

Resultados do segundo trimestre de 2020

14 de agosto de 2020

AVON



Aēsop.



natura&co

**Esta apresentação
contém informações
futuras.**

**Tais informações não são
apenas fatos históricos,
mas refletem os desejos e
as expectativas da
administração 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 contém algumas informações "pro forma", elaboradas pela Companhia a título exclusivo de informação e referência, portanto, são grandezas não auditadas.

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

<https://ri.naturaeco.com/>

Destaques 2T-20

Diante do impacto global trazido pela Covid-19, Natura &Co supera o mercado de CFT no 2T¹, demonstrando a resiliência do Grupo omnichannel orientado por propósito, com forte crescimento do canal digital e do e-commerce

Fortalecimento da estrutura de capital

- Aumento de capital privado bem-sucedido de R\$2 bilhões

Aceleração na transformação digital

- Crescimento de 225% nas vendas de e-commerce do Grupo
- Investimento de R\$ 400 milhões nos próximos seis meses

Avanço nas sinergias e na integração com a Avon

- Captura de US\$ 25 milhões em sinergias de custo no 2T20
- No caminho certo para entregar nossa meta de sinergia para 2020

Ações estratégicas

- Parcerias com a Singu, plataforma brasileira líder em delivery de serviços de beleza em casa, e com a Vayner Media, uma potência global em mídias sociais
- The Body Shop:
 - Aquisição da operação de um master franqueado no Japão
 - Lançamento da The Body Shop At Home nos Estados Unidos

Visão de Sustentabilidade 2030

- Lançamento do Compromisso com a Vida, nosso plano plurianual para o progresso ambiental e social

¹ Sigla em inglês para Cosmetics, Fragrances and Toiletries, equivalente a Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. Estimativa da Companhia baseada na receita de empresas comparáveis globais do 2T vs. o ano anterior, de -21% (em moeda corrente reportada), como reportado pelas Companhias ou estimativas publicadas na Bloomberg para aquelas que ainda não divulgaram seus resultados. Para fins de comparação, os resultados e análises do 2T20 e 2T19 incluem o seguinte: i) resultado agregado do 2T19 incluindo Avon Products, Inc. em IFRS; ii) resultados da Natura &Co América Latina, que inclui as operações das marcas Avon, Natura, The Body Shop e Aesop na região; iii) resultados da Avon International, The Body Shop e Aesop, que comprendem todas as operações das respectivas marcas, exceto as da América Latina; e iv) resultados e análises dos resultados do 2T20 incluindo os efeitos da avaliação do valor justo de mercado devido à combinação de negócios com a Avon, nos termos da Alocação do Preço de Compra (PPA).



Consolidado

Desempenho
Financeiro

Números ajustados excluem os seguintes efeitos não operacionais

1 Despesas relacionadas à aquisição da Avon

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

2 Custos de transformação

Inclui custos de transformação em Natura &Co América Latina e os custos da estratégia Open-Up and Grow da Avon International tanto no 2T20 e 2T19, e da The Body Shop no 2T19.

3 Venda de ativos da Avon International

Refere-se às vendas de edifício comercial e outros ativos, como parte do plano de transformação da Avon.

4 Créditos, recuperações e reversão de provisões fiscais

Reversão de provisões de encargos sociais não recorrentes na Natura e créditos fiscais de Pis e Cofins na Avon na América Latina. Os efeitos do 2T19 são referentes a créditos fiscais de exercícios anteriores e recuperações fiscais relativas à incidência de ICMS sobre a base de cálculo de Pis e Cofins.

5 Perda por redução ao valor recuperável de ativos

Perda por redução ao valor recuperável de ativos na Avon International no 2T-19.

+225%

Crescimento das vendas on-line e aceleração recorde em *social selling*



&

AVON

Aēsop.



+150%
vendas
on-line

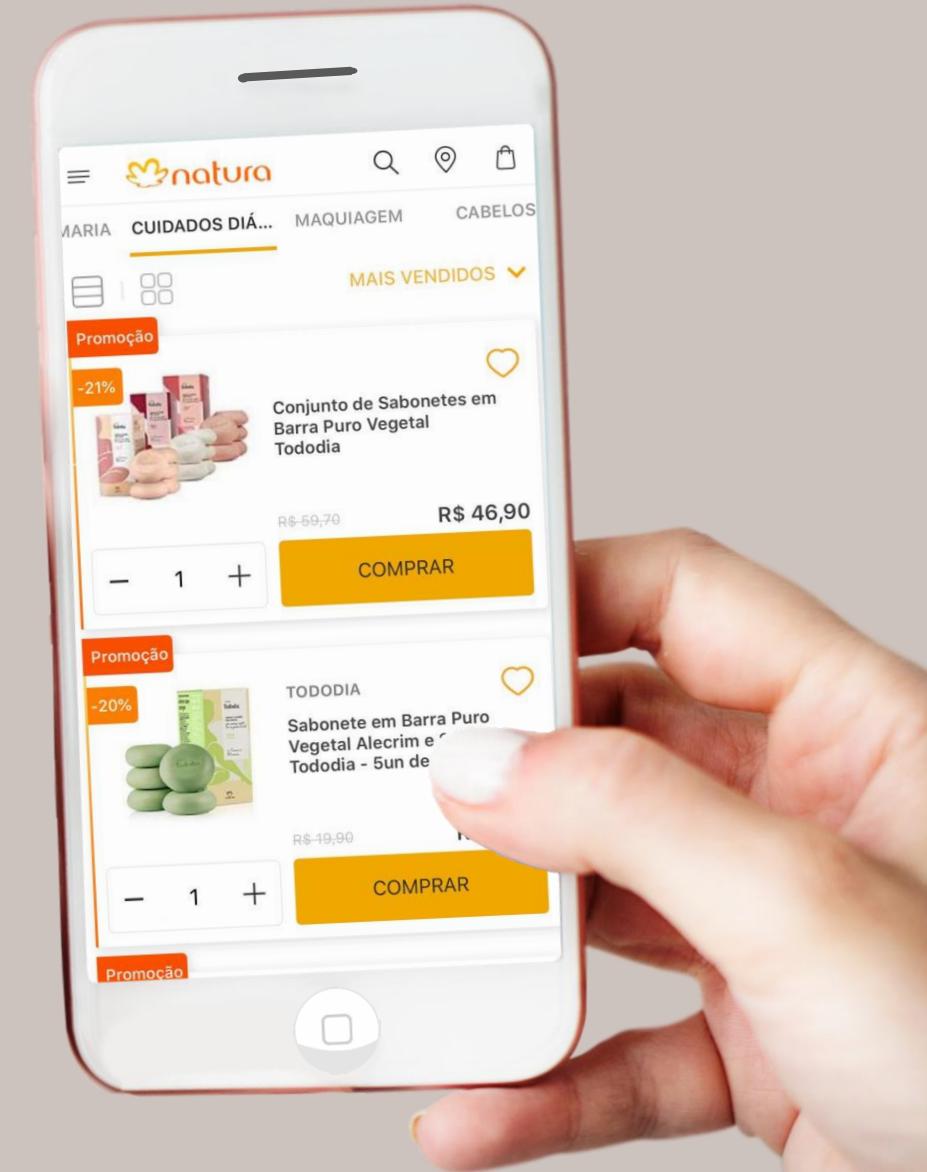
- +70% de compartilhamento de conteúdo
 - 3x mais pedidos
 - +65% de lojas virtuais de consultoras
-
- 3x vendas pelo catálogo digital na Avon International
 - 70% de adoção de recursos digitais por representantes no Reino Unido

