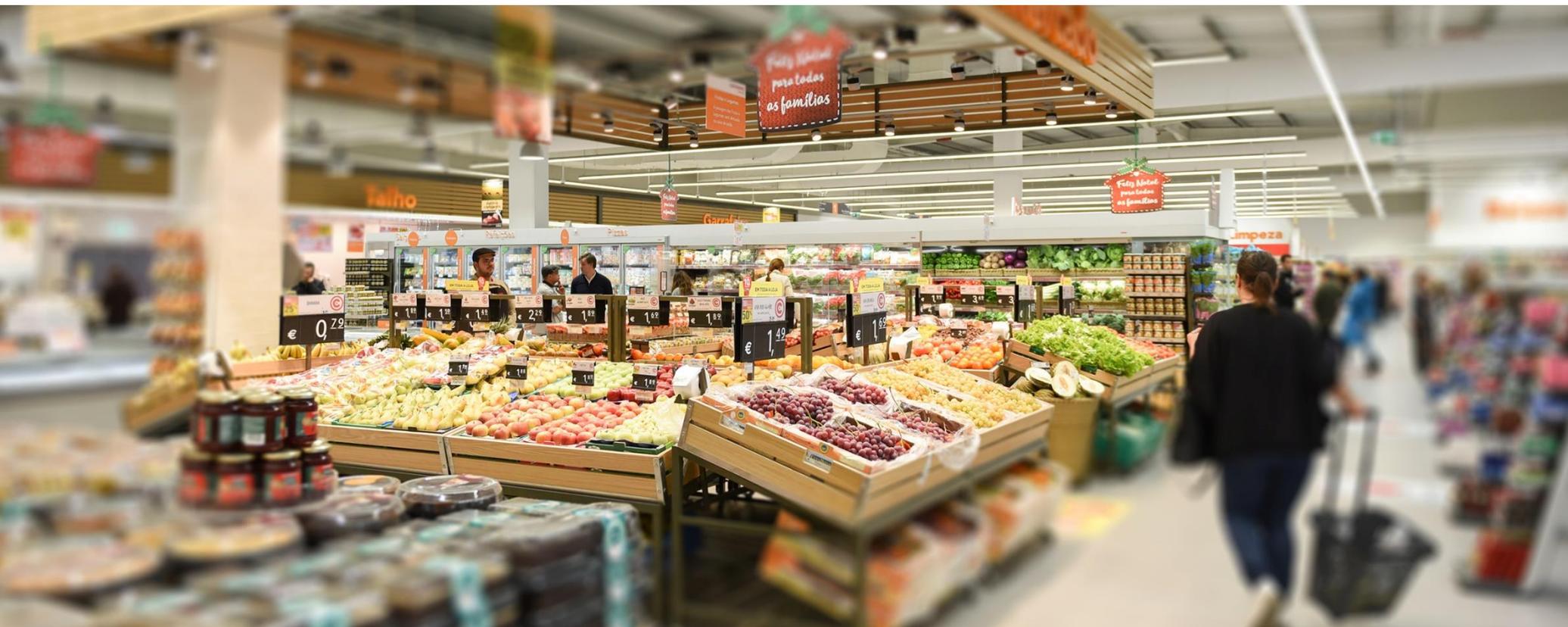


Apresentação de *Roadshow*

SONAE MC



Outubro de 2018

Resumo da Transação

Empresa	<ul style="list-style-type: none">• Sonae MC, SGPS, S.A. ("Sonae MC")
Acionista Vendedor	<ul style="list-style-type: none">• Sonaecenter, Serviços, S.A., atualmente detendo 51,8% da Sonae MC e detido em totalidade pela Sonae SGPS, S.A. ("Sonae SGPS"), que indiretamente detém 100% da Sonae MC pre-OPV
Intervalo de Preço	<ul style="list-style-type: none">• €1,40 - €1,65
Capitalização Bolsista Implícita	<ul style="list-style-type: none">• €1.400m - €1.650m
Dimensão da Oferta	<ul style="list-style-type: none">• Apenas ações existentes• Operação base de €304m-€359m (217.360.000 ações ordinárias)• Opção de <i>over-allotment</i> de até 32.600.000 ações ordinárias (15% da operação base)• Dimensão total da transação de €350m - €412m assumindo exercício total da opção de <i>over-allotment</i>• Dispersão de 21,74% / 25,00% do capital em mercado (pre / pós exercício da opção de <i>over-allotment</i>)• Opção de <i>upsized</i> de até 87.000.000 ações ordinárias
Estrutura da Oferta	<ul style="list-style-type: none">• Oferta institucional (167,4 milhões de ações ordinárias, 77% da operação base), incluindo (i) colocação privada internacional para investidores institucionais fora dos E.U.A. de acordo com Reg S, e (ii) colocação privada para compradores profissionais qualificados (QIBs) norte-americanos, nos termos da Regra 144A• Oferta pública em Portugal (50,0 milhões de ações ordinárias, 23% da operação base)
Bolsa / Ticker	<ul style="list-style-type: none">• Euronext Lisbon• ISIN: PTMOC0AE0007 <i>Ticker</i>: SONMC
Calendário	<ul style="list-style-type: none">• Oferta institucional: 8 de Outubro – 18 de Outubro de 2018• Oferta de retalho: 8 de Outubro – 17 de Outubro de 2018• <i>Pricing</i>: 18 de Outubro de 2018
Lock-up	<ul style="list-style-type: none">• Sonae MC: 180 dias• Sonae SGPS: 180 dias; em nome de todas as entidades titulares de ações da Sonae MC
Sindicato Bancário	<ul style="list-style-type: none">• <i>Joint Global Coordinators</i>: Barclays, BNP Paribas, Deutsche Bank• <i>Joint Bookrunners</i>: CaixaBank BPI, Banco Santander, CaixaBI• <i>Co-lead Managers</i>: Haitong Bank, JP Capital Markets, Mediobanca• Intermediários Financeiros e <i>Bookrunners</i> para a Oferta de Retalho: CaixaBI, Millennium Investment Banking

A Sonae MC é o Retailista Alimentar Líder em Portugal

Principais destaques

Posição de mercado



em **Retalho Alimentar**
em **Comércio Eletrónico para Retalho Alimentar**
em **Nutrição Saudável**
em **Para-Farmácias**

709 lojas geridas diretamente

49% dos ativos imobiliários

são detidos pela Sonae MC⁽¹⁾

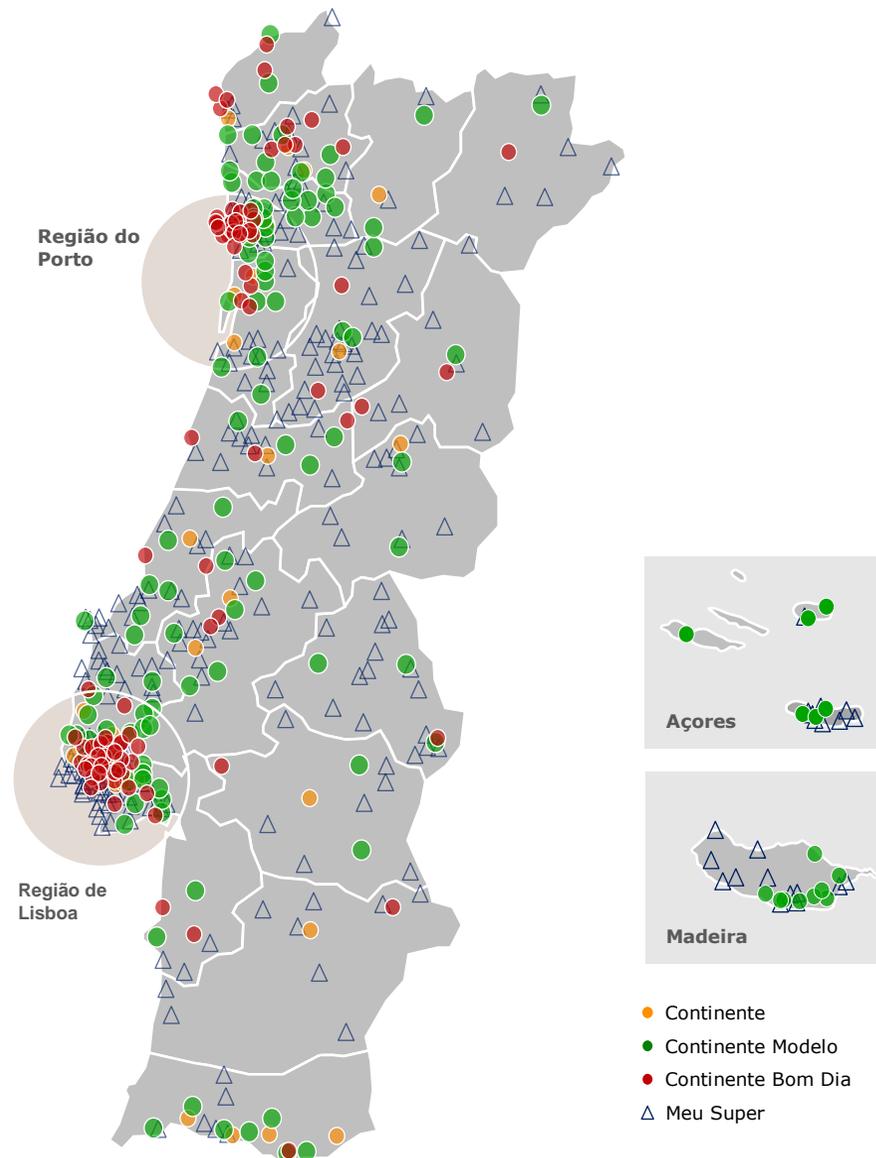
~30 mil colaboradores

Receitas ~€4,1mm⁽²⁾

EBITDA ~€301m (~7,4% margem)⁽³⁾

100% notoriedade de marca⁽⁴⁾

~85% das famílias portuguesas usam o cartão de fidelização⁽⁵⁾



Nota: Para efeitos da potencial OPV e para este documento, o negócio Sonae MC é definido como: i) as operações de retalho alimentar e formatos adjacentes (marcas apresentadas no próximo slide), operadas diretamente ou através de regime de *franchise*; ii) detenção e gestão de ativos imobiliários de retalho respetivos, alguns dos quais arrendados a terceiros e a partes relacionadas com a Sonae MC; e iii) serviços de *back office* prestados a partes relacionadas com a Sonae MC.

A informação financeira é respeitante ao ano terminado a 31 de Dezembro de 2017 e é baseada nas demonstrações financeiras anuais combinadas preliminares e auditadas, ajustadas para refletir o perímetro descrito.

Dados de lojas da Sonae MC respeitantes a Junho 2018. A Sonae MC inclui adicionalmente 344 lojas em regime de *franchise* e uma loja *outlet*.

Percentagem de propriedade de ativos imobiliários calculada dividindo a área de venda detida pela Sonae MC pelo total de área de venda (valores respeitantes ao final do ano).

(1) Receitas: vendas e serviços prestados em 2017.

(2) EBITDA: EBIT antes de depreciações e amortizações, provisões e perdas por imparidade, ganhos/perdas de capital resultantes de alienações de subsidiárias e de ativos fixos tangíveis, excluindo itens não recorrentes (ganhos/perdas de capital líquidos resultantes de transações de *sale & leaseback* de ativos imóveis); EBITDA ajustado: EBITDA excluindo itens não recorrentes definidos como ganhos/perdas líquidos resultantes das transações de *sale & leaseback* de ativos imóveis. O EBITDA é ajustado por itens que afetam a comparabilidade para melhor compreender o perfil de rentabilidade. EBIT: resultado antes de juros, impostos, dividendos e ganhos/perdas com joint ventures e empresas associadas.

(3) Baseado no estudo do Instituto de Marketing Research (IMR) a pedido da Sonae, a Abril de 2018.

(4) Informação de Dezembro de 2017.

(5) Fonte: Informação da empresa, PlanetRetail RNG, INE, CaixaBank BPI, Nielsen, IQVIA, em 2018.

