

Resultados primeiro trimestre de 2020

8 de Maio de 2020

AVON



Aēsop.

natura & co

Esta apresentação contém informações futuras.

Tais informações não são apenas fatos históricos, mas refletem a visão e as expectativas da direção de Natura &Co.

As palavras “antecipa”, “deseja”, “espera”, “prevê”, “pretende”, “planeja”, “prediz”, “projeta”, “almeja” e similares pretendem identificar afirmações que, necessariamente, envolvem riscos conhecidos e desconhecidos.

Riscos conhecidos incluem incertezas, que não são limitadas ao impacto da competitividade dos preços e produtos, aceitação dos produtos no mercado, transições de produto da Companhia e seus competidores, aprovação regulamentar, moeda, flutuação da moeda, dificuldades de fornecimento e produção e mudanças na venda de produtos, dentre outros riscos.

Esta apresentação também pode conter algumas informações “pro forma” e ajustadas, elaboradas pela Companhia a título exclusivo de informação e referência, sendo, portanto, informações não auditadas.

Esta apresentação está atualizada até a presente data e a Natura &Co não se obriga a atualizá-la mediante novas informações e/ou acontecimentos futuros.

<https://natu.infoinvest.com.br/en>

AVON



Aēsop.

Natura &co

1T-20

Crescimento da receita mesmo diante da Covid-19, com forte aceleração no canal digital

Aceleração da integração com a Avon, elevando as sinergias em US\$100 milhões

Balanço reforçado pelo recente aumento de capital liderado pelos acionistas controladores da Natura &Co

A Natura &Co tornou-se a **Líder em CFT** na América Latina¹ com a incorporação da Avon

Adaptando-nos à crise da Covid-19 alinhados ao nosso propósito

Crescimento da receita líquida consolidada: R\$7,5 bilhões no 1T, crescimento de 1,9%, ou -6,2% em moeda constante ("CC"), impulsionado pela Natura e Aesop

Forte aceleração em *digital social selling* e e-commerce desde o início das restrições do isolamento social

EBITDA Ajustado² atingiu R\$571,5 milhões, com margem ajustada de 7,6%

Meta de **sinergias** anuais recorrentes com a integração da Avon elevada em US\$100 milhões, para a faixa de US\$300 milhões a US\$400 milhões.
Custos de transformação estimados em US\$190 milhões

Estrutura de capital reforçada, com sólida posição de caixa e maior liquidez

Desalavancagem na Natura Cosméticos

Desempenho Financeiro Consolidado

AVON



natura



THE BODY SHOP

Aēsop.

Natura &co

Números ajustados excluem os seguintes efeitos não operacionais

1

Despesas relacionadas à aquisição da Avon:

Custos não-recorrentes associados à aquisição da Avon, relacionados essencialmente à serviços profissionais e custos de planejamento

2

Custos de transformação:

- Natura &Co Latam no 1T-20 e 1T-19
- Custos do Programa "Open Up" na Avon International no 1T-20 e 1T-19
- The Body Shop no 1T-19

3

Alocação de Preço de Compra ("PPA"):

Efeitos da alocação do valor justo oriundo da combinação de negócios com a Avon, com impacto no resultado da Natura &Co LatAm e da Avon *International*

4

Reversão de provisão de ICMS:

Reversão de uma provisão de ICMS na Natura Brasil em 1T-19, a partir da revisão das estimativas quanto aos desdobramentos da ação judicial

5

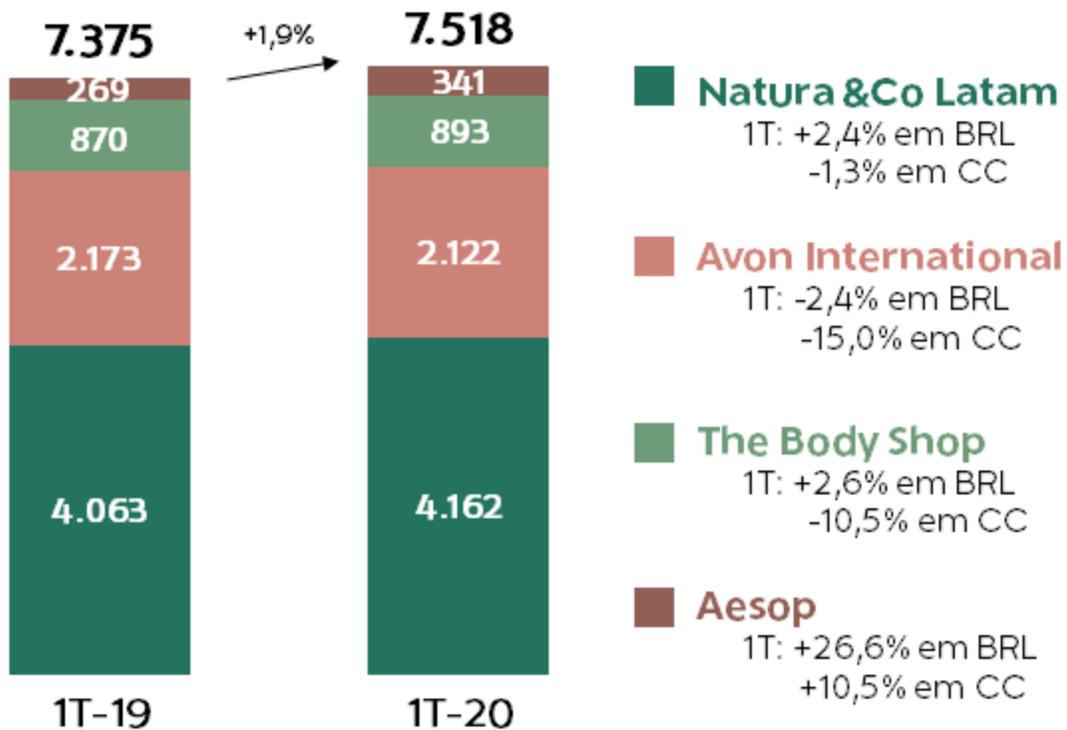
Venda de ativos da Avon International:

Refere-se a um ganho obtido com a venda de uma fábrica de manufatura na China em 2019

Crescimento da receita mesmo diante da Covid-19, com forte aceleração digital

(R\$ milhões)

Receita Líquida 1T-20



Crescimento das vendas do e-commerce

Grupo: aproximadamente **250%**

Natura + Avon (global): **150%**

The Body Shop: aproximadamente **300%**

Aesop: mais de **500%**



Forte aceleração das vendas digitais nas semanas recentes (vs. ano anterior)

Avon: Vendas através de Consultoras pelo catálogo digital cresceram **85%** e mais de 5x no Reino Unido

Natura + Avon (global): O catálogo digital atingiu um número recorde de 2,1 milhões de acessos únicos semanais

Natura: Mais de 90% das Consultoras compartilham conteúdos digitais como ofertas, novidades sobre produtos e catálogos

Compartilhamento de conteúdo cresceu **+64%** e o número de pedidos duplicou nas **700.000+** lojas virtuais de consultoras

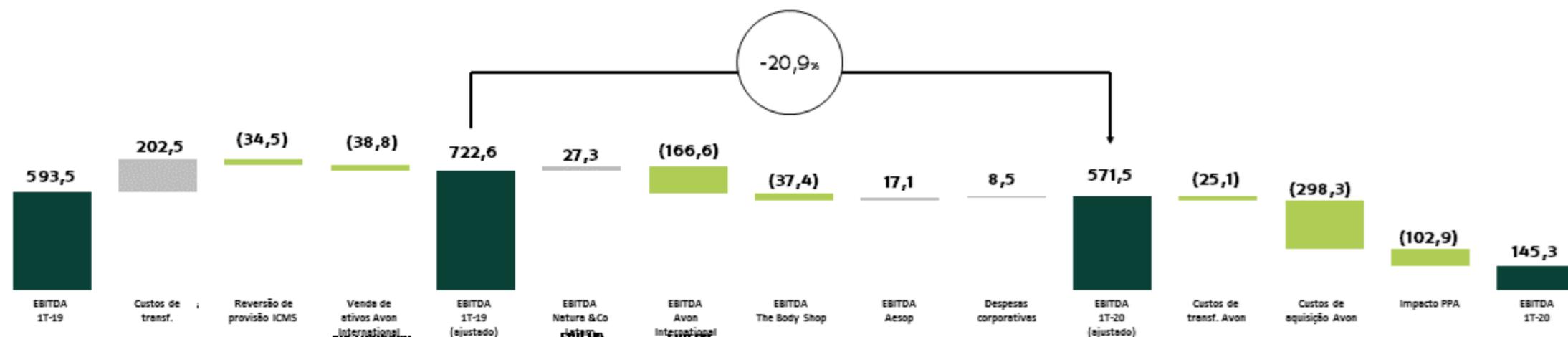
Duplicou o comparecimento a treinamentos digitais

-6,2% em CC

EBITDA ajustado¹ reflete efeitos da Covid-19 no trimestre

(R\$ milhões)

EBITDA ajustado consolidado no 1T-20



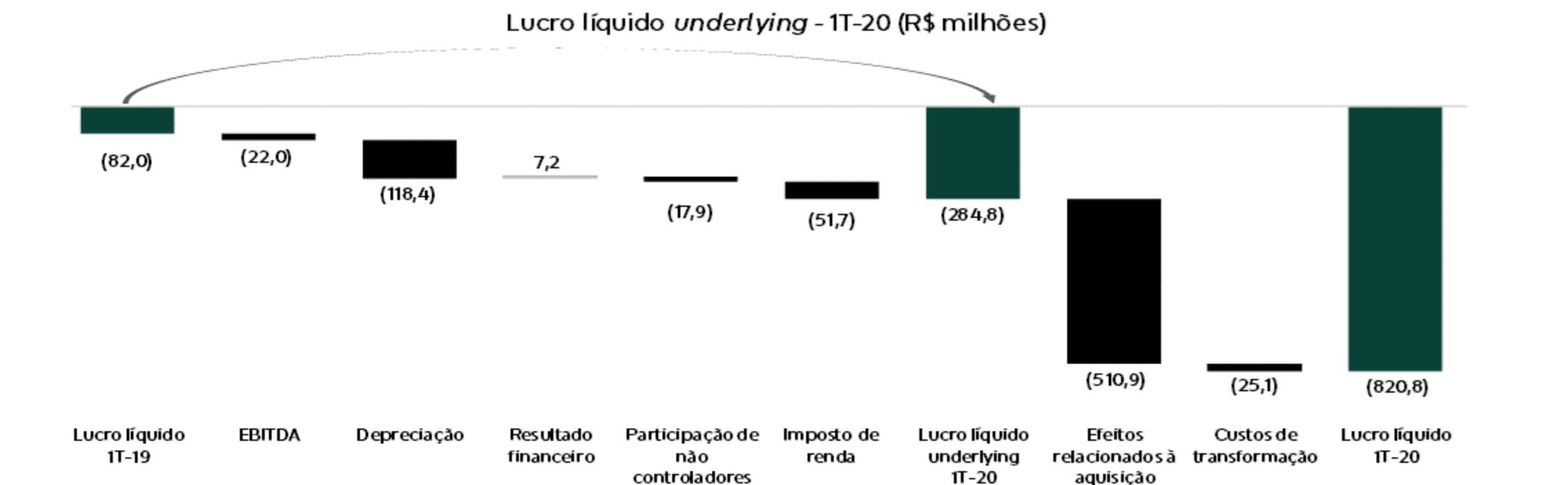
Margem EBITDA ajustada no 1T-20 de 7,6% (-220 pbs)

¹ Ajustado: Exclui custos não-recorrentes da aquisição da Avon, efeitos da Alocação de Preço de Compra ("PPA") e custos de transformação

Lucro Líquido *Underlying* impactado por efeitos relacionados à aquisição da Avon

(R\$ milhões)