+430%
vendas
on-line

- 37% da receita total
- On-line replicou a experiência única oferecida nas lojas

+230%
vendas
on-line

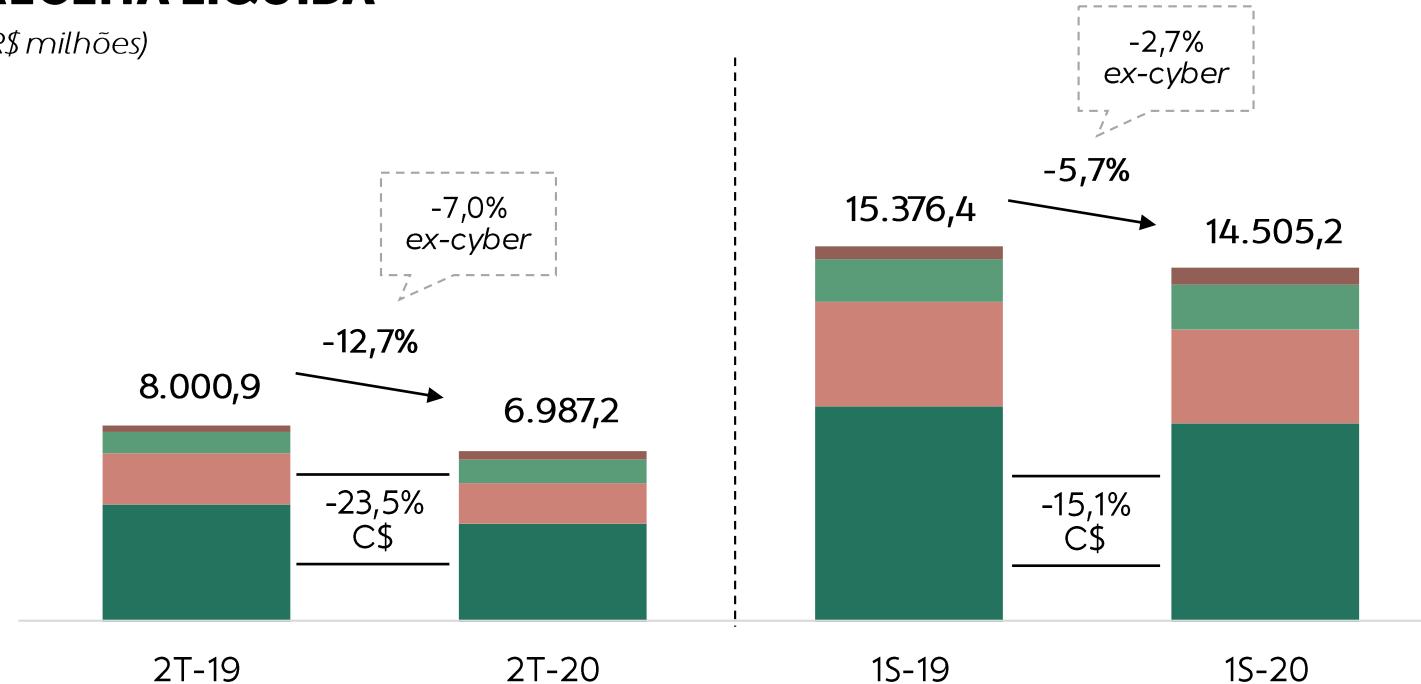
- 27% da receita total
- Recuperação de +100% de receita perdida via fechamento de lojas



Receita resiliente devido à força do omnichannel e do modelo de social selling

RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



— DESTAQUES —

- Crescimento extraordinário da marca Natura, com alta de 7,9% no Brasil
- Forte desempenho da The Body Shop e da Aesop
- Crescimento recorde em vendas digitais em todas as marcas
- Diversificação geográfica

Natura &Co América Latina

2T: -16,5% em BRL
-19,2% em C\$
1S: -7,8% em BRL
-11,3% em C\$

Avon International

2T: -21,6% em BRL
-38,9% em C\$
1S: -11,9% em BRL
-26,6% em C\$

The Body Shop

2T: +15,5% em BRL
-13,2% em C\$
1S: +9,0% em BRL
-11,8% em C\$

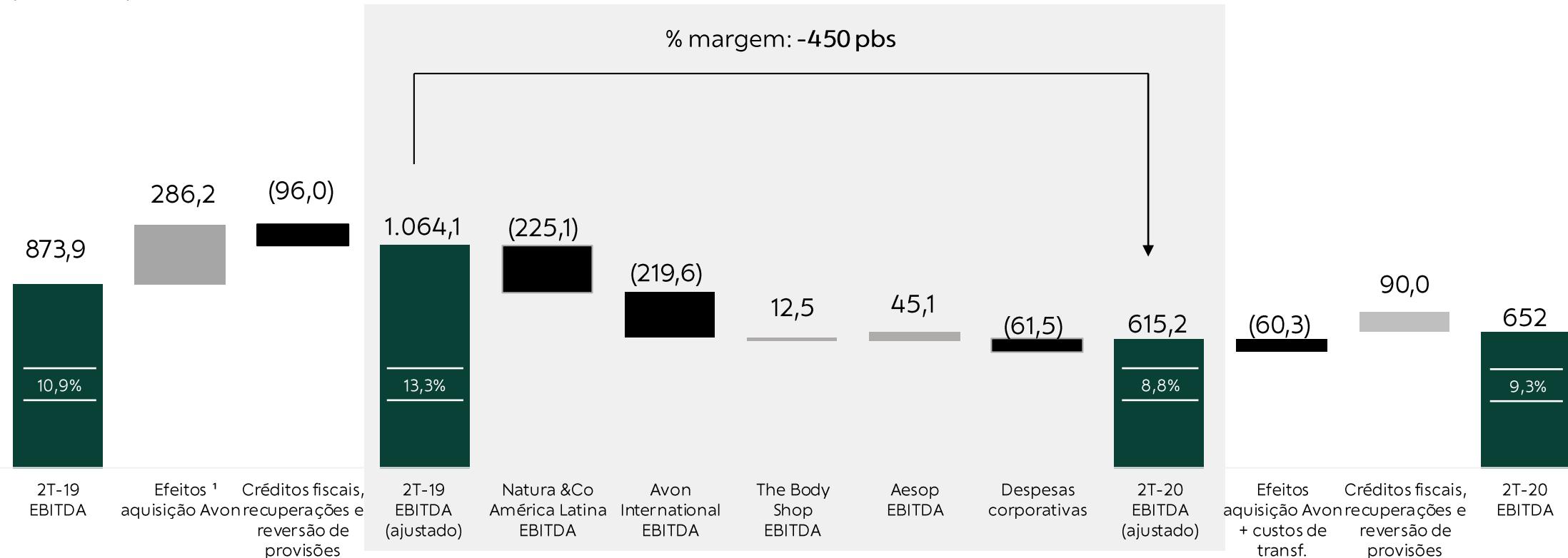
Aesop

2T: +34,8% em BRL
-0,6% em C\$
1S: +30,8% em BRL
+4,9% em C\$

EBITDA suportado pelo incremento da margem bruta e disciplina de custos

EBITDA CONSOLIDADO 2T

(R\$ milhões)