Portefólio Multi-Formato e Omni-Canal

Proposta de valor centrada no retalho alimentar, complementada por formatos adjacentes



- **Retalho alimentar:** uma extensa oferta de produtos através de cinco formatos distintos, presentes em áreas *premium* de alta densidade populacional
- **Formatos adjacentes:** formatos complementares à rede de retalho alimentar com o objectivo de oferecer uma experiência abrangente aos clientes
- **Comércio electrónico:** plataforma líder que abrange tanto o retalho alimentar como os formatos adjacentes

Portefólio de retalho alimentar

87% DE ÁREA DE VENDA



CONTINENTE

HIPERMERCADOS URBANOS

CONTINENTE
modelo

GRANDES SUPERMERCADOS

CONTINENTE
bom dia

SUPERMERCADOS DE PROXIMIDADE

CONTINENTE
online

COMÉRCIO ELECTRÓNICO

meu super

LOJAS DE PROXIMIDADE (FRANCHISE)

Formatos adjacentes

13% DE ÁREA DE VENDA



well's

PARA-FARMÁCIAS (SAÚDE, BEM-ESTAR E ÓTICA)

go natural

SUPERMERCADOS E RESTAURANTES BIOLÓGICOS

B·A·G·G·A·

CAFETARIAS

note

MATERIAL ESCOLAR, LIVROS E PRESENTES

ZU

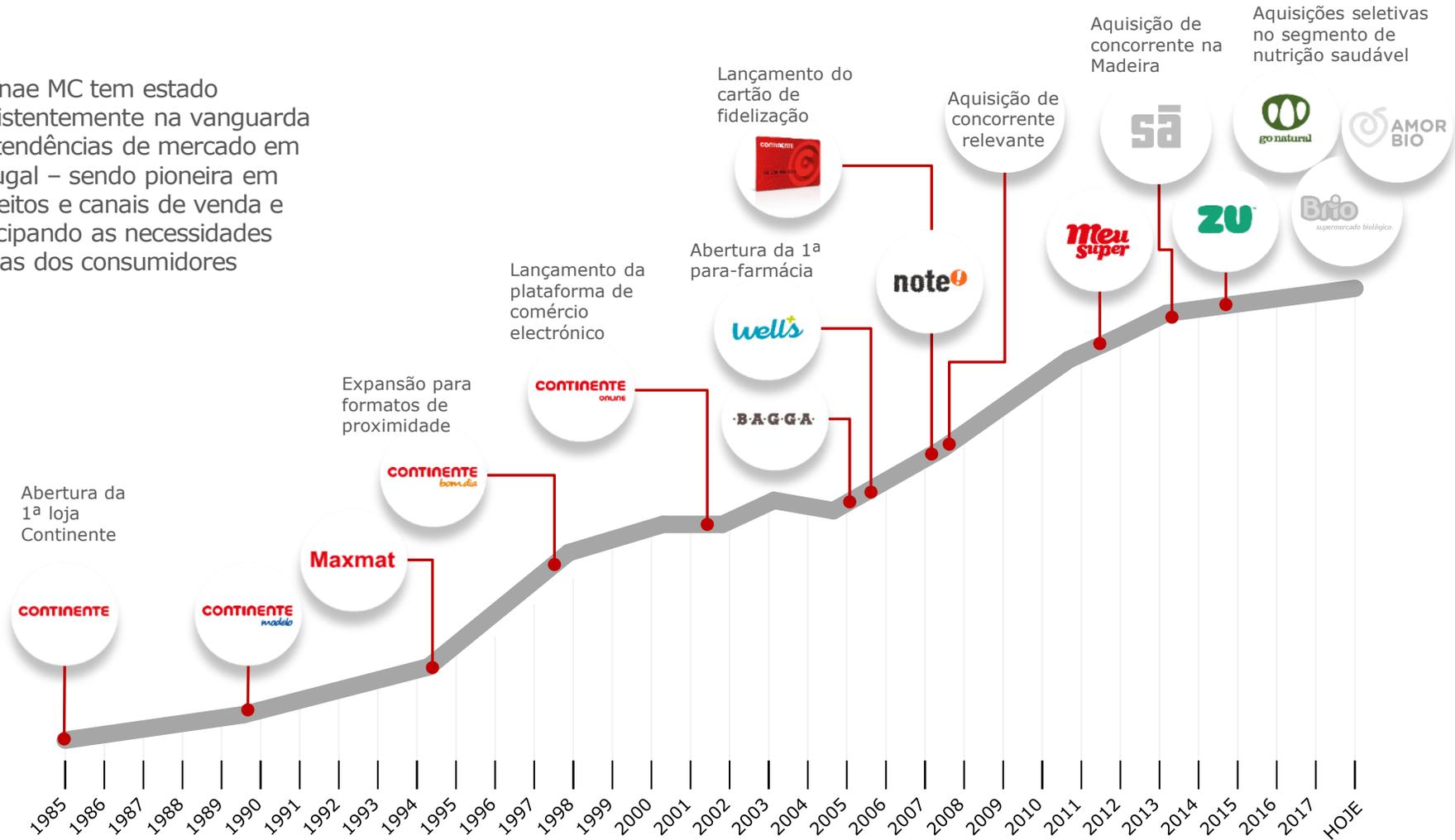
PRODUTOS PARA ANIMAIS E SERVIÇOS VETERINÁRIOS

Maxmat

RETAILHO DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO E BRICOLAGE

Historial de Mais de 30 Anos de Crescimento Consistente

A Sonae MC tem estado consistentemente na vanguarda das tendências de mercado em Portugal – sendo pioneira em conceitos e canais de venda e antecipando as necessidades futuras dos consumidores

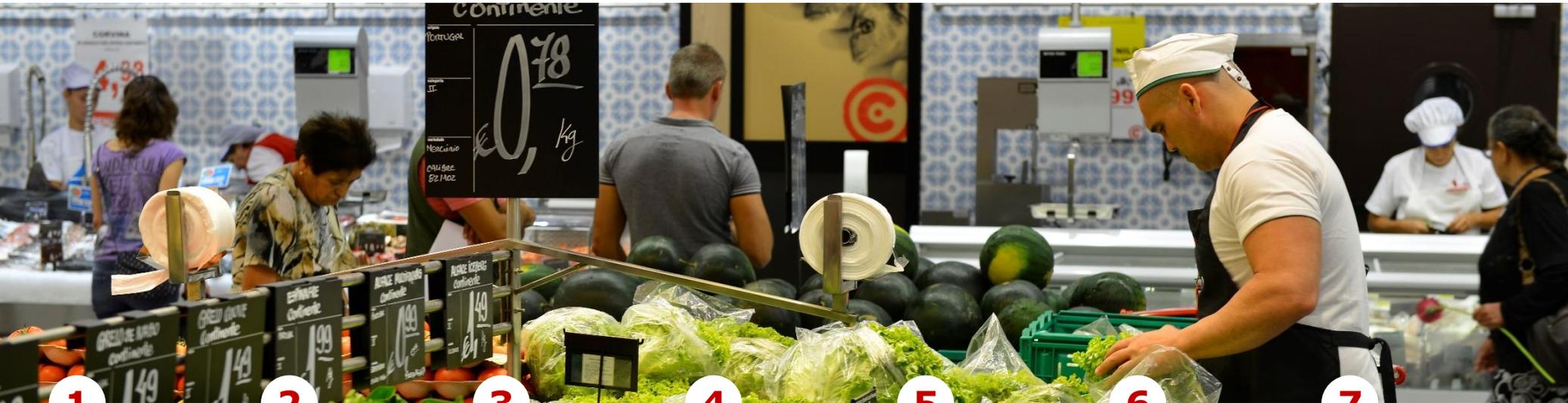


Principais áreas de foco

Supermercados de grande formato
 + Aperfeiçoamento da proposta de valor
 + Sofisticação do modelo operacional

Proximidade, digital, saúde & bem-estar
Formatos adjacentes

Porquê Investir na Sonae MC?



1

Condições Macroeconómicas Atrativas

Oportunidade única de ganhar exposição direta ao mercado português de retalho alimentar

2

Retalhista Alimentar Líder em Ambiente Altamente Competitivo

Retalhista alimentar #1 com ~22% de quota de mercado⁽¹⁾

3

Forte Cadeia de Retalho & Plataforma Digital

Ampla rede de formatos de retalho alimentar em localizações urbanas, complementada por plataforma digital diferenciadora

4

Notoriedade de Marca & *Customer Engagement* Excecional

Marca de retalho mais reconhecida em Portugal, com um programa de fidelização único que cobre ~85% das famílias Portuguesas⁽¹⁾

5

Operador Extremamente Eficiente

Cadeia de valor diferenciadora com foco contínuo na eficiência

6

Perfil Financeiro Sólido

Forte historial de crescimento e geração de FCF, com >40% de detenção de ativos imobiliários

7

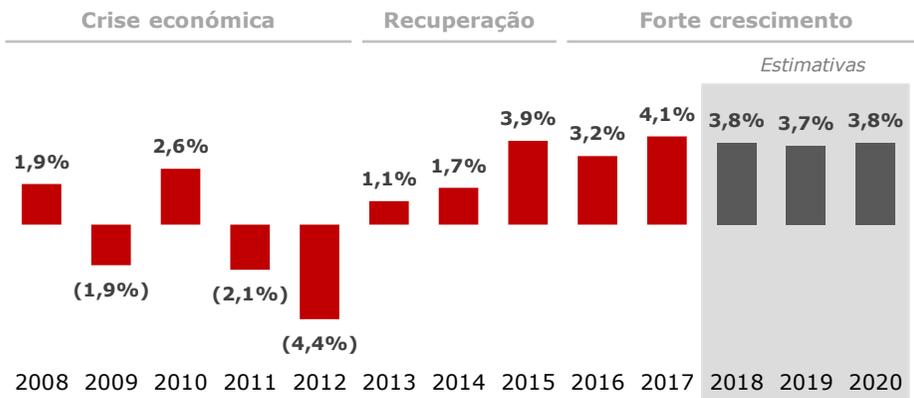
Estratégia de Crescimento Clara

Para continuar a crescer a quota de mercado e entregar crescimento rentável

(1) Respeitante a 2017.
Fonte: PlanetRetail RING respeitante a Abril 2018, INE.

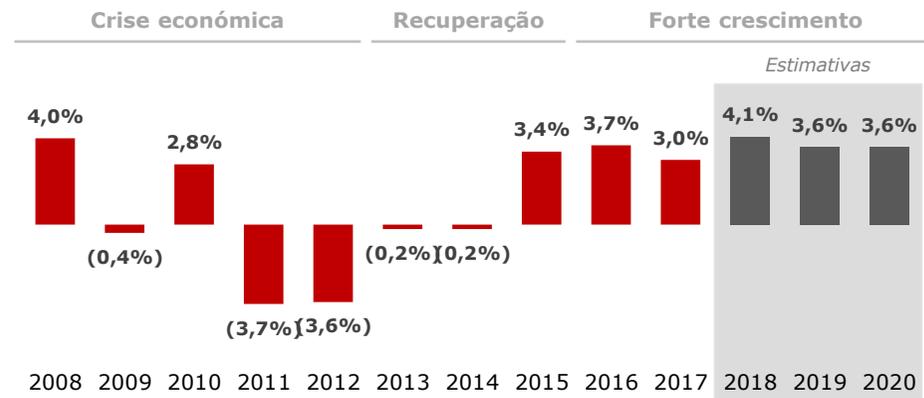
A economia Portuguesa tem vindo a crescer significativamente...

Variação do PIB Nominal

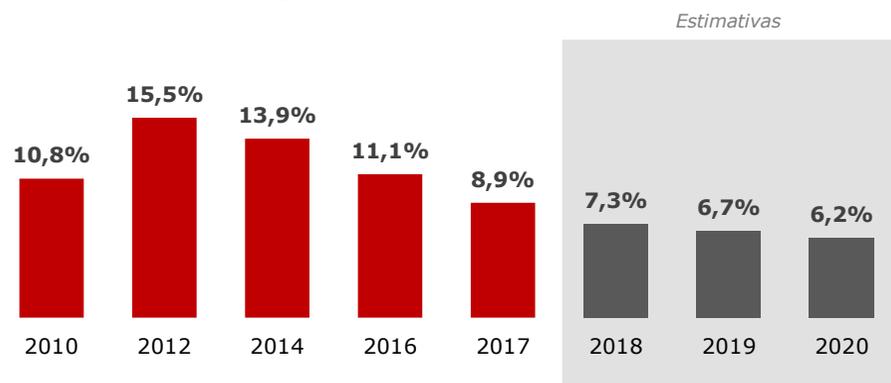


... o que se reflete num aumento do rendimento disponível e da confiança dos consumidores

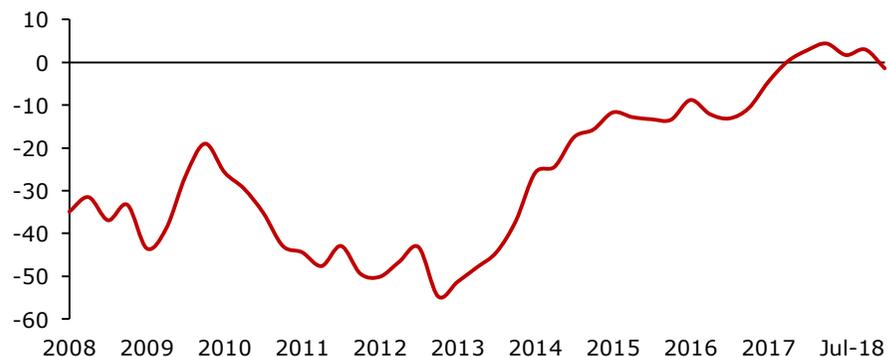
Rendimento disponível das famílias Portuguesas⁽¹⁾ - % variação



Taxa de desemprego



Indicador de confiança do consumidor⁽²⁾ - média trimestral



(1) Estimativa interna para 2020.

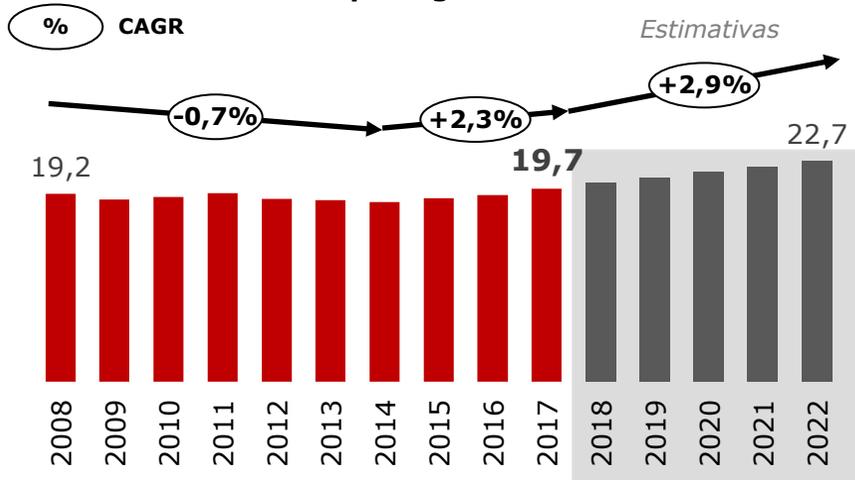
(2) Confiança do consumidor representa por quanto é que as perspetivas otimistas dos consumidores superam as perspetivas pessimistas.