Lucro Líquido *Underlying* no 1T-20



Lucro Líquido Recorrente, que exclui efeitos não-recorrentes e/ou efeitos sem impacto no caixa, foi (R\$284,8) milhões no 1T, antes dos custos relacionados à aquisição da Avon de R\$536,0 milhões, compostos por: i) R\$298,3 milhões em despesas de aquisição; ii) R\$171,6 milhões em efeitos de PPA, sem impacto caixa; iii) R\$41,0 milhões em impostos (IOF) relacionados à emissão de ações utilizadas como pagamento na transação; iv) custos de transformação de R\$25,1 milhões. O **lucro líquido reportado foi de R\$820,8 milhões**, impactado por uma maior alíquota efetiva de imposto de renda pela não-dedutibilidade das despesas relacionadas à aquisição e pelos efeitos de PPA na The Body Shop, referentes a passivos fiscais diferidos no Reino Unido (reversão de alíquota nominal de imposto de renda de 17% para 19%).

Sólida posição de caixa, estrutura de capital reforçada e maior liquidez

1

Sólida posição de caixa

- Sólida posição de caixa, em **R\$4,6 bilhões** no final do trimestre

2

Fluxo de caixa livre

- Saída de caixa de R\$1,7 bilhão vs. saída de R\$765,0 milhões¹ no 1T-19
- Consistente com sazonalidade e impactada por:
 - *Custos não-recorrentes de aquisição de R\$501,0 milhões*
 - *Efeitos da Covid-19*
 - *Variação cambial sobre o capital de giro*
 - *Extensão do prazo de pagamento às Consultoras e Revendedoras*

3

Estrutura de capital

Aumento de capital entre R\$1 bilhão e R\$ 2 bilhões, liderado pelos acionistas controladores, incluindo outros investidores e acionistas minoritários. A ser concluído no 2T20.

4

Maior liquidez

Captação de R\$750,0 milhões de financiamento, em **4 de Maio de 2020**

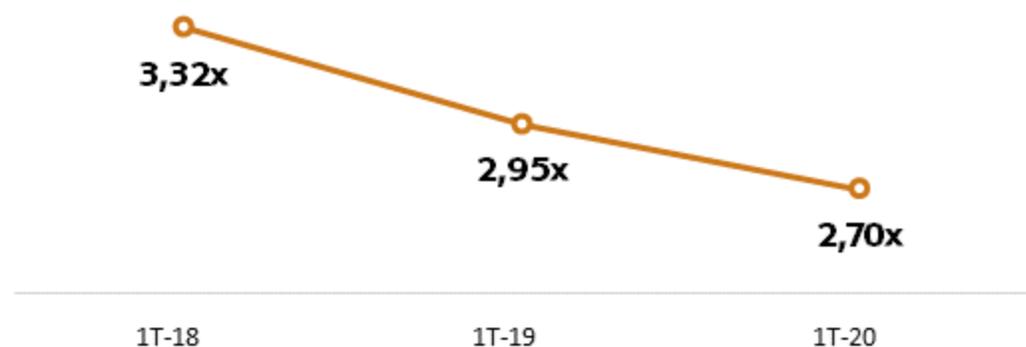
- Sem impacto na dívida líquida
- Prazo de 1 ano

Contínua desalavancagem na Natura Cosméticos

R\$ milhões

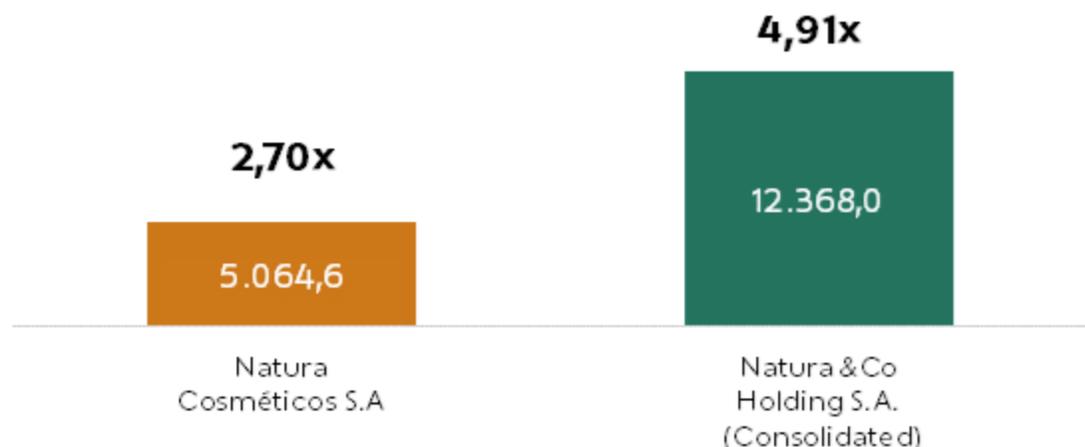
Índice de dívida líquida/EBITDA¹

(Natura Cosméticos)



