



M. Dias Branco

Apresentação dos Resultados 1T20

A ARTE DE ALIMENTAR
PARA O BEM DA SOCIEDADE
E A FELICIDADE DAS PESSOAS

11 de Maio de 2020

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, baseadas 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, no desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais.



M. Dias Branco



**Com forte crescimento
em biscoitos e massas,
M. Dias Branco aumenta
lucro em 140,8% e receita
líquida em 24,3% no 1T20**

Destques do 1T20

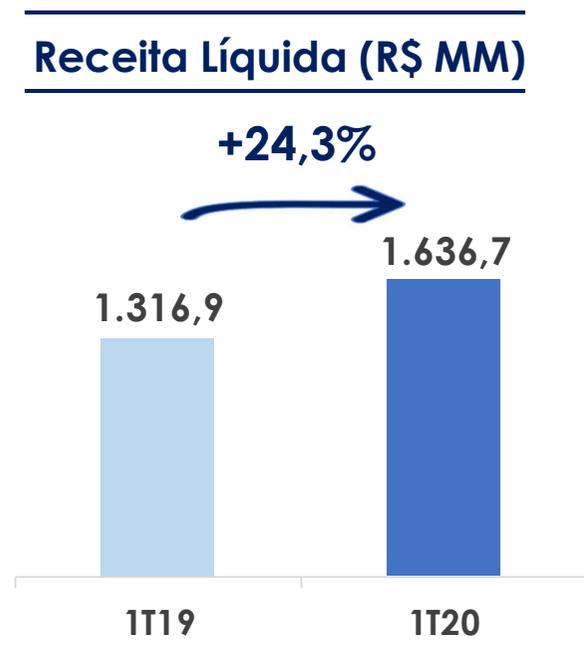
- Volume total de vendas **22,4% maior** que o 1T19 (**biscoitos +25,1%** e **massas +27,3%**);
- Mantivemos a liderança nacional nos mercados de biscoitos e massas;
- EBITDA **103,8% maior** que o 1T19;
- Nível de utilização da capacidade produtiva maior que o 1T19 (**71% vs. 66,5%**);
- Nível de verticalização de farinha de trigo maior que o 1T19 (**96,7% vs. 84,2%**);
- **R\$ 56,3 milhões investidos** em nossa infraestrutura;
- **103,2% de crescimento das exportações;**
- **Consumo de água** por tonelada produzida **15% menor** que o 1T19.



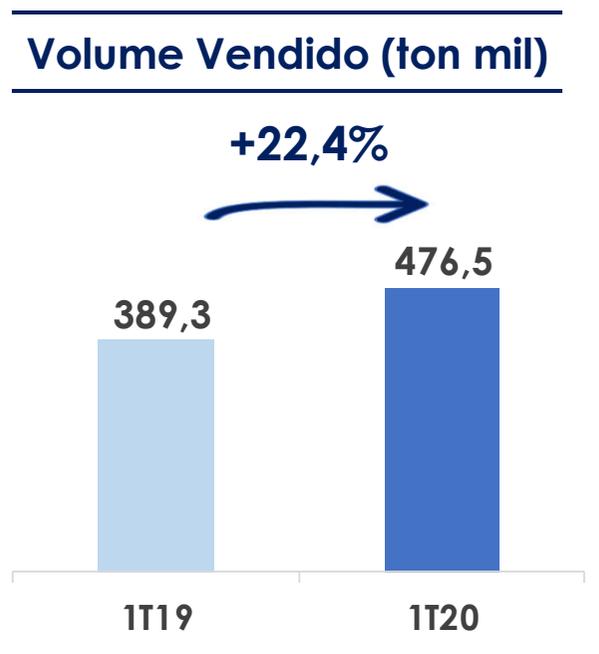
M. Dias Branco

Receita Líquida, Volumes e Market Share

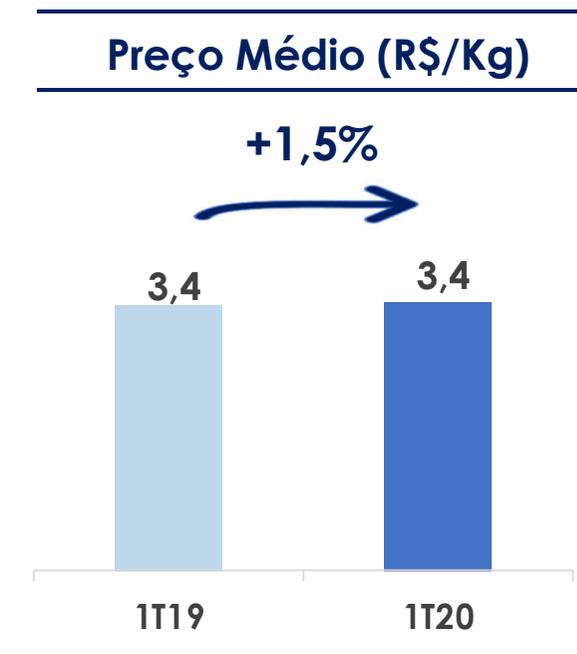
Receita líquida de R\$ 1,6 bilhão no 1T20, 24,3% maior que o 1T19, reflexo das iniciativas implantadas a partir do segundo semestre do ano passado, como o aperfeiçoamento do modelo de precificação e uma abordagem de *go-to-market* mais ampla



- Biscoitos **+23,3%**
- Massas **+28,9%**
- Farinha e Farelo **+22,5%**
- Margarina e Gordura **+26,9%**

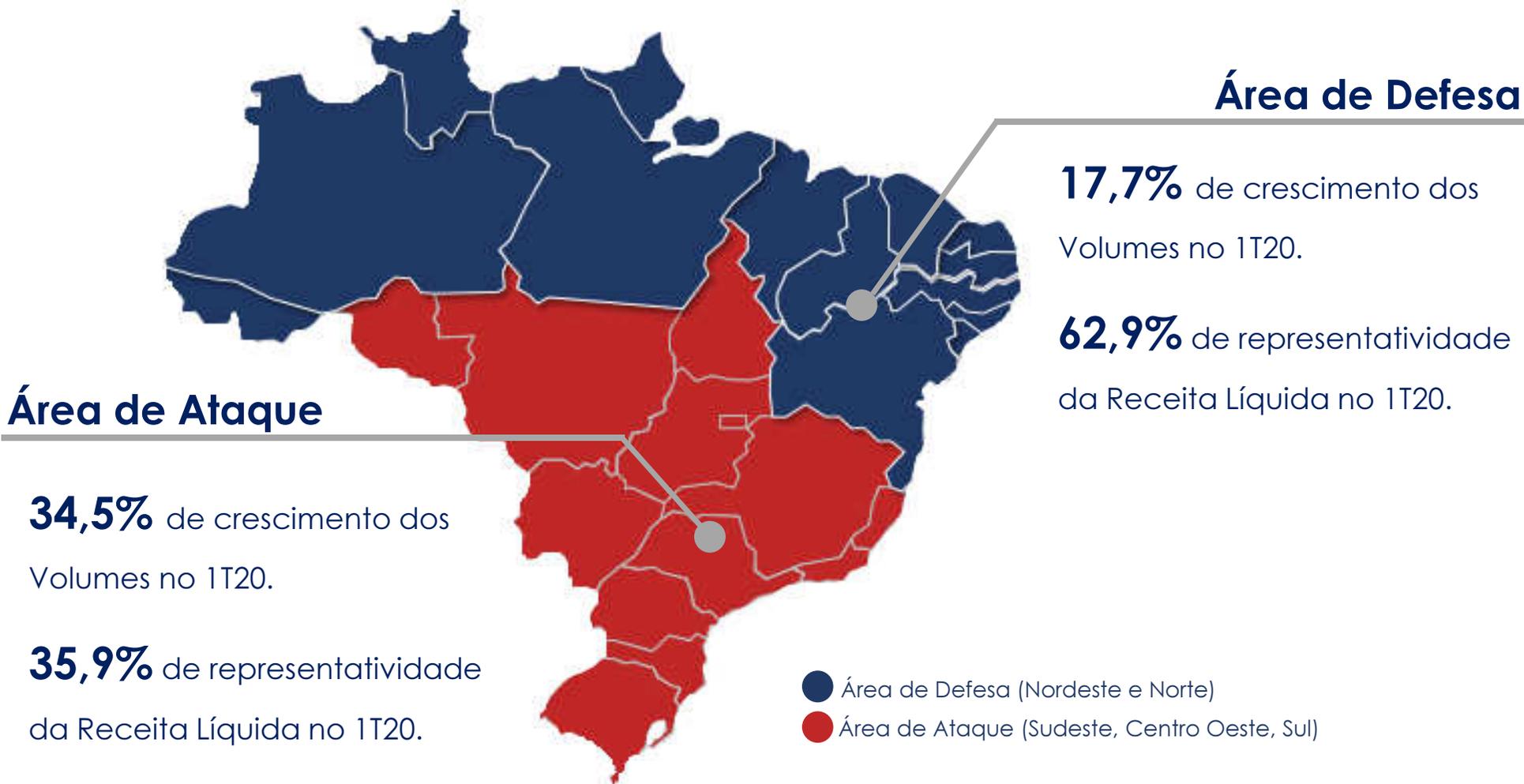


- Biscoitos **+25,1%**
- Massas **+27,3%**
- Farinha e Farelo **+19,3%**
- Margarina e Gordura **+17,3%**



- Biscoitos **-1,4%**
- Massas **+1,1%**
- Farinha e Farelo **+2,3%**
- Margarina e Gordura **+8,1%**

Os volumes cresceram dois dígitos nas áreas de ataque e defesa. Em linha com a nossa estratégia, a área de ataque ganhou participação em nossas vendas



Exportamos R\$ 25,1 milhões no 1T20 para 23 países, com crescimento de 103% frente aos valores do 1T19, inclusive com produtos dedicados ao mercado externo