Fonte: Base de dados IMF World Economic Outlook, Ministério das Finanças, Eurostat, AMECO.

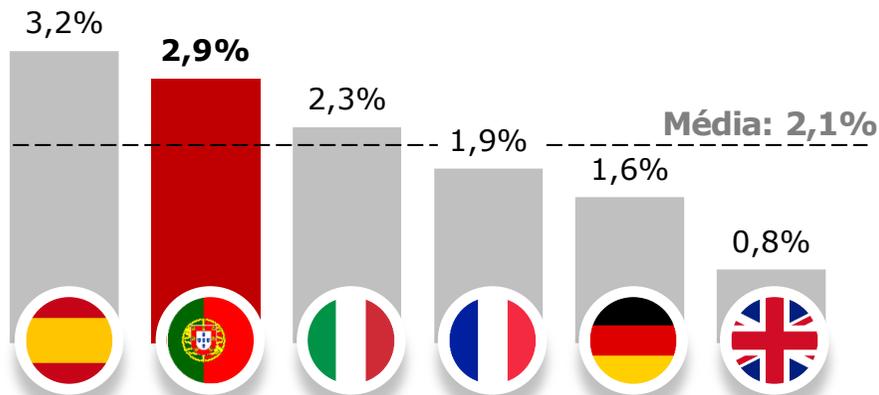
O Mercado Português de Retalho Alimentar está em Crescimento e tem uma Baixa Taxa de Penetração vs. Outros Mercados Europeus

Estima-se que o mercado português de retalho alimentar mantenha um crescimento sólido...

Dimensão do mercado português de retalho alimentar⁽¹⁾ – €bn

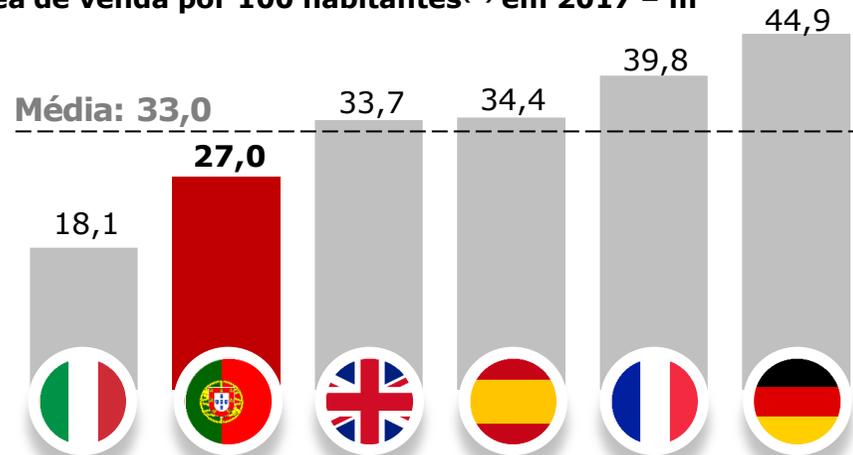


Mercado de retalho alimentar – CAGR 2018E-2022E⁽¹⁾

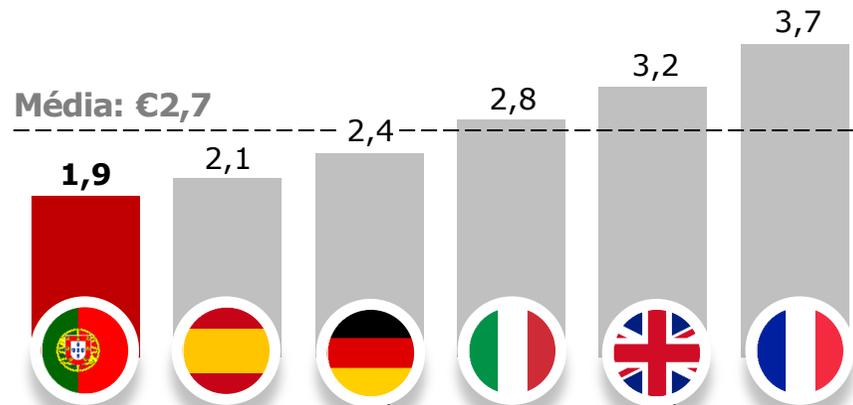


... tendo ainda tem uma taxa de penetração abaixo da média europeia

Área de venda por 100 habitantes⁽²⁾ em 2017 – m²



Vendas brutas de retalho alimentar per capita em 2017 – €'000



(1) Vendas brutas nacionais em formato de retalho alimentar.
 (2) Inclui a área de formatos mais modernos.
 Fonte: PlanetRetail RNG a Maio 2018.

As Preferências dos Consumidores Portugueses estão a Mudar

Os consumidores Portugueses estão cada vez mais focados em...



O QUE

compram

- + Frescos
- + Saudável



ONDE E COMO

compram

- + Proximidade/urbano
- + Omni-canal



QUANTO

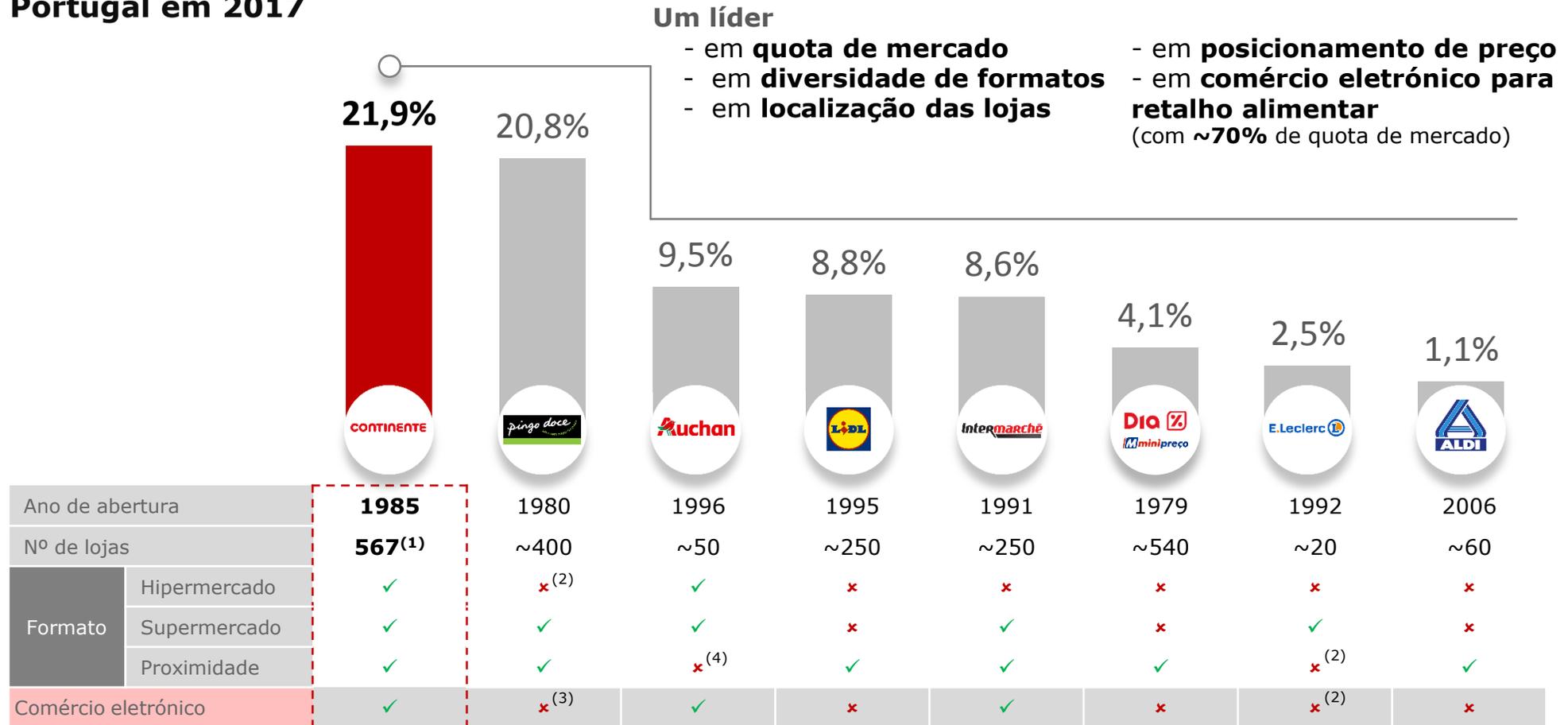
pagam

- + Valor
- + Variedade

Os vencedores serão aqueles que melhor se adaptarem a estas dinâmicas em mudança

A Sonae MC é o Líder em Retalho Alimentar em Portugal, com o Portefólio de Formatos Mais Diversificado

Quotas de mercado em retalho alimentar em Portugal em 2017



Nota: Os dados de lojas da Sonae MC são respeitantes a Junho de 2018. Os dados dos concorrentes são de Dezembro de 2017. Presença em "formatos" de acordo com PlanetRetail RNG em 2017. Hipermercados & "Superstores" >2.500 m²; Supermercados 400-2.500 m²; Proximidade <400 m². O mercado português de retalho alimentar atingiu €19,7mm em 2017 (dados respeitantes a Maio de 2018). Ranking exclui grandes armazéns dada a sua oferta de produtos muito específica.

(1) Inclui apenas os formatos Continente, Continente Modelo, Continente Bom Dia e Meu Super.

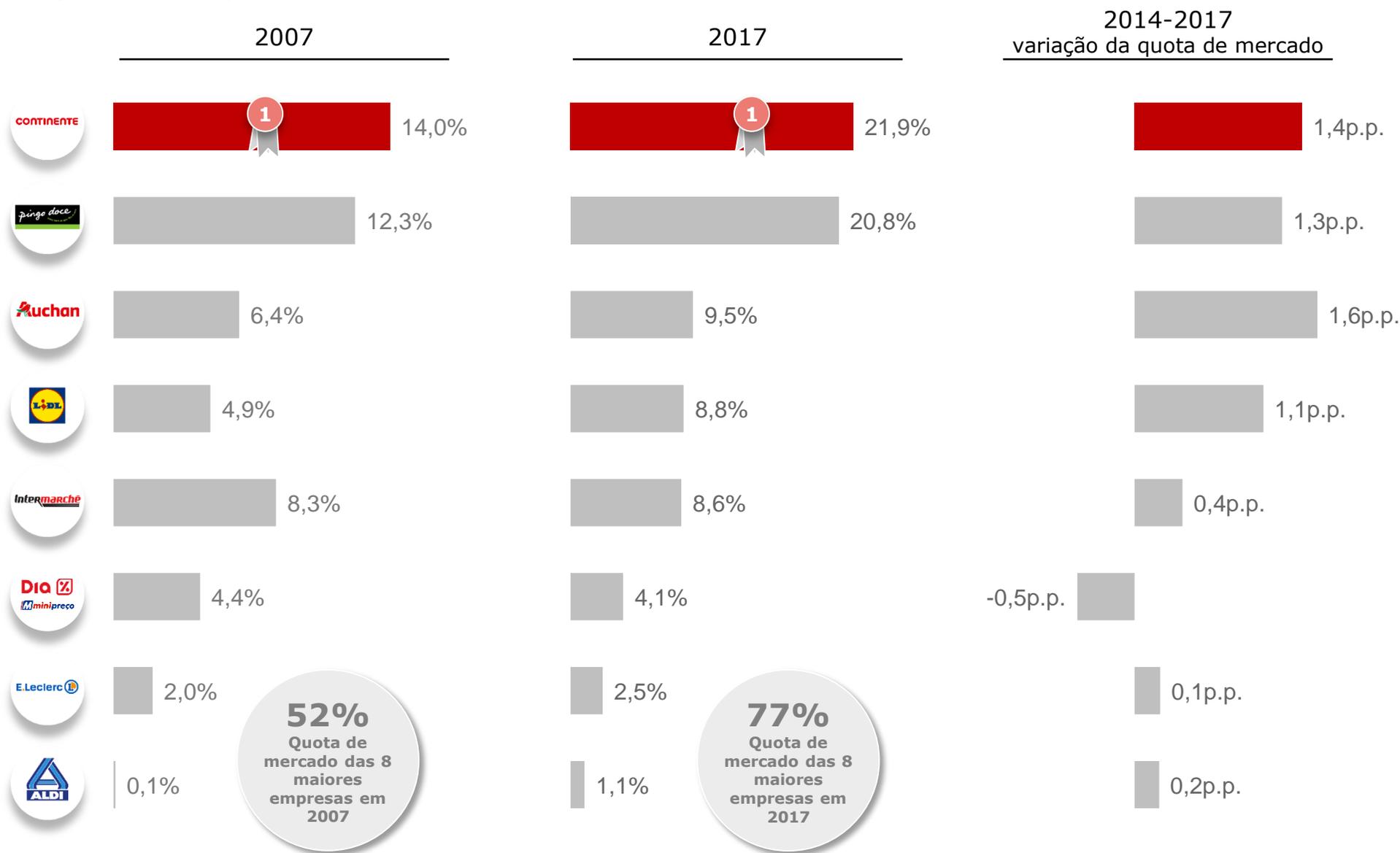
(2) Concorrente está presente no formato, embora presença não seja representativa: Pingo Doce opera 9 Hipermercados, E-Leclerc opera 2 lojas de proximidade e começou recentemente uma operação de comércio eletrónico.

