



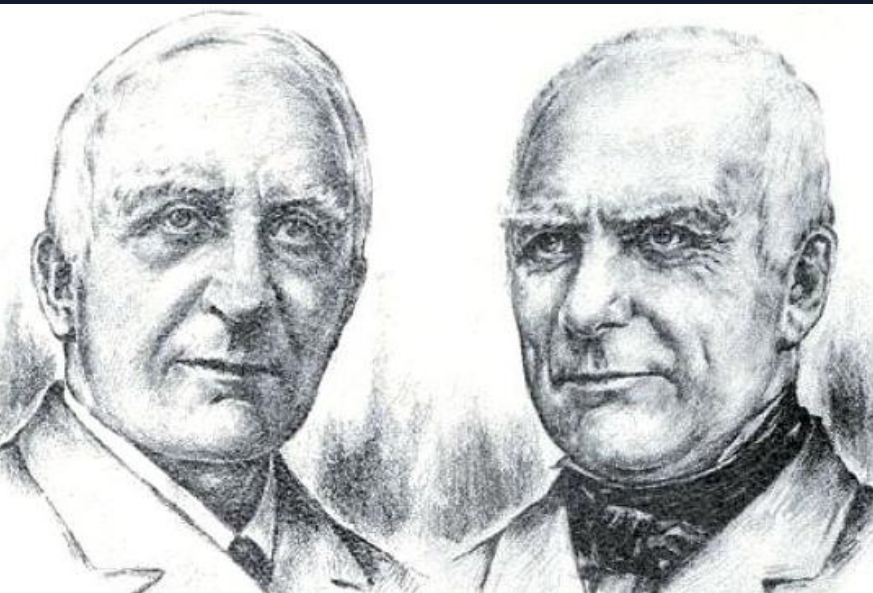
a gente se
encontra na



UBS LatAm Conference

Varejista de moda há 184 anos

com moda democrática, inovação, capacidade de se reinventar e com muita resiliência



1841

Clemens &
August



1976

C&A Brasil
quase 50 anos



2019

IPO
C&A Brasil

Recap da **estratégia Fashion Tech IPO 2019**



Alavancas do IPO



Expansão

Potencial para 150 novas lojas e novos formatos

- 57 novas lojas
- 13 ACE double doors
- Expansão Beleza
- Conceito loja MRB

Supply

Modernização modelo de distribuição

- Novo CD
- Push&Pull – 38%
- WMS
- Sorter
- RFID
- Velocidade Sourcing

Digitalização

Transformação digital

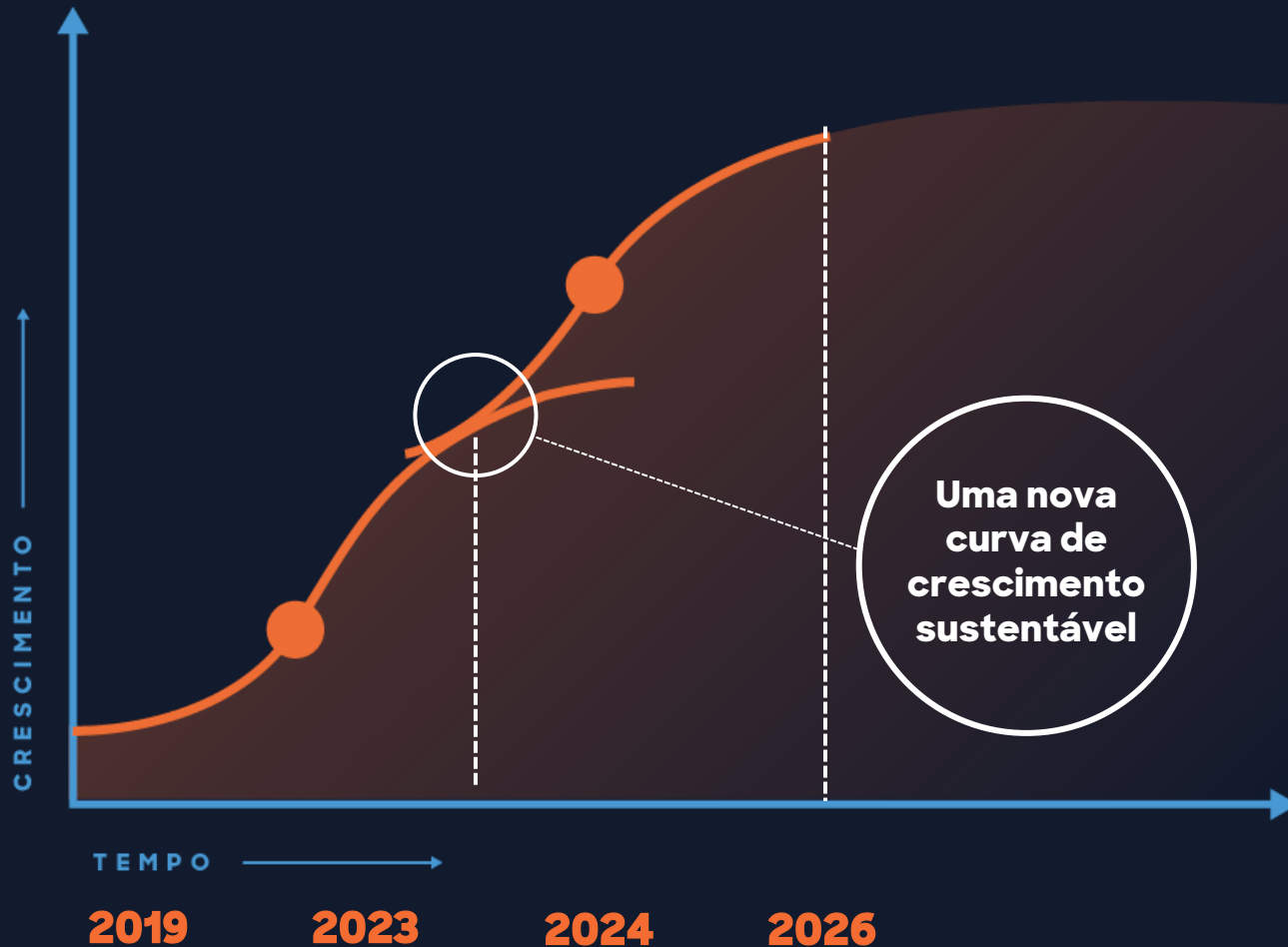
- Tech
 - Infraestrutura
 - Cyber
 - Aplicações
- Omni
- IA
- Venda Whatsapp
- Minha C&A
- Way of working
 - Test & Learn
 - Agilidade

Crédito

Aumento da oferta de crédito

- Recompra de crédito
- SCD
- C&A Pay
- Digital
- Biometria Facial

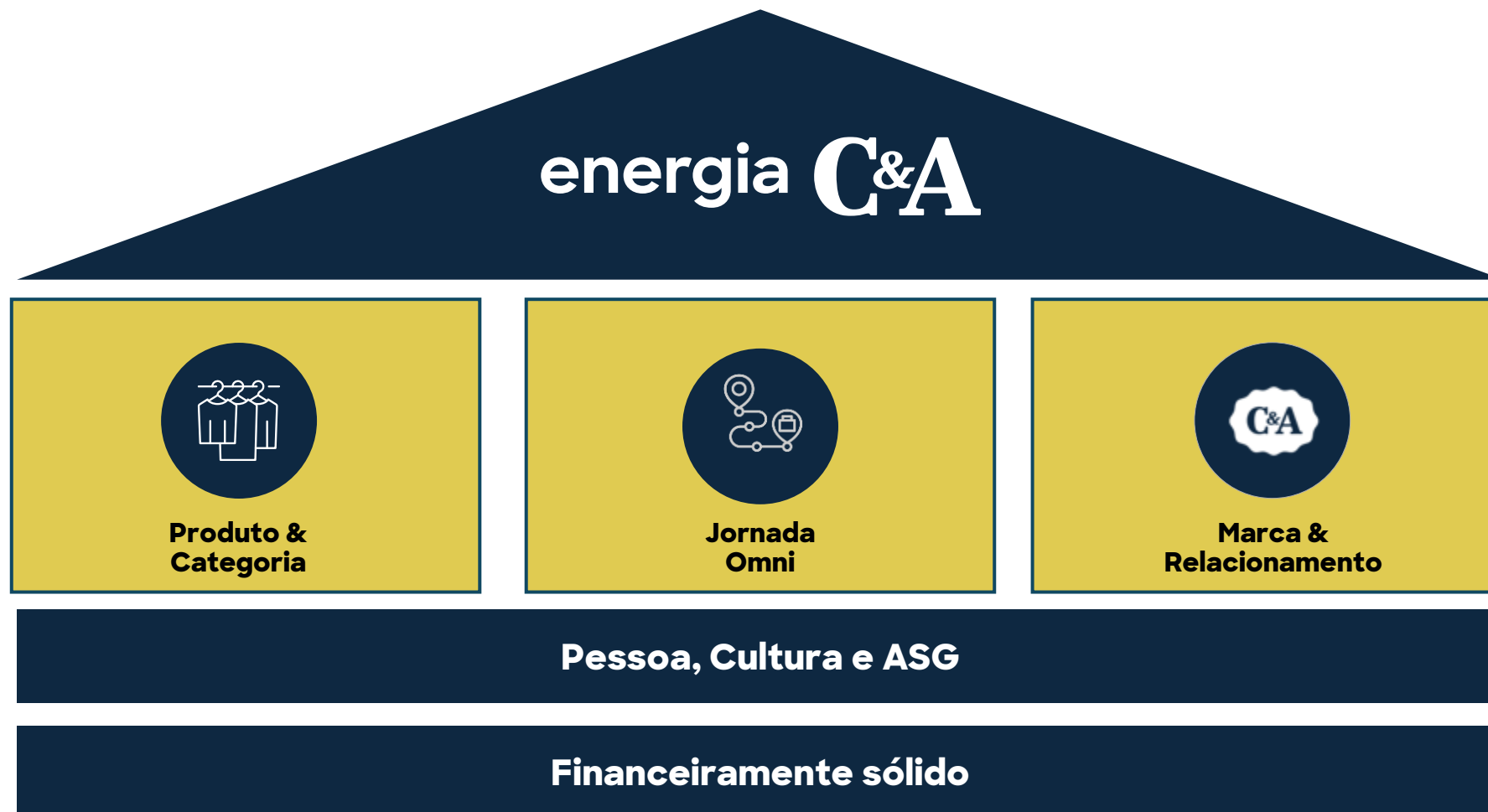
Novo ciclo de **crecimento**



C&A se **reinventando**
mais uma vez:



