

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

novembro 2024

enjoei

1. introdução

GRUPO ENJOE

2. alavancas de crescimento

ESTRATÉGIA DE PORTFOLIO

3. avanço consistente

RESULTADOS FINANCEIROS

1. introdução

GRUPO ENJOE!

online | marketplaces

offline | lojas físicas

unidades de negócio



marcas

enjoei online

enjoei pro

elo7

enjoei franquias

cresci e perdi
[25% participação]

categorias

fashion & lifestyle
secondhand
marketplace

serviço de
conveniência
para vendedores

festas & itens
customizados
marketplace

fashion & lifestyle
secondhand
lojas físicas

kids
secondhand
lojas físicas

ESTAMOS MUDANDO A FORMA COMO AS PESSOAS CONSOMEM FASHION E LIFESTYLE NO BRASIL



A MAIOR COMUNIDADE DE MODA SECONDHAND NO BRASIL

o enjoei marketplace é uma plataforma peer to peer (c2c), onde as pessoas podem comprar e vender itens pessoais online, participando da economia circular e ganhando uma renda extra.

queremos construir uma nova cultura de consumo de moda e estilo de vida no Brasil, estimulando uma economia sustentável, redefinindo itens únicos e contando novas histórias.

modelo comercial: baseado em comissões sobre vendas, cobradas dos vendedores. os custos de envio são cobrados dos compradores e o enjoei subsidia parte dos custos de frete.

¹LTM Set 2024 | ²in Set 2024

top 3

9,3% de participação de tráfego na categoria moda¹

+1 mi

compradores ativos¹

+1,3 mi

vendedores ativos¹

+1 bi

GMV²
(em R\$)



online | marketplaces



enjoei online

fashion & lifestyle
secondhand
marketplace



ENJOEI PRO FACILITA A JORNADA DO VENDEDOR

o enjoei pro oferece uma experiência de serviço completa aos vendedores: nossa equipe é responsável por fotografar os produtos, divulgá-los, negociá-los e enviá-los aos compradores.

nosso centro de distribuição em cabreúva/sp centraliza todos os itens recebidos dos clientes e possui capacidade de processar mais de 1,5 milhão de produtos.

modelo comercial: baseado em comissões sobre vendas cobradas dos vendedores. Os custos de envio são cobrados dos compradores e a enjoei subsidia parte dos custos de frete.

parcerias estratégicas

parcerias com celebridades e marcas para eventos, bazares e campanhas são estratégicas em termos de branding, influência e criação de demanda para a plataforma.

curadoria de inventário

produtos verificados pela equipe de curadoria garantem estoque de alta qualidade para o abastecimento da plataforma.



online | marketplaces



enjoei online

serviço de conveniência para vendedores



ELO7 GARANTE UM ECOSSISTEMA MAIOR E MAIS FORTE

a plataforma elo7 conecta empreendedores de produtos exclusivos e personalizados com compradores que buscam itens especiais e cheios de significado, em diversas categorias (casa & decoração, festas & eventos, infantil, moda).

a aquisição abre espaço para o grupo enjoiei capturar diversas sinergias, incluindo ajustes na estrutura corporativa, melhorias na política comercial, redução nos custos de frete e processamento de pagamentos.

modelo comercial: baseado em comissões sobre vendas, cobradas dos vendedores. os custos de envio são cobrados dos compradores e o elo7 subsidia parte dos custos de frete.

+ 418 mi

GMV¹
(em R\$)

+1,3 mi

compradores ativos²

+ 43k

vendedores ativos profissionais (empreendedores)²



online | marketplaces



enjoiei online

marketplace de
itens customizados
aquisição em ago/23



FRANQUIAS PERMITEM AVANÇAR NO MERCADO OFFLINE

o enjoei também terá operação própria de lojas físicas a partir de 2024, focada em categorias de moda com plano de expansão baseado em franquias.

a combinação de uma marca forte e reconhecida com a expertise operacional da Cresci e Perdi e da Francap, viabilizam a execução de um plano ambicioso para tornar o enjoei referência de moda circular também no canal offline.

modelo comercial: taxa de abertura e royalties mensais sobre vendas.

3

lojas próprias operando em modelo piloto

4T24

início das vendas de franquias

300

franquias esperadas em 3 anos



online | marketplaces



enjoei franchising

fashion & lifestyle
secondhand
lojas físicas



A MAIOR REDE DE FRANQUIAS SECONDHAND NO BRASIL

a Cresci e Perdi é a maior rede de franquias de produtos de segunda mão do Brasil, focada nas categorias kids/babys.

está presente em mais de 390 cidades do Brasil, apresentando crescimento exponencial nos últimos anos, com modelo de negócios asset light baseado em royalties.

a aquisição de 25% de participação proporciona expertise para expansão das lojas próprias do enjoei e suporte à malha logística do grupo com potencial redução de custos de frete e processamento de pagamentos.

modelo comercial: taxa de abertura e royalties fixos mensais de acordo com o tamanho e localização da loja

+600 lojas¹

700 mi GMV²
(em R\$)

6 mi clientes³



online | marketplaces



cresci e perdi

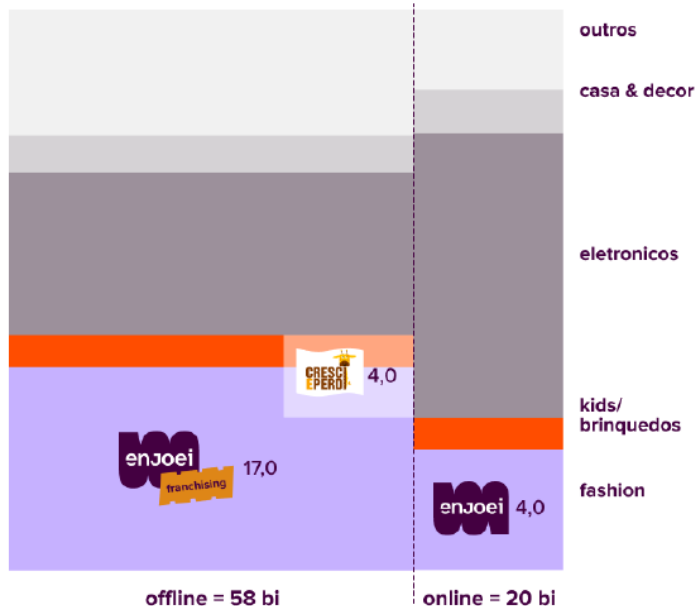
kids secondhand
lojas físicas
aquisição de 25% em dez/23



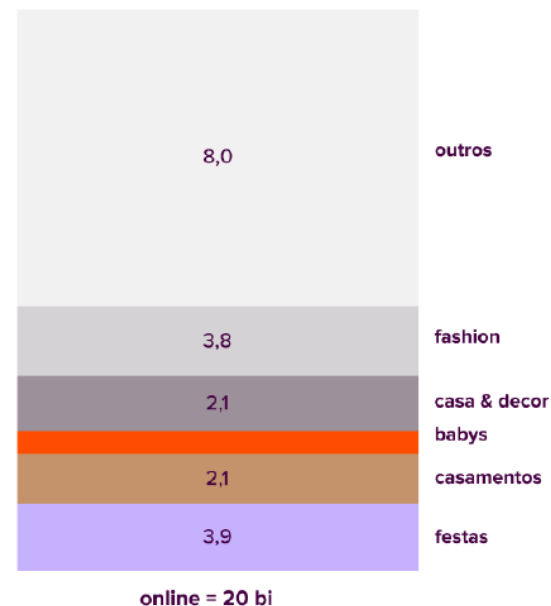
TAMANHO DE MERCADO & ESTRATÉGIA DE PORTFOLIO

com a entrada no canal offline (com lojas físicas enjoei e CeP) e adição novas categorias (embarcadas com a aquisição da elo7), o mercado endereçável atinge ~R\$ 100bi

