco)

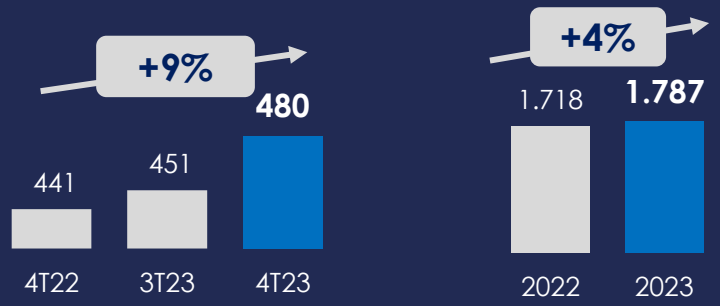




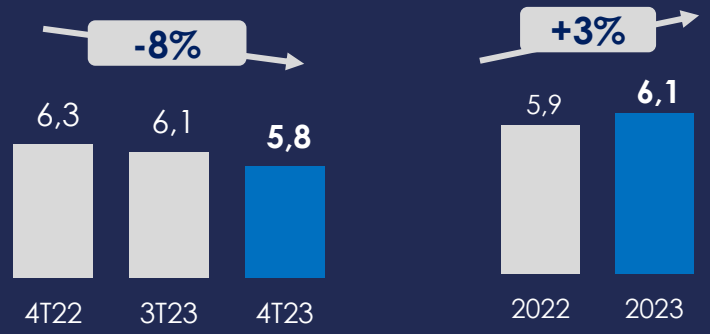
Receita Líquida (R$ bilhões)



Volume Vendido (Mil Ton.)



Preço Médio (R$/Kg)

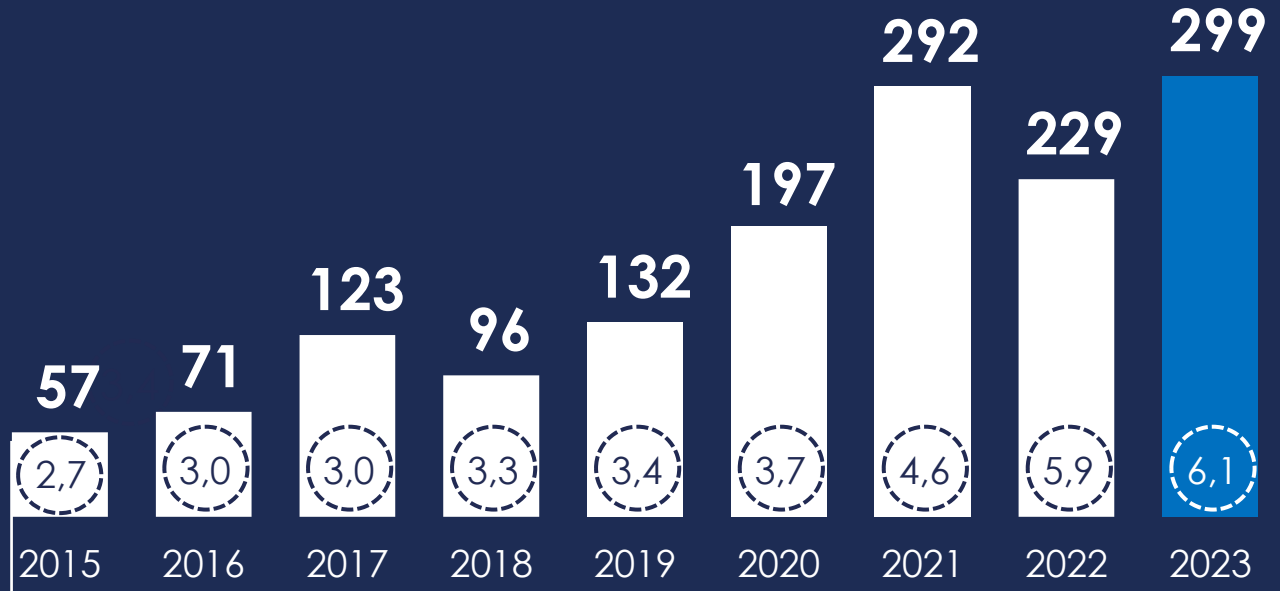


Fatores determinantes para o crescimento

- Marketing para vender mais e melhor (2,0% da Receita Líquida);
- Crescimento acelerado dos itens de maior valor agregado (+31% de receita em outras categorias, R$ 443 milhões);
- Reintrodução de marcas de baixo preço no Cash & Carry;
- Adequação do tamanho das embalagens de massas (2T23-3T23) e biscoitos (2022);
- Crescimento de Farinha e Farelo alavancado pelo Moinho de Bento Gonçalves (volumes +10% Brasil e +21% região de Ataque) e pelo processo de precificação dinâmica;
- Captura de preços em biscoitos e massas, com recuperação dos volumes no 4T23 e contribuição recorde dos lançamentos de biscoitos (R$ 299 milhões em 2023);
- SKUs com baixa rentabilidade retirados do portfólio (ex. Lámen de Picanha, Cookie de Baunilha e Biscoito leite vitaminado);
- Uso pontual do Capital de Giro e de ações promocionais para alavancar os volumes;
- Evolução no nível de serviço, OTIF de 76% em 2023 (40% em 2021) e CFR de 92% em 2023 (84% em 2021).

R$ 299,5 milhões de receita bruta dos biscoitos lançados nos últimos 24 meses RECORDE HISTÓRICO!!!

Receita Bruta de Lançamentos de Biscoitos
(R$ milhões)





28,7 R$/Kg



24,7 R$/Kg



16,3 R$/Kg



16,5 R$/Kg

Expansão do *market share* valor e volume em biscoitos e massas vs. 3T23

	Biscoitos	Massas	Farinha de Trigo
Market share % Valor Brasil	29,3 29,3 28,8 28,3 28,5	30,1 30,3 27,3 27,8 28,2	12,3 12,7 11,6 12,1 11,6
Market share % volume Brasil	32,8 32,6 32,0 31,3 31,6	31,1 31,7 28,1 27,9 28,2	10,8 11,2 10,1 11,0 10,3

4T22 1T23 2T23 3T23 4T23



Fonte: Nielsen – Retail Index. Total Brasil. INA+C&C.

Em 2023, crescimento nas regiões de Defesa e Ataque. No trimestre, recuperação dos volumes nas duas regiões

2023 vs. 2022

+ 6%

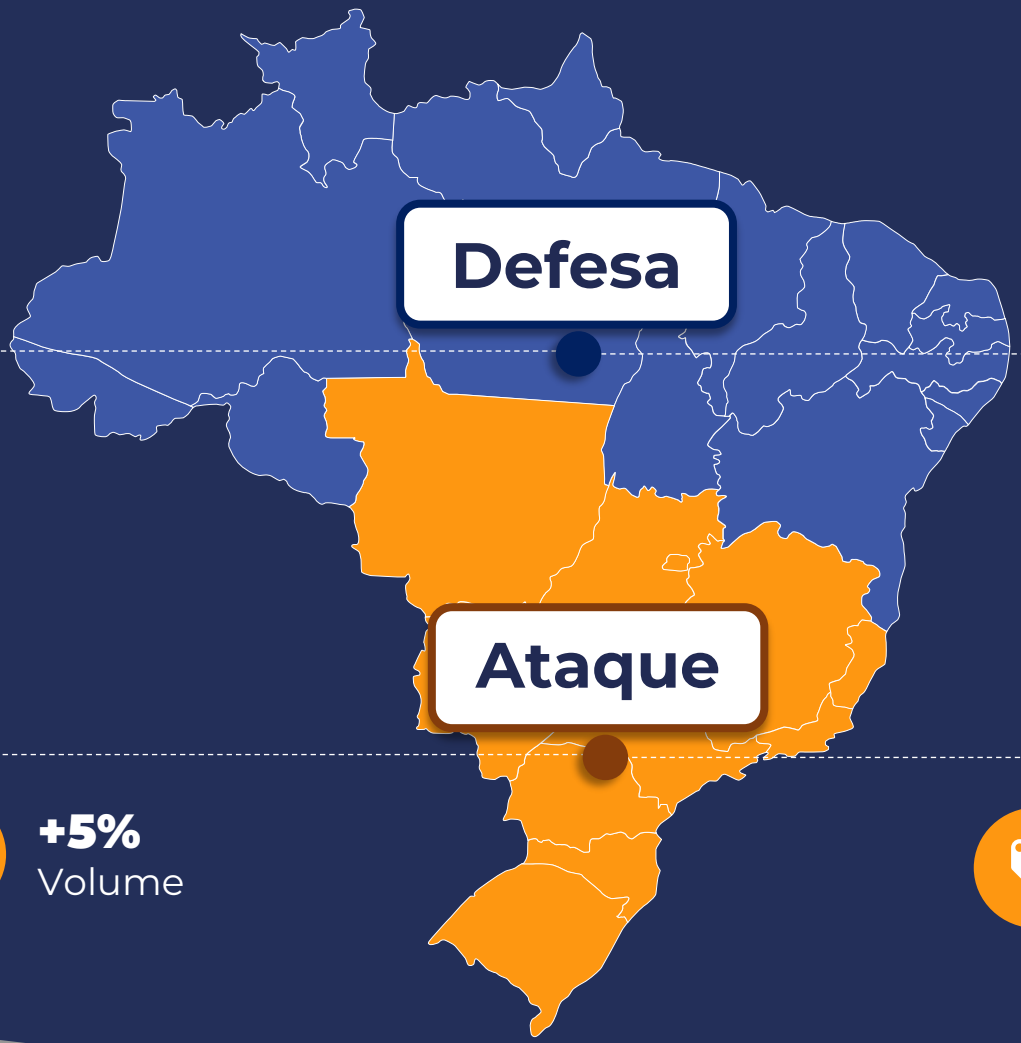
+2% Preço

+4% Volume

+ 8%

+3% Preço

+5% Volume



4T23 vs. 4T22

+ 1%

-7% Preço

+9% Volume

- 1%

-8% Preço

+8% Volume



Alavancas e habilitadores para crescermos em 2024

ALAVANCAS

- Cross-selling

Jasmine GOSTO DE VIVER BEM · piraquê · VITARELLA · finna

- Inovação



- Marcas de baixo preço no Cash & Carry

HABILITADORES

- Marketing



- Excelência Comercial



- JBP (Joint Business Plan)



- Revenue Management



- Nível de Serviço

OTIF · CFR



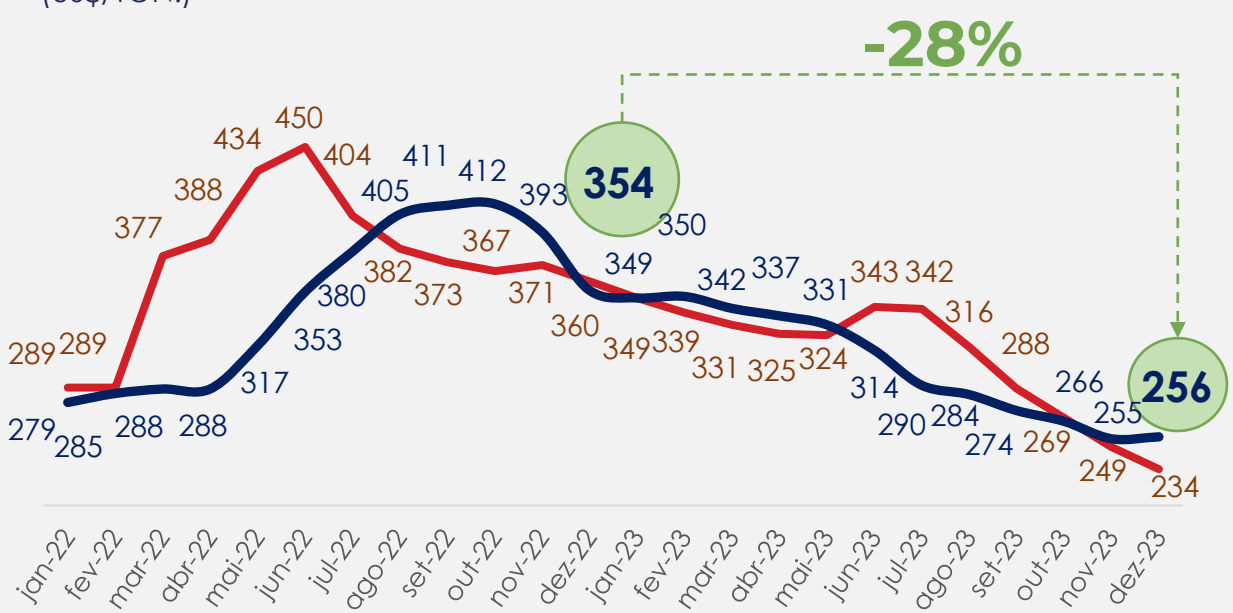
CUSTOS & DESPESAS

M. Dias Branco

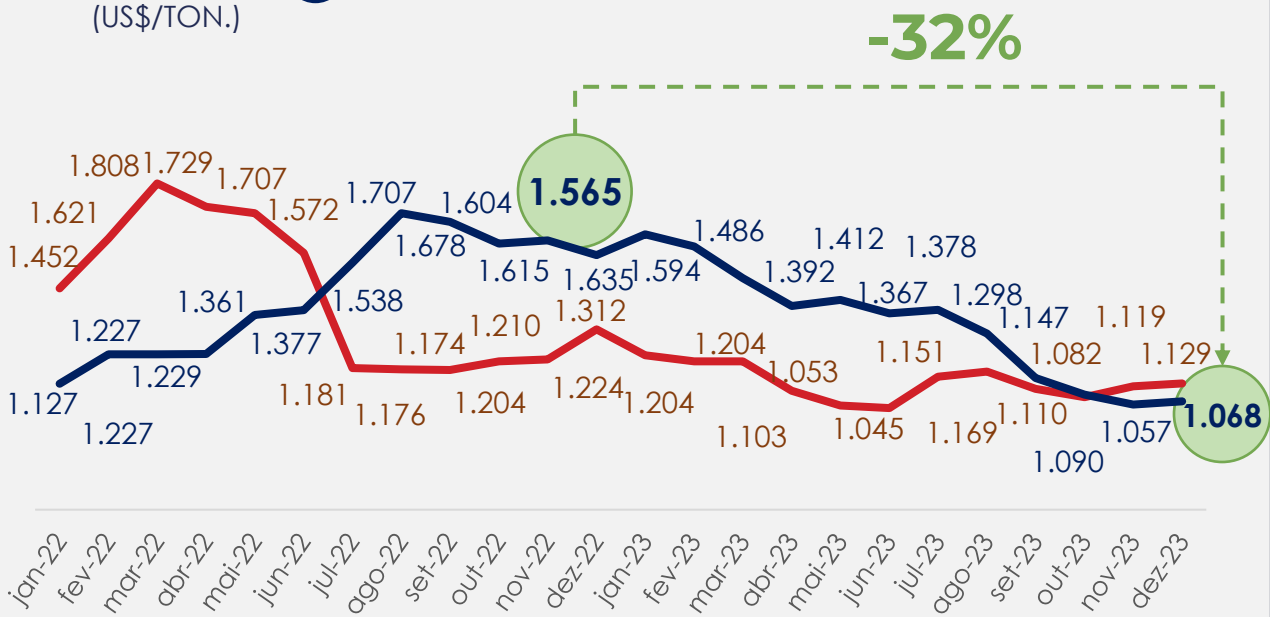


Queda dos preços do trigo e óleo de palma em 2023. Terminamos o ano com custos substancialmente abaixo de dez/22

TRIGO
(US$/TON.)



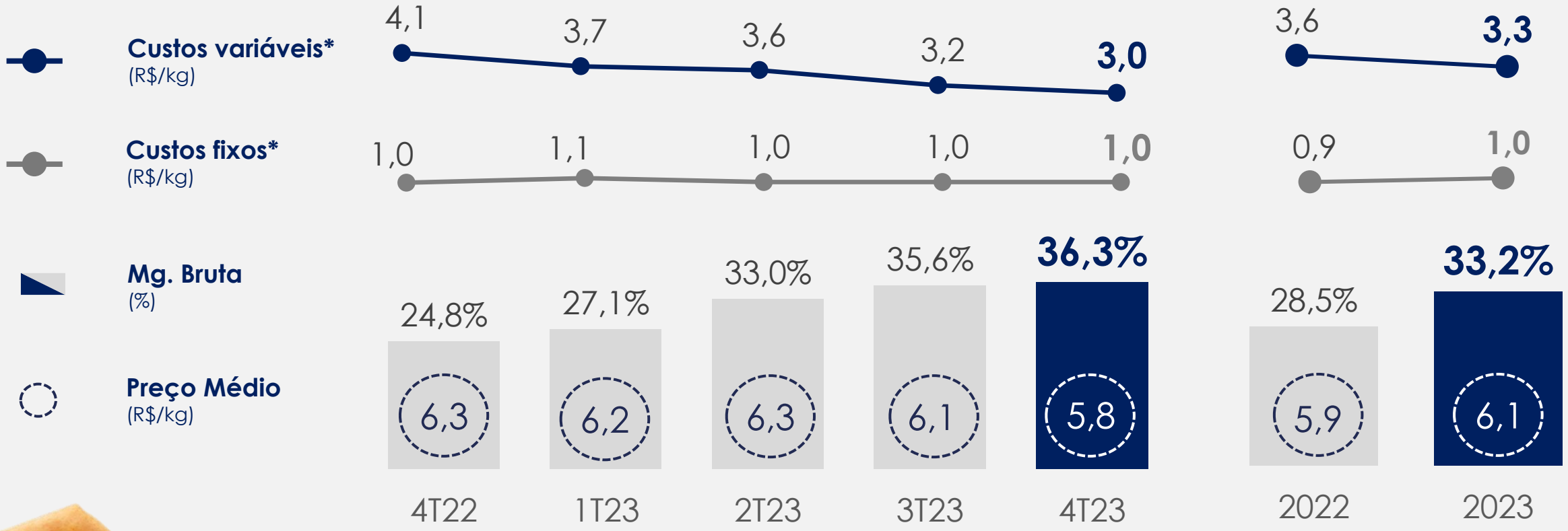
ÓLEO DE PALMA
(US$/TON.)



Mercado* M. Dias Branco

***Fonte:** Trigo - SAFRAS & Mercado; Óleo de palma - Rotterdam.

36,3% de Margem Bruta no 4T23. Aumento a partir da expansão dos volumes e da redução dos custos variáveis

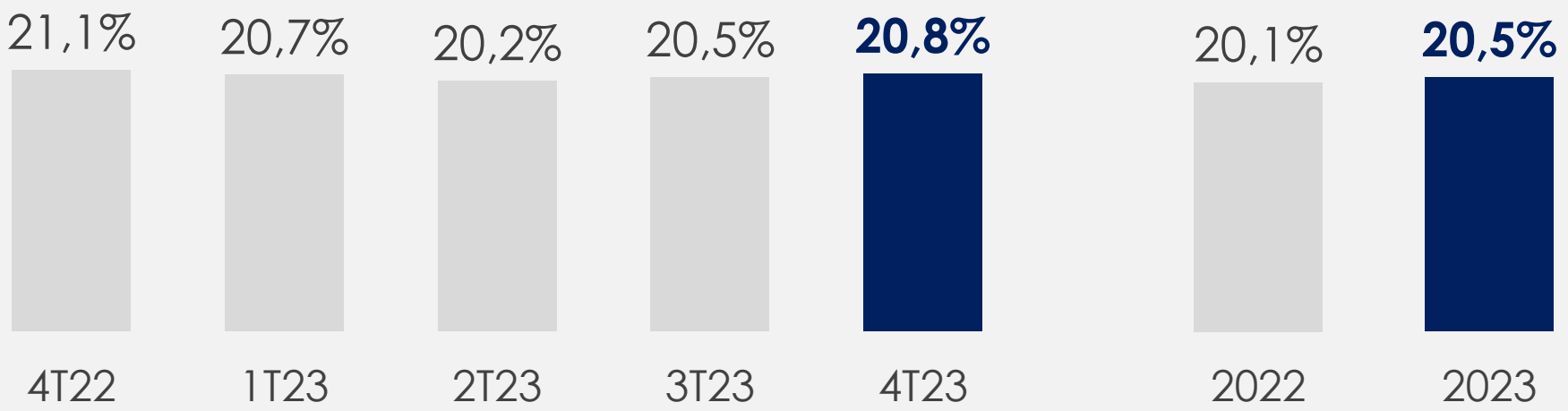


*Sem incentivos.

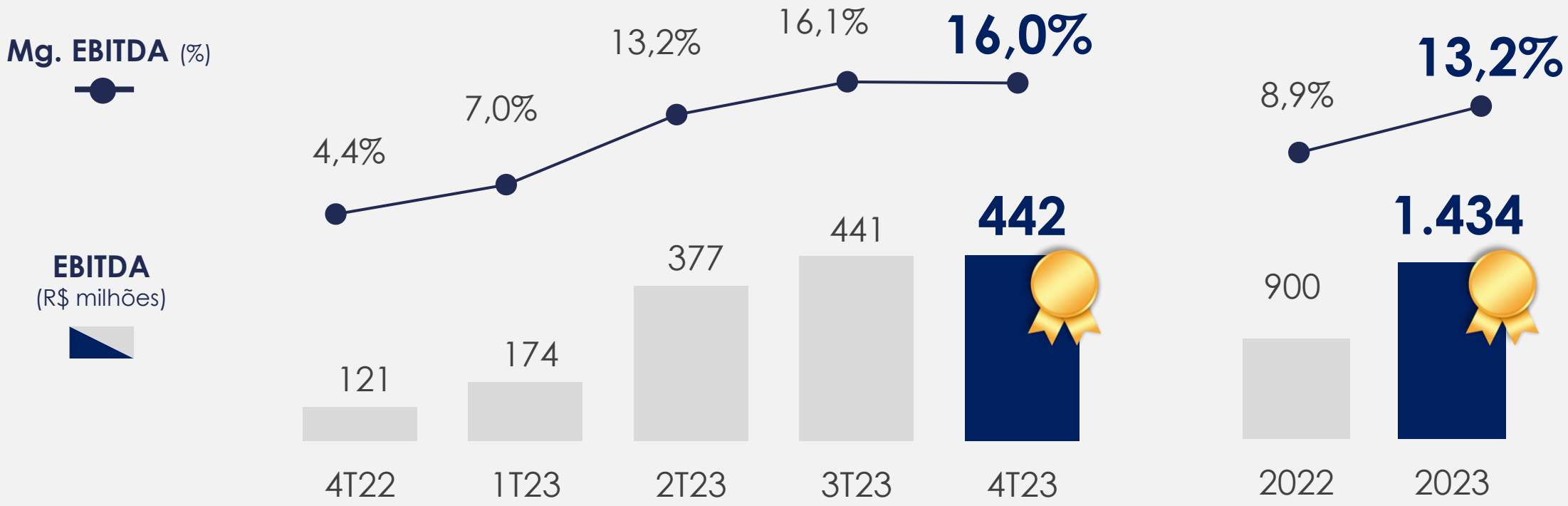
Despesas com vendas e administrativas (SG&A) dentro do patamar de 20% da Receita Líquida

Despesas administrativas e com vendas (SG&A)

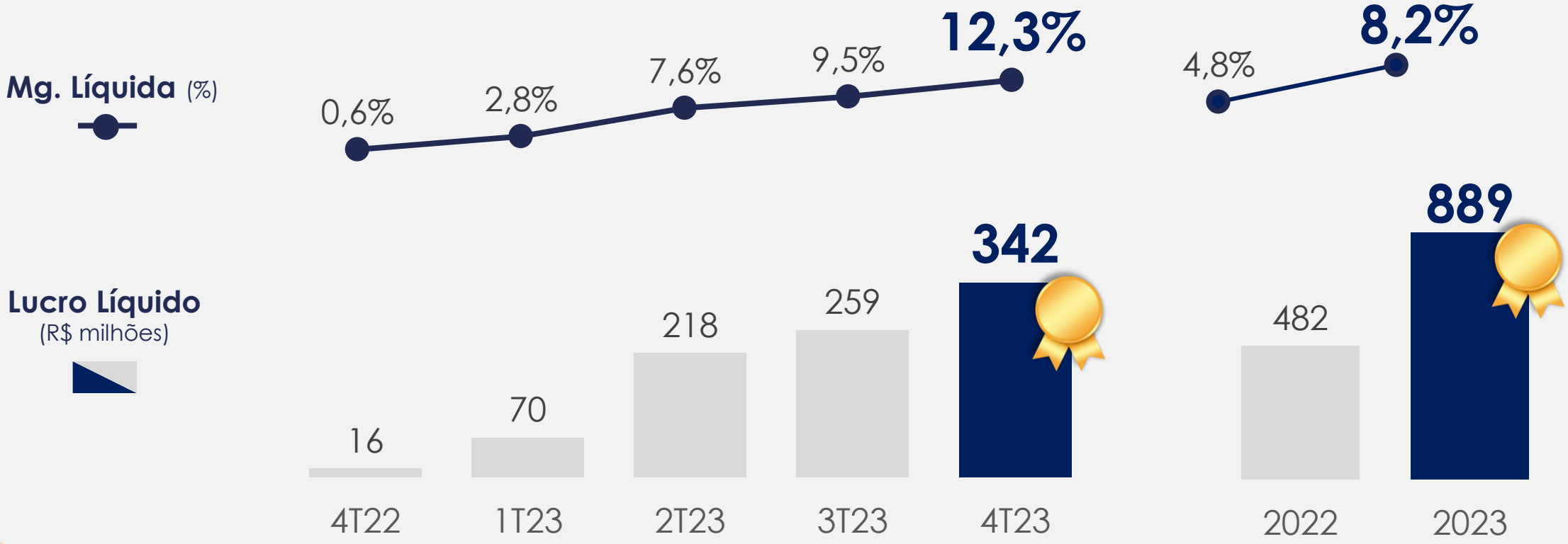
(% da Receita Líquida)



16,0% de Mg. EBITDA no 4T23!!!