Revisão Estratégica **Energia C&A** em 2023





quem é ela?

→ mulher, classe BC, 30+

→ 45% é cliente C&A há mais de 4 anos

→ 47% residem em SP e RJ

→ valoriza versatilidade e conforto

→ ama moda , mas precisa de curadoria e validação

→ é omnicanal, mas ama a loja física

→ consome conteúdo de moda como entretenimento

Continuaremos a **jornada de transformação** que tem nos conectado à cliente, com coleções cada vez mais **versáteis** impulsionando os nossos resultados.

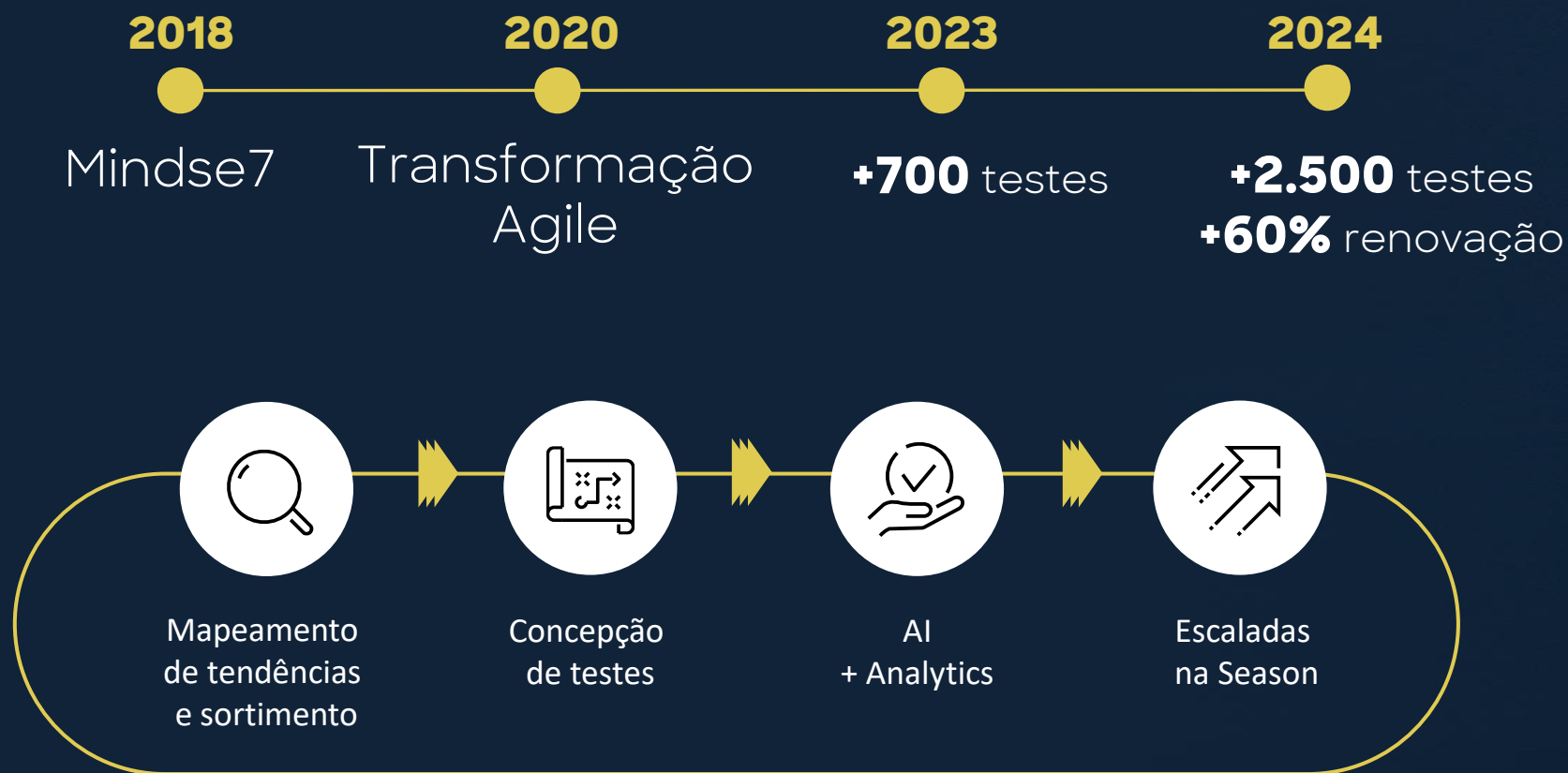
Test & Learn

Velocidade

Clusterização

Jornada de loja

A assertividade das propostas de produto é garantida através de uma metodologia de **Test & Learn**, com foco no conhecimento in loco dos desejos da cliente...



A gente se encontra na C&A

BRAND STATEMENT

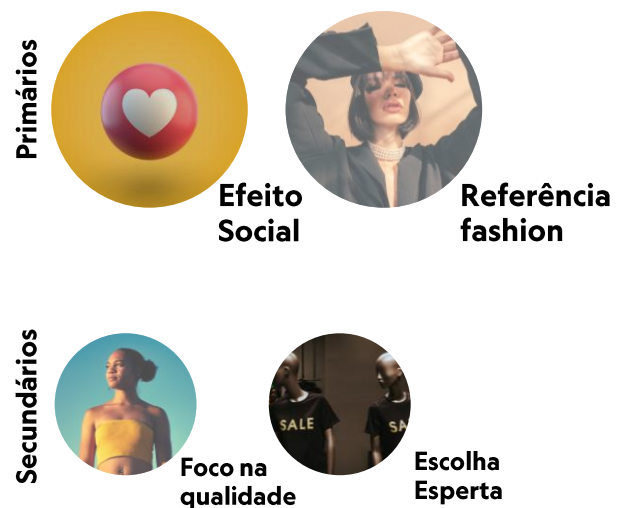
A marca de moda que ajuda as consumidoras a terem confiança para fazer as melhores escolhas. Mais do que mostrar o que cai bem, guiamos a jornada com proximidade e conexão.

Entendemos as pessoas: suas necessidades, evoluções, sua relação com a moda e as tendências, e traduzimos isso em uma experiência vibrante e completa. Esse é o nosso jeito de criar combinações para impulsionar e inspirar o pertencimento de cada uma.

