

COMUNICADO AO MERCADO Esclarecimentos sobre questionamentos CVM/B3

(Ref. Ofício nº 314/2018/CVM/SEP/GEA-2)

Fazemos referência ao Ofício nº 314/2018/CVM/SEP/GEA-2, transcrito no anexo, por meio do qual são solicitados esclarecimentos a respeito de notícia veiculada em 17/10/2018 no jornal Valor Econômico, sob o título: “Hering testa formatos diferentes de lojas”, mais especificamente sobre a afirmação transcrita abaixo:

- ✓ Thiago Hering, diretor de negócios da Companhia Hering, disse que a meta no início do ano era reformar entre 30 e 35 unidades. Até julho, 10 unidades foram reformadas. Agora, a companhia prevê reforma a reforma de 70 lojas, até o início de 2019. De acordo com a Hering, as lojas reformadas geram um crescimento de vendas pelo menos 12% superior ao desempenho das lojas que operam em modelos antigos.
- ✓ Os dois projetos de lojas foram apresentados ontem a investidores e analistas de mercado, em São Paulo. As ações da companhia reagiram positivamente aos planos da companhia. Ontem, os papéis subiram 6,92%, fechando o dia cotados a R\$19,78. No acumulado do mês, a alta é de 11,31%. No acumulado ao ano, no entanto, as ações ainda registram queda de 20,84%. O Ibovespa acumula no ano valorização de 12,19%.

Referente ao primeiro trecho que cita a reforma das lojas, a Cia. Hering (“Companhia”) reafirma a veracidade das informações. Este ciclo de reformas havia sido anteriormente disseminado ao mercado pela Administração da Companhia de maneira ampla, isonômica e simultânea por meio de [material de resultado divulgado no 2T18](#) (página 26) e publicado via Sistema Empresas Net no dia 26/07/2018.

Portanto, é fato que as informações sobre a aceleração da reforma de lojas foram objeto de divulgação ao mercado, não se tratam de estimativas ou projeções e não representam impacto relevante nas receitas ou resultados no curto ou médio prazos. Assim sendo, e considerando ainda que atualmente a Companhia tem 777 lojas, e que apenas um conjunto pequeno de lojas será reformado até 2019, a Companhia entende que a notícia veiculada diz respeito a assunto operacional do seu dia a dia, não tratando de objeto para ato ou fato relevante nos termos da regulação, sobretudo em vista da falta de materialidade.

Acerca do segundo trecho destacado no ofício, que cita suposta apresentação a investidores e analistas, a Companhia esclarece que foi realizada uma reunião no dia 16/10 apenas com analistas de mercado (*sell-side*), para apresentar os novos Diretores da Companhia, objeto de divulgação ao Mercado via Sistema Empresas Net no dia 28/06/2018. A reunião se deu em local próximo à recém reinaugurada Hering Store do Morumbi Shopping e, apenas em razão disso realizou-se a visita noticiada, na qual não se tratou, portanto, de uma apresentação formal de modelo de negócio, mas apenas uma visita de cortesia. A propósito, importante registrar que neste dia não foi feita apresentação formal pela Companhia a tais analistas, razão pela qual não se configurou a hipótese do artigo 30, inciso XIV, da Instrução CVM nº 480/09, não havendo materiais para serem apresentados via Sistema Empresas Net.

Cia.Hering

Por fim, ciclos de reformas em lojas são absolutamente normais no mercado em que se insere a Companhia, sem qualquer impacto no mercado de capitais. Nesse sentido, os comentários inseridos na matéria no tocante a movimentação de das ações da Companhia na Bolsa e os seus números de balanço não guardam relação direta ou indireta com os fatos relatados ou tratados na reunião, sendo iniciativa exclusiva da jornalista.

Blumenau, 18 de outubro de 2018.

Rafael Bossolani
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

Contato: Tel.: (11) 3371-4805/4867

e-mail: ri@ciahering.com.br

www.ciahering.com.br

Cia.Hering

Ofício nº 314/2018/CVM/SEP/GEA-2

Rio de Janeiro, 17 de outubro de 2018.