Margem EBITDA ajustada de 8,8% (-450 pbs) no 2T-20 e 8,2% (-340 pbs) no 1S-20

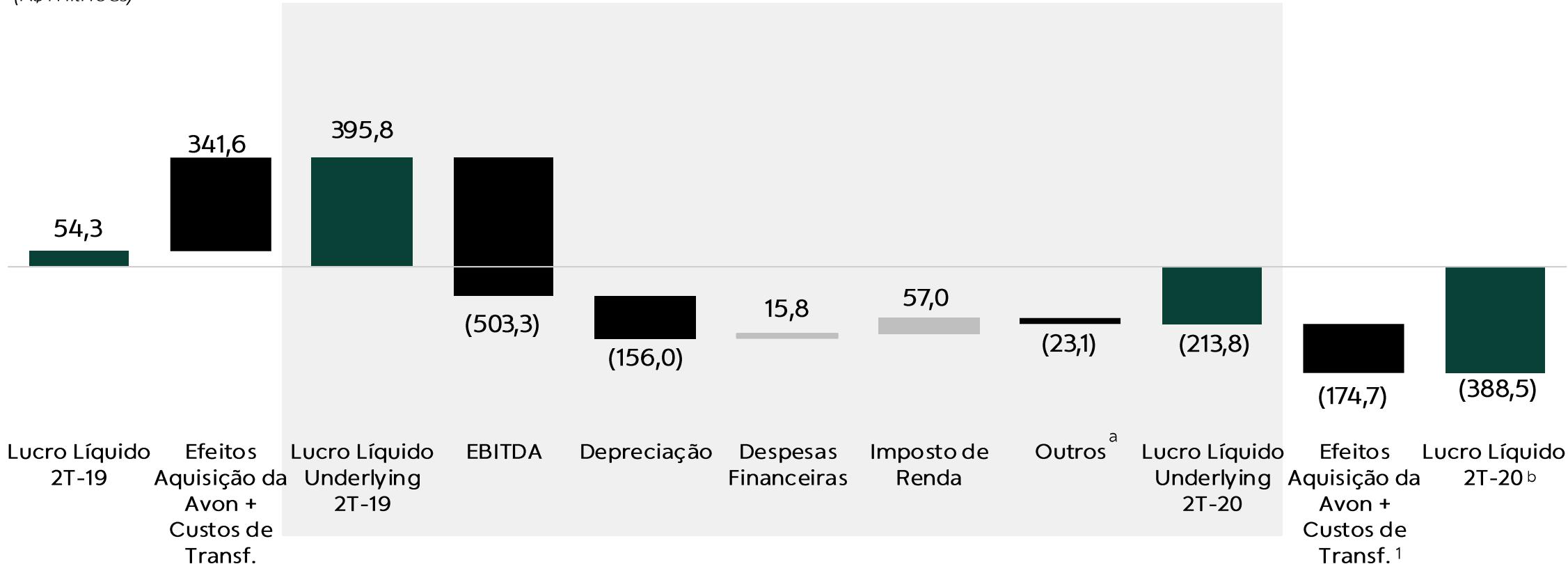
Margem EBITDA reportada de 9,3% (-160 pbs) no 2T-20 e 5,5% (-400 pbs) no 1S-20

¹ Inclui custos não recorrentes da aquisição da Avon, custos de transformação, vendas de ativos e perda por redução ao valor recuperável de ativos

Resultado Líquido *Underlying* impactado pelo EBITDA menor e depreciação

RESULTADO LÍQUIDO *UNDERLYING* 2T-20

(R\$ milhões)



a) Participação de não controladores e operações descontinuadas

b) Lucro líquido atribuível a acionistas controladores

1S-20 resultado líquido *underlying* de (R\$498,6) milhões

¹Inclui: i) custos de transformação de (R\$54,6); ii) Amortização PPA de (R\$175,0) milhões; iii) Efeitos de PPA em despesas financeiras e imposto de renda de R\$60,5 milhões, e iv) custos relacionados à aquisição da Avon de (R\$5,6) milhões.

Estrutura de capital reforçada com R\$ 2 bi, permitindo investimentos em digitalização

1

Sólida posição de caixa

- **R\$ 7,4 bilhões** ao final do trimestre
- **R\$ 1,4 bilhão** em vencimentos de dívida esse ano
- **3,8 anos** de prazo médio de dívida

3

Estrutura de capital fortalecida

Conclusão com sucesso do aumento de capital privado de R\$ 2 bilhões, contribuindo para a sólida posição de caixa, permitindo-nos aproveitar o atual bom momento das vendas digitais para acelerar nossos investimentos em infraestrutura de TI, nas vendas on-line e *social selling*

2

Fluxo de Caixa Livre

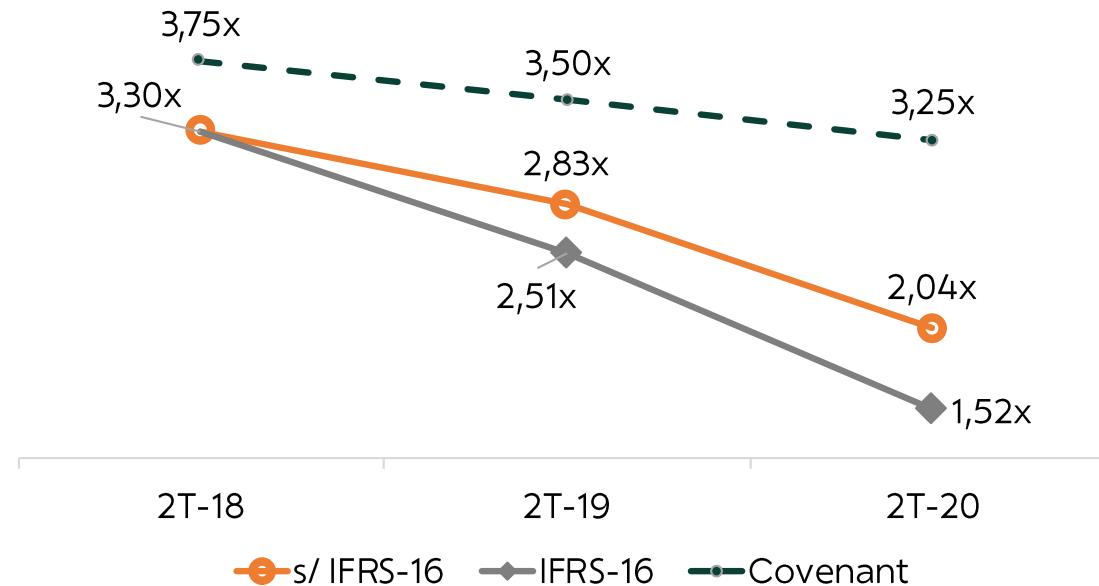
- Saída de caixa de R\$ 96,1 milhões vs. entrada de R\$ 63,7 milhões¹ no 2T-19
- Consistente com a sazonalidade e impactado por:
 - *Efeitos da Covid-19 na receita*
 - *Efeitos cambiais em capital de giro*
 - *Extensão de termos de pagamentos às consultoras e revendedoras*
- Parcialmente compensados pela prorrogação de contas a pagar