QUALIDADES

- Empática
- Inspiradora
- Próxima
- Apaixonante
- Cheia de energia

TERRITÓRIOS



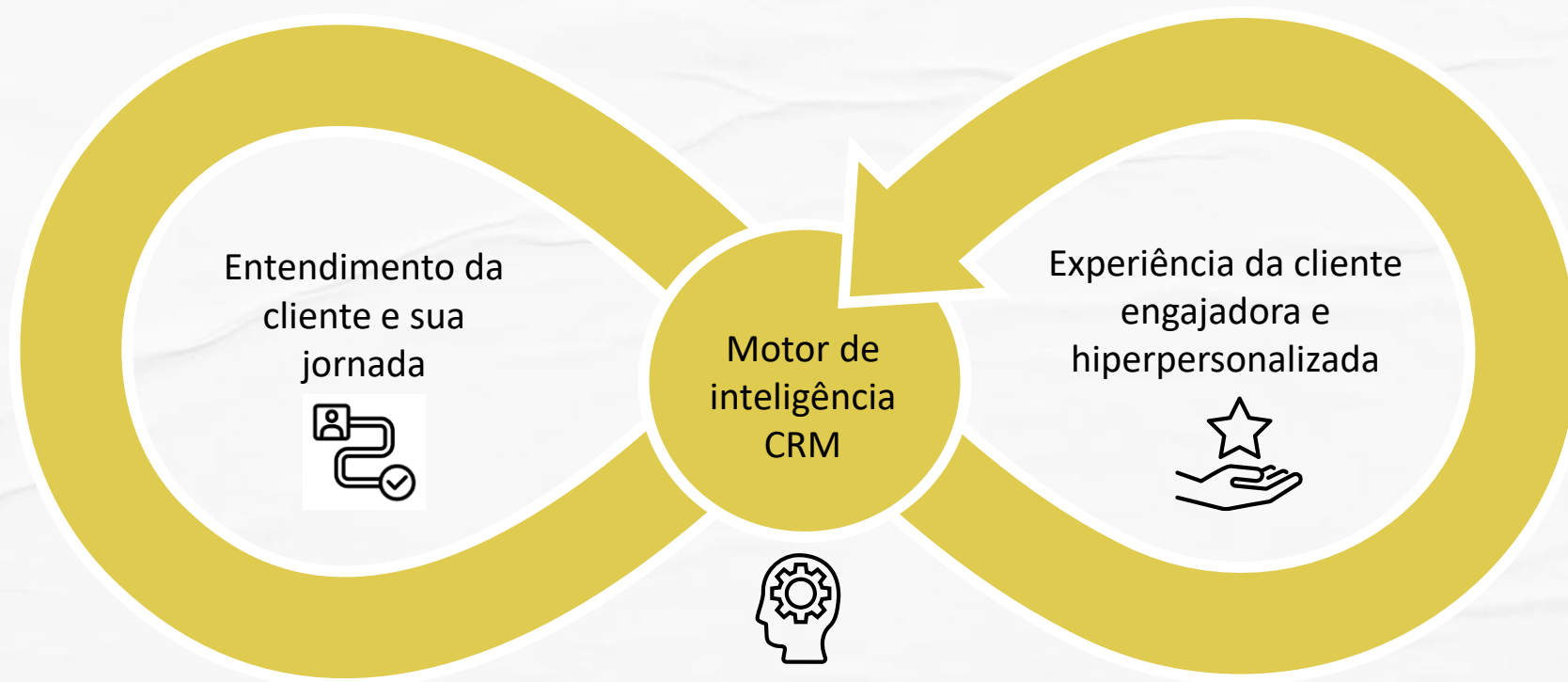
PROPOSITO

Impactar as pessoas para que sejam o que desejam ser por meio da moda.

VALORES

- Cliente é tudo
- Amamos moda e produto
- Dinamismo e trabalho em equipe
- Respeito, ética e diversidade são inegociáveis
- Nos divertimos e temos orgulho em pertencer

Evolução no modelo de **gestão de relacionamento**



Tecnologia

Uso de **AI**

Escala e automação

Gestão hiperpersonalizada do **relacionamento**

Visão única do cliente por toda a organização

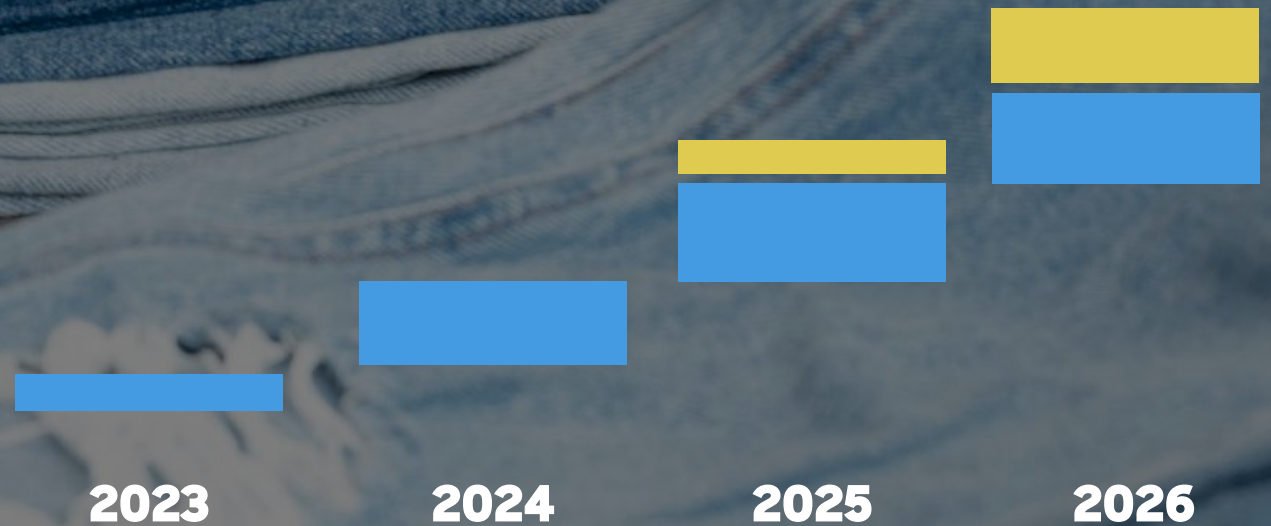
Jornada Omni | Impacto no crescimento de vendas