TAM secondhand¹: R\$78 bi



TAM categorias elo7: R\$20 bi

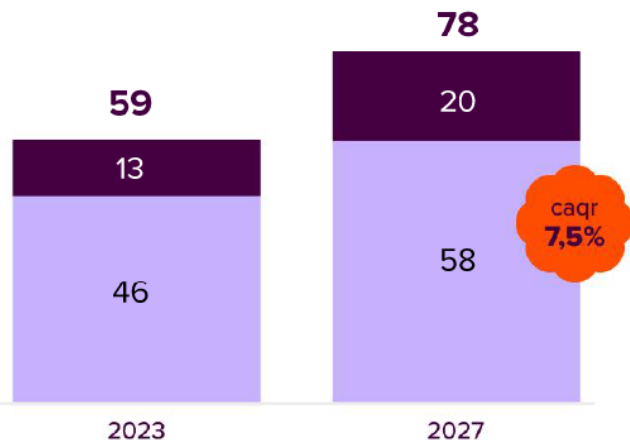


¹ TAM estimado para 2027 – BCG data

TAMANHO DE MERCADO & ESTRATÉGIA DE PORTFOLIO

TAM para produtos secondhand no Brasil

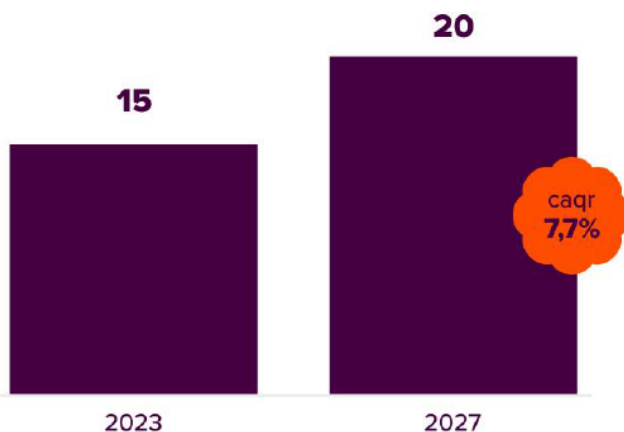
(online e offline - R\$ bi)



online offline

TAM para categorias elo7 no Brasil

(online - R\$ bi)



SUSTENTABILIDADE É NOSSO CORE

ambiental

impacto ambiental ao comprar itens secondhand vs itens novos é muito inferior

	Impacto de uma nova peça de roupa	o impacto de um item de roupa de segunda mão
co ² emissões	0,095 <small>tCO₂e</small>	0,016 <small>tCO₂e</small>
energia	38,8 <small>kWh</small>	4,8 <small>kWh</small>
água	2.971 <small>litros</small>	45 <small>litros</small>

social

enjoiei pode fornecer acesso aos compradores e gerar renda extra para os vendedores

as roupas ficaram menos acessíveis para o bolso dos brasileiros: em 2022, os custos das roupas aumentaram +18%. vender itens de segunda mão, que de outra forma ficariam no guarda-roupa ou seriam descartados, é sinônimo de economia. dinheiro que pode ser um acréscimo no final do mês.

o elo7 complementa o ecossistema, proporcionando um novo canal para empreendedores individuais, aumentando a renda das famílias.

vendedor, somos sustentáveis para o seu bolso:

olhando nossos números, podemos quantificar esse impacto: em 2022, mais de 20% dos nossos usuários receberam R\$ 300,00/mês ou mais com suas lojas no enjoiei. isso equivale a quase um quarto do salário mínimo no Brasil.



comprador, somos sustentáveis para o seu bolso:

considerando que o baixo custo é o principal fator na decisão de compra de itens usados e que, no enjoiei, os itens anunciados são quase 70% mais baratos que o custo de um item novo, oferecemos a solução ideal entre necessidade e oportunidade.



2. alavancas de crescimento

ESTRATÉGIA DE PORTFOLIO

ESTRATÉGIA DE PORTFOLIO

diretrizes: alavancar o crescimento do core business e expandir o portfólio por meio de novas categorias e canais (online e offline), fortalecendo a cadeia de valor, com alto nível de eficiência de investimentos

**crescimento
do core**

**expansão de
categorias**

**novos modelos
de negócio
(canal offline)**

**fortalecimento
da cadeia de
valor**

eficiência de investimentos

estrutura tecnológica eficiente e forte + equipe engajada

ESTRATÉGIA DE PORTFOLIO

estratégia

marcas

diretrizes

key drivers

crescimento
do core



aumentar o número de listagens e acelerar o giro da plataforma, sendo o melhor lugar para os usuários venderem seus produtos usados, maximizando a geração de valor para o seller, por meio de avanços nos recursos de recomendação de preços, busca, eficiência de subsídios e outras estratégias.

vendedores
ativos

uploads

giro

receita do seller /
uploads

expansão de
categorias



expansão de categorias explorando novos mercados potenciais para:

- enjoei (infantil, livros, eletrônicos, por exemplo).
- elo7 (festas, eventos, infantil) c/ melhorias no nível de serviço prestado pelos vendedores, reduzindo prazo de entrega.

gmv de novas
categorias (enjoei)

gmv / comprador
(elo7)

transações /
vendedor (elo7)

ESTRATÉGIA DE PORTFOLIO

estratégia

marcas

diretrizes

key drivers

novos
modelos de
negócio



novos modelos de negócios, entrando no varejo offline e aumentando o mercado endereçável através da implementação de franquias enjoei e investimento no cresci e perdi.

lojas

receita
(franqueador)

margem ebitda
(franqueador)

fortalecimento
da cadeia de
valor



fortalecimento da cadeia de valor por meio da capilaridade logística e mitigação de riscos de pagamento por meio da internalização das etapas da cadeia.

custo de frete

nível de serviço e
atendimento

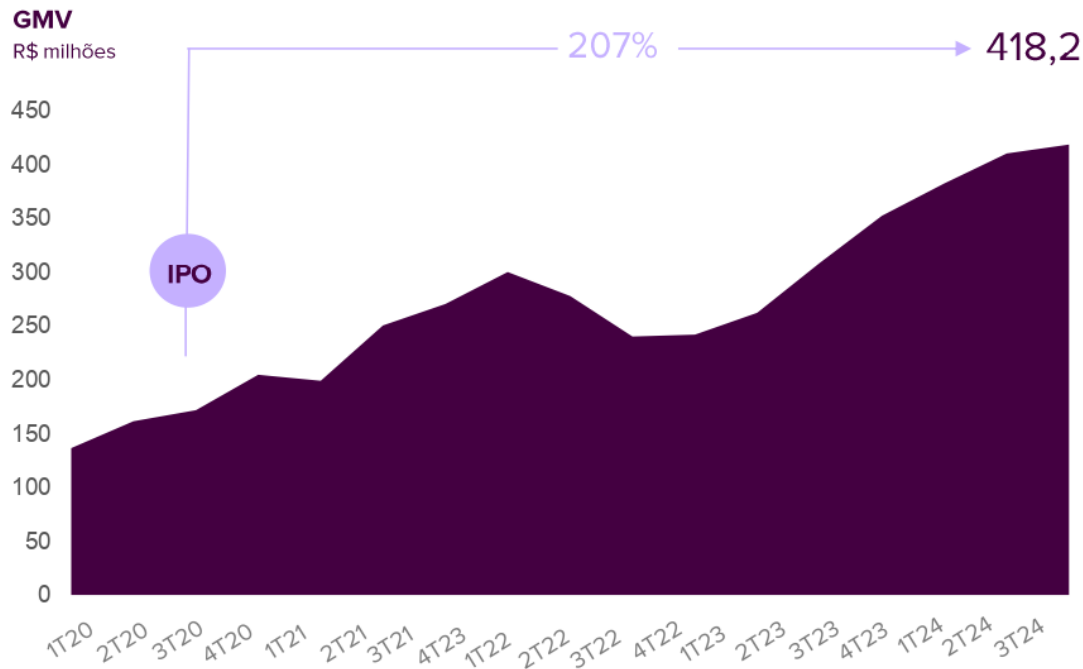
3. avanço consistente

**RESULTADOS
FINANCEIROS**

CRESCIMENTO

GMV cresceu 207% desde o IPO

favorecido pela tendência secular e global de expansão do mercado de segunda mão, mantendo sua posição de liderança no Brasil.



