

Resultados do terceiro trimestre de 2020

13 de novembro de 2020

AVON


natura


THE BODY SHOP

Aēsop.

natura & co

Esta apresentação contém informações futuras.

Tais informações não são apenas 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/>

Destques 3T-20

Natura &Co reporta crescimento de 32% em vendas, superando significativamente o mercado de CFT^{1,2}, com importante melhora em margem

Forte crescimento de receita e progresso contínuo da digitalização em um ambiente volátil

- Forte crescimento de receita em todas as marcas
- Continuidade do processo digitalização ajudou a compensar fechamento de lojas
- Lançamento do &Co Pay, nossa plataforma proprietária e completa de serviços financeiros

Progresso na integração da Avon

- América Latina: importantes avanços em fabricação – integração das frentes de produção no Brasil, México e Argentina
- Internacional: (i) simplificação dos ciclos de campanha em andamento em cinco mercados; (ii) lançamento da campanha Watch Me Now em mais de 30 países

Agenda ESG

- Aesop recebeu a certificação B-Corp
- Conscientização: Dia da Amazônia; Semana do Clima; Mês de conscientização do Câncer de Mama

Fortalecimento da estrutura de capital

- Aumento de capital de US\$1 bilhão bem sucedido, o maior de todos os tempos no setor de consumo da América Latina:
 - Otimização da estrutura de capital
 - Possibilita investimentos para acelerar o crescimento nos próximos três anos

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 3T vs. o ano anterior, de aproximadamente -3,5% (em moeda corrente reportada), como reportado pelas Companhias ou estimativas publicadas na Bloomberg para aquelas que ainda não divulgaram seus resultados. 2 Para fins de comparação, os resultados e análises do 3T20 e 3T19 incluem o seguinte: i) resultado agregado do 3T19 incluindo Avon Products, Inc. em IFRS; ii) resultados de 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 compreendem todas as operações das respectivas marcas, exceto as da América Latina; e iv) resultados e análises dos resultados do 3T20 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).



