



RELEASE DE RESULTADOS

2º TRIMESTRE 2021

16 de Agosto de 2021

WINE

WINE CONCLUI AQUISIÇÃO DA CANTU E DIVULGA RESULTADOS COM RECEITAS LÍQUIDAS DOS NEGÓCIOS DE R\$ 296,2 MILHÕES NO 1º SEMESTRE DE 2021, CRESCIMENTO DE 53,8% EM RELAÇÃO A 2020

AQUISIÇÃO DA CANTU

Soma dos Resultados (6M21):

+53,8%
Receita Líquida

R\$ 35,3 milhões
EBITDA Ajustado

11,9%
Margem EBITDA Ajustado

WINE

11,7X
LTV / CAC

270 mil
Assinaturas ativas (2T21)

+106%
Same-store-sale (2T21 x 2T20)

- A Wine anunciou em 09 de agosto de 2021 a conclusão da aquisição da totalidade do capital social da Futura Comercial Trading Ltda ("Cantu"), reforçando o seu negócio de distribuição e vendas B2B.
- No 2T21, a Wine registrou receita líquida de R\$ 124,1 milhões, crescimento de 42,0% em relação ao 2T20 e no primeiro semestre um total de R\$ 221,0 milhões. Somados aos R\$ 75,3 milhões da Cantu, empresa recentemente adquirida, as duas empresas apresentam para o semestre um total de R\$ 296,2 milhões em receita líquida no período, marcando um crescimento de 53,8% comparado a 2020.

Receita Líquida	6M21	6M20	Δ%
Wine	221,0	146,3	51,0%
Cantu	75,3	46,3	62,5%
Wine + Cantu	296,2	192,6	53,8%

- A Wine apresentou EBITDA Ajustado de R\$ 15,7 milhões no 2T21 e R\$ 23,8 milhões no semestre, crescimento de 92% em relação aos R\$ 12,4 milhões registrados no primeiro semestre de 2020. Somando resultados de Wine e Cantu, o EBITDA Ajustado no primeiro semestre de 2021 foi de R\$ 35,3 milhões, e margem EBITDA Ajustado de 11,9%.
- Clube Wine encerrou o 2T21 com 270 mil assinaturas ativas, um crescimento 50,8% em relação ao 2T20, contribuindo para a sólida performance de receita líquida do segmento, que totalizou R\$ 56,5 milhões no 2T21 (crescimento de 66,7% x 2T20).
- O aumento do gasto médio dos sócios e aceleração das captações trouxeram um aumento do LTV e diluição do CAC no 2T21, elevando a relação LTV/CAC para 11,7x, confirmando a força da estratégia de omnicanalidade no atendimento aos sócios.
- O segmento de Negócios Offline que cresceu 109% (2T21 x 2T20) totalizando R\$ 24,0 milhões no 2T21, resultado do crescimento da carteira de clientes B2B (principalmente *off-trade*), e da expansão das lojas físicas (13 lojas no total, sendo 3 novas aberturas no 2T21 e mais 2 em julho/21) que apresentaram crescimento de 106% em *same-store-sales* (2T21 x 2T20).
- De acordo com dados da Ideal Consulting, empresa de auditoria de importação e inteligência de mercado, especializada no segmento de bebidas e alimentos, a Wine ocupa no 2T21 a posição de 2ª maior importadora de vinhos do Brasil¹.

¹ Considera valor FOB importado em US\$.

COMENTÁRIOS DA ADMINISTRAÇÃO

A estratégia de crescimento da Wine, pautada em construir um ecossistema de vinhos ao redor do consumidor e estar presente em todas as ocasiões de compra e de consumo de vinhos têm se mostrado acertada e garante a evolução dos resultados trimestre a trimestre.

A receita líquida registrada no 2T21 é resultado principalmente do contínuo crescimento do Clube Wine, que encerrou junho/21 com 270 mil assinaturas ativas (adição líquida de 91 mil assinaturas nos últimos doze meses), e da expansão do projeto de omnipresença, seja no negócio de distribuição e B2B, seja nas lojas físicas, que juntos constituem o segmento de Business Offline.

A aquisição da Cantu, concluída em 09 de agosto de 2021, contribui para a consolidação da estratégia de omnipresença da Companhia, aumentando a presença da Wine nos segmentos *on-trade* (bares, restaurantes, casas noturnas, cafés, clubes e hotéis) e *off-trade* (supermercados, atacadistas e empórios) devido a posição de destaque que a Cantu ocupa nesse negócio, estando presente em mais de 15.000 pontos de venda e mais de 11.000 clientes.

Durante o primeiro semestre de 2021, a Cantu apresentou uma receita líquida de R\$ 75,3 milhões versus R\$ 46,3 milhões no 1º semestre de 2020, um crescimento de 62,5%. Esse resultado, somado a receita de R\$ 221 milhões da Wine consolida uma receita de R\$ 296,2 milhões, crescimento de 53,8%.

CLUBE WINE APRESENTA CRESCENTE RENTABILIDADE

O Clube Wine é o produto de assinatura, a porta de entrada e o início do relacionamento do cliente com o universo Wine. Os sócios, como são chamados os assinantes do Clube, desenvolvem um relacionamento intenso com a marca e uma recorrência que contribui fortemente com o crescimento de receita da Companhia.

	2T21	1T21	2020
Assinatura (Clube Wine)			
Gasto Médio por assinante	R\$ 101	R\$ 101	R\$ 101
Margem de Contribuição	R\$ 36	R\$ 27	R\$ 29
E-Commerce + Lojas Físicas			
Gasto Médio por assinante	R\$ 64	R\$ 51	R\$ 75
Margem de Contribuição	R\$ 17	R\$ 12	R\$ 11
Gasto Médio Total	R\$ 165	R\$ 151	R\$ 176
Margem de Contribuição Total	R\$ 53	R\$ 39	R\$ 41
Churn² Mensal	3,7%	3,0%	3,5%
LTV³ (Lifetime value)	R\$ 1.450	R\$ 1.293	R\$ 1.156
CAC⁴ (Customer acquisition cost)	(R\$ 124)	(R\$ 154)	(R\$ 123)
LTV / CAC	11,7x	8,4x	9,4x

O relacionamento dos sócios não se limita ao Clube, ele é marcado também pelas compras adicionais que complementam sua assinatura, seja no e-commerce ou nas lojas físicas. No segundo trimestre, além do gasto

² Churn é o índice de evasão de clientes, calculado pela razão entre a quantidade de clientes que cancelam o Clube pela base inicial do período. Exclui fraudes (adesão com cancelamento em menos de 30 dias) e churn referente a trocas de plano (clientes que cancelam e fazem uma nova adesão a um novo plano em período inferior a 30 dias).