Dívida Líquida/EBITDA de 2,70x no 1T-20

Dívida líquida e índice de dívida líquida/EBITDA¹



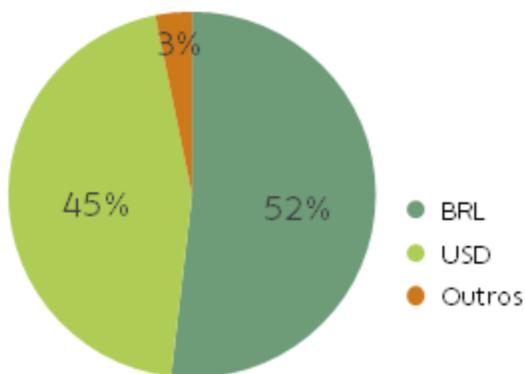
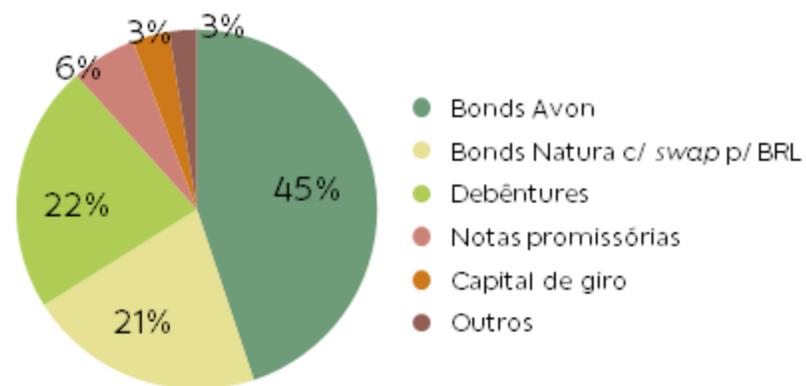
O Índice de Dívida Líquida/EBITDA ajustado na Natura & Co Holding foi de 3,84x, excluindo-se custos não-recorrentes de aquisição e impacto de PPA no EBITDA

O endividamento na Holding não será considerado para fins de cálculo de covenants financeiros em Junho de 2020

¹ Exclui os impactos do IFRS 16 no EBITDA e na dívida total (arrendamentos), de acordo com os cálculos de covenants vigentes

Endividamento consolidado no 1T-20

Perfil da dívida



Mais de R\$4,5 bilhões em caixa

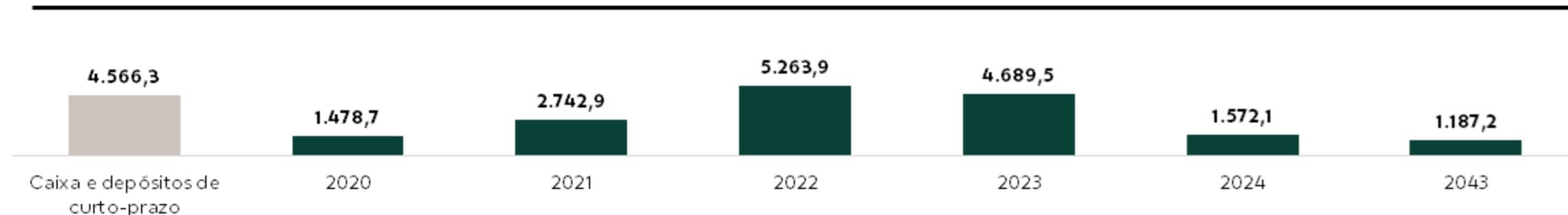
Vencimentos de R\$1,5 bilhões esse ano

Principais vencimentos em 2022 e 2023

Sem vencimentos adicionais entre 2024 e 2043

Cronograma de amortização de dívida

R\$ milhões



Maturidade média: 3,9 anos

Performance Natura & Co Latam



AVON



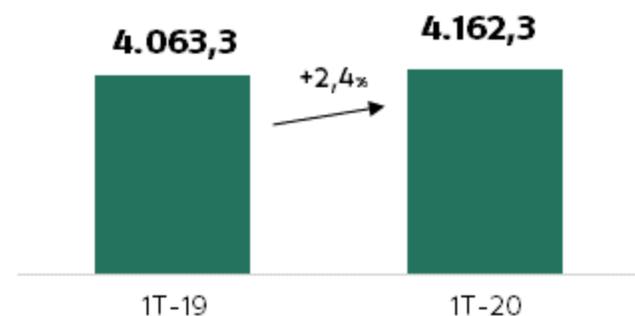
Aesop

Natura & co

Crescimento da receita líquida da Natura &Co LatAm

Receita líquida

R\$ milhões



-1,3% em CC

**Posição #1 em CFT na América Latina:
11,8% de market share em 2019¹**

Número 1 em mercados-chave como
Brasil, Argentina e Colômbia¹

Novo segmento abrangendo todas as
quatro marcas da região

Crescimento da receita líquida por marca

	BRL	CC
Natura	+14,9%	+12,4%
Avon	-7,1%	-11,9%
Outros	-3,5%	-

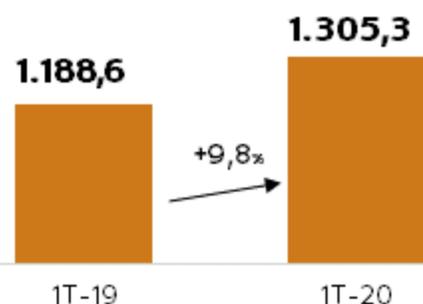
No. total médio de consultoras / revendedoras (var. %) +0,4%

Total de unidades vendidas (var. %) -10,0%

A marca Natura teve forte crescimento no Brasil e na América Latina Hispânica

Marca Natura no Brasil

Receita líquida (R\$ milhões)



Crescimento da receita líquida



14º trimestre consecutivo de crescimento de produtividade de consultoras (+7,6%)

Lançamento da revista digital que pode ser compartilhado por mensagens instantâneas e redes sociais

95%+ das nossas consultoras usam plataformas digitais (app + web)

700.000 lojas online de consultoras (+40% vs. 1T-19)

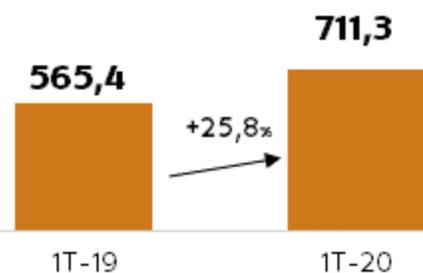
Forte desempenho de 58 lojas próprias até o isolamento social no meio de março

Crescimento de dois dígitos de vendas mesmas lojas em 400+ lojas franqueadas Aqui Tem Natura

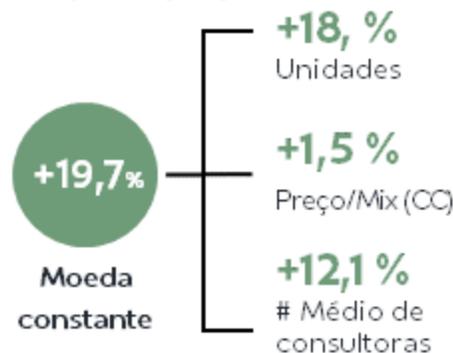
Crescimento de dois dígitos em fragâncias e cuidados com o corpo