(3) Jerónimo Martins anunciou em Abril de 2018 que irá explorar uma parceria com uma plataforma de comércio eletrónico (Mercadão).

(4) Auchan lançou um programa de crescimento em proximidade no início de 2017.

Fonte: Informação da empresa, PlanetRetail RNG, CaixaBank BPI.

A Sonae MC tem Demonstrado a sua Capacidade para Ganhar Quota de Mercado



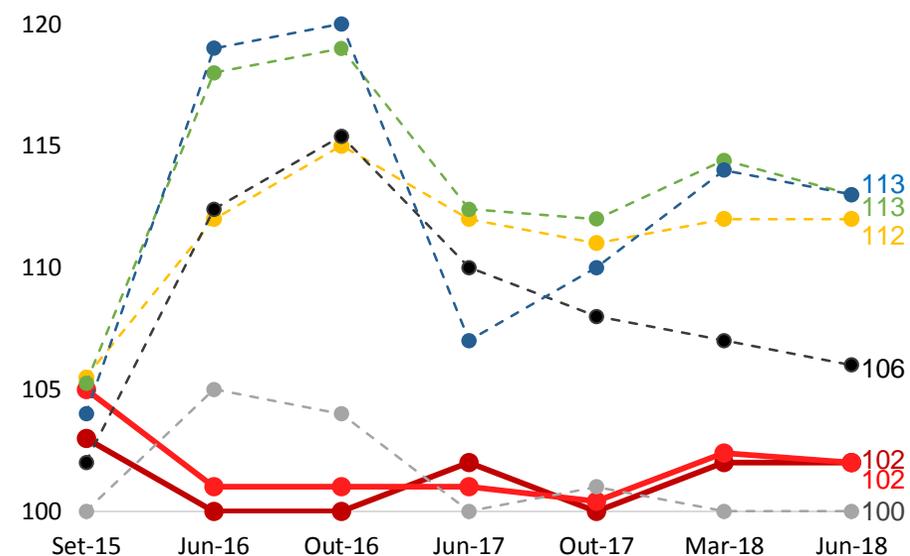
Nota: Rankings excluem grandes armazéns dada a sua oferta de produtos muito específica.

Fonte: PlanetRetail RNG respeitante a Maio 2018.

Um líder em Preços num Mercado Altamente Competitivo e Promocional

Liderança em preço da Sonae MC...

Índice de preços do cabaz-tipo da DECO⁽¹⁾

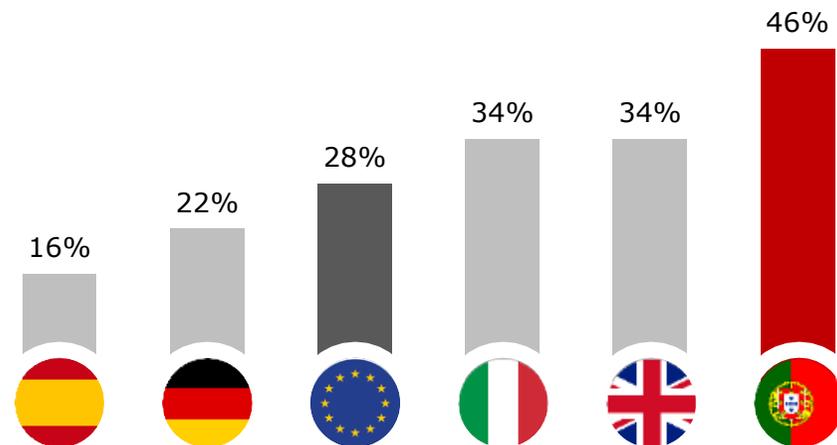


- Continente
- Continente Modelo
- Concorrente A
- Concorrente B
- Concorrente C
- Concorrente D
- Concorrente E

Os dados da DECO excluem os benefícios do cartão de cliente da Sonae MC, que garantem um desconto anual mínimo de 2%

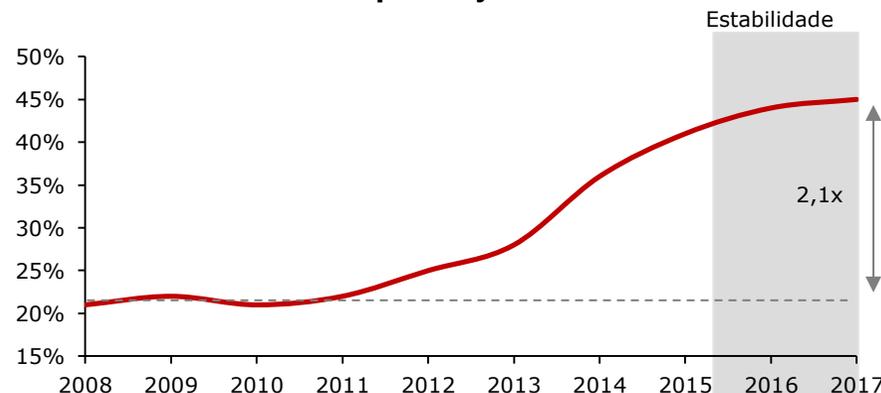
... num mercado caracterizado por uma forte ação promocional

Incidência de vendas em promoção - % das vendas, 2017



... apesar da atividade promocional ter estabilizado

Incidência de vendas em promoção - % das vendas



(1) Preços do cabaz-tipo indexados ao operador que pratica os preços mais baixos.
Fonte: Nielsen, respeitante a Junho de 2018; DECO (Associação dos Consumidores Portugueses).

Abordagem Multi-Formato e Omni-Canal para Capturar Todas as Oportunidades de Compra

87% DA ÁREA DE VENDA



HIPERMERCADO URBANO



GRANDE SUPERMERCADO



SUPERMERCADO DE PROXIMIDADE



LOJA DE PROXIMIDADE (FORMATO MAIS PEQUENO) (FRANCHISE)

Formato	HIPERMERCADO URBANO	GRANDE SUPERMERCADO	SUPERMERCADO DE PROXIMIDADE	LOJA DE PROXIMIDADE (FORMATO MAIS PEQUENO) (FRANCHISE)
Ano de abertura	1985	1989	1997	2011
% da área de venda alimentar total da Sonae MC	~38%	~38%	~17%	~7%
# de lojas	41	132 ⁽¹⁾	101	293
# de lojas abertas nos últimos 2 anos (2016-17; líquido)	1	1	44	90
Área de venda média por loja ('000 m ²)	~6,8	~2,1	~1,2	~0,2
Oferta (% área de venda)				n/a
# média de SKUs ('000)	~35	~16	~9	~2
# média de SKUs de marca própria ('000)	~10	~4	~3	~1
Crescimento Like-for-Like (2016, 2017, 1S18)	Positivo	Positivo	Positivo	Positivo



Nota: Os dados de lojas da Sonae MC são respeitantes a Junho de 2018. Informação relativa a número de SKUs calculada com base na média mensal em 2017.

(1) Número inclui 9 lojas Continente Modelo em regime de *franchise* nos Açores.

Fonte: Informação da empresa.

O Continente Reinventou o Conceito de Hipermercado, focando-se nos Grandes Centros Urbanos

Formato das lojas

- Hipermercados urbanos localizados em centros comerciais de excelência (22 de 41 lojas⁽¹⁾) ou em zonas comerciais independentes
- “Lojas-destino” localizadas em áreas urbanas de alta densidade populacional, dificilmente replicáveis
- Diferenciação através de preço, variedade e produtos frescos

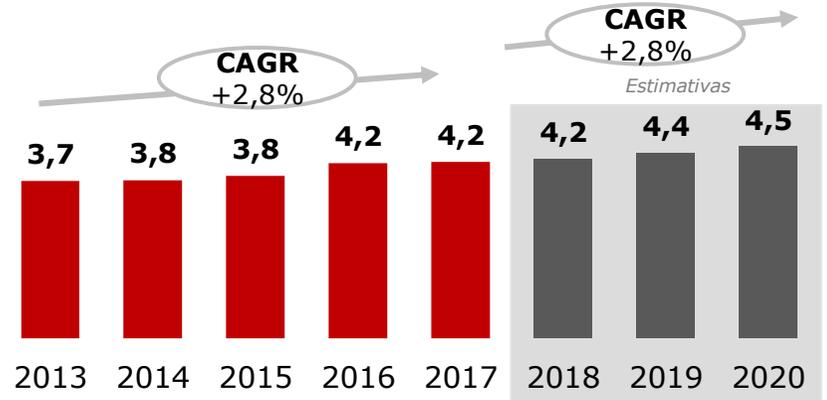
Exemplos de lojas Continente



(1) Os dados de lojas da Sonae MC são respeitantes a Junho de 2018.
 Fonte: Informação da empresa, PlanetRetail RNG respeitantes a Maio de 2018.

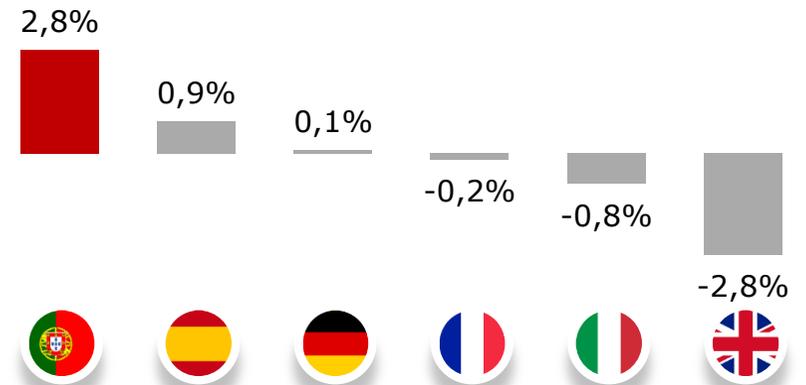
Hipermercados continuam a ter sucesso em Portugal (impulsionados pelo Continente)...

Total de vendas em hipermercados em Portugal – €mm



... ao contrário de muitos outros mercados

Total de vendas em hipermercados – CAGR 2013-17



Continente Bom Dia é um Formato de Proximidade Moderno com Forte Potencial de Crescimento

Formato das lojas

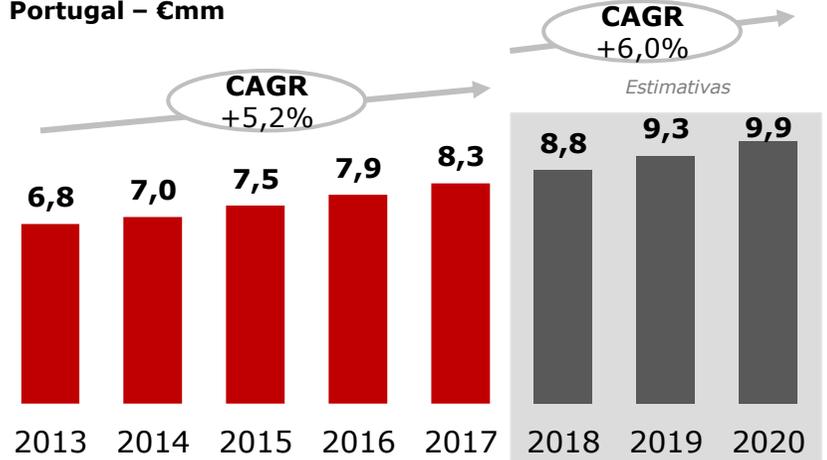
- Supermercados de proximidade em áreas de alta densidade populacional, maioritariamente em cidades
- Conceito moderno baseado na qualidade e variedade de produtos frescos, dirigido a compras diárias
- Elevado nível de serviço
- 101 lojas⁽¹⁾ das quais bastantes têm estacionamento disponível (pouco usual comparado com outras lojas de proximidade)



(1) Os dados de lojas da Sonae MC são respeitantes a Junho de 2018.
 Fonte: Informação da empresa, PlanetRetail RNG respeitante a Maio de 2018.

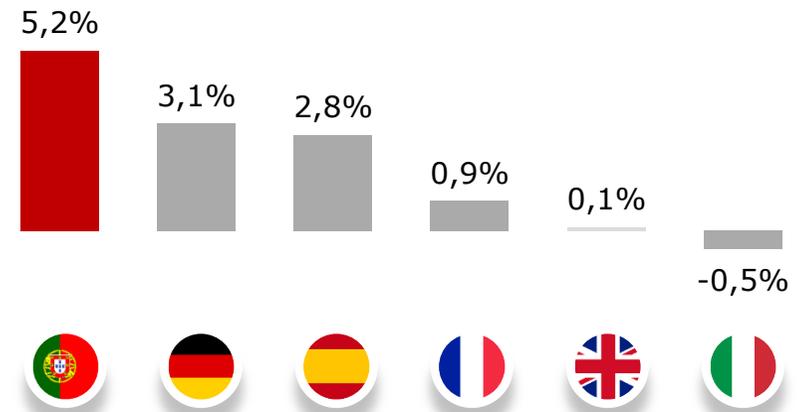
O mercado de lojas de proximidade em Portugal demonstra um crescimento sólido...