Crescimento em volume (ton.) de vendas

Regiões

- ✓ América do Sul: **+183%**
- ✓ América do Norte: **+79%**

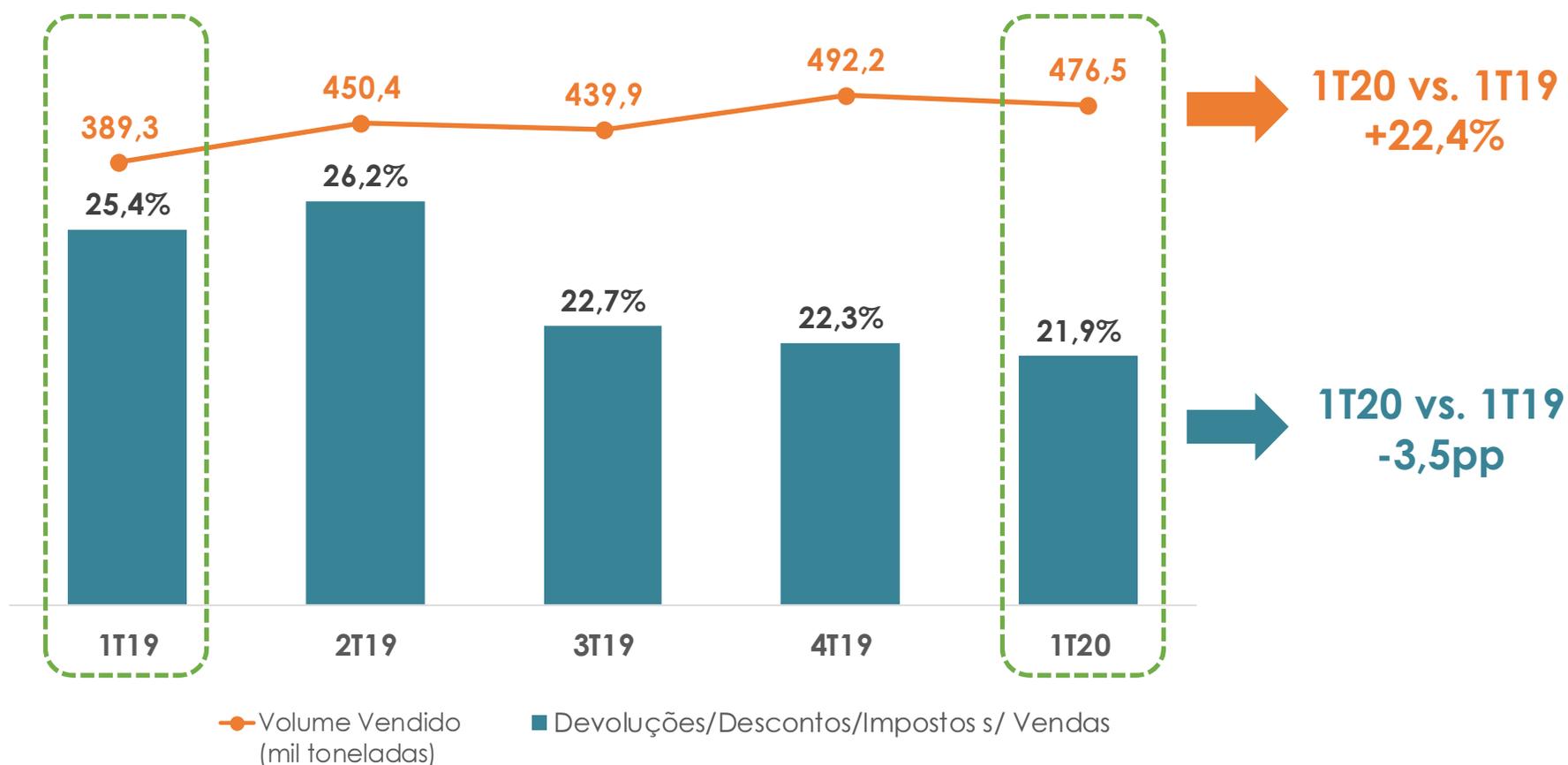
Categorias

- ✓ **Margarina e creme vegetal: 122%**
destaque para os cremes vegetais termo-resistentes Adorita e ao novo BelCampo, ambos exclusivos para exportação.



Os volumes vendidos cresceram dois dígitos, com níveis adequados de descontos, fruto da disciplina na execução, do aperfeiçoamento da modelagem de precificação e de uma abordagem de *go-to-market* mais ampla

Devolução / Descontos / Impostos sobre Vendas (%Receita Líquida)



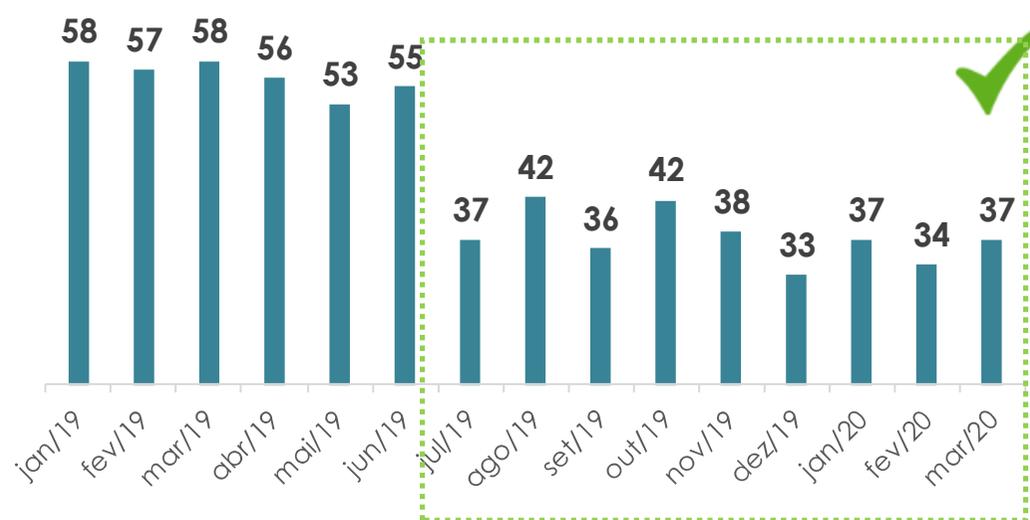
Os níveis de estoques de itens da M Dias Branco em nossos clientes continuam estáveis e adequados.



Dias de Estoques Varejo* Biscoitos



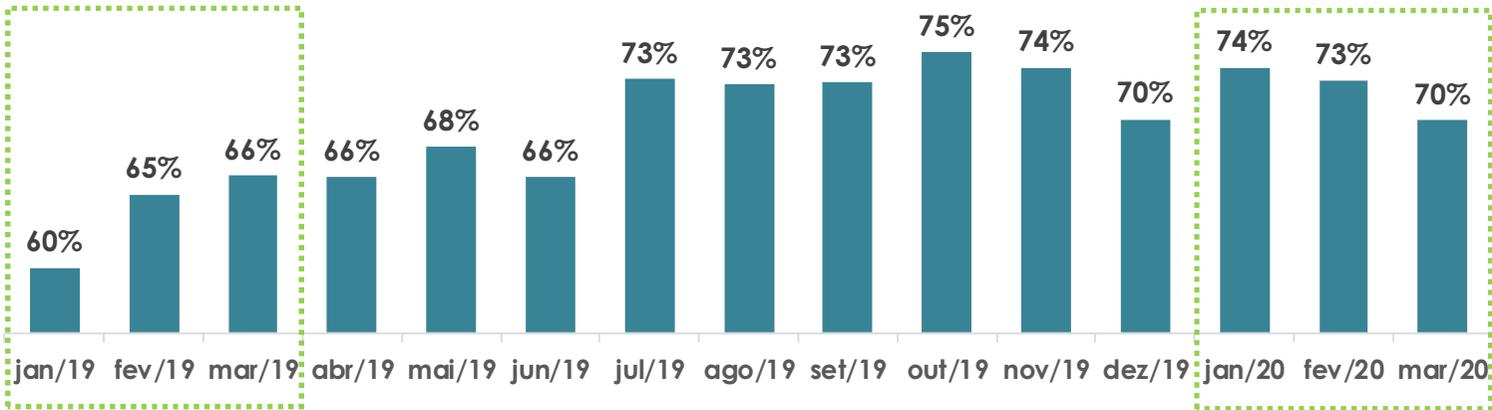
Dias de Estoques Varejo* Massas



* Fonte Neogrid

Também como resultado da abordagem de *go-to-market* mais ampla e da disciplina na execução, a cobertura de clientes no 1T20 foi 8,7pp maior que no 1T19

Cobertura de Clientes M. Dias Branco* (sem Piraquê)



Média de Cobertura

1T20: 72,2%
4T19: 72,9%
1T19: 63,5%

* Cobertura: clientes com pedidos no mês / clientes com pedidos nos últimos seis meses

Participação* na Receita Líquida de Descontos (%)

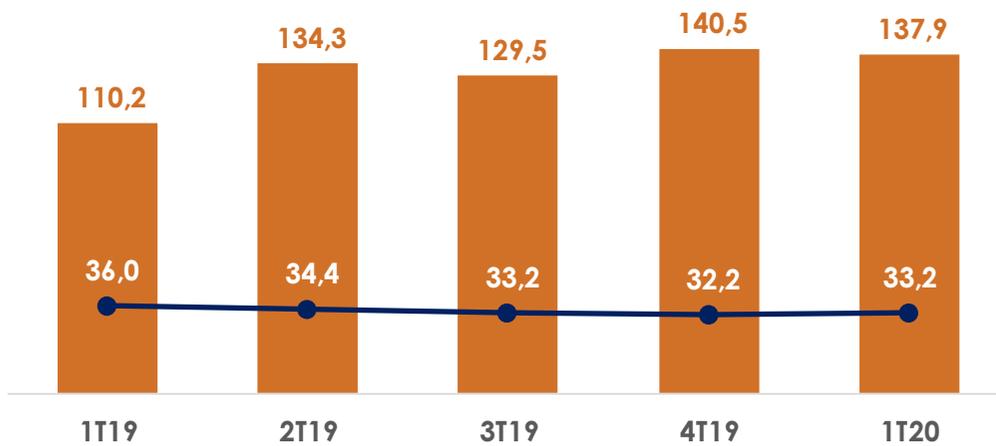
| | 1T18 | 2T18 | 3T18 | 4T18 | 1T19 | 2T19 | 3T19 | 4T19 | 1T20 |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Principal Cliente | 11,1% | 10,9% | 11,1% | 10,9% | 12,4% | 10,5% | 11,0% | 9,7% | 11,4% |
| 50 Principais Clientes* | 37,2% | 39,0% | 39,1% | 38,3% | 37,8% | 39,5% | 36,8% | 36,8% | 38,8% |
| 100 Principais Clientes* | 44,5% | 46,6% | 46,1% | 45,8% | 44,7% | 46,7% | 44,1% | 44,3% | 46,3% |

* Acumulado

As leituras mais recentes de *market share* demonstram a retomada da participação no mercado de Biscoitos, com expansão de 1pp vs. o 4T19. Em Massas, registramos leve retração de participação de 0,5 pp



