
Resultados do 2º trimestre de 2022

12 de Agosto de 2022

AVON



Aēsop®

natura & co

Esta apresentação pode conter afirmações sobre eventos futuros.

Tais informações não são declarações de fatos históricos, mas refletem os desejos e as expectativas da administração da 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>

A close-up photograph of a plant stem, likely a banana, with numerous water droplets on its surface. The stem is oriented vertically and shows a gradient of colors from bright orange at the top to yellow and green at the bottom. The background is blurred, showing more of the plant's structure.

Autonomia & Responsabilidade

Destaques 2T:

Os resultados do 2T refletem o cenário desafiador e questões estruturais do Grupo Natura &Co

Avanços do Comitê de Transição:

Redesenho da estrutura organizacional, equilibrando **autonomia e responsabilidade** e revisando o modelo de governança

Uma prioridade clara e imediata:

Foco nas margens e no fluxo de caixa



Desempenho Financeiro Consolidado

Guilherme Castellan, CFO

AVON



Aēsop.

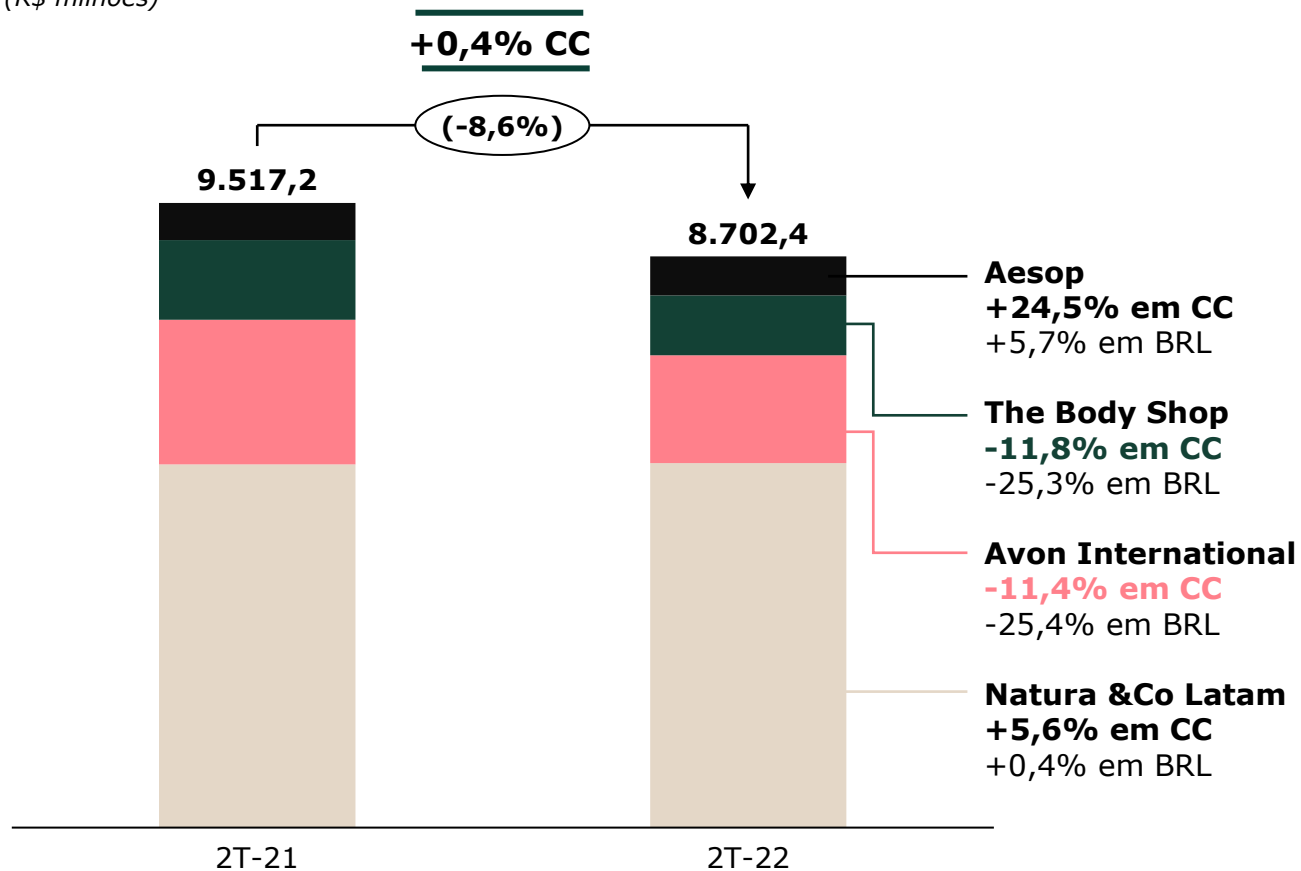
natura & co

Natura &Co:

Vendas em moeda constante estabilizadas, ainda afetadas pelo cenário macroeconômico

RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



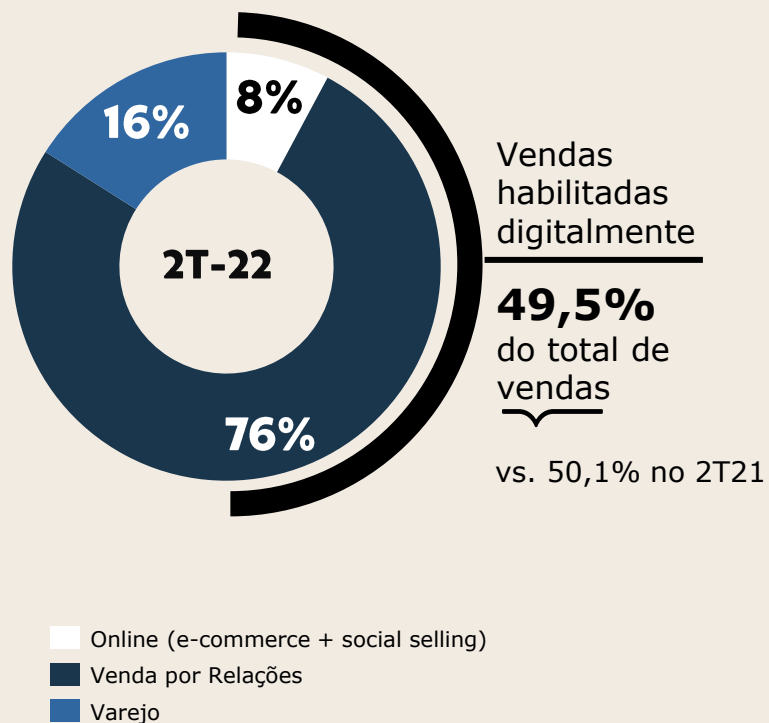
DESTAQUES

- Base de comparação muito forte, com o 2T21 crescendo +31,7% acima do 2T20 em CC
- Crescimento robusto de dois dígitos em CC da marca Natura e da Aesop
- Avon International melhorou o desempenho na maioria das regiões (-5,8% em CC, excluindo Rússia e Ucrânia)
- A The Body Shop ainda mostra tendência de queda em relação a 2021, já que a lenta recuperação do varejo não compensou a desaceleração da TBSAH e do e-commerce

Crescimento contínuo em vendas digitais na Natura e Avon

Receita Líquida por Canal

(R\$ milhões)



1. &Co Pay

- Natura no Brazil: 457.000 contas
- Volume Total de Pagamento ("TPV") de R\$7,5 bilhões (1S)
- Piloto em andamento para operações no varejo e representantes da Avon no Brasil



2. Adoção de Social Selling

- **Natura Latam**
Número médio de consultoras compartilhando conteúdo atingiu 28% (vs. 24% no 2T21)
- **Avon International**
a penetração do Avon On atingiu 23% (vs. 16% no 2T21)

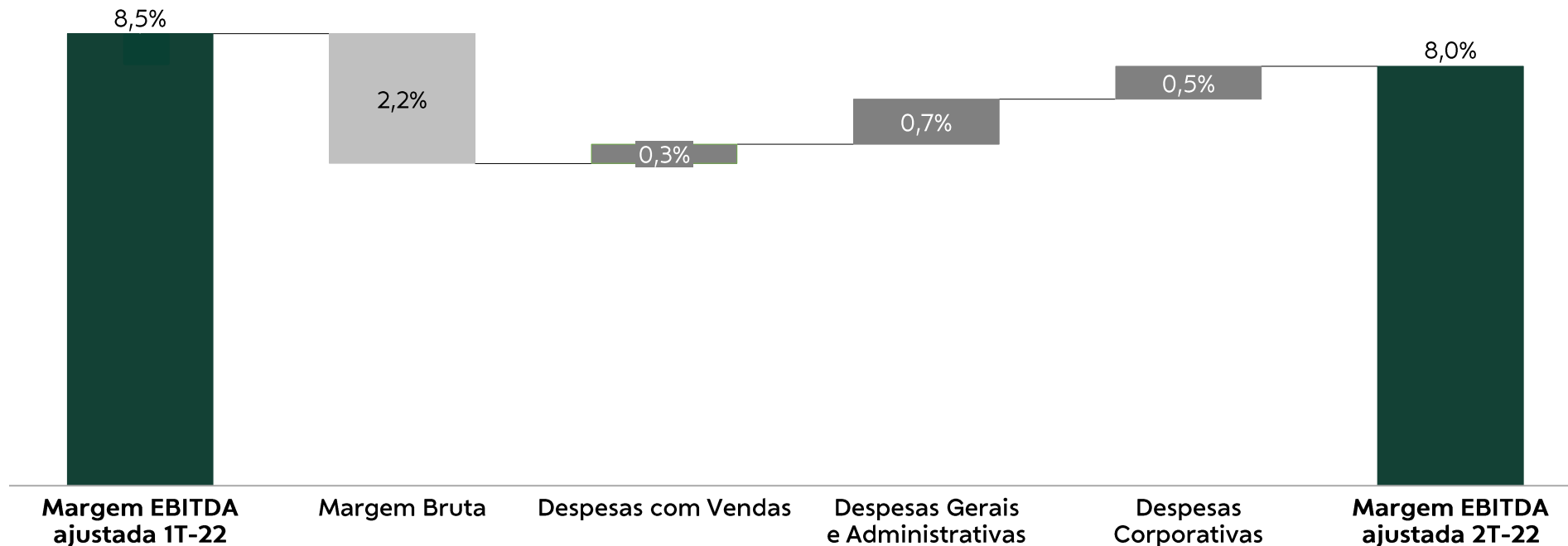


3. E-commerce

Redução de vendas online devido ao rebalanceamento dos canais; ainda significativamente acima dos níveis pré-pandemia em todo o Grupo

EBITDA ajustado impactado por pressões inflacionárias principalmente no CMV, parcialmente mitigadas pela redução em SG&A na Latam e menores despesas corporativas