³ Considera toda a margem de contribuição gerada pelo sócio, tanto com gastos no Clube de Assinatura quanto compras no e-commerce e lojas físicas. Cálculo do LTV inclui gastos com marketing não relacionados a aquisição do assinante.

⁴ Considera apenas o investimento de marketing destinado a aquisição de um novo assinante.

mensal com o clube de assinatura, os sócios gastaram 63% adicionais em compras no e-commerce e nas lojas físicas.

O índice LTV/CAC considera compras nestes três canais (Clube, e-commerce e lojas físicas). O aumento do LTV foi impulsionado pela elevação gasto médio e da margem de contribuição. A captação de novos sócios aumentou durante o 2T21, e a melhor eficiência dos gastos de marketing do Clube de Assinatura fizeram com que o CAC encerrasse o trimestre em R\$ 124, 19,5% inferior ao realizado o trimestre anterior quando encerrou em R\$ 154. Como resultado, a razão LTV/CAC passou de 8,4x no 1T21 para 11,7x no 2T21. Esses dados confirmam a rentabilidade do modelo de recorrência, mostrando que o investimento para atrair novos sócios gera o relacionamento de longo prazo, e acaba sendo convertido em *unit economics* favoráveis para a Companhia.

Em relação as receitas líquidas, o Clube de Assinaturas é o mais relevante da Companhia, e registrou R\$ 56,5 milhões no 2T21, crescimento de 66,7% em comparação com mesmo período do ano passado. No segundo trimestre, a captação de novos sócios se manteve em ritmo acelerado, chegando à marca de 270 mil assinaturas ativas, mesmo com o relaxamento das medidas de isolamento social da pandemia, demonstrando que o consumo de vinhos segue crescente puxado pelo maior número de consumidores da categoria.

E-COMMERCE E LOJAS FÍSICAS CONTRIBUEM PARA A EXPERIÊNCIA OMNICHANNEL

A plataforma de e-commerce da Wine tem papel importante na missão da Companhia de democratizar o consumo do vinho, garantindo acessibilidade a todos os consumidores (sócios e não-sócios do Clube Wine) e com rótulos de excelente custo-benefício.

Para os sócios do Clube Wine, o e-commerce é parte importante da proposta de valor do Clube, já que eles possuem benefícios de desconto, frete grátis e *cashback* em todas as compras realizadas *online*, buscando que os sócios Wine concentrem 100% de suas compras de vinho na Companhia.

As campanhas promocionais são muito importantes para manter os sócios engajados e gerar oportunidades adicionais de venda e *cross-sell*, contribuindo para o crescimento de receita da Companhia. No 2T21, a campanha de maior destaque foi a tradicional “Imposto Zero” realizada sempre no mês de maio, na semana de respeito ao contribuinte. O objetivo da campanha é mostrar ao público o peso dos impostos sobre o preço do produto, para isso, a Wine oferece descontos equivalentes a carga tributária que incide sobre o vinho. Neste ano, esta campanha contribuiu para que este canal registrasse uma receita líquida de R\$ 43,7 milhões no 2T21, sendo responsável por 35,2% das receitas líquidas da Companhia neste período.



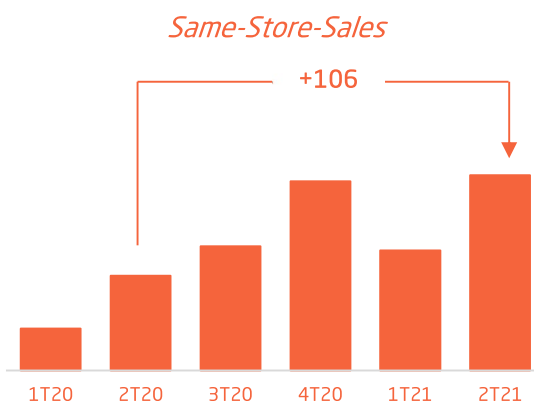
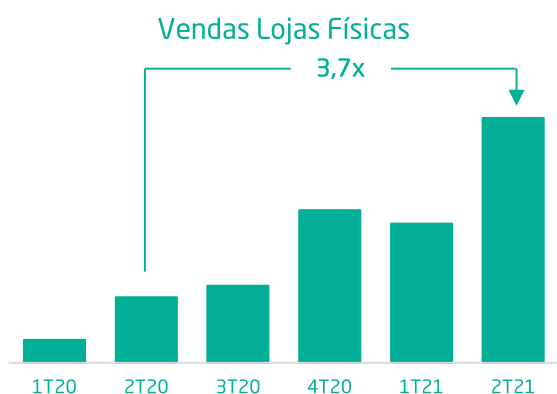
As lojas físicas também ocupam um papel relevante na estratégia da Companhia, contribuindo para a descentralização do estoque, pois permitem entregar os pedidos em *same-day* *next-day* através do *ship from store*, e, portanto, participando de uma jornada de “compras de última hora” e compras de conveniência, que a Wine não estava presente antes da abertura das lojas.

Por meio do aplicativo da Wine, as lojas físicas são integradas ao *e-commerce*, assim, mesmo dentro de um ponto de venda, o cliente pode comprar através do App, se beneficiando das promoções e descontos do *e-commerce*. O usuário do App tem também a opção de comprar diretamente de uma loja física, se estiver dentro da área de atuação de uma das lojas, tendo assim a possibilidade de receber seus vinhos em casa no mesmo dia ou de retirá-los fisicamente, opções disponíveis a sua escolha no momento de efetivar o carrinho de compras.



Em 30 de junho de 2021, a Wine contava com um total de 11 lojas abertas em 9 diferentes cidades. Logo após o encerramento do segundo trimestre, a Wine inaugurou 2 novos pontos de venda na cidade do Rio de Janeiro, nos bairros do Leblon e Barra da Tijuca, e atingiu a marca de 13 lojas abertas.