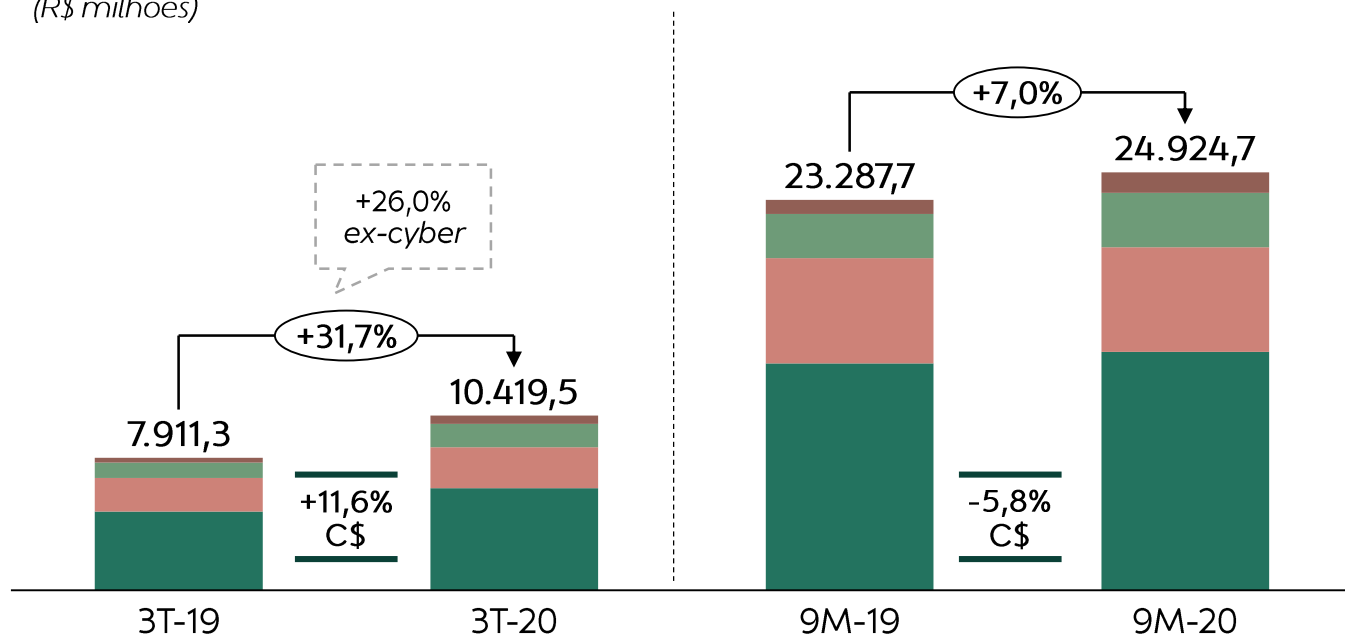
Consolidado

Desempenho Financeiro

Forte crescimento em todas as marcas, superando significativamente o mercado CFT^{1,2}

RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



Natura &Co Latam

3T: +29,5% em BRL
+20,1% em C\$
9M: +5,1% em BRL
0,0% em C\$

Avon Internacional

3T: +22,5% em BRL
-7,3% em C\$
9M: -0,9% em BRL
-20,5% em C\$

The Body Shop

3T: +51,9% em BRL
+8,2% em C\$
9M: +23,9% em BRL
-4,9% em C\$

Aesop

3T: +67,2% in BRL
+19,9% at C\$
9M: +43,5% in BRL
+10,1% at C\$

DESTAQUES

- Forte crescimento da Natura &Co Latam (marca Natura +41,2% e marca Avon +19,3%)
- Sólidos desempenhos da The Body Shop e Aesop
- Crescimento sustentável das vendas digitais em todas as marcas

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 3T vs. o ano anterior, de aproximadamente -3,5% (em moeda corrente reportada), como reportado pelas Companhias ou estimativas publicadas na Bloomberg para aquelas que ainda não divulgaram seus resultados. 2 Para fins de comparação, os resultados e análises do 3T20 e 3T19 incluem o seguinte: i) resultado agregado do 3T19 incluindo Avon Products, Inc. em IFRS; ii) resultados de Natura &Co América Latina, que inclui as operações das marcas Avon, Natura, The Body Shop e Aesop na região; iii) resultados da Avon Internacional, The Body Shop e Aesop, que compreendem todas as operações das respectivas marcas, exceto as da América Latina; e iv) resultados e análises dos resultados do 3T20 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).

+115% Forte e contínua aceleração em *social selling* e e-commerce, mesmo com a reabertura de mercados de varejo físico



&

AVON

+83%
vendas on-line

- +170% de compartilhamento de conteúdo
- +45% de pedidos
- +75% lojas virtuais de consultoras
- Vendas por catálogo digital mais que dobraram na Avon globalmente
- +70% de consumidores acessando catálogos digitais
- +300% de vendas por catálogo digital no Reino Unido

Aēsop.