Lucro Líquido de R$ 342 milhões no 4T23 e R$ 889 milhões em 2023, recorde trimestral e anual!!!



GERAÇÃO DE CAIXA, DÍVIDA E INVESTIMENTOS

M. Dias Branco



R$ 584 milhões de geração de caixa operacional no 4T23, com crescimento do EBITDA e liberação de capital de giro
No ano geração de R$ 2,1 bilhões, RECORDE ANUAL!!!

4T22	vs.	4T23		2022	vs.	2023
326		584	Geração de Caixa Operacional*	107		2.126
121		442	EBITDA	900		1.434
309		121	Variação dos Ativos e Passivos	(560)		825
(104)		21	Outros	(233)		(133)

** Disponibilidades líquidas geradas (aplicadas) nas atividades operacionais*



Liberação de capital de giro com melhora no prazo médio de fornecedores e menor custo dos estoques vs. 3T23. Aumento em clientes para gerar mais receita

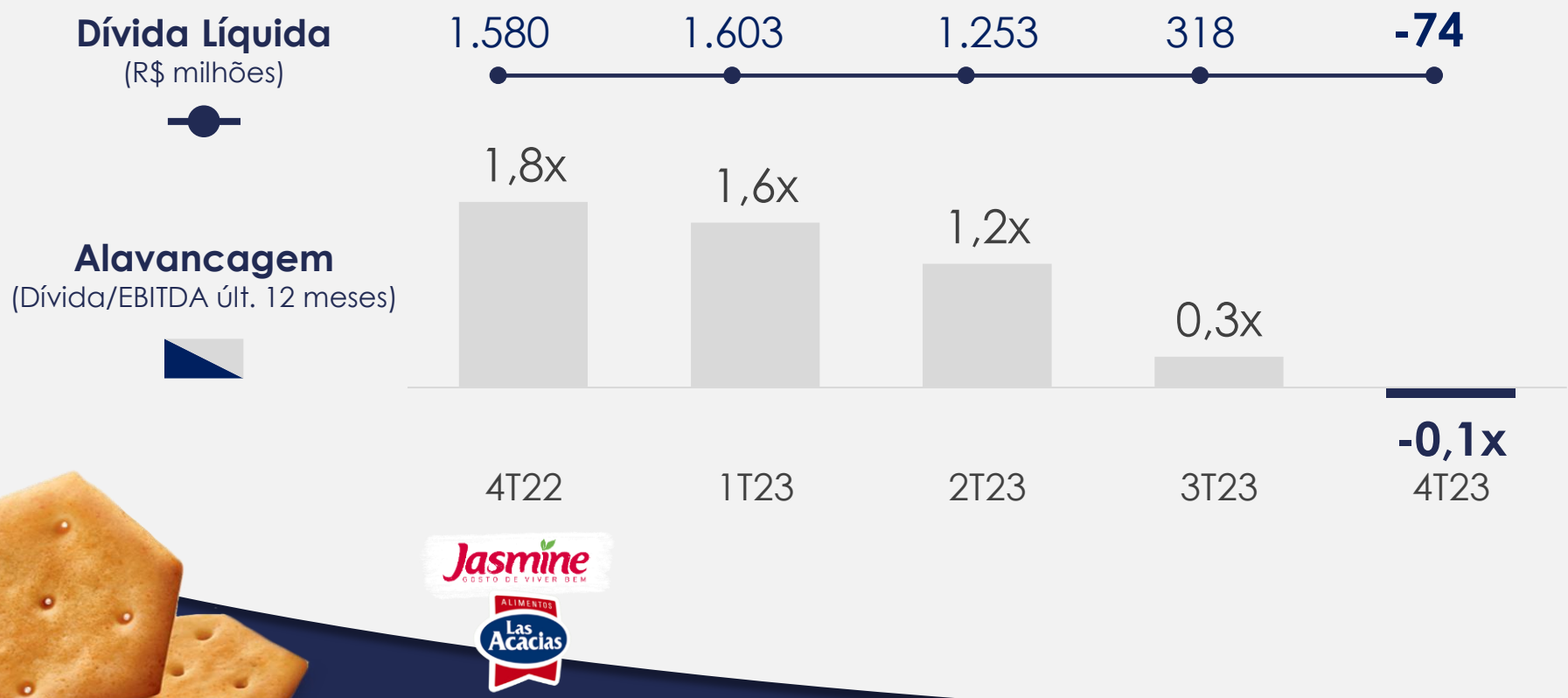
Prazo Médio em Dias

	4T22		3T23		4T23
Fornecedores	50	+6 dias	56	+3 dias	59
Clientes	55	+0 dias	55	+5 dias	60
Estoques	85	-8 dias	77	-13 dias	64



Encerramos o ano com R$ 2,3 bilhões no caixa e posição de caixa líquido!!!

Alavancagem
(Caixa) Dívida Líquidos / EBITDA (últimos 12 meses)



RATING NACIONAL
FITCH RATINGS

AAA

Rating Perspectiva
Estável
Reafirmado

PELO 6° ANO
CONSECUTIVO

76% da dívida está no longo prazo!!!

R$ 2.171
R$ MM

Dívida Total

R$ 523
R$ MM

24%
Vencimento
2024

R$ **496**
R$ MM

23%

Vencimento
2025

R$ **21**
R$ MM

1%

Vencimento
2026

R$ **1.131**
R$ MM

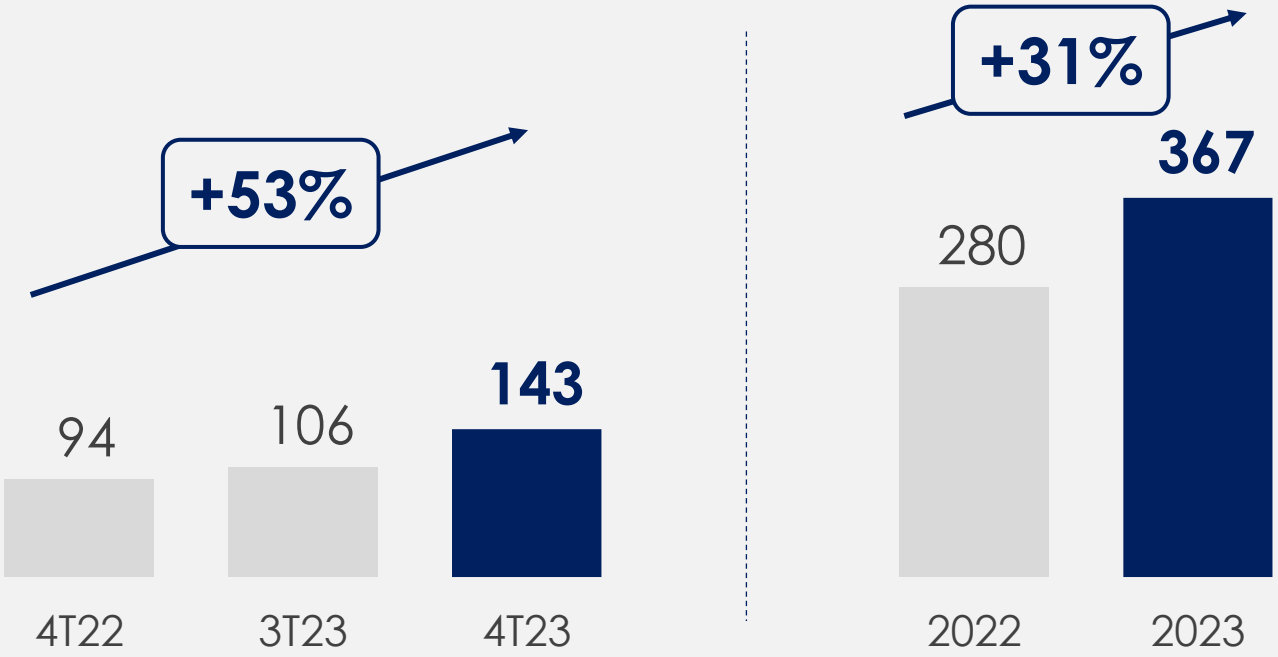
52%

Vencimento
2027
em diante



R$ 143 milhões de investimentos no 4T23, com destaque para a Transformação Digital

Investimentos Total
(R$ Milhões)



DESTAQUE

Implantação do sistema SAP

MDIA3 +9,6% de valorização em 2023!!!



Desempenho MDIA3: 02/01/2023 – 28/12/2023

6º ANO



M. Dias Branco recebe troféu Transparência ANEFAC 2023 por excelência, clareza e qualidade de suas Informações Financeiras

ESG

M. Dias Branco



Principais Indicadores – 4T23 vs. 4T22 | 2023 vs. 2022



CUIDAR DO PLANETA

	4T23 vs. 4T22	2023 vs. 2022
Consumo de água (m^3/Ton.)	-7,1%	+2,3%
Reuso de água(%)	+3,1p.p.	-1,2p.p.
Resíduos enviados para aterros (%)	-2,9p.p.	-0,8p.p.
Perdas de insumos no processo produtivo (%)	-0,2p.p	-0,3p.p.
Desperdício de produtos acabados (%)	0,0p.p	0,0p.p



ACREDITAR NAS PESSOAS

	4T23 vs. 4T22	2023 vs. 2022
Mulheres na liderança (%)	+1,3p.p.	+1,3p.p.
Frequência de Acidentes de Trabalho (taxa)	-46,2%	-2,6%
Gravidade de Acidentes de Trabalho (taxa)	-20,1%	-77,6%



FORTALECER ALIANÇAS

	4T23 vs. 4T22	2023 vs. 2022
Compras de fornecedores locais (%)	+1,1p.p.	+2,9p.p.

M. Dias Branco
Sonhar, realizar, crescer.

Obrigado!

Gustavo Lopes Theodozio
Vice-Presidente de Investimentos e Controladoria
E-mail: gustavo.theodozio@mdiasbranco.com.br

Fabio Cefaly
Diretor de Novos Negócios e Relações com Investidores
E-mail: fabio.cefaly@mdiasbranco.com.br

Rodrigo Ishiwa
Gerente de Relações com Investidores
E-mail: ri@mdiasbranco.com.br

Everlene Pessoa
Analista de Relações com Investidores
E-mail: ri@mdiasbranco.com.br

Fernanda Castilho | Lucas Laport
Estagiários de Relações com Investidores
E-mail: ri@mdiasbranco.com.br

ri.mdiasbranco.com.br

youtube.com/rimdias

ri@mdiasbranco.com.br

M. Dias Branco

Q&A



ri.mdiasbranco.com.br

youtube.com/rimdias

ri@mdiasbranco.com.br



M. Dias Branco

CORPORATE PRESENTATION

APRIL 2024

ri@mdiasbranco.com.br

ri.mdiasbranco.com.br

youtube.com/rimdias

MARKET LEADER

MDIA
B3 LISTED NM

2006 IPO



2003 First Acquisition



1980 New Headquarter



1951 Bakery in Fortaleza

SIMPLICITY
ATTITUDE
COLLABORATION
RESPECT
EXCELLENCE

M. Dias Branco

BRAZILIAN COMPANY

+ 16.000 EMPLOYEES

Great Place To Work.
Certificada
Mar/2023 - Mar/2024
BRASIL

93% HOUSEHOLD PENETRATION

55% OF THE REVENUE FROM THE ACQUIRED BRANDS

17 INDUSTRIAL UNITS

27 DISTRIBUTION CENTERS

+ 300K POINTS OF SALES

+ 3.2K CITIES IN BRAZIL

+ 20 BRANDS

Cookies, Pasta, Wheat Flour, Snacks, Margarine

SOME WITH ANNUAL SALES OVER

R$ 1 BILLION

piraquê
VITARELLA
Richester
FORTALEZA

R$ 10.8
NET REVENUE (R$ billion)
2023

15.7%
EBITDA MG.

0.5x
LEVERAGE

Historical Average from 2006 to 2023

AAA
RATING
Stable Outlook by Fitch Ratings

PROFITABLE GROWTH STRATEGY

1 CURRENT BUSINESS
DEFENSE
ATTACK

2 OTHER CATEGORIES

3 INTERNATIONAL

EFFICIENCY AND PRODUCTIVITY PROGRAM

MDIA B3 LISTED NM

IBRA B3 IBRX100 B3 ICO2 B3 ICON B3 IGC-NM B3 IDIVERSA B3
IGCT B3 INDX B3 ISE B3 ITAG B3 SMLL B3 IGC B3 IGPTW B3

MSCI ESG RATINGS AA
CCC B BB BBB A AA AAA

CDP A
DRIVING SUSTAINABLE ECONOMIES

TRANSFORMATION IN PROGRESS

Management team with internal and external experiences

LARGEST MARKETING INVESTMENT | 2% NR



FOLHA TOP of MIND ADRIA 2023

Cannes Lions 2023

piraquê

BRAND STRENGTHENING

piraquê

	2021	2023
Total Knowledge	90	96
Consideration	59	73
Last 3 months Purchase	42	58
Preference	9	13

NEW CATEGORIES | INNOVATION

SNACKS



HEALTHY



LAUNCHES



26% SG&A %NR (2019) → **21%** SG&A %NR (2023)

ORGANIZATIONAL REDESIGN

MULTIPLIQUE PERFORMANCE

Local Green Bond

76% LONG-TERM DEBT (2023)

FINANCIAL CYCLE

112 DAYS (2019) → **67 DAYS** (2023)

SERVICE LEVELS

CFR (Case fill rate): 84% (2021) → **92%** (2023)

OTIF (On time in full): 40% (2021) → **76%** (2023)

PERFECT STORE for 70% of the revenue

We discontinued **300 SKUs** in 2020 and 2021

New channels **E-COMMERCE DISTRIBUTORS**

Implementation of a ***Revenue Management*** team

NEW ERP **SAP - JAN/24**

INDUSTRY 4.0

STRATEGIC SOURCING

HEDGE POLICY

65% renewable energy (2023) and 90% target by 2030
(In partnership with OMEGA)

Total Shareholder Return as a long-term incentive for the executive team

M. Dias Branco
GOVERNANCE

BOARD OF DIRECTORS WITH 7 MEMBERS

43% INDEPENDENT

43% WOMEN

NOVO MERCADO SINCE 2006, WITH 100% COMMON SHARES AND TAG ALONG

MDIA

B3 LISTED NM

MANAGEMENT TEAM COMBINING IN-HOUSE AND MARKET EXPERIENCE

biosev – A Louis Dreyfus Group company · JBS · PEPSICO · SOUZA CRUZ · SOLAR BR Coca-Cola · KIBON

COMMITTEES TO ADVISE THE BOARD OF DIRECTORS

- Audit Committee
- People and Management Committee
- ESG Committee

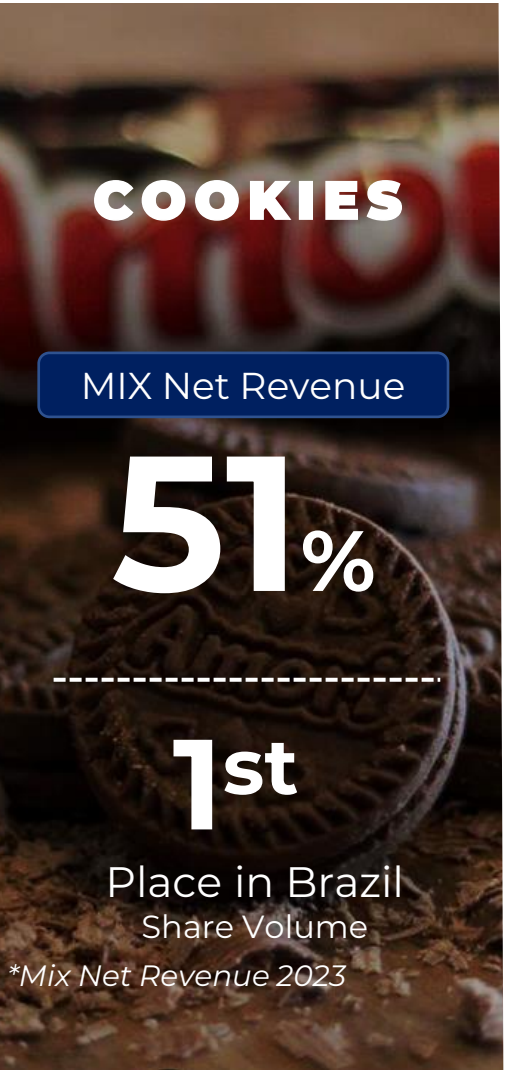
SUPPORT AREAS

- Internal Audit
- External Audit
- Risks
- Compliance

GOVERNANCE FORUMS TO SUPPORT DECISION-MAKING

- Executive
- Ethics
- Health and workplace safety
- Sustainability
- Image Management

RELEVANT POSITION IN THE MARKETS IN WHICH WE OPERATE



COOKIES

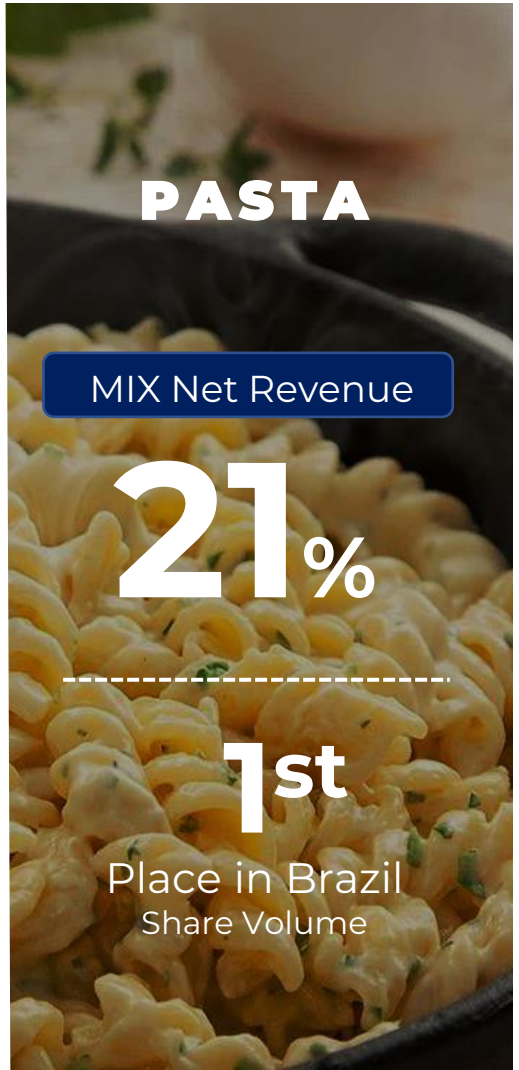
MIX Net Revenue

51%

1st

Place in Brazil
Share Volume

**Mix Net Revenue 2023*



PASTA

MIX Net Revenue

21%

1st

Place in Brazil
Share Volume



WHEAT FLOUR AND BRAN

MIX Net Revenue

18%

4th

Place in Brazil
Share Volume



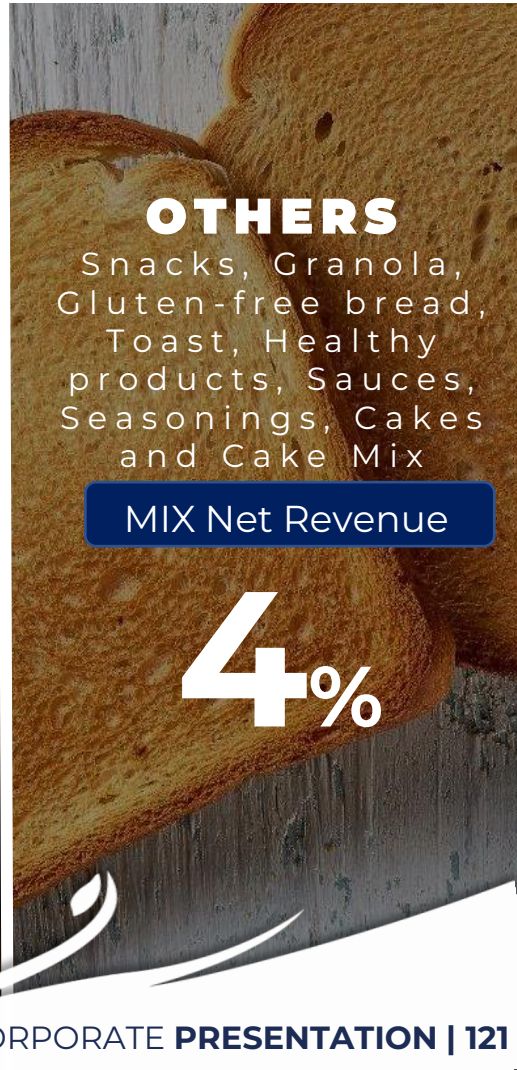
MARGARINE AND VEGETABLE SHORTENING

MIX Net Revenue

6%

3rd

Place in Brazil
Share Volume



OTHERS

Snacks, Granola, Gluten-free bread, Toast, Healthy products, Sauces, Seasonings, Cakes and Cake Mix

MIX Net Revenue

4%

M. Dias Branco

MORE THAN 20 BRANDS IN DIFFERENT PRICE RANGES AND CONSUMPTION OCCASIONS

PREMIUM BRANDS AND NEW TRENDS

FRONTERA

Jasmine

FIT FOOD

piraquê

T&C

smart

MAINSTREAM

ADRIA

VITARELLA

ff FORTALEZA

isabela

Richester

finna

Amorosa

Medalha de Ouro

ALIMENTOS Las Acacias

Adorita

SALSITOS

ENTRY BRANDS

Estrela

Puro Sabor

Predilleto Vem do Coração

PILAR

Bonsabor

Pelaggio

BRANDS WITH ANNUAL SALES OVER R$ 1 BILLION AND R$ 500 MILLION

OVER
R$ 1 BILLION

OVER
R$ 500 MILLION

piraquê

VITARELLA

FORTALEZA

Richester

ADRIA

PILAR

Medalha de Ouro

isabela

finna

#1 IN COOKIES & CRACKERS AND PASTA (MARKET SHARE BRAZIL - NIELSEN)

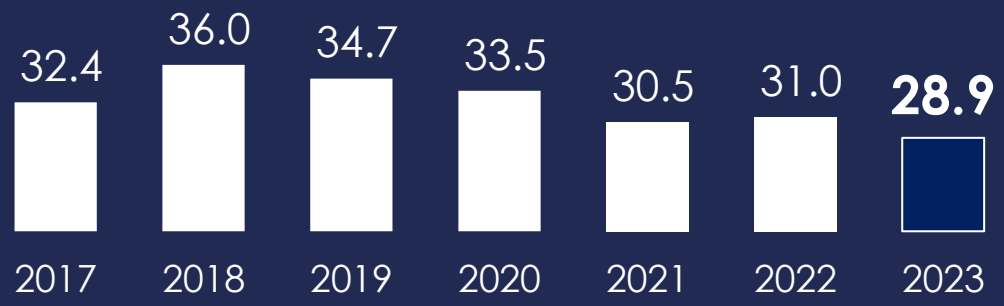
COOKIES & CRACKERS



M. DIAS BRANCO x COMPETITORS

M. Dias Branco	5 main competitors	Others
31.8	31.3	36.9

PASTA



M. DIAS BRANCO x COMPETITORS

M. Dias Branco	5 main competitors	Others
28.9	39.7	31.4

REVENUE BY REGION 2023



DEFENSE
North and Northeast

MIX NET REVENUE **64%**




Share Volume:	51%	52%

ATTACK
South, Southeast and Midwest

MIX NET REVENUE **34%**




Share Volume:	22%	18%

EXPORT
2%

WE OPERATE ON A DIVERSIFIED BASE OF SALES CHANNELS

REVENUE BY SALES CHANNEL	2022	2023
SMALL RETAIL	19%	18%
WHOLESALE	18%	17%
KEY ACCOUNTS / REGIONAL CHAINS	23%	22%
CASH AND CARRY	23%	24%
DISTRIBUTORS	11%	13%
INDUSTRY	3%	3%
OTHER	3%	3%