As vendas realizadas nas lojas físicas no segundo trimestre de 2021 foram 3,7x maiores do que as realizadas no mesmo período de 2020, resultado da inauguração de novos pontos de venda, e também de uma curva de maturação acelerada. O crescimento de *same-store-sales* do 2T21 para o 2T20 foi de 106%, considerando as lojas de Curitiba e Belo Horizonte, que já estavam em funcionamento durante todo o 2T20.



B2B A NOVA FORÇA DE VENDAS DA WINE

O B2B (*on-trade*⁵ e *off-trade*⁶) representa uma parcela significativa do mercado de vinhos do Brasil, com oportunidades principalmente no *off-trade*, foco de atuação principal da Wine. Através de um ecossistema que atende o cliente de maneira diferenciada por meio de consultores, parceiros comerciais e equipe de telemarketing, a unidade de negócio especializada da Wine disponibiliza, através de uma plataforma proprietária, um *e-commerce* destinado aos parceiros comerciais que queiram fazer as compras no modelo *self-service*.

⁵ Bares, restaurantes, casas noturnas, cafés, clubes e hotéis

⁶ Supermercados, atacadistas e empórios



Conforme fato relevante divulgado ao mercado, em 09 de agosto de 2021 o processo de aquisição da Futura Comercial Trading Ltda. (Cantu) foi concluído. O objetivo principal desta transação é agregar potência e capilaridade ao negócio B2B, através dos mais de 15.000 pontos de venda e mais de 11.000 clientes. Através da sinergia entre as duas empresas, a Wine reforça e acelera o desenvolvimento do negócio de B2B, colaborando para que a Wine se consolide e cresça rumo a conquista de principal importadora de vinhos no Brasil.

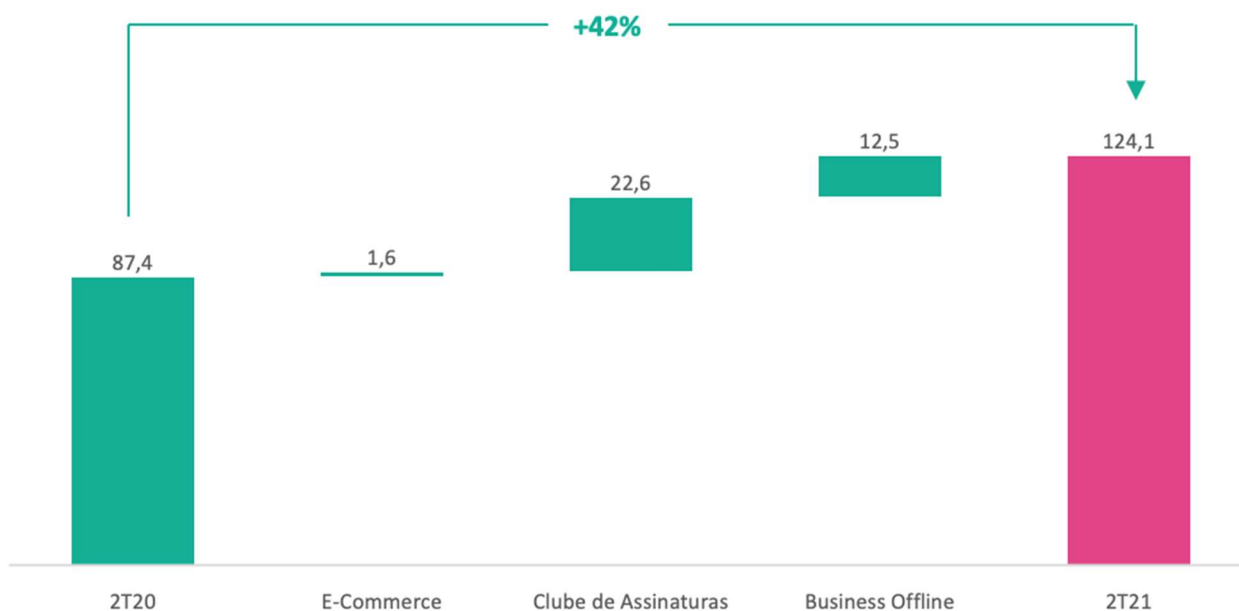
Além deste reforço estratégico no B2B, a Companhia segue expandindo o segmento de Business Offline, que considera também as Vendas Diretas e Lojas Físicas. No 2T21, a Wine registrou R\$ 24 milhões de receita líquida considerando a totalidade dos canais deste segmento, crescimento de 109,2% em relação ao segundo trimestre de 2020, chegando à marca de R\$ 36,9 milhões de receita líquida no primeiro semestre de 2021.



DESEMPENHO FINANCEIRO WINE⁷

RECEITA LÍQUIDA

Evolução da Receita Líquida por Segmento Operacional (em R\$ milhões)



No 2T21, a receita líquida da Companhia totalizou R\$ 124,1 milhões, representando um crescimento de 42% na comparação com o 2T20. Esse resultado foi impulsionado principalmente pelo Clube de Assinaturas que contribuiu com R\$ 22,6 milhões dos R\$ 36,7 milhões a mais de receita registrado nesse trimestre, seguido pelo segmento de Business Offline com R\$ 12,5 milhões.

LUCRO BRUTO

Indicadores Financeiros R\$ milhões	2T21	2T20	vs. 2T20	6M21	6M20	vs. 6M20
Receita Líquida	124,1	87,4	42,0%	221,0	146,3	51,0%
Custo das Vendas	(60,8)	(46,1)	32,0%	(110,6)	(76,3)	44,9%
Lucro Bruto	63,3	41,3	53,1%	110,4	70,0	57,7%
Margem de Lucro Bruto	51,0%	47,3%	3,7p.p.	50,0%	47,9%	2.1p.p.

O lucro bruto alcançou R\$ 63,3 milhões no 2T21, performando uma margem de lucro bruto de 51,0% no trimestre. Em relação ao 2T20, este resultado representa um crescimento de 53,1%, superior ao crescimento de receita líquida do período, refletindo a eficiência operacional através de menor crescimento proporcional dos

⁷ Os resultados demonstrados nesta seção são exclusivamente da Wine e não contemplam valores da recém adquirida Cantu.

custos das vendas. Tal eficiência é também reconhecida no resultado do semestre, período em que o lucro bruto aumentou 57,7% em relação ao mesmo período de 2020, enquanto a receita líquida apresentou crescimento de 51,0%.

DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS

Indicadores Financeiros R\$ milhões	2T21	2T20	vs. 2T20	6M21	6M20	vs. 6M20
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas						
Gerais e Administrativas	(22,7)	(14,9)	52,3%	(44,3)	(30,2)	46,7%
Vendas	(29,0)	(19,5)	49,1%	(50,7)	(34,1)	48,5%
Outras	(0,1)	(0,6)	-89,7%	(0,2)	(0,5)	-62,3%
Total	(51,8)	(35,0)	48,1%	(95,2)	(64,9)	46,8%
<i>% da receita líquida</i>	<i>41,8%</i>	<i>40,0%</i>	<i>1,8p.p.</i>	<i>43,1%</i>	<i>44,3%</i>	<i>-1,2p.p.</i>

Gerais e Administrativas - No 2T21, com o crescimento de vendas e da quantidade de pedidos, houve um aumento no gasto com contratação de terceiros para operação em seu centro de distribuição, bem como, nas áreas de serviço de atendimento ao cliente. Além disso, foram necessárias despesas adicionais, como contratação de meio de transporte exclusivo e serviço de alimentação no refeitório da Companhia, para proteger a saúde dos colaboradores que continuaram trabalhando nas dependências da empresa, principalmente no centro de distribuição. Ainda, destaca-se neste aumento, R\$ 2,2 milhões, referentes a despesas com colaboradores, estrutura e aluguéis das novas lojas físicas inauguradas no período. Tais custos, serão diluídos à medida que as lojas físicas ganham maturidade e apresentam maior contribuição na receita total da Companhia.

Vendas - Em linha com a estratégia de continuar crescendo a base de sócios, o aumento das despesas com vendas deve-se principalmente a investimentos de marketing do Clube de Assinaturas. O aumento das despesas com comissão atrelado ao crescimento de receita do segmento do Business Offline, devido a expansão dos negócios B2B e maior quantidade de lojas físicas. Parte relevante das despesas com vendas está associado a despesas de frete com a entrega dos pedidos aos clientes, porém a Companhia tem sido eficiente em renegociar contratos e desenvolver novos parceiros logísticos de forma que a despesa de frete cresce em ritmo menos acelerado que a receita líquida.

EBITDA E EBITDA AJUSTADO

Indicadores Financeiros R\$ milhões	2T21	2T20	vs. 2T20	6M21	6M20	vs. 6M20
EBITDA	15,4	9,2	67,7%	23,0	11,2	105,5%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>12,4%</i>	<i>10,5%</i>	<i>1,9 p.p.</i>	<i>10,4%</i>	<i>7,7%</i>	<i>2,8 p.p.</i>
Gastos Legais Não Recorrentes	1,0	0,2	328,6%	1,6	0,8	105,8%
Perda / (Ganho) Tributário	(0,8)	0,4	-301,5%	(0,8)	0,4	-301,5%
EBITDA Ajustado	15,7	9,9	59,0%	23,8	12,4	92,3%
<i>Margem EBITDA Ajustado</i>	<i>12,6%</i>	<i>11,3%</i>	<i>1,4 p.p.</i>	<i>10,8%</i>	<i>8,5%</i>	<i>2,3 p.p.</i>

O EBITDA no 2T21 totalizou R\$ 15,4 milhões, apresentando um aumento de 67,7% comparado ao EBITDA do 2T20. O EBITDA Ajustado totalizou R\$ 15,7 milhões, que representa um aumento de 59% frente ao EBITDA Ajustado do 2T20. A Margem EBITDA Ajustado teve um crescimento de 1,4 p.p. nessa comparação. A eficiência

na logística de frete e a assertividade nas campanhas de marketing e mídias pagas, auxiliam na melhora da margem EBITDA.

Ainda estão compreendidas dentro do EBITDA Ajustado do semestre, os gastos com assessorias, consultorias, advogados e taxas referentes ao registro de Companhia aberta no montante de R\$ 1,2 milhões. Desconsiderando esta despesa, o resultado performado da Companhia para o período seria de R\$ 25,0 milhões, e a Margem EBITDA Ajustado do 1º semestre de 2021 seria de 11,3%, 2,8 p.p. acima do mesmo período de 2020.

RESULTADO FINANCEIRO

Indicadores Financeiros R\$ milhões	2T21	2T20	vs. 2T20	6M21	6M20	vs. 6M20
Receitas Financeiras	3,5	2,3	48,5%	5,7	4,7	21,1%
Varição Cambial Ativa	2,8	2,1	32,7%	4,8	4,2	14,0%
Outros	0,7	0,2	180,7%	0,9	0,5	79,9%
Despesas Financeiras	(3,5)	(2,9)	20,4%	(10,0)	(10,1)	-1,1%
Varição Cambial Passiva	(1,2)	(1,8)	-32,2%	(6,5)	(7,7)	-15,6%
Encargos sobre empréstimos e financiamentos, líquidos	(0,2)	(0,0)	2542,9%	(0,4)	(0,2)	149,4%
Outros	(2,1)	(1,1)	85,4%	(3,1)	(2,2)	38,6%
Resultado Financeiro Líquido	0,0	(0,6)	-100,0%	(4,2)	(5,4)	-22,2%

No 2T21 a Companhia apresentou melhor resultado financeiro comparado ao 2T20 devido, principalmente, a variação cambial ativa que foi R\$ 0,7 milhões superior ao 2T20. A captação efetuada através das debêntures impactou as receitas e as despesas financeiras, estas através da apropriação dos juros mensais atrelados a esta transação.