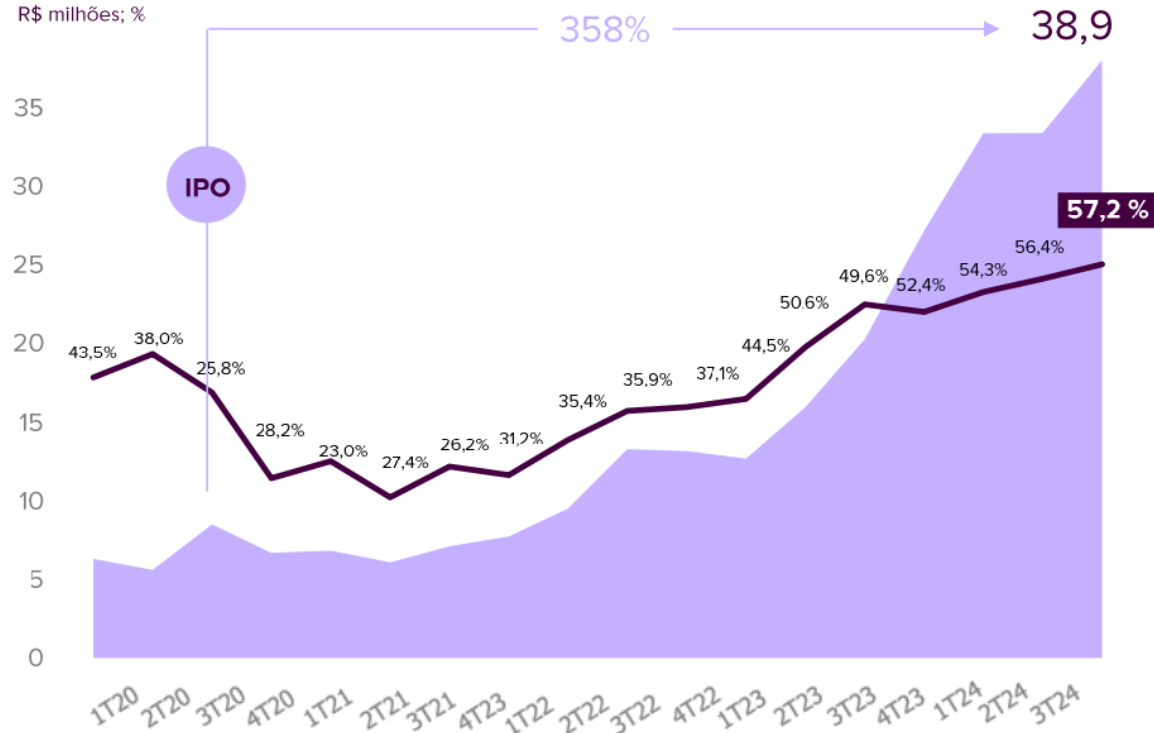
EFICIÊNCIA

o lucro bruto avançou mais rápido que o GMV

as condições comerciais pró-crescimento em 2020-2021 foram reequilibradas em 2022 e 2023 para garantir uma rentabilidade mais saudável

lucro bruto e margem bruta

R\$ milhões; %

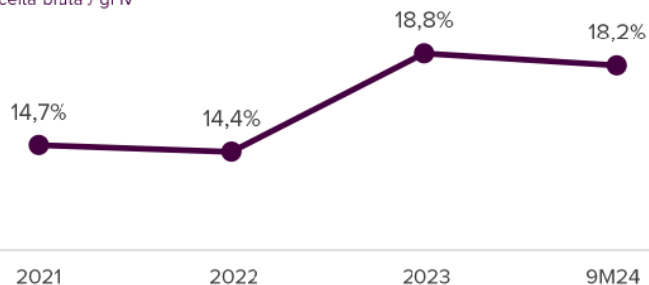


RESULTADOS Financeiros

a maior eficiência na alocação de incentivos e subsídios vem contribuindo para evolução do net take rate. o forte crescimento do lucro bruto reflete também os ganhos de escala capturados nos custos de logística e pagamentos.

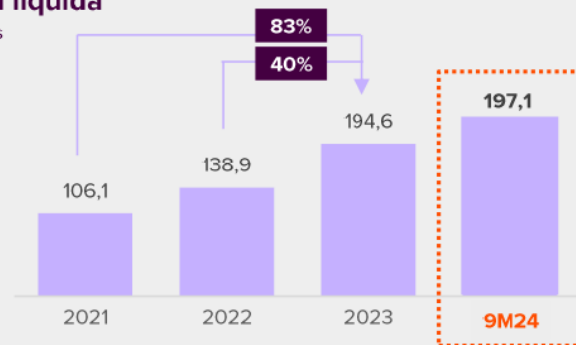
net take rate

% receita bruta / grv



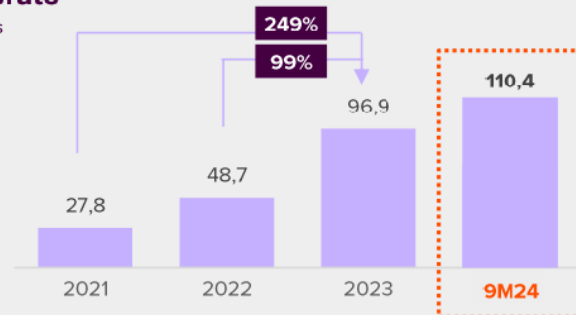
receita líquida

R\$ milhões



lucro bruto

R\$ milhões

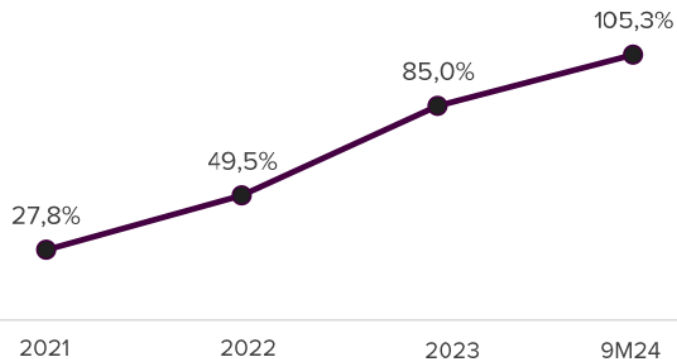


RESULTADOS Financeiros

a diluição contínua de custos e despesas, aliada ao ganho de eficiência dos investimentos em marketing dos últimos trimestres, resultaram em avanços significativos nos indicadores de rentabilidade.