Ciclo 2024–2026

aumento da
venda por m²

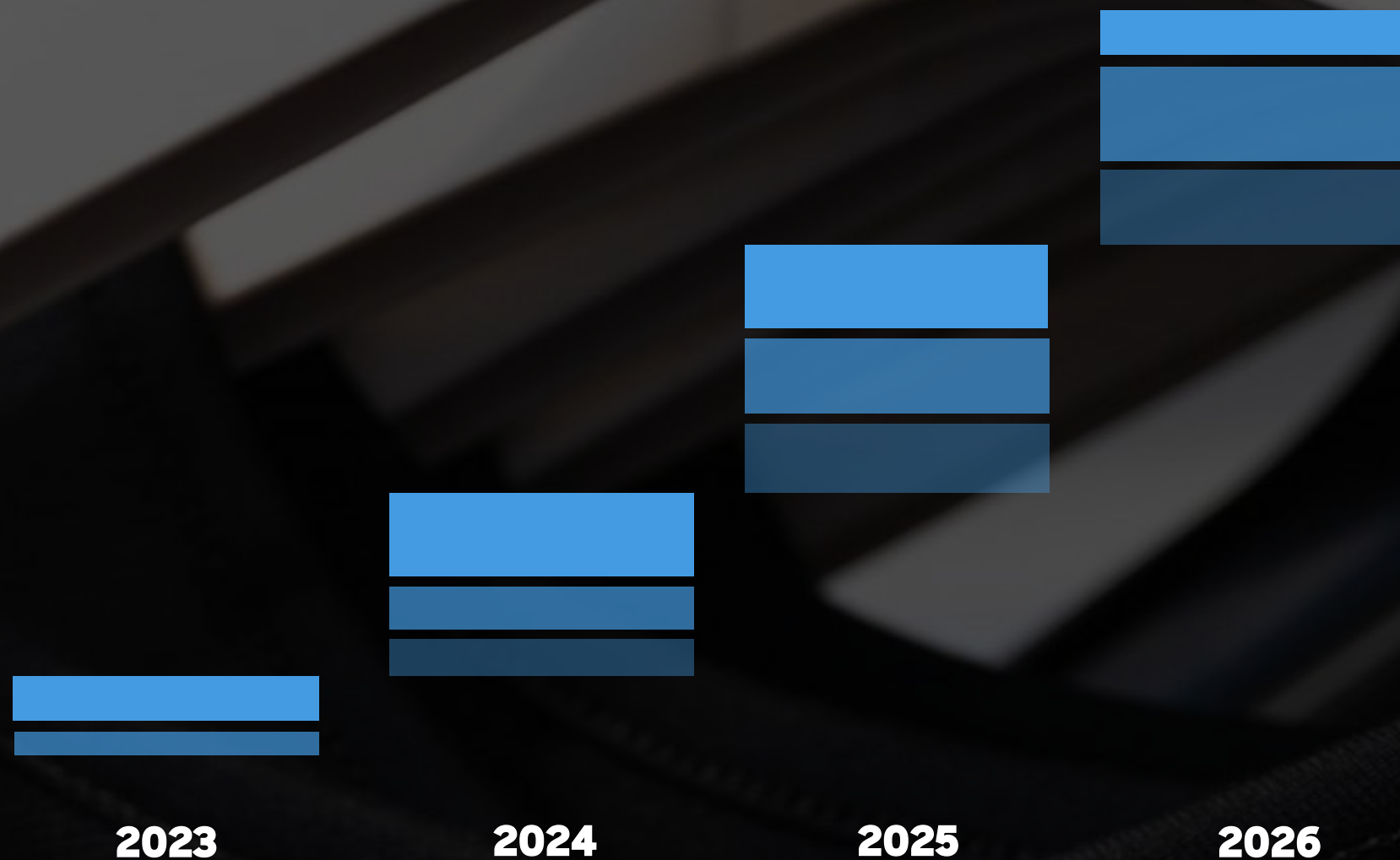
expansão de
novas lojas

expectativa das alavancas da jornada omni



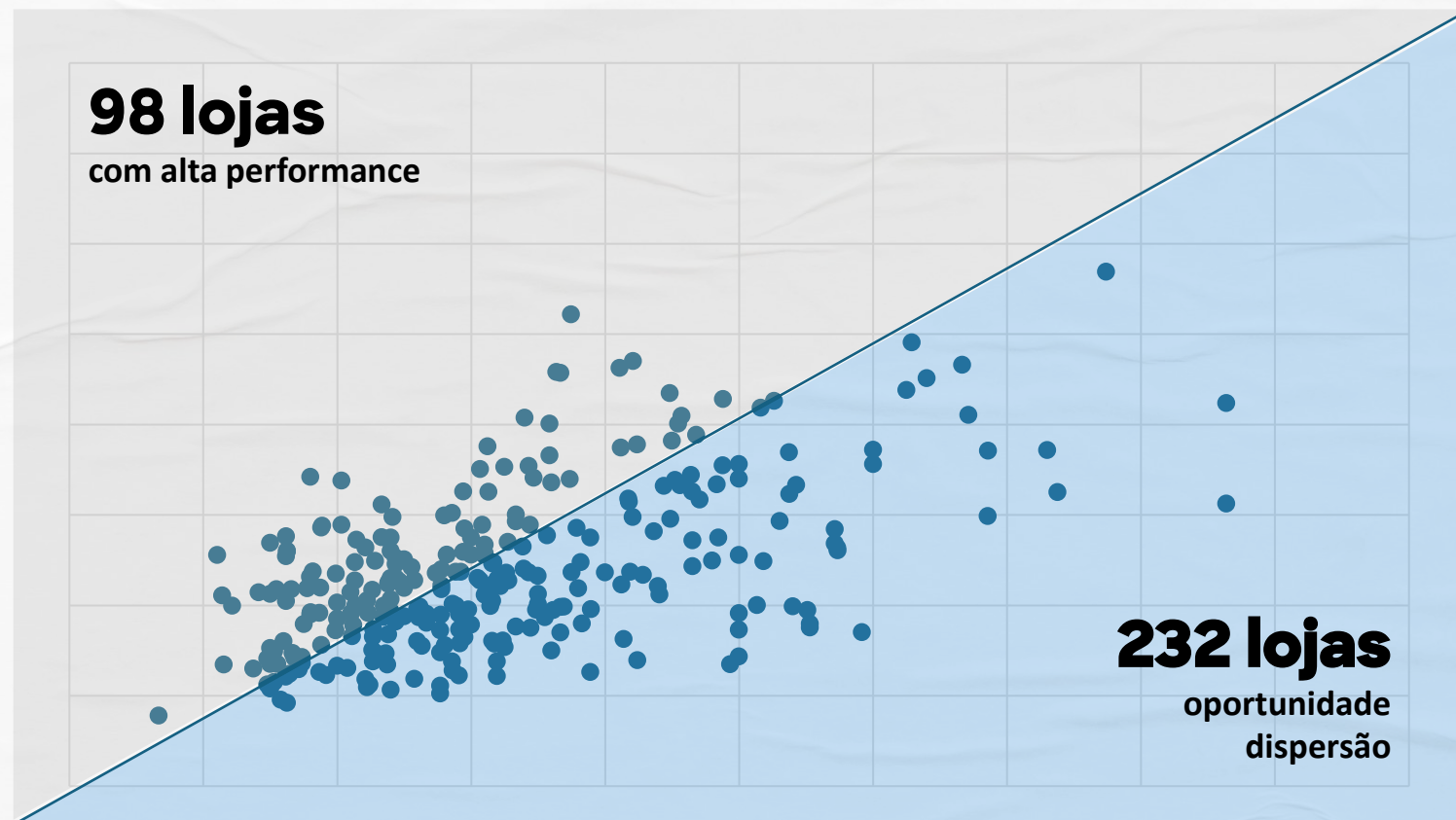
Pilares de atuação no aumento da venda por m²

- dispersão
- jornadas
- reformas



Oportunidade aumento de venda por m² nas 330 lojas C&A

C&A - venda por m² 2023



potencial mercado - venda por m²

Hub de Inteligência Comercial

Power house analytics

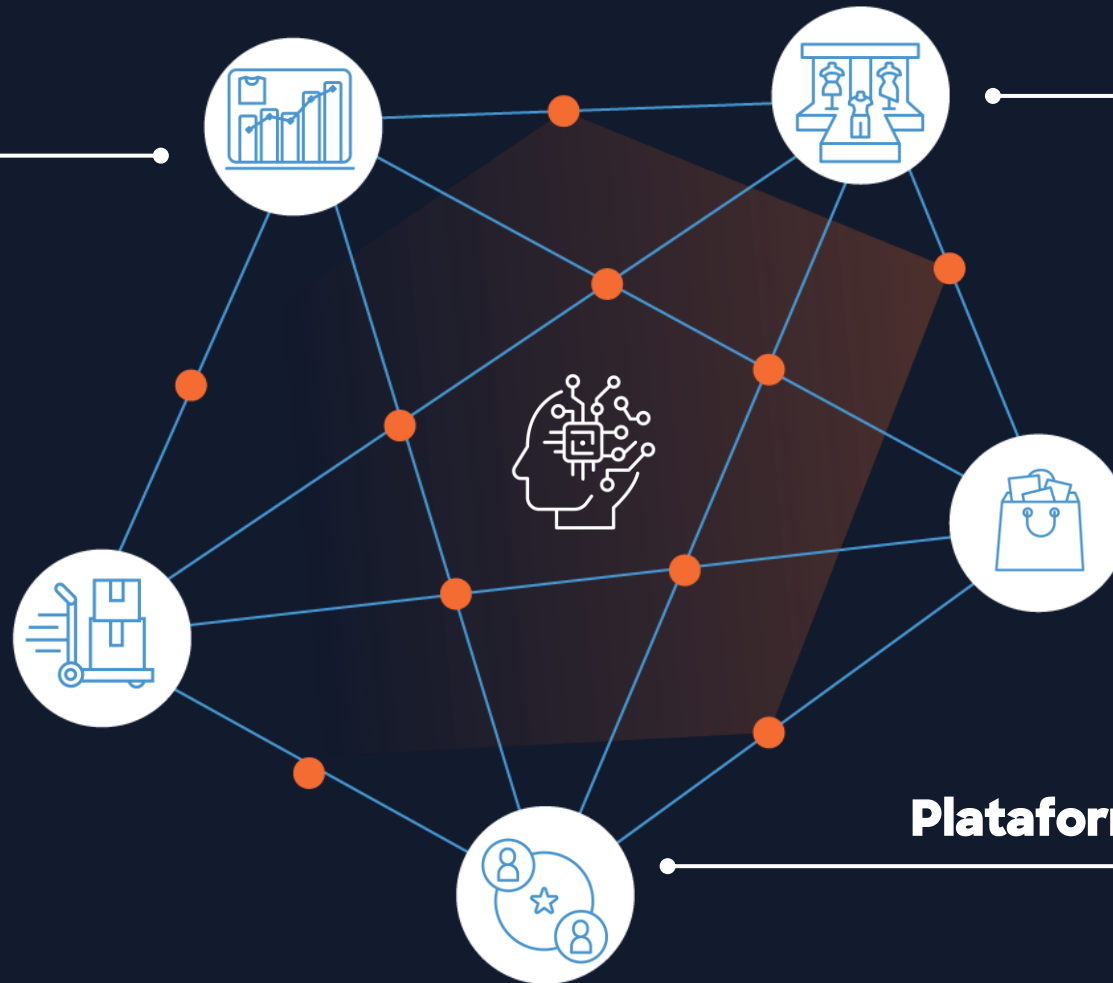
**Plataforma de
compras**

**Plataforma de
Fornecimento**

**Plataforma de
Jornada**

**Plataforma de
Supply Chain**

Plataforma de Clientes



HIC - Hub de Inteligência Comercial

As iniciativas do HIC têm gerado impacto importante no negócio com uma perspectiva futura de mais avanço

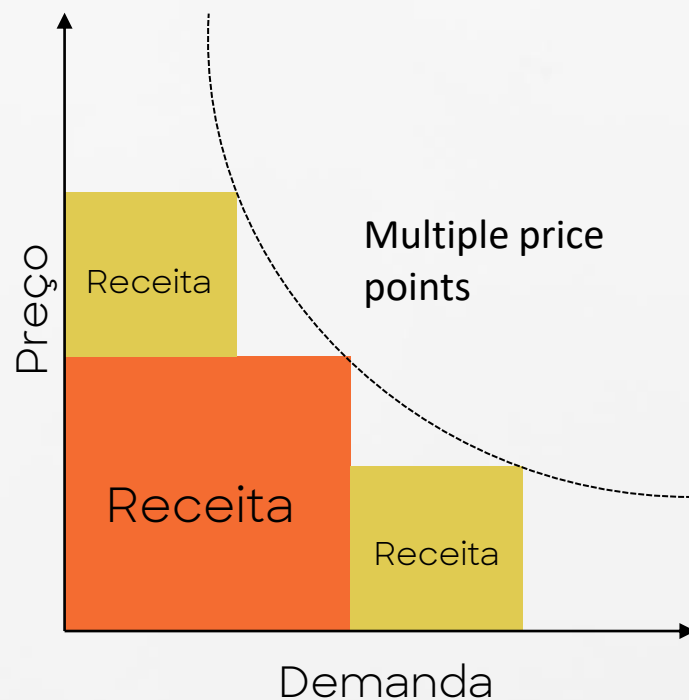
- 1 Precificação dinâmica (AI)**
Ajustes ao longo do ciclo em loja e Online
- 2 Push & Pull e gestão de contínuos (AI)**
Compra automatizada de produtos contínuos com uso de AI
- 3 Desenvolvimento de produto**
Desenvolvimento das coleções AI e Tech



1 Precificação dinâmica (AI)

Sistema de AI para ajustes de preço de forma dinâmica na loja física e on-line em função da performance.