2T22 MARGEM EBITDA AJUSTADA CONSOLIDADA



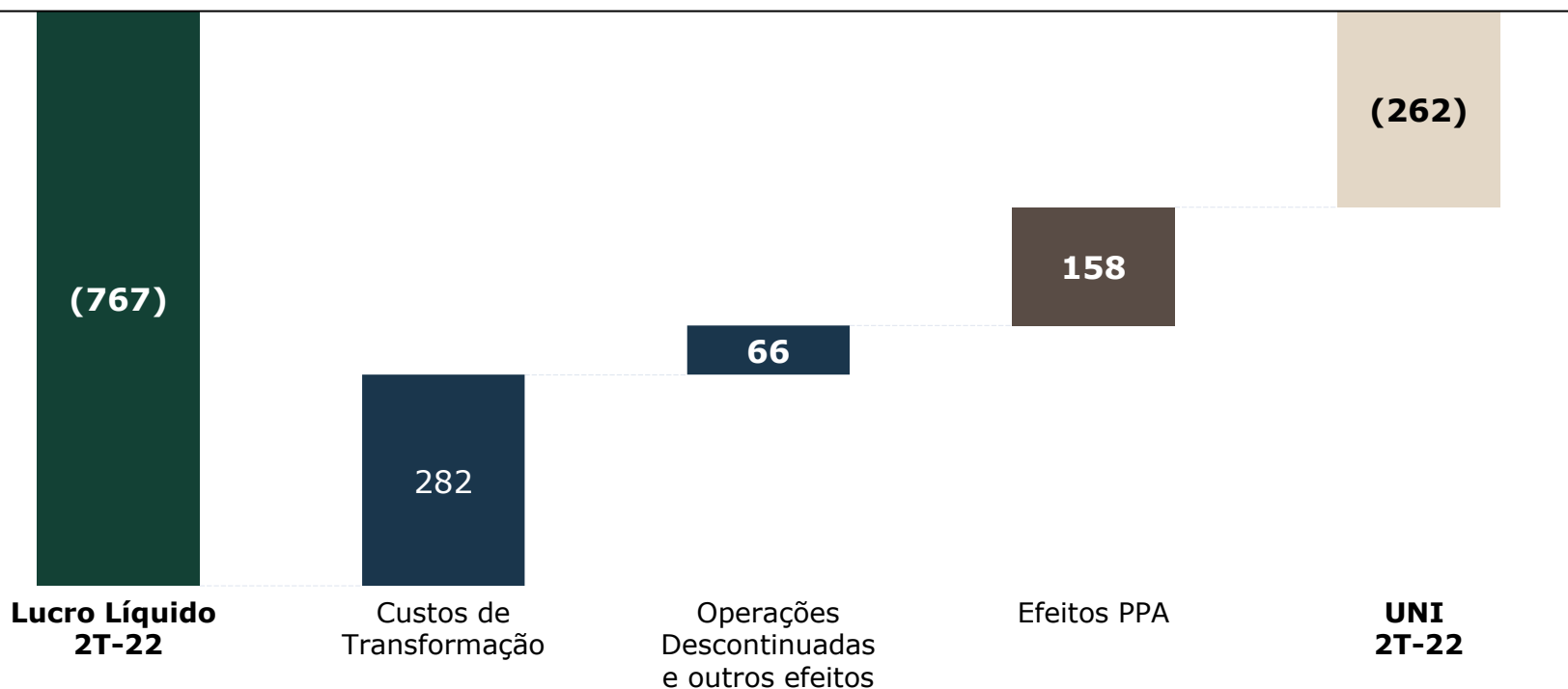
PRINCIPAIS IMPACTOS

- Pressões inflacionárias e cambiais e a guerra na Ucrânia
- Parcialmente compensados por:
 - sinergias
 - gestão de receitas
 - contenção de gastos e efeitos não recorrentes, incluindo economia nas despesas corporativas

Lucro Líquido *Underlying* (UNI) e Lucro Líquido impactados pelo menor EBITDA e maiores despesas financeiras

RECONCILIAÇÃO DO LUCRO LÍQUIDO PARA LUCRO LÍQUIDO UNDERLYING (UNI)

2T-22 (R\$ milhões)



UNI apresentou ganho no 2T-21 de R\$482,2 milhões, alavancado pelo ganho pontual de imposto de renda, referente à integração da Avon

Posição de caixa sólida e contínua gestão de passivos

2T-22

R\$ 4,3 bilhões

Saldo do caixa no final de junho

2,46x

Dívida líquida/EBITDA do Grupo

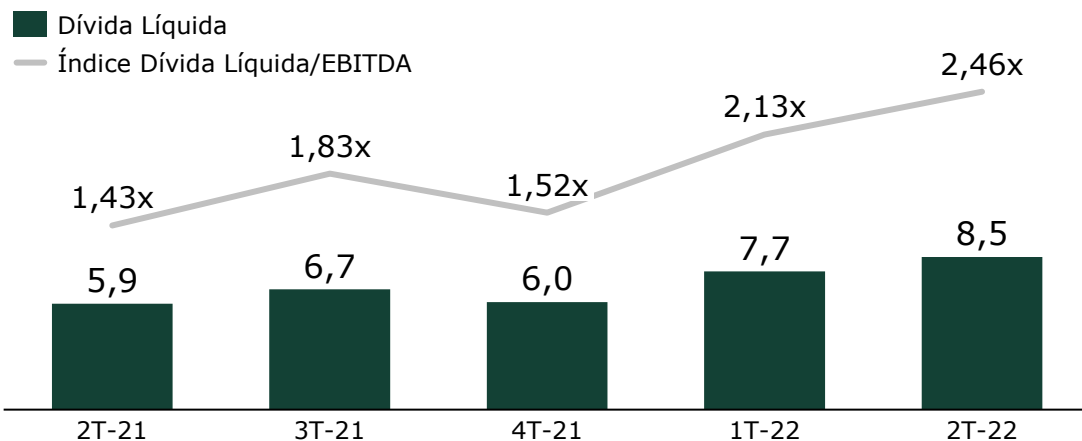
R\$ 826 milhões

Emitidos em debêntures pela Natura em julho, com vencimento em 2027, substituindo parcialmente as emissões de 2022/2024