LUCRO LÍQUIDO

Indicadores Financeiros R\$ milhões	2T21	2T20	vs. 2T20	6M21	6M20	vs. 6M20
EBITDA	15,4	9,2	67,7%	23,0	11,2	105,5%
EBITDA Ajustado	15,7	9,9	59,0%	23,8	12,4	92,3%
(-) Depreciações e Amortizações	(4,0)	(2,9)	39,3%	(7,8)	(6,0)	29,7%
EBIT	11,5	6,3	80,6%	15,2	5,2	193,6%
(-) Resultado Financeiro Líquido	0,0	(0,6)	-100,0%	(4,2)	(5,3)	-20,8%
(-) IRPJ e CSLL	0,0	(0,2)	-100,0%	0,0	(0,2)	-100,0%
Lucro/(Prejuízo Líquido)	11,4	5,5	104,6%	11,0	(0,3)	-3824,0%

O lucro líquido totalizou R\$ 11,4 milhões no 2T21, apresentando aumento de 104,6% comparado ao reportado no 2T20. O ganho em EBITDA no período impactaram positivamente e contribuíram para a reversão do cenário de prejuízo registrado pela Companhia no primeiro semestre de 2020.

POSIÇÃO DE CAIXA E ENDIVIDAMENTO

Indicadores Financeiros Em milhões R\$	2T21	2020	vs. 2020
Dívida Bruta	150,5	33,3	352,1%
Caixa e Equivalente de caixa	14,9	20,9	-27,0%
Aplicações Financeiras	120,2	0,0	n/a
Dívida Líquida	15,3	12,3	24,4%

O saldo de fechamento caixa e aplicações no semestre de 2021 é de R\$ 135,2 milhões, um aumento de R\$ 114,2 milhões em relação ao saldo de caixa e aplicações para o exercício encerrado de 2020. O maior impacto para este aumento, refere-se à 2ª emissão das debêntures simples emitida em 17 de maio de 2021, no valor de R\$ 120 milhões, com o objetivo de capitalizar a Companhia para realizar a aquisição da Cantu. O crescimento da dívida bruta é igualmente explicado pela emissão destas debêntures, de forma que a dívida líquida apresentou aumento de apenas R\$ 3 milhões de reais, equivalentes ao crescimento de 24,4%.

CAPEX

CAPEX R\$ milhões	2T21	2T20	vs. 2T20	6M21	6M20	vs. 6M20
Operações	0,0	0,0	660,0%	0,1	0,1	176,0%
Administrativo	0,0	0,5	-100,0%	0,0	0,6	-95,5%
TI	3,5	1,5	141,4%	6,4	2,1	208,2%
Lojas Físicas	1,9	0,1	2333,8%	2,4	0,2	923,0%
Total de Investimentos	5,5	2,0	173,1%	8,9	2,9	204,0%
<i>% da receita líquida</i>	<i>4,5%</i>	<i>2,3%</i>	<i>2,1 p.p.</i>	<i>4,0%</i>	<i>2,0%</i>	<i>2,0 p.p.</i>

O CAPEX realizado no 2T21 apresentou crescimento de 173,1% em relação ao mesmo período do ano anterior devido, a maiores investimentos na estrutura de tecnologia para desenvolvimento de melhorias tecnológicas dos sistemas da Companhia, dentre eles o aplicativo e a plataforma digital, assim como a renovação de licenças e, principalmente, o aumento do investimento em lojas físicas com a reforma e inauguração das novas lojas.

Apesar do crescimento substancial do CAPEX em termos absolutos, em relação a receita líquida trata-se de um incremento de apenas 2,1 p.p. Esses investimentos realizados são primordiais para a manutenção do ritmo acelerado de crescimento da Companhia para os períodos seguintes.

EVENTOS SUBSEQUENTES

CONCLUSÃO DA AQUISIÇÃO DA CANTU

Em 09 de agosto de 2021, a Wine finalizou o processo de aquisição da Futura Comercial Trading (“Cantu”). Com mais de 15 anos de mercado, a Cantu opera com marcas exclusivas de expressão mundial com uma seleção primorosa de vinhos reconhecidos e premiados internacionalmente. A operação conta com uma presença regional forte e com uma base de compradores leais. São mais de 15.000 pontos de venda e mais de 11.000 clientes *on-trade* e *off-trade* que agregarão potência e capilaridade ao negócio de B2B da Wine.

Apesar da aquisição da Cantu ter sido finalizada após o encerramento do segundo trimestre do ano, esta transação é de extrema relevância e materialidade para a Companhia. Devido a este fator, estão apresentadas abaixo informações de performance da Cantu durante o ano de 2021, assim como seus resultados adicionados aos resultados da Wine com o objetivo de uma análise prévia da Wine em um cenário pós aquisição.

RESULTADOS DA CANTU

RECEITA LÍQUIDA E LUCRO BRUTO

Indicadores Financeiros R\$ milhões	2T21	2T20	vs. 2T20	6M21	6M20	vs. 6M20
Receita Líquida	50,1	30,7	63,2%	75,3	46,3	62,5%
Custo das Vendas	(32,7)	(18,2)	79,7%	(48,8)	(27,9)	74,9%
Lucro Bruto	17,4	12,5	39,2%	26,4	18,4	43,7%
<i>Margem de Lucro Bruto</i>	<i>34,8%</i>	<i>40,7%</i>	<i>-6,0p.p.</i>	<i>35,1%</i>	<i>39,7%</i>	<i>-4,6p.p.</i>

No 2T21, a receita líquida da Cantu totalizou R\$ 50,1 milhões, representando um crescimento de 63,2% na comparação com o 2T20. Crescimento muito similar ao acumulado do ano, que foi de 62,5%.

O lucro bruto alcançou R\$ 17,4 milhões no 2T21, performando uma margem de lucro bruto de 34,8% no trimestre. O crescimento em relação ao 2T20 foi de 39,2%, um pouco abaixo do acumulado do ano quando comparado ao primeiro semestre de 2020, quando o crescimento fica então em 43,7%.

DESPESAS E EBITDA

Indicadores Financeiros R\$ milhões	2T21	2T20	vs. 2T20	6M21	6M20	vs. 6M20
Despesas de vendas	(3,7)	(2,5)	52,9%	(7,7)	(4,1)	87,7%
Despesas Administrativas e Gerais	(3,9)	(2,1)	87,6%	(7,3)	(3,5)	106,4%
Outras receitas e (despesas)	0,3	0,0	n.a	0,1	0,0	n.a
EBITDA	10,0	8,0	25,6%	11,5	10,7	7,1%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>20,0%</i>	<i>25,9%</i>	<i>-5,9p.p.</i>	<i>15,3%</i>	<i>23,2%</i>	<i>-7,9 p.p.</i>

O EBITDA no 2T21 totalizou R\$ 10,0 milhões, apresentando um aumento de 25,6% comparado ao EBITDA do 2T20, resultado relacionado a maior eficiência na logística e da gestão da despesa de frete e nos gastos de marketing, gerando um incremento de despesa de vendas inferior ao crescimento da receita líquida.