PRESENT ALL OVER BRAZIL WITH STRONG DISTRIBUTION AND INFRASTRUCTURE



+3,240
CITIES IN BRAZIL



+300K
POINTS OF SALES
100k DIRECT



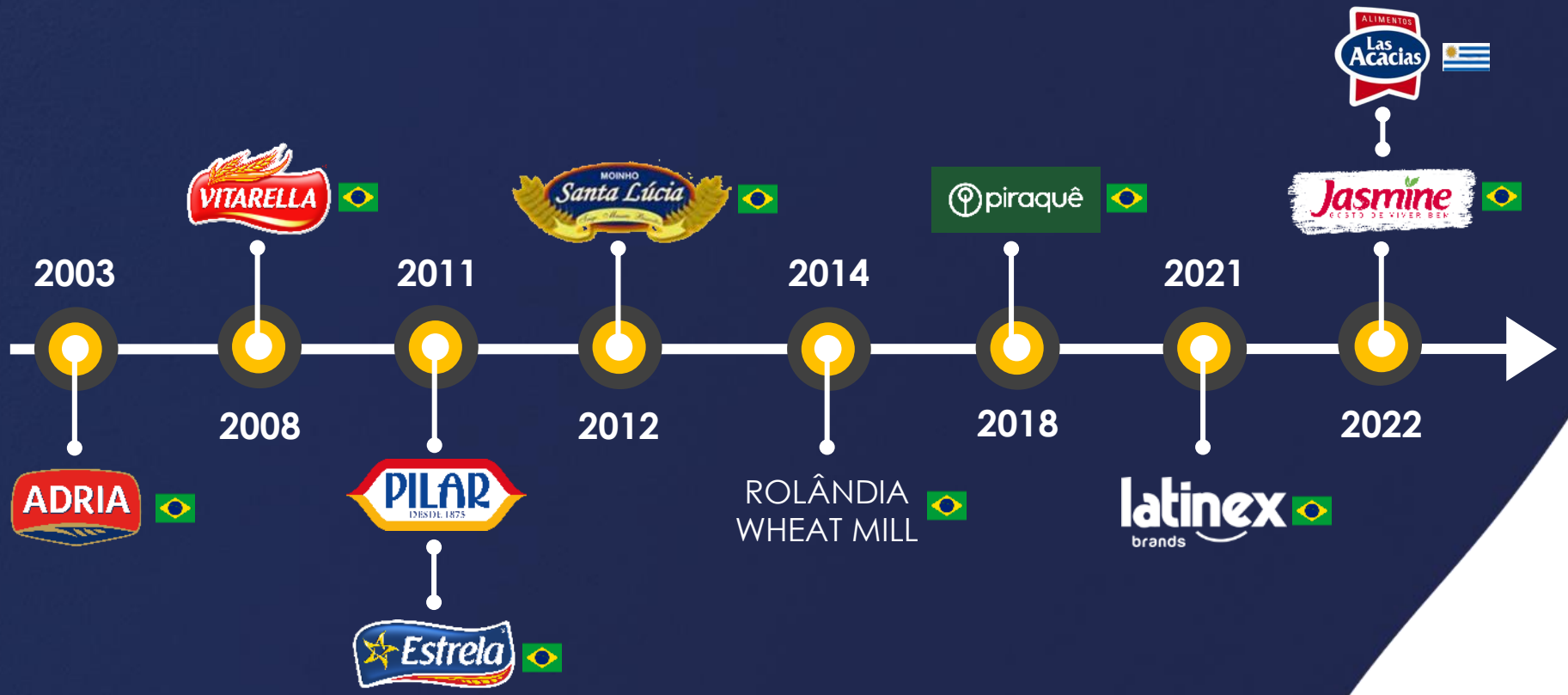
27
DISTRIBUTION CENTERS



17
INDUSTRIAL UNITS



THE ACQUISITIONS HAVE LEVERAGED OUR GROWTH AND ENRICHED OUR PRODUCT PORTFOLIO



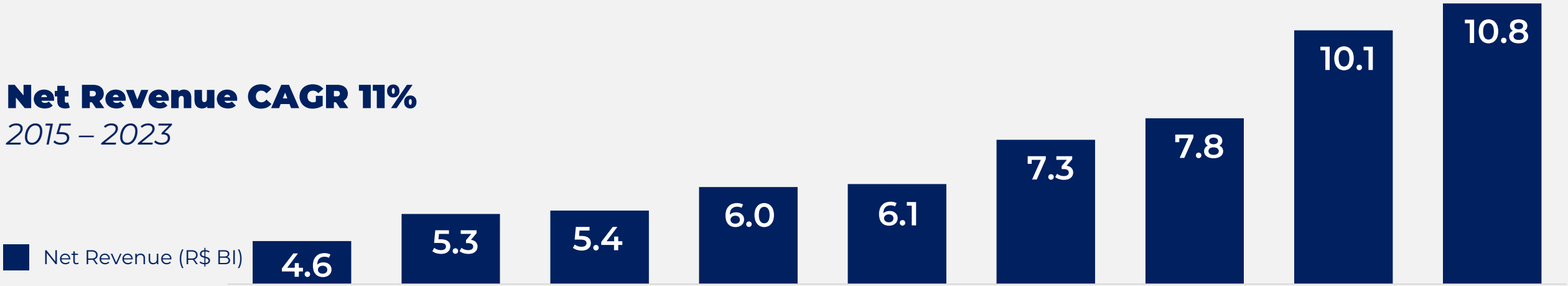
55%

OF THE REVENUE FROM THE ACQUIRED BRANDS

STRONG GROWTH HISTORY

Net Revenue CAGR 11%

2015 – 2023



	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
EBITDA (R$ MM)	687	919	966	933	772	974	684	900	1,434
EBITDA Margin	15%	17%	18%	15%	13%	13%	9%	9%	13%

PROFITABLE GROWTH STRATEGY

CURRENT BUSINESS

1



OTHER CATEGORIES

2

INTERNATIONAL

3

EFFICIENCY AND PRODUCTIVITY PROGRAM

CURRENT BUSINESS

1 DEFENSE

ATTACK

OTHER CATEGORIES

2

INTERNATIONAL

3

PRODUCTIVITY AND EFFICIENCY

In crackers and cookies, we complemented the portfolio higher added-value items

2017

Net Revenue

R$ 2.9 bi

Price Index* Above **120**: **0%**

38%

Price Index Below **80**: **62%**

2023

Net Revenue

R$ 5.6 bi

Price Index Above **120**: **26%**

53%

Price Index Below **80**: **21%**

piraquê FIT FOOD Jasmine

Source: Nielsen

CURRENT BUSINESS

1 DEFENSE

ATTACK

OTHER CATEGORIES

2

INTERNATIONAL

3

PRODUCTIVITY AND EFFICIENCY

The average price has increased, with the contribution of innovation higher added-value items and smart pricing



CURRENT BUSINESS

1 DEFENSE

ATTACK

OTHER CATEGORIES

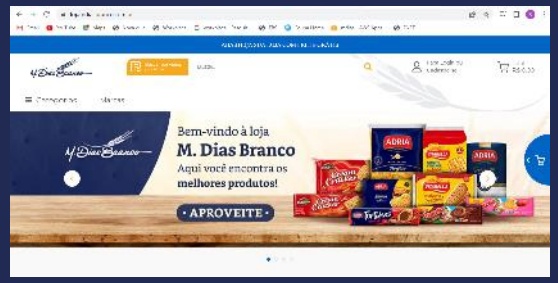
2

INTERNATIONAL

3

PRODUCTIVITY AND EFFICIENCY

- **Diversify operating channels**
  - Distributors, 12.5% of revenue in 2023 vs. 11.3% in 2022
  - E-commerce, starting in 2020 and operating on the main platforms



- **Improve execution at the point of sale**
  - Perfect store: focus on assortment, shelf, merchandising and price





- **Strengthen the priority brands**

piraquê VITARELLA ADRIA

CURRENT BUSINESS

1 DEFENSE

ATTACK

OTHER CATEGORIES

2

INTERNATIONAL

3

PRODUCTIVITY AND EFFICIENCY

HEALTHY PRODUCTS





SNACKS







SAUCES AND CONDIMENTS





CURRENT BUSINESS

1 DEFENSE

ATTACK

OTHER CATEGORIES

2

INTERNATIONAL

3

PRODUCTIVITY AND EFFICIENCY

- **R$ 18MM Net Revenue in 2015 and R$ 184MM in 2023**
- **Sales to 44 countries in 2023**
- **Specific products for export, such as *shelf stable* margarine**
- **Las Acacias acquisition in Uruguay**





- **R$ 560 MM expense reduction between 2020 and 2021 (Multiplique Project)**
  - SG&A at 25.7% in 2019, 21.0% in 2021; 20.1% in 2022 and 20.5% in 2023



- **SAP implementation in Jan/2024**

- **Improved service level (OTIF); 76% in 2023 and target at 80% in 2024**



- **Improved Working Capital, longer average supplier terms**
  - 13 days in 2019 to 56 days in 4Q23



- **Debt Lengthening**
  - 38% in the long-term in 2019 and 76% in the long-term in 2023
  - Hedge Policy

ESG



2019

RATING: BBB

2020

2020

SCORE: D

2021

2022

2023 NEW

2023 NEW

2ND CONSECUTIVE YEAR w/ AA rating

4TH CONSECUTIVE YEAR in the portfolio

Evolution in actions that reduce CO2 emissions

Commitment of 40% women in leadership

Great Place to Work

TRIBUTARY CHANGES

MP 1.185/23 LAW 14.789/23

Taxation of Subsidies

PIS/COFINS (9.25%)

IR/CSLL (34%)

IMPACT - 9M23

R$ 50MM TO R$ 70MM

IN NET PROFIT

JSCP

Maximum amount to be distributed as JSCP

Tax incentive reserves must be excluded for distribution calculation purposes

No relevant impact

ICMS

Increase in the ICMS rate to minimize revenue losses from tax reform

Increase of approximately **2%** in the ICMS rate

TAX REFORM

Extinction of five taxes (IPI, PIS, COFINS, ICMS and ISS) and creation of three new ones: **CBS** (Contribution on Goods and Services), **IBS** (Tax on Goods and Services) and **IS** (Selective Taxes)

Eventual impacts will be calculated based on the publication of the Complementary Law

ATYPICAL SITUATION IN THE DYNAMICS OF COMMODITIES AND THE EXCHANGE RATE IN 2020 AND 2021, WITH PRICE INCREASE IN US$ AND DEPRECIATION OF BRAZILIAN REAL, LEADING TO A DECLINE IN OUR MARGINS

Good for the result

Bad for the result

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
VAR. **DÓLAR** (PTAX Venda)	-11%	-10%	-6%	9%	-12%	-5%	17%	10%	9%	42%	5%	-8%	14%	8%	31%	5%	-4%	-3%
VAR. **WHEAT** (US$)	26%	58%	25%	-33%	10%	22%	6%	-9%	-14%	-14%	-14%	0%	14%	0%	11%	28%	28%	-28%
VAR. **OIL** (US$)	13%	73%	20%	-25%	33%	25%	-13%	-19%	-3%	-24%	14%	1%	-14%	-6%	28%	61%	9%	-29%
Mg. **EBITDA**	19%	18%	17%	20%	19%	17%	18%	16%	17%	15%	17%	18%	15%	13%	13%	9%	9%	13%

Source: Bloomberg (Dollar - Ptax, Wheat - W 1 Comdty and Oil - KO1 Comdty).

M. Dias Branco

Back-up

M. Dias Branco

Marketing & Commercial



FUNDAMENTALS TO KEEP GROWING

Being increasingly relevant TO EVERYONE, EVERYWHERE

1

Protect the Core Scale and Market Share

Weight reductions and smart pricing

New packaging formats: promopacks

Strengthening the priority brands

Portfolio Simplification

2

Growing with Higher Added Value

Growing the **strategic items and develop new categories**

Innovations with increased differentiation

Nationwide expansion of Piraquê, Latinex and Jasmine

3

Diversifying channels

Strengthening strategic channels

(Distributors, Food Service, E-commerce)

More relevant presence in the market with a *go-to-market* model

4

Improving Commercial Execution at the Point of Sale

Consolidating **Perfect Store** project and new *go-to-market* model

Improving **Smart Pricing and Promotions**

5

Internationalization

Consolidating Las Acacias integration

Keep moving forward with exports

Training and Structure

1 PROTECT THE CORE, SCALE AND MARKET SHARE

Weight reductions



COOKIES

Cream Cracker & Mamai

400g → **350g**



PASTA

500g → **400g**

New packaging and branding strategies

PROMOPACKS

Ideas for protecting Share on Cash&Carry channel



BRANDS STRATEGIES

Reintroduction of low-price brands in Cash & Carry

Priority Brands

Focus on 6 priority brands to generate engagement and investment optimization

piraquê

VITARELLA

ADRIA

isabela

Richester

FORTALEZA

Portfolio Simplification

REDUCTION NUMBER OF SKUs

300

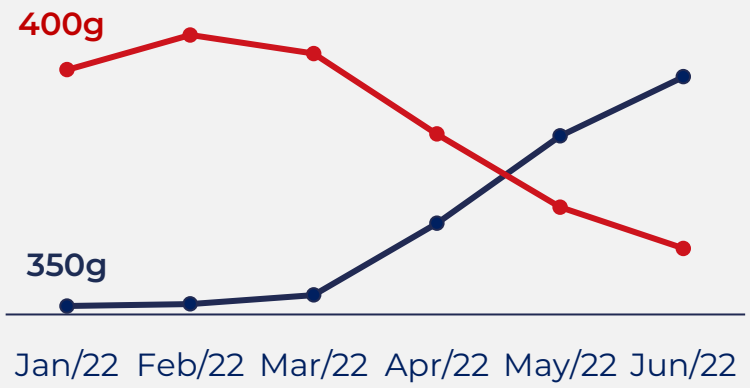
SKUs excluded (2021-2022)

1 PROTECT THE CORE, SCALE AND MARKET SHARE

COOKIES

Cream Cracker

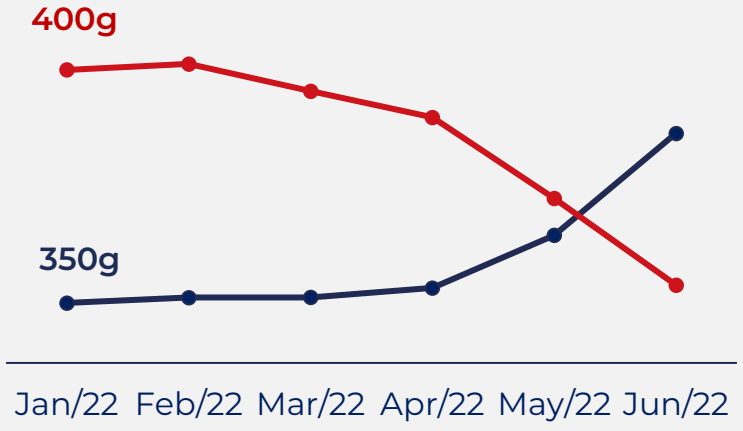
(Units.)



COOKIES

Maria & Maizena

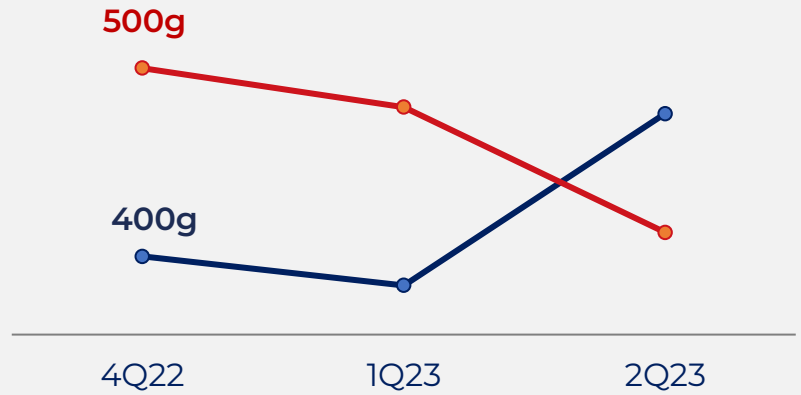
(Units.)



PASTA

Regular Pasta

(Volume)



2 INNOVATIONS WITH HIGHER ADDED VALUE, DIFFERENTIATION AND HIGH POTENTIAL

Develop new categories



Cookies covered with chocolate



Innovations with increased differentiation

Gluten-free tapioca snacks



Baked Potato Snacks



Nationwide expansion of Piraquê, Latinex and Jasmine







3 DIVERSIFYING OPERATING CHANNELS

More relevant presence in the market with a go-to market model

DISTRIBUTORS

MIX NET REVENUE

12.5%

(2023)

4.5%

(2019)



E-COMMERCE

It started in 2020

We operate on several platforms, including our own platform

- Lojamdiasbranco.combr
  R$ 11.2 million in 2023

49% growth in 2023 vs. 2022

Piraquê is the biggest E-commerce brand with 25% share in the cookies category



4 IMPROVING COMMERCIAL EXECUTION AT POINT OF SALE

Consolidate the perfect store project

Strategy based on 4 key pillars (4 Ps)



Which unfolds into 5 indicators

Pillar	Indicator	Score
Assortment	Priority Presence and Launches	40%
	Strategic Families	
Shelf	Shelf share	25%
Merchandising	# Extra Points	25%
Price	Average Price	10%

And it results in the Store Score



Perfect Store			
0 - 10%	Note 1	51 - 60%	Note 6
11 - 20%	Note 2	61 - 70%	Note 7
21 - 30%	Note 3	71 - 80%	Note 8
31 - 40%	Note 4	81 - 90%	Note 9
41 - 50%	Note 5	91 - 100%	Note 10

4 IMPROVING COMMERCIAL EXECUTION AT POINT OF SALE

Consolidate the perfect store project

By breaking down the Pillars, we were able to draw up action plans and direct investments

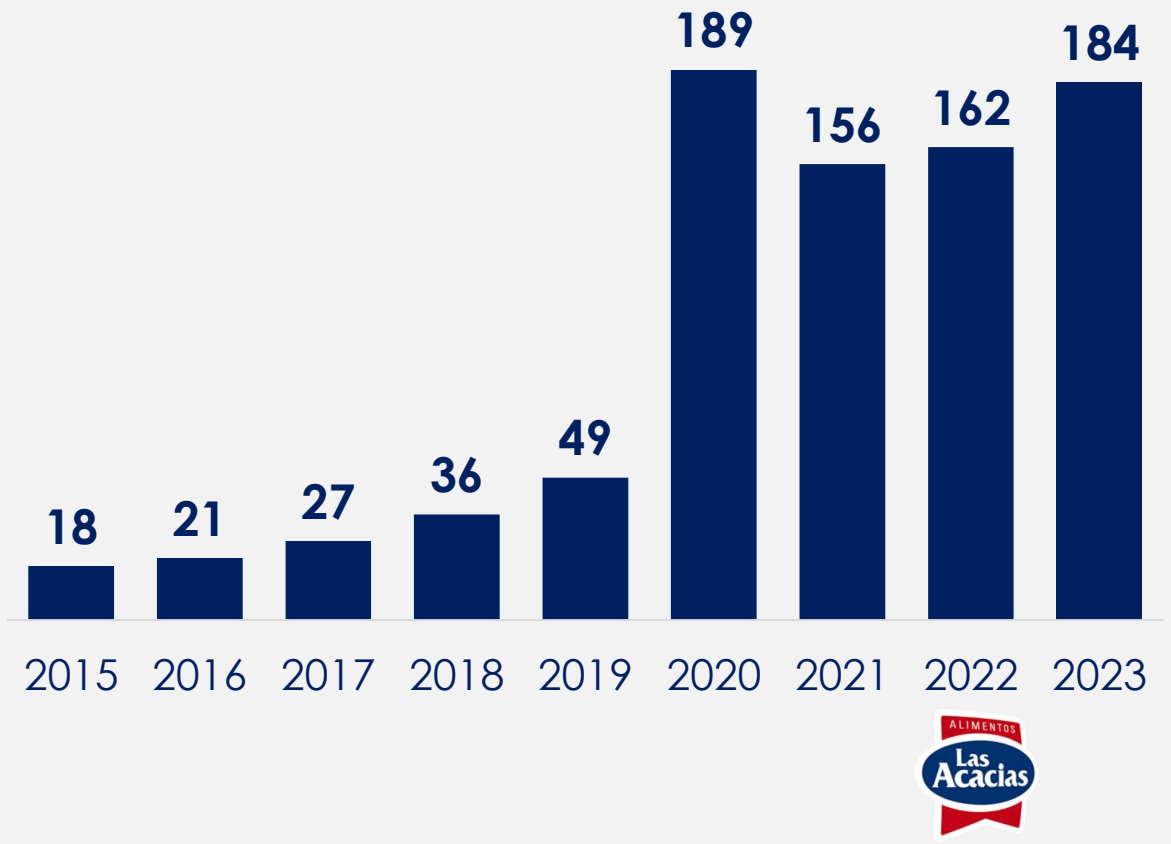
The higher the score, the higher our sell out

	PERFECT STORE	STORE WITH OPPORTUNITY
STORE	FRANGOLANDIA- Ceará 1	FRANGOLANDIA- Ceará 2
SIZE	Large	Large
ASSORTMENT (4.0)	3.7	3.7
SHELF (2.5)	2.5	0.7
MERCHAN 2,5	2.5	1.4
PRICE (1.0)	0.1	0.1
NOTE	8.8	5.9
SELL OUT DEC	R$ 155,441	R$ 102,217

	PERFECT STORE	STORE WITH OPPORTUNITY
STORE	BISTEK – COSTEIRA DO Santa Catarina 1	Santa Catarina 2
SIZE	MEDIUM	MEDIUM
ASSORTMENT (4.0)	3.1	3.3
SHELF (2.5)	1.9	0.3
MERCHAN 2,5	0.1	0
PRICE (1.0)	0.3	0.4
NOTE	5.2	3.6
SELL OUT DEC	R$ 56,899	R$ 33,366

5 INTERNACIONALIZATION

NET REVENUE – Foreign



- Focus on markets with high growth potential
- Products adapted to the export market
- Private Label Market



USA



PARAGUAY

Investments in Marketing to speed up sales and strengthen brands in 2023



“Isso tem um Q de Piraquê” and “Família Maltado” with Ludmilla



“Parece igual, mas tem diferença”



“Neologio” with Claude Troisgros



“Espalhe o amor que fortalece”



“Tem Isabela, tem história pra contar”

Marketing investments contributed to increasing awareness and preference for our two largest brands



BRAZIL

	2021	2022	2023
Total Knowledge	90	95	96
Consideration	59	71	73
Last 3 months Purchase	42	53	58
Preference	9	11	13



SÃO PAULO

	2021	2022	2023
Total Knowledge	92	93	93
Consideration	51	62	67
Last 3 months Purchase	42	52	57
Preference	6	6	6

Source: IPSOS.