Os *bonds* de 2023 da Avon foram totalmente resgatados

DÍVIDA LÍQUIDA E ÍNDICE DE DÍVIDA LÍQUIDA/EBITDA

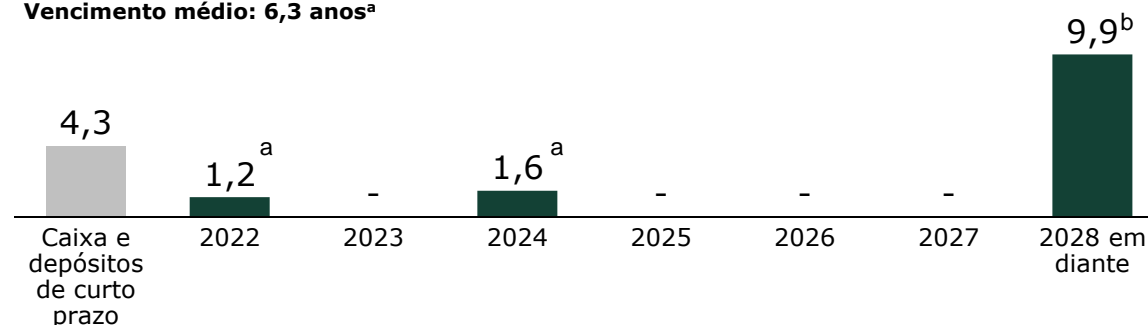
(R\$ bilhões)



CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO

(R\$ bilhões)

Vencimento médio: 6,3 anos^a



^aNão reflete as debêntures da Natura de R\$826 milhões emitidas em julho e com vencimento em 2027. Considerando essa emissão, a média do prazo de vencimento seria 6,5 anos.

^bR\$ 9,9 bilhões, inclui *bonds* vinculados a sustentabilidade de R\$1,0 bilhão Natura Cosméticos com vencimento em 2028, os *bonds* da Natura &Co Holding de US\$600 milhões com vencimento em 2029 e os da Avon de US\$200 milhões com vencimento em 2043.

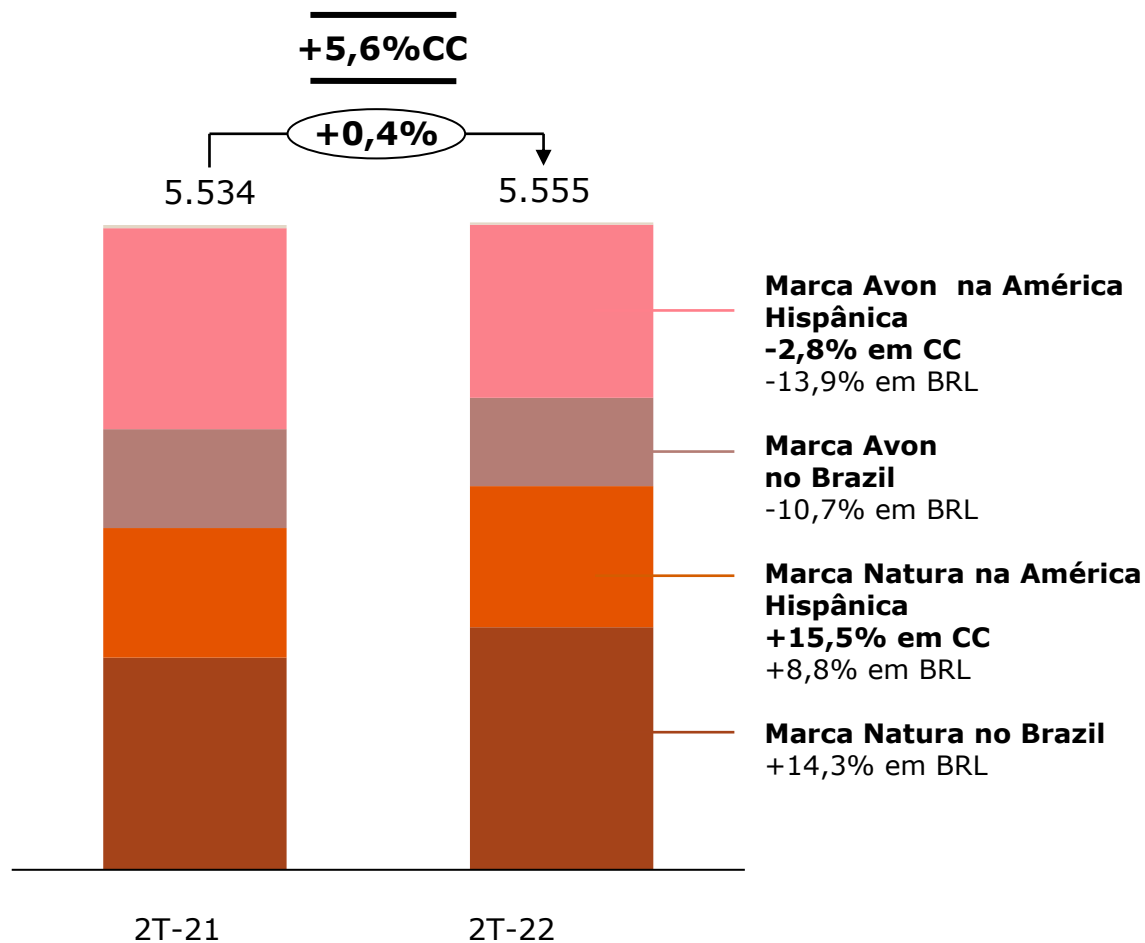


Natura &Co Latam Desempenho Financeiro

Natura &CO
Latin
America

Natura &Co Latam: Crescimento de dois dígitos na marca Natura; queda na marca Avon, mas com tendência de melhora desde o 3T-21

RECEITA LÍQUIDA



Marca Natura:

- Forte *Momentum* no Brasil, além do crescimento na América Hispânica
- Brasil: Produtividade das consultoras cresceu +17,5% no 2T
- América Hispânica: Crescimento impulsionado principalmente pela Argentina e Colômbia, compensando a queda no Chile
- Marca Natura, novamente classificada como a marca de cosméticos mais forte no mundo pela Brand Finance