¹Estimativa proforma, não auditada

Sólida posição de caixa permite rápida desalavancagem e habilita investimentos

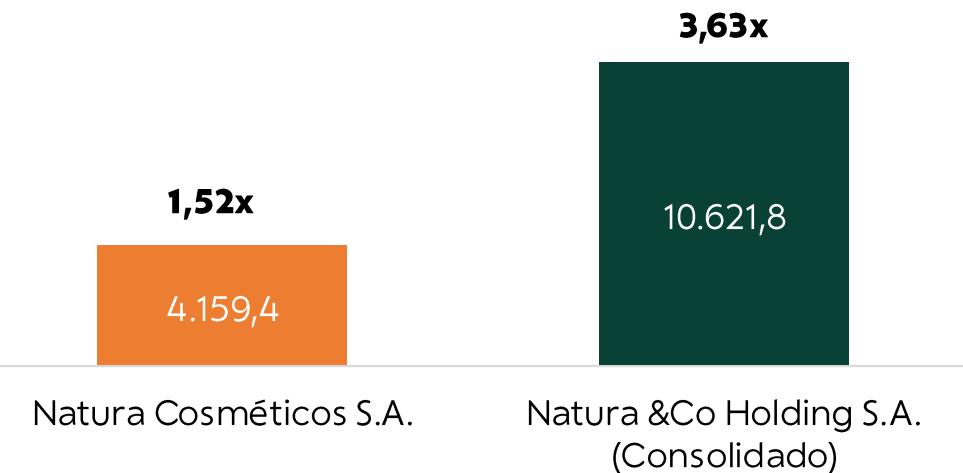
EVOLUÇÃO ÍNDICE DÍVIDA LÍQUIDA/EBITDA

(Natura Cosméticos)



DÍVIDA LÍQUIDA E ÍNDICE DÍVIDA LÍQUIDA/EBITDA

(R\$ milhões)



Dívida Líquida/EBITDA de 2,04x no 2T-20, bem abaixo do covenant de 3,25x em 30 de junho de 2020

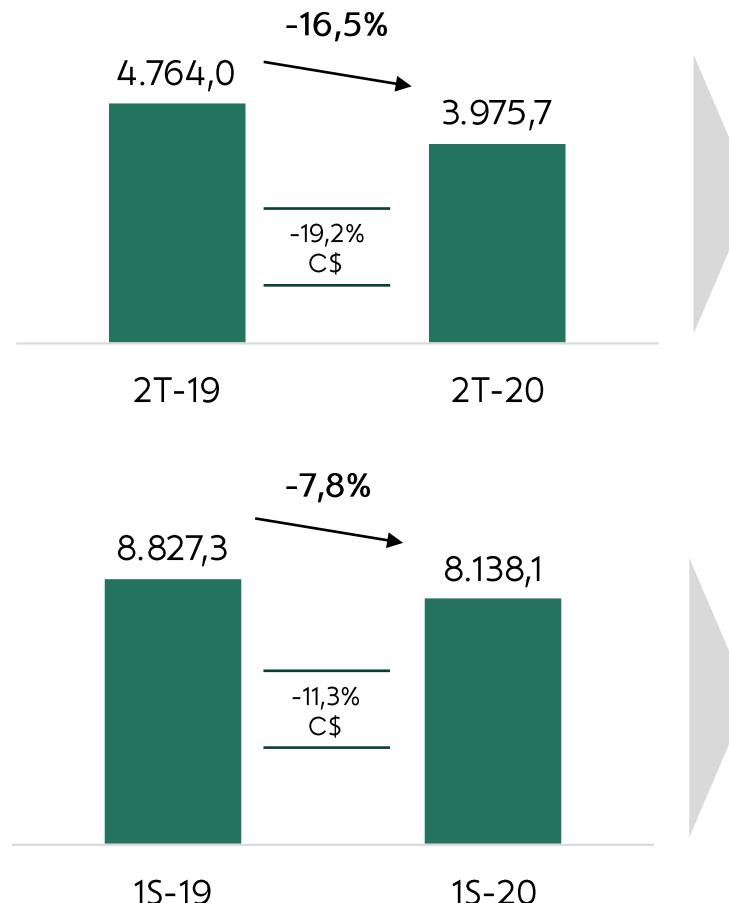


Natura &Co América Latina

Desempenho
Financeiro

RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



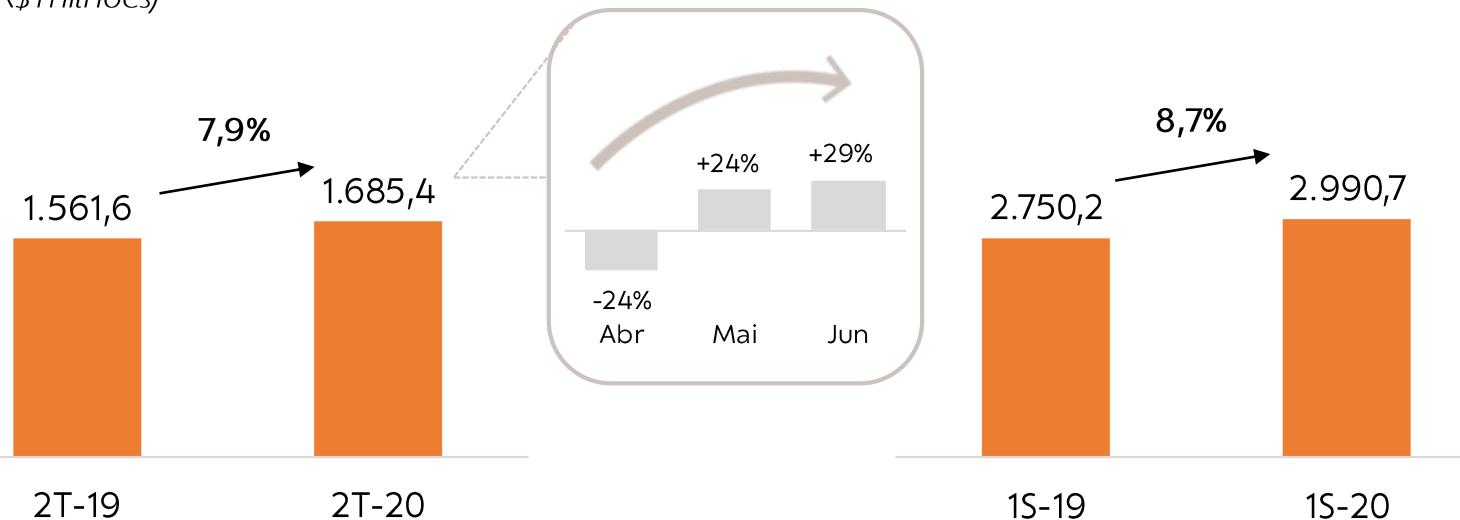
— DESTAQUES 2T-20 —

- Natura: Natura cresceu 4,4% em BRL (+2,6% em C\$), impulsionada por um extraordinário desempenho no Brasil (+7,9%), superando o mercado¹ de CFT, suportado pela força de seu modelo digital de vendas
- Avon: Impactada pela Covid-19 e pelo incidente cibernético, que transferiu cerca de R\$390 milhões em vendas para o 3T

¹Fonte: Kantar (aproximadamente -4%) e ABIHPEC (aproximadamente -6%).