M. Dias Branco

Operations



PRODUCTIVITY AND EFFICIENCY GAINS 2020 AND 2021

2020

MULTIPLIQUE PERFORMANCE

More than 200 initiatives to capture structural savings in costs and expenses, in all areas and processes, with the support of external consultancy

RECURRING SAVINGS RECOGNIZED IN 2020

R$ 184 MM

ANNUALIZED RECURRING SAVINGS

R$ 438 MM

2021



CORPORATE RESTRUCTURING

ANNUALIZED RECURRING SAVINGS **R$ 80 MM**

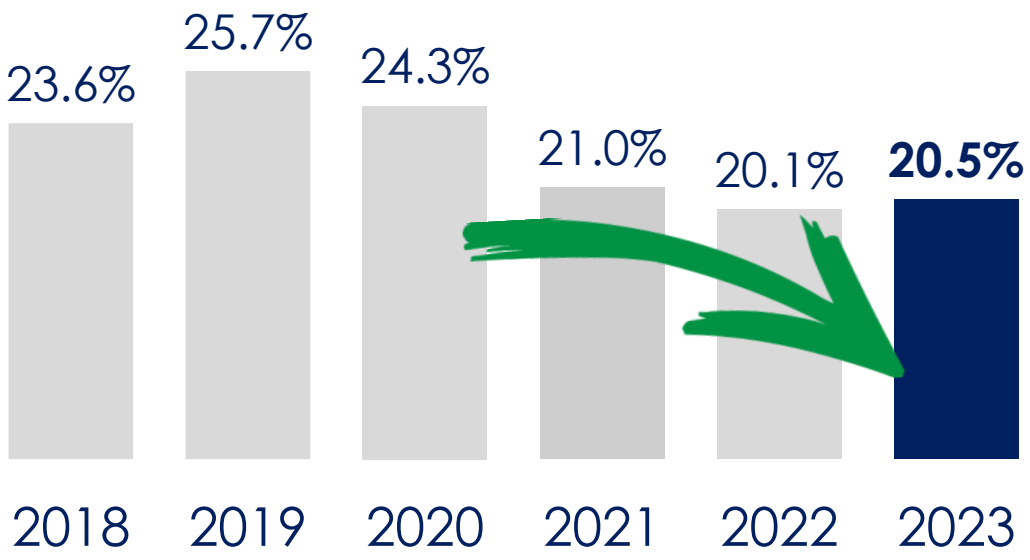


LOGISTIC/PRODUCTION NETWORK DESIGN

ANNUALIZED RECURRING SAVINGS **R$ 42 MM**

PRODUCTIVITY AND EFFICIENCY GAINS 2020 AND 2021

MULTIPLIQUE PERFORMANCE + CORPORATE RESTRUCTURING + NETWORK DESIGN



EXAMPLES:

COMMERCIAL
- ✓ Adequacy of the number of promoters
- ✓ Renegotiation of marketing contracts

LOGISTICS AND INDUSTRY
- ✓ Direct shipment from the factory to clients
- ✓ Temporary interruption of production lines (i.e. pasta from Maracanaú plant of Fábrica Fortaleza)
- ✓ Closure of 4 CDs

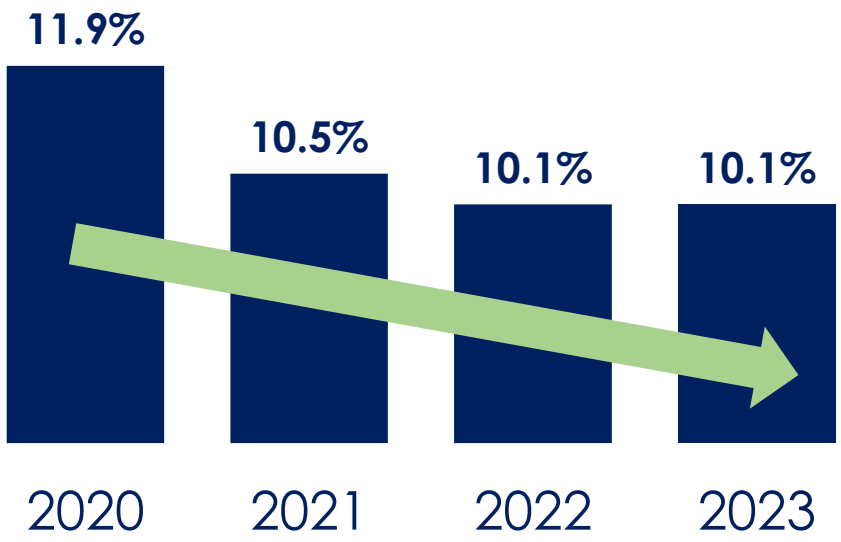
ADMINISTRATIVE
- ✓ Payroll Outsourcing
- ✓ Optimization in the hiring of general services

CORPORATE RESTRUCTURING
- ✓ Fewer Director position. (Ex: Internal Audit and Risks combined with Legal and Governance and extinction of Administrative Director position
- ✓ Extinction of one of the three management levels of the factories

Logistic Efficiency

MULTIPLIQUE PERFORMANCE + CORPORATE RESTRUCTURING + NETWORK DESIGN

Logistic Expenses (% Net Revenue)





Productivity and Efficiency Drivers

Footprint
- ✓ 4 DCs reduction 21/22
- ✓ Maximization of direct distribution from the factories

Distribution
- ✓ Fleet resizing
- ✓ 294 trucks less

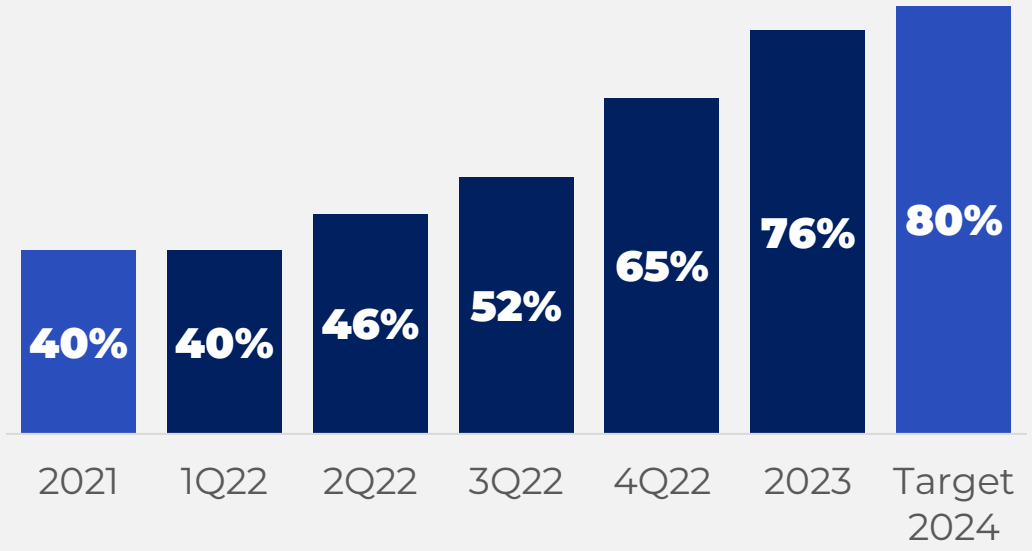
Storage
- ✓ 12% increase in the internal productivity of the DCs (Ton/HC) with management and use of technology (WMS)

TRANSFORMATION OF THE SERVICE LEVEL

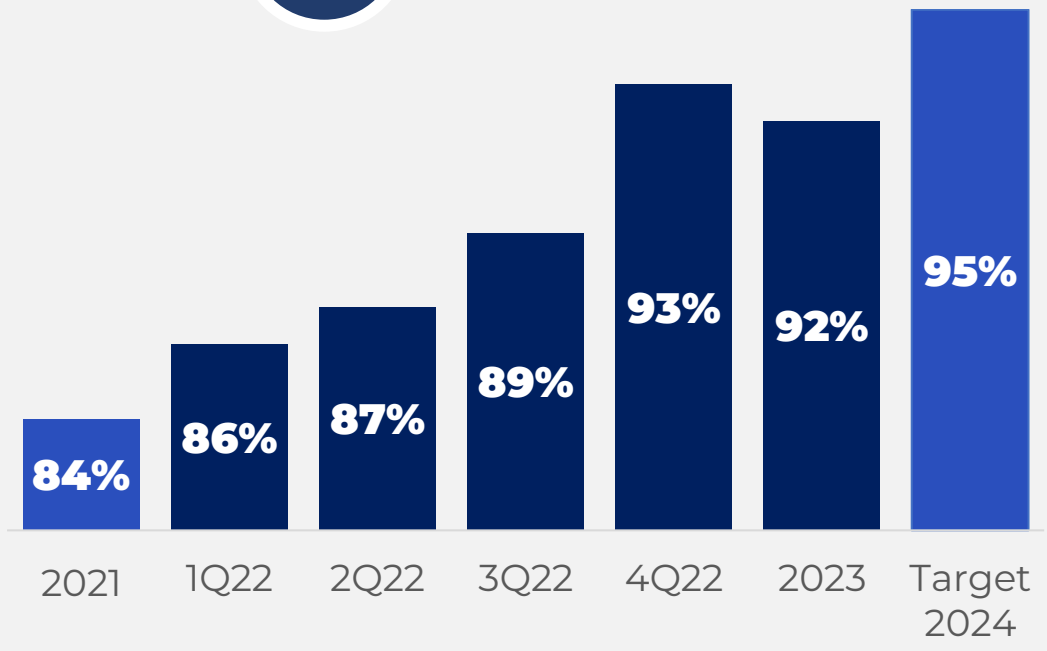
Service level KPIs

Service level improvement supports: (1) Commercial strategy and (2) E2E efficiency* of the company

OTIF
(On time in full)



CFR
(Case fill rate)



SIMPLIFY BEYOND ERP

2020

ORACLE E-BUSINESS SUITE

75%
Customized

80
Legacy Systems

2022

ORACLE E-BUSINESS SUITE

Dehydrated

38
New Applications

80
Legacy Applications

2024

SAP S/4 HANA

8%
Customized

33
Discontinued Applications

85
Applications

SAP

IMPLEMENTADO EM JAN/24

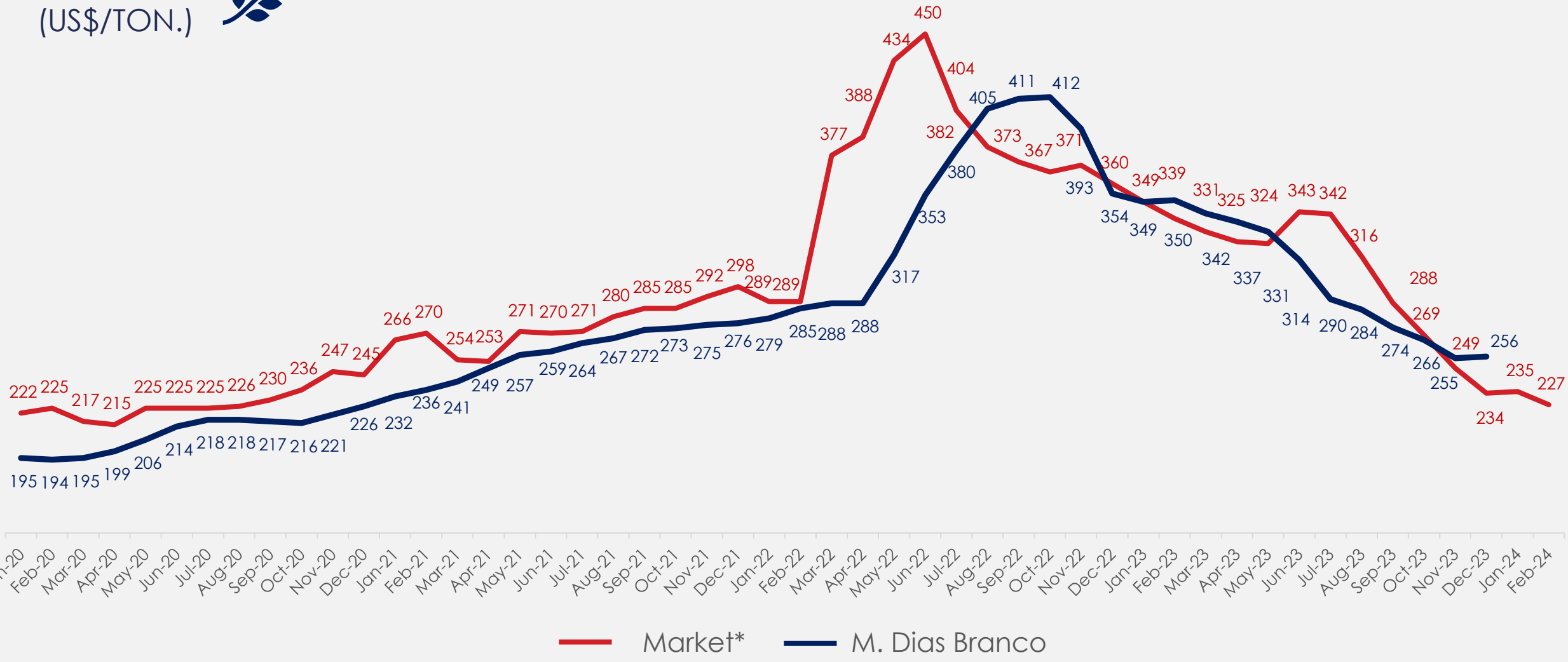
+320
Mapped Business Processes

92%
Level of adhesion of M. Dias to SAP Standard

simplifique

8%
Level of mapped customization

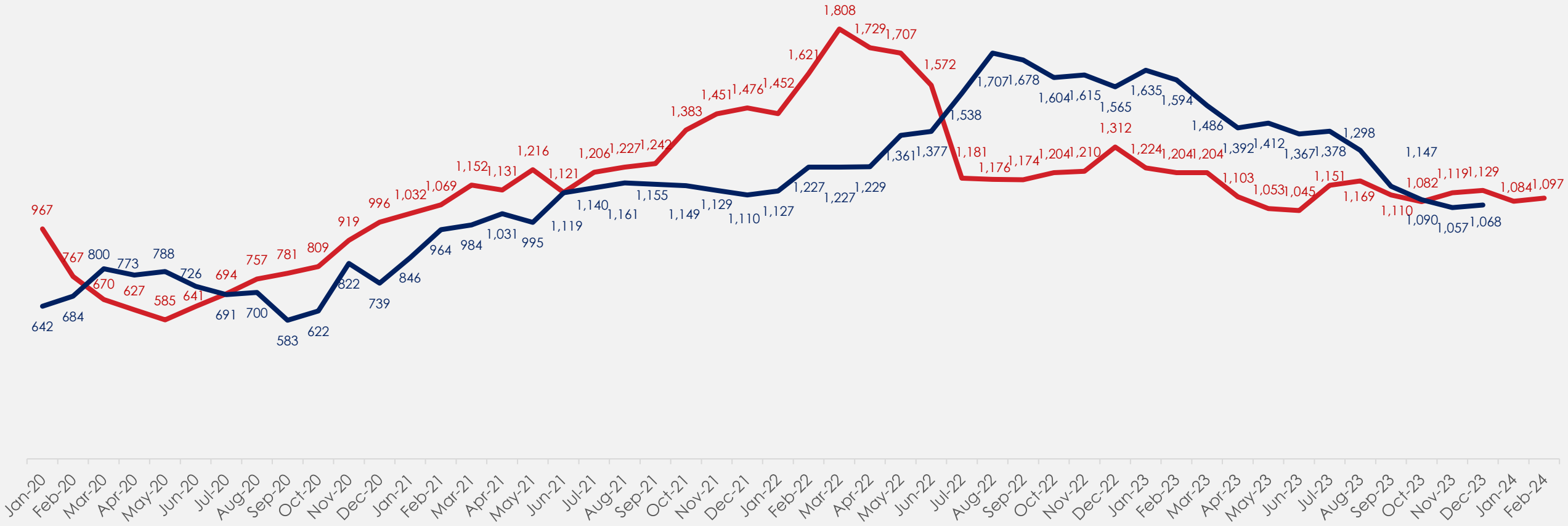
WHEAT
(US$/TON.)



***Source:** Wheat - SAFRAS & Mercado.

PALM OIL

(US$/TON.)



***Source:** Palm oil - Rotterdam.

DOLLAR



Source: Bloomberg (Dollar – Ptax)

NEW HEDGE **POLICY** (JUL/20)

Our policy aims to establish general rules and guidelines to protect and optimize results against fluctuations in exchange rates and commodity prices

MODALITIES

FOREIGN EXCHANGE HEDGE
Cash Flow Protection
(NDF and Options)

COMMODITY HEDGE
Commodity Futures Contract

DEBT HEDGE
Foreign Currency Debt Protection
(Swap Contracts)

1ST ISSUE OF CRAs BY M. DIAS BRANCO

(SETTLEMENT ON MARCH 24, 2021)

R$ 811.6
(million)

TOTAL CAPTURED

R$ 2.3
(billion)

TOTAL DEMAND
2.9x above the initial value

Green Bond

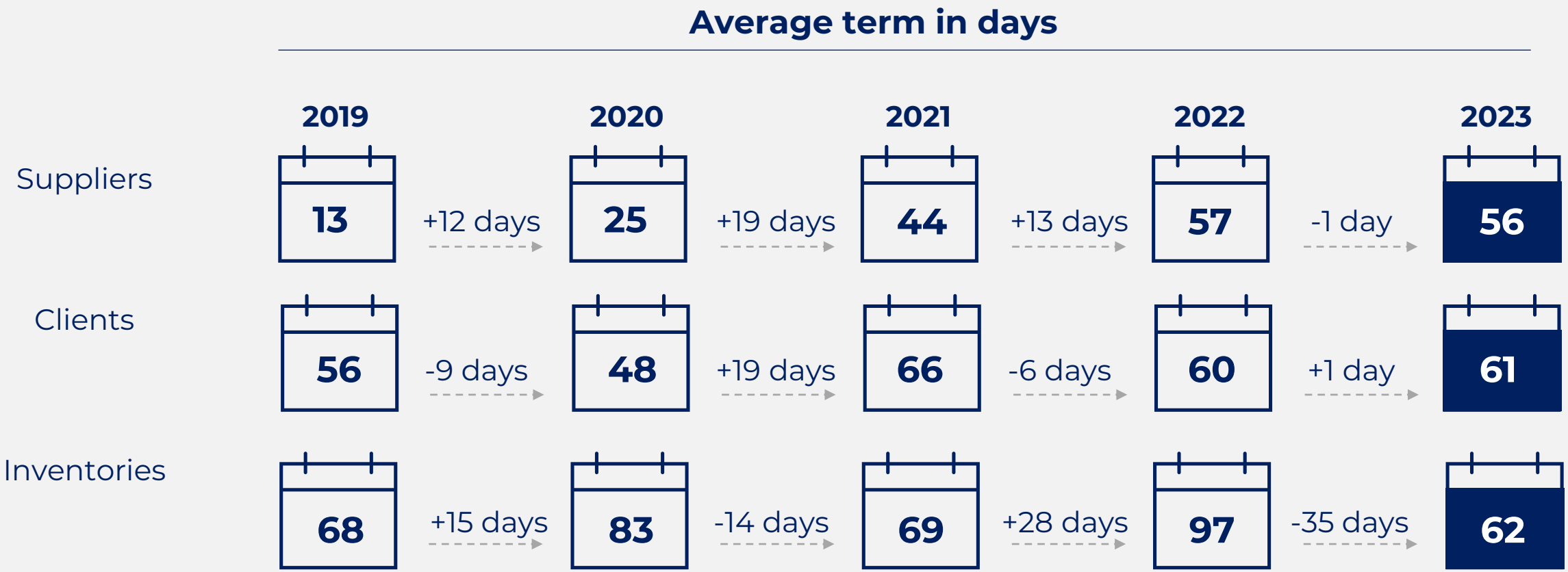
National Long-Term Rating 'AAA' (bra)
Stable Outlook (Fitch Rating)

REMUNERATION

1st Series
Maturity: 7 years
Rate: 3.79% + IPCA

2nd Series
Maturity: 10 years
Rate: 4.13% + IPCA

WORKING CAPITAL RELEASE WITH IMPROVEMENT IN AVERAGE SUPPLIER AND LOWER INVENTORY COSTS IN 2023



Revision in the Policy of Shareholders Remuneration

Increased payout ratio

FREQUENCY

5 payments per year

(4 fixed e 1 variable)

VALUE

2023 NEW — R$0.06/share

2021 / 2022 — R$0.05/share

(for each fixed payment)

PAYOUT*

2023 NEW — 80%

2021 / 2022 — 60%

Until 2020 — 40%

*percentage of distributable net income

Acquisitions



LAS ACACIAS

- Acquired in October/2022 for R$ 105 million;
- Accelerate our internationalization strategy (1 factory and 1 distribution center in Montevideo);
- It is among the top three pasta brands in Uruguay.

INITIATIVES:

1. Replacement of suppliers;
2. Insertion of Las Acacias products in M. Dias portfolio;
3. Evaluate M. Dias products to incorporate Las Acacias portfolio.

piraquê FIT FOOD Jasmine smart



JASMINE

- Acquired in August/2022 for R$ 344 million;
- Reference brand and leader in the market of granolas and healthy cookies;
- Consolidates M. Dias Branco's positioning in the healthy foods market.



LATINEX

- Acquired in March/2021;
- Initial price of R$ 180 million reaching up to R$ 272 million;
- Reinforces our presence in healthy foods and snacks, seasoning, sauces and condiments segments.

FIT FOOD

HEALTHY FOODS

FRONTERA

SNACKS

TASTE&CO

SALTS AND SPICES

smart

SAUCES AND CONDIMENTS

Tyrrells
hand-cooked English crisps

HANDCRAFT CRISPS
(LICENSE DISTRIBUTION)



PIRAQUÊ

- Acquired in May/2018 for R$ 1.5 billion;
- The brand, which has high added value, is already the second largest in our portfolio;
- Since the acquisition, Piraquê has grown rapidly throughout Brazil, improving our mix and average price.

NET REVENUE

TOTAL BRAZIL	**R$ 684** Million 2017 Pre-acquisition	**+75%**	**R$ 1.2** Billion 2023
DEFENSE REGION	**R$ 14** Million 2017 Pre-acquisition	**+12x**	**R$ 162** Million 2023



ESG

M. Dias Branco





OUR PUBLIC COMMITMENTS UNTIL 2030

Caring for the planet (environmental)

- Water consumption reduction to 0.40 m3/t product
- Use of renewable energy of 90%
- Reutilization of 30% of the water consumed
- Adoption of two carbon neutral seal product brands
- Absolute greenhouse gas (GHG) emissions reduction by 20%
- Water capture in areas of water stress reduction by 30%
- Zero waste sent to landfills
- Recovery of 38% of post-consumption packaging
- Use of 100% recyclable and/or postable and/or biodegradable finished product plastic packaging
- Reduced input losses in the production process to 0.94% (reduction by 25%)
- Reduced finished product waste by 50%

Believing in people (social)

- 150,000 people impacted by the program to promote entrepreneurship and professional training
- 80% in employee satisfaction index evaluated in an external survey
- 40% women in leadership
- 10 million people impacted by the nutrition education program for the population
- Accident frequency rate no higher than 0.5 (own employees)
- Severity rate at no more than 8% (own employees)
- Market share leadership in four categories with health and nutrition attractions

Strengthening alliances (governance)

- 80% of purchases from local suppliers

OMEGA ALLIANCE

WIND POWER GENERATION

Omega

Investment of R$ 9 million

3 wind energy parks, installed in Paulino Neves/MA

Installed wind capacity of 97.2 MW

Total redirected to M. Dias Branco: 18 MW (50% of the Company's need)

Target of use of renewable energy of 90% until 2030

INPACTO

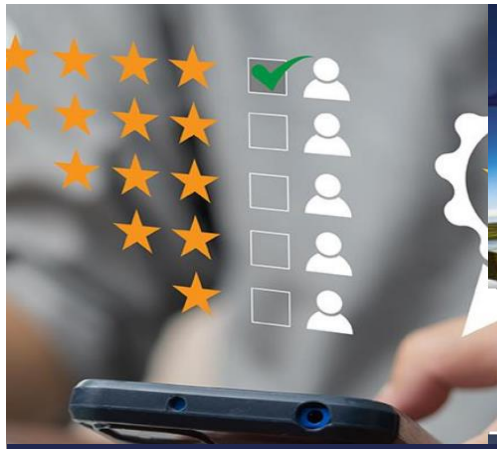
PROGRAM

ALLIANCE FOR THE FUTURE

The project seeks the sustainable development of our supply chain through the M. Dias Branco green seal.

Launched in 2023, our goal is to have 100% critical suppliers evaluated and monitored by 2030.