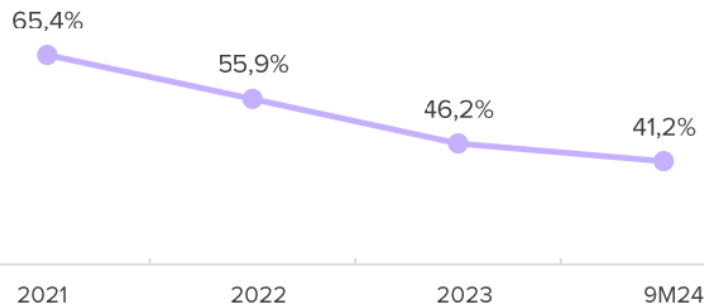
cobertura do sg&a pelo lucro bruto

lucro bruto / sg&a recorrente



marketing + incentivos

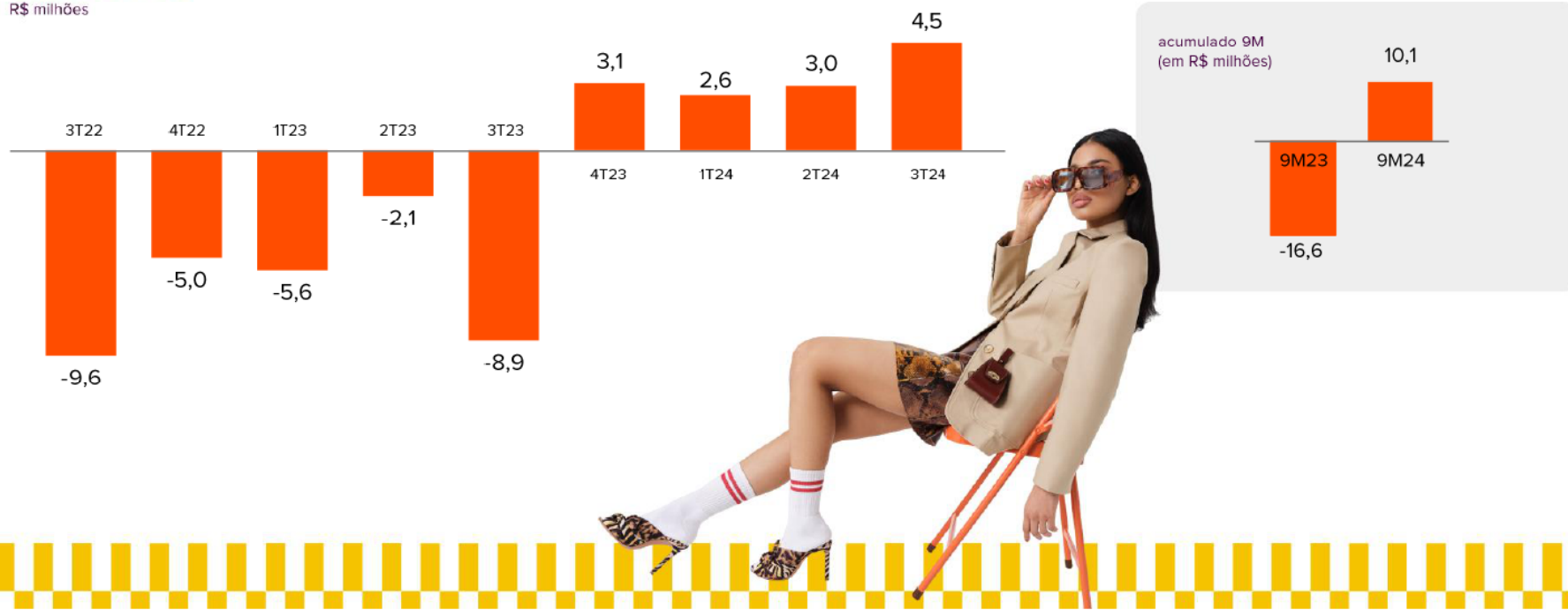
% gross billings



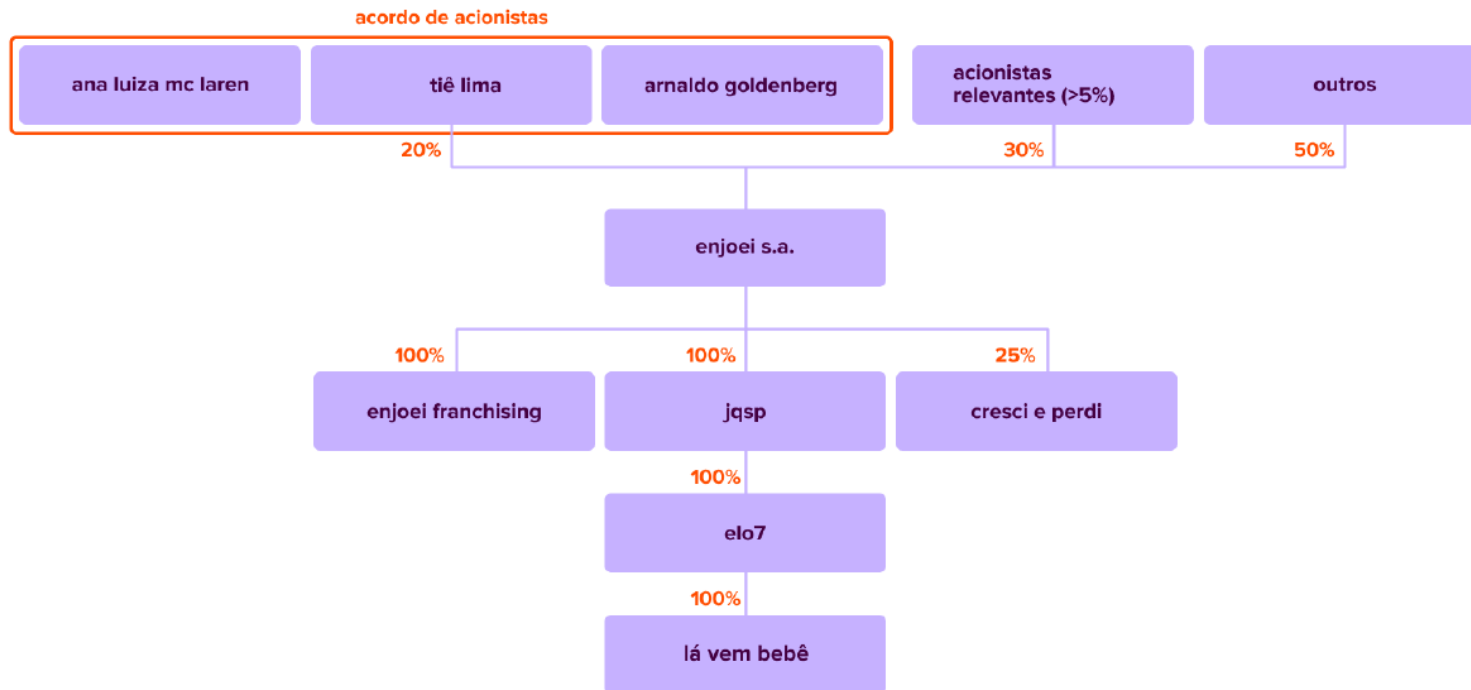
RESULTADOS Financeiros

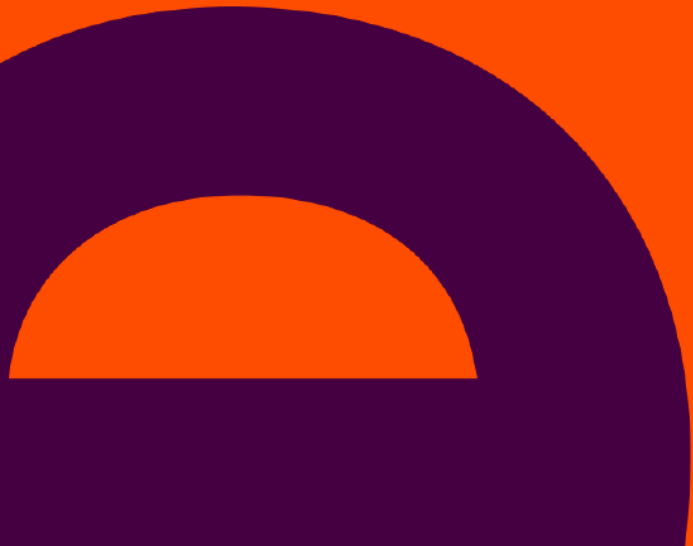
ebitda ajustado

R\$ milhões



ESTRUTURA CORPORATIVA





obrigado.