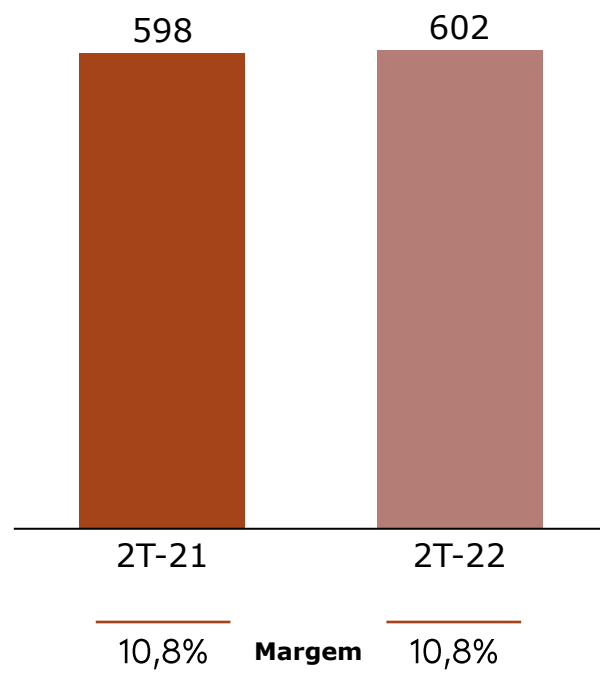
Marca Avon:

- Vendas do 2T no Brasil: Segmento de beleza cresceu +5% e crescimento de dois dígitos na produtividade das reps; Moda & Casa -31%
- América Hispânica: Progresso no novo modelo comercial no Equador e Colômbia, com crescimento das vendas e melhora sequencial no número de representantes, atividade e produtividade
- Número de representantes: -6,9%

Margem EBITDA ajustada estável no 2T na Latam

EBITDA AJUSTADO¹ E MARGEM EBITDA AJUSTADA

(R\$ milhões)



- **Margem suportada por sinergias, gestão de receitas e rígida disciplina financeira**
- Compensando o impacto da desalavancagem de vendas da Avon, inflação das matérias-primas e efeito cambial desfavorável



Marca Natura

Margem continua forte apesar das pressões de custo

AVON

Marca Avon

Impactada pelo plano de transformação, maior inflação e despesas com logística

¹ Excluindo efeitos que não são considerados recorrentes nem comparáveis entre os períodos analisados, como: custos de transformação e custos para atingir sinergias



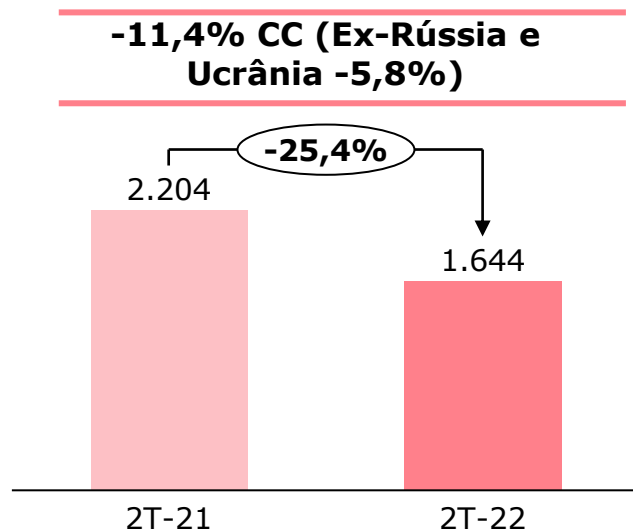
Avon International
Desempenho Financeiro

AVON

Melhora sequencial na receita líquida, excluindo Rússia e Ucrânia

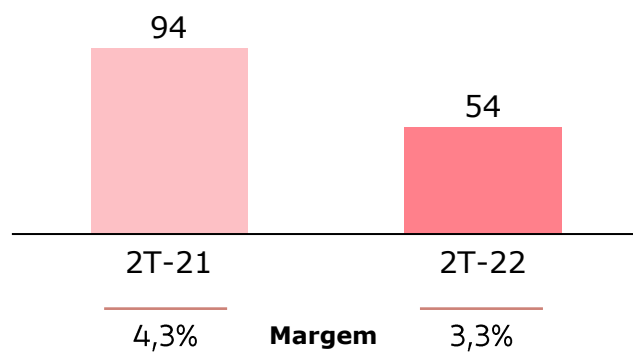
RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



EBITDA AJUSTADO¹ E MARGEM EBITDA

(R\$ milhões, %)



Receita impactada por:

- Guerra na Ucrânia
- Menor poder de compra dos consumidores na Europa¹
- Parcialmente mitigada por uma estratégia **eficaz de gestão de receitas em todos os mercados**

Os fundamentos de negócios da Avon continuaram a melhorar à medida que o **novo modelo comercial resultou em maior produtividade e atividade** e na estabilização do número de representantes fora da Europa

Margem EBITDA ajustada reflete:

- Guerra na Ucrânia
- Menores volumes
- Maiores custos e pressões inflacionárias
- Parcialmente compensados por uma disciplina financeira rígida e um modelo operacional mais enxuto

¹ Índice de Confiança do Consumidor da OCDE em junho de 2022 foi de 96,5, comparado a 100,4 em junho de 2021. Fonte: <https://data.oecd.org/leadind/consumer-confidence-index-cci.htm>