Program Pillars



ASSESSMENT AND DEVELOPMENT



SOCIAL AND ENVIRONMENTAL MAPPING



COALITIONS AND EXTERNAL CERTIFICATIONS



OTHER INITIATIVES IN SUPPLY MARKETS

M. Dias Branco

Update 2023



TRANSFORMATION IN PROGRESS

Management team with internal and external experiences

LARGEST MARKETING INVESTMENT | 2% NR



FOLHA TOP of MIND ADRIA 2023

Cannes Lions 2023

piraquê

BRAND STRENGTHENING

piraquê

	2021	2023
Total Knowledge	90	96
Consideration	59	73
Last 3 months Purchase	42	58
Preference	9	13

NEW CATEGORIES | INNOVATION

SNACKS | HEALTHY | LAUNCHES



26% SG&A %NR (2019) → **21%** SG&A %NR (2023)

ORGANIZATIONAL REDESIGN

MULTIPLIQUE PERFORMANCE

Local Green Bond

76% LONG-TERM DEBT (2023)

FINANCIAL CYCLE

112 DAYS (2019) → **67 DAYS** (2023)

SERVICE LEVELS

	CFR (Case fill rate)	OTIF (On time in full)
(2021)	84%	40%
(2023)	92%	76%

PERFECT STORE

for 70% of the revenue

We discontinued **300 SKUs** in 2020 and 2021

New channels **E-COMMERCE DISTRIBUTORS**

Implementation of a ***Revenue Management*** team

NEW ERP **SAP - JAN/24**

INDUSTRY 4.0

STRATEGIC SOURCING

HEDGE POLICY

65% renewable energy (2023) and 90% target by 2030
(In partnership with OMEGA)

Total Shareholder Return as a long-term incentive for the executive team

The cookies & crackers and pasta markets grew in 2023 (sell-out)

COOKIES & CRACKERS



	4Q23 vs. **4Q22**	2023 vs. **2022**
Value Sold	**+3%**	**+11%**
Volume Sold	**0%**	**-2%**
Units Sold	**+2%**	**0%**
Average Price (R$/Kg)	**+3%**	**+13%**

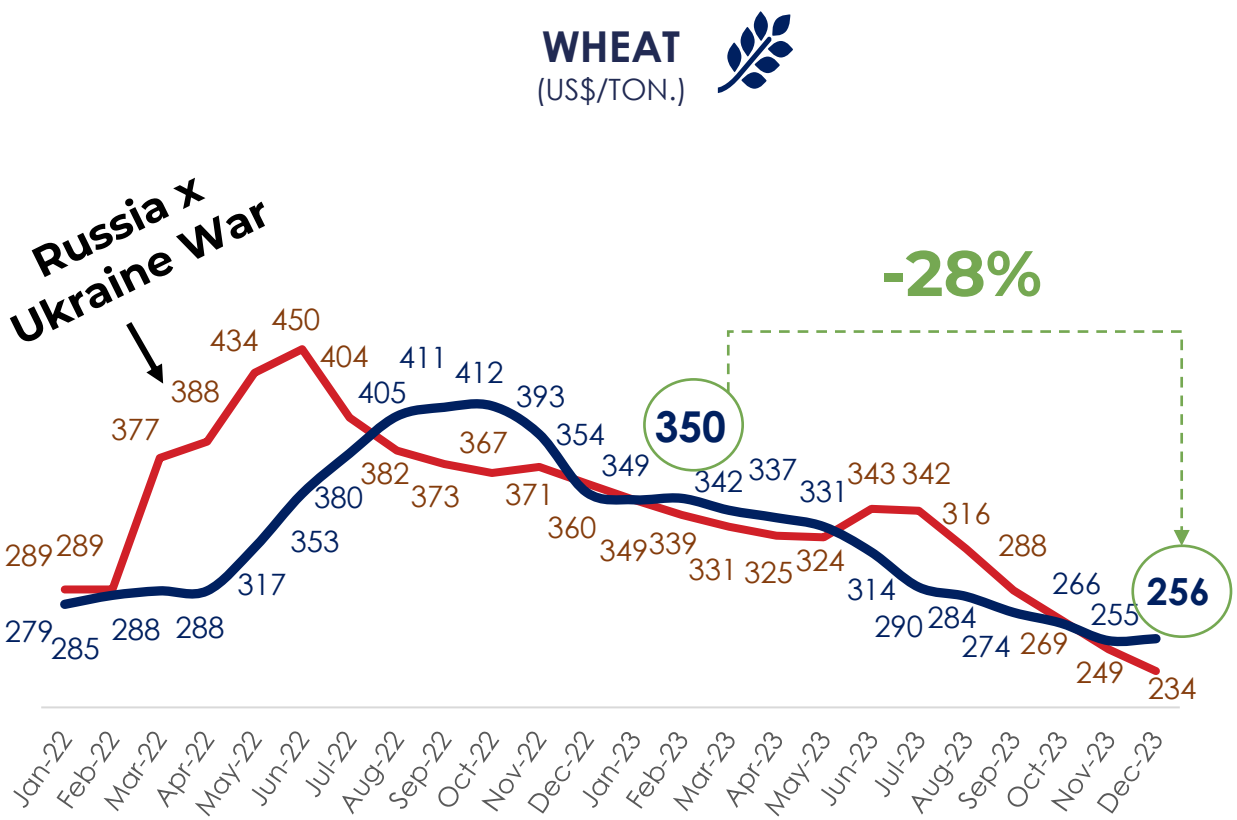
PASTA

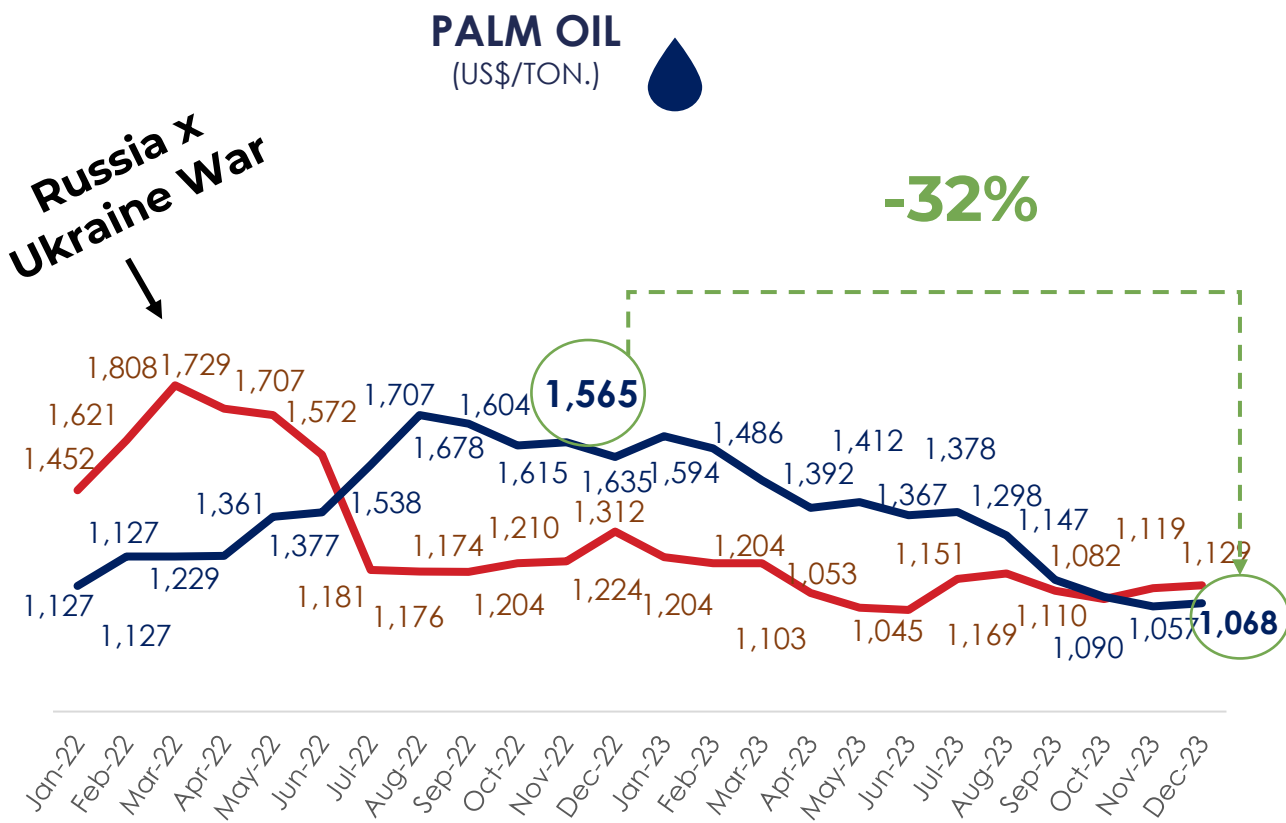


	4Q23 vs. **4Q22**	2023 vs. **2022**
Value Sold	**+5%**	**+13%**
Volume Sold	**+4%**	**+2%**
Units Sold	**+7%**	**+4%**
Average Price (R$/Kg)	**+1%**	**+11%**

Source: Nielsen – Retail Index. Total Brazil. INA+C&C.

Lower prices in wheat and palm oil in 2023. We closed the year with substantially lower costs than Dec/22

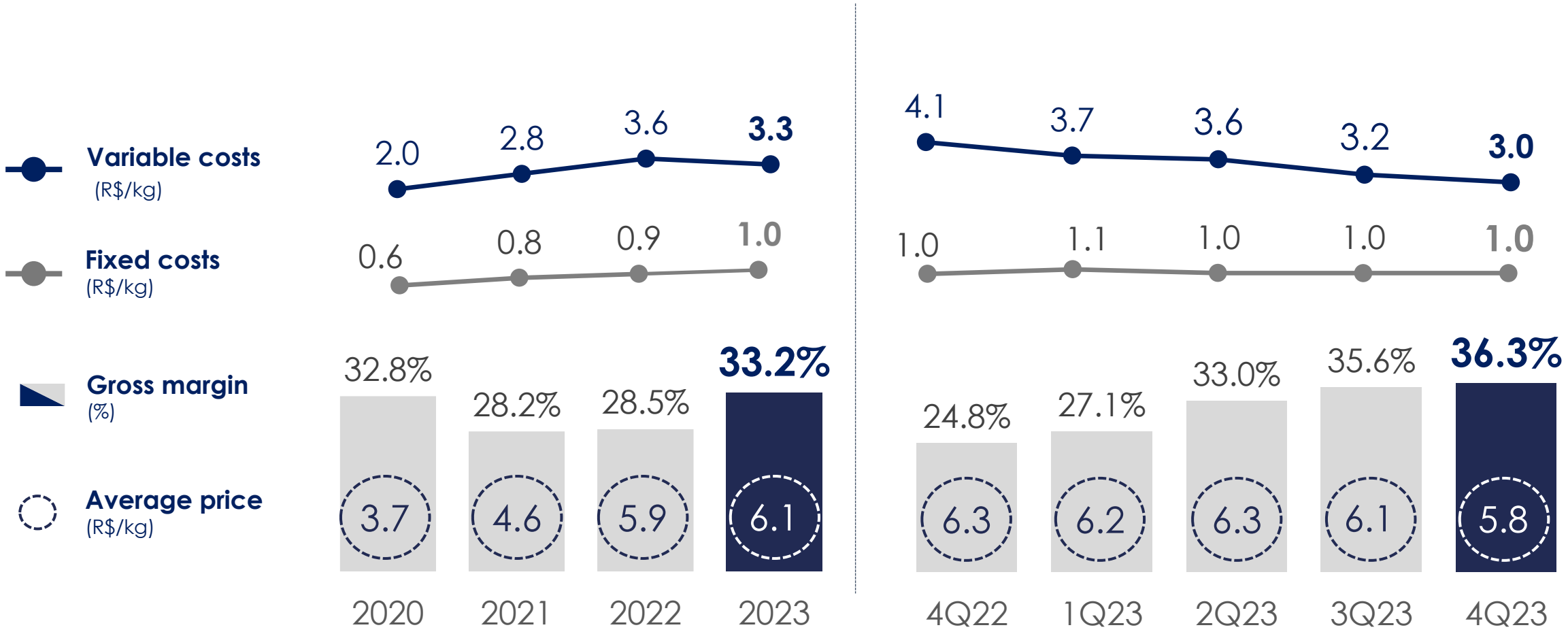




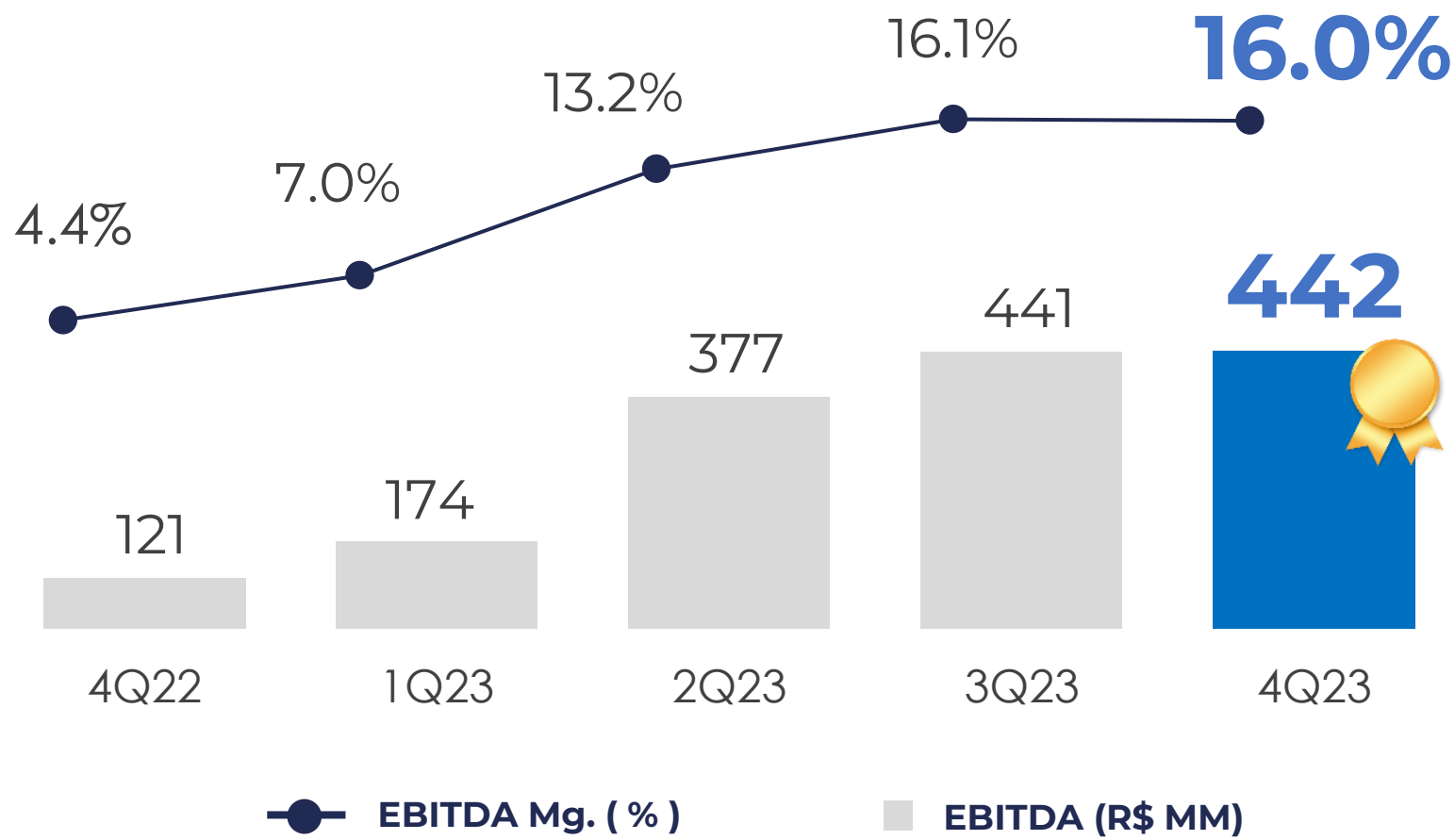
Market* M. Dias Branco

***Source:** Wheat - SAFRAS & Mercado; Palm Oil - Rotterdam.

Increase in gross margin due to the decrease in commodity prices and higher average prices YTD



Sequential growth of EBITDA, reaching R$ 442.4 million and 16.0% EBITDA Margin in 4Q23



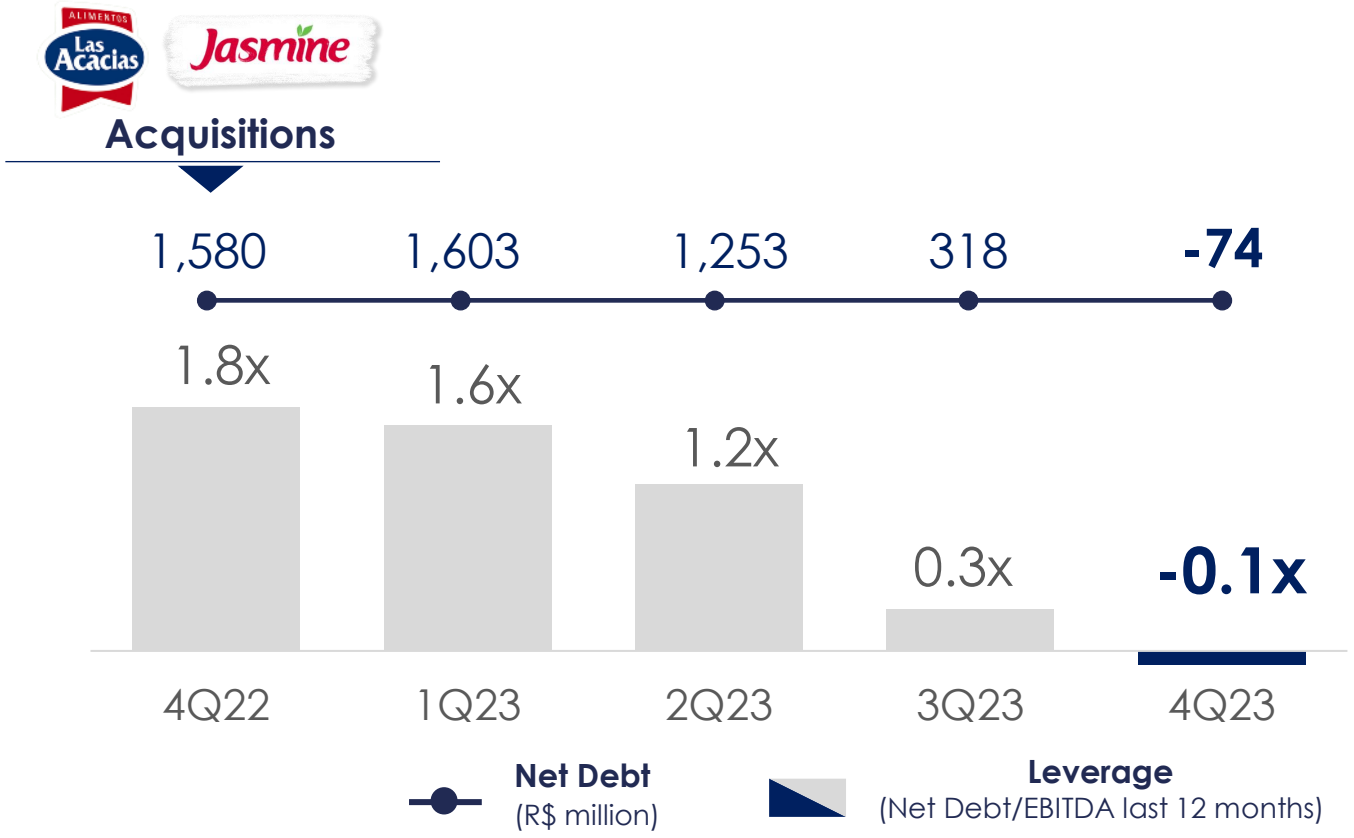
16.7%

EBITDA Mg.

Average 2006 to 2020

Strong cash generation in 2023, maintaining AAA rating and deleveraging

Leverage
Net (Cash) Debt / EBITDA (last 12 months)



NATIONAL RATING
FITCH RATINGS

AAA

Stable Outlook
Rating Reaffirmed

6th CONSECUTIVE YEAR

R$ MM	2022	2023
FCFF*	190	1,844
EBITDA	900	1,434

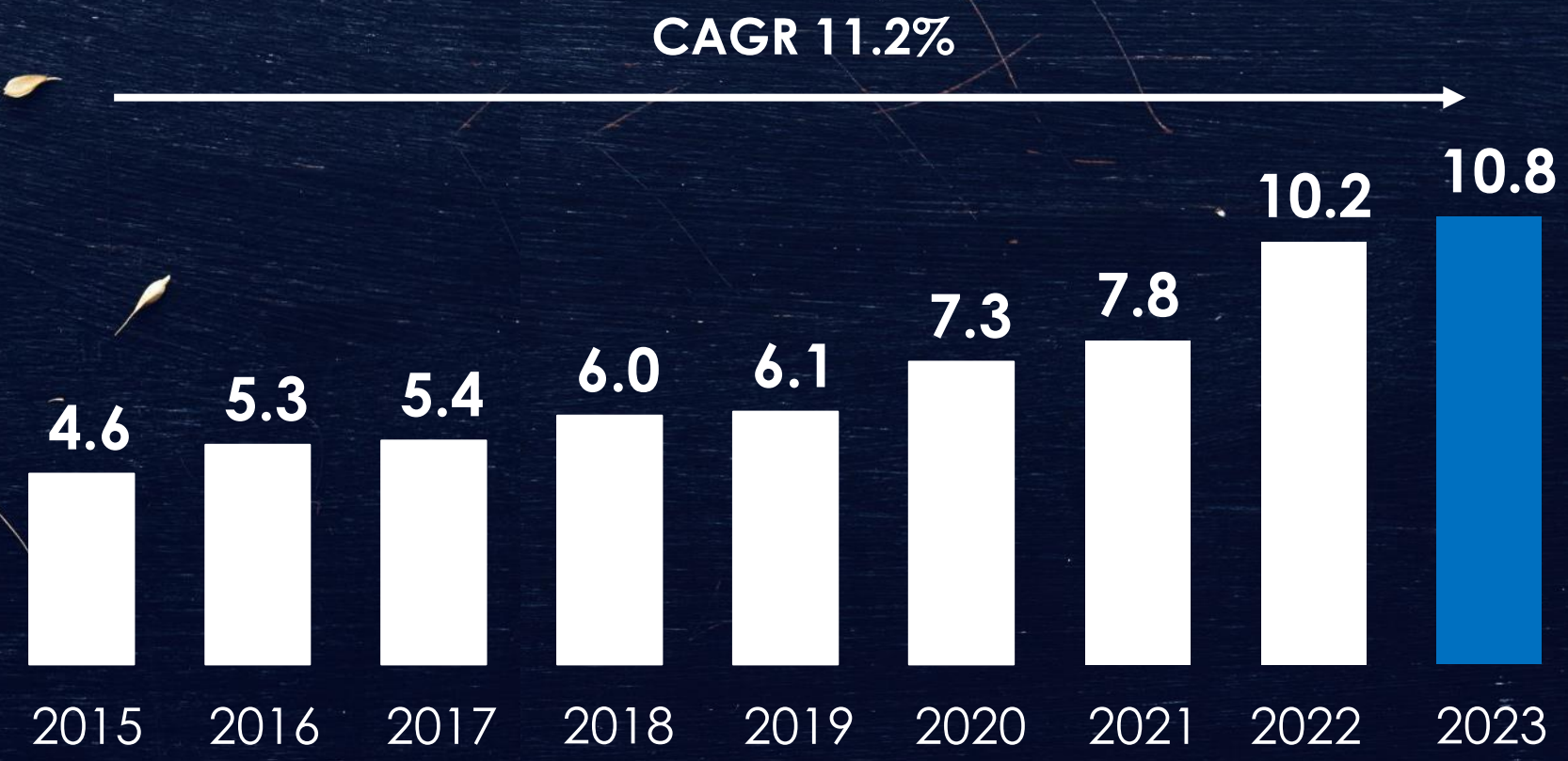
**Free Cash Flow to Firm*

FINANCIAL RESULTS 2015-2023

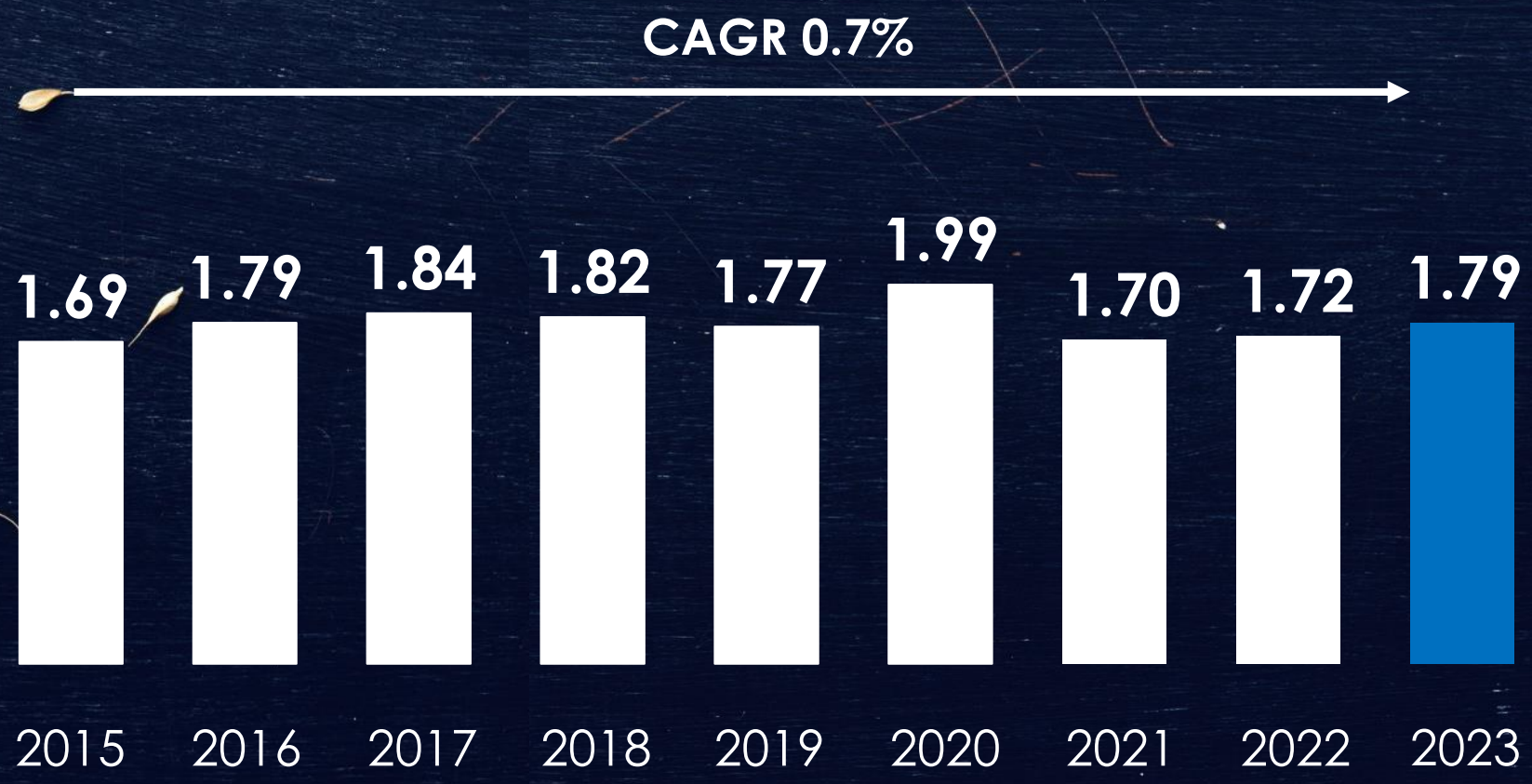
M. Dias Branco



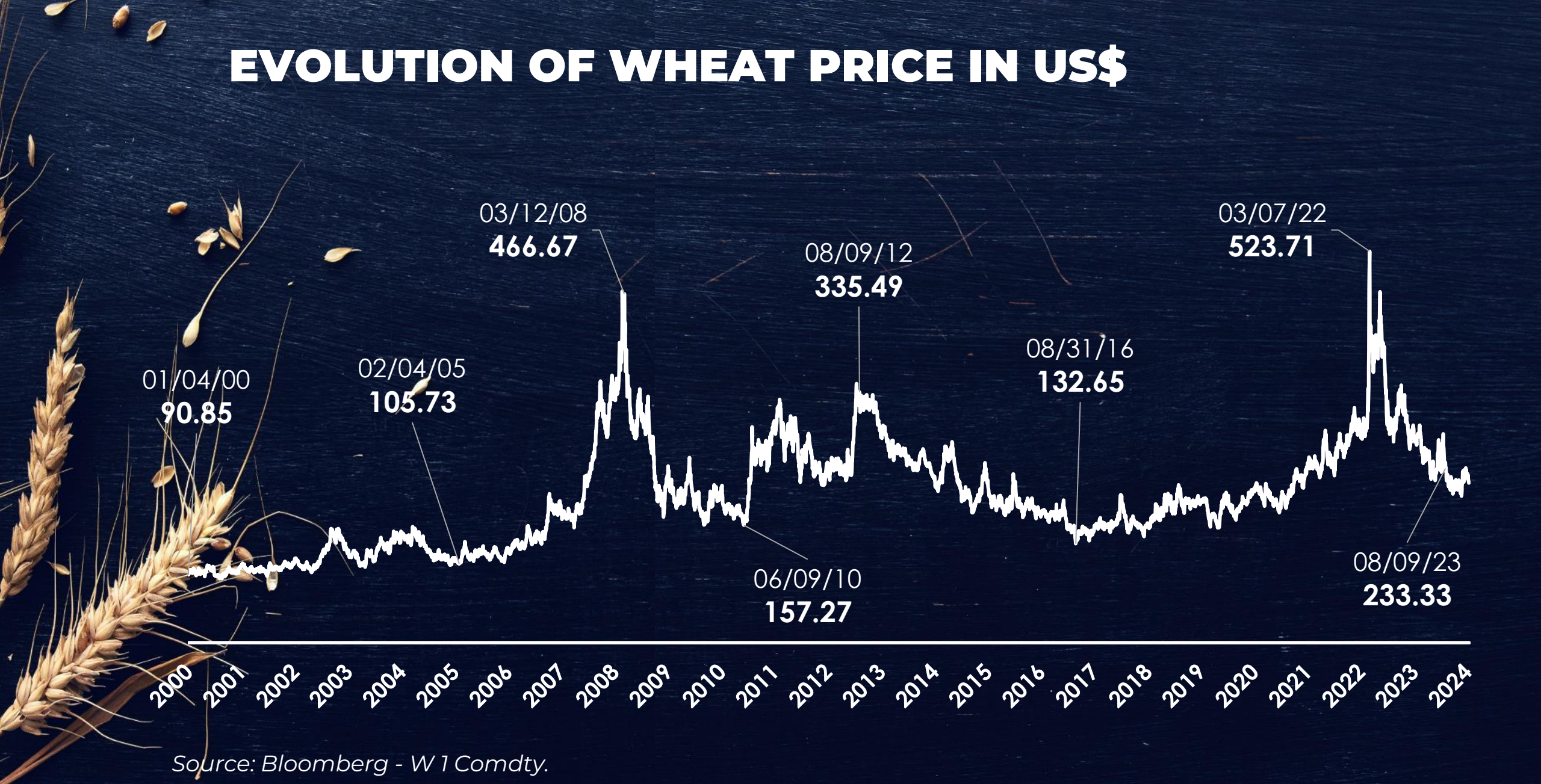
NET REVENUE (R$ BILLION)



VOLUME (MILLION TON.)