Marca Natura na América Latina Hispânica

Receita líquida (R\$ milhões)



Crescimento da receita líquida (CC)

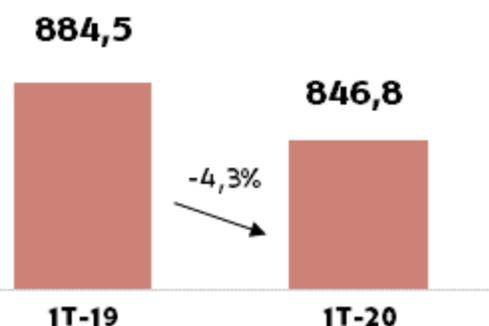


Crescimento forte de vendas na Argentina, acima da inflação
México e Chile também apresentaram forte crescimento
2ª metade de março impactada por isolamento social mais rigorosos na Argentina, Colômbia e Peru

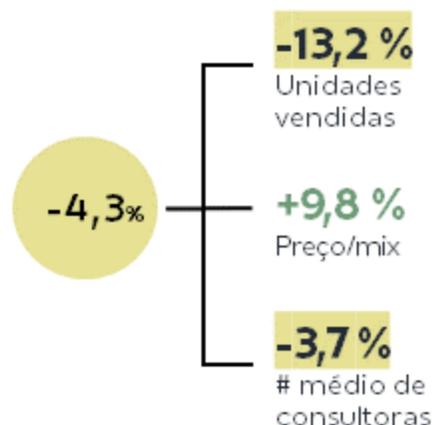
Avon impactada pela Covid-19; Forte aceleração em vendas digitais

Avon Brasil

Receita líquida (R\$ milhões)



Crescimento da receita líquida



Vendas por catálogo digital cresceram 5x desde 1 de Janeiro

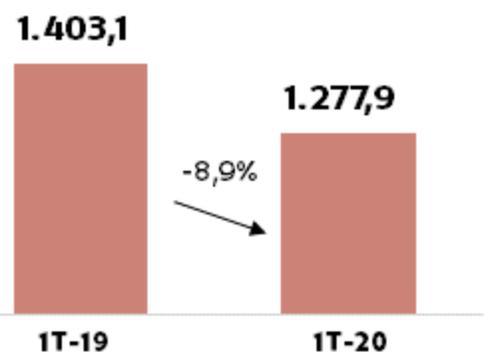
E-commerce cresceu +85% na Avon Brasil e na Avon na América Latina Hispânica

Melhoria progressiva na performance: queda de vendas no Brasil foi metade da registrada no 4T-19

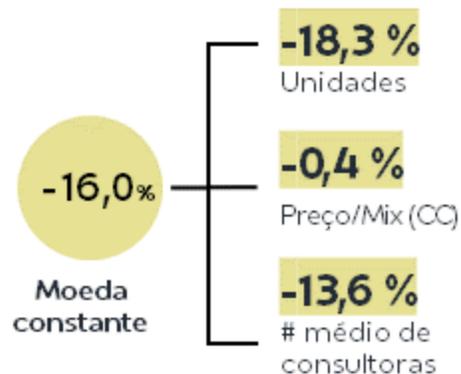
Lançamentos relevantes de produtos para cuidados com a pele, superando significativamente as estimativas

Avon América Latina Hispânica

Receita líquida (R\$ milhões)



Crescimento da receita líquida (CC)

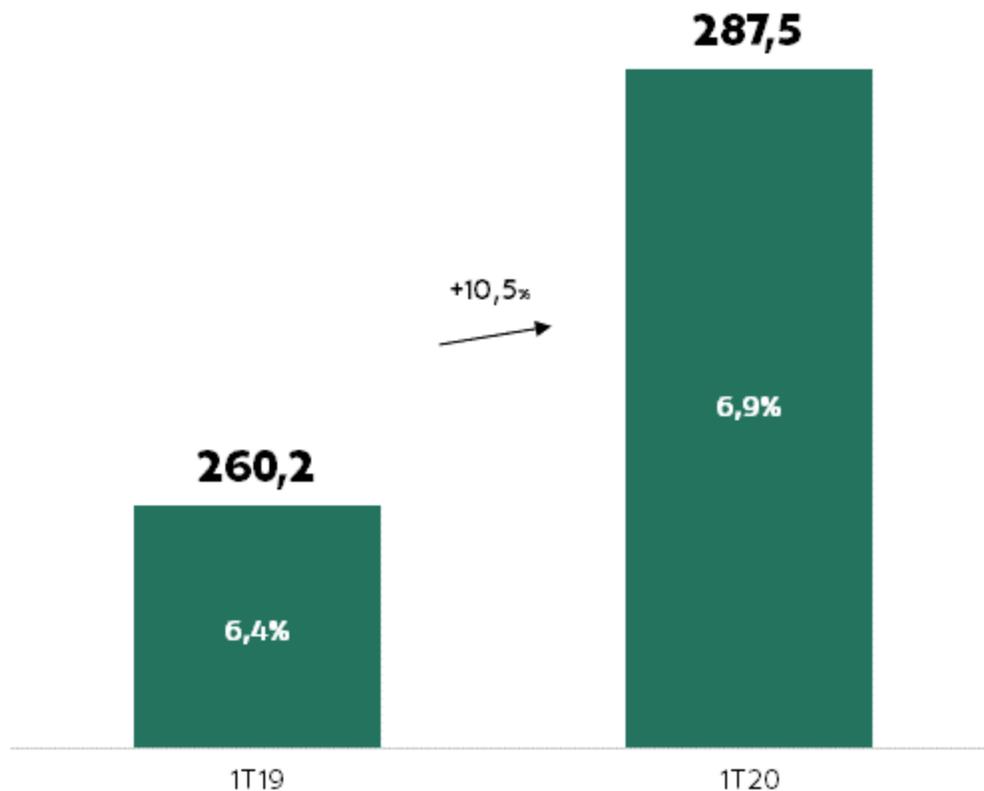


Restrições decorrentes do isolamento social na América Central, Argentina, Peru, Colômbia e Equador a partir da segunda metade de Março