Be [REDACTED]
[REDACTED] Seen



Be [REDACTED]
[REDACTED] Heard



The Body Shop
Desempenho Financeiro

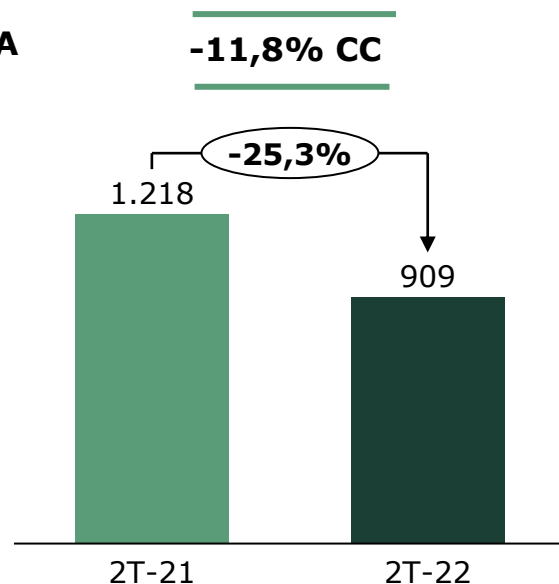


THE BODY SHOP

Vendas seguem impactadas pelo rebalanceamento dos canais

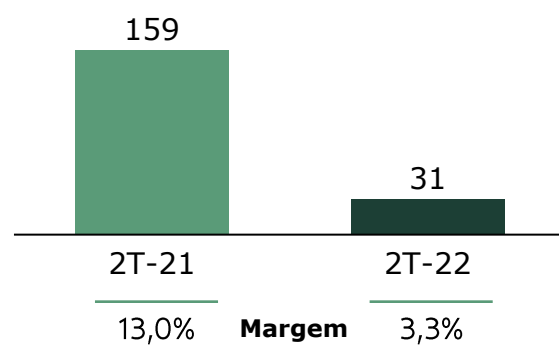
RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



EBITDA AJUSTADO¹ E MARGEM EBITDA AJUSTADA

(R\$ milhões, %)



¹Excluindo efeitos que não são considerados recorrentes nem comparáveis entre os períodos analisados, como custo de reestruturação associado com a saída da Rússia



THE BODY SHOP

Receita reflete:

- Rebalanceamento dos canais pós-lockdown, uma vez que a queda na TBSAH e e-commerce, superaram a recuperação do varejo
- As vendas dos franqueados estão aumentando mês a mês, reduzindo ainda mais seus estoques

Queda no EBITDA ajustado devido a:

- Menores volumes
- Queda nas vendas da TBSAH, do e-commerce e vendas para os franqueados

Ações para enfrentar os desafios do EBITDA:

- Investimentos para aumentar a produtividade das lojas e consultoras
- Contínua otimização da rede de lojas
- Revisão detalhada das despesas SG&A
- Foco no mix de categorias para melhoria da margem

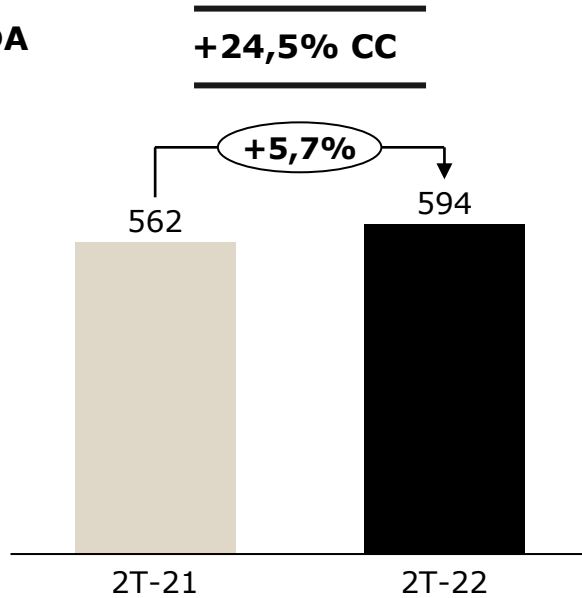


Aesop
Desempenho Financeiro

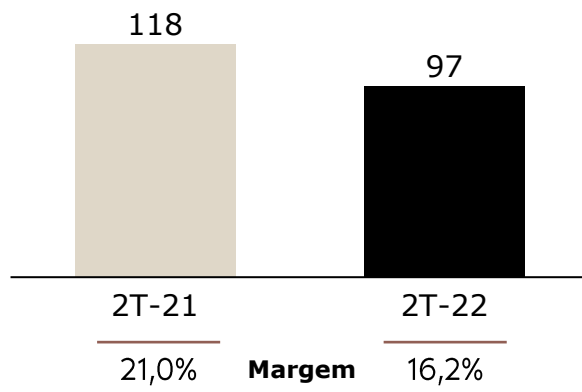
Aēsop.

Mais um trimestre com forte crescimento em vendas

RECEITA LÍQUIDA (R\$ milhões)



EBITDA E MARGEM EBITDA (R\$ milhões, %)



Crescimento da receita em função de:

- Crescimento de dois dígitos em todos os mercados, liderado pela América do Norte e APAC
- **Crescimento excepcional** e contínuo **das vendas das mesmas lojas**, melhorando a produtividade geral das lojas, com contínua expansão para cidades novas e já existentes

Planos de entrada na China estão em curso para o final de 2022

A margem EBITDA reflete maiores investimentos em:

- Digitalização
- Categorias
- Geografias
- Recursos humanos

para gerar crescimento sustentável

Considerações Finais

Fábio Barbosa

AVON



Aēsop.

natura & co

Mensagens-chave

1.

Comitê de Transição completará seu trabalho até o final do ano

2.

Visando uma organização mais enxuta, menos complexa, mais descentralizada, com maior autonomia e responsabilidade para as Unidades de Negócio

Economias significativas em despesas corporativas já identificadas

3.

Expectativa de que ambiente desfavorável persista no 2S; tendência de melhora das vendas e as margens seguem pressionadas no curto prazo

4.