INSTITUTIONAL PRESENTATION

november 2024

enjoei

1. introduction

ENJOE GROUP

2. growth levers

PORTFOLIO STRATEGY

3. consistent progress

FINANCIAL RESULTS

1. introduction

ENJOE
GROUP

online | marketplaces

offline | physical stores

business units



brands

enjoei online

enjoei pro

elo7

enjoei franchising

cresci e perdi
[25% stake]

categories

fashion & lifestyle
secondhand
marketplace

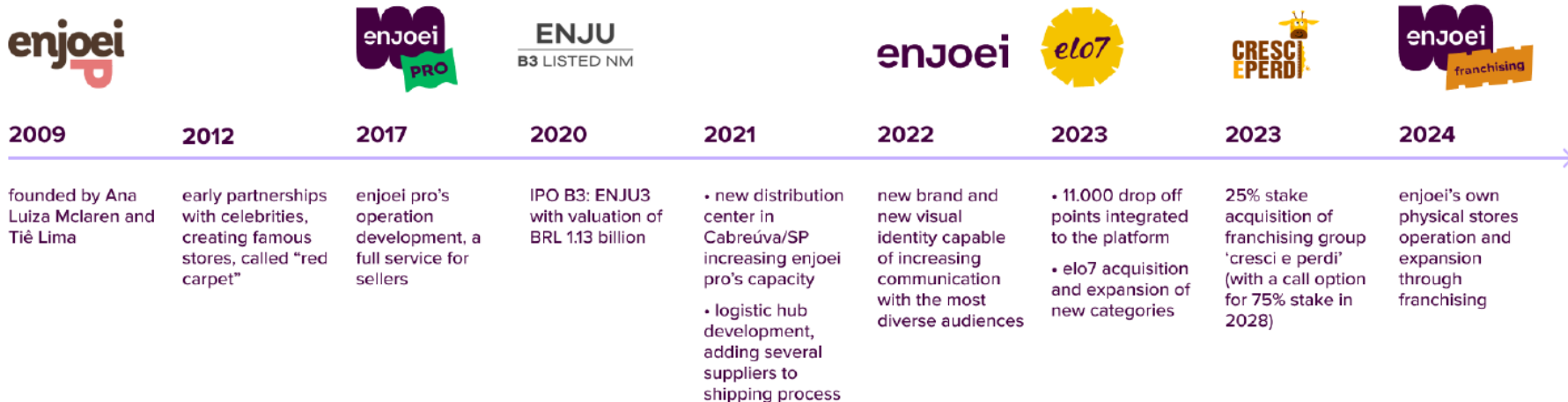
convenience
service for
sellers

parties &
custom items
marketplace

fashion & lifestyle
secondhand
physical stores

kids
secondhand
physical stores

WE ARE CHANGING THE WAY PEOPLE CONSUME FASHION AND LIFESTYLE IN BRAZIL



GMV:

R\$ 1 million
in December 2012

R\$ 10 million
in November 2015

R\$ 20 million
in July 2018

R\$ 40 million
in May 2020

R\$ 90 million
in November 2021

R\$ 1 billion
LTM 2022

R\$ 1,4 billion
LTM 2023 w/ elo7

THE BIGGEST FASHION SECONDHAND COMMUNITY IN BRAZIL

enjoei marketplace is a peer to peer (c2c) commerce, where people can buy and sell personal items online, participating in the circular economy and earning extra income.

we want to build a new culture of fashion and lifestyle consumption in Brazil, stimulating a sustainable economy, redefining unique items and telling new stories.

commercial model: based on commissions over sales, charged to the sellers. shipping costs are charged to the buyers and enjoei subsidizes part of freight costs.

¹LTM Sep 2024 | ²In Sep 2024

top 3

9.3% share of traffic in fashion category¹

+1 mi

active buyers¹

+1.3 mi

active sellers¹

1 bi

GMV²
(R\$)



online | marketplaces



enjoei online

fashion & lifestyle
secondhand
marketplace



ENJOEI PRO MAKES SELLERS'S JOURNEY EASIER

enjoei pro provides a full service experience to sellers through a consignment model.

our team is responsible for photographing products, advertising, negotiating and shipping them to the buyers.

our distribution center in cabreúva/sp centralizes all customers items received with capacity of processing more than 1.5 million products.

commercial model: based on commissions over sales charged to the sellers. shipping costs are charged to the buyers and enjoei subsidizes part of freight costs.

strategic partnerships

partnerships with celebrities and brands for events, bazaars and campaigns are strategic in terms of branding, influence and demand creation to the platform.

curated inventory

verified products by curation team ensure high quality inventory for the platform supply



online | marketplaces



enjoei online

convenience
service
for sellers



ELO7 MARKETPLACE ENSURES A BIGGER AND STRONGER ECOSYSTEM

elo7 platform connects entrepreneurs of unique and personalized handmade products with buyers looking for special items full of meaning, through many categories (house & decor, parties & events, kids, fashion)

the acquisition opens space for the group enjoei to capture many synergies, including adjustments in corporate structures, improvements in commercial policy and reduction in freight and payment processing cost.

commercial model: based on commissions over sales, charged to the sellers. Shipping costs are charged to the buyers and elo7 subsidizes part of freight costs.

¹LTM Sep 2024 | ²in Sep 2024


+ 418 mi GMV¹
(R\$)

+1.3 mi active buyers²

+ 43k professional active sellers (entrepreneurs)²





online | marketplaces



enjoei online

custom items marketplace
acquisition in aug/23





FRANCHISING ALLOWS US TO MOVE FORWARD IN THE OFFLINE MARKET

enjoei will also have its own physical store operations from 2024, focused on fashion categories with an expansion plan based on franchises.

the combination of a strong and recognized brand with the operational expertise of Cresci e Perdi and Francap, enables an ambitious plan to make enjoei a reference for circular fashion also in the offline channel.

commercial model: opening fee and monthly royalties over sales.

3

own stores operating in pilot program

4Q24

franchise sales start

300

expected franchises in 3 years



online | marketplaces



enjoei franchising

fashion & lifestyle
secondhand
physical stores



THE BIGGEST SECONDHAND FRANCHISE NETWORK IN BZ

cresci e perdi is the largest franchise network of secondhand products in Brazil, focused on kids/ babys categories. CeP is present in more than 390 cities in Brazil, with 214 units in São Paulo State, experiencing exponential growth. The company operates using an asset light business model based on royalties.

the acquisition of 25% stake provides expertise for enjoei's own stores expansion and support for the group's logistics network with potential cost reduction in freight and payment processing cost.

commercial model: opening fee and monthly fixed royalties based on the size and location of the store.

+600 stores¹

700 mi GMV²
(R\$)