+264%
vendas on-line

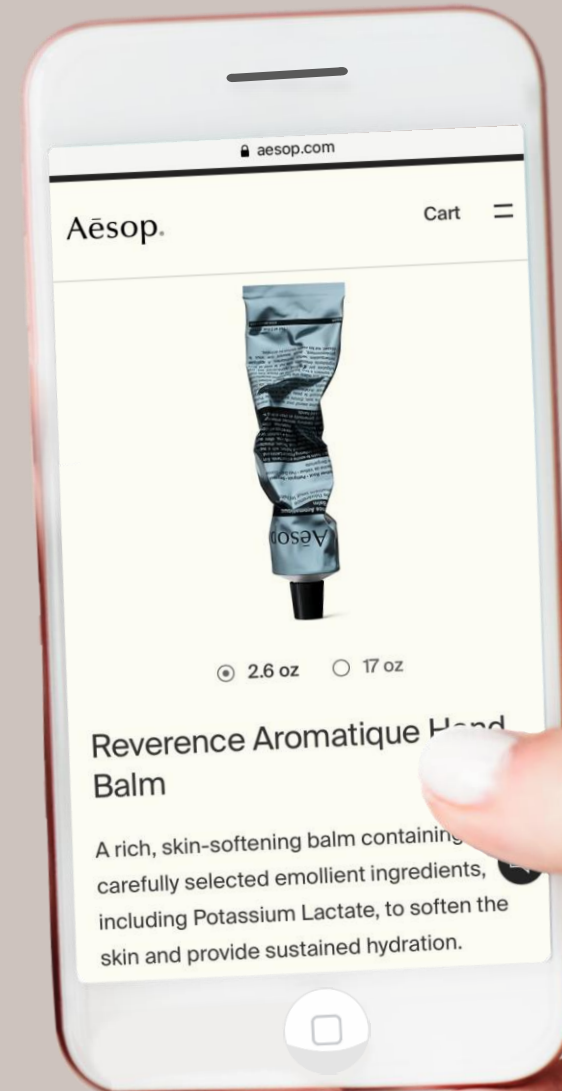
- On-line representou 22% das vendas totais
- Experiência única oferecida nas lojas replicada on-line, incluindo chat



THE BODY SHOP

+103%
vendas on-line

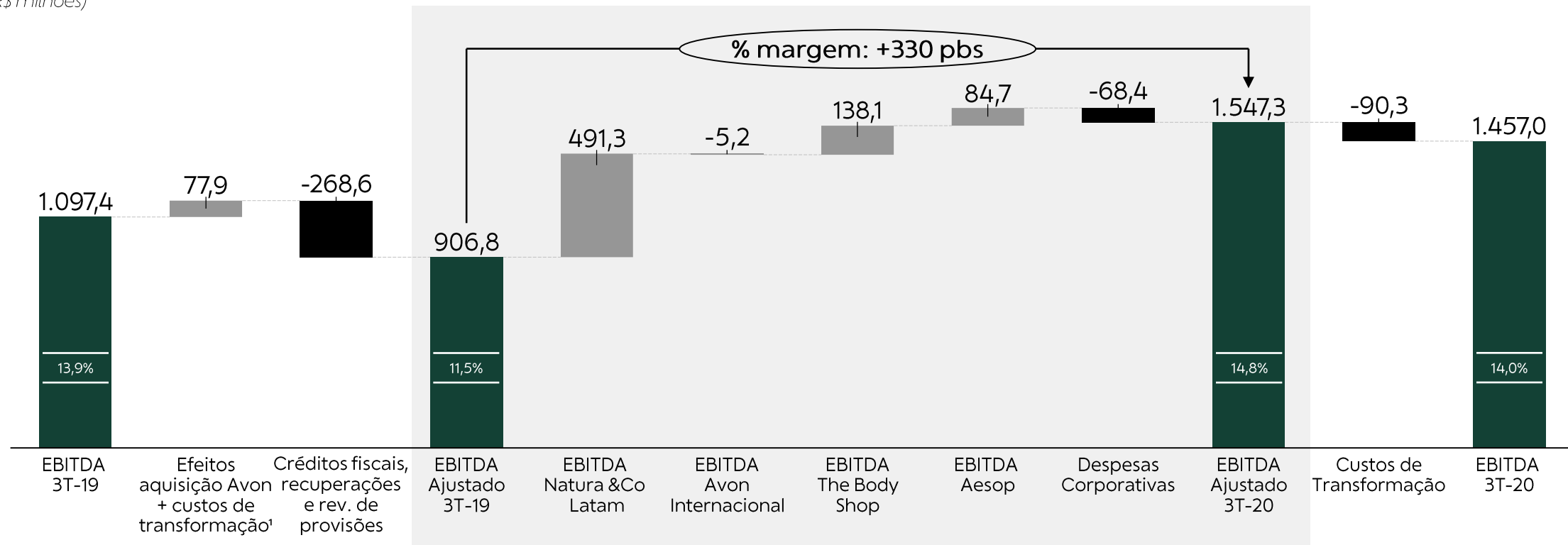
- On-line representou ~12% das vendas totais
- +302% de vendas on-line na Austrália e +167% no Reino Unido