Total de vendas em supermercados e lojas de proximidade em Portugal – €mm



... mais elevado que outros mercados europeus

Total de vendas em supermercados e lojas de proximidade – CAGR 2013-17



A Sonae MC é o Líder de Comércio Eletrónico em Retalho Alimentar em Portugal



ENTREGA
AO
DOMICÍLIO



APP NO
TELEMÓVEL



CLICK &
COLLECT



DRIVE
THROUGH



ENTREGA
NO DIA



- Opera desde 2001 e é o líder de mercado em Portugal: **~70% quota de mercado**
- Cobertura nacional: **>500.000 clientes registados**
- Extensa variedade: **+50.000 SKUs**
- **Preço, promoções e cartão de cliente** – os mesmos benefícios que nas lojas
- **App no telemóvel:** ~78.000 clientes registados, representando ~20% das vendas online
- Capacidade de alavancar a loja através de **"click & collect"**
- Opção **"drive-through"** disponível em Lisboa, Porto e Algarve
- **Entrega em todo o país no próprio dia** (7 dias/semana)

Portefólio Diversificado de Formatos Adjacentes Rentáveis que Complementam a Rede de Retalho Alimentar



13% ÁREA DE VENDAS



Descrição	PARA-FARMÁCIAS	SUPERMERCADOS E RESTAURANTES BIOLÓGICOS	CAFETARIAS	MATERIAL ESCOLAR, LIVROS E PRESENTES	PRODUTOS PARA ANIMAIS E SERVIÇOS VETERINÁRIOS	RETALHO DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO E BRICOLAGE	
Ano de abertura	2005	2005	2005	2007	2014	1995	
# lojas	Próprias	200	37 (10 / 27) ⁽²⁾	129	38	9	31
	Em <i>franchise</i>	28	1 (0 / 1) ⁽²⁾	7	6	-	-
# de lojas abertas nos últimos 2 anos⁽¹⁾ (2016-17; líquido)	55	7 (1 / 6) ⁽²⁾	18	11	8	1	
Área média (m²)	~100	~260 / 60 ⁽²⁾	~60	~210	~100	~2.000	
# médio de SKUs ('000)	~2	~3	~0,4	~3	~1	~11	
Crescimento Like-for-Like (2016, 2017, 1S18)	Positivo	Positivo	Positivo	Positivo	Positivo	Positivo	
Conceito	<ul style="list-style-type: none"> Para-farmácias, incluindo saúde, produtos de beleza e bem-estar Saúde ótica 	<ul style="list-style-type: none"> Cadeia de supermercados e restaurantes de produtos biológicos Plano de expansão ambicioso com várias aberturas / aquisições nos últimos anos 	<ul style="list-style-type: none"> Cafetarias urbanas, complementando a sua oferta com refeições simples Foco em café, pastelaria e padaria, num ambiente confortável 	<ul style="list-style-type: none"> Material escolar, livraria e presentes Complementado por serviços como correio, "payshop" e serviços de impressão 	<ul style="list-style-type: none"> Comida, produtos e serviços para animais de estimação Serviços incluem limpeza e veterinária 	<ul style="list-style-type: none"> Discounter nos segmentos de bricolage, construção e jardinagem 	

Nota: Dados de lojas da Sonae MC respeitantes a Junho de 2018. A Sonae MC detém participação de 51% dos restaurantes Go Natural. A Sonae MC detém 50% da Maxmat.

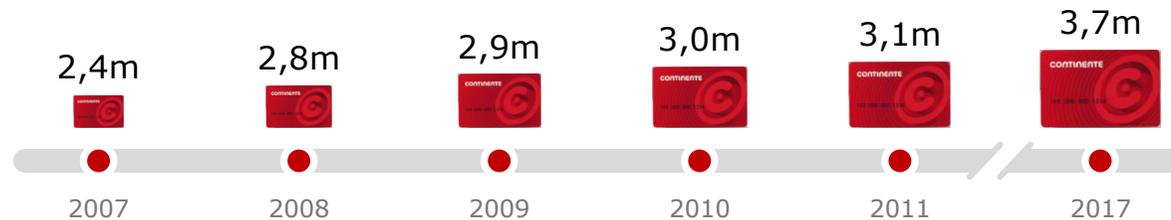
(1) Inclui lojas em regime de *franchise*; valor exclui aquisições.

(2) Divisão refere-se ao número de lojas, número de aberturas e tamanho médio de supermercados / restaurantes.

Fonte: Informação da empresa.

Um Programa Único de Fidelização com uma Incomparável Base de Clientes, Cobrindo ~85% das Famílias Portuguesas

Crescente número de contas de fidelização ativas⁽¹⁾



Características fundamentais

- ~85% de penetração nos agregados familiares⁽²⁾
- ~88% das vendas da Sonae MC são feitas utilizando o cartão de fidelização Continente
- Utiliza o euro como "moeda" (não pontos) – garantido **desconto mínimo em dinheiro de 2%** nas compras anuais
- **Parcerias** com **líderes** de outras áreas relevantes para as despesas familiares⁽³⁾
- Nova **aplicação móvel digital lançada** em Fevereiro de 2018, a qual já conta com mais de 400.000 utilizadores

Exemplos de marcas parceiras⁽³⁾ – Mais de 2.000 Postos de Venda

Combustível



"Media"



Transporte Aéreo



Banca



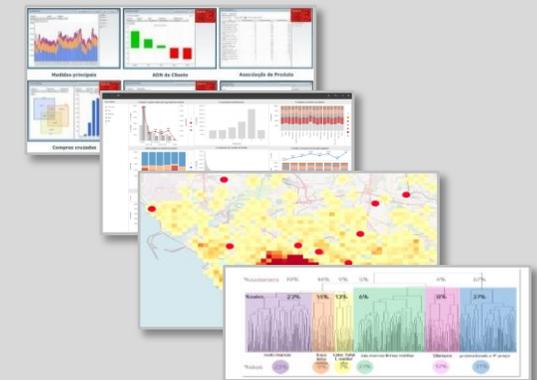
Restaurantes de Fast Food



Decisões onde informação do programa de fidelização é chave

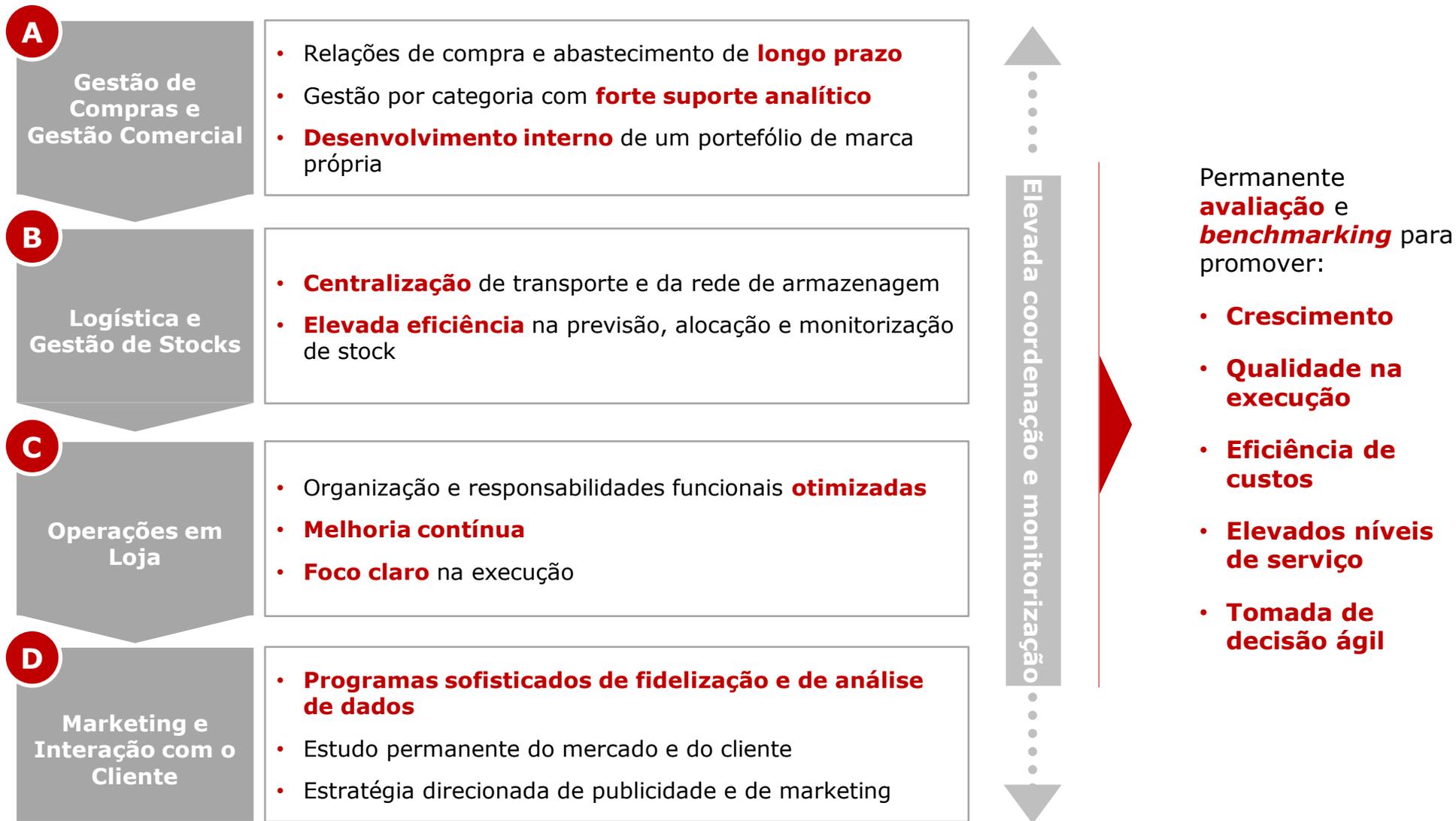
- ✓ Direcionar a **estratégia de clientes** (captação e retenção)
- ✓ Customizar (e personalizar) a **atividade promocional**
- ✓ Melhorar a **gestão da gama de produtos** oferecidos
- ✓ Suportar **ampliações e adaptações** das lojas
- ✓ Orientar **inovação de produtos**

(...) e MUITO MAIS



(1) Com compras nos últimos 12 meses.
(2) Estimativa da empresa considerando um universo de 4,1 milhões de famílias em Portugal.
(3) Atualmente tem 19 parceiros em diferentes sectores.

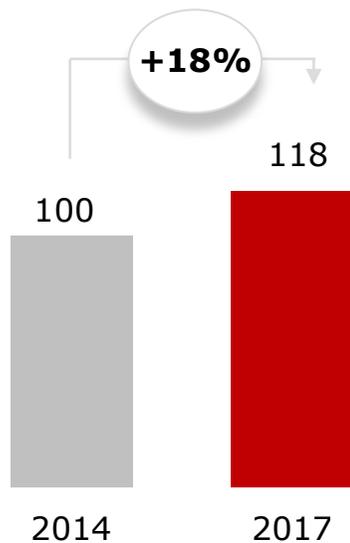
Cultura de Eficiência e Inovação, com Competências de Referência na Gestão da Cadeia de Valor



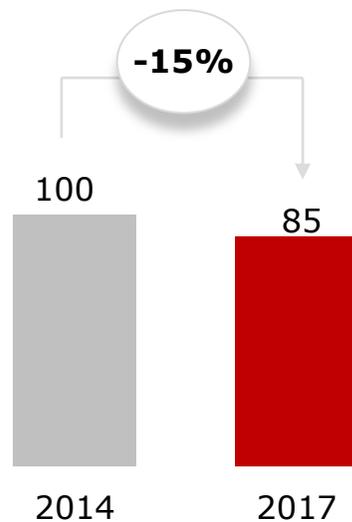
Custos com logística

Índice de base 100: 2014

Enquanto a complexidade logística por artigo aumentou...⁽¹⁾

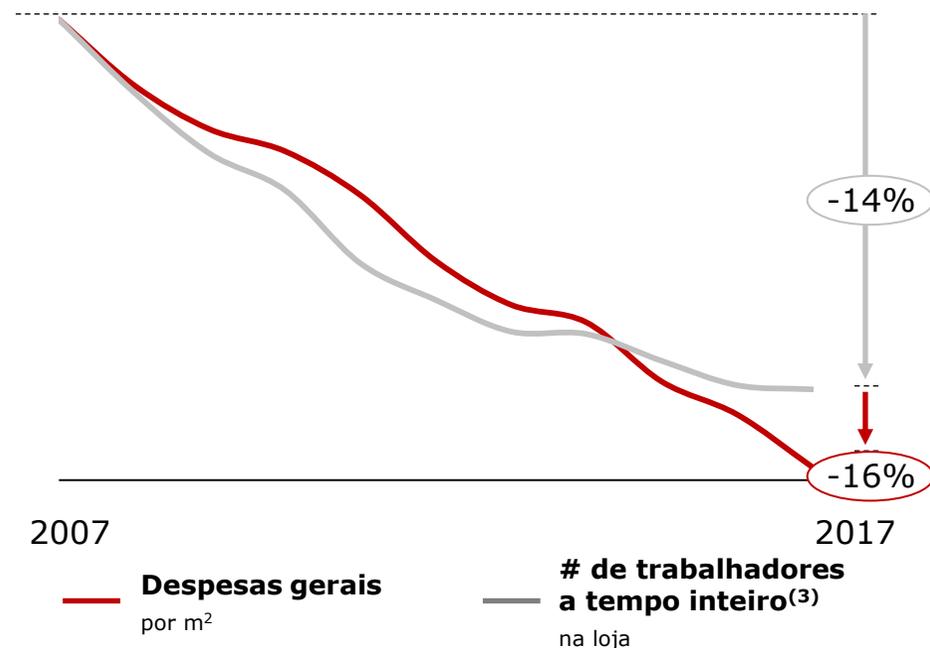


... os custos variáveis⁽²⁾ diminuíram



Custos de operação das lojas

Historial de redução dos custos de operação em loja



Nota: Dados da equipa de gestão não auditados.