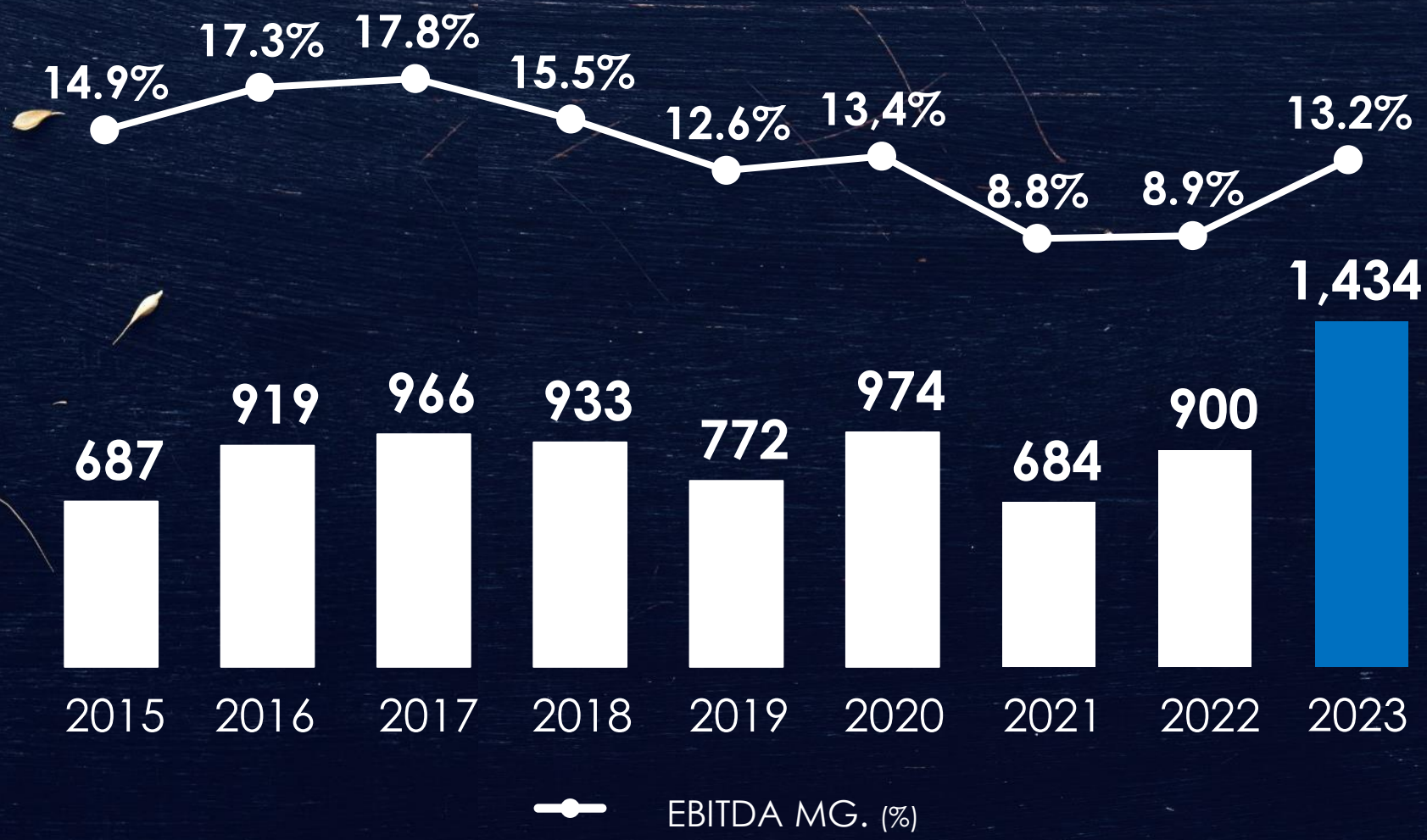


EVOLUTION OF WHEAT PRICE IN US$

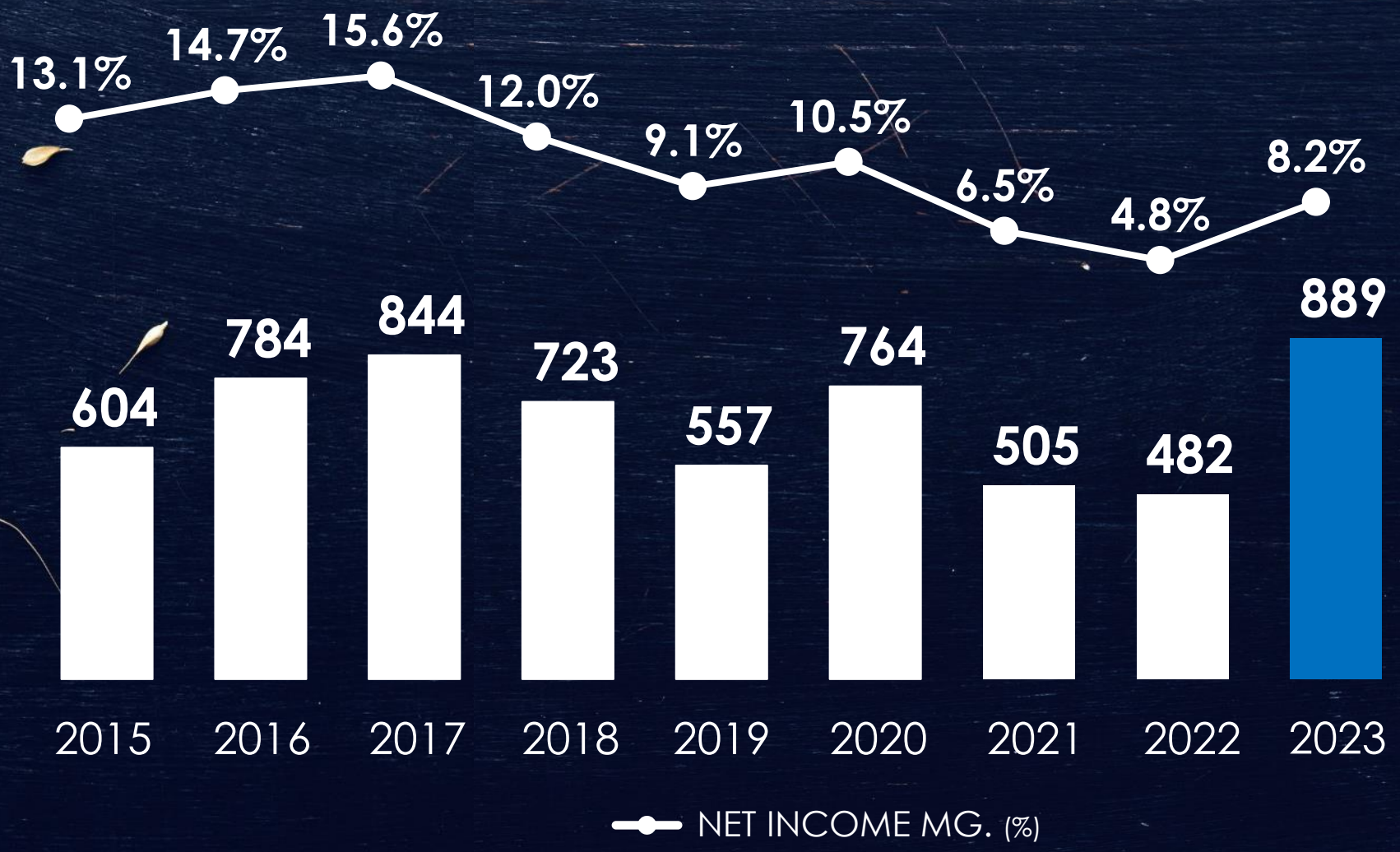


Source: Bloomberg - W 1 Comdty.

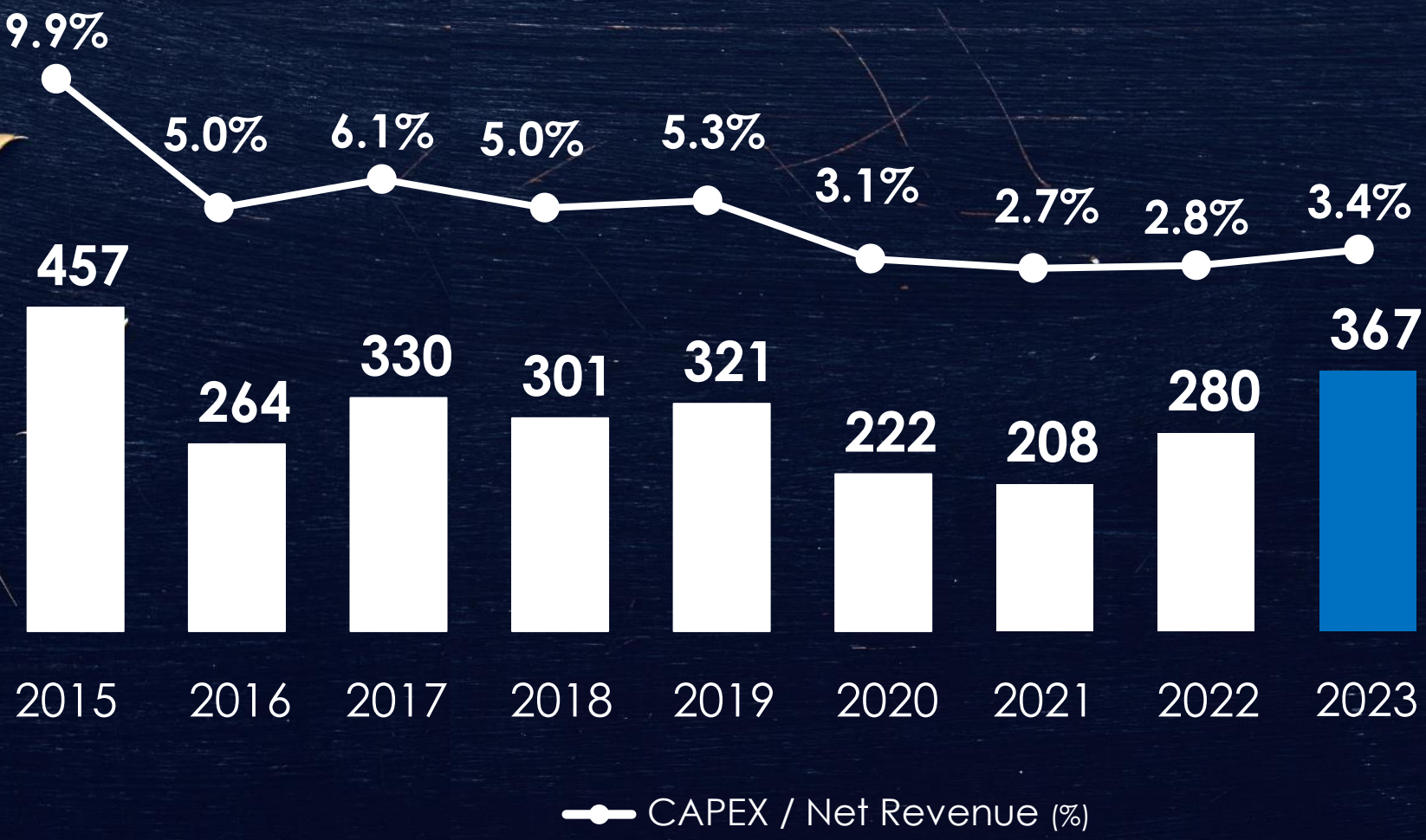
EBITDA (R$ MILLION)



NET INCOME (R$ MILLION)

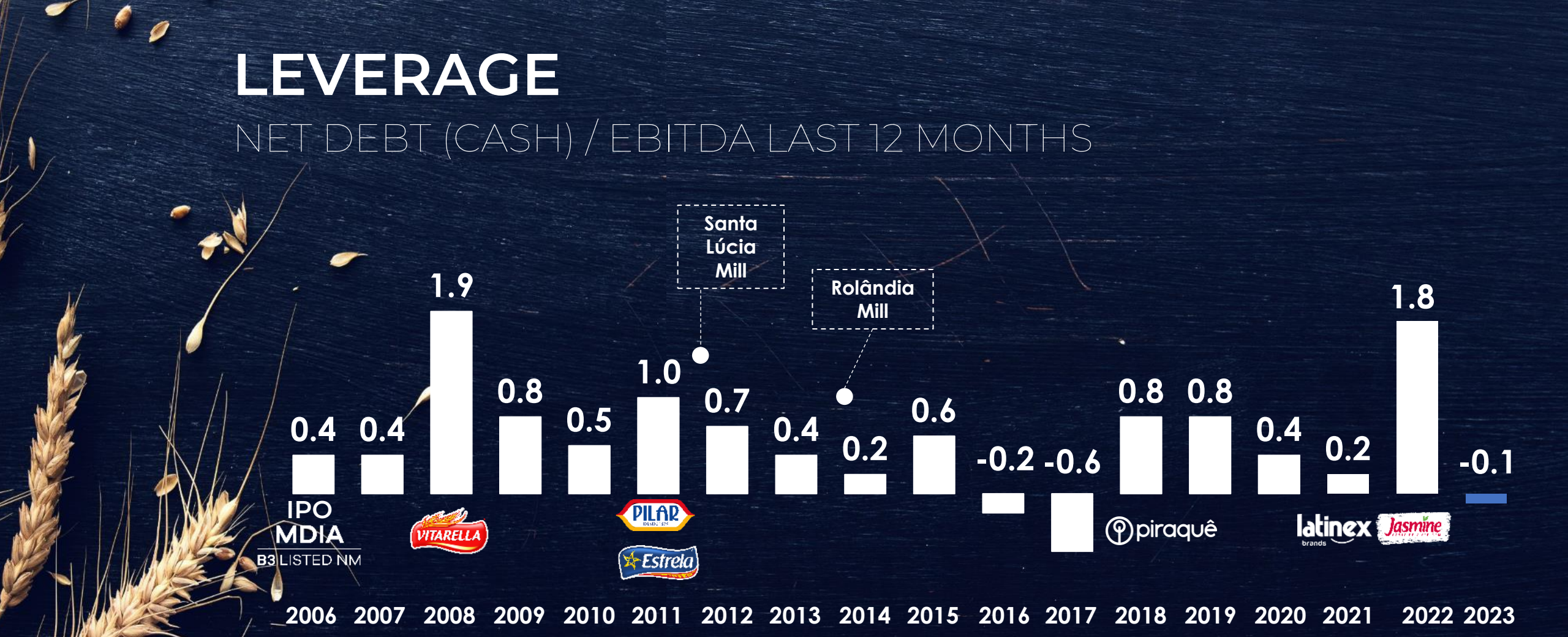


CAPEX (R$ MILLION)



LEVERAGE

NET DEBT (CASH) / EBITDA LAST 12 MONTHS



ADRIA Adria: Acquired in 2003

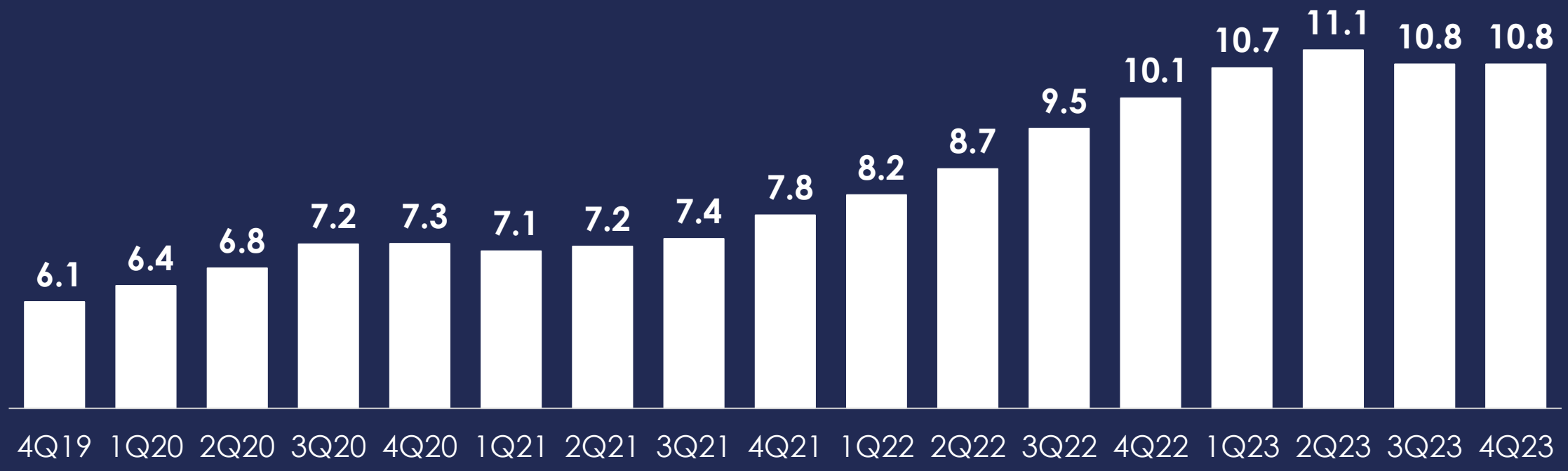
FINANCIAL RESULTS Last 12 Months

M. Dias Branco



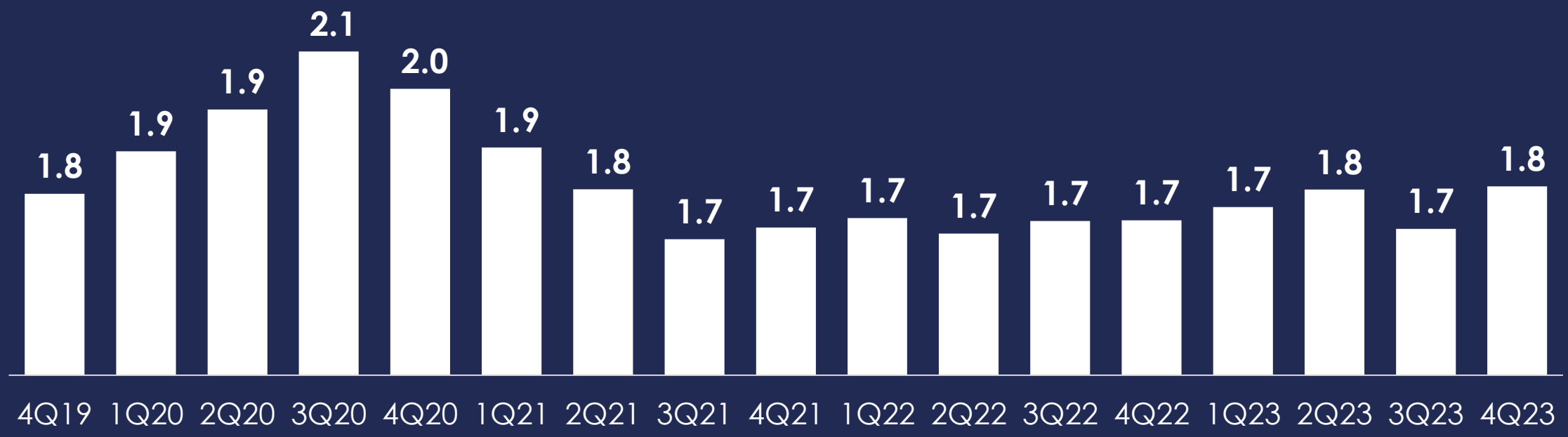
NET REVENUE (Last 12 months R$ Billion)

+77.6% | 4Q23 vs. 4Q19

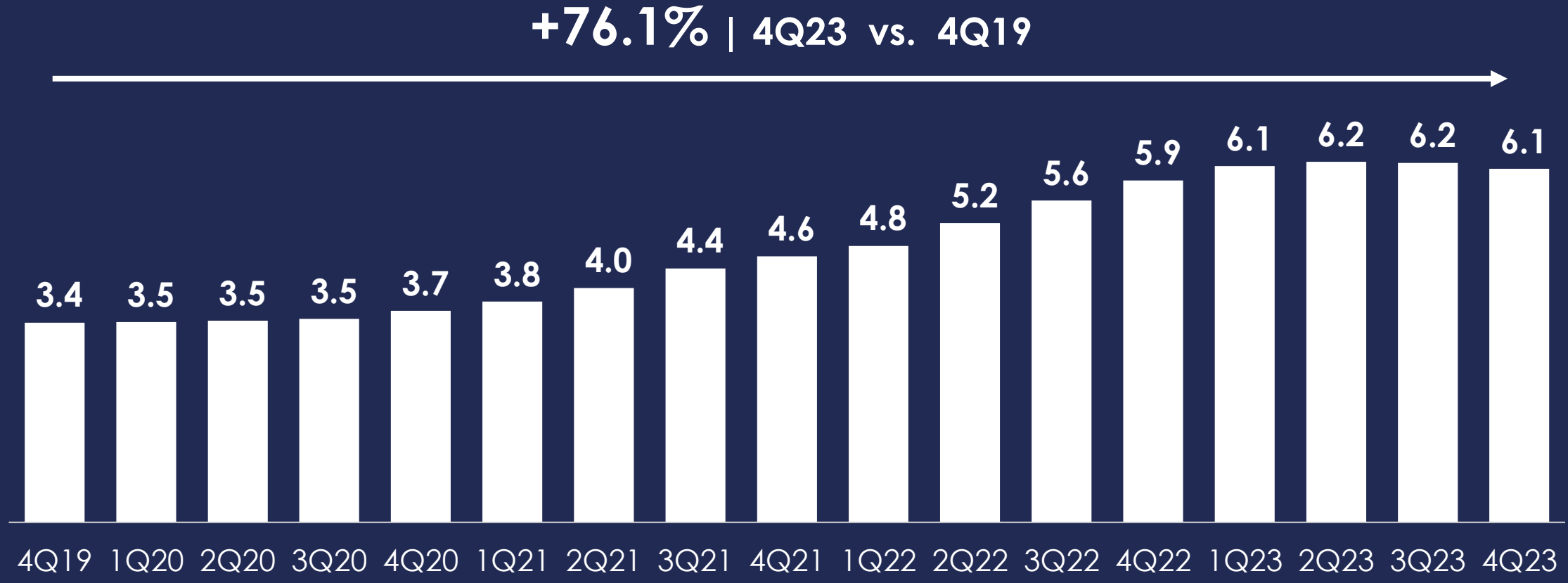


VOLUME (Last 12 months Million Ton.)