Crescimento de 71% no EBITDA ajustado e forte expansão de margem

EBITDA CONSOLIDADO 3T

(R\$ milhões)



Margem EBITDA Ajustada de 14,8% (+330 pbs) in Q3-20 e 11,0% (-60 pbs) nos 9M-20

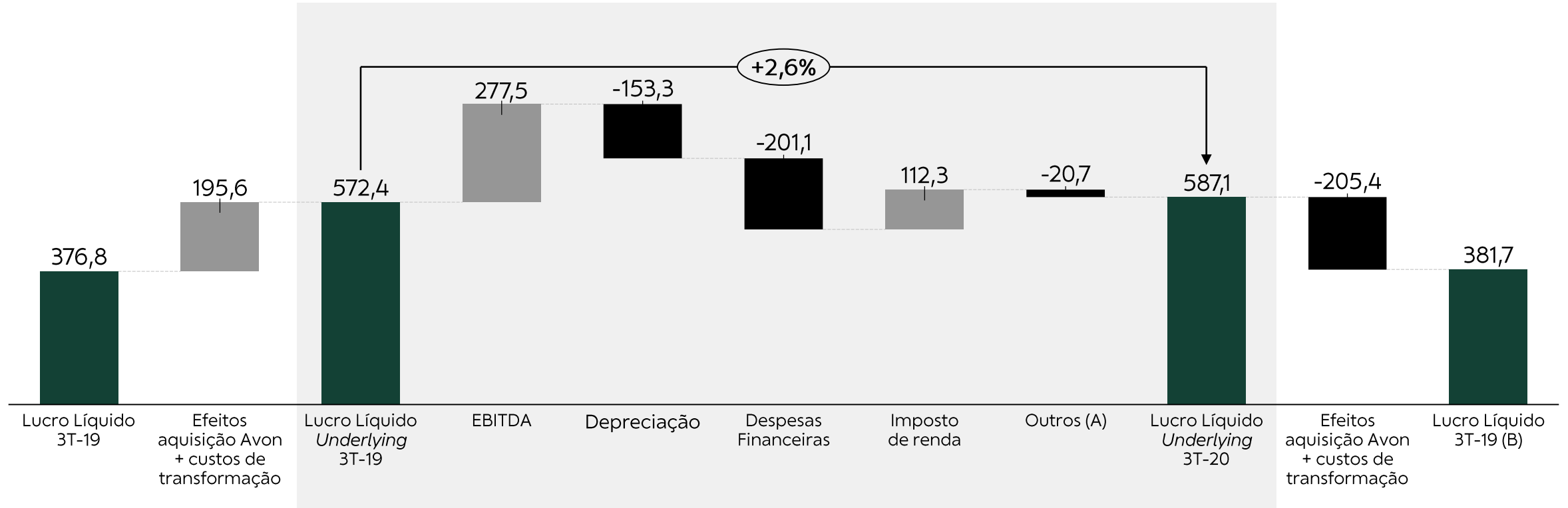
Margem EBITDA Reportada de 14,0% (+10 pbs) in Q3-20 e 9,0% (-200 pbs) nos 9M-20

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

Resultado líquido *Underlying* positivamente impactado por melhor EBITDA

RESULTADO LÍQUIDO *UNDERLYING* 3T

(R\$ milhões)