Biscoitos



Volume (mil toneladas) Share Volume

Massas



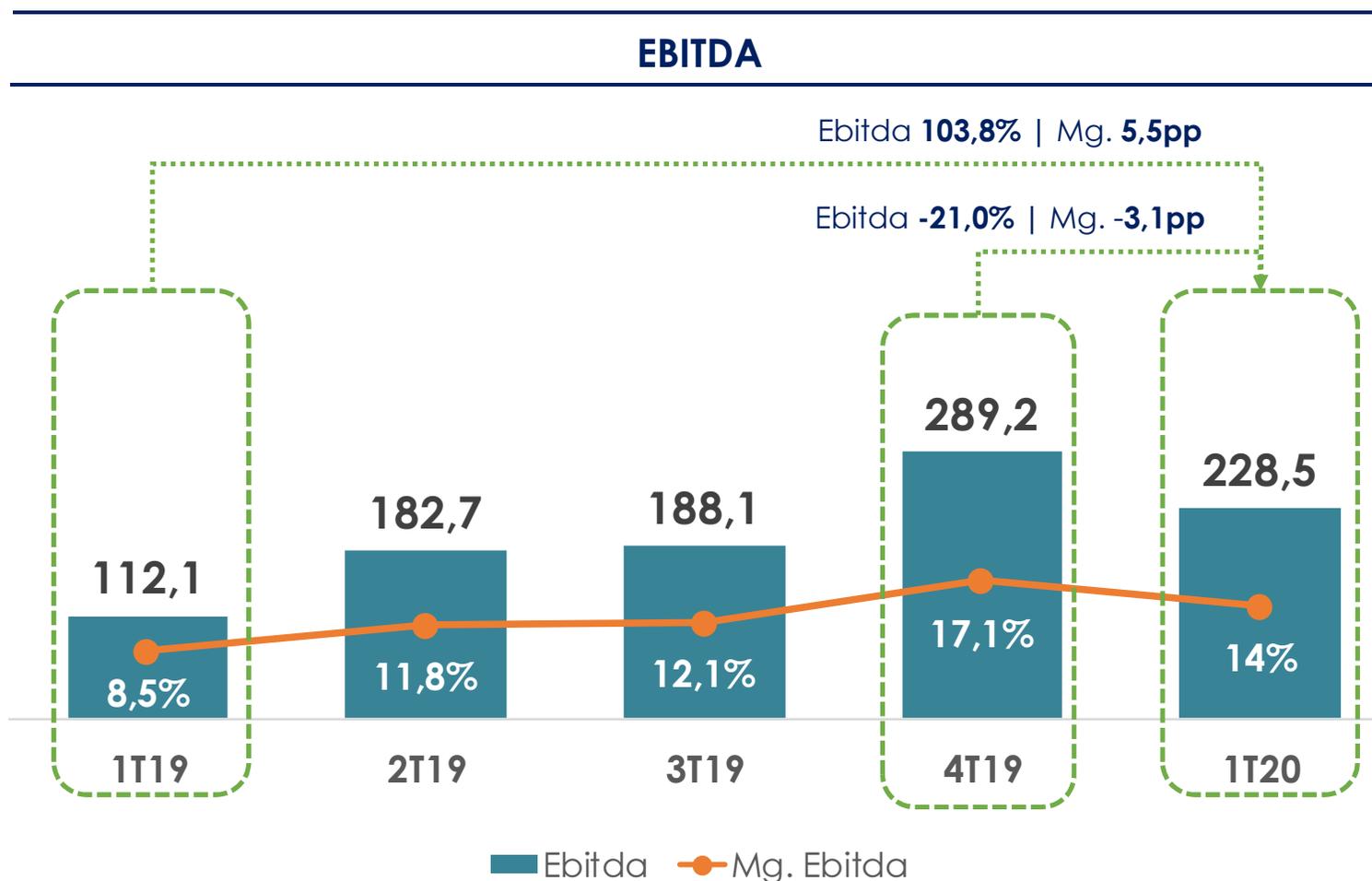
Volume (mil toneladas) Share Volume



M. Dias Branco

EBITDA e Lucro Líquido

R\$ 228,5 milhões de EBITDA no 1T20, mais que o dobro do resultado do 1T19, fruto do aumento dos volumes, das acertadas compras de trigo e de uma gestão rigorosa das despesas. Margem EBITDA passou de 8,5% para 14%



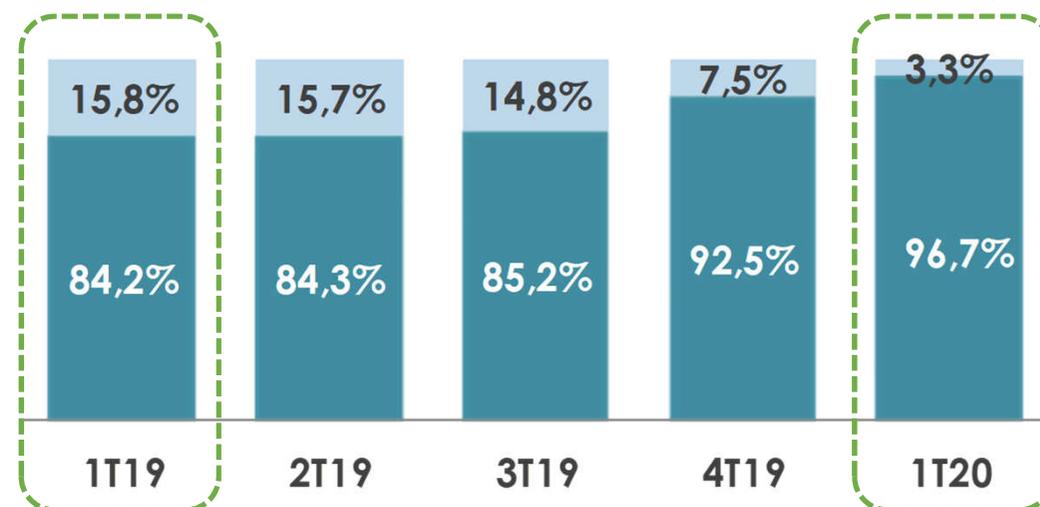
O moinho de trigo em Bento Gonçalves (RS), inaugurado no segundo semestre de 2019, contribuiu para o aumento da verticalização de farinha de trigo, que passou de 84,2% no 1T19 para 96,7% no 1T20

Novo Moinho de Bento Gonçalves (RS)



- Capacidade de moagem de **1.300 toneladas** de trigo por dia.
- Capacidade de armazenamento de **3.400 toneladas** para farinha intermediária e **430 toneladas** de armazenamento de farelo.

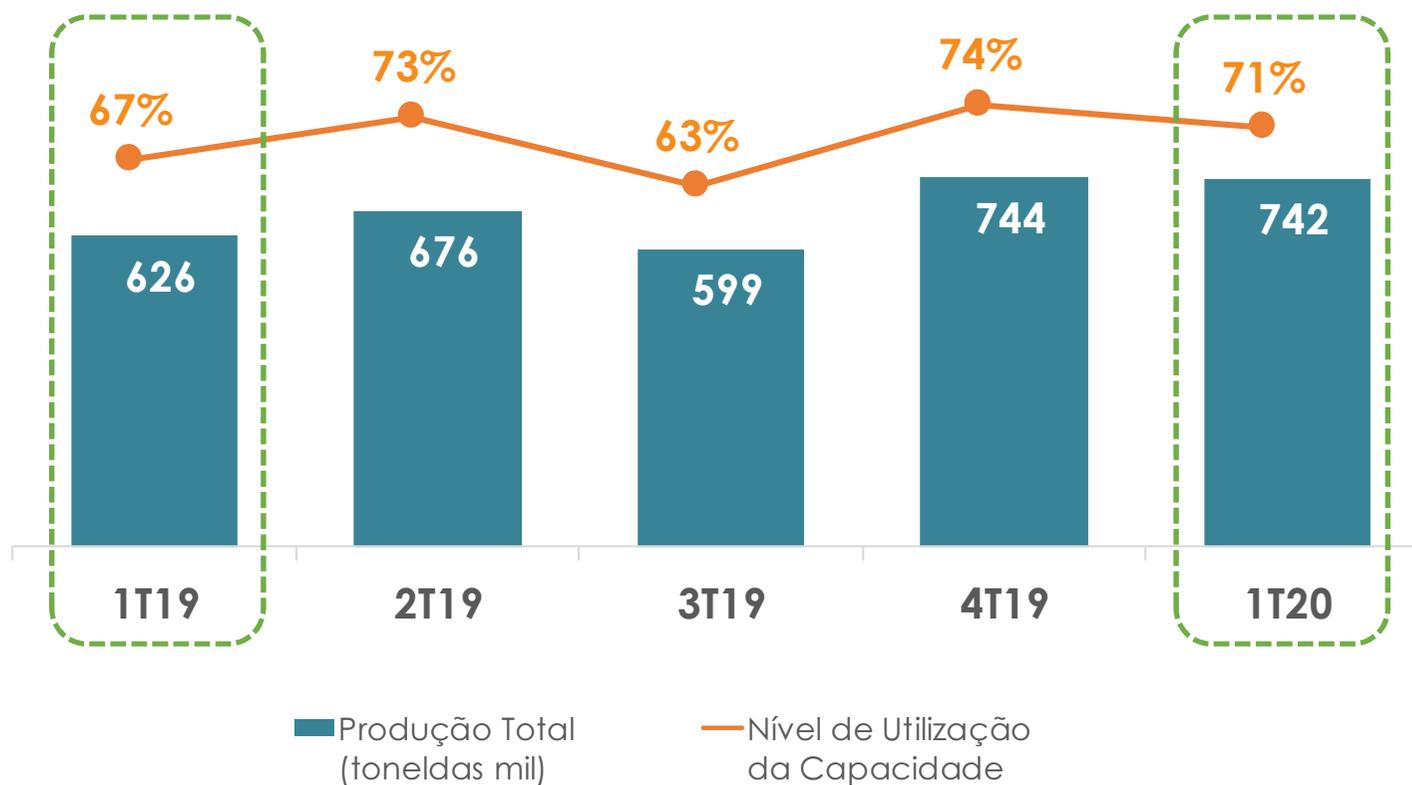
Consumo da Companhia



Produzimos 742 mil toneladas em nossas 19 unidades industriais no 1T20, 18,5% maior que o volume produzido no 1T19



Produção em mil toneladas | Nível de Utilização da Capacidade

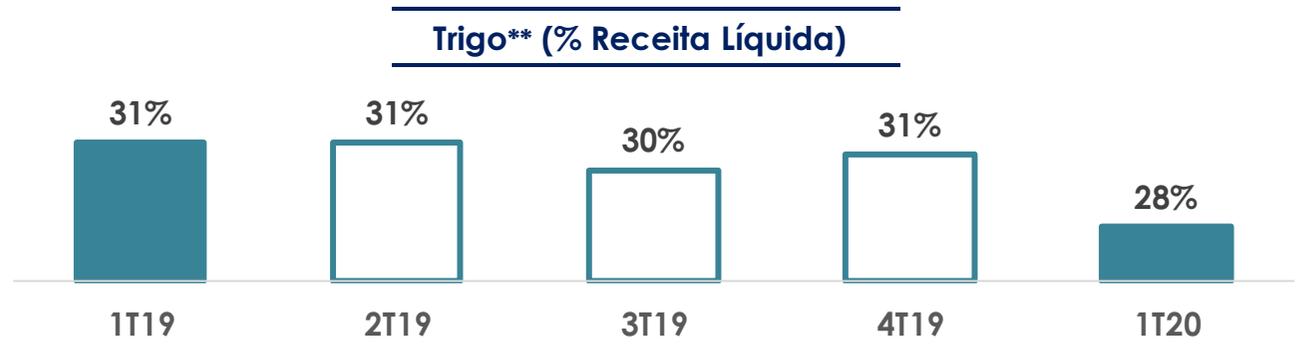
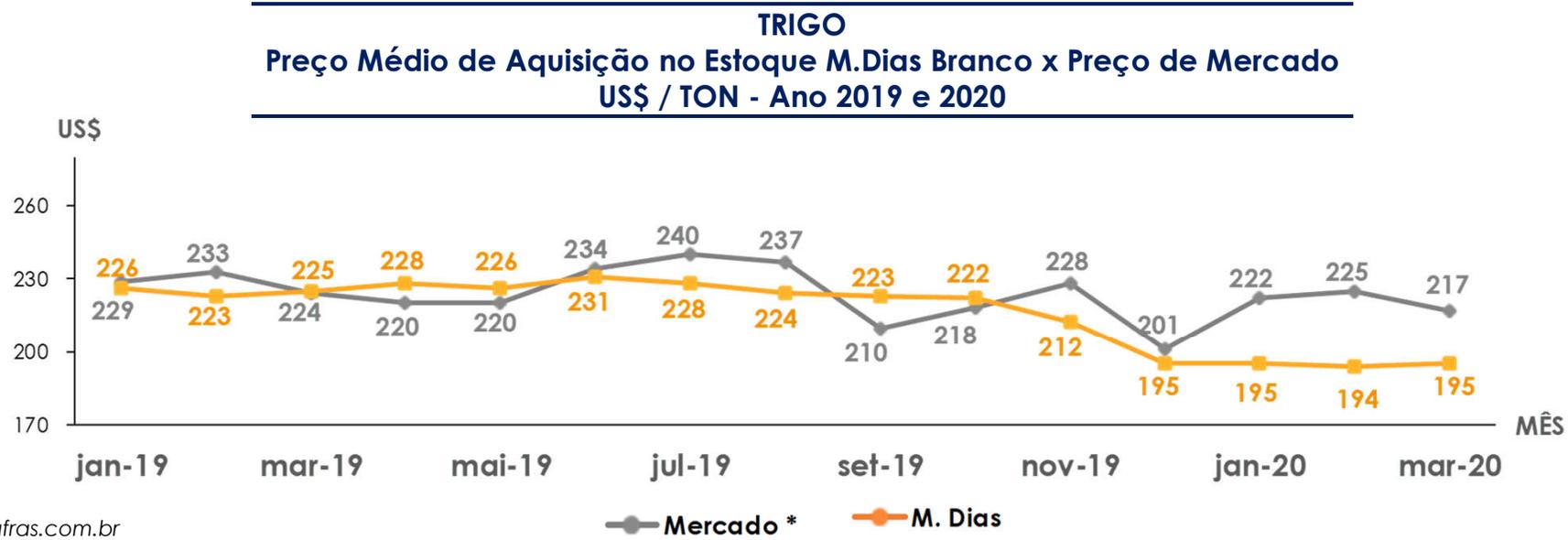