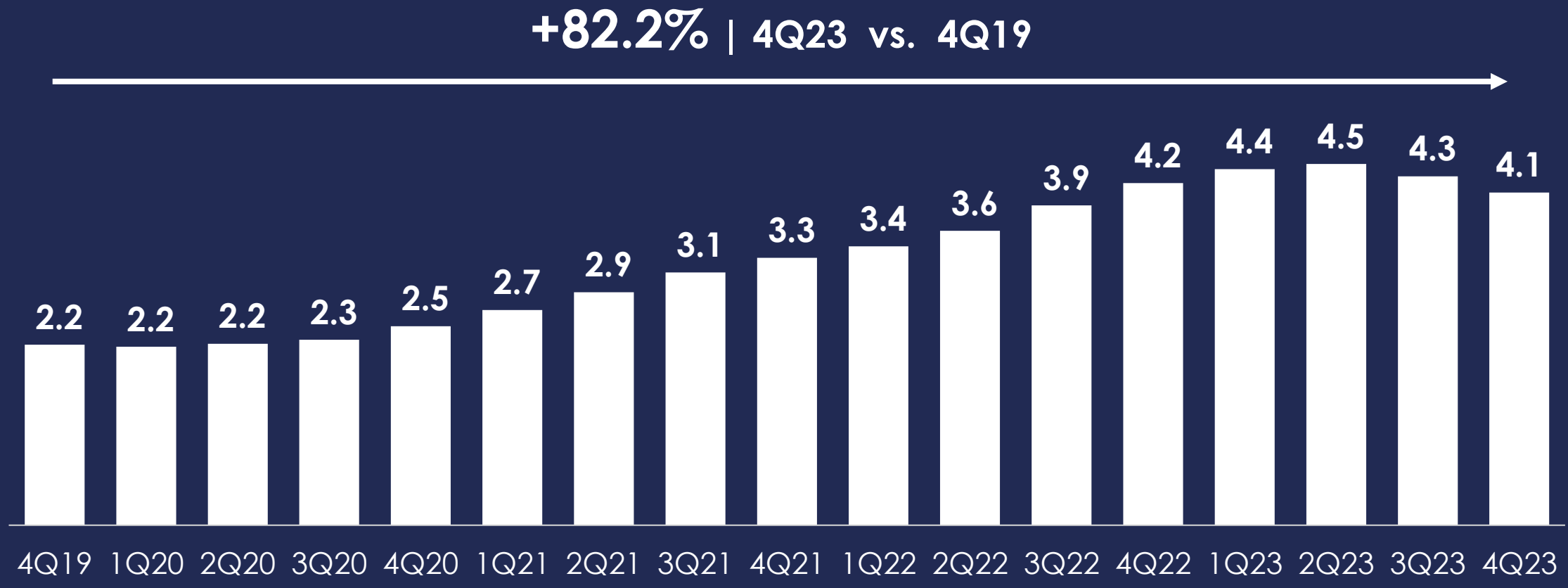
+0.9% | 4Q23 vs. 4Q19



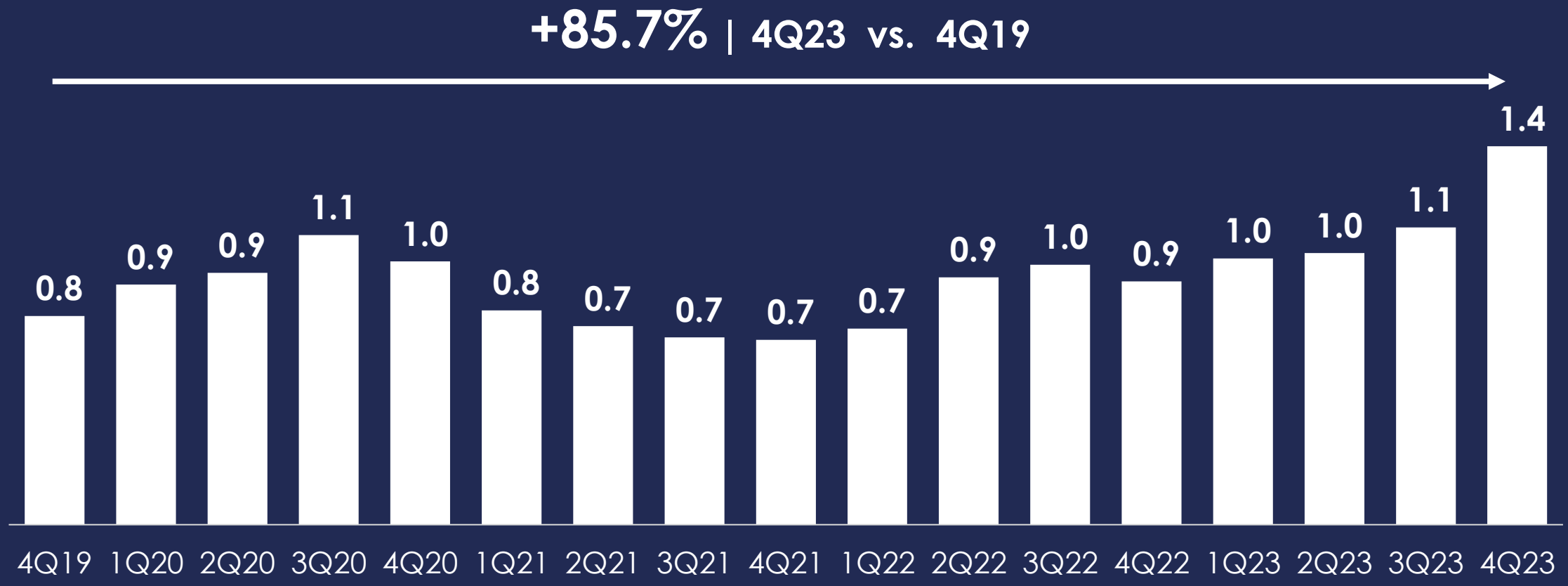
AVERAGE PRICE R$/Kg (Last 12 months)



COGS R$/Kg (Last 12 months)



EBITDA (Last 12 months R$ Billion)



NET INCOME (Last 12 months R$ Billion)

+59.6% | 4Q23 vs. 4Q19



M. Dias Branco

COOKIES & PASTA MARKETS



Growth opportunities



Cookies & Crackers



Pasta

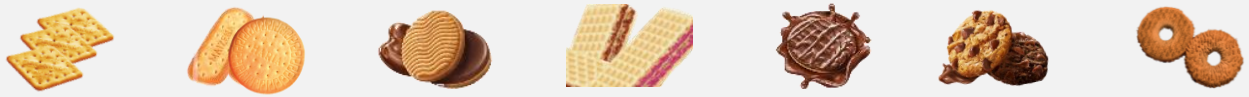


Noodles

	Total	Attack	Defense	Total	Attack	Defense	Total
Market (R$ billion – Sell-out)	32,5	22,4	10,1	9,3	6,4	3,0	5,8
Market (thousand tonnes)	1.528	992	536	1.093	729	364	218
Opportunity (R$ billion – Sell-out)	23,2	17,9	5,3	6,7	5,3	1,4	5,5
Share volume (%)	31,8%	21,5%	50,9%	28,9%	17,5%	51,7%	10,0%

Source: ABIMAPI + Nielsen + M. Dias Branco estimates.

Growth opportunities – Cookies & Crackers



	Total	Cracker	MAMAI	Sandwich Cookies	Wafers	Covered	Cookies	Others
Market (R$ billion – Sell-out)	32,5	4,9	3,3	8,8	3,6	1,0	1,3	9,8
Market (thousand tonnes)	1.528	306	199	382	138	15	31	458
Opportunity (R$ billion – Sell-out)	23,2	2,2	1,7	6,1	2,8	0,8	1,2	8,4
Share volume (%)	31,8%	55,6%	45,7%	33,2%	22,7%	23,0%	7,5%	13,3%

Source: ABIMAPI + Nielsen + M. Dias Branco estimates.

Growth opportunities – Pasta



	Total	Common	Sêmola	Eggs	Hard Grain
Market (R$ million – Sell-out)	9,3	1,9	3,4	3,1	0,6
Market (thousand tonnes)	1.093	267	397	372	27
Opportunity (R$ million – Sell-out)	6,7	0,9	2,3	2,5	0,5
Share volume (%)	28,9%	49,9%	26,7%	20,1%	6,6%

Source: ABIMAPI + Nielsen + M. Dias Branco estimates.



M. Dias Branco

Results Presentation

4Q23 | 2023

MDIA3

February 26th, 2024

youtube.com/rimdias
ri.mdiasbranco.com.br
ri@mdiasbranco.com.br

The statements contained in this document related to the management's perspectives on M. Dias Branco's business are merely trends and, as such, are based exclusively on the management's perspectives on the continuity of past and present actions, and on facts that have already occurred. These trends do not constitute projections or estimates and can be substantially altered by changes in market conditions and in the performance of the Brazilian economy, the sector and international markets.



Net Income of R$889 million in 2023 - annual record – result of a hard and obstinate work, as well as the consistency and discipline in executing initiatives aligned with our plan to grow with profitability, always supported by a culture that seeks excellence, innovation, and continuous development of our employees.



M. Dias Branco

Net Revenue
(R$ Billion)

2023

10.8

+7.0% vs. 2022

4Q23

2.8

+0.2% vs. 4Q22

+1.3% vs. 3Q23

EBITDA
(R$ Million)

1,434

+59% vs. 2022

442

+265% vs. 4Q22

+0.4% vs. 3Q23

Net Income
(R$ Million)

889

+85% vs. 2022

342

+22x vs. 4Q22

+32% vs. 3Q23

Cash Flow
(R$ Million)

2,126

107 MM | 2022

584

326 MM | 4Q22

973 MM | 3Q23



In 2023, in addition to the all-time high results, we continue to transform M. Dias Branco.



MARKETING TO SELL MORE AND BETTER!!!

Cannes Lions 2023



EL OJO DE IBERO AMÉRICA



SERVICE LEVEL EVOLUTION

CFR:
Case fill rate
92% 2023
(84% in 2021)

OTIF:
On time in full
76% 2023
(40% in 2021)

INDUSTRY 4.0



MDIA
B3 LISTED NM

WE INCREASED THE % OF DISTRIBUTABLE PROFIT TO BE PAID TO SHAREHOLDERS

80% payout
(60% before)

R$0.06/share
(R$ 0.05 before)

COMBINATION BETWEEN FACTORIES, GENERATING SYNERGY



ITEMS WITH HIGHER ADDED VALUE COMBINED WITH LAUNCH STRATEGY



+31%
Growth of Other Categories in 2023



R$ 299 Million
Revenue of Launches (Cookies & Crackers) in 2023

PERFECT STORE MODEL IN POINTS OF SALES WHICH REPRESENTS 70% OF SALES (COOKIES & CRACKERS, PASTA AND OTHER CATEGORIES)



WE ARE GREAT PLACE TO WORK AND WE INTEGRATE IGPTWB3

Great Place To Work.
Certificada
Mar/2023 - Mar/2024
BRASIL

SAP

IMPLEMENTED ON JAN/24

piraquê ORIGINAL DESDE 1950

JBP
(joint business plan)



Profitable Growth Strategy

CURRENT BUSINESS

1



OTHER CATEGORIES

2



INTERNATIONAL

3



EFFICIENCY AND PRODUCTIVITY PROGRAM



REVENUE
&
MARKET SHARE

M. Dias Branco



The cookies & crackers and pasta markets grew in the year and in the quarter (*sell-out* | retail sales to consumers)



COOKIES & CRACKERS

	4Q23 vs. **4Q22**	2023 vs. **2022**
Value Sold	**+3%**	**+11%**
Volume Sold	**0%**	**-2%**
Units Sold	**+2%**	**0%**
Average Price (R$/Kg)	**+3%**	**+13%**



PASTA

	4Q23 vs. **4Q22**	2023 vs. **2022**
Value Sold	**+5%**	**+13%**
Volume Sold	**+4%**	**+2%**
Units Sold	**+7%**	**+4%**
Average Price (R$/Kg)	**+1%**	**+11%**

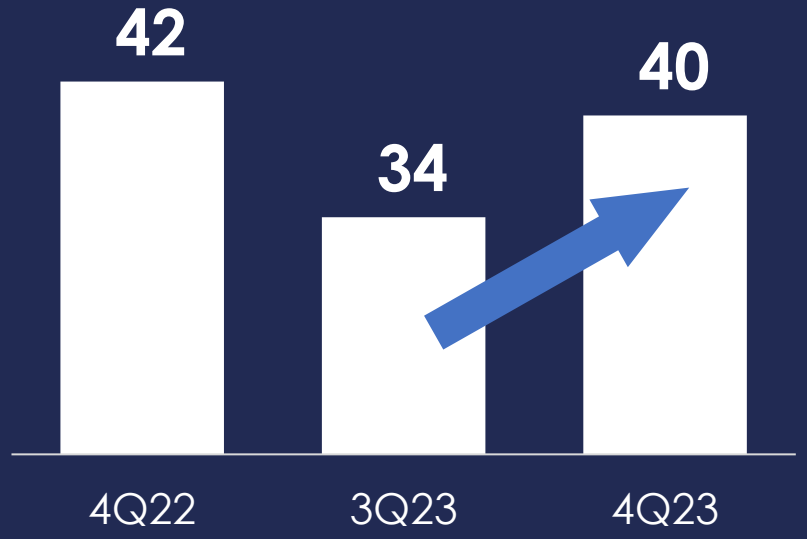
Source: Nielsen – Retail Index. Total Brazil. INA+C&C.



Normalization of customer inventories throughout 4Q23



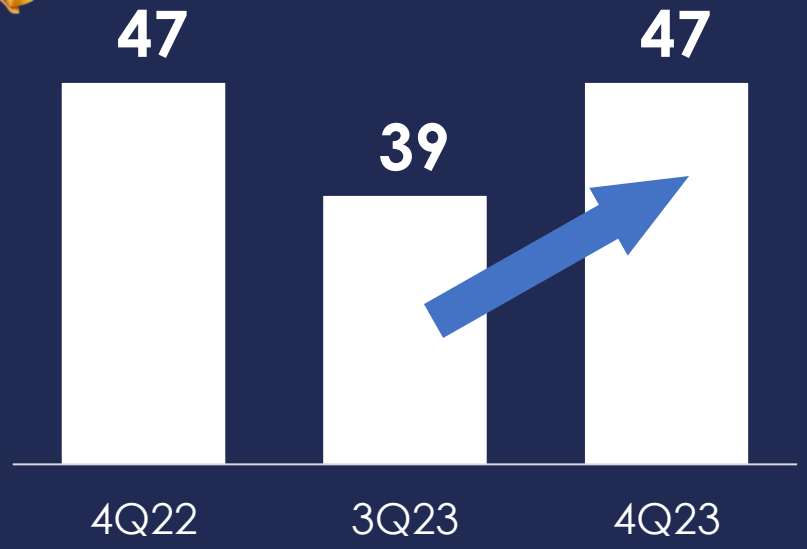
Days* of inventory at Retail
(**Cookies & Crackers** - M. Dias Branco)



*Source: Neogrid Direct/Indirect + Estimate C&C

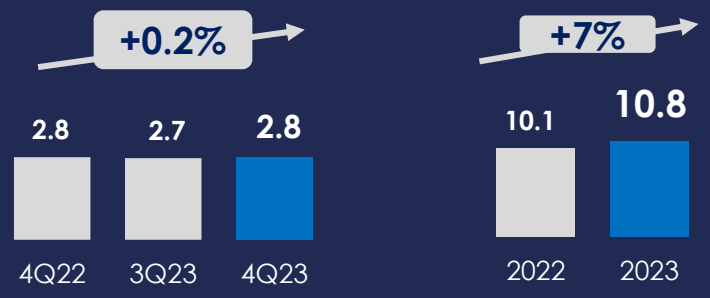


Days* of inventory at Retail
(**Pasta** - M. Dias Branco)

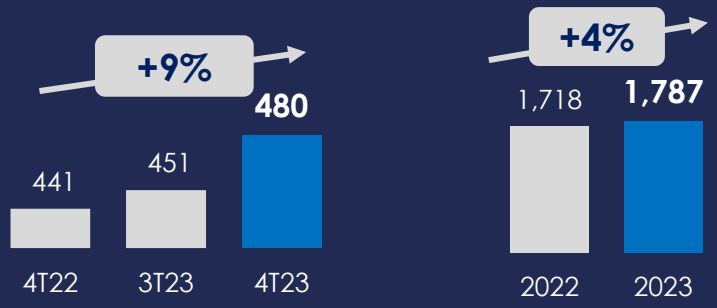




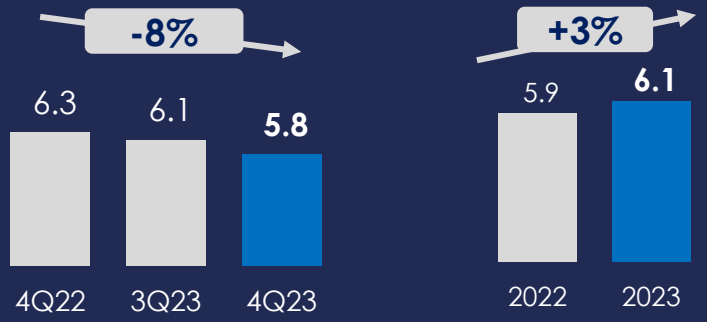
Net Revenue (R$ billion)



Sales Volume (Thousand Tonnes)



Average Price (R$/Kg)

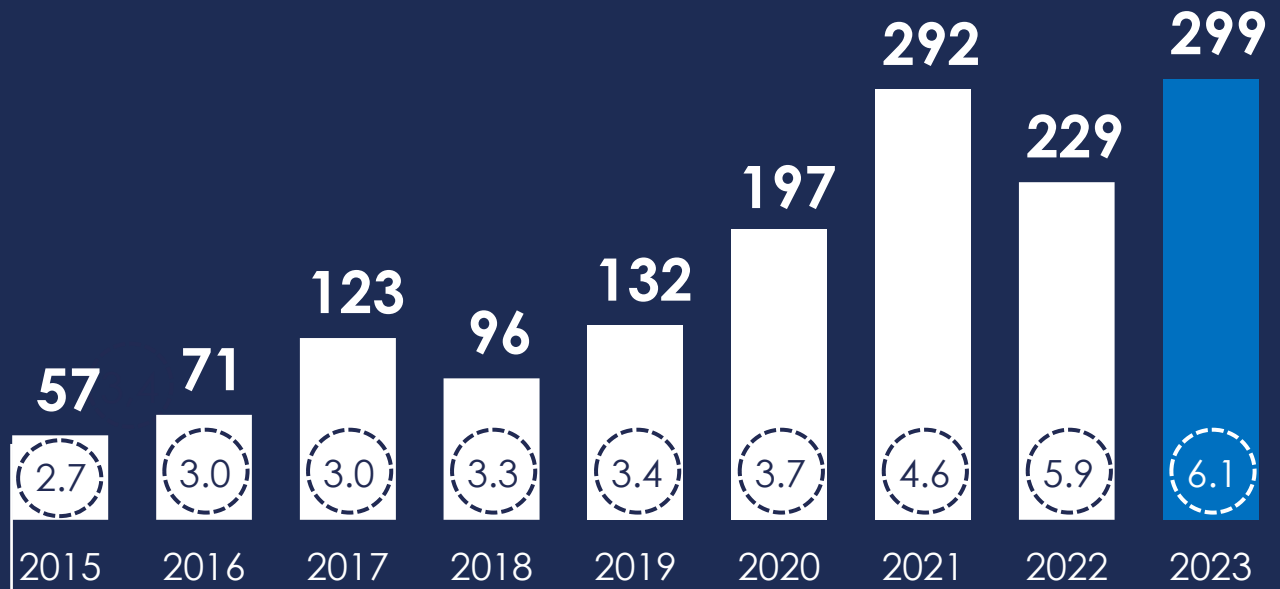


Determining factors for growth

- Marketing to sell more and better (2.0% of Net Revenue);
- Accelerated growth of higher value-added items (+31% growth in other categories in 2023, R$443 million);
- Reintroduction of low-price brands in Cash & Carry;
- Adjustment of packaging sizes for pasta (2Q23-3Q23) and cookies & crackers (2022);
- Growth of Flour and Bran leveraged by the Bento Gonçalves Mill (volumes +10% in Brazil and +21% in the Attack region) and a dynamic pricing process;
- Price capture in cookies & crackers and pasta, with volume recovery in 4Q23 and record contribution from cookies & crackers launches (R$299 million in 2023);
- SKUs with low profitability excluded from portfolio (e.g. Picanha Ramen, Vanilla Cookie and Vitaminized Milk Cookie);
- Selective use of Working Capital and promotional actions to boost volumes;
- Evolution of service level: OTIF of 76% in 2023 (40% in 2021) and CFR of 92% in 2023 (84% in 2021).

R$ 299.5 million in gross revenue of cookies & crackers launched in the last 24 months ALL-TIME HIGH REVENUE!!!

Gross Revenue from Cookies & Crackers Launches (R$ million)





28.7 R$/Kg



24.7 R$/Kg



16.3 R$/Kg



16.5 R$/Kg

We expanded the market share in value and volume vs. 3Q23 in Cookies & Crackers and Pasta

	Cookies & Crackers	Pasta	Wheat Flour
Market share % Value Brazil	29.3 29.3 28.8 28.3 28.5	30.1 30.3 27.3 27.8 28.2	12.3 12.7 11.6 12.1 11.6
Market share % Volume Brazil	32.8 32.6 32.0 31.3 31.6	31.1 31.7 28.1 27.9 28.2	10.8 11.2 10.1 11.0 10.3

4Q22 1Q23 2Q23 3Q23 4Q23



Source: Nielsen – Retail Index. Total Brazil. INA+C&C.

In 2023, growth in the Defense and Attack regions. In the quarter, recovery of volumes in both regions



2023 vs. 2022

Defense

+6%

+2% Price

+4% Volume

Attack

+8%

+3% Price

+5% Volume

4Q23 vs. 4Q22

Defense

+1%

-7% Price

+9% Volume

Attack

-1%

-8% Price

+8% Volume



Drivers and enablers for 2024 growth already in place

DRIVERS

- Cross-selling



- Innovation



- Low price brands in Cash & Carry

ENABLERS

- Marketing



- Commercial Excellence



- JBP (Joint Business Plan)



- Revenue Management



- Service Level

OTIF CFR



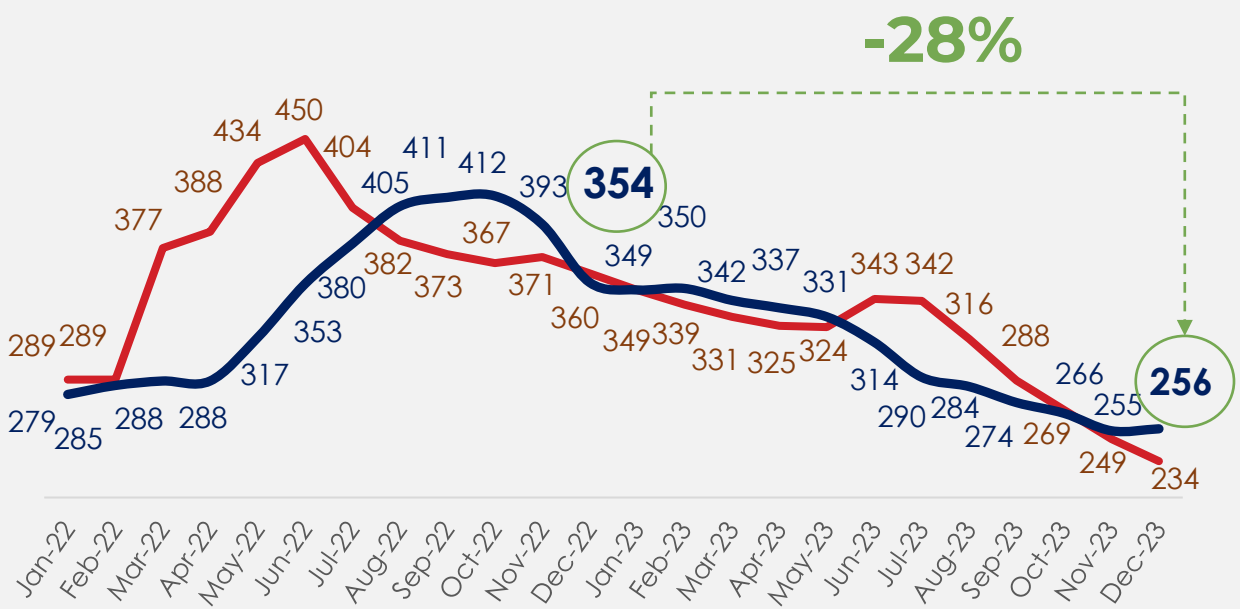
COSTS & EXPENSES

M. Dias Branco

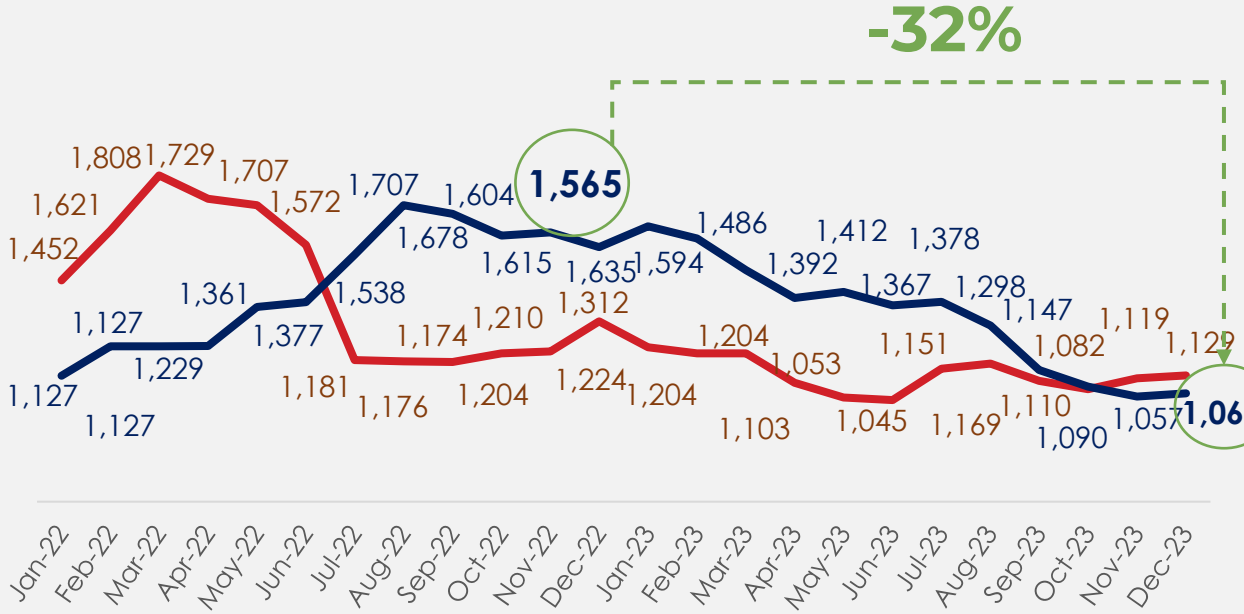


Lower prices in wheat and palm oil in 2023. We closed the year with substantially lower costs than Dec/22

WHEAT
(US$/TON.)