Todos os negócios seguem focados na proteção das margens e na geração de caixa

Foco contínuo em aprimorar os fundamentos dos negócios com desempenho abaixo do esperado

Criando o melhor grupo de beleza PARA o mundo

Obrigada



AVON



THE BODY SHOP

Aēsop.

natura & co

Apêndice

2T-22

AVON   Aēsop.

natura & co

Lançamento contínuo de produtos inovadores



AVON

Eve Privé

Avon International lançou sua primeira fragrância personalizada, Evé Privé. Ela é preparada com uma tecnologia de almíscar customizável, que eleva os efeitos na química da pele, adapta-se à ela e cria uma fragrância completamente única para cada pessoa



natura

Sérum Preenchedor Biohidratante Chronos

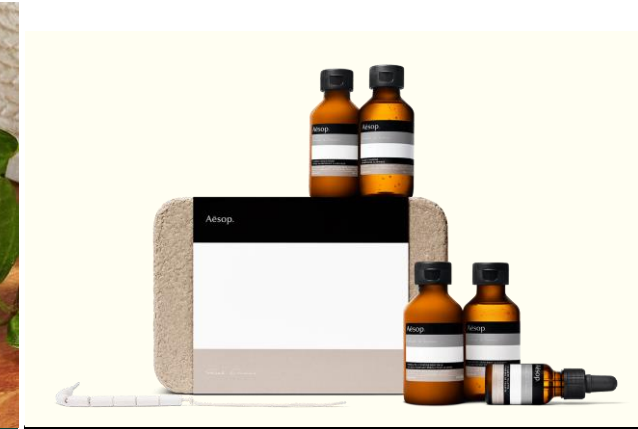
Sérum intensificador de ácido hialurônico que hidrata todas as camadas da pele para preencher rugas e dar volume. A fórmula contém fevillea, um ingrediente da biodiversidade brasileira



THE BODY SHOP

Glow Revealing Serum

Este produto de cuidados com a pele é feito com 10% de vitamina C, nossa maior concentração já registrada. Tornou-se o número 1 dos novos produtos mais vendidos por unidade



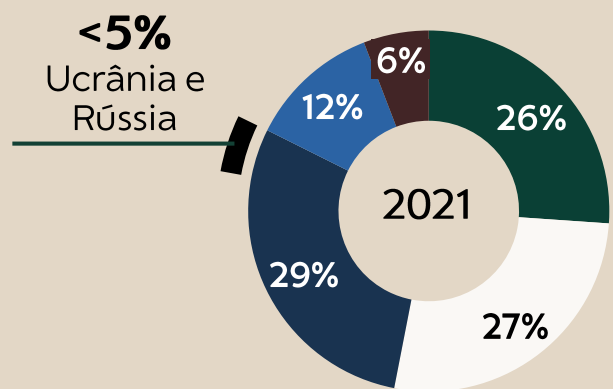
Aēsop

Kits de Viagem Rick Owen

Aesop desenvolveu, em colaboração com o famoso designer de moda Rick Owens, kits de viagem sofisticados com as formulações favoritas de Owen em uma embalagem ecológica.

Atualização sobre a Guerra na Ucrânia

% DAS VENDAS NA RÚSSIA E UCRÂNIA / TOTAL DE VENDAS DO GRUPO (ANO 2021)



■ Brasil ■ Latam Hispânica ■ EMEA
■ Ásia-Pacífico ■ América do Norte

NATURA &CO TOTALMENTE MOBILIZADA PARA OFERECER APOIO

- Nossa principal preocupação como Grupo global com operações na Ucrânia continua sendo a proteção e a segurança de nossos colaboradores e representantes que enfrentam violência e perdas

PRESEÇA LIMITADA EM NÍVEL DE GRUPO

- As receitas na Rússia e na Ucrânia representaram menos de 5% da receita consolidada em 2021 (incluindo todas as marcas)
- A contribuição para o EBITDA consolidado Ajustado foi de aproximadamente 3% em 2021
- Nas demonstrações financeiras consolidadas de 30 de junho de 2022, os impactos não recorrentes da suspensão das operações da The Body Shop na Rússia, totalizaram R\$ 42,1 milhões no EBITDA consolidado, divulgado como um ajuste *non-GAAP*

AÇÕES TOMADAS

- A The Body Shop e a Aesop suspenderam os negócios na Rússia
- Avon suspendeu as exportações da Rússia e mantém operações locais em apoio as representantes que atuam como empreendedoras independentes; acreditamos que restringir o acesso a produtos teria um impacto desproporcional em mulheres e crianças da região
- Sanções globais sobre determinados setores e partes da indústria na Rússia, bem como quaisquer possíveis respostas que possam ser dadas pelos governos da Rússia ou outras jurisdições, podem afetar adversamente nossos negócios

Avanços na nossa Visão de Sustentabilidade 2030

Compromisso com a Vida

Enfrentar a Crise Climática e proteger a Amazônia



Amazon: No 2º trimestre de 2022, a Natura ampliou a compra de insumos comunitários em 61% em relação ao ano passado e firmou uma nova parceria com uma comunidade colombiana, expandindo as operações do Brasil para a região Pan-Amazônica. PlenaMata (DETER/INPE) relatou um aumento no desmatamento de 0,3M ha no segundo trimestre, 10% a mais em relação ao ano passado. Por meio do portal PlenaMata, a Natura estabelece parcerias e engaja o público a partir de dados e informações sobre o desmatamento da Amazônia.

Biodiversidade: Foi anunciado que a COP15 agora será realizada em Montreal, Canadá, em dezembro de 2022. Em linha com o objetivo de Natura &Co de trabalhar de forma colaborativa com a comunidade empresarial e a sociedade como um todo, o grupo planeja participar da conferência para influenciar na adoção de um acordo global transformador, que atenda à natureza, ao clima e às pessoas.