Preço dinâmico



Resumo

Algoritmos de AI e Machine Learning

Modelos de elasticidade, sazonalidade e otimizadores dos preços dos produtos loja a loja ao longo do ciclo de venda.

Granularidade e Operação em Loja

100% integrado ao processo de operação da loja com a capacidade de execução em escala.



Push & Pull:

gestão de contínuos

Sistema Logístico integrado a sistemas de AI para gestão do abastecimento e compra de produtos contínuos

Push & Pull

Sistemas de abastecimento por SKU

Granularização da execução do abastecimento na loja

Automação do Modelo Compra (AI)

Sistemas de AI

Gerenciam a compra dos produtos contínuos

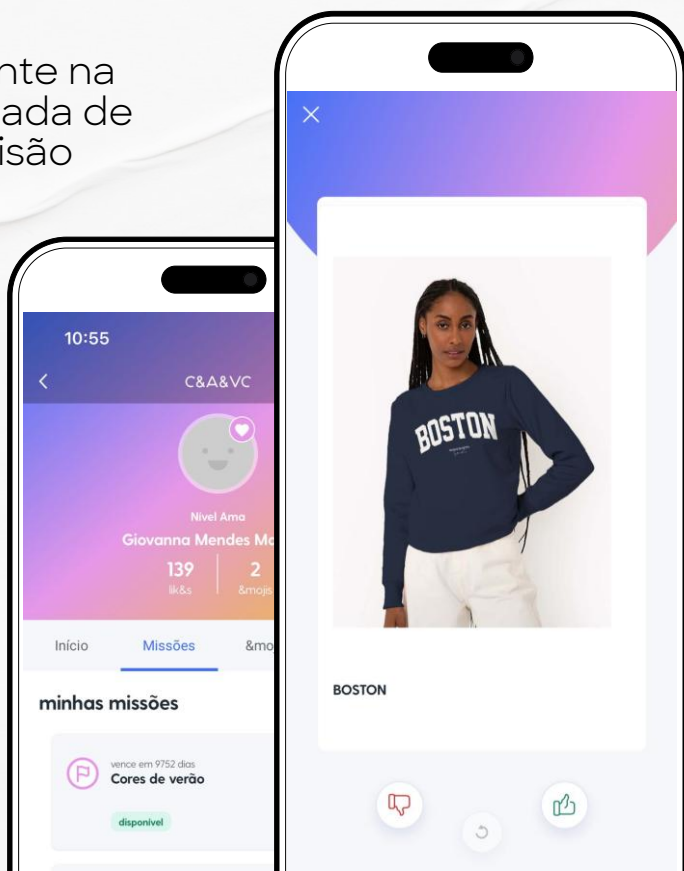


3 Desenvolvimento de produto

APP de estampa

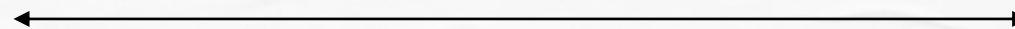
Teste com clientes antes da produção

Cliente na tomada de decisão



As menos aceitas

As mais curtidas



+ assertividade
da coleção com data analytics

Diferenciais competitivos na boa gestão do crédito



Jornada única no mercado = **seleção positiva**

> **90% das novas contas abertas no caixa**, no momento do pagamento

Crédito para **pré-aprovados**

Evolução constante dos modelos de crédito e cobrança

Gestão do crédito **proativa**

Recuperação de crédito baseada em **inteligência e diálogo**



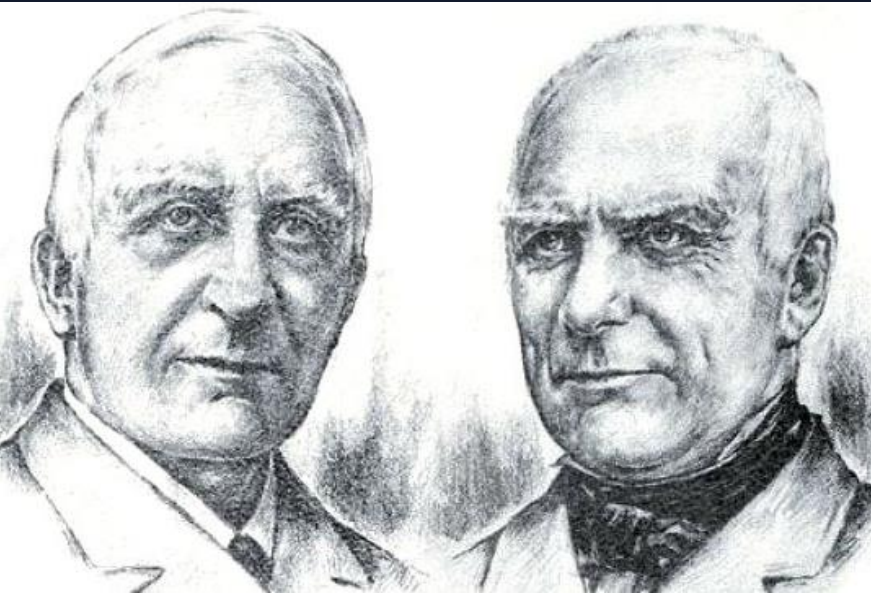
We meet
at



UBS LatAm Conference

A fashion retailer dating back 184 years!

With democratic fashion, innovation, the ability to reinvent itself, and superior resilience