Vr.% Produção Total

+ 18,5% 1T20 vs 1T19

- 0,3% 1T20 vs 4T19

As acertadas compras de trigo no final de 2019 e início de 2020 contribuíram para o menor custo médio do trigo nos estoques e nos resultados

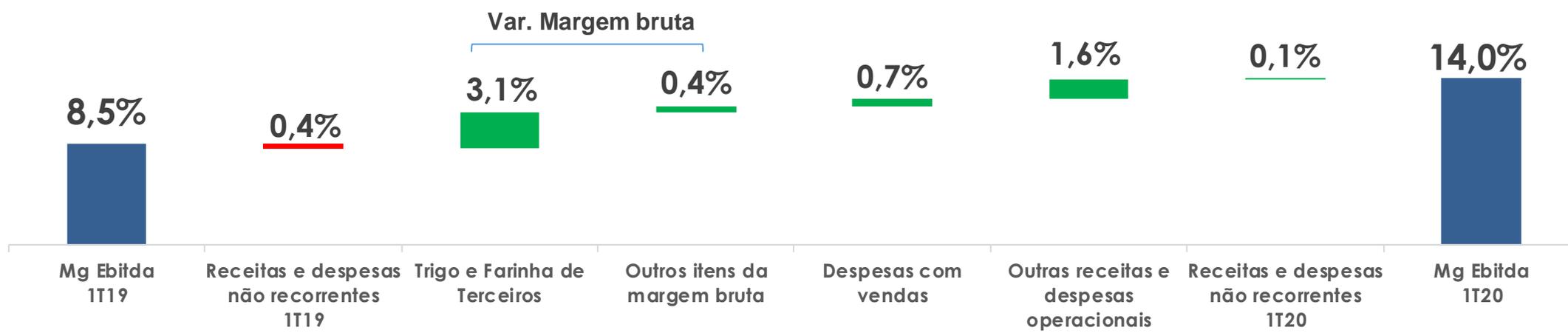


**Farinha de trigo produzida internamente + comprada de terceiros

Expansão da margem EBITDA, de 8,5% para 14,0%, pela maior diluição dos custos e despesas fixas, pelas compras acertadas de trigo, pelo forte crescimento de biscoitos e massas e pelo maior nível de utilização da capacidade produtiva



Variação Margem EBITDA (%RL) 1T20 vs. 1T19

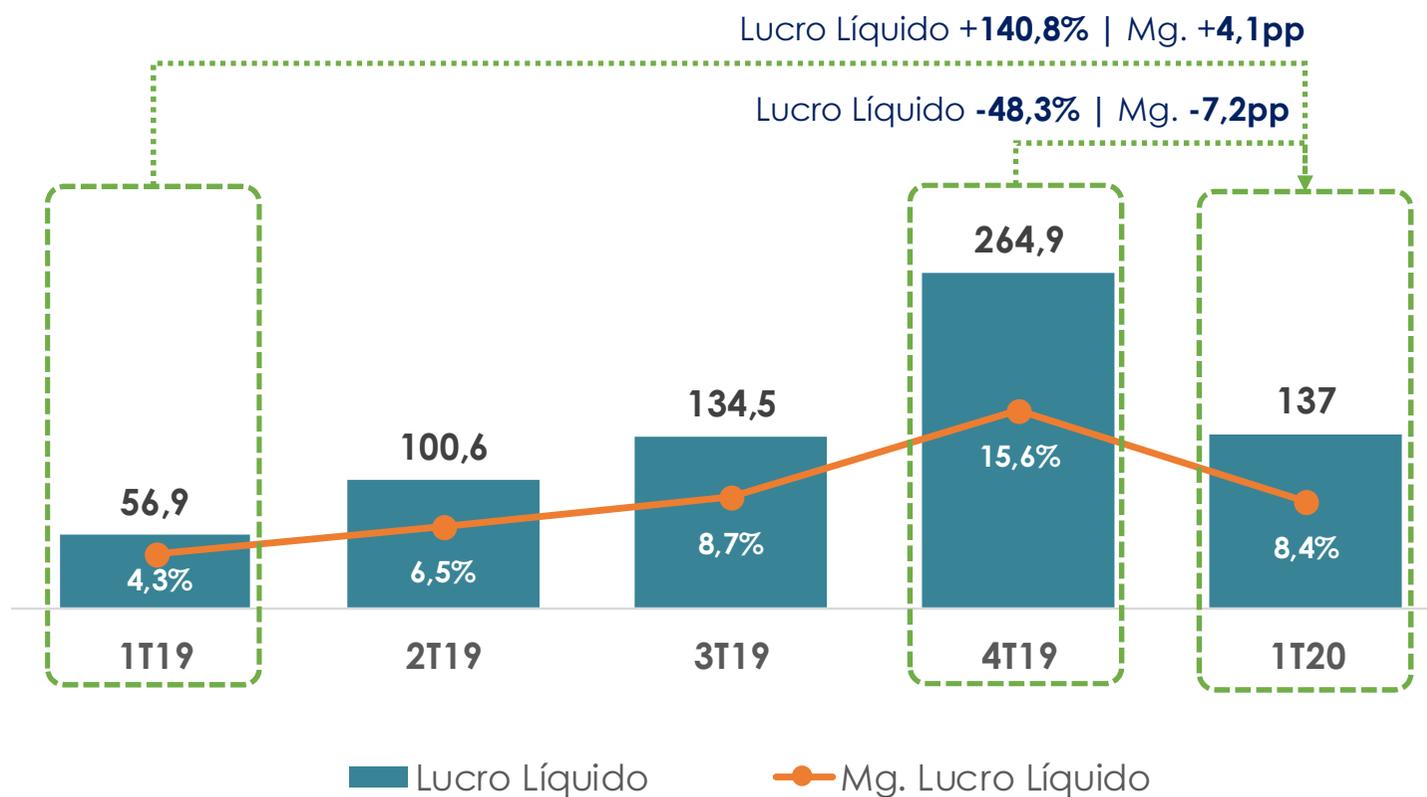


- Aumento dos volumes vendidos das linhas com menor participação de farinha de trigo nos custos (**biscoitos 25,1%** e **massas 27,3%**).
- Menor custo médio do trigo no 1T20 vs 1T19 (**-6,9%**).
- Aumento da verticalização de farinha de trigo no 1T20 vs 1T19 (**96,7% vs. 84,2%**).
- Maior diluição das despesas fixas com vendas e administrativas.

R\$ 137 milhões de Lucro Líquido no 1T20, 140,8% maior que o 1T19, fruto do crescimento das vendas e do EBITDA



Lucro Líquido TRI

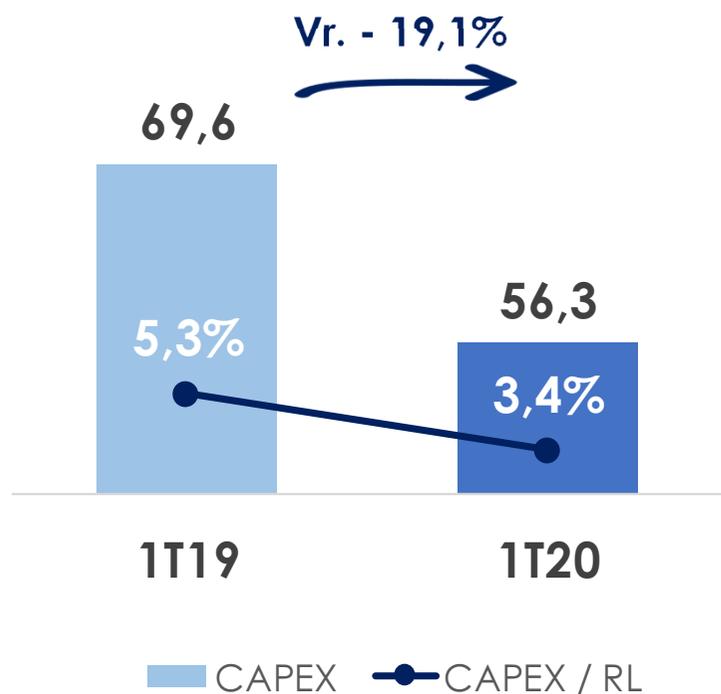


M. Dias Branco

Investimentos

Os investimentos totalizaram R\$ 69,6 milhões no 1T20, redução de 19,1%, distribuídos entre ampliações e manutenções

1T20 vs 1T19



Destaques

- Aquisição de equipamentos e construção de estacionamento - Bento Gonçalves (RS);
- Redesenho logístico, compreendendo novos centros de distribuição;
- Aquisição e instalação de silos - unidade de Maracanaú.



M. Dias Branco

Dívida Líquida e Geração de Caixa

Em um começo de ano impactado pela crise do Covid-19, demonstramos resiliência, atendemos a demanda, gerimos as despesas de forma rigorosa, geramos caixa e reduzimos a alavancagem

Dívida Líquida

Vr. +1,4%



651,6

660,7

0,8%

0,7%

1T19

1T20

● Alavancagem
(Caixa) Dívida Líquida / Ebitda (últ. 12 meses)

Destaque no 1T20

- ✓ **R\$ 77,4 milhões** de disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais;
- ✓ **33,3% de aumento** do caixa e equivalentes de caixa versus 31/12/19;
- ✓ **R\$ 678,7 milhões** de capitações;
- ✓ **Fitch Rating AAA;**
- ✓ **0,7 de alavancagem** (Dívida Líquida / Ebitda).





M. Dias Branco

Lançamentos e Doações

Seguimos investindo em inovação e contamos com lançamentos relevantes no 1T20



Com foco na expansão das regiões Sul e Sudeste, a marca Isabela enriquecer seu portfólio com o lançamento da Farinha de Trigo Tipo 1, em embalagens de 1 Kg e 5 Kg,

Em linha com a estratégia de crescimento e de introdução de itens com maior valor agregado, a Companhia lança a linha de tortinhas para a marca Piraquê, e lança também o Chocks Vitarella (biscoito wafer coberto com chocante).



Doação de R\$ 2,4 milhões em prol da doação de sangue e pesquisa em hematologia

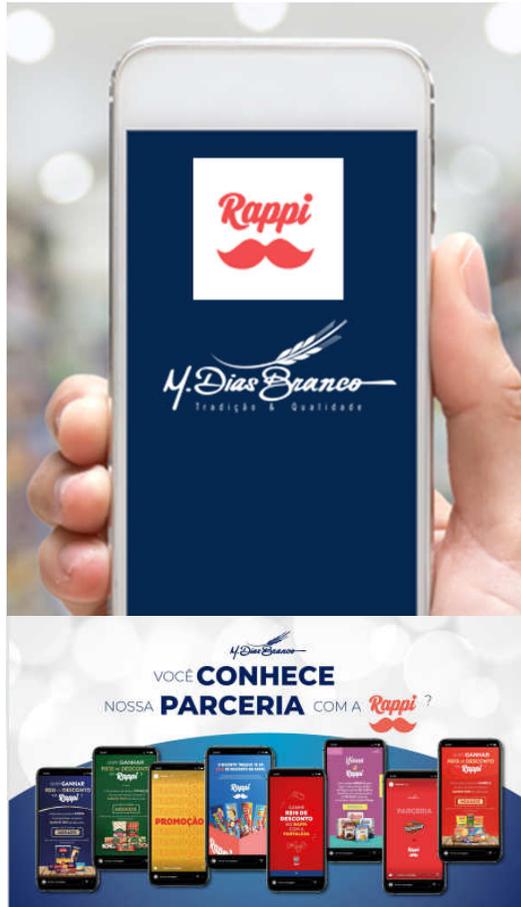


Por meio de suas marcas, a Companhia doará 500 produtos a cada bolsa de sangue coletada por hemocentros de seis estados do País, através das marcas Adria, Fortaleza, Isabela, Piraquê e Vitarella.