A queda na margem EBITDA entre os seis primeiros meses de cada ano pode ser explicada pela movimentação de funcionários previamente alocados na Holding e que foram transferidos para a Cantu no segundo trimestre de 2020, por isso, no ano passado, a Cantu foi responsável pelos salários e todos os demais valores vinculados a eles, somente no segundo trimestre do ano, ao par que no ano de 2021, estes valores já estavam contabilizados por todo o período.

UMA PRÉVIA DE PERFORMANCE: WINE + CANTU

RECEITA LÍQUIDA E LUCRO BRUTO

Durante o segundo trimestre de 2021, somadas as receitas líquidas da Wine e da Cantu, o resultado seria de R\$ 174,2 milhões, apresentando um crescimento de 47,5% em relação ao segundo trimestre de 2020. Em termos acumulados, o crescimento seria de 53,8% em relação ao primeiro semestre de 2020, um total de R\$ 296,2 milhões de receita líquida.

Indicadores Financeiros R\$ milhões	2T21	2T20	vs. 2T20	6M21	6M20	vs. 6M20
Receita Líquida	174,2	118,1	47,5%	296,2	192,6	53,8%
Custo das Vendas	(93,6)	(64,3)	45,5%	(159,4)	(104,2)	52,9%
Lucro Bruto	80,7	53,8	49,9%	136,8	88,4	54,8%
Margem de Lucro Bruto	46,3%	45,6%	0,7p.p.	46,2%	45,9%	0,3p.p.

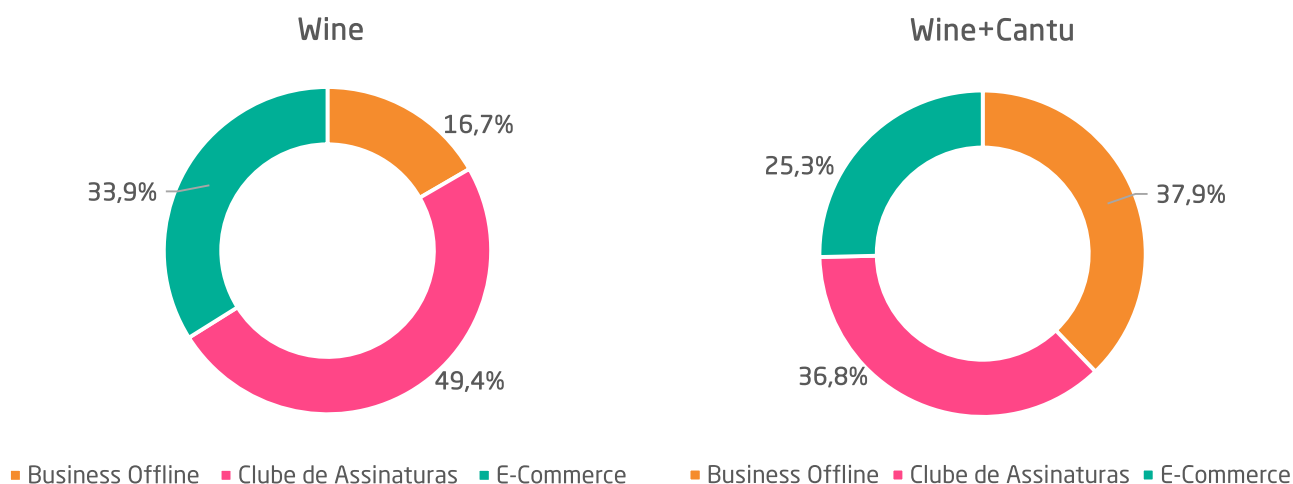
Em relação ao lucro bruto, o segundo trimestre tem um total de R\$ 80,7 milhões com uma margem de 46,3% e um crescimento em relação ao 2T20 de 49,9%. Crescimento um pouco inferior ao acumulado do ano, que fica em 54,8%.

RECEITA LÍQUIDA POR SEGMENTO OPERACIONAL

Em relação a segmentos operacionais, considerando que a Cantu opera somente com B2B, o que aloca seu resultado ao segmento de Business Offline dentro da Wine. Aos resultados já apresentados da Wine, se adicionados a receita líquida da Cantu, a nova proporcionalidade entre canais, para o primeiro semestre de 2021 ficaria demonstrado da seguinte forma:

Receita Líquida R\$ milhões	6M21		
	Wine	Cantu	Total
Clube de Assinaturas	109,1	0,0	109,1
E-Commerce	75,0	0,0	75,0
Business Offline	36,9	75,3	112,2

Participação dos Segmentos na Receita Líquida - Com e Sem Cantu



A aquisição da Cantu, além de contribuir para maior crescimento da Companhia e ampliar a presença da Wine nos canais *on-trade* e *off-trade*, também proporciona maior equilíbrio da distribuição da receita entre as unidades de negócio, reduzindo a concentração que havia anteriormente no Clube de Assinaturas (49,4% da receita líquida antes da aquisição da Cantu). O segmento operacional Business Off-line (representado pelas lojas físicas e B2B) cresce sua participação de 16,7% para 37,9% após considerar a aquisição da Cantu.

EBITDA E EBITDA AJUSTADO

Indicadores Financeiros R\$ milhões	2T21	2T20	vs. 2T20	6M21	6M20	vs. 6M20
EBITDA	25,4	17,2	48,0%	34,5	21,9	57,3%
Margem EBITDA	14,6%	14,5%	0,1 p.p.	11,6%	11,4%	0,2 p.p.
EBITDA AJUSTADO	25,7	17,8	44,1%	35,3	23,1	52,7%
Margem EBITDA Ajustado	14,7%	15,1%	-0,4 p.p.	11,9%	12,0%	-0,1 p.p.

Em relação aos resultados operacionais, Wine mais Cantu totalizam R\$ 35,3 milhões de EBITDA ajustado no primeiro semestre, numa margem EBITDA Ajustado de 11,9% e crescimento de 52,7%.