Ao Senhor

RAFAEL BOSSOLANI
Diretor de Relações com Investidores da
CIA HERING
Rua do Rócio, 430 – Vila Olímpia
CEP: 04552-000
São Paulo – SP
Tel.: (11) 3371-4800
E-mail: ri@ciahering.com.br

C/C: emissores@b3.com.br; ana.pereira@b3.com.br; maiara.madureira@b3.com.br;
marcelo.heliodoro@b3.com.br

Assunto: **Solicitação de esclarecimentos sobre notícia veiculada na mídia.**

Prezado Senhor,

1. Reportamo-nos à notícia veiculada no jornal Valor Econômico na rede de computadores intitulada "Hering testa formatos diferentes de lojas", nas quais constam as seguintes informações:

A Companhia Hering desenvolve dois projetos de reformas de lojas, com custos menores para os franqueados e perspectiva de vendas mais altas em relação a modelos mais antigos de loja.

Um formato começou a ser implantado neste ano, com custo médio de reforma de R\$ 1,3 mil a R\$ 1,4 mil por metro quadrado. O modelo anterior de loja demandava

um gasto médio de R\$ 3,9 mil. O novo modelo de loja prevê menos mudanças na edificação. As alterações são feitas no mobiliário, para permitir a exibição de mais produtos aos consumidores, destacando as áreas de jeans e moda básica.

Thiago Hering, diretor de negócios da Companhia Hering, disse que a meta no início do ano era reformar entre 30 e 35 unidades. Até julho, 10 unidades foram reformadas. Agora, a companhia prevê reforma a reforma de 70 lojas, até o início de 2019. De acordo com a Hering, as lojas reformadas geram um crescimento de vendas pelo menos 12% superior ao desempenho das lojas que operam em modelos mais antigos. Das 595 lojas da rede, em torno de 400 ainda operam com o modelo antigo, no qual a madeira predomina. A loja nova usa mais estruturas de metal. Um segundo modelo de loja começou a ser testado neste mês em uma unidade no Shopping Morumbi na zona sul da cidade de São Paulo. Prevê a instalação de tecnologias e serviços para os clientes. A entrada da loja tem, por exemplo, uma câmera ligada a um sistema de reconhecimento facial, que identifica o consumidor por sexo e idade. Em telas, na vitrine, são mostradas sugestões de produtos, baseados nas características do cliente.

Cia.Hering

No provador, o consumidor tem a coleção disponível para consulta em uma tela sensível ao toque. O cliente pode pedir para experimentar outras peças sem sair do provador. Também é possível comprar on-line produtos que não estão no estoque da loja, usando uma espécie de totem. A entrega pode ser feita na própria loja ou na casa do consumidor.

A loja também oferece o serviço de personalização de camisetas. O consumidor pode escolher dizeres ou estampas, que são impressos na camiseta na hora. “No futuro, haverá outros serviços como gravação de monogramas e reforma de roupas”, disse Hering.

Esse novo modelo, segundo o executivo, foi desenvolvido em menos de 30 dias. A expectativa de Hering é adotar esse modelo mais tecnológico em 50 grandes lojas da rede a partir de 2019.

A companhia também pretende implantar, nos próximos dois anos, algumas dessas tecnologias em mais unidades. “Cada grupo de lojas vai adotar pacotes diferentes de tecnologias, dependendo do seu tamanho e potencial de vendas”, afirmou Hering.

O modelo começou a ser testado há dez dias. Rafael Bossolani, diretor financeiro e de relações com investidores da Cia. Hering, disse que as vendas têm sido maiores do que as vendas nas lojas que foram reformadas neste ano.

Na visão dos executivos, o modelo de loja mais digital permitirá à Hering avançar mais rapidamente na integração de lojas físicas com o comércio eletrônico.

Atualmente, apenas as lojas próprias da Hering Store (57 no total) operam de forma integrada com o comércio eletrônico.

A internet representa em torno de 3,5% da receita total de vendas da Hering, acompanhando a tendência do varejo de moda. Bossolani disse que as vendas online da companhia crescem acima da média do mercado, que registra um crescimento entre 10% e 12% ao ano.