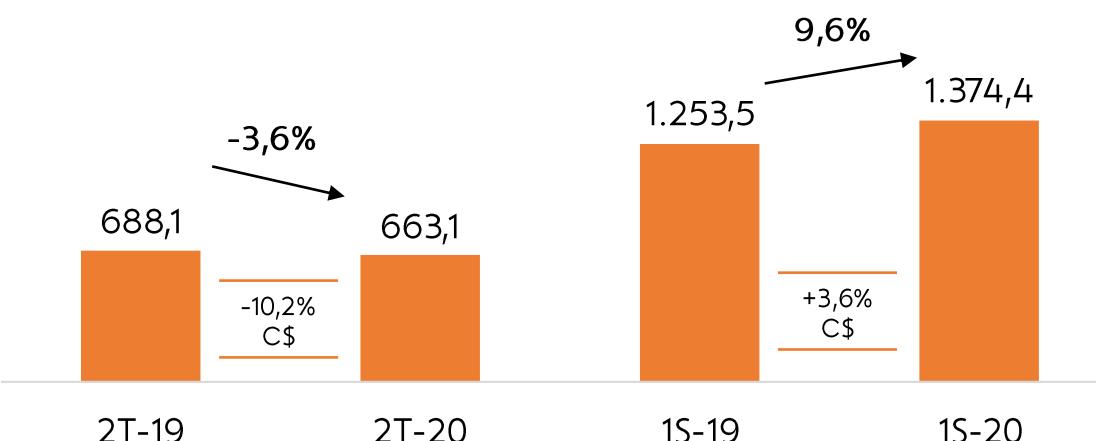
RECEITA LÍQUIDA – BRASIL

(R\$ milhões)



RECEITA LÍQUIDA – AMÉRICA LATINA

(R\$ milhões)

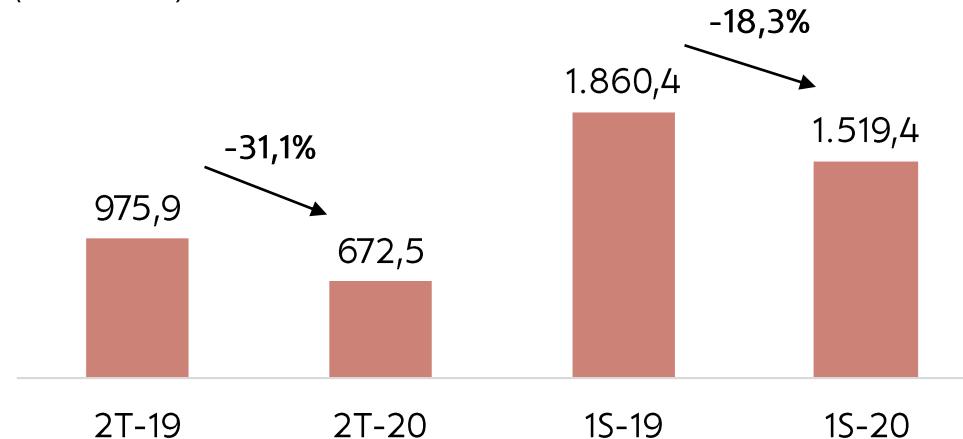


— DESTAQUES 2T-20 —

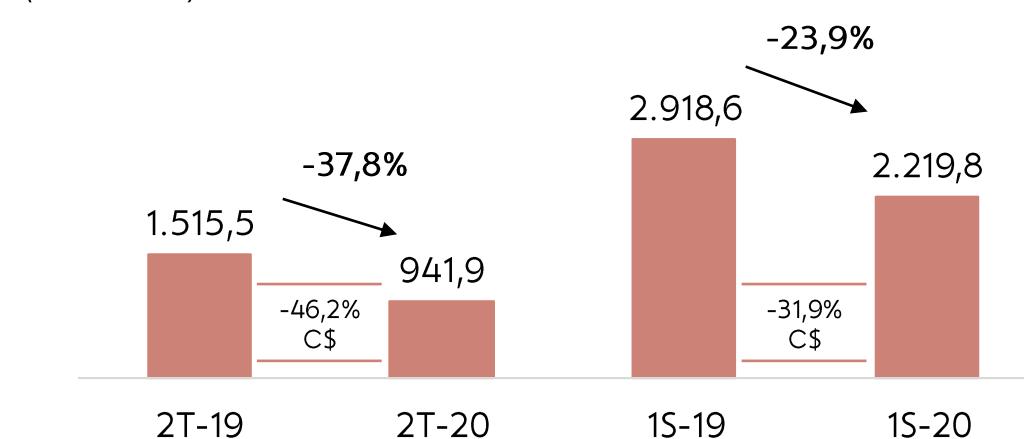
- Notável crescimento no trimestre, mesmo diante de um cenário desafiador
- Aumento do volume impulsionado pelo crescimento nas categorias de perfumaria, cuidados com o corpo e cabelos
- **15º trimestre consecutivo de crescimento da produtividade das consultoras (+ 6,9%)**
- Nível de atividades do 2T impacto por medidas de isolamento social na Argentina, Peru e Colômbia

RECEITA LÍQUIDA – AVON BRASIL

(R\$ milhões)

**RECEITA LÍQUIDA – AVON AMÉRICA LATINA**

(R\$ milhões)

**— DESTAQUES 2T-20 —**

- Menor atividade das representantes relacionada à Covid-19
- Incidente cibرنético transferiu ~R\$390 milhões de vendas para o 3T na América Latina
- Avanços em digitalização
- Aumento do índice de satisfação das revendedoras pela primeira vez em seis anos
- Medidas de isolamento social em diversos mercados da América Latina foram mais severos que em outras regiões

EBITDA AJUSTADO¹ E MARGEM EBITDA

(R\$ milhões / %)



— DESTAQUES 2T-20 —

- Maior margem bruta na Natura Brasil e América Latina Hispânica permitiu forte alavancagem operacional, superada pela queda na Avon
- Forte controle de custos e despesas discricionárias contribuíram para expansão da margem em 760 pbs na Natura

¹ EBITDA Ajustado: Exclui os efeitos não considerados recorrentes ou comparáveis entre os períodos analisados.

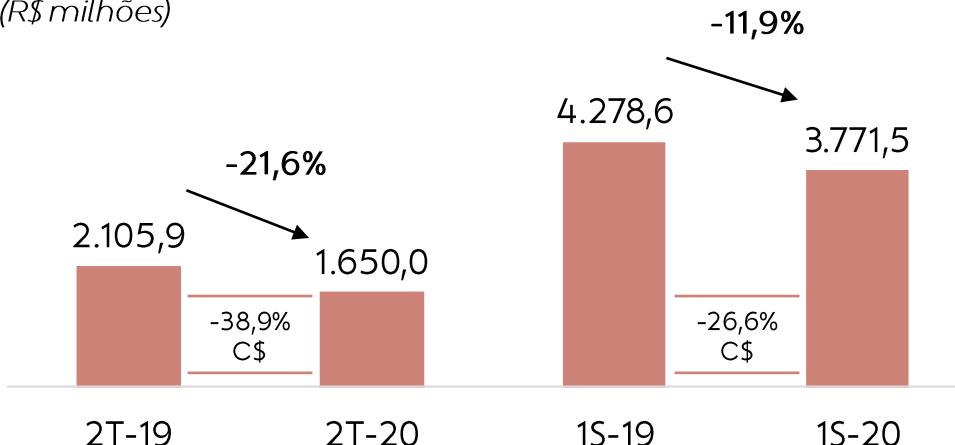


Avon International

Desempenho
Financeiro

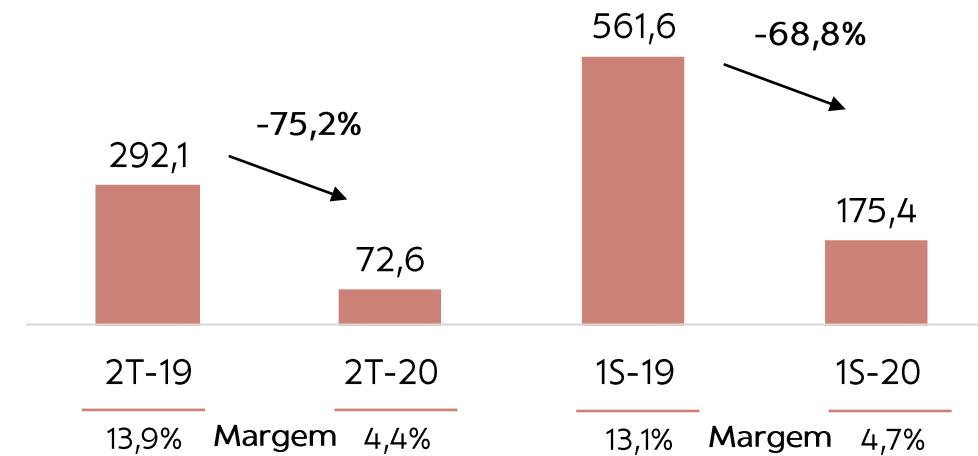
RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