6 mi clients³



online | marketplaces



cresci e perdi

kids secondhand
physical stores
acquisition of 25%
stake in dec/23

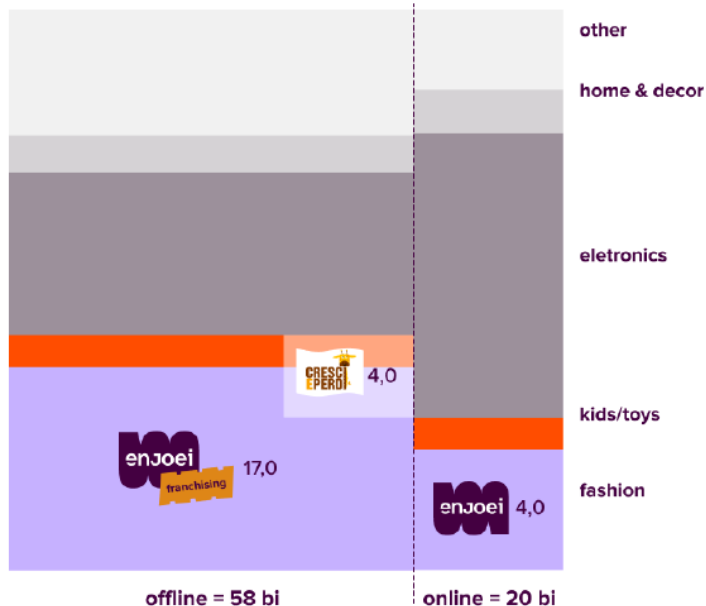


¹ active and under implementation in Jun 2024 | ² In 12M2023 | ³ In Jun 2024

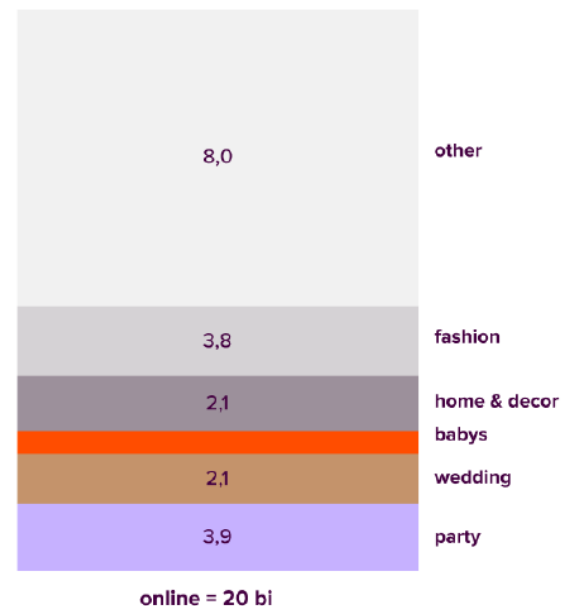
MARKET SIZE & PORTFOLIO STRATEGY

the offline channel debut (with our physical stores and CeP) and the new categories addition (embarked with the acquisition of elo7), the addressable market reaches ~R\$ 100 billion

TAM secondhand¹: R\$78 bi



TAM elo7 categories¹: R\$20 bi

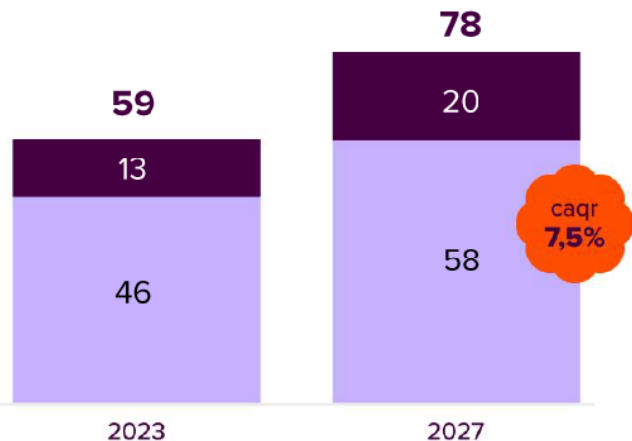


¹ TAM estimated for 2027 – BCG data

market size & PORTFOLIO STRATEGY

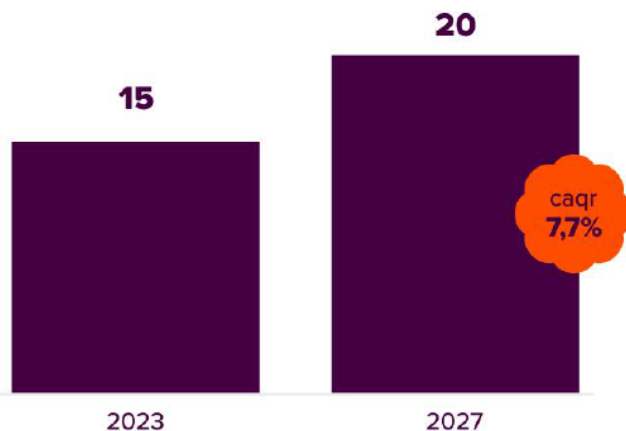
TAM for secondhand items in Brazil

(online and offline - R\$ bi)



TAM for elo7 categories in Brazil

(online - R\$ bi)



■ online ■ offline



SUSTAINABILITY IS OUR CORE BUSINESS

environmental

the environmental impact of purchasing secondhand items instead of new ones is powerful

	the impact of a new clothing item	the impact of a secondhand clothing item ¹⁷
co ² e emission	0,095 tCO ₂ e	0,016 tCO ₂ e
energy used	38,8 kWh	4,8 kWh
water used	2.971 liters	45 liters

social

enjoei can provide access to shoppers and generate extra income for sellers

clothing has become less affordable for Brazilian pockets: in 2022, clothing costs increased +18%. selling secondhand items, that would otherwise remain inside a wardrobe or be disposed of, is synonymous of saving money. money that can be an addition at the end of the month.

Elo7 complements the ecosystem, providing a new channel for individual entrepreneurs and increasing households income.

seller, we are sustainable for your pocket seller:

looking at our numbers, we can quantify this impact: in 2022, over 20% of our users received BRL 300,00/a month or more with their stores on enjoei. this equals nearly one fourth of a minimum wage salary in Brazil in the same year.



buyer, we are sustainable for your pocket:

considering that low cost is the main driver in the decision to purchase secondhand items and that, on enjoei, the items advertised are nearly 70% cheaper than the cost of a new item, we provide the ideal solution between need an opportunity.



2. growth levers

PORTFOLIO STRATEGY

PORTFOLIO STRATEGY

guideline: to leverage core business growth and expand the portfolio through new categories and channels (online and offline), strengthening the value chain, with high level of investments efficiency



platform and
core business
growth

categories
expansion



new business
model
(offline channel)

value chain
strengthening



investment efficiency

efficient and strong technological structure + committed team

PORTFOLIO STRATEGY

strategy	brands	guidelines	key drivers
<p>platform and core business growth</p>		<p>to increase number of listings and to accelerate the sell-through of the platform and become the best place for sellers to sell their used products, maximizing their value generation, through advancements in price recommendation features, search, subsidy efficiency, and other strategies</p>	<p># active sellers</p> <p># uploads</p> <p>sell-through</p> <p>seller revenue / uploads</p>
<p>categories expansion</p>		<p>categories expansion exploring potential new markets for:</p> <ul style="list-style-type: none"> • enjoei (kids, books, electronics, for example) • elo7 (parties, events, kids) w/ improvements in service level provided by sellers, reducing leadtime 	<p>new categories</p> <p>gmV (enjoei)</p> <p>gmV / buyer (elo7)</p> <p>transactions / seller (elo7)</p>

PORTFOLIO STRATEGY

strategy	brands	guidelines	key drivers
<p>new business model</p>		<p>new business model, entering offline retail and increasing addressable market through the implementation of enjoiei franchises and cresci e perdi investment</p>	<p># stores revenue (franchisor) ebitda margin (franchisor)</p>
<p>value chain strengthening</p>		<p>value chain strengthening through logistics capillarity and payment risks mitigation through internalization of chain stages</p>	<p>shipping cost level of service</p>