A ação faz parte de uma campanha nacional da Companhia que vai destinar um **total de R\$ 2,4 milhões** em prol da doação de sangue e pesquisa em hematologia em seis estados brasileiros.

“Com apenas uma doação, você apoia duas causas”

Parceria com a Rappi para aumentar o acesso aos nossos produtos através de plataformas digitais



Com a finalidade de estimular novos canais e ajudar a sociedade a superar as dificuldades impostas pelo COVID-19, lançamos parceria com a Rappi. A ação tem como objetivo:



Início do plano de fortalecimento da presença das marcas no varejo online;



Ativação com as marcas Piraquê, Adria, Vitarella, Fortaleza, Treloso, Richester, Finna e Isabela;



Investimento nas redes sociais das marcas;



Fortalecimento da relação com o varejo e com os consumidores neste momento.



**Destiques
Socioambientais**

Destques Socioambientais

Indicadores de Sustentabilidade

- Menor consumo de água (m³/ton): **-15%**
- Menor índice de reciclagem de resíduos: **-1,7pp**
- Menor geração de resíduos sólidos (kg/ton): **-7,8%**
- Menor taxa de frequência de acidentes de trabalho: **-0,5pp**



Iniciativas e realização

- Doação de duas ambulâncias seminovas para a Santa Casa da Misericórdia de Fortaleza;
- Ampliação de ações de inclusão, com a disponibilização de ferramenta de acessibilidade em Língua Brasileira de Sinais (Libras) no site oficial da M. Dias Branco





Obrigado

Gustavo Lopes Theodozio

Vice-Presidente de Investimentos e
Controladoria

Tel.: (85) 4005-5667

E-mail:

gustavo.theodozio@mdiasbranco.com.br

Fabio Cefaly

Diretor de Novos Negócios e Relações
com Investidores

Tel.: (11) 3883-9273

E-mail:

fabio.cefaly@mdiasbranco.com.br



Results Presentation 1Q20

THE ART OF FEEDING TO
PROVIDING WELL BEING AND
HAPPINESS TO PEOPLE

May 11th, 2020

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

The logo for M. Dias Branco, featuring the company name in a blue, cursive script font. Above the name is a stylized blue graphic of a wheat stalk or grain, with several grains extending upwards and to the right. The entire logo is positioned in the bottom right corner of the page.

M. Dias Branco



Driven by strong growth
in cookies & crackers
and pasta, M. Dias
Branco reports an
increase of 140.8% in
net income and 24.3%
in net revenue in 1Q20

1Q20 HIGHLIGHTS

- Sales volume **22.4% higher** than in 1Q19 (**cookies & crackers: +25.1% and pasta: +27.3%**);
- Sustained leadership in the national cookies & crackers and pasta markers;
- EBITDA **103.8% higher** than in 1Q19;
- Production capacity utilization rate at **71%**, up from 66.5% in 1Q19;
- Wheat flour vertical integration at **96.7%**, up from 84.2% in 1Q19;
- **R\$ 56.3 million invested** in our infrastructure;
- **103.2% growth in exports**;
- **Reduction of 15% in water consumption** by produced ton compared to 1Q19.

M. Dias Branco

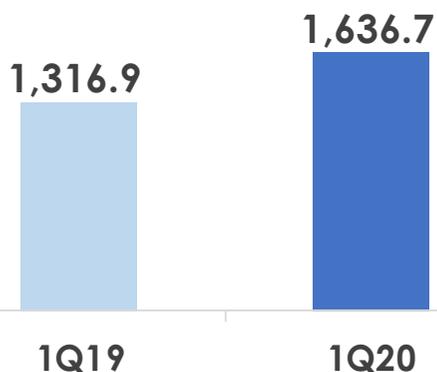
Net Revenue, Volume and Market Share

Net revenue of R\$ 1.6 billion in 1Q20, 24.3% higher than 1Q19, reflecting the initiatives implemented since the second half of last year, such as the improvement of the pricing model and a go-to-market approach wider



Net Revenue (R\$ million)

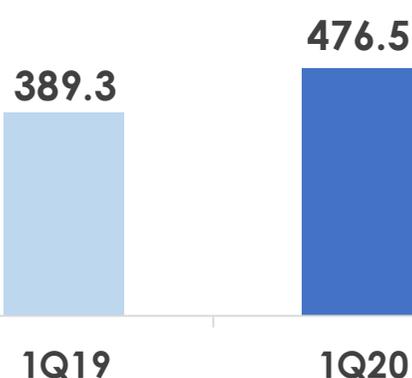
Var. +24.3%



- Cookies & Crackers **+23.3%**
- Pasta **+28.9%**
- Wheat Flour and Bran **+22.5%**
- Margarine/Vegetable Shortening **+26.9%**

Sales Volume (Thousand tons)

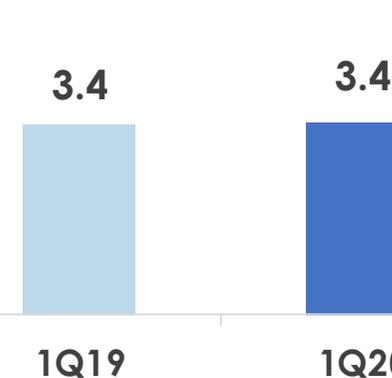
Var. +22.4%



- Cookies & Crackers **+25.1%**
- Pasta **+27.3%**
- Wheat Flour and Bran **+19.3%**
- Margarine/Vegetable Shortening **+17.3%**

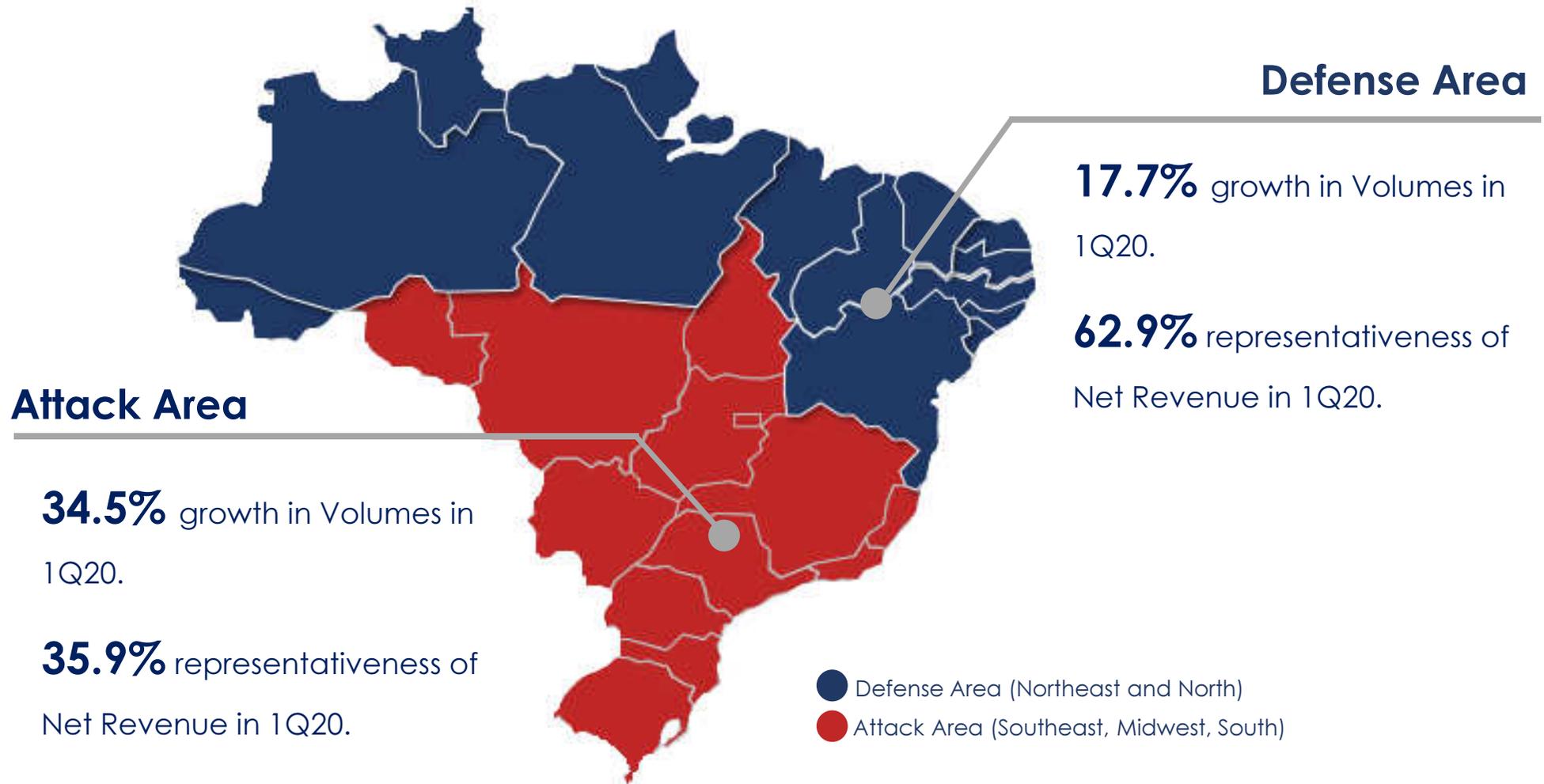
Average Price (R\$/Kg)

Var. +1.5%



- Cookies & Crackers **-1.4%**
- Pasta **+1.1%**
- Wheat Flour and Bran **+2.3%**
- Margarine/Vegetable Shortening **+8.1%**

The volumes grew double digits in the areas of attack and defense. In line with our strategy, the attack area gained share in our total sales



We exported R\$ 25.1 million in 1Q20 to 23 countries, with a 103% growth compared to 1Q19, including products dedicated to the foreign market



