

HISTÓRICO DE SUCESSO

1940 - 1969



- ✓ Início das atividades Como pequena padaria (1940).
- ✓ Sr. Francisco Ivens de Sá Dias inicia sua participação na gestão (1953).

1970 - 1989



- ✓ Desenvolvimento do modelo de distribuição.
- ✓ Criação e consolidação de novas marcas (Richester- 1978).
- ✓ Relocalização da unidade pioneira de fabricação de biscoitos e massas da Companhia: Fábrica Fortaleza (1980).

1990 - 1999



- ✓ Inauguração do primeiro moinho de trigo.
- ✓ Início da estratégia de verticalização (1992).
- ✓ Modernização do processo de distribuição (1995).

2000 - 2009



- ✓ Expansão da capacidade através de crescimento orgânico e novas unidades Industrias.
- ✓ Ampliação do processo de verticalização: Unidade de produção de gorduras, margarinas e cremes vegetais (2002).
- ✓ IPO no Novo Mercado (2006).
- ✓ Aquisição da Vitarella (2008).

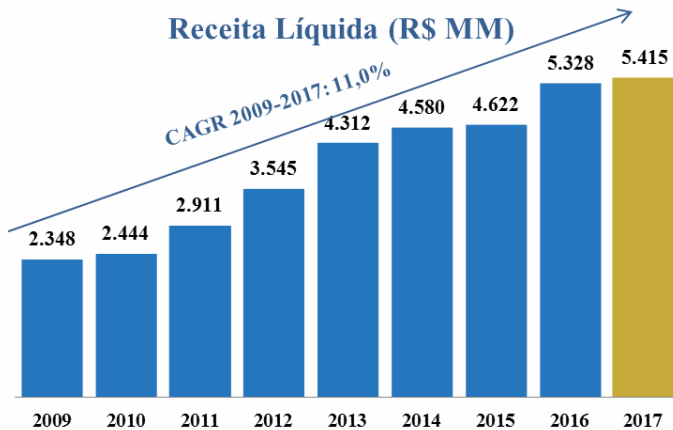
2010 - Hoje



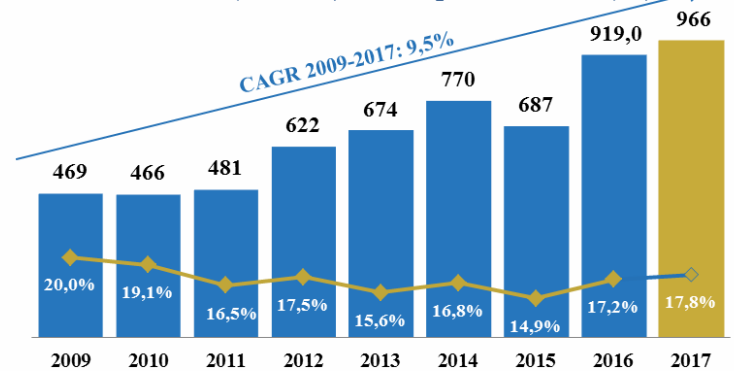
- ✓ Aquisição da Pilar e Estrela (2011)
- ✓ Aquisição do Moinho Santa Lúcia (2012).
- ✓ Aquisição de uma unidade de moagem de trigo em Rolândia-PR (2014).
- ✓ Entrada no segmento de torradas (2015).
- ✓ Novo Moinho em Eusébio – Ce (2015)
- ✓ Aquisição da Piraquê(2018).

M. DIAS BRANCO EM NÚMEROS

Receita Líquida (R\$ MM)

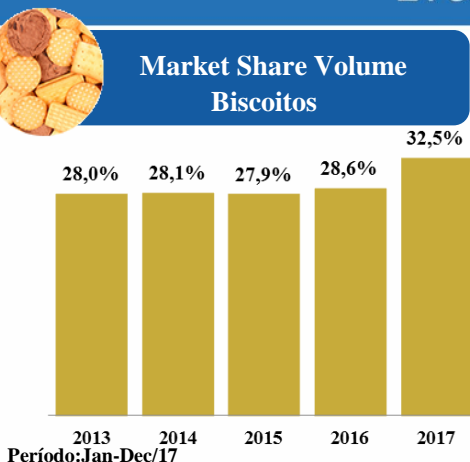


EBITDA (R\$ MM) & Margem EBITDA (%)



EVOLUÇÃO MARKET SHARE

Market Share Volume Biscoitos



Market Share Volume Massas










PLANTAS INDUSTRIAIS E CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO

15  Unidades Industriais

38  Centros de Distribuição



-  Massas
-  Farinha e Farelo
-  Bolos e Snacks
-  Biscoitos
-  Mistura para Bolo
-  Torradas
-  Margarinas e Gorduras

PRINCIPAIS MARCAS



PRINCIPAIS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE CRESCIMENTO



Expansão da liderança de mercado em Biscoitos e Massas.



Expansão da participação de mercado em farinha, farelo, margarinas, gorduras vegetais, snacks, bolos, mistura para bolos e torradas.



Novas Aquisições.



Operações em novos segmentos do setor de alimentos.



Expansão do processo de verticalização.



Aumento das vendas referentes a produtos inovadores, extensões de linha de produtos e exportações.



Busca contínua por melhoria de eficiência operacional.