ANEXO I - BALANÇO PATRIMONIAL WINE⁸

Balanço Patrimonial R\$ milhões	6M21	6M20
Ativo	423,4	286,3
Circulante	327,2	225,1
Caixa e equivalentes de caixa	14,9	21,0
Aplicações financeiras	120,2	-
Instrumentos financeiros derivativos	0,0	0,3
Contas a receber de clientes	41,4	44,6
Ativos relacionados a contrato com clientes	32,7	40,0
Estoques	94,9	89,3
Impostos a recuperar	6,0	16,3
Outros ativos	17,0	13,7
Não circulante	96,2	61,1
Impostos a recuperar	21,4	-
Outros ativos	2,7	2,6
Direito de Uso	30,0	20,7
Imobilizado	9,8	8,8
Intangível	32,3	29,0
Passivo	338,9	211,0
Circulante	177,4	192,9
Fornecedores	92,6	91,8
Fornecedores (<i>forfeiting</i>)	0,6	7,7
Empréstimos e financiamentos	32,8	33,3
Passivos de arrendamento	7,1	2,8
Instrumentos financeiros derivativos	3,3	1,5
Obrigações sociais e trabalhistas	10,7	8,9
Impostos a recolher	10,8	17,0
Passivos relacionados a contratos com clientes	15,0	26,4
Provisões para contingências	0,1	0,2
Debêntures	0,2	-
Outros passivos	4,3	3,3
Não circulante	161,5	18,1
Debêntures	117,5	-
Passivos de arrendamento	17,8	13,5
Impostos a Recolher	21,7	-
Tributos diferidos	3,2	3,2
Outros passivos	1,3	1,5
Patrimônio líquido	84,5	75,3
Capital social	105,3	105,3
Reserva de capital	6,6	6,6
Ajustes de avaliação patrimonial	(3,3)	(1,6)
Prejuízos acumulados	(24,0)	(34,9)

⁸ O Balanço Patrimonial apresentado refere-se somente a Wine e não contemplam valores da recém adquirida Cantu.

ANEXO II - DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO WINE⁹

Demonstração do Resultado R\$ milhões	2T21	2T20	2T21 vs. 2T20	6M21	6M20	6M21 vs. 6M20
Receita líquida	124,1	87,4	42,0%	221,0	146,3	51,0%
Custo das vendas	(60,8)	(46,1)	32,0%	(110,6)	(76,3)	44,9%
Lucro bruto	63,3	41,3	53,1%	110,4	70,0	57,7%
Receitas (Despesas) Operacionais	(51,8)	(35,0)	48,1%	(95,2)	(64,9)	46,8%
Despesas com vendas	(29,0)	(19,5)	49,1%	(50,7)	(34,1)	48,5%
Despesas gerais e administrativas	(22,7)	(15,0)	52,0%	(44,3)	(30,2)	46,5%
Outros resultados operacionais	(0,1)	(0,6)	-89,7%	(0,2)	(0,5)	-62,4%
Lucro (Prejuízo) operacional	11,5	6,3	80,6%	15,2	5,2	193,6%
Resultado financeiro líquido	(0,0)	(0,6)	-94,6%	(4,2)	(5,3)	-20,8%
Lucro (Prejuízo) antes do IRPJ e CSLL	11,4	5,8	97,9%	11,0	(0,2)	-6926,9%
Imposto de renda e contribuição social	(0,0)	(0,2)	-89,1%	(0,0)	(0,2)	-77,3%
Lucro (Prejuízo) do exercício	11,4	5,6	104,6%	11,0	(0,3)	-3301,9%

⁹ A Demonstração do Resultado apresentada refere-se somente a Wine e não contemplam valores da recém adquirida Cantu.

ANEXO III - DEMONSTRATIVO DE FLUXO DE CAIXA WINE¹⁰

Fluxo de Caixa R\$ milhões	6M21	6M20
Fluxo de caixa das atividades operacionais		
Lucro (Prejuízo) antes do imposto de renda e contribuição social	11,0	(0,2)
Ajustes para reconciliar o lucro ao fluxo de caixa das atividades operacionais		
Depreciação e amortização	7,8	6,0
Despesas com juros e variações cambiais	2,3	2,1
(Ganhos) perdas com valor justo de ativos financeiros mensurados ao valor justo por meio do resultado	(0,4)	(1,4)
Perdas na baixa de imobilizado e intangível	(0,0)	0,2
Provisão (Reversão) para devedores duvidosos	0,0	(0,0)
Reversão para perda nos estoques	(0,0)	(0,0)
Provisão (Reversão) para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(0,0)	0,0
Lucro Líquido Ajustado	20,7	6,8
Variações nos ativos e passivos		
Redução (aumento) de contas a receber	3,2	(8,6)
Redução (aumento) de ativos relacionados a contratos com clientes	7,3	(9,3)
Redução (aumento) de estoques	(5,6)	0,3
Redução (aumento) de impostos a recuperar	(11,1)	-
Redução (aumento) de outros ativos	(3,4)	(3,1)
(Redução) aumento de fornecedores	0,8	15,9
(Redução) aumento fornecedores (forfaiting)	(7,6)	(2,3)
(Redução) aumento de passivos relacionados a contratos com clientes	(11,4)	2,3
(Redução) aumento de obrigações trabalhistas e sociais	1,7	13,7
(Redução) aumento de impostos a recolher	15,5	-
(Redução) aumento de outros passivos	1,4	(1,4)
Caixa gerado pelas (utilizados nas) operações	11,4	14,4
Juros de empréstimos e financiamentos	(0,1)	(0,1)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(0,0)	-
Caixa líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades operacionais	11,3	14,3
Fluxo de caixa das atividades de investimento		
Alienação de ativo imobilizado	0,0	-
Movimentações de aplicações	(120,2)	-
Compras de itens relacionados ao direito de uso	(1,3)	(0,5)
Compras de ativo imobilizado	(1,8)	(0,4)
Compras de ativos intangíveis	(5,8)	(2,0)
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(129,1)	(2,9)
Fluxo de caixa das atividades de financiamentos		
Captações de empréstimos e financiamentos	14,9	21,1
Captação de debêntures	116,8	-
Amortizações de empréstimos e financiamentos	(16,0)	(13,0)
Amortizações de arrendamentos	(3,9)	(4,1)
Caixa líquido gerado pelas atividades de financiamento	111,7	4,0
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalentes de caixa	(6,1)	15,4
Caixa e equivalentes de caixa no início de período	21,0	6,8
Caixa e equivalentes de caixa no final de período	14,9	22,2

¹⁰ A Demonstração do Fluxo de Caixa apresentado refere-se somente a Wine e não contemplam valores da recém adquirida Cantu.