EBITDA AJUSTADO¹

(R\$ milhões)



— DESTAQUES 2T-20 —

- Incidente cibernético transferiu ~R\$ 60 milhões de vendas para o 3T
- Vendas por meio de compartilhamento de catálogos digitais pelas revendedoras mais do que dobrou na comparação entre o 2T vs. 1T, na Avon em todo o mundo
- Margem bruta +60 pbs, para 61,8% no 2T-20, impulsionada pelo mix de categoria e preço
- EBITDA impactado pela desalavancagem de despesas fixas

¹ Ebida ajustado: Exclui efeitos não recorrentes de despesas relacionadas à aquisição da Avon, custo de transformação e vendas de ativos



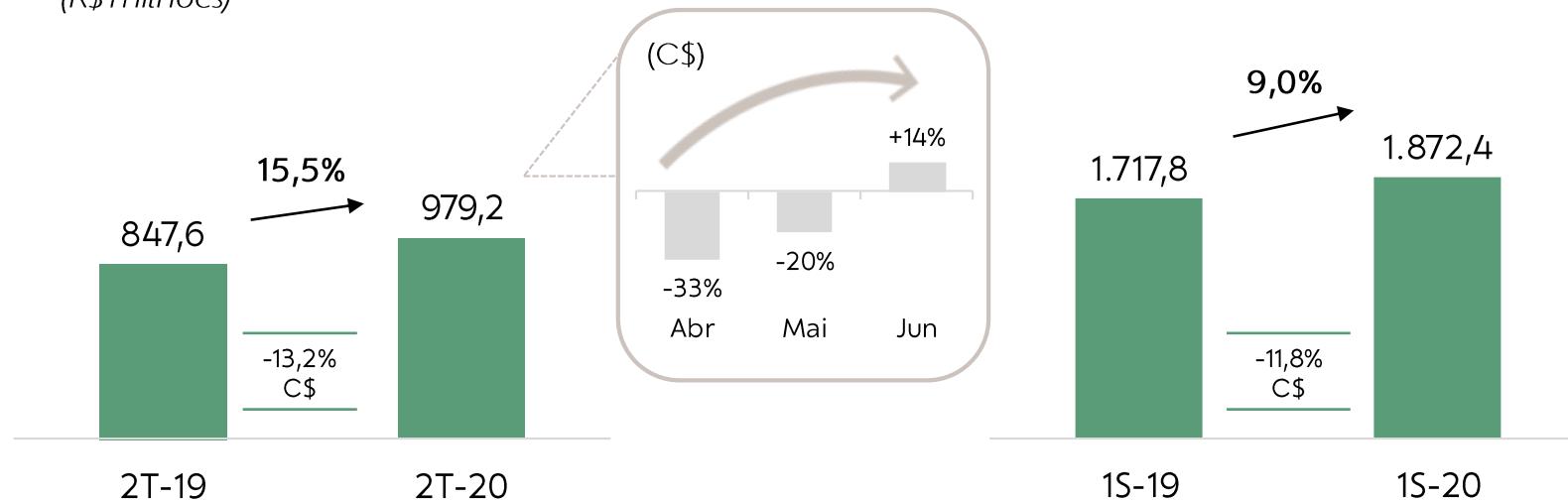
Loja Gangnamdaero – Coreia do Sul

The Body Shop

Desempenho
Financeiro

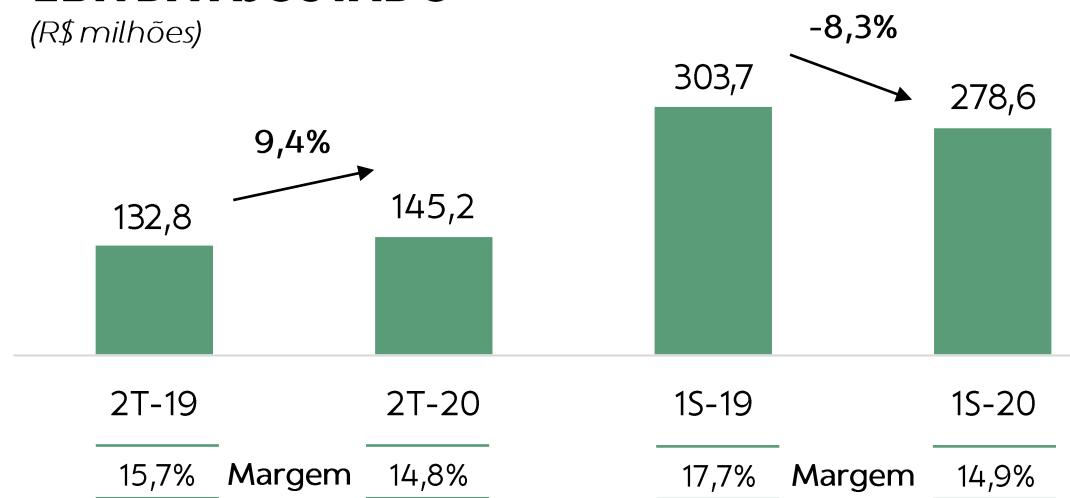
RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



EBITDA AJUSTADO¹

(R\$ milhões)



— DESTAQUES 2T-20 —

- Crescimento de vendas de + 230% no e-commerce e + 280% no At Home (venda direta)
- 87% das lojas físicas estavam fechadas no final de abril, passando para 16% no final de junho
- EBITDA impulsionado pelos menores descontos, redução de despesas e subsídios governamentais