(A) Participação de não controladores e operações descontinuadas

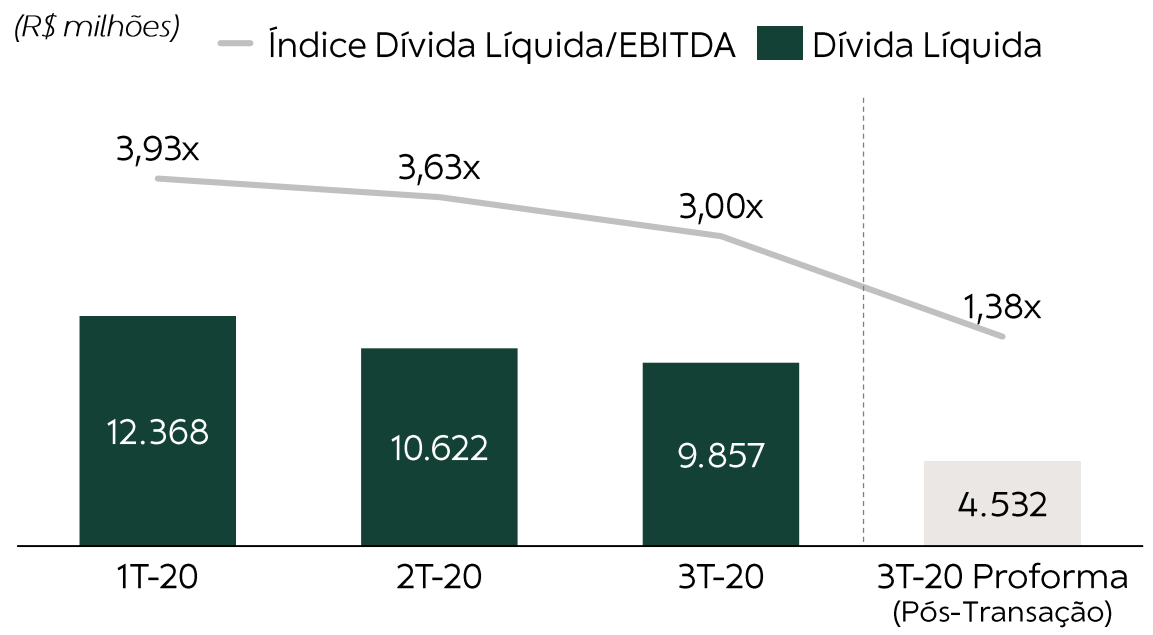
(B) Lucro líquido atribuível aos acionistas controladores

9M-20: Resultado Líquido *Underlying* de R\$ 88,5 milhões e prejuízo líquido reportado de R\$ 827,6 milhões

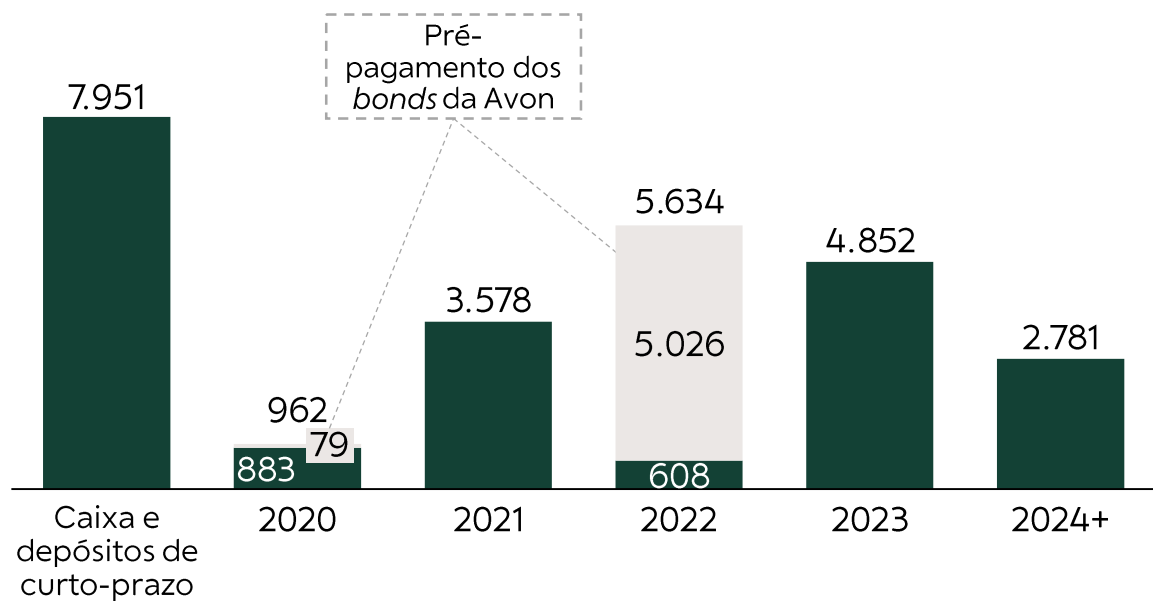
Estrutura de capital otimizada com rápida desalavancagem e forte geração de caixa