1841

Clemens &
August



1976

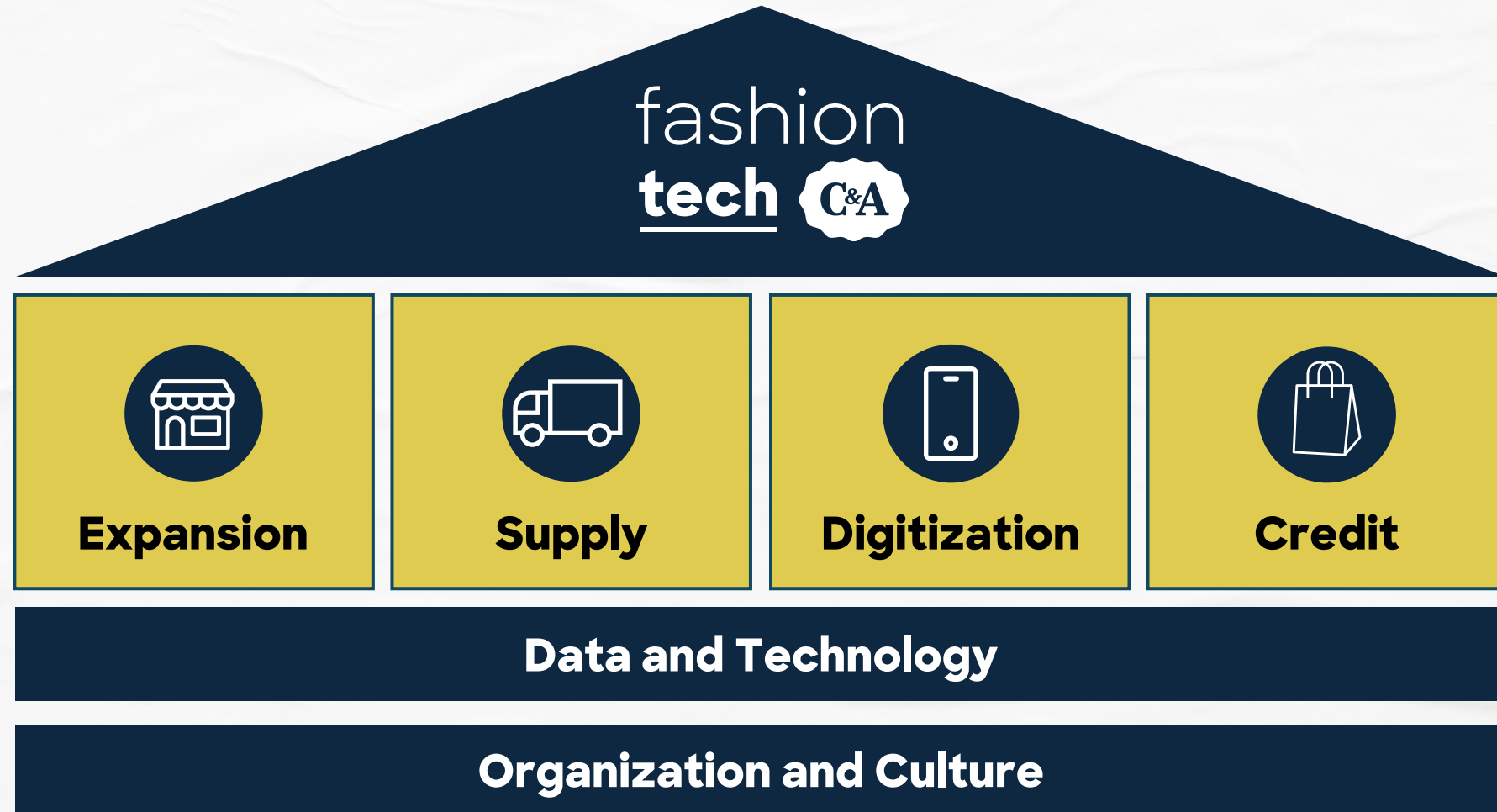
C&A Brasil
almost 50 years



2019

C&A Brasil
IPO

Recap of **the Fashion Tech IPO 2019 strategy**



Leveraging the IPO



Expansion

Potential for 150 new stores and new formats

- 57 New Stores
- 13 ACE double-door stores
- Expand Beauty
- MRB Concept Store

Supply

More modern distribution model

- New DC
- Push&Pull - 38%
- WMS
- Sorter
- RFID
- Sourcing speed

Digitization

Digital Transformation

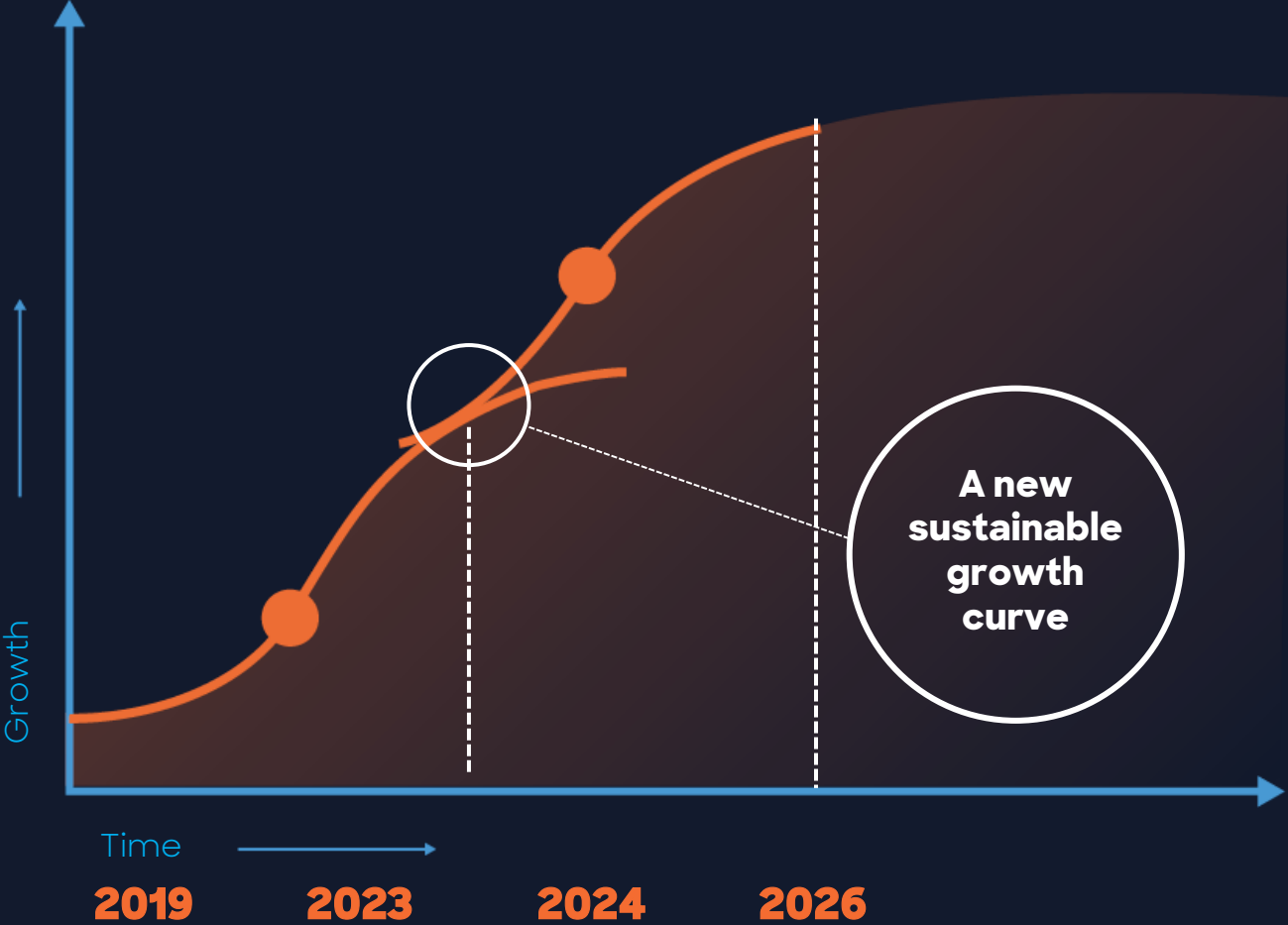
- Tech
 - Infrastructure
 - Cyber
 - Applications
- OMNI
- AI
- WhatsApp Sales
- Minha C&A (My C&A):
- Way of working
 - Test & Learn
 - Agility

Credit

Increased credit offering

- Buy -back the credit operation
- SCD
- C&A pay
- Digital
- Facial Biometrics

A new cycle of growth

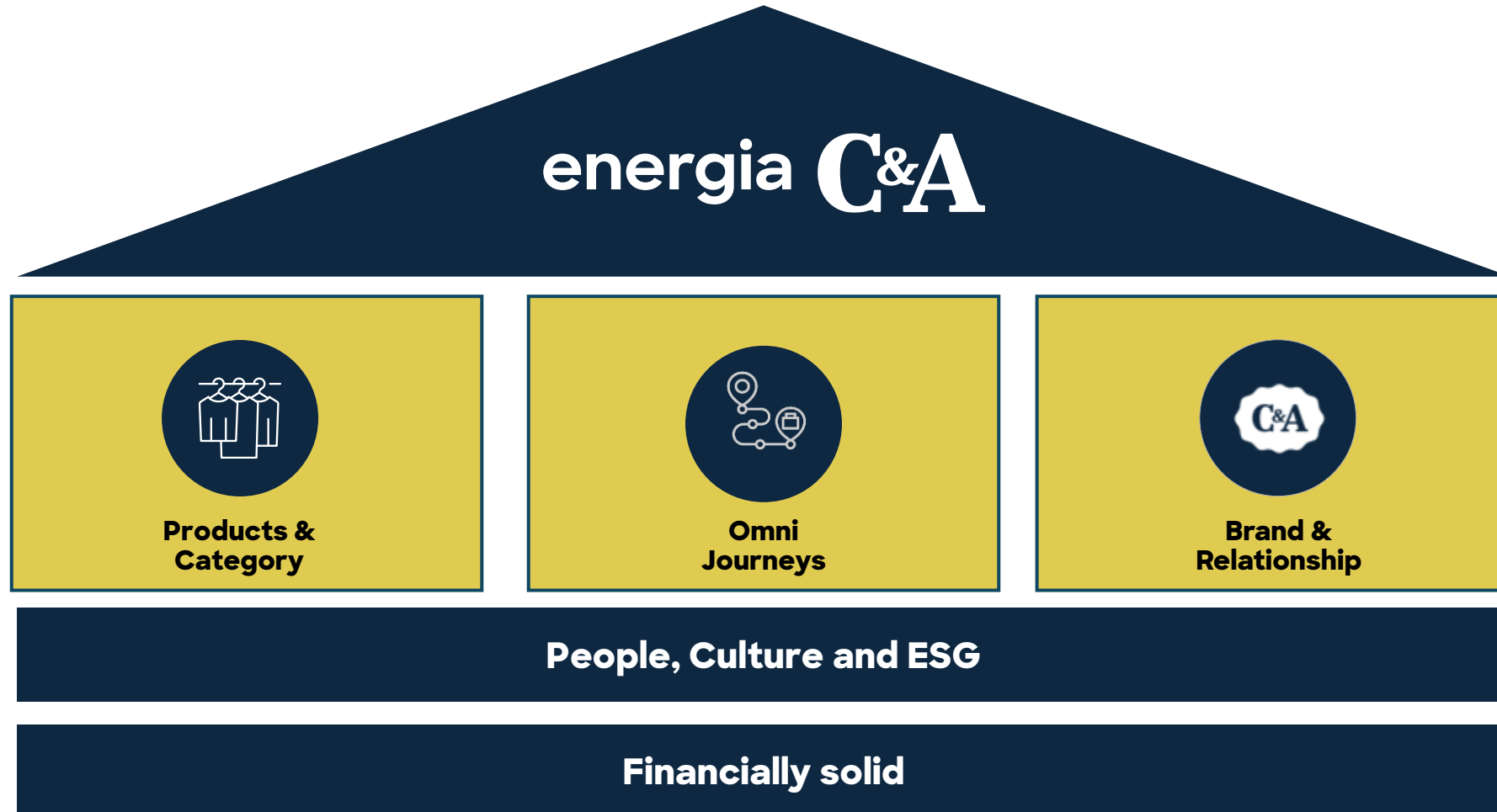


C&A reinventing itself once again:



Note: Charts not to scale

Strategic review **Energia C&A** in 2023





Who is she?

- female, socioeconomic class BC, 30+ years of age
- 45% have been C&A customers for over 4 years
- 47% live in SP or RJ
- value versatility and comfort
- love fashion, but need curatorship and validation
- is omnichannel, but loves B&M stores
- consume fashion content as entertainment

Continue along our **transformation journey**, which has connected us to our customers, with collections that are increasingly **versatile** driving our results.