Lançamentos relevantes em fragrâncias, superando as expectativas

Crescimento de dois dígitos no EBITDA ajustado; ganho de margem na Natura &Co Latam

R\$ milhões



EBITDA ajustado aumentou em 50 pbs

Suportado por maiores vendas e alavancagem operacional na Natura Brasil e Latam

Despesas de vendas, marketing e logísticas atingiram 43,8% da receita líquida (+300 pbs), parcialmente compensadas pelas menores despesas gerais e administrativas, que permaneceram em 13,7% da receita líquida (-80 pbs)

Desempenho da Avon International



AVON

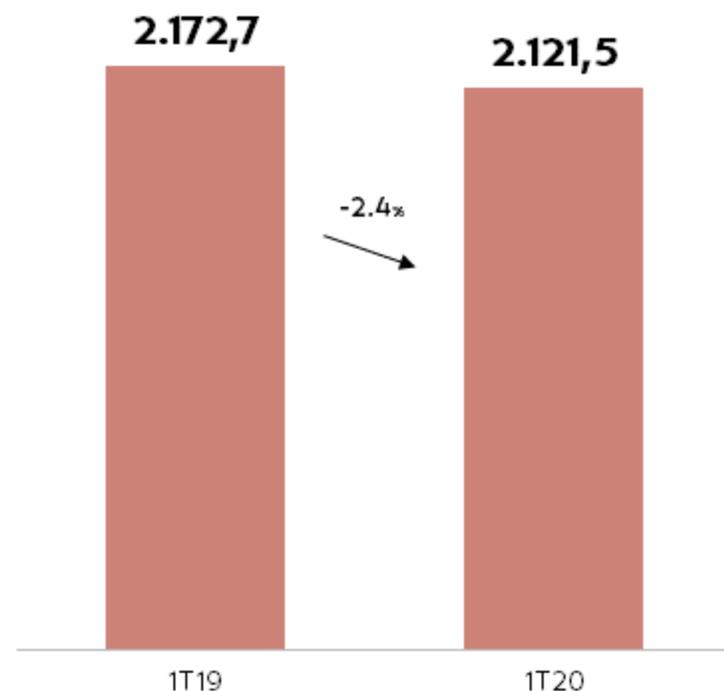


Aēsop.

Aceleração na adoção de ativos digitais pelas revendedoras

R\$ milhões

Receita líquida



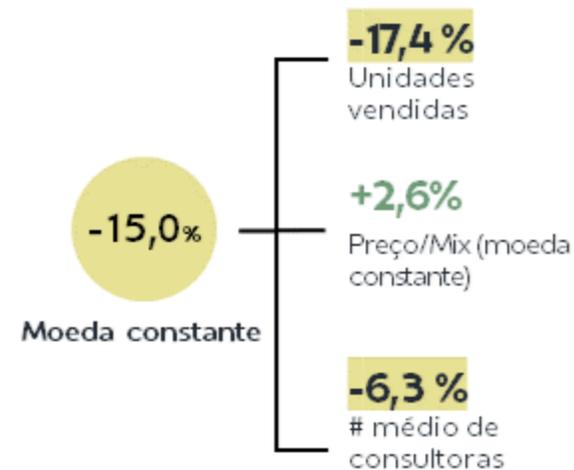
Receita impactada pelos efeitos da Covid-19, parcialmente compensados pelo preço/mix positivo

Estabilização no número de revendedoras comparado ao 4T19

Adoção de ativos digitais por revendedoras de mais 37% nas semanas recentes (apenas um dígito baixo em 2019)

+85% vendas via o compartilhamento do catálogo digital pelas revendedoras no mundo todo nas últimas semanas, sendo que no Reino Unido o aumento foi de 5x frente o ano passado

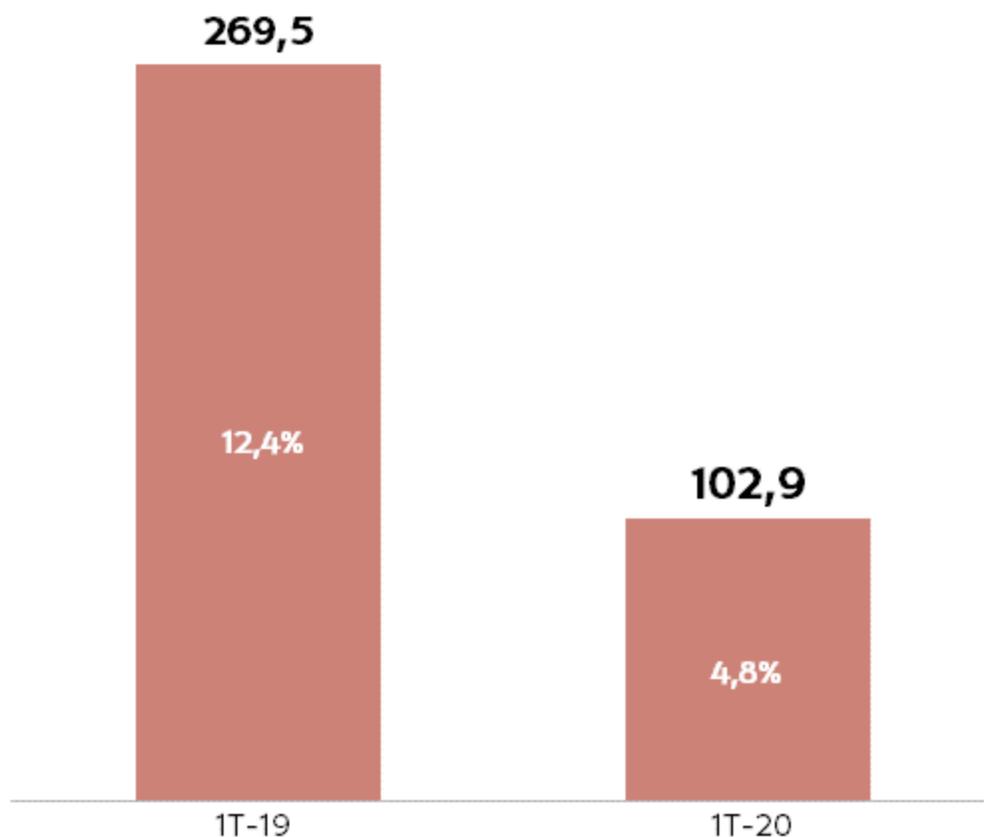
Crescimento da receita líquida (moeda constante)