¹EBITDA Ajustado: Exclui efeitos não recorrentes de custo de transformação



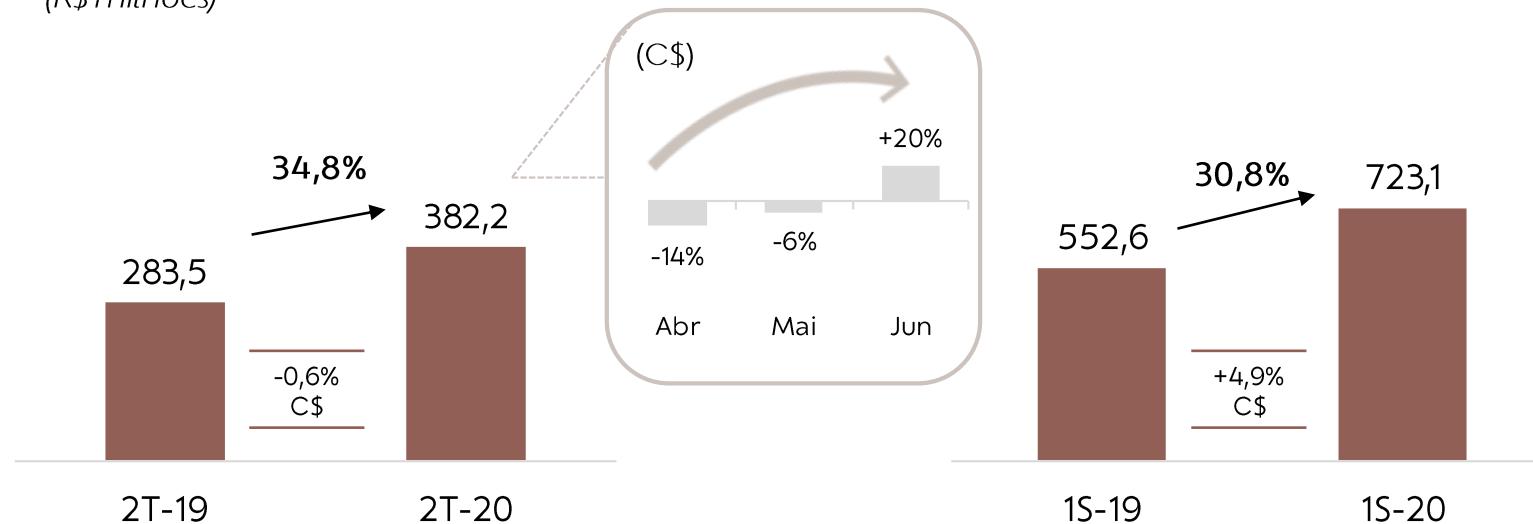
Loja Shepherds Bush II em Londres (Reino Unido)

Aesop

Desempenho
Financeiro

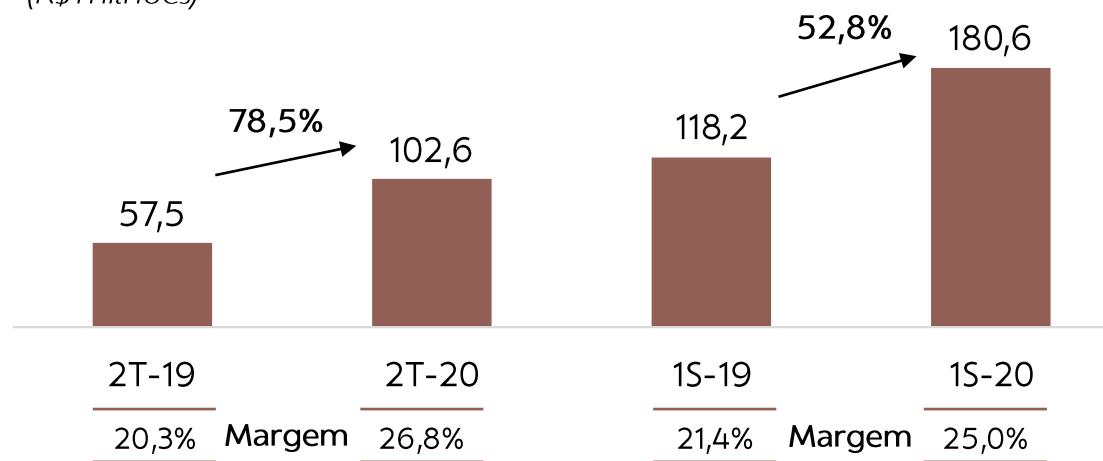
RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



EBITDA

(R\$ milhões)



— DESTAQUES 2T-20 —

- Crescimento nas vendas on-line compensaram amplamente o fechamento das lojas físicas (~90% fechadas no 2T)
- Em meados de julho, 75% das lojas físicas já estavam abertas, a maioria ainda com restrições
- Crescimento notável do EBITDA impulsionado por redução de custos (-3% YoY C\$), mix de canal favorável e subsídios governamentais, particularmente no 2T



Considerações Finais

Roberto Marques

Força *Omnichannel*

Força do modelo digital de vendas (*social selling*) e do e-commerce em todas as marcas

Diversificação geográfica:
Crescimento na Natura, The Body Shop e Aesop

Crescimento da receita nas últimas semanas

Transformação Digital

Aumento recorde nas vendas on-line (+225%)

Investimentos em TI / Digital - R\$ 400 milhões nos próximos 6 meses

Estrutura de Capital Otimizada

Aumento de capital bem-sucedido de R\$2 bilhões

Forte posição de caixa, acima de R\$ 7 bilhões

Desalavacagem mais rápida

Crescimento Sustentável

Lançamento da Visão 2030, intensificando os compromissos com a sustentabilidade

Avanços na integração da Avon e sinergias no caminho certo

Iniciativas estratégicas:

- parceria com a Singu e Vayner Media
- expansão da The Body Shop:
 - aquisição de operação no Japão
 - *At Home* nos Estados Unidos