Sales volume (tons.) Growth

Regions

- ✓ South America: **+183%**
- ✓ North America: **+79%**

Category

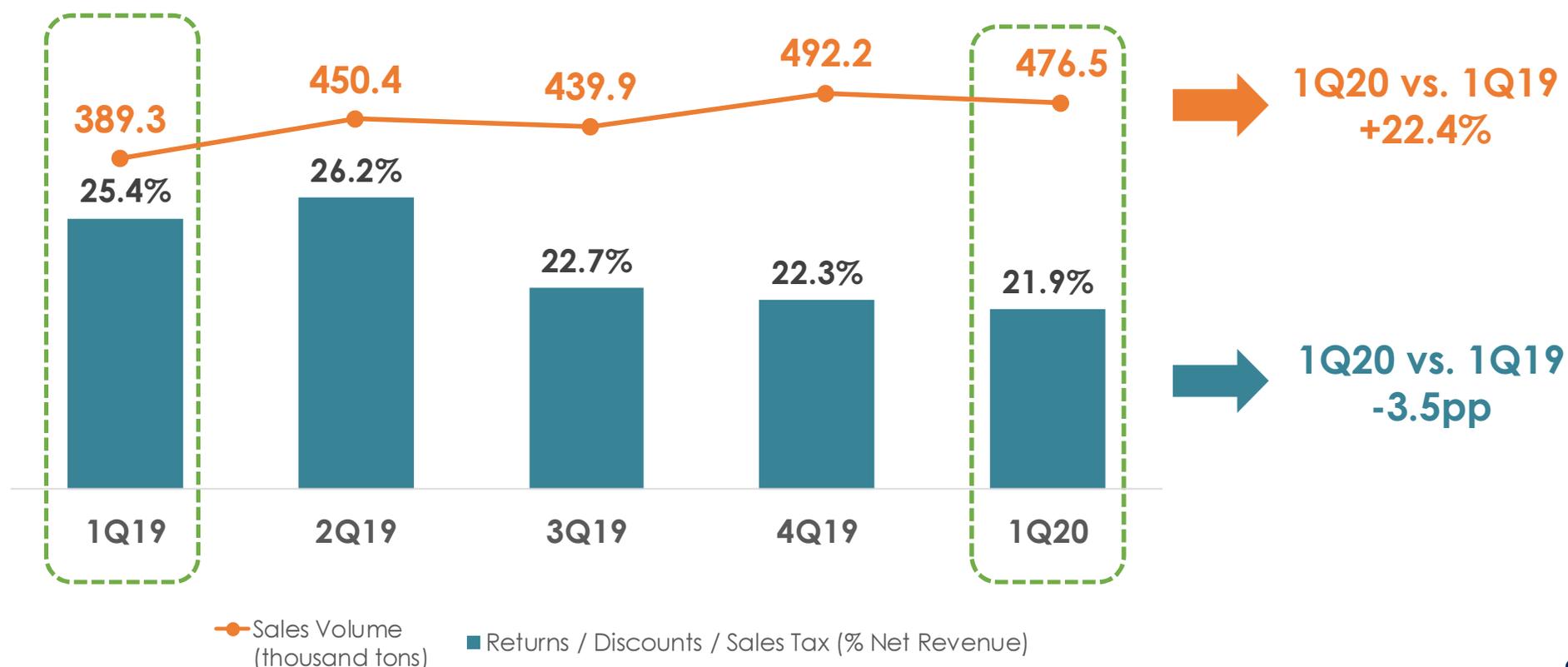
- ✓ **Margarine and vegetable cream: 122%** highlight to the Adorita thermo-resistant vegetable creams and the new BelCampo, both exclusive for export.



The volumes grew by double digits, with adequate levels of discounts, as a result of discipline in execution, the improvement of pricing modeling and a wider go-to-market approach



Returns / Discounts / Sales Tax (% Net Revenue)



Inventory levels of M. Dias Branco's items at our clients remain stable and adequate



Cookies & Crackers Retail* Stock Days



Pasta Retail* Stock Days

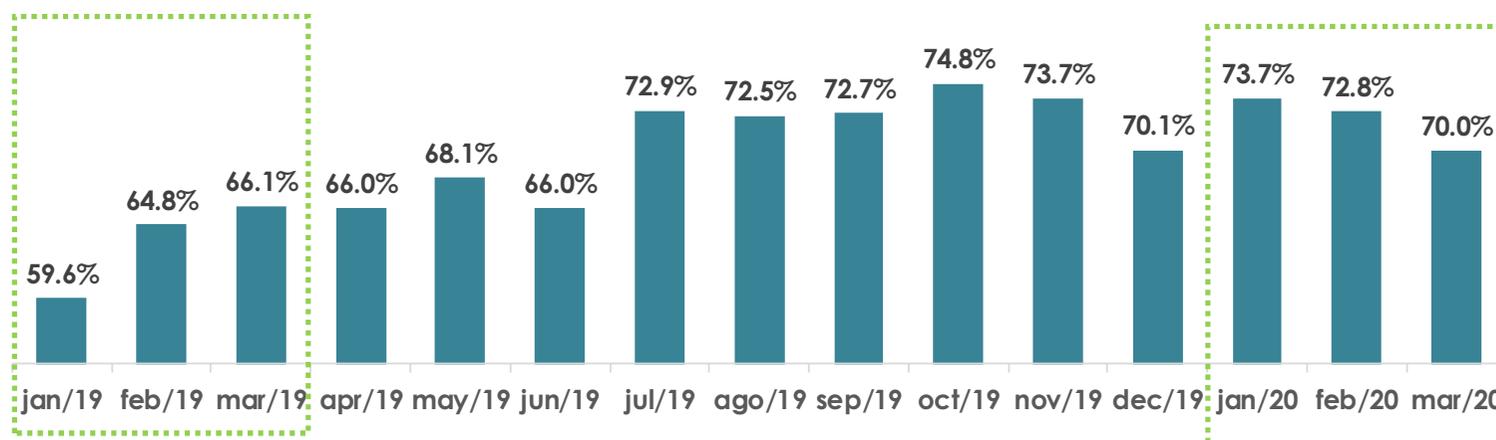


* Source Neogrid

Also as a result of the broader go-to-market approach and discipline in execution, clients coverage in 1Q20 was 8.7pp higher than in 1Q19



Clients Coverage M. Dias Branco * (without Piraquê)



Average Coverage

1Q20: 72.2%

4Q19: 72.9%

1Q19: 63.5%

* Clientes Coverage: orders in the month / orders in the last six months

Participation* in Revenue excluding Discount Sales (%)

| | 1Q18 | 2Q18 | 3Q18 | 4Q18 | 1Q19 | 2Q19 | 3Q19 | 4Q19 | 1Q20 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Major Client | 11.1% | 10.9% | 11.1% | 10.9% | 12.4% | 10.5% | 11,0% | 9.7% | 11.4% |
| 50 Subsequent* | 37.2% | 39,0% | 39.1% | 38.3% | 37.8% | 39.5% | 36.8% | 36.8% | 38.8% |
| 100 Subsequent* | 44.5% | 46.6% | 46.1% | 45.8% | 44.7% | 46.7% | 44.1% | 44.3% | 46.3% |

* Accumulated

The most recent readings of market share demonstrate the recovery of market share in the Cookies market, with expansion of 1pp vs. the 4Q19. In Pasta, we registered a slight decrease of 0.5 pp

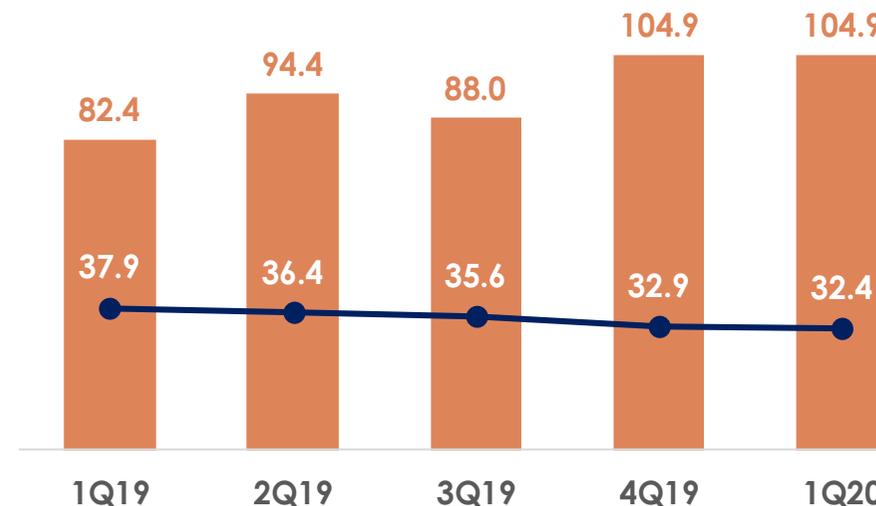


Cookies & Crackers



Volume (thousand tons) Share Volume

Pasta

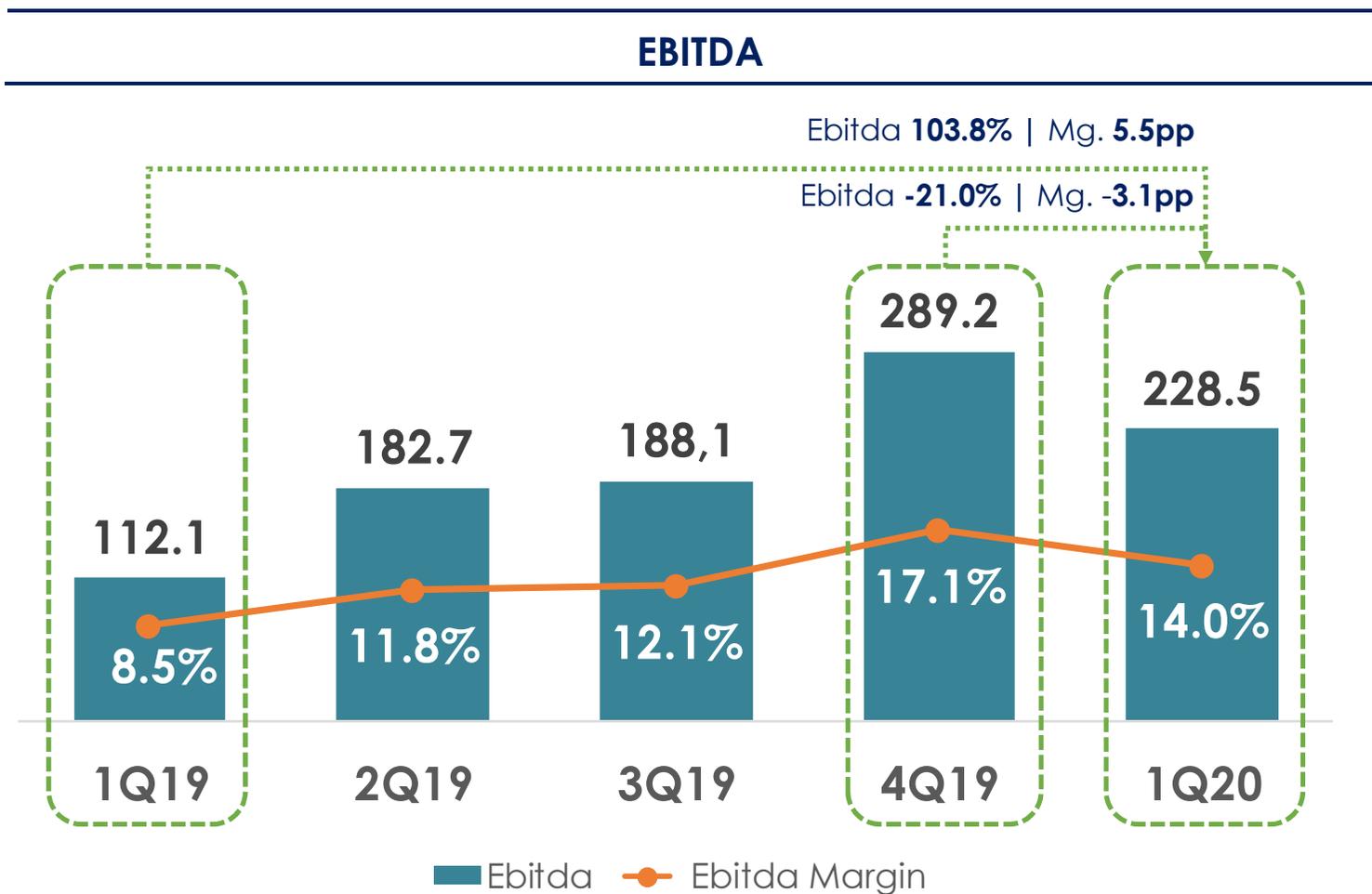


Volume (thousand tons) Share Volume

M. Dias Branco

EBITDA and Net Income

R\$ 228.5 million in EBITDA in 1Q20, more than double of 1Q19, as a result of increased volumes, successful purchases of wheat and strict management of expenses. EBITDA margin increased from 8.5% to 14%