-15,0% em moeda constante

EBITDA ajustado reflete o impacto da Covid-19

R\$ milhões



EBITDA ajustado impactado principalmente por:

Queda da receita

Margem bruta de -130 pbs por maior índice de obsolescência de estoque e supply chain em itens ex-beleza, parcialmente compensado pelo aumento de +2.6% no preço/mix

Despesas com vendas, marketing e logística atingiram 42,6% da receita líquida (+530 pbs); despesas gerais e administrativas atingiram 15,3% da receita líquida (+310 pbs) no trimestre, parcialmente compensadas pelos cortes de gastos para mitigar os impactos da Covid-19

Desempenho da The Body Shop



SPA

REFILL

Your body is yours for life. It works hard for you. So, take care of it. With nice, natural and powerful ingredients. That do wonders for your body. And wonders for the world.

We've never tested on animals. We've gone vegan wherever possible. And in our fight for a fairer and more beautiful world, we will always empower women and girls. We'll be making stand-up our way. Not compromise. Not apologize.

Because nice, more than ever, the world needs strong confident bodies.

So, let's stand up for what we believe in.

Let's scrub up our bodies. and scrub up the world.

LET'S ROLL UP OUR SLEEVES.

LET'S GET TO WORK

AVON

natura

THE BODY SHOP

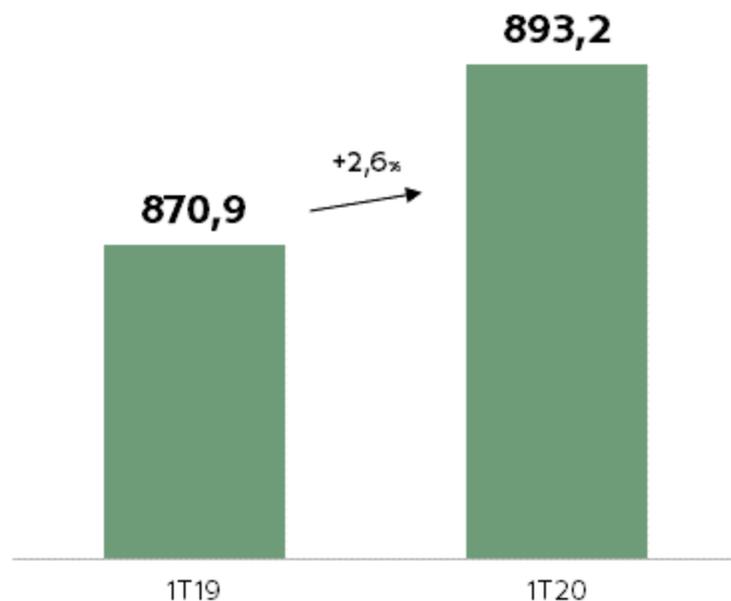
Aesop

Natura & Co. Inc., Canada

Crescimento da receita líquida em BRL, com forte aceleração nas vendas do *e-commerce*

R\$ milhões

The Body Shop – receita líquida



Crescimento positivo da receita de varejo das vendas mesmas lojas em janeiro

E-commerce cresceu 300% desde o isolamento e nas primeiras semanas de abril, recuperando 40% das vendas de varejo perdidas em fevereiro

The Body Shop At-Home (venda direta): +61,0%

Duas novas lojas conceito em Toronto e Hong Kong

Itens essenciais são 35% das vendas

-10,5% em moeda constante

EBITDA ajustado impactado pelas medidas de isolamento social

R\$ milhões



Margem EBITDA ajustado no 1T de 15,0% (-460 pbs), devido a:

- Redução da receita pelo fechamento de lojas
- Medidas de isolamento social
- Faseamento de medidas de redução de custo tomadas no 1T, que beneficiarão os próximos trimestres

DVGA² diminuiu 2,5% em moeda constante

Desempenho da Aesop

AVON


natura


THE BODY SHOP

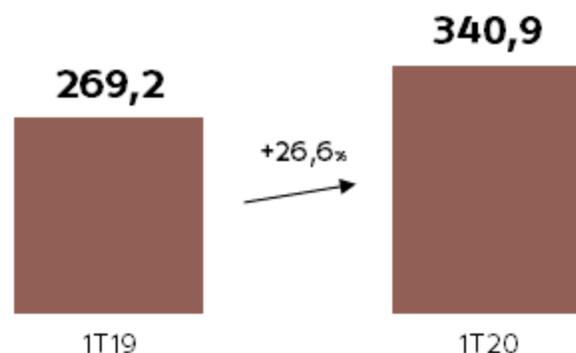
Aesop.

natura & co

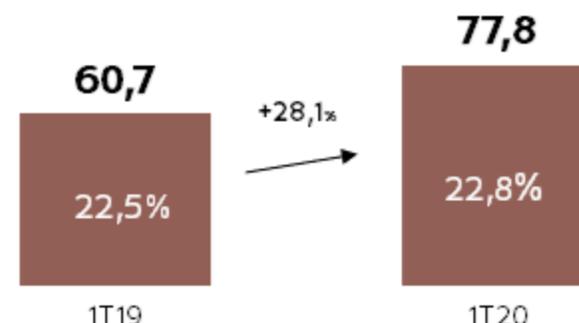
Aumento de dois dígitos em receita e EBITDA

Aesop – receita líquida

R\$ milhões



Aesop – EBITDA



+10.5% em câmbio constante

Crescimento de +26,6% em BRL e +10,5% em moeda constante, apesar dos fechamentos de lojas físicas (~90% dos mercados)

Receita de varejo cresceu no trimestre

E-commerce aumentou +500% na semanas recentes (vs. ano anterior), recuperando 50% das vendas perdidas do varejo

Américas, Ásia e Europa apresentaram crescimento de dois dígitos nas vendas, compensando o decréscimo das vendas na Austrália e Nova Zelândia

Forte crescimento em EBITDA, impulsionado pelo crescimento de vendas e iniciativas de redução de custo

Notas de encerramento

AVON



Aēsop.