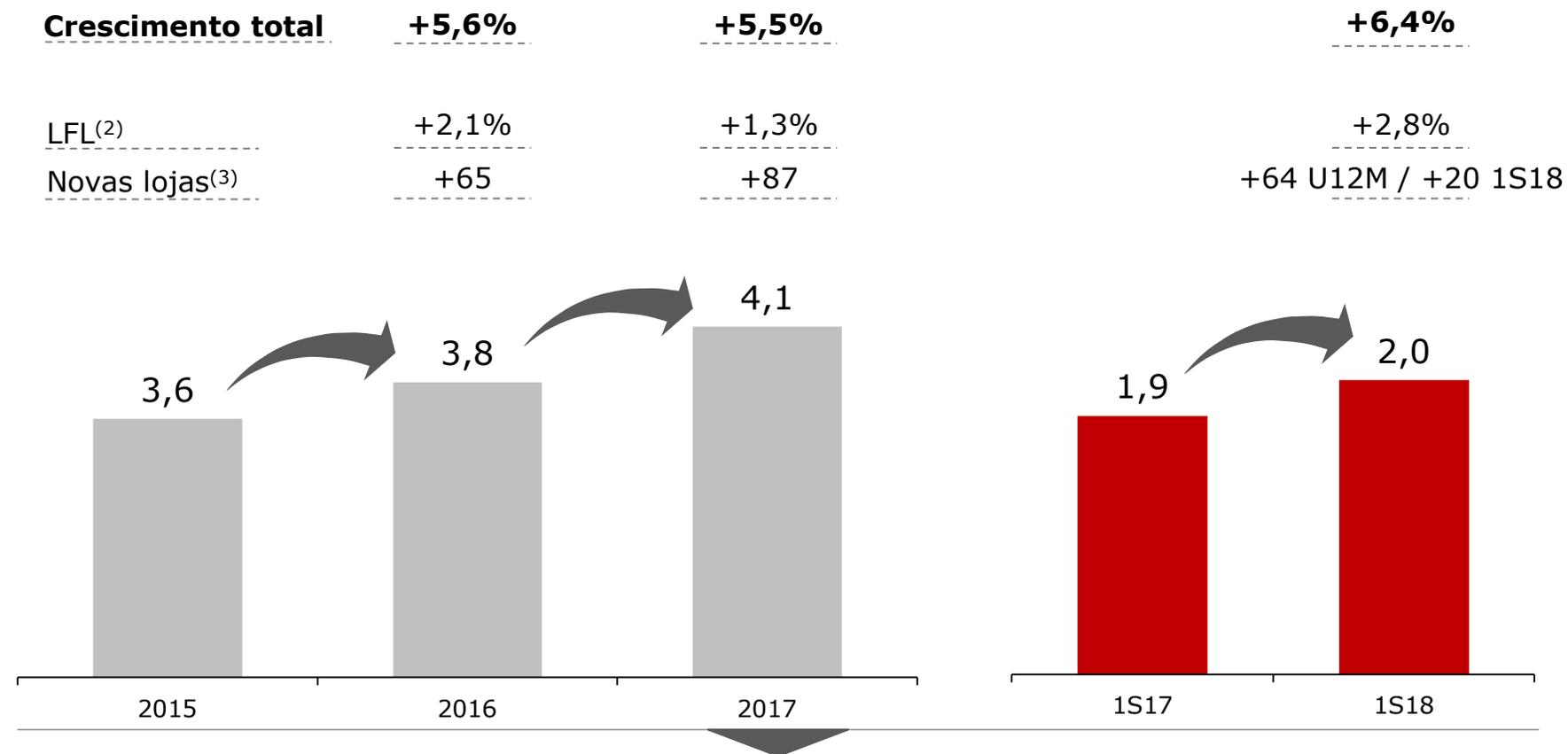
(1) Medida de produtividade baseada no número de caixas transportadas por hora tendo apenas em consideração o impacto de fatores externos na logística. Fatores externos incluem procura, formato de loja, conjunto de produtos, etc.

(2) Custos diretamente relacionados com operações de logística que dependem das caixas ou peso transportado (exemplos: trabalhadores, materiais, operadores terceiros, custos de transporte).

(3) Despesas com trabalhadores a tempo inteiro e despesas gerais de lojas comparáveis; preços constantes de 2007; despesas gerais excluem rendas, eletricidade, sacos de compras e custos centrais.

Fonte: Informação da empresa.

Evolução de vendas⁽¹⁾ (€mm)



- **Todos os formatos observaram um crescimento LFL positivo em 2016, 2017 e 1S 2018**
- **Estimam-se aberturas de novas lojas a um ritmo semelhante aos anos mais recentes**

Nota: Informação financeira baseada em demonstrações financeiras combinadas anuais e semestrais revistas, auditadas e preliminares do potencial perímetro da OPV (excepto LFL e novas lojas).

(1) Vendas: total de receita da venda de produtos e serviços.

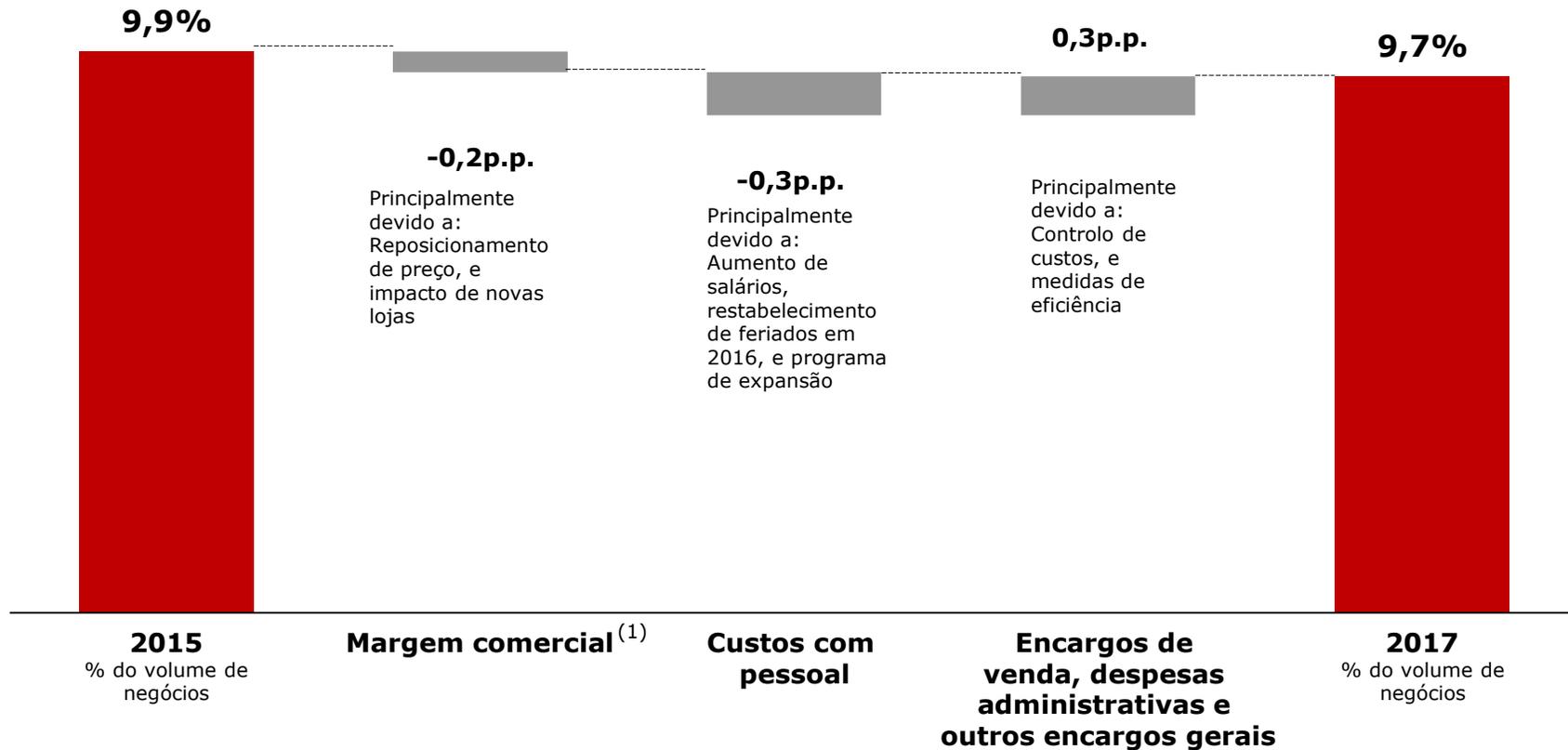
(2) Like-for-like (LFL): números da equipa de gestão; vendas de lojas próprias que operam dentro de condições semelhantes em meses comparáveis tanto no período atual, como no período passado comparável, e exclui lojas abertas, encerradas ou que sofreram remodelações significativas num dos períodos. O crescimento de vendas LFL comparado com o período anterior é expresso em percentagem.

(3) Adições líquidas excluindo franchises.

Fonte: Informação da empresa.

Margem EBITDAR 2015-17 Relativamente Estável, Sustentada pelo Enfoque na Eficiência de Custos

Margem EBITDAR



Nota: Informação financeira baseada em demonstrações financeiras combinadas anuais auditadas para o potencial perímetro da OPV.

(1) Margem comercial significa vendas menos o custo das mercadorias vendidas e das matérias consumidas, menos despesas com publicidade, mais descontos de pronto pagamento recebidos, proveitos suplementares e ganhos/perdas líquidos por diferenças de câmbio.

Fonte: Informação da empresa.

Rentabilidade (€m)

	2015	2016	2017	1S17	1S18
EBITDAR ajustado⁽¹⁾	361	375	395	166	178
<i>Margem (% do volume de negócios)</i>	9,9%	9,8%	9,7%	8,9%	9,0%
Rendas	(62)	(84)	(94)	(46)	(50)
EBITDA ajustado⁽²⁾	299	291	301	120	128
<i>Margem (% do volume de negócios)</i>	8,2%	7,6%	7,4%	6,4%	6,5%
Propriedade de ativos imobiliários⁽³⁾	62%	51%	49%	51%	49%

Destaques

- Margem EBITDAR ajustada de 2015-17⁽⁴⁾ relativamente estável após:
 - Reposicionamento de preço
 - Impacto de novas lojas
 - Custos com pessoal mais elevados
 - + Eficiência de custos
- Margem EBITDA ajustada de 2016-17⁽⁴⁾ impactada pelo aumento das rendas resultantes do programa de *sale & leaseback*
- Como evidenciado nos resultados do 1º semestre, a **margem EBITDA ajustada estabilizou**
- As épocas do verão e do natal beneficiam estruturalmente os valores do S2

Nota: Informação financeira baseia-se em demonstrações financeiras combinadas anuais e semestrais revistas e auditadas para o potencial perímetro da OPV.

EBITDA: EBIT antes de depreciações e amortizações, provisões e perdas por imparidade, ganhos/perdas de capital resultantes de alienações de subsidiárias e de ativos fixos tangíveis, excluindo itens não recorrentes (ganhos/perdas de capital líquidos resultantes de transações de *sale & leaseback* de ativos imóveis). EBIT: resultado antes de juros, impostos, dividendos e ganhos/perdas com joint ventures e empresas associadas.

(1) EBITDAR ajustado = EBITDA ajustado antes de rendas de ativos imobiliários envolvidos em transações de *sale & leaseback*.

(2) EBITDA ajustado = EBITDA excluindo itens não recorrentes definidos como ganhos/perdas líquidos resultantes das transações de *sale & leaseback*.

(3) Percentagem de propriedade de ativos imobiliários calculada dividindo a área de venda detida pela Sonae MC pelo total de área de venda (valores respeitantes ao final do ano).

(4) Margem EBITDA ajustada e margem EBITDAR ajustada significa EBITDA ajustado e EBITDAR ajustado, respetivamente, em percentagem da receita (vendas e serviços prestados).

Fonte: Informação da empresa.