O executivo acrescentou que, no futuro, o novo modelo on-line permitirá que lojas de franquias funcionem como um centro de distribuição para entrega de produtos vendidos on-line.

Os dois projetos de lojas foram apresentados ontem a investidores e analistas de mercado, em São Paulo. As ações da companhia reagiram positivamente aos planos da companhia. Ontem, os papéis subiram 6,92%, fechando o dia cotados a R\$ 19,78. No acumulado do mês, a alta é de 11,31%. No acumulado do ano, no entanto, as ações ainda registram queda de 20,84%. O Ibovespa acumula no ano valorização de 12,19%.

A Hering Store registrou no primeiro semestre do ano uma receita bruta de R\$ 590,8 milhões, com queda de 4,4% em relação ao mesmo intervalo de 2017. A receita líquida da Cia. Hering atingiu R\$ 706,1 milhões no primeiro semestre, com queda de 3,9%. O lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização (Ebitda, na sigla em inglês) caiu 10,6%, para R\$ 103,3 milhões. O lucro líquido teve queda de 27,2%, para R\$ 91,6 milhões.

2. A respeito, requeremos a manifestação de V.Sª sobre a veracidade das afirmações veiculadas na notícia, em especial a respeito dos trechos destacados, e, caso afirmativo, informar os motivos pelos quais entendeu não se tratar o assunto de Fato Relevante, nos termos da Instrução CVM nº 358/02.

3. Além disso, considerando o disposto no caput e no inciso XIV do artigo 30 da Instrução CVM nº 480/09, que dispõe que "o emissor registrado na categoria A deve enviar à

CVM, por meio de sistema eletrônico disponível na página da CVM na rede mundial de computadores (...) material apresentado em reuniões com analistas e agentes do mercado, no mesmo dia da reunião ou apresentação" (grifo nosso), requeremos que V.Sª esclareça, em caso de veracidade das informações veiculadas, os motivos pelos quais a Companhia não disponibilizou no Módulo IPE do Sistema Empresas.NET em 16/10/2018, a referida apresentação a analistas.

4. Tal manifestação deverá incluir cópia deste Ofício e ser encaminhada ao Sistema IPE, categoria "Comunicado ao Mercado", tipo "Esclarecimentos sobre questionamentos da CVM/B3". O atendimento à presente solicitação de manifestação por meio de Comunicado ao Mercado não exime a eventual apuração de responsabilidade pela não divulgação tempestiva de Fato Relevante, nos termos da Instrução CVM nº 358/02.

5. Ressaltamos que, nos termos do artigo 3º da Instrução CVM nº 358/02, cumpre ao Diretor de Relações com Investidores divulgar e comunicar à CVM e, se for o caso, à bolsa de valores e entidade do mercado de balcão organizado em que os valores mobiliários de emissão da companhia sejam admitidos à negociação, qualquer ato ou fato relevante ocorrido ou relacionado aos seus negócios, bem como zelar por sua ampla e imediata disseminação, simultaneamente em todos os mercados em que tais valores mobiliários sejam admitidos à negociação.

6. Lembramos ainda da obrigação disposta no parágrafo único do artigo 4º da Instrução CVM nº 358/02, de inquirir os administradores e acionistas controladores da Companhia, bem como todas as demais pessoas com acesso a atos ou fatos relevantes, com o objetivo de averiguar se estas têm conhecimento de informações que devam ser divulgadas ao mercado com o objetivo de averiguar se estes teriam conhecimento de informações que deveriam ser divulgadas ao mercado.

7. De ordem da Superintendência de Relações com Empresas – SEP, alertamos que caberá a esta autoridade administrativa, no uso de suas atribuições legais e, com fundamento no inciso II, do artigo 9º, da Lei nº 6.385/1976, e no artigo 7º c/c o artigo 9º da Instrução CVM nº 452/2007, determinar a aplicação de multa cominatória, no valor de R\$ 1.000,00 (mil reais), sem prejuízo de outras sanções administrativas, pelo não atendimento ao presente Ofício, até o dia 18 de outubro de 2018.

Atenciosamente,