The wheat mill in Bento Gonçalves (RS), inaugurated in the second half of 2019, contributed to the increase in the verticalization of wheat flour, from 84.2% in 1Q19 to 96.7% in 1Q20

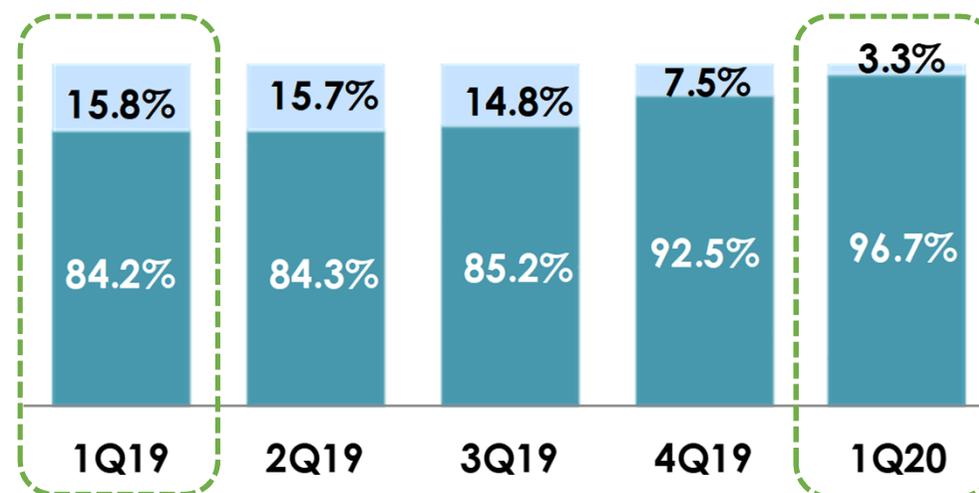


New Mill of Bento Gonçalves (RS)



- **Grinding capacity of 1,300 tons** of wheat per day.
- Storage capacity of **3,400 tons** for intermediate flour and **430 tons** of bran storage.

Company Consumption



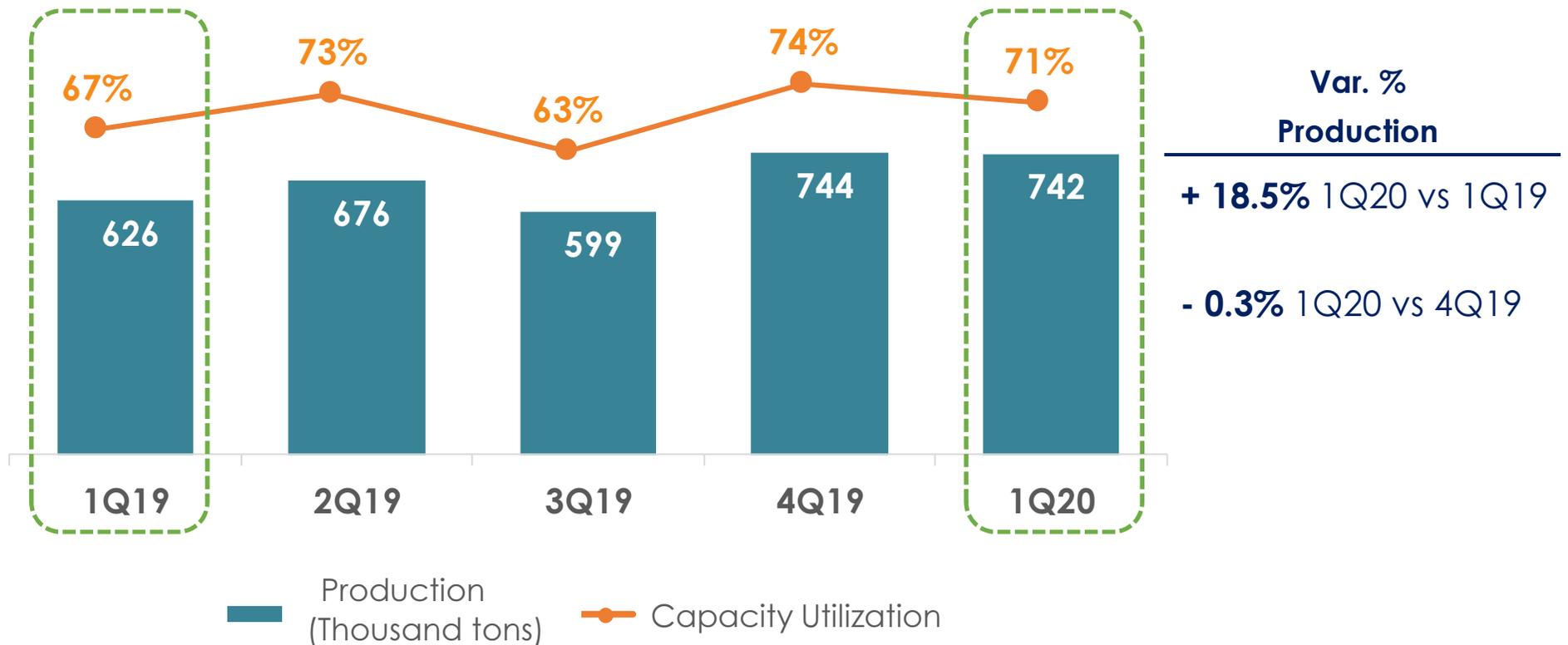
■ OWN PRODUCTION ■ EXTERNAL SOURCE



We produced 742 thousand tons in our 19 industrial units in 1Q20, 18.5% higher than the volume produced in 1Q19



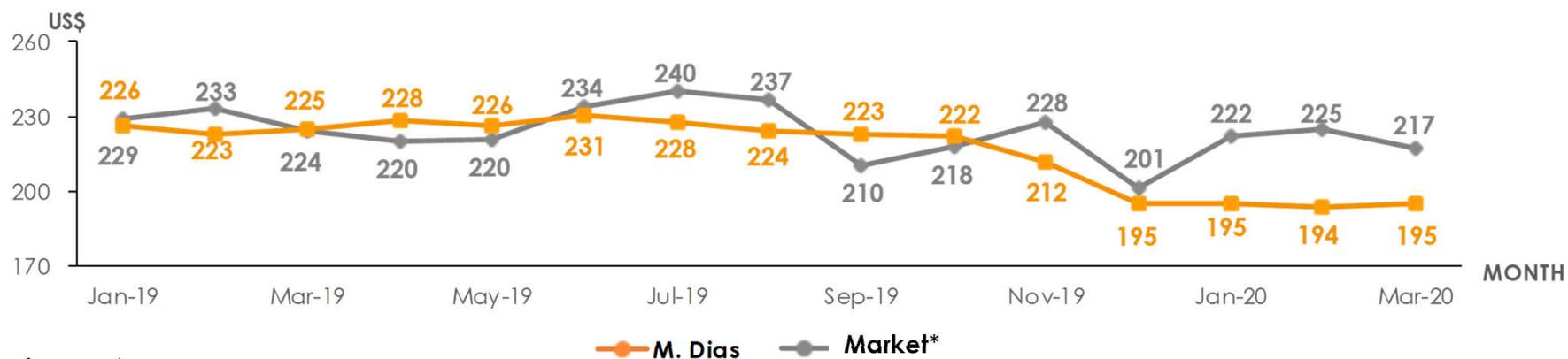
Production in thousand tons | Capacity Utilization Level



Appropriate purchases at the end of 2019 and early 2020 contributed to the lower average cost of wheat in inventories and results

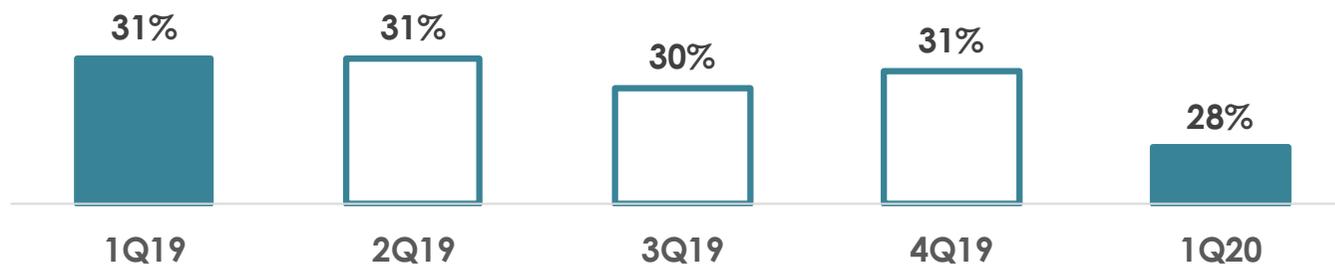


WHEAT
Average price M. Dias Branco Inventory X Market price
US\$ / TON - 2019 and 2020



*Source: www.safras.com.br

Wheat (% Net Revenue)**

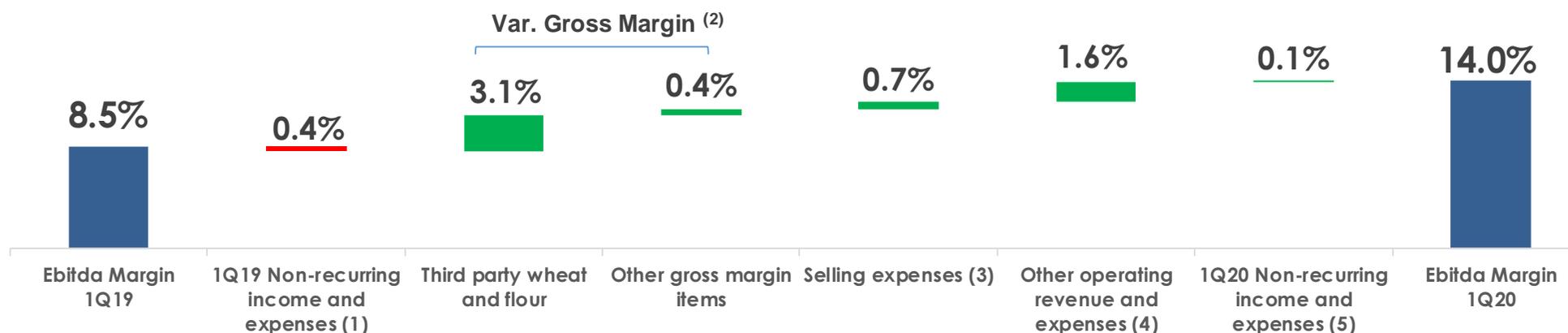


** Internally produced wheat flour + purchased from third parties

Expansion of the EBITDA margin, from 8.5% to 14.0%, due to the greater dilution of fixed costs and expenses, the appropriate purchases of wheat, the strong growth in cookies and pasta and the higher level of utilization of production capacity