Natura &co

Mensagens chave

O modelo multicanal da Natura &Co's demonstrou sua resiliência frente a crise da Covid-19 com forte crescimento em vendas sociais digitais e e-commerce

Com a adição da Avon, a Natura &Co se tornou líder em HPPC na América Latina.

Sinergias da Avon aumentadas em US\$100 milhões, para entre US\$300 milhões e US\$400 milhões

Estrutura financeira fortalecida para capturar futuras oportunidades de crescimento

Novo *guidance* do Grupo em seu devido tempo

Criando o melhor grupo global de beleza do mundo

PARA O

Apêndices

AVON



Aēsop.

Natura &co

Posição de caixa robusta, estrutura de capital reforçada e maior liquidez

(R\$ milhões)

Estrutura de Capital Reforçada

- Robusta posição de caixa de R\$4,6 bilhões
- Aumento de capital de R\$ 1 bilhão a R\$ 2 bilhões na forma de oferta privada, liderada por acionistas controladores, incluindo outros investidores e acionistas minoritários. A ser concluído no 2T20
 - A data de corte para os direitos de subscrição será 12 de maio. O exercício dos direitos de subscrição se dará no período entre 13 de maio e 12 de junho.
- O Grupo captou R\$750,0 milhões em financiamento em 4 de Maio, 2020, por até um ano, para fortalecer a liquidez das empresas, sem impacto na dívida líquida.

Desalavancagem adicional na Natura Cosméticos

- A relação dívida líquida/EBITDA foi reduzida para 2,70x no 1T20, de 2,95x no Q1-19 na Natura Cosméticos.
- Continuamos a trabalhar para reduzir a alavancagem da Natura Cosméticos para o nível pré-aquisição The Body Shop de 1,4x até 2021.
- Na Natura &Co Holding, dívida líquida/EBITDA consolidada atingiu 4,91x. Dívida líquida/EBITDA ajustada atingiu 3,84x.
- O índice de endividamento no nível da Holding não será considerado para fins de covenant financeiro em junho de 2020.

Cronograma do aumento de capital privado

Procedimento	Data
Reunião do Conselho de Administração e divulgação do Fato Relevante e Aviso aos Acionistas	7-mai
Data de Corte para os direitos de subscrição (D)	12-mai
Prazo de 30 dias para exercício dos direitos de preferência e negociação dos direitos de subscrição na B3	13-mai
Fim da negociação dos direitos de subscrição na B3 (4 d.u. antes de 12-jun)	8-jun
Fim do exercício dos direitos de preferência	12-jun
Início do período de subscrição da primeira rodada de rateio de ações não subscritas	18-jun
Fim do período de subscrição da primeira rodada de ações não subscritas (5 d.u.)	24-jun
Início do rateio de ações não subscritas pela Itaú Corretora	25-jun
Fim do rateio de ações não subscritas pela Itaú Corretora e definição das ações não subscritas restantes (3 d.u.)	29-jun
Aumento de capital da Natura Comésticos S.A.	30-jun
Períodos adicionais de subscrição de sobras, se necessário	30-jun a 20-jul
Homologação do aumento de capital pelo Conselho de Administração	20-jul
Divulgação do fato relevante referente à homologação do aumento de capital	20-jul
Início de negociação das novas ações	21-jul
Ações entregues aos acionistas	23-jul

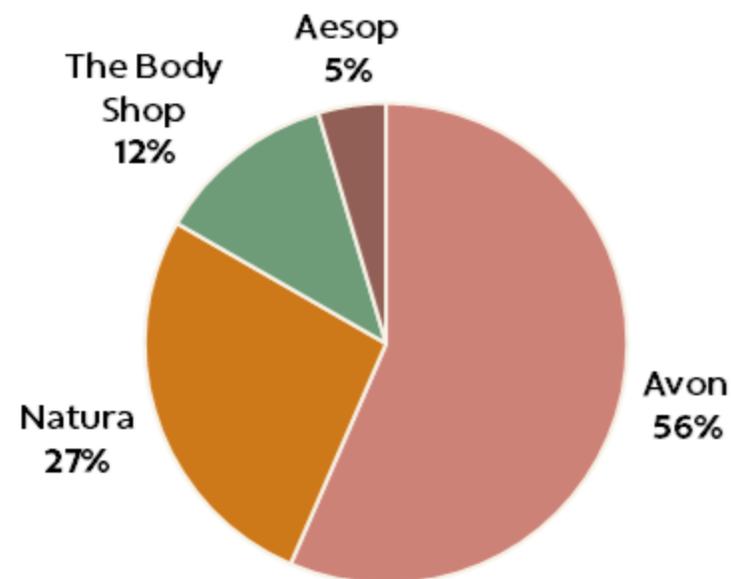
Composição da receita líquida global por marca

Receita líquida pro-forma por marca

R\$ milhões

Marca	1T20	1T19	%
 natura	2.017,9	1.756,0	14,9
A V O N	4.246,3	4.460,3	(4,8)
 THE BODY SHOP	912,4	889,3	2,6
Aēsop.	341,4	269,8	26,5
Receita líquida total	7.518,0	7.375,5	1,9

Receita líquida por marca – 1T20



Obrigado

AVON



Aesop

Natura & co