3T-20		Pós 3T-20		
R\$793 mm	R\$8.0 bi	US\$1 bi	US\$900 mm	Upgrade Rating de Crédito¹
Geração de Caixa no 3T (+76%)	Caixa ao final do 3T (pré-aumento de capital)	Aumento de capital (Out/2020)	Pré-pagamento do <i>Bond</i> 2022 da Avon (Nov/20)	S&P e Fitch

— DÍVIDA LÍQUIDA E ÍNDICE DÍVIDA LÍQ./ EBITDA —



— CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO² —



(1) S&P (14 de outubro de 2020): (i) Natura Cosméticos Global (de BB- para BB); (ii) Natura Cosméticos Nacional (de brAA+ para brAAA); (iii) Avon Global (de B+ para BB-) | Fitch (4 de novembro de 2020): (i) Natura Cosméticos Global (de BB- para BB); (ii) Natura Cosméticos Nacional (de AA-(bra) para AA+(bra)); (iii) Avon Global (de B+ para BB). Todos os ratings possuem agora um Outlook Estável; (2) Os números proforma consideram os impactos de dívida e caixa dos eventos subsequentes: (i) aumento de capital de US\$ 1 bilhão finalizado em 14 de outubro de 2020, considerando o valor líquido recebido; e (ii) US\$ 900 milhões de pré-pagamento dos *bonds* de 2022 da Avon Internacional concluído em 2 de novembro de 2020, considerando fee de resgate e juros acruados. FX em 30/09/2020 (1 US\$ / 5,6401 BRL); (3) 2020: considera US\$ 14 milhões de juros acruados; e 2022 considera o saldo da dívida líquida dos custos de emissão (US\$ 891 milhões).