Variation EBITDA Margin (% Net Revenue) 1Q20 vs. 1Q19

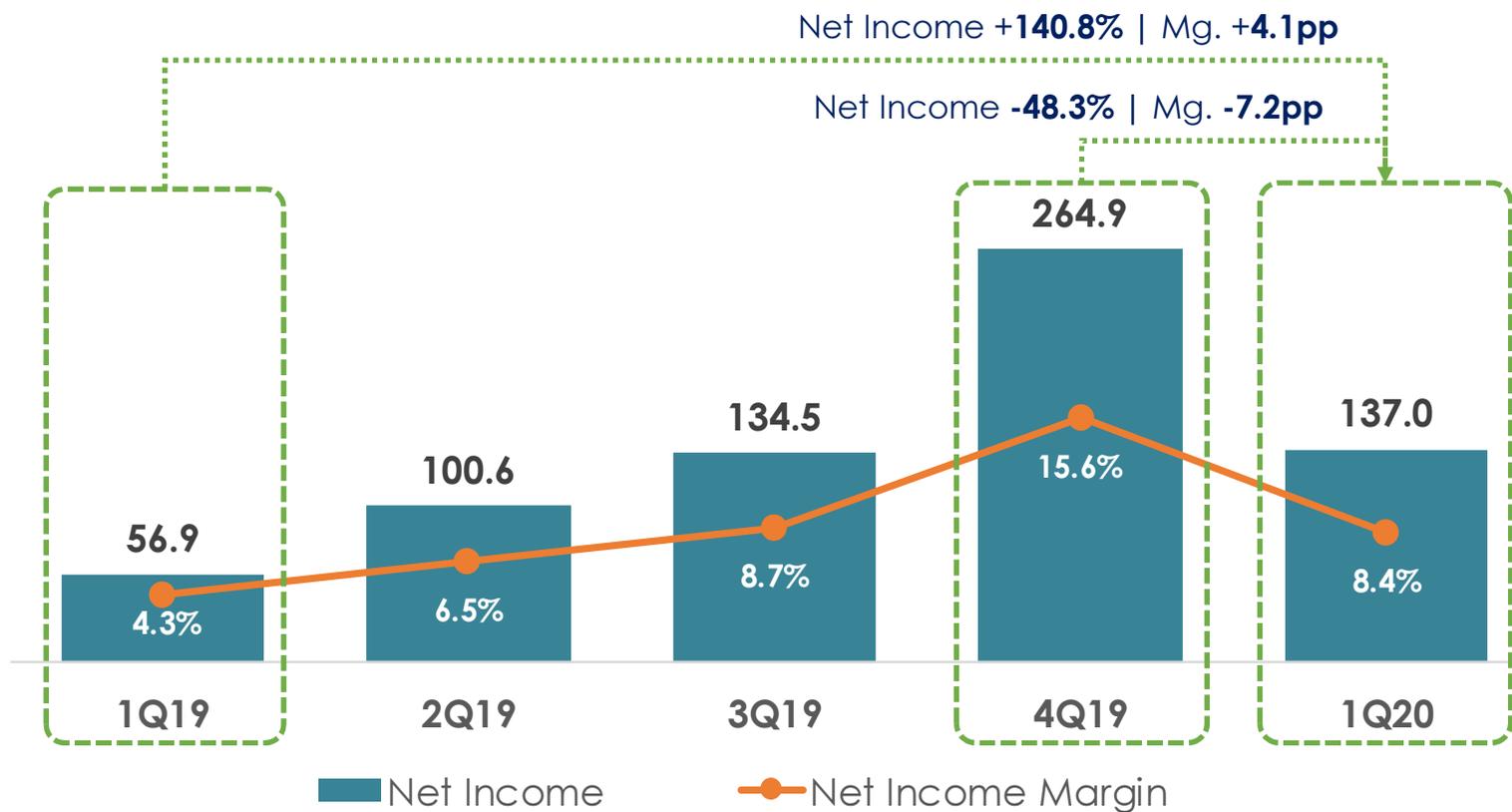


- Increase in sales volumes of product lines with a lower share of wheat flour in costs (**cookies 25.1% and pasta 27.3%**);
- Lower average cost of wheat in 1Q20 vs 1Q19 (**-6.9%**);
- Increase in the verticalization of wheat flour in 1Q20 vs 1Q19 (**96.7% vs. 84.2%**);
- Greater dilution of fixed sales and administrative expenses.

R\$ 137 million in Net Income in 1Q20, 140.8% higher than 1Q19, due to the growth in sales and EBITDA



Net Income



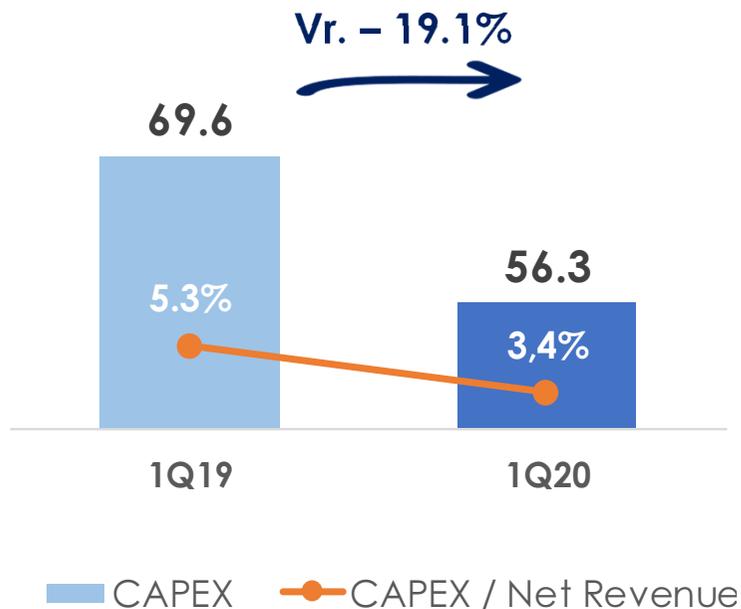
M. Dias Branco

Investments

Investments totaled R\$ 69.6 million in 1Q20, a reduction of 19.1%, distributed between expansions and maintenance



1Q20 vs 1Q19



Highlights

- Acquisition of equipment and construction of a parking - Bento Gonçalves unit;
- logistics redesign, comprising new distribution center;
- Acquisition and installation of silos for storage of wheat flour - Maracanaú unit.



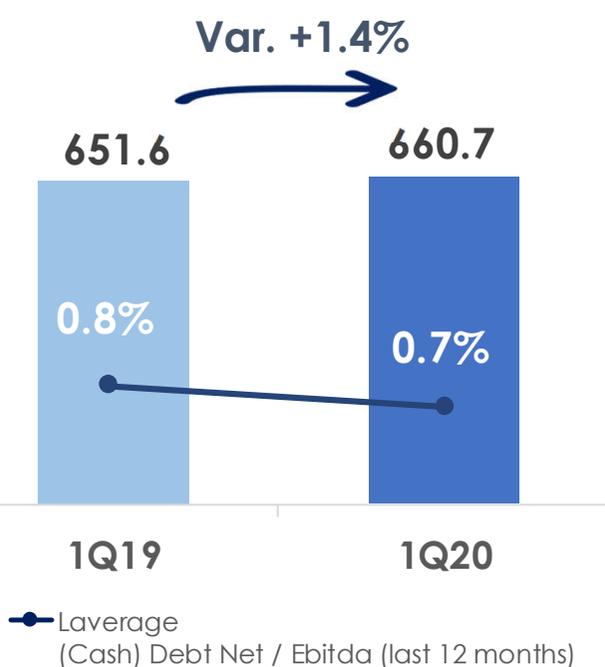
M. Dias Branco

Net Debt and Net Cash

In a beginning of year impacted by the Covid-19 crisis, we demonstrated resilience, met demand, managed expenses strictly, generated cash and reduced leverage



Net Debt



1 Q20 Highlights

- ✓ **R\$ 77.4 million** of net cash generated by operating activities;
- ✓ **33.3% increase** in cash and cash equivalents versus 12/31/19;
- ✓ **R\$ 678.7 million** in capitation;
- ✓ **AAA Fitch Rating;**
- ✓ **0.7 leverage** (Net Debt / Ebitda).



A watercolor illustration of a business meeting. A man in a light blue shirt and glasses stands by a whiteboard, holding a green marker. Two women and another man are seated around a table with a laptop, looking at the whiteboard. The scene is set in a modern office with large windows.

M. Dias Branco

Product Launch and Donations

We continue to invest in innovation, with relevant launches in 1Q20



Focused on expanding the South and Southeast regions, the Isabela brand enriches its portfolio with the launch of Type 1 Wheat Flour, in packages of 1 Kg and 5 Kg.

In line with the strategy of growth and the introduction of items with greater added value, the Company launches the line of tartlets for the Piraquê brand, and also launches the Chocks Vitarella (chocolate covered wafer cookies).



Donation of R\$ 2.4 million for blood donation and hematology research

Through its brands, the Company will donate 500 products for each blood bag collected by blood centers in six states in the country, through the brands Adria, Fortaleza, Isabela, Piraquê and Vitarella.

The action is part of a national campaign, that will allocate a total of R\$ 2.4 million in favor of blood donation and hematology research in six Brazilian states.

"With just one donation, you support two causes"

Donation of 5 tons of Richester brand products

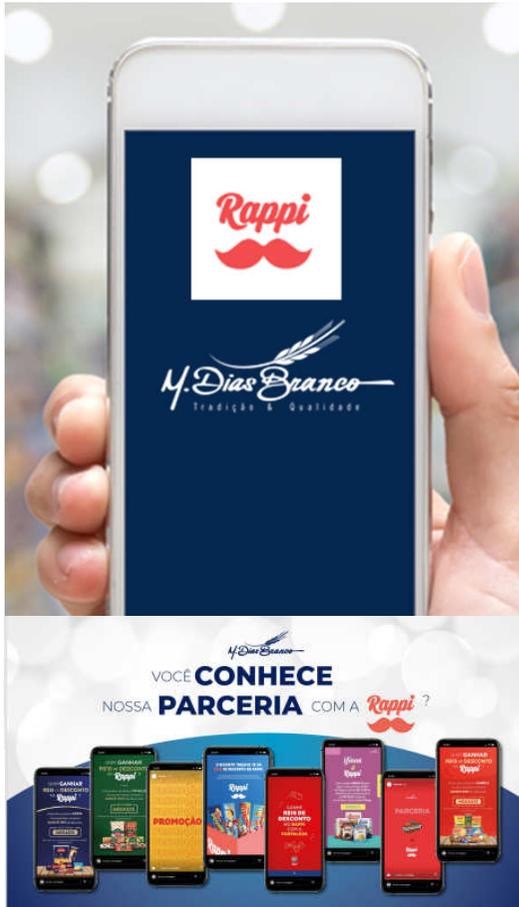


During humorist Tirullipa's live, on April 2nd, the Company contributed with the donation of food to the Brazilian circus community.



- **5 tons donated** of Richester products;
- **1,6 million viewers** during the live (4h duration);
- **233 post** on Richester's Instagram profile.

Partnership with Rappi to increase access to our products through digital platforms



In order to stimulate new channels and help society to overcome the difficulties imposed by COVID-19, we launched a partnership with Rappi. The action aims to:



Beginning of the plan to strengthen the presence of brands in the e-commerce;



Activation with the brands Piraquê, Adria, Vitarella, Fortaleza, Treloso, Richester, Finna and Isabela;



Investment in the brands' social networks;



Strengthening of the relationship with retailers and consumers at this time.



**Highlights
Social and environmental**

Highlights Social and Environmental

Sustainability Indicators

- Lower water consumption (m³/ton): **-15%**
- Lower waste recycling index: **-1.7pp**
- Lower generation of solid waste (kg/ton): **-7.8%**
- Lower frequency of accidents at work: **-0.5pp**



Initiatives and realization

- Donation of two new ambulances to the Santa Casa da Misericórdia in Fortaleza;
- Expansion of inclusion actions, with the availability of an accessibility tool in Brazilian Sign Language (Libras) on the official website of M. Dias Branco





Thanks you

Gustavo Lopes Theodozio

Vice President of Investments and
Controllershship

Phone: (85) 4005-5667

E-mail:

gustavo.theodozio@mdiasbranco.com.br

Fabio Cefaly

New Business and Investor Relations
Director

Phone: (11) 3883-9273

E-mail:

fabio.cefaly@mdiasbranco.com.br