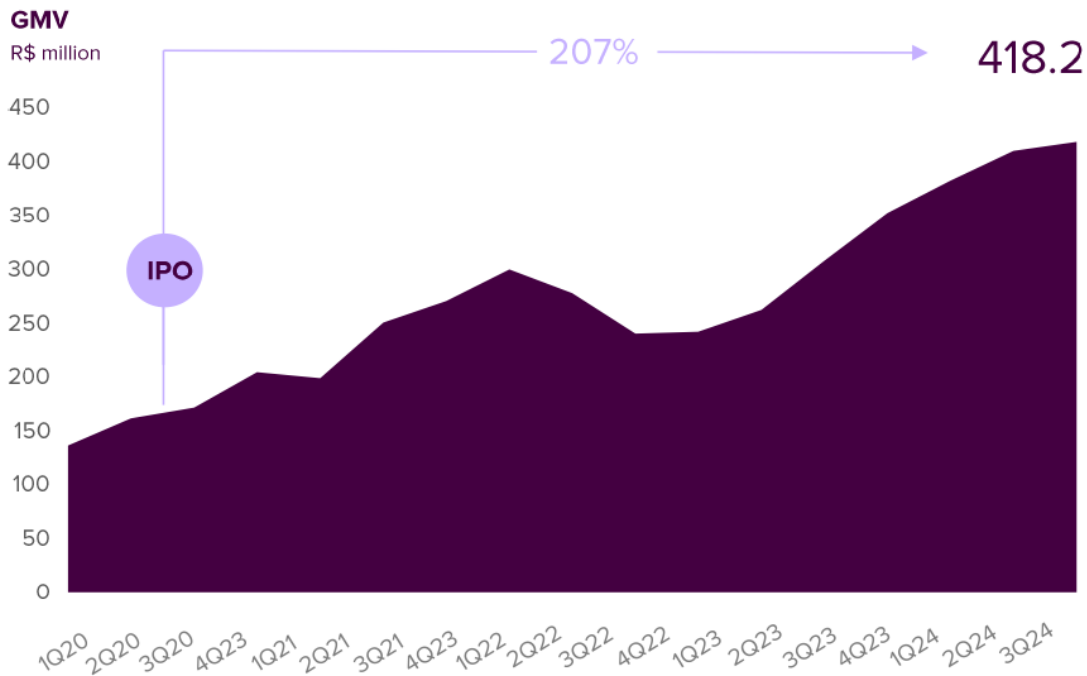
3. consistent progress

FINANCIAL RESULTS

GROWTH

gmv grew by 207% since the IPO

avored by the secular and global trend of expansion of the second hand market and conscious consumption, through the Enjoei and Elo7 platforms.



EFFICIENCY

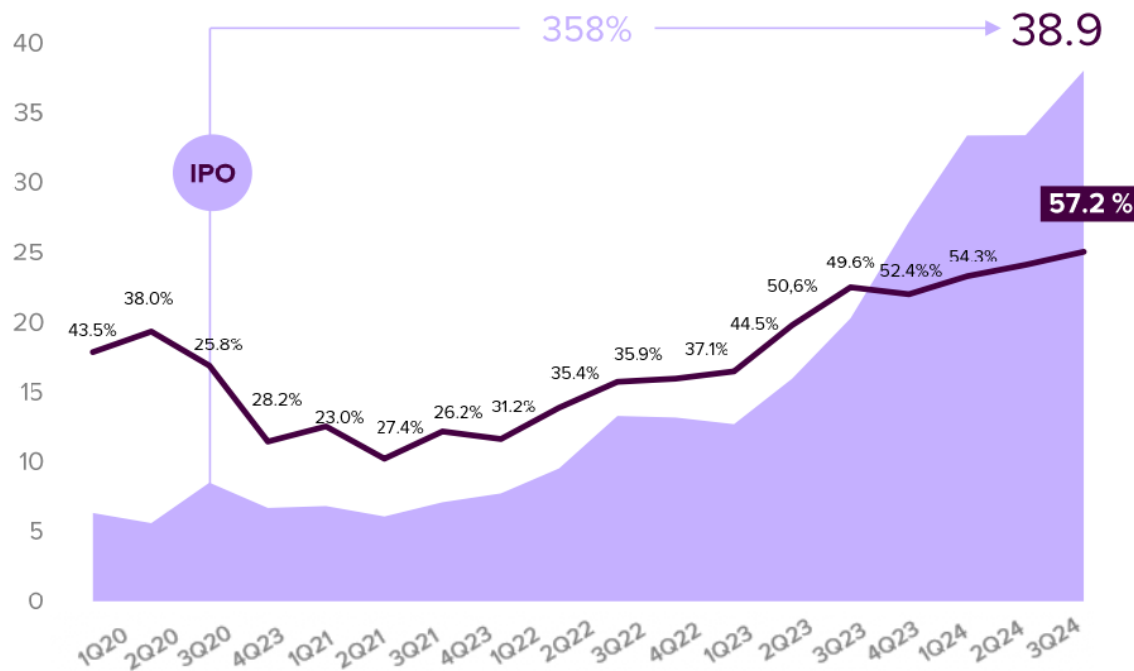
gross profit advanced faster than gmV

commercial conditions pro-growth in 2020-2021 were rebalanced in 2022 and 2023 to ensure healthier profitability.

additionally, initiatives aimed at increasing operational efficiency in logistics, payments and technology contributed to gross margin growth.

gross profit and gross margin

R\$ million; %

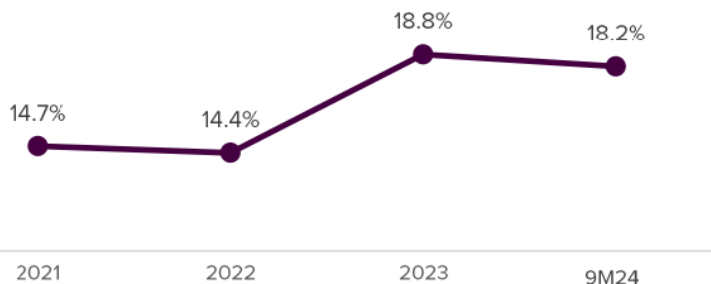


Financial Results

greater efficiency in the allocation of incentives and subsidies has contributed to the evolution of the net take rate. the strong growth in gross profit also reflects the scale gains captured in logistics and payment costs.

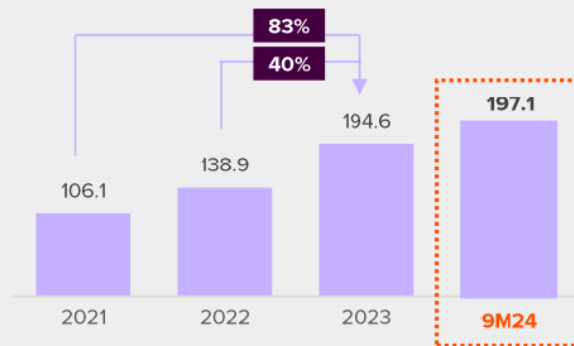
net take rate

% gross revenue / gmv



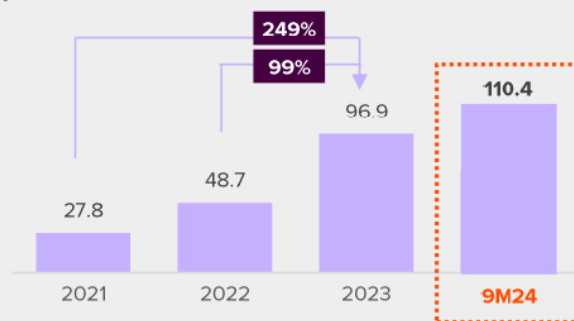
net revenue

R\$ million



gross profit

R\$ million

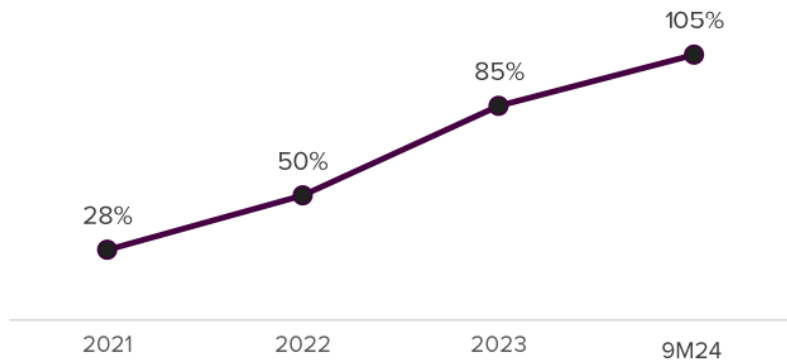


Financial Results

the continuous dilution of costs and expenses, combined with higher efficiency of marketing investments in recent quarters, resulted in significant advances in profitability metrics.