PALM OIL
(US$/TON.)

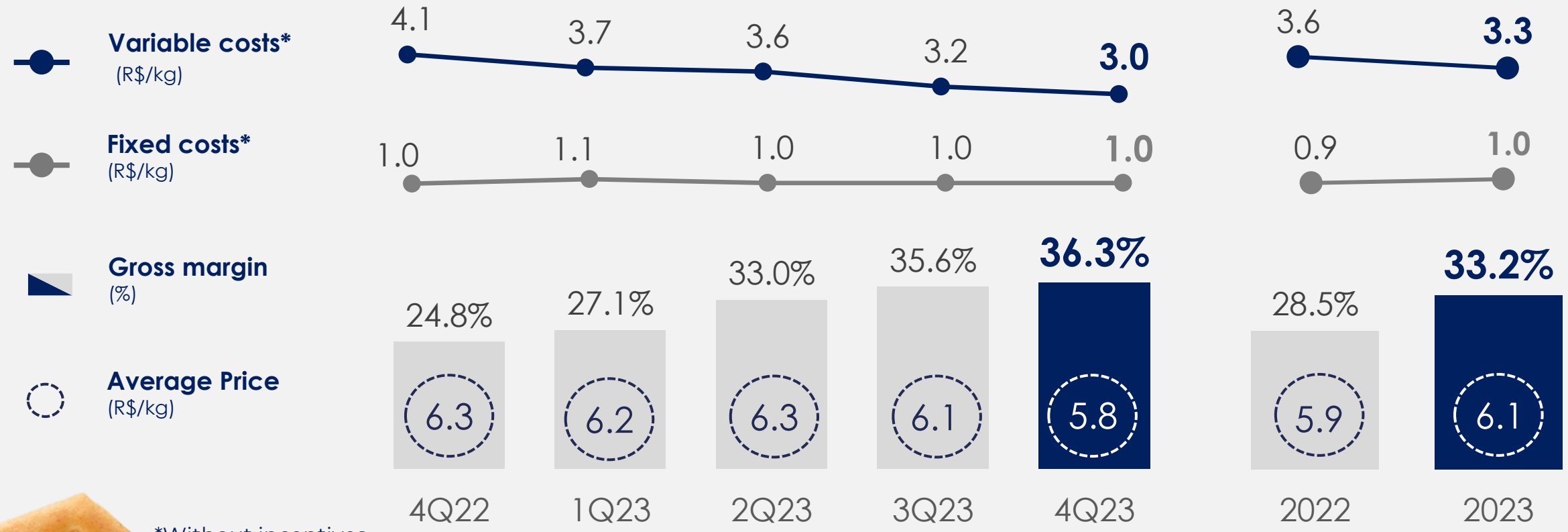




Market* M. Dias Branco

***Source:** Wheat - SAFRAS & Mercado; Palm Oil - Rotterdam.

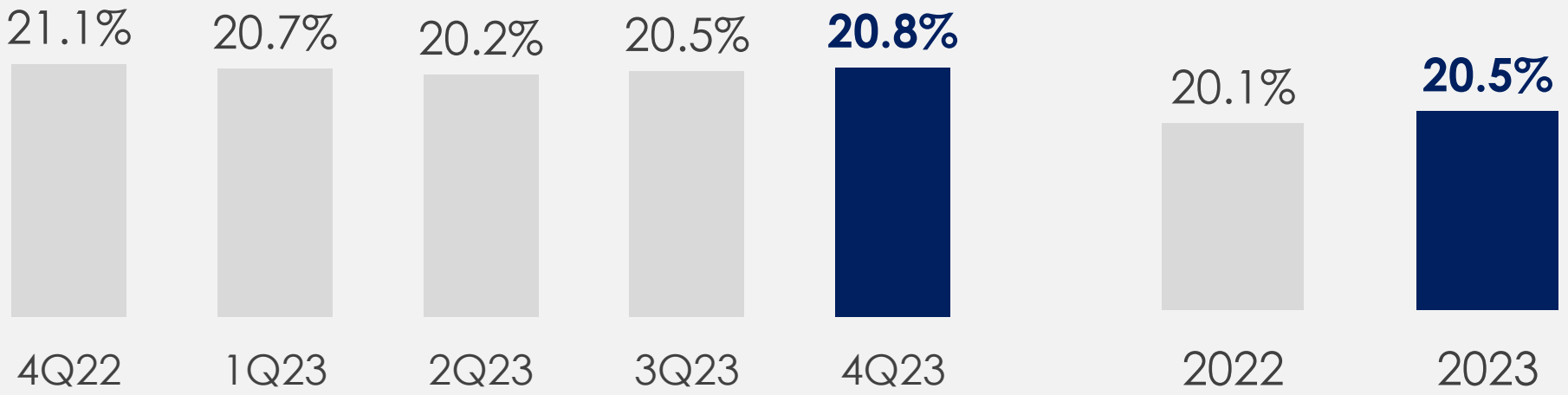
36.3% Gross Margin in 4Q23. Increase due to the expansion of volumes and reduction of variable costs



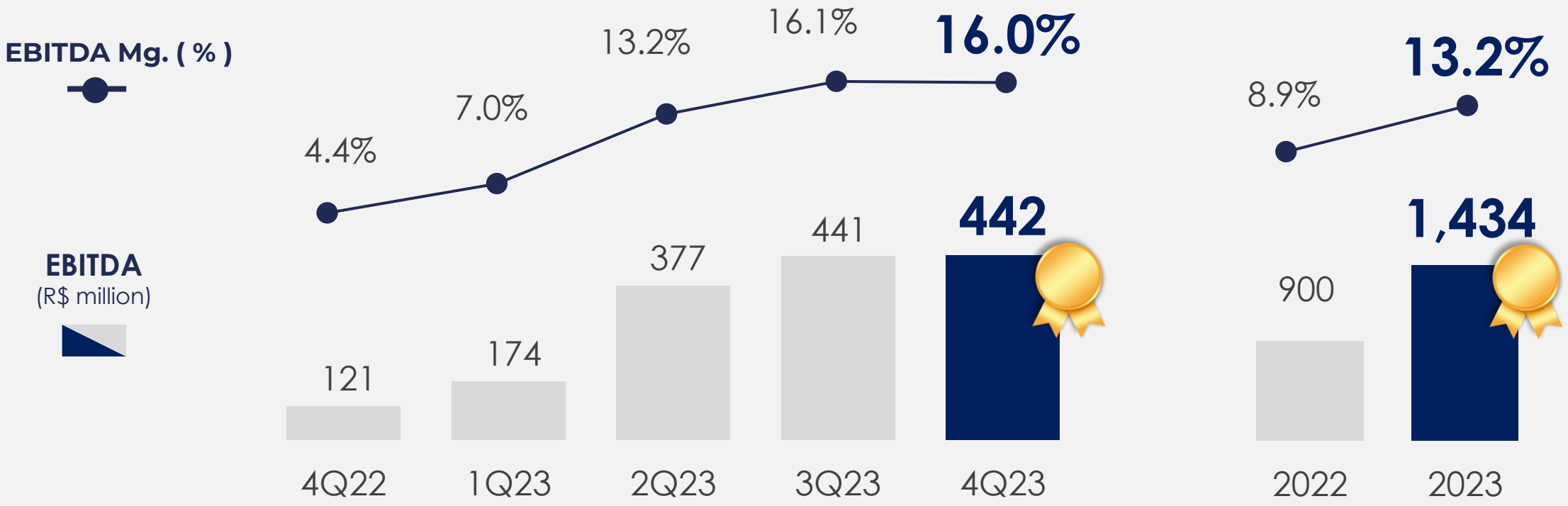
*Without incentives.

Sales and Administrative Expenses as a percentage of net revenue (SG&A) stayed at the ~20% level

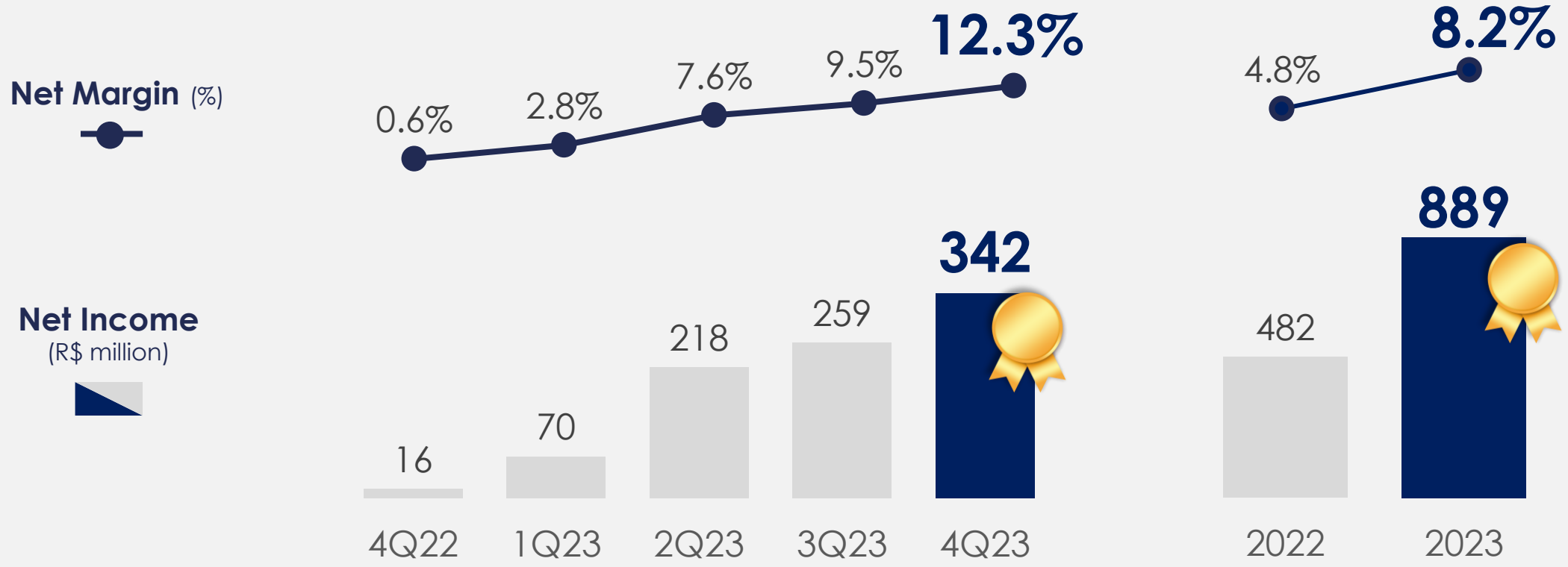
Selling and Administrative Expenses (SG&A)
(% of Net Revenue)



16.0% of EBITDA Margin in 4Q23!!!



Net Income of R$ 342 million in 4Q23 and R$ 889 million in 2023, all-time high quarterly and annual result!!!



CASH FLOW, DEBT AND INVESTMENTS

M. Dias Branco



R$584 million in operating cash generation in 4Q23, with growth in EBITDA and release of working capital
In the year, generation of R$ 2.1 billion, ANNUAL RECORD!!!

4Q22	4Q23		2022	2023
326	584	Cash Flow from Operating Activities*	107	2,126
121	442	EBITDA	900	1,434
309	121	Assets and Liabilities Variation	(560)	825
(104)	21	Others	(233)	(133)

** Net Cash provided by (used in) operating activities*



Working capital release with improvement in average supplier and lower inventory costs vs. 3Q23. Increase in customers to generate more revenue

Average term in days

	4Q22		3Q23		4Q23
Suppliers	50	+6 days	56	+3 days	59
Clients	55	+0 days	55	+5 days	60
Inventories	85	-8 days	77	-13 days	64

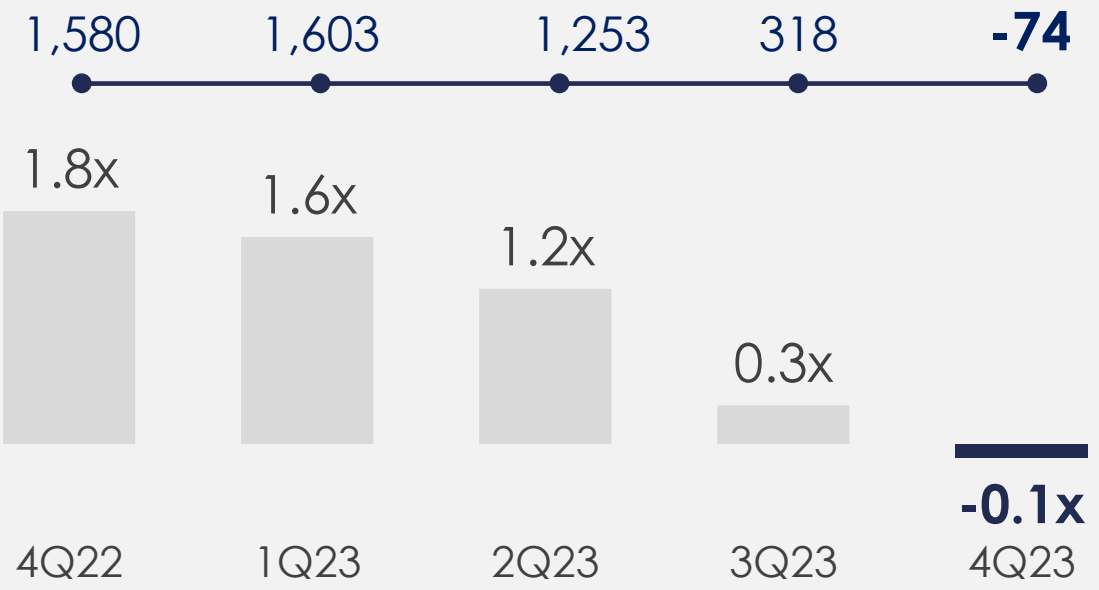


We ended the year with R$2.3 billion in cash and net cash position!!!

Leverage
Net (Cash) Debt / EBITDA (last 12 months)

Net Debt
(R$ million)

Leverage
(Net Debt/EBITDA last 12 months)



NATIONAL RATING
FITCH RATINGS

AAA

Stable Outlook
Rating Reaffirmed

6th CONSECUTIVE YEAR



76% of the debt is in the long-term!!!

R$ 2,171
R$ MM

Total Debt

R$ 523
R$ MM

24%
Due date
2024

R$ 496
R$ MM

23%
Due date
2025

R$ 21
R$ MM

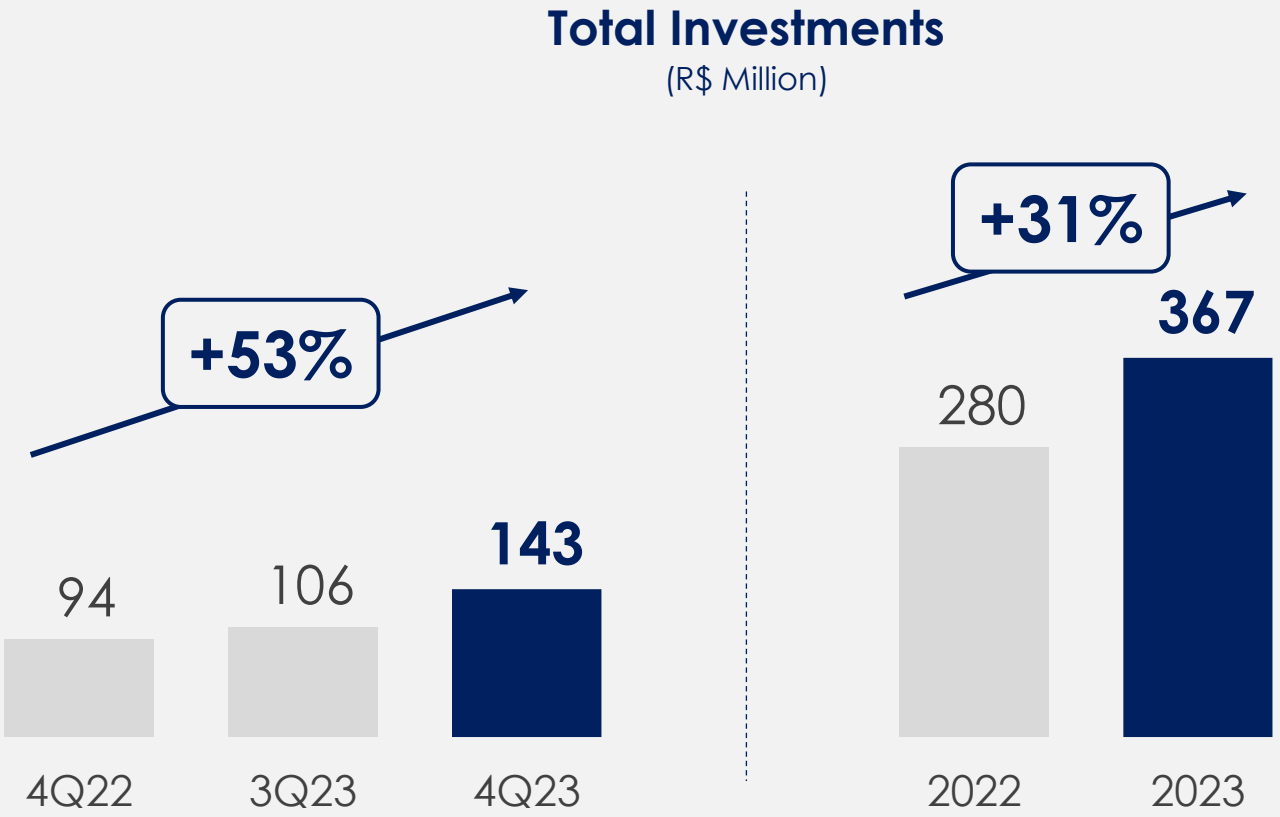
1%
Due date
2026

R$ 1,131
R$ MM

52%
Due date
2027
onwards



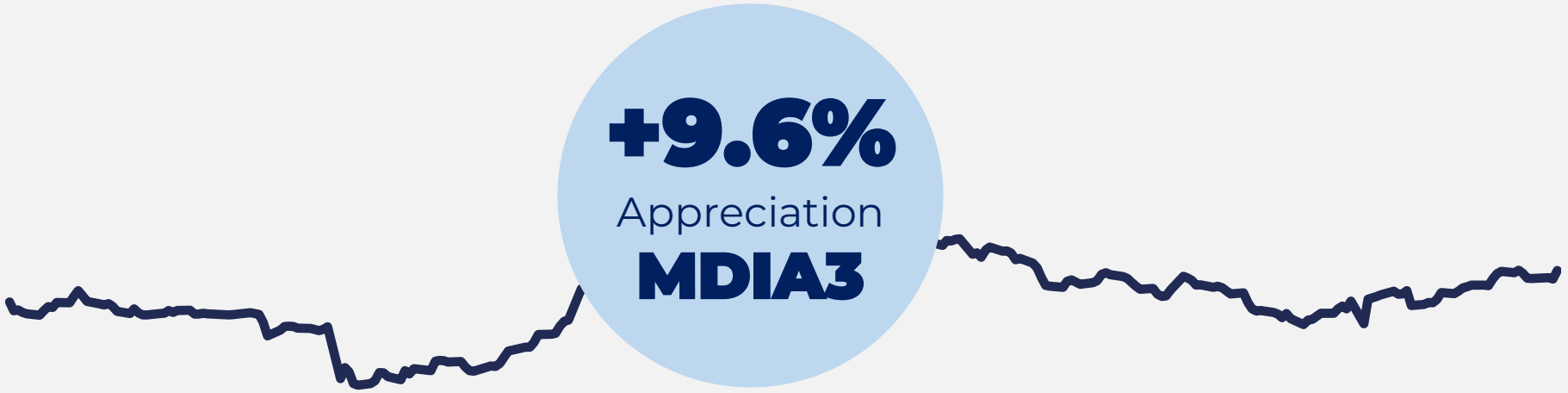
R$143 million in investments in 4Q23, with highlight on Digital Transformation



HIGHLIGHT

Implementation of the SAP system

MDIA3 +9.6% appreciation in 2023!!!



Jan-23 Feb-23 Mar-23 Apr-23 May-23 Jun-23 Jul-23 Aug-23 Sep-23 Oct-23 Nov-23 Dec-23

Performance MDIA3: 01/02/2023 – 12/28/2023

6th YEAR



M. Dias Branco have been awarded the ANEFAC 2023 Transparency trophy for excellence, clarity and quality of its Financial Information

ESG

M. Dias Branco



Main Indicators – 4Q23 vs. 4Q22 | 2023 vs. 2022



CARING FOR THE PLANET

	4Q23 vs. 4Q22	2023 vs. 2022
Water consumption (m^3/Ton.)	-7.1%	+2.3%
Reclaim of water (%)	+3.1p.p.	-1.2p.p.
Waste send to landfills (%)	-2.9p.p.	-0.8p.p.
Input losses in the production process(%)	-0.2p.p	-0.3p.p.
Finished product waste (%)	0.0p.p	0.0p.p



BELIEVING IN PEOPLE

	4Q23 vs. 4Q22	2023 vs. 2022
Women in leadership (%)	+1.3p.p.	+1.3p.p.
Frequency of occupational accidents (rate)	-46.2%	-2.6%
Occupational accident severity (rate)	-20.1%	-77.6%



STRENGTHENING ALLIANCES

	4Q23 vs. 4Q22	2023 vs. 2022
Purchases from local suppliers (%)	+1.1p.p.	+2.9p.p.

M. Dias Branco
Sonhar, realizar, crescer.

Thanks!

Gustavo Lopes Theodozio
Vice-President of Investments and Controllership
Phone: (85) 4005-5667
E-mail: gustavo.theodozio@mdiasbranco.com.br

Fabio Cefaly
New Business and Investor Relations Officer
Phone: (11) 3883-9273
E-mail: fabio.cefaly@mdiasbranco.com.br

Rodrigo Ishiwa
Investor Relations Manager
Phone: (11) 3883-9225
E-mail: ri@mdiasbranco.com.br

Everlene Pessoa
Investor Relations Analyst
Phone: (85) 4005-5730
E-mail: ri@mdiasbranco.com.br

Fernanda Castilho | Lucas Laport
Investor Relations Interns
Phone: (85) 4005-5730
E-mail: ri@mdiasbranco.com.br

ri.mdiasbranco.com.br

youtube.com/rimdias

ri@mdiasbranco.com.br

M. Dias Branco

Q&A



ri.mdiasbranco.com.br

youtube.com/rimdias

ri@mdiasbranco.com.br