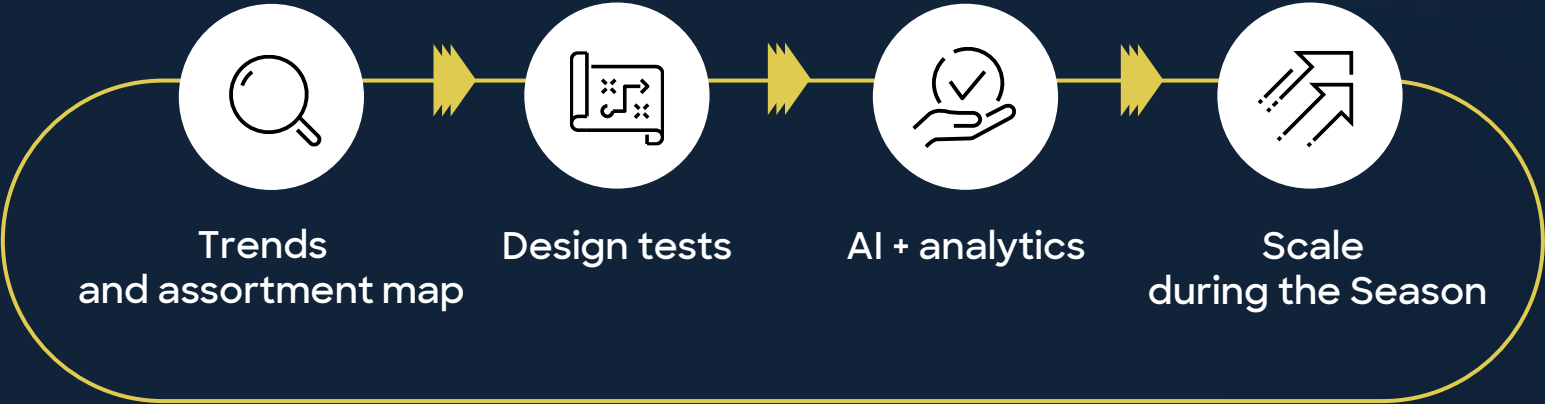
Test & Learn

Speed

Clustering

In-store journey

The accuracy of our product propositions is ensured using **Test & Learn** methodology that focuses on learning customer desires on-site...



Brand positioning

We meet at C&A



Brand statement

The **fashion brand** that helps women build confidence to make **the best choices**.

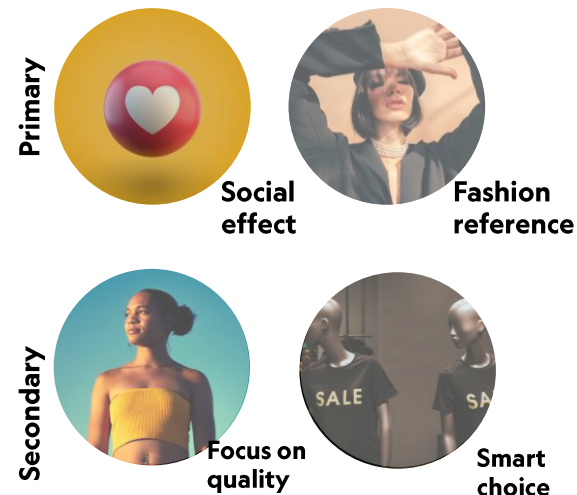
More than just showing what looks good, **we guide the journey with connection**

We understand people: their needs, their relationship with fashion and trends, and we translate that into a vibrant and complete experience. This is our way to creating combinations to empower and inspire a sense of belonging for each woman

Qualities

- **Empathetic**
- **Inspiring**
- **Approachable**
- **Passionate**
- **Full of energy**

Territories



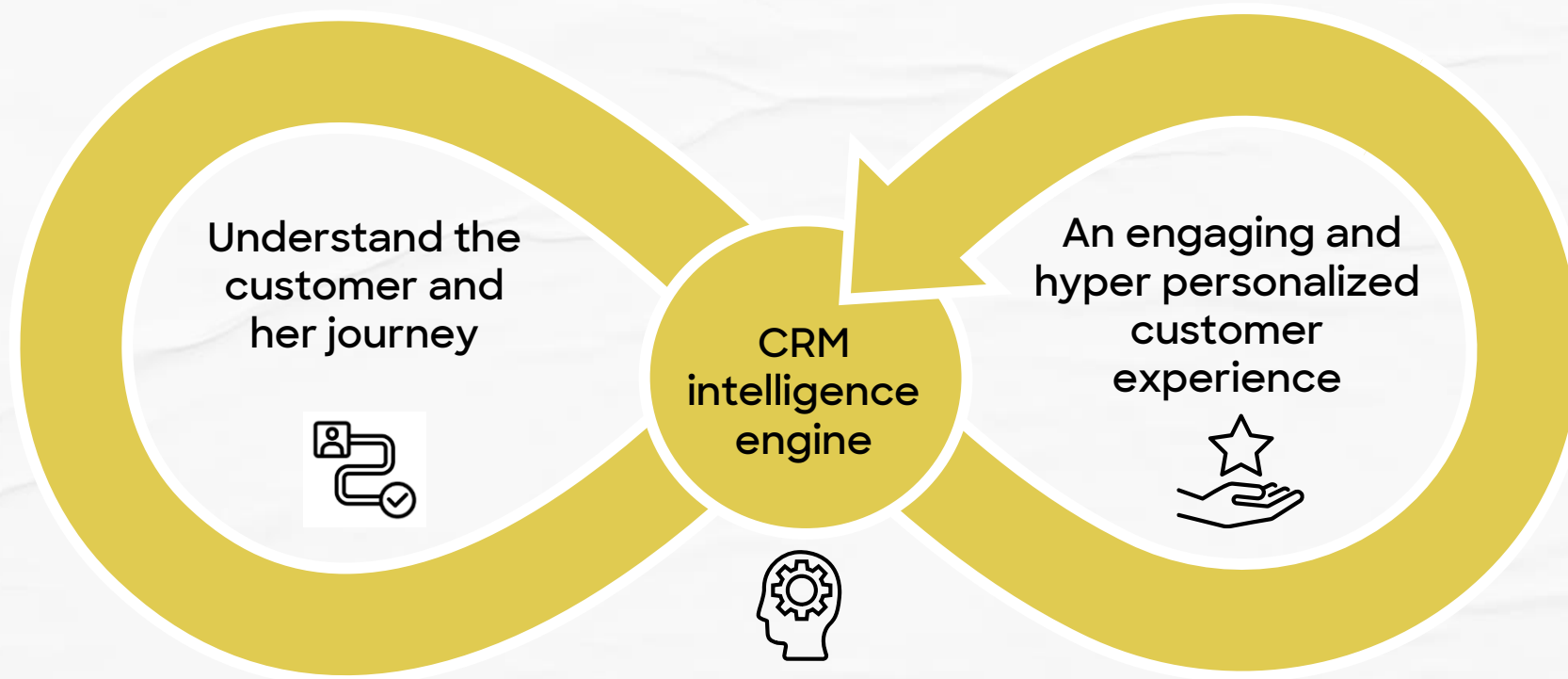
Purpose

Impact people so they become what they want to be through fashion.

Values

- **The customer is everything**
- **We love fashion and product**
- **Dynamism and teamwork**
- **Respect, ethics and diversity are non-negotiable**
- **We have fun and take pride in belonging**