Defender os Direitos Humanos e sermos Mais Humanos



Natura IP&L: A Natura lançou seu P&L Integrado (IP&L). Essa ferramenta de gestão permite à Natura contabilizar o impacto de seu desempenho nas dimensões ambiental, social e humana, além dos resultados financeiros. De acordo com o IP&L, somando todos os impactos positivos nas esferas humana, social e natural, e subtraindo os impactos negativos gerados, para cada US\$ 1 de receita, a marca gerou um retorno líquido de US\$ 1,5 em benefícios para a sociedade.

Investimentos em causas-chave: A Avon International fez parceria com a *No More* para aumentar a conscientização sobre a violência baseada em gênero em zonas de conflito. A The Body Shop lançou sua ambiciosa campanha de ativismo global, *Be Seen Be Heard*. Para apoiar o mês do Orgulho a Aesop lançou sua iniciativa *Queer Libraries* pelo segundo ano.

Abraçar a Circularidade e a Regeneração

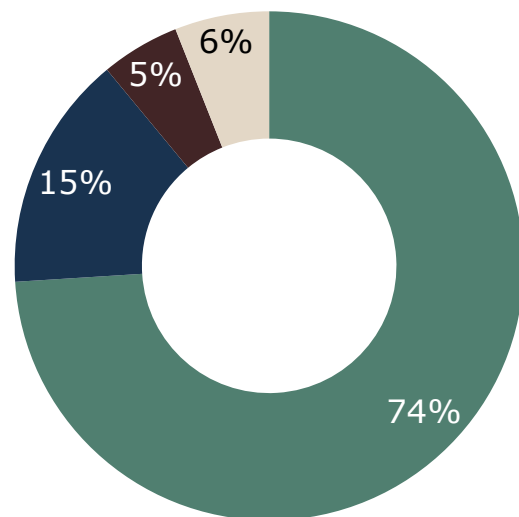


No 2º trimestre, a Natura &Co atingiu 10,3% do conteúdo de plástico reciclado de todo o plástico usado (acumulado de janeiro a junho de 2022).

Em parceria com The Union for Ethical BioTrade, a Natura &Co está cocriando um novo padrão de certificação regenerativa que destacará os impactos positivos que nossos negócios estão gerando conectados à natureza.

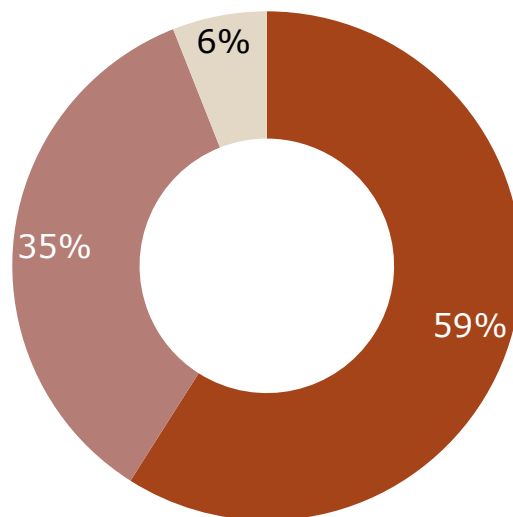
Perfil da Dívida

2T22 POR TIPO



Bonds Capital de Giro
Debêntures Outros

2T22 POR MOEDA





BRL USD GBP

Composição da receita líquida global por marca

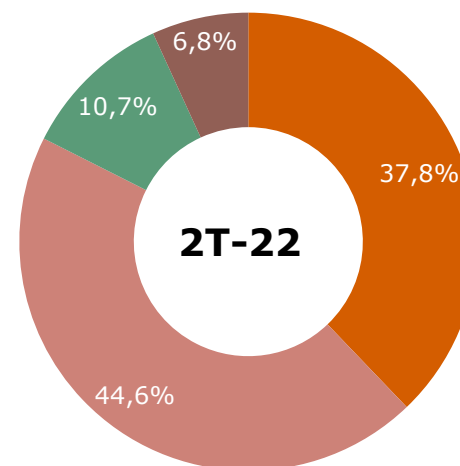
RECEITA LÍQUIDA POR MARCA

(R\$ milhões)

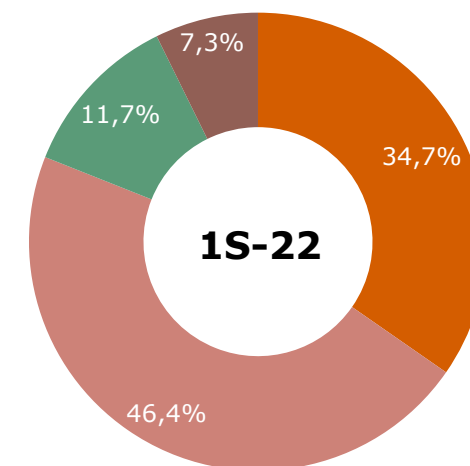
Marca	2T-22	2T-21	% (R\$)	% (CC)	1S-22	1S-21	% (R\$)	% (CC)
 ¹ natura	3.285,6	2.938,6	+11,8%	+14,8%	5.879,2	5.554,3	5,9%	10,4%
AVON	3.885,9	4.776,0	-18,6%	-8,0%	7.861,2	9.689,1	-18,9%	-9,3%
 THE BODY SHOP	936,0	1.239,9	-24,5%	-11,1%	1.977,4	2.579,6	-23,3%	-11,1%
Aēsop	594,9	562,7	+5,7%	+24,5%	1.238,0	1.149,3	7,7%	24,5%
Receita Líquida Total	8.702,4	9.517,2	-8,6%	+0,4%	16.955,7	18.972,2	-10,6%	-2,0%

ABERTURA DE RECEITA LÍQUIDA (POR MARCA)

(%)



■ Natura
 ■ The Body Shop
■ Avon
 ■ Aēsop



■ Natura
 ■ The Body Shop
■ Avon
 ■ Aēsop

¹ Considera outras receitas e &Co pay