Atributos-chave que suportam o perfil de referência das nossas margens no futuro

1

▪ **Operações apenas num país com a vantagem de ser pioneiro (*first mover advantage*)**

- Focado em apenas um país, onde somos o líder
- Excelentes localizações das lojas – impossíveis de replicar

2

▪ **Claramente comprovado como líder em preço em Portugal**

- Investimento significativo em preço feito nos últimos anos – somos agora um líder
- Programa de fidelização e análise de dados possibilitam a criação de uma gestão de preços e de promoções mais eficiente
- Forte cultura interna de eficiência a todos os níveis

3

▪ **Rede de lojas multi-formato e experiência únicas**

- Abordagem omni-canal e multi-formato desenhada para capturar todas as ocasiões de compra
- Portefólio de lojas em localizações com elevada densidade populacional – forte proporção das vendas resultam de duas áreas urbanas chave (Lisboa e Porto)
- Ambiente de loja excecional, suportado por uma política de investimento criteriosa e prudente
- Desenvolvimento do portefólio de frescos e de marca própria para impulsionar o tráfego de loja

4

▪ **Cadeia de fornecimento altamente eficiente, com mais para vir**

- Relações de longa duração com fornecedores
- Sistemas de logística e gestão de stock altamente eficientes
- Capacidade comprovada para otimizar custos em loja

Programa Seletivo de Investimento Focado na Rede Existente de Lojas e na Abertura de Novas Lojas

Evolução do investimento (*Capex*)

€m	2015	2016	2017
<i>Capex</i> de manutenção	(79)	(106)	(100)
<i>Capex</i> de otimização	(31)	(36)	(40)
<i>Capex</i> de expansão	(40)	(101)	(79)
<i>Capex</i> bruto⁽¹⁾	(150)	(243)	(219)
<i>Sale & leaseback</i> ⁽²⁾	134	149	25
<i>Capex</i> líquido⁽³⁾	(17)	(94)	(195)

Nota: Informação financeira baseia-se em demonstrações financeiras combinadas anuais e auditadas para o potencial perímetro da OPV.

(1) *Capex* bruto: *capex* de manutenção + *capex* de otimização + *capex* de expansão.

(2) Valor líquido contabilístico.

(3) *Capex* líquido: *capex* bruto - desinvestimentos decorrentes de operações de *sale & leaseback* (valor líquido contabilístico de propriedades de retalho vendidas em operações de *sale & leaseback*, incluindo ativos líquidos da Imoconti excluindo dívida, e *Goodwill* relacionado).

(4) *Capex* de expansão: Investimentos para a abertura de novas lojas (incluindo investimentos imobiliários) verificados nesse ano, registados como ativos fixos tangíveis ou intangíveis, para lojas cuja abertura se dá nos próximos anos, nesse ano ou se deu em anos passados.

Fonte: Informação da empresa.

3 tipos de investimento para melhorar a performance

- ***Capex* de manutenção:** investimentos para manter e remodelar lojas existentes e investimentos em áreas como IT, armazém, logística e comércio electrónico
- ***Capex* de otimização:** investimentos para modificar as lojas significativamente ou otimizar a experiência do cliente. Este tipo de investimento vai além de uma mera remodelação de loja
- ***Capex* de expansão⁽⁴⁾:** investimentos para a abertura de novas lojas (incluindo investimentos associados com imóveis)
- **“Reciclagem” de capital:** programa de *sale & leaseback*, com o objetivo de deter ~45% dos ativos imobiliários no final de Dezembro de 2018

Sólida Geração de Fluxo de Caixa

(€m)	2015	2016	2017
EBITDA ajustado	299	291	301
Capex de manutenção e otimização	(111)	(142)	(140)
Conversão de caixa ⁽¹⁾	63%	51%	53%
Δ fundo de maneo contabilístico ⁽⁷⁾	(30)	(41)	54
Impostos	(45)	(25)	(30)
Fluxo de caixa livre antes de juros, dividendos, investimentos financeiros líquidos, capex de expansão, desinvestimentos e outros ⁽²⁾	114	83	184
Capex de expansão	(40)	(101)	(79)
Sale & leaseback ⁽³⁾	134	149	25
Outros ⁽⁴⁾	40	57	3
Fluxo de caixa livre antes de dividendos, juros e investimentos financeiros líquidos ⁽⁵⁾	248	188	133
Despesa financeira líquida	(19)	(23)	(17)
Fluxo de caixa livre antes de dividendos e investimentos financeiros líquidos ⁽⁶⁾	228	166	116

Nota: Informação financeira baseada em demonstrações financeiras combinadas anuais auditadas para o potencial perímetro da OPV.

Capex de manutenção: investimentos para manter e remodelar lojas existentes e investimentos em áreas como IT, armazém, logística e comércio electrónico.

Capex de otimização: investimentos para modificar as lojas significativamente ou otimizar a experiência do cliente. Este tipo de investimento vai além de uma mera remodelação de loja.

Capex de expansão: investimentos para a abertura de novas lojas (incluindo investimentos imobiliários) verificados nesse ano, registados como ativos fixos tangíveis ou intangíveis, para lojas cuja abertura se dá nos próximos anos, nesse ano ou se deu em anos passados.

EBITDA: EBIT antes de depreciações e amortizações, provisões e perdas por imparidade, ganhos/perdas de capital resultantes de alienações de subsidiárias e de ativos fixos tangíveis, excluindo itens não recorrentes (ganhos/perdas de capital líquidos resultantes de transações de *sale & leaseback* de ativos imóveis). EBIT: resultado antes de juros, impostos, dividendos e ganhos/perdas com joint ventures e empresas associadas.

EBITDA ajustado: EBITDA excluindo itens não recorrentes definidos como ganhos/perdas líquidos resultantes das transações de *sale & leaseback* de ativos imóveis.

(1) Conversão de caixa: EBITDA ajustado, menos capex de manutenção e otimização, dividido por EBITDA ajustado.

(2) Fluxo de caixa livre antes de dividendos, juros, dividendos, investimentos financeiros líquidos, capex de expansão, desinvestimentos e outros = EBITDA ajustado - capex de manutenção - capex de otimização - Δ de fundo de maneo contabilístico - despesas de impostos.

(3) Valor contabilístico líquido dos ativos imóveis envolvidos em transações de *sale & leaseback*.

(4) Outros inclui itens não-recorrentes: resultados de associados e joint ventures, interesses minoritários e dividendos recebidos durante o período.

(5) Fluxo de caixa livre antes de dividendos, juros e investimentos financeiros líquidos = EBITDA ajustado - despesa de impostos - capex líquido total - Δ de fundo de maneo contabilístico + outros itens.

(6) Fluxo de caixa livre antes de dividendos e investimentos financeiros líquidos = EBITDA ajustado - Δ de fundo de maneo contabilístico - despesa de impostos - capex líquido total + outros - despesas financeiras líquidas.

(7) Variação do fundo de maneo contabilístico significa inventário, dívida a fornecedores e outros ativos e passivos correntes (excluindo empréstimos obtidos de interesses minoritários, itens incluídos no cálculo da dívida financeira líquida e dividendos atribuídos aos acionistas).

Fonte: Informação da empresa.

1

Investir em crescimento rentável

- LFL⁽¹⁾
- Novas lojas
- Eficiência

2

Garantir estrutura de capital conservadora

- Dez-2018 dívida líquida⁽²⁾ / EBITDA ajustado⁽³⁾ de cerca de 2x

3

Dividendo atrativo

- Objetivo de rácio de pagamento de dividendos:
 - 40-50% do resultado líquido ajustado, após interesses minoritários⁽⁴⁾

(1) *Like-for-Like*: estimativas da equipa de gestão, vendas de lojas que operavam nas mesmas condições nos meses comparáveis tanto do período em causa como do seguinte, e exclui aberturas, encerramentos e lojas que sofreram grandes reformas. Crescimento LFL corresponde à variação de vendas LFL comparada com o período anterior, expressado em percentagem.

(2) Dívida líquida: dívida financeira (empréstimos, obrigações e outros), subtraído de efetivo em caixa, depósitos bancários e outros investimentos correntes.

(3) EBITDA ajustado: EBITDA excluindo itens não recorrentes definidos como ganhos/perdas líquidos resultantes das transações de *sale & leaseback* de ativos imóveis.

(4) Capital próprio e resultado líquido atribuível a interesses minoritários.

Pilares estratégicos

1

Continuar a crescer volume de negócios

Impulsionar o tráfego em loja e o tamanho do cabaz

Explorar principais oportunidades de mercado

2

Manter margens

Perfil exemplar de eficiência

Principais áreas de foco

- ✓ Melhorar **percepção de valor** pelo cliente
- ✓ Otimizar a oferta de **produtos frescos**
- ✓ Programa de transformação da oferta de **marca própria**
- ✓ Expandir na área da **alimentação saudável**
- ✓ Lojas de proximidade
- ✓ Comércio eletrónico & digital
- ✓ Saúde & Bem-estar
- ✓ **Eficiência e eficácia**
- ✓ Contínua **optimização da rede de lojas**

Resultado

Contínua liderança de mercado



Crescimento rentável



Envolvimento social

Suportado por: **inovação, análise de dados** e uma **equipa extremamente motivada**

Síntese de Mensagens Chave

- Líder incontestável em **retalho alimentar em Portugal**, com uma **visão única sobre as preferências dos consumidores** graças ao seu **programa de fidelização** (3,7m de contas ativas)
- **Negócio multi-formato e omni-canal**, incluindo:
 - **Formato de hipermercado diferenciado e com um forte desempenho**, com lojas localizadas em **áreas urbanas de alta densidade populacional**
 - Oportunidade significativa para **abrir lojas de proximidade**
 - **~70% de quota de mercado em comércio eletrónico de produtos de retalho alimentar**
- **30 anos de historial de crescimento consistente**, com um forte *momentum* atual
- **Perfil de rentabilidade exemplar**, com uma clara aposta em eficiência
- **Equipa extremamente dedicada e experiente** – motivada para as oportunidades de crescimento que se prospettavam
- **Forte envolvimento** com a comunidade



Anexo



Estrutura financeira sólida

(€m)	2015	2016	2017
Volume de negócios	3.637	3.843	4.055
<i>% crescimento</i>		5,6%	5,5%
<i>% crescimento Like-for-Like</i>		2,1%	1,3%
EBITDAR ajustado⁽¹⁾	361	375	395
<i>% do volume de negócios</i>	9.9%	9.8%	9.7%
Rendas	(62)	(84)	(94)
<i>% do volume de negócios</i>	-1.7%	-2.2%	-2.3%
EBITDA ajustado⁽²⁾	299	291	301
<i>% do volume de negócios</i>	8.2%	7.6%	7.4%
Itens não recorrentes⁽³⁾	41	61	11
EBITDA⁽⁴⁾	341	352	311
<i>% do volume de negócios</i>	9.4%	9.2%	7.7%
Depreciações, amortizações, provisões e imparidades⁽⁵⁾	(128)	(122)	(142)
EBIT⁽⁶⁾	212	231	170
<i>% do volume de negócios</i>	5.8%	6.0%	4.2%
Resultado líquido atribuível aos proprietários da entidade controladora	147	180	115

Nota: Informação financeira baseada em demonstrações financeiras combinadas anuais auditadas para o potencial perímetro da OPV.

(1) EBITDA ajustado antes de custos com rendas dos ativos imóveis envolvidos em transações de *sale & leaseback*.

(2) EBITDA excluindo itens não recorrentes definidos como ganhos/perdas líquidos resultantes das transações de *sale & leaseback* de ativos imóveis.

(3) Ganhos/perdas líquidos de capital de transações de *sale & leaseback* de ativos imóveis.

(4) EBIT antes de depreciações e amortizações, provisões e perdas por imparidade, ganhos/perdas de capital resultantes de alienações de subsidiárias e de ativos fixos tangíveis, excluindo itens não recorrentes (ganhos/perdas de capital líquidos resultantes de transações de *sale & leaseback* de ativos imóveis). EBIT: resultado antes de juros, impostos, dividendos e ganhos/perdas com joint ventures e empresas associadas.

(5) Depreciações, amortizações, provisões, imparidades e ganhos/perdas de capital provenientes da venda / anulação de ativos excluindo transações de *sale & leaseback*.

(6) Lucro antes de juros, impostos, dividendos, alocação de lucro ou perdas de associados e joint ventures.

Fonte: Informação da empresa.

Destaques

- CAGR entre 2015 e 2017 do volume de negócios de 5,6% principalmente devido ao desempenho da rede de lojas já existente e programa de expansão
- Margem EBITDAR ajustado essencialmente estável
- De 2015 a 2017, as rendas em % do volume de negócios aumentaram de 1,7% para 2,3% sobretudo devido ao programa de *sale & leaseback*: desde o final de 2014 até 2017, a propriedade de ativos imobiliários diminuiu de 73% para 49%
- Itens não recorrentes: ganhos/perdas líquidos de capital de transações de *sale & leaseback*
- De 2015 a 2017, a média de depreciações, amortizações, provisões e imparidades⁽⁵⁾ registadas é 3,4% do volume de negócios e cerca de €190/m²
- Durante este período, a taxa de imposto da empresa foi aproximadamente 21%
- Resultado líquido impactado por ganhos/perdas líquidos de capital de transações de *sale & leaseback*

Objetivos da empresa para 2018

• **Novas lojas Continente Bom Dia**

~18

• **Novas lojas Continente Modelo**

~4

• **Margem EBITDAR ajustado e margem EBITDA ajustado em períodos homólogos**

estável

• **Capex bruto⁽¹⁾**

Capex de manutenção e de otimização
Capex de expansão

~€215m
~€115m
~€100m

• **Propriedade de ativos imobiliários no final do período**

~45%

Notas:

Capex de manutenção: investimentos para manter e remodelar lojas existentes e investimentos em áreas como IT, armazém, logística e comércio electrónico.