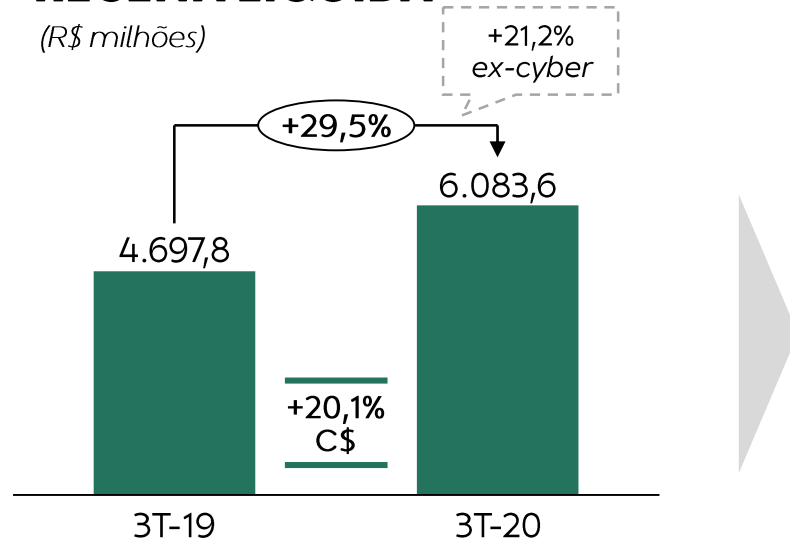


Natura &Co Latam

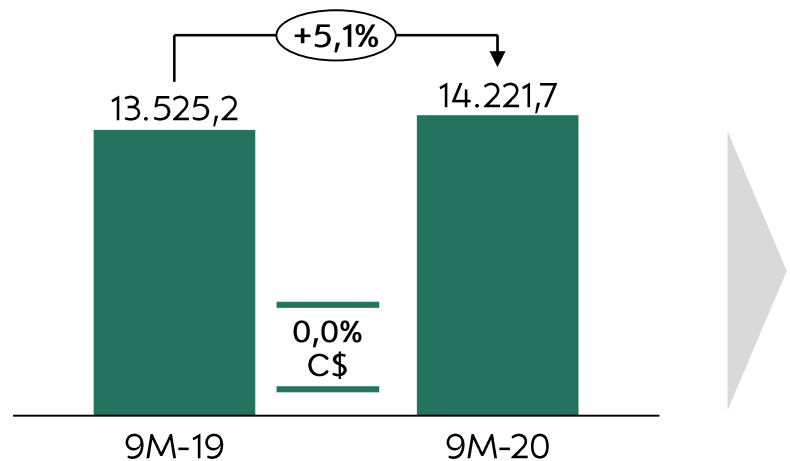
Desempenho
Financeiro

RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



	BRL	C\$
Natura	+41,2%	+30,5%
Avon	+19,3%	+9,9%



	BRL	C\$
Natura	+20,5%	+15,5%
Avon	-7,9%	-13,8%

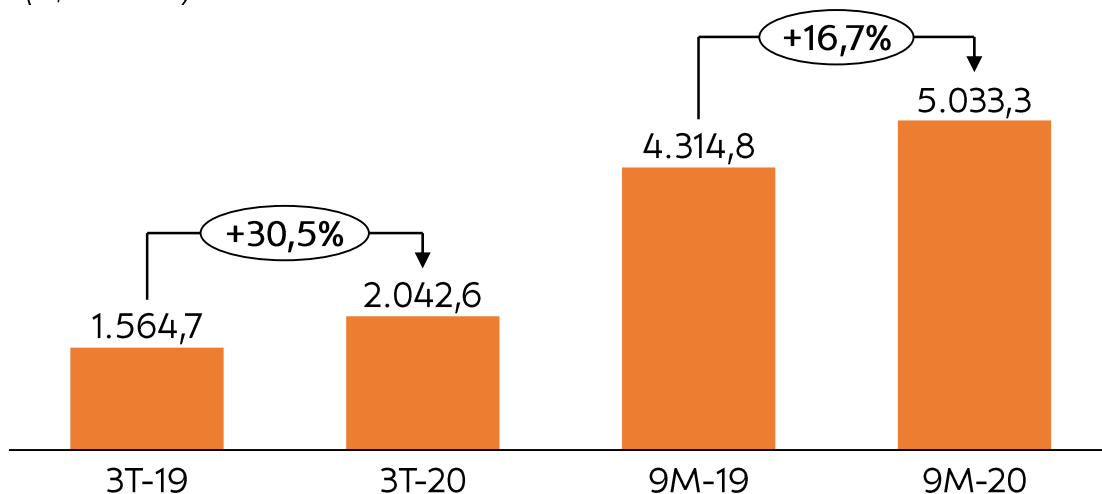
- DESTAQUES 3T-20

- Natura: Receita líquida aumentou 41,2% em BRL (+30,5% em C\$), suportada por forte crescimento no Brasil, **superando o mercado o mercado local de CFT¹** e América Latina Hispânica
- Avon: Receita líquida na América Latina aumentou 19,3% em BRL (+9,9% em C\$). Ex-cyber +3,3% em BRL
- A adoção do modelo de **social selling** impulsionou as vendas nas duas marcas

¹ Fonte: Kantar aproximadamente +8% e ABIHPEC +21%.