ANEXO IV - BALANÇO PATRIMONIAL CANTU

Balanço Patrimonial R\$ milhões	6M21	6M20
Ativo	77,3	69,7
Circulante	74,1	66,9
Caixa e equivalentes de caixa	2,5	4,8
Contas a receber de clientes	43,4	32,9
Estoques	24,0	20,7
Impostos a recuperar	1,2	0,4
Adiantamentos a fornecedores	2,3	7,4
Outras contas a receber	0,5	0,5
Despesas antecipadas	0,1	0,1
Não circulante	3,1	2,8
Impostos a recuperar LP	-	0,0
Imposto de renda e contribuição social diferidos LP	0,5	0,1
Contas a receber de clientes lp	1,8	1,8
Imobilizado	0,5	0,3
Arrendamentos	0,3	0,6
Intangível	0,1	0,1
Passivo	60,3	59,4
Circulante	36,3	33,1
Fornecedores	20,1	24,9
Empréstimos e financiamentos	8,4	2,3
Impostos e contribuições a recolher	6,4	4,1
Obrigações trabalhistas e previdenciárias	1,2	0,6
Adiantamentos de clientes	0,1	1,2
Outras contas a pagar	-	0,0
Não circulante	24,0	26,3
Fornecedores	-	0,0
Empréstimos e financiamentos	20,7	22,4
Impostos e contribuições a recolher	3,2	3,9
Imposto de renda e contribuição social diferidos	0,0	-
Patrimônio líquido	17,00	10,25
Capital social	4,5	4,5
Reservas de lucros	12,6	5,8
Reserva de reavaliação	-	-
Ajustes de avaliação patrimonial	-	-
Prejuízos acumulados	-	-



ANEXO V - DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO CANTU

Demonstração do Resultado R\$ milhões	2T21	2T20	2T21 vs. 2T20	6M21	6M20	6M21 vs. 6M20
Receita líquida	50,1	30,7	63,2%	75,3	46,3	62,5%
Custo das vendas	(32,7)	(18,2)	79,7%	(48,8)	(27,9)	74,9%
Lucro bruto	17,4	12,5	39,2%	26,4	18,4	43,7%
Receitas (Despesas) Operacionais	(7,7)	(4,8)	62,4%	(15,3)	(8,0)	92,1%
Despesas com vendas	(3,7)	(2,5)	52,9%	(7,7)	(4,1)	87,7%
Despesas gerais e administrativas	(4,3)	(2,3)	84,0%	(7,7)	(3,8)	99,7%
Outros resultados operacionais	0,3	0,0	13350,0%	0,1	(0,0)	-2140,0%
Lucro (Prejuízo) operacional	9,7	7,8	24,9%	11,1	10,4	6,7%
Resultado financeiro líquido	(0,8)	(0,5)	53,3%	(2,9)	(3,8)	-23,6%
Lucro (Prejuízo) antes do IRPJ e CSLL	8,9	7,2	22,9%	8,2	6,6	24,2%
Imposto de renda e contribuição social	(2,3)	0,7	-419,4%	(1,8)	0,1	-1867,0%
Lucro (Prejuízo) do exercício	6,6	7,9	-16,6%	6,4	6,7	-4,0%



ANEXO VI - DEMONSTRATIVO DE FLUXO DE CAIXA CANTU

Fluxo de Caixa R\$ milhões	6M21	6M20
Fluxos de caixa das atividades operacionais		
Lucro (Prejuízo) antes do imposto de renda e contribuição social	6,8	4,7
Ajustes para reconciliar o lucro ao fluxo de caixa das atividades operacionais		
Constituição de provisão para perdas esperadas com clientes	0,5	(0,0)
Amortização arrendamentos	-	-
Depreciação e amortização	0,0	0,1
Custo residual de itens permanentes baixados	(0,0)	-
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(0,3)	(0,1)
Lucro Líquido Ajustado	7,8	5,3
Variações nos ativos e passivos		
Aumento em contas a receber de clientes	(11,0)	(11,5)
Aumento (redução) estoques	(3,3)	(2,1)
Aumento (redução) em impostos a recuperar	(0,8)	0,1
Aumento (redução) em adiantamentos a fornecedores	5,1	(1,5)
Aumento (redução) em outras contas a receber	(0,0)	0,3
Aumento (redução) em despesas antecipadas	(0,0)	0,0
Redução (aumento) fornecedores	(4,8)	0,7
Redução (aumento) em impostos e contribuições a recolher	1,7	1,2
Redução (aumento) em obrigações trabalhistas	0,2	0,2
Redução (aumento) em adiantamento de clientes	(1,1)	2,6
Redução (aumento) em outras contas a pagar	(0,0)	0,1
Caixa gerado pelas (utilizados nas) operações	(6,3)	(4,7)
Fluxo de caixa das atividades de investimento		
Adições em ativo imobilizado	(0,3)	(0,1)
Adições direito de uso	0,3	0,6
Adições em intangível	(0,0)	0,0
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimento	(0,0)	0,5
Fluxo de caixa das atividades de financiamentos		
Empréstimos e financiamentos captados	5,0	6,8
Pagamento de juros	(0,4)	(0,3)
Caixa líquido gerado pelas atividades de financiamento	4,0	2,1
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalentes de caixa	(2,3)	(2,1)
Caixa e equivalentes de caixa no início de período	4,8	3,8
Caixa e equivalentes de caixa no final de período	2,5	1,7
Aumento (redução) líquido de caixa e equivalentes de caixa	(2,3)	(2,1)

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Alexandre Magno da Cruz Oliveira Filho
Bruna Louise Vargas

E-mail: ri@wine.com.br
Website: ri.wine.com.br

WINE