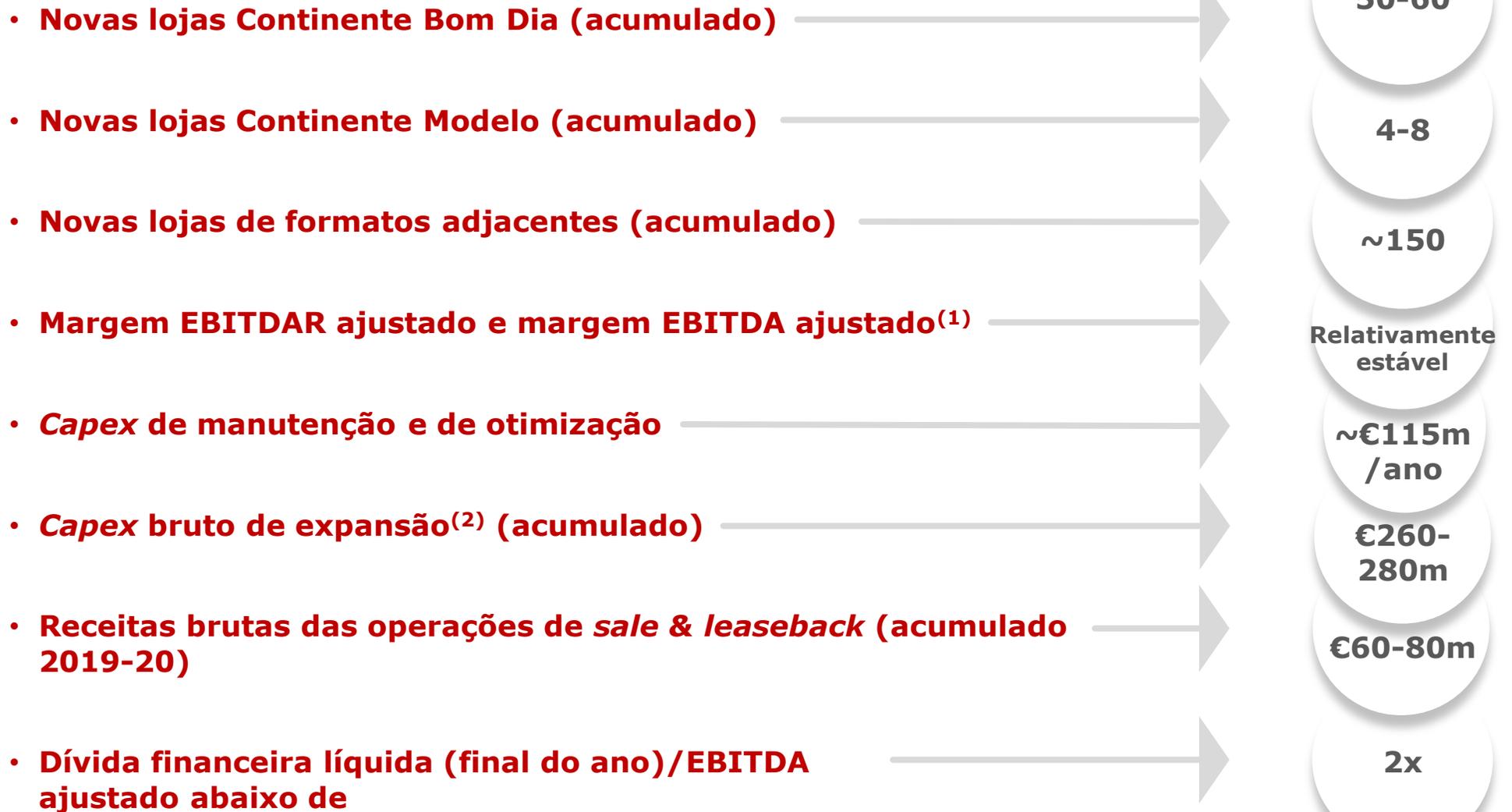
Capex de otimização: investimentos para modificar as lojas significativamente ou otimizar a experiência do cliente. Este tipo de investimento vai além de uma mera remodelação de loja.

Capex de expansão: investimentos para a abertura de novas lojas (incluindo investimentos imobiliários) verificados nesse ano, registados como ativos fixos tangíveis ou intangíveis, para lojas cuja abertura se dá nos próximos anos, nesse ano ou se deu em anos passados.

(1) Capex de manutenção mais capex de otimização mais capex de expansão.

Fonte: Informação da empresa.

Objetivos a médio-prazo (2019-21)



Notas:

Capex de manutenção: investimentos para manter e remodelar lojas existentes e investimentos em áreas como IT, armazém, logística e comércio electrónico.

Capex de otimização: investimentos para modificar as lojas significativamente ou otimizar a experiência do cliente. Este tipo de investimento vai além de uma mera remodelação de loja.

Capex de expansão: investimentos para a abertura de novas lojas (incluindo investimentos imobiliários) verificados nesse ano, registados como ativos fixos tangíveis ou intangíveis, para lojas cuja abertura se dá nos próximos anos, nesse ano ou se deu em anos passados.

(1) Assumindo uma propriedade de ativos imobiliários de ~45%.

(2) Capex de Op co + prop co. Não inclui alienações.

Fonte: Informação da empresa.

Disclaimer

O presente documento foi preparado exclusivamente para fins meramente informativos e não consubstancia uma oferta ou solicitação de oferta para comprar ou vender valores mobiliários. Este documento não deverá ser interpretado como constituindo um prospeto ou documento de oferta e o mesmo não deverá ser utilizado, nem deverá nele ser depositada indevida confiança, para a tomada de qualquer decisão, realização de qualquer contrato, compromisso ou ato, relativamente a qualquer proposta de transação ou outro.

Este documento, e a análise nele contida, foi preparado com base em determinados pressupostos e informações obtidos da Sonae SGPS, S.A. (a "Sociedade") e/ou de outras fontes. Nem o Barclays Bank PLC, BNP Paribas e Deutsche Bank AG, Sucursal de Londres (os "Bancos"), a Sociedade, nem qualquer uma das respetivas subsidiárias, dos seus administradores, membros, funcionários, trabalhadores ou agentes, fazem qualquer declaração, garantia ou compromisso, expressa ou implicitamente, sobre a imparcialidade, razoabilidade, adequação, exatidão ou completude das informações, das declarações ou das opiniões, qualquer que seja a sua fonte, contidas neste documento bem como de qualquer informação oral fornecida que com este esteja relacionada, ou de quaisquer dados que possa gerar, e não assumem, por isso, qualquer tipo de obrigação ou responsabilidade (seja direta ou indireta, contratual, extracontratual ou outra) em relação a qualquer dessas informações.

As informações e opiniões contidas neste documento são fornecidas com referência à data do documento, estão sujeitas a alterações sem aviso prévio e não pretendem conter todas as informações que possam ser necessárias para avaliar a Sociedade. As informações contidas neste documento estão no formato de rascunho e não foram verificadas por uma entidade independente. Os Bancos, a Sociedade e as respetivas subsidiárias, os seus administradores, membros, funcionários, trabalhadores ou agentes, renunciam expressamente a toda e qualquer responsabilidade que possa resultar da informação deste documento e/ou dos erros ou omissões nele contidos. Nem os Bancos, a Sociedade, nem as respetivas subsidiárias, os seus administradores, membros, funcionários, trabalhadores ou agentes, fazem qualquer declaração, garantia ou compromisso, expressa ou implicitamente, de que qualquer transação tenha sido ou possa vir a ser efetuada nos termos ou forma previstos neste documento, ou quanto à realização ou razoabilidade de projeções futuras, metas de gestão, estimativas, perspetivas de crescimento ou resultados, se os houver.

As informações contidas neste documento não pretendem ser exaustivas e não foram sujeitas a nenhuma auditoria ou revisão por entidade independente. Esta apresentação contém informações financeiras combinadas preparadas para o perímetro dos negócios que se propõe serem objeto de pedido de admissão à negociação em mercado regulamentado. Esta informação financeira é preliminar, não foi auditada e está sujeita a alterações. Não deverá ser depositada confiança indevida nas referidas informações financeiras.

Uma parte significativa das informações contidas nesta apresentação é baseada em estimativas ou expectativas da Sociedade, e não há garantias de que essas estimativas ou expectativas sejam ou venham a ser exatas. As estimativas internas da Sociedade não foram verificadas por um especialista externo, e a Sociedade não pode garantir que entidades terceiras, usando métodos de recolha, análise ou processamento de informações e dados de mercado diferentes, obteriam ou gerariam os mesmos resultados.

Declarações contidas no documento, incluindo aquelas relativas ao futuro possível ou presumido ou outro desempenho da Sociedade ou do seu sector ou outras projeções de crescimento, constituem declarações relativas ao futuro. Pela sua natureza, estas declarações envolvem riscos conhecidos e desconhecidos, incertezas, suposições e outros fatores, uma vez que se relacionam com eventos e dependem de circunstâncias que ocorrerão no futuro, estando ou não fora do controle da Sociedade. Tais fatores podem fazer com que os resultados, desempenho ou desenvolvimentos reais não coincidam materialmente com aqueles expressos ou implícitos em tais declarações prospectivas. Consequentemente, não pode haver garantia de que estas declarações relativas ao futuro venham a revelar-se corretas. Pelo que, não deverá ser depositada confiança indevida nas referidas declarações. Estas declarações têm como referência temporal, apenas, a data do documento e nem os Bancos nem a Sociedade assumem qualquer obrigação de atualizar as referidas declarações. O desempenho passado não garante ou prevê o desempenho futuro. Além disso, os Bancos, a Sociedade e respetivas subsidiárias, os seus administradores, membros, funcionários, trabalhadores ou agentes, não assumem qualquer obrigação de rever, atualizar ou confirmar as expectativas ou estimativas ou de proceder à revisão de quaisquer declarações prospectivas em resultado de novas informações, eventos futuros ou de qualquer outra alteração, ainda que relativas ao conteúdo da apresentação.

Este documento e quaisquer materiais distribuídos em conexão com o mesmo não são dirigidos ou destinados à distribuição ou utilização por qualquer pessoa ou entidade que seja cidadã, residente ou se encontre localizada em qualquer localidade, estado, país ou outra jurisdição onde tal distribuição, publicação, disponibilidade ou utilização possa ser contrária à lei ou regulamento ou que exija qualquer registo ou licenciamento nessa jurisdição. Este documento não constitui uma oferta de venda ou solicitação de uma oferta de compra de quaisquer valores mobiliários nos Estados Unidos. Os valores mobiliários aqui mencionados não foram, e não serão, registados ao abrigo do Securities Act de 1933, tal como alterado (o "Securities Act") e não podem ser oferecidos ou vendidos nos, ou para os, Estados Unidos, exceto por força da aplicação de uma isenção aos requisitos de registo do Securities Act. Nos Estados Unidos, este documento é dirigido exclusivamente a pessoas relativamente às quais se possa razoavelmente crer serem "compradores institucionais qualificados", tal como definido na Rule 144A do Securities Act. O documento não poderá ser reproduzido, redistribuído, publicado ou transmitido, direta ou indiretamente, a qualquer pessoa na Austrália, Canadá, Japão ou qualquer jurisdição onde tal possa ser ilegal.

No âmbito do Espaço Económico Europeu, esta apresentação é realizada e dirigida exclusivamente a pessoas que sejam "investidores qualificados" nos termos do disposto na alínea (e) do n.º 1 do artigo 2.º da Diretiva 2003/71/CE ("Diretiva dos Prospetos"), e quaisquer alterações a esta, incluindo a Diretiva 2010/73/EU, tal como transposta nos Estados Membros do Espaço Económico Europeu ("Investidores Qualificados"). Estes materiais não constituem um prospeto nos termos do Código dos Valores Mobiliários nem uma oferta para adquirir valores mobiliários.

Esta apresentação é facultada exclusivamente para fins meramente informativos e não constitui um documento de oferta ou uma oferta ao público de valores mobiliários no Reino Unido à qual a secção 85 do Financial Services and Markets Act 2000 do Reino Unido (conforme alterado pelo Financial Services Act 2012 do Reino Unido) se aplique. Esta apresentação não pretende fornecer as bases para qualquer avaliação de quaisquer valores mobiliários e não deve ser entendida como uma recomendação de que qualquer pessoa deve subscrever ou adquirir quaisquer valores mobiliários. No Reino Unido, esta apresentação é realizada e dirigida exclusivamente a pessoas que sejam cumulativamente: (i) Investidores Qualificados; e (ii) pessoas que se enquadram na definição contida no n.º 5 do artigo 19.º do Financial Services and Markets Act 2000 (Promoção Financeira) Order 2005 (a "Order") ou outras pessoas a quem essa comunicação possa ser feita de forma legal de acordo com a Order; ou (iii) entidades com elevado património financeiro, associações e parcerias não constituídas como sociedades ou trustees de trusts de alto valor, tal como previsto nas alíneas (a) a (d) do n.º 2 do artigo 49º da Order (todas estas pessoas, em conjunto, referidas como "Pessoas Relevantes"). Qualquer investimento ou atividade de investimento a que esta comunicação diga respeito está disponível apenas para as Pessoas Relevantes e tal investimento ou atividade de investimento será realizado por Pessoas Relevantes.