Evolving **relationship management model**



A single view of the customer across the entire organization

Technology

Use of **AI**

Scale and automation

Hyper-personalized relationship management

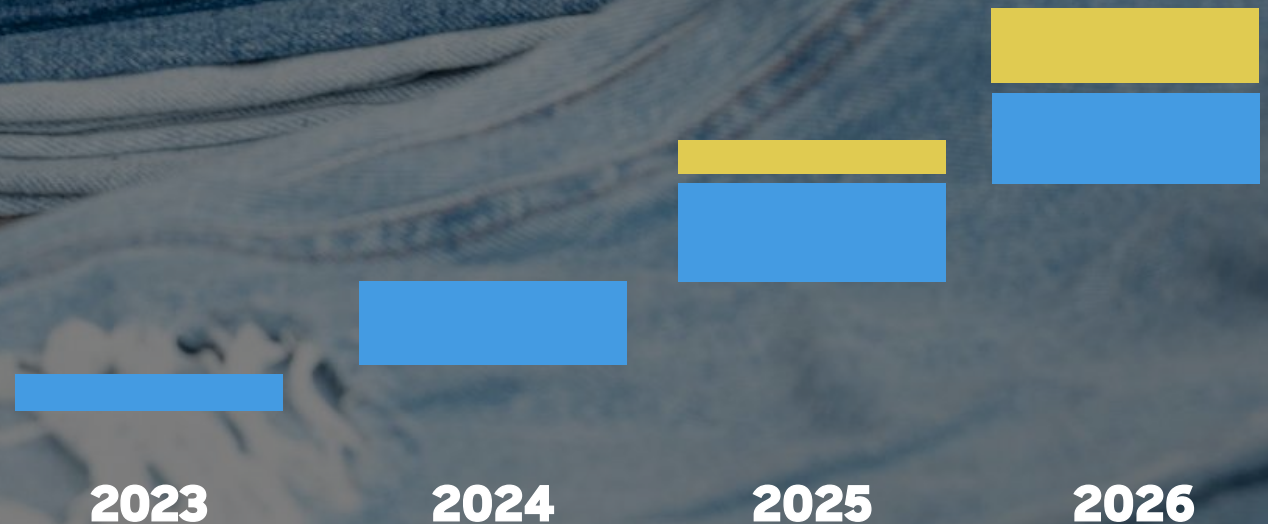
Omni Journey | Impact on sales growth

2024-2026 cycle

expected levers of the omni journey

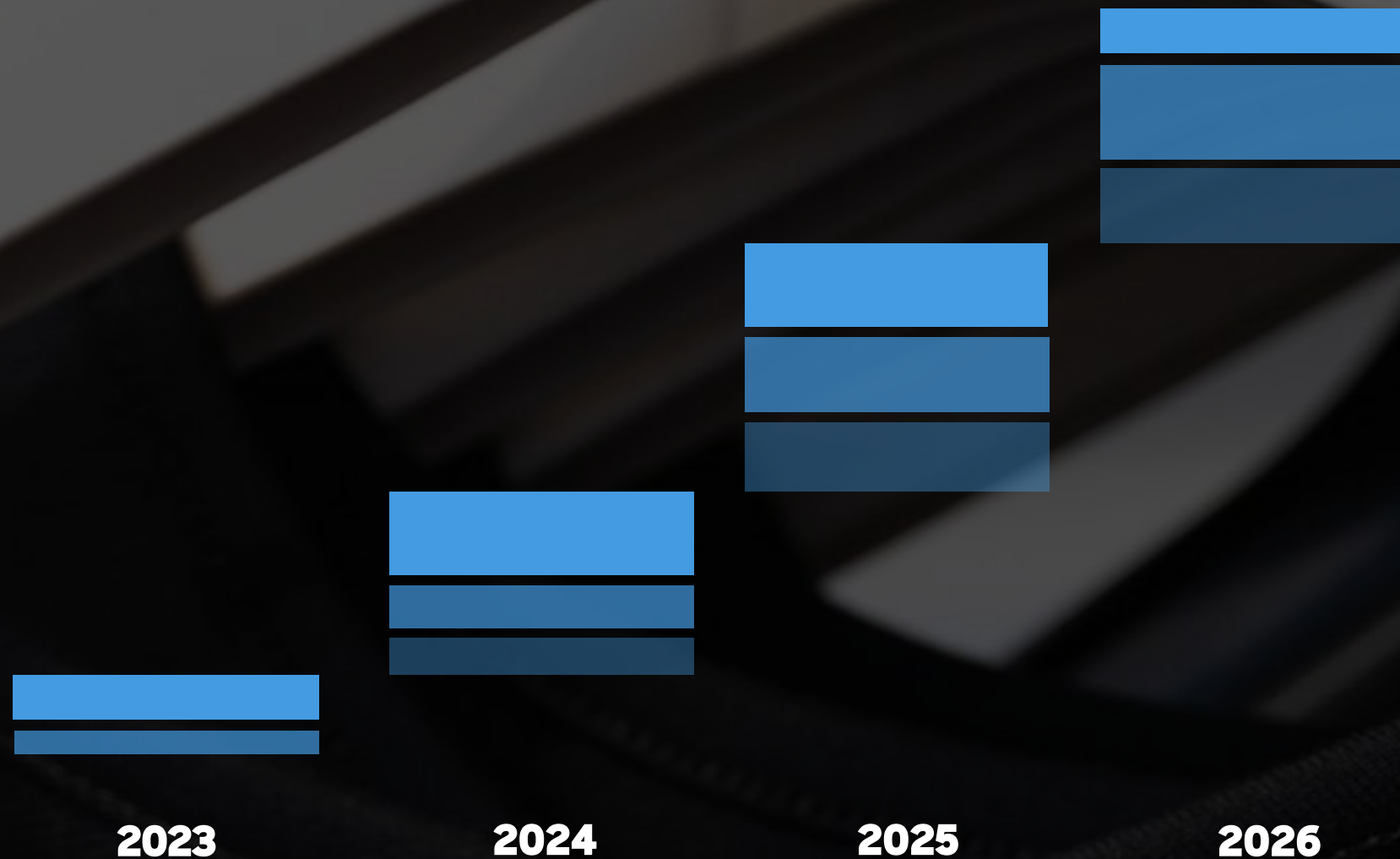
Increase in
sales/m²

new store
expansions



Pillars for increasing sales/m²

- dispersion
- journeys
- revamps



Opportunity to increase sales /m² at all 330 C&A stores

C&A sales/m² 2023



Market potential - sales/m²

Commercial Intelligence Hub

Power House analytics

platform
Purchasing platform

Supply Platform

Journey Platform

Supply Chain Platform

Customer Platform



CIH - Commercial Intelligence Hub

CIH initiatives have impacted business behavior, and further advances are expected going forward

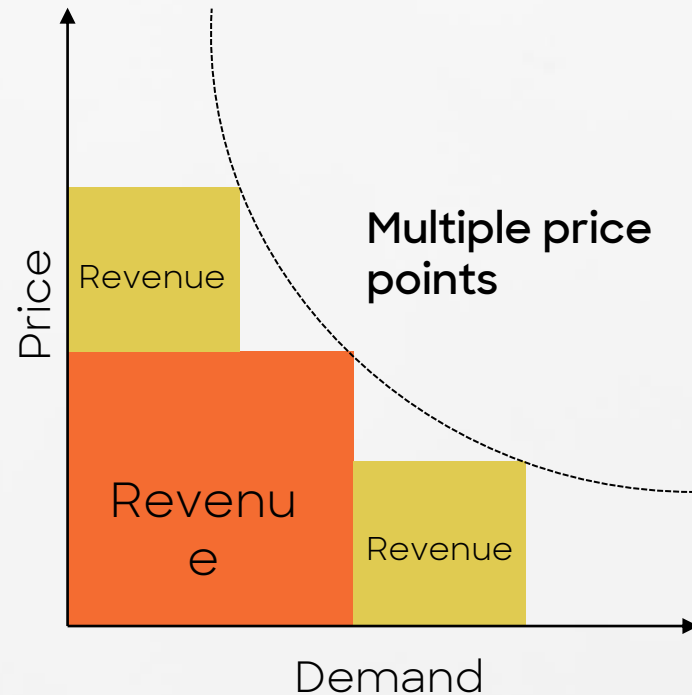
- 1 Dynamic pricing (AI)**
Adjustments over the online and in-store cycle
- 2 Push & Pull and continuous management (AI)**
Automated purchases of continuous goods using AI
- 3 Product Development**
Development of AI and Tech collections



1 Dynamic Pricing (AI)

An AI system for dynamic price adjustments based on performance in both B&M stores and online.

Dynamic Pricing



Summary

AI and Machine Learning Algorithms

Store-by-store models for elasticity, seasonality, and product price optimization throughout the sales cycle.

Granularity and Store Operations

fully integrated with store operations, able to execute at scale.



Push & Pull: management of continuous goods

Logistics systems integrated into AI systems to manage supply and purchase continuous goods

Automated Purchasing Model (AI)

AI systems

Manage the purchase of continuous goods

Push & Pull

Supply systems by SKU

Granular store supply execution

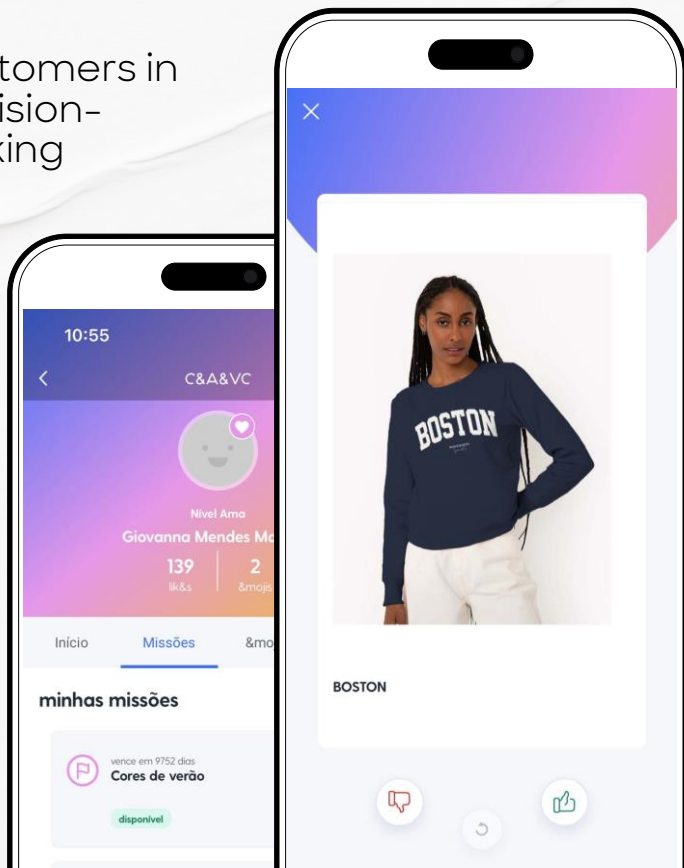


3 Product Development

Stamping APP

Test with customers prior to manufacturing

Customers in decision-making



The least accepted

The most liked



+ accurate
+ collection accuracy using date analytics

Competitive differentials in good credit management



Unique market journey = positive selection

**> 90% of all new accounts
are open at the checkout at the moment of
payment**

Credit for pre-approved customers

Continuously evolving credit and collection models

Proactive credit management

Credit recovery based on intelligence and dialog