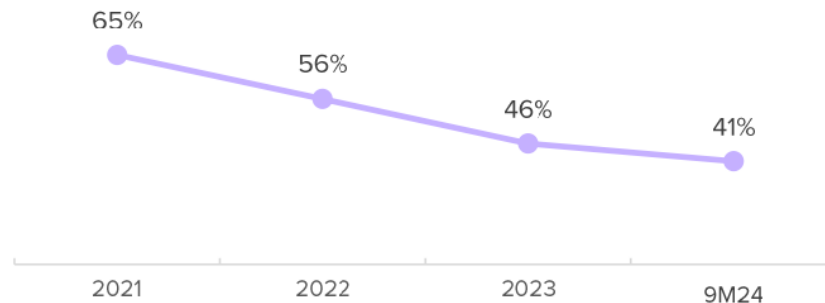
sg&a coverage by gross profit

gross profit / recurrent sg&a



marketing + incentives

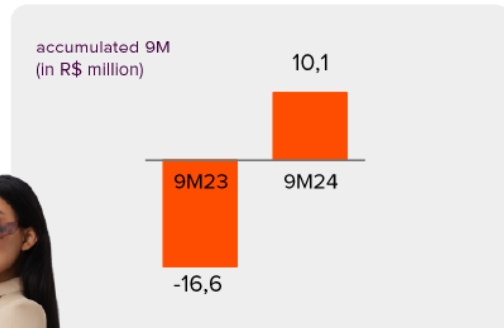
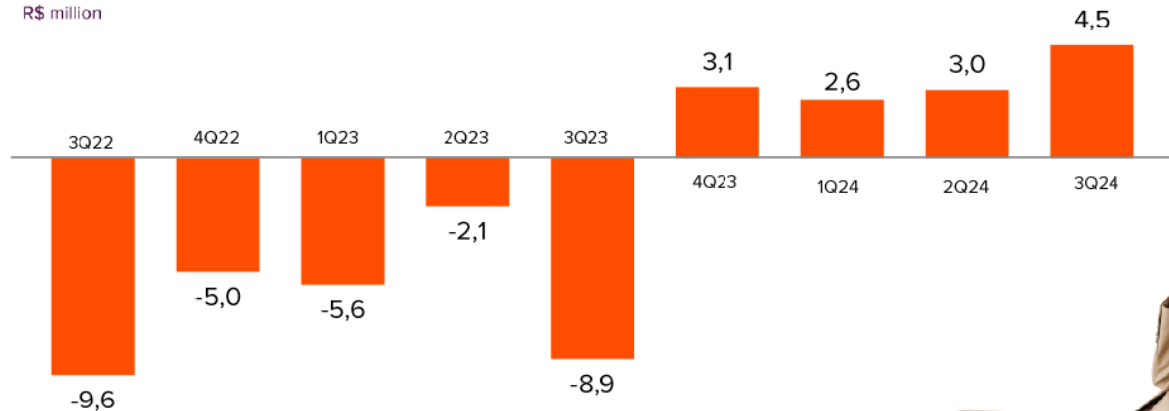
% gross billings



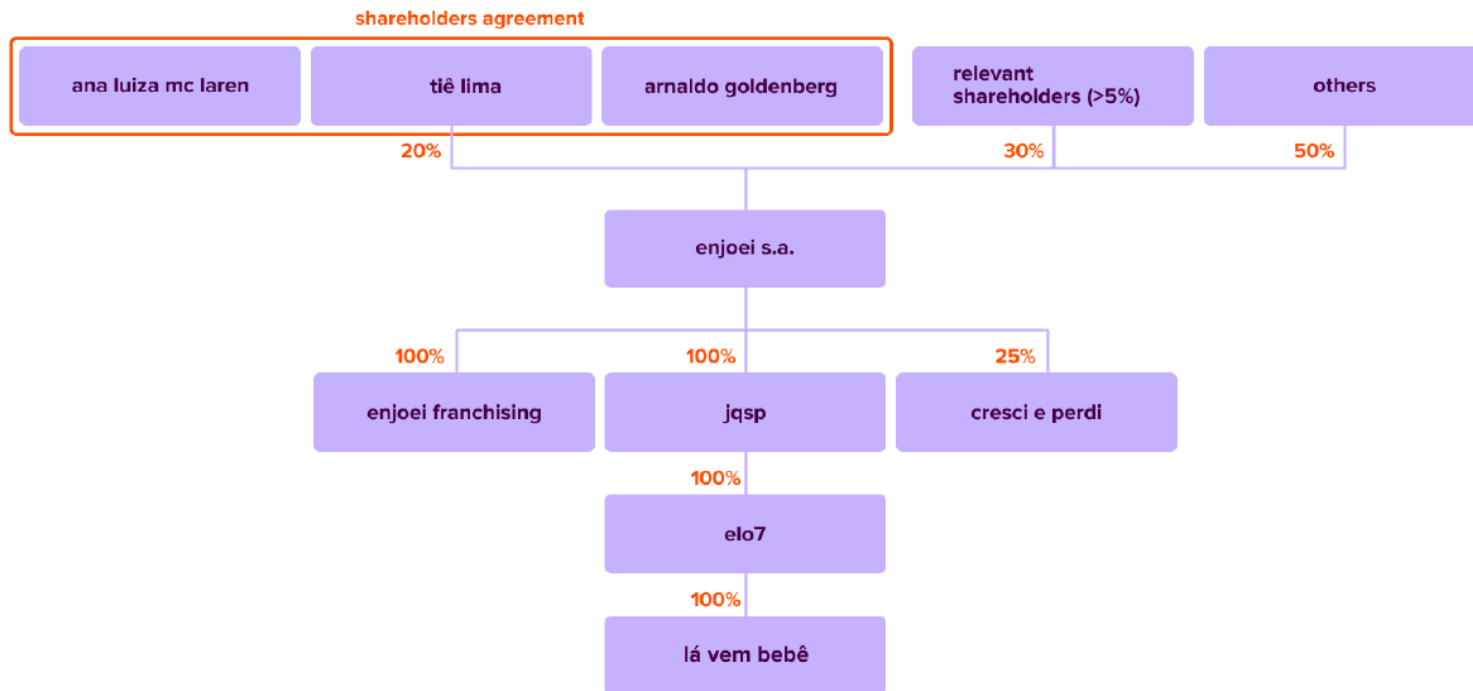
Financial Results

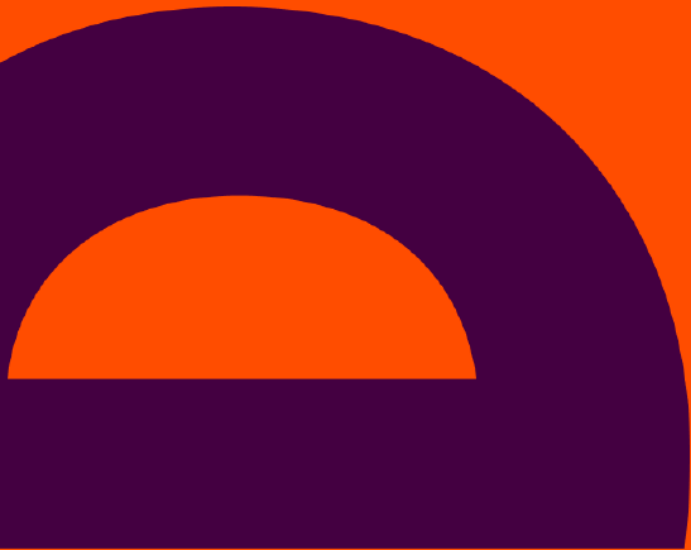
adjusted ebitda

R\$ million



CORPORATE STRUCTURE





thank you.