Criando o melhor grupo global de beleza  do mundo

Obrigado

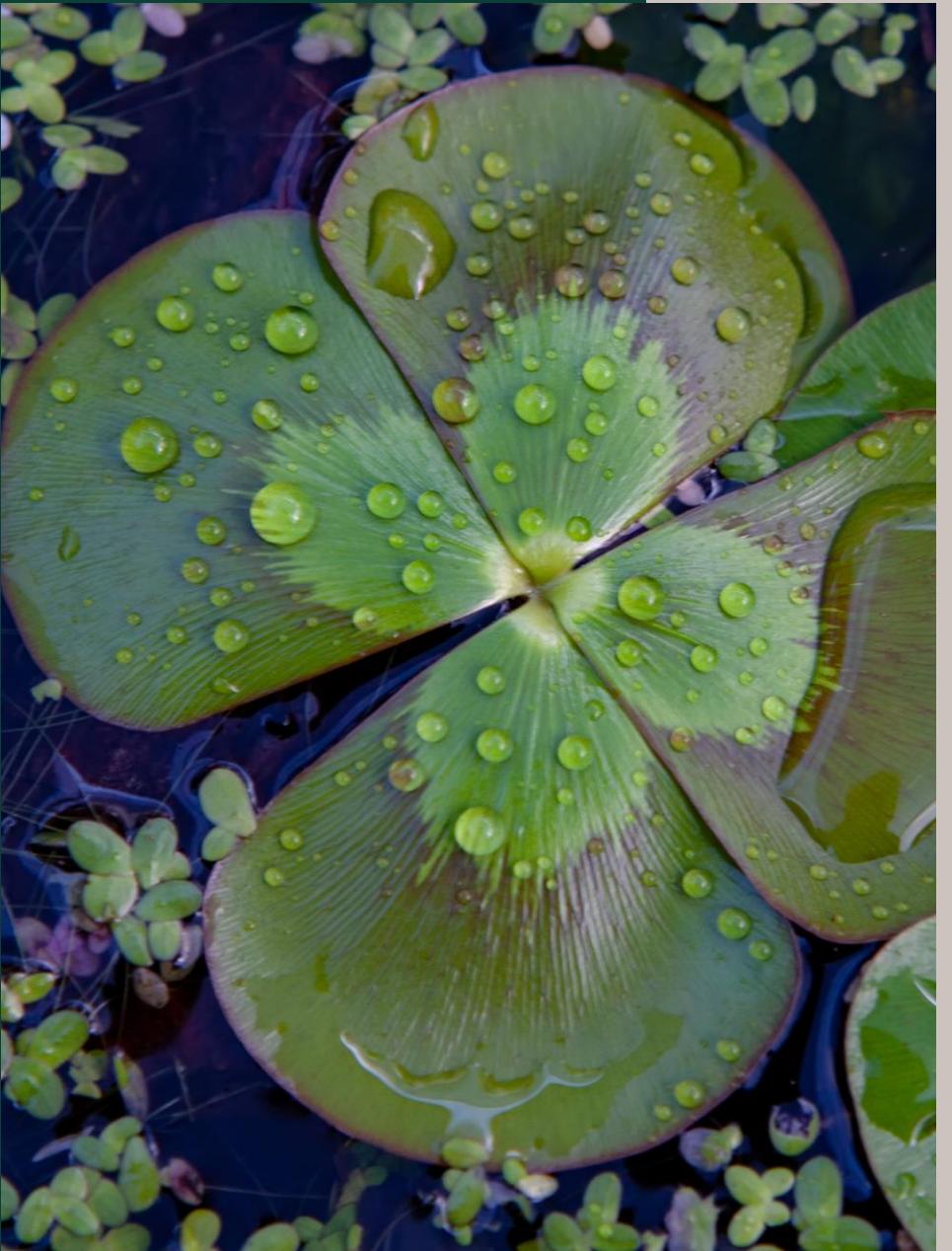


AVON



Aēsop.

natura&co

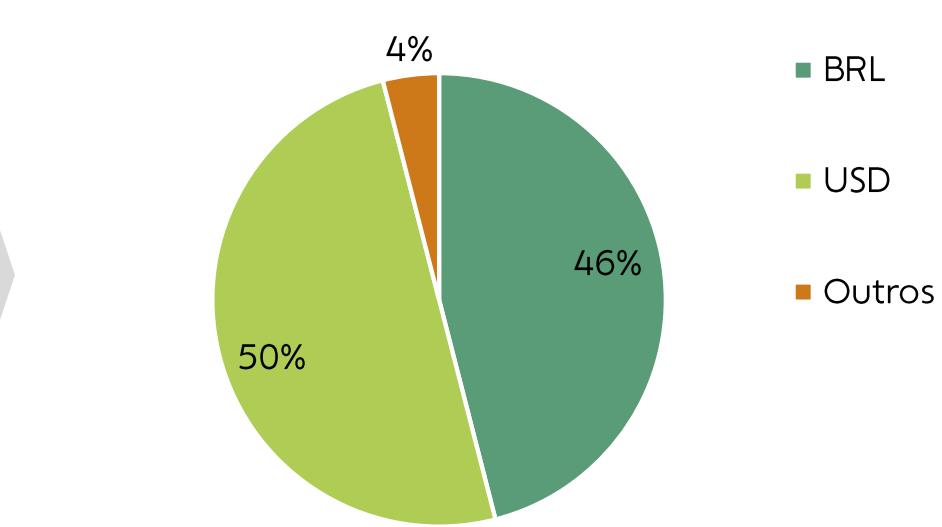
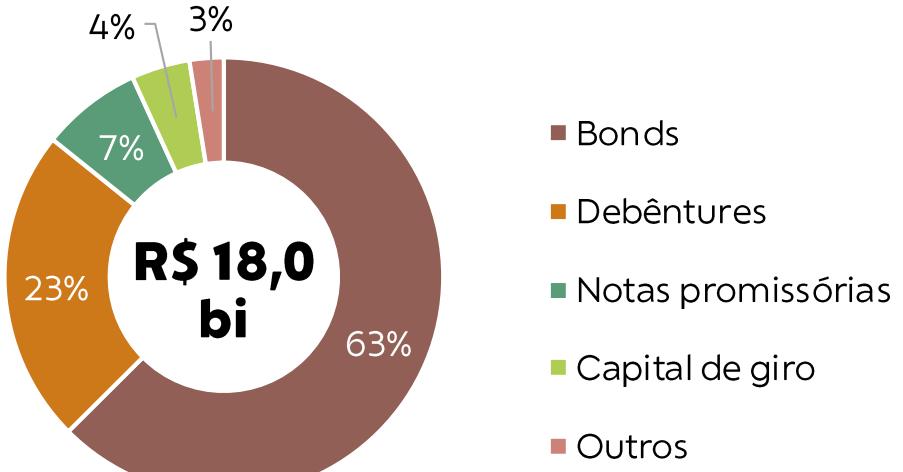


Apêndice

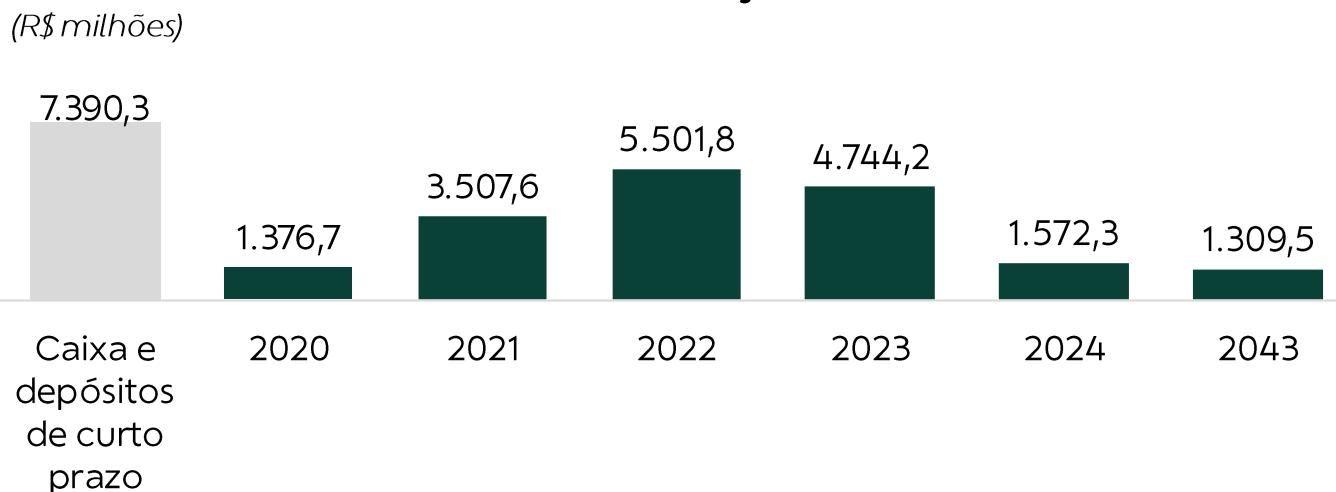
2T-20

Endividamento consolidado 2T-20: Portfólio de dívida bem diversificado

— PERFIL DÍVIDA BRUTA¹ —



— CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO —



— DESTAQUES —

- R\$ 7,4 bi** em caixa
- R\$ 1,4 bi** vencimentos este ano
- 3,8 anos** prazo médio

¹Natura &Co Holding consolidado – exclui impactos de PPA e leasing

Composição da receita líquida global por marca

RECEITA LÍQUIDA POR MARCA 2T¹

(R\$ milhões)

Marca	2T-20	2T-19	% (R\$)	% (C\$)
 natura	2.351,7	2.252,0	+4,4%	+2,6%
AVON	3.264,4	4.597,2	-29,0%	-39,9%
 THE BODY SHOP	988,5	868,0	+13,9%	-13,2%
Aēsop.	382,5	284,3	+34,6 %	-0,6%
Receita líquida total	6.987,2	8.000,9	-12,7%	-23,5%

COMPOSIÇÃO DA RECEITA LÍQUIDA 2T-20 (POR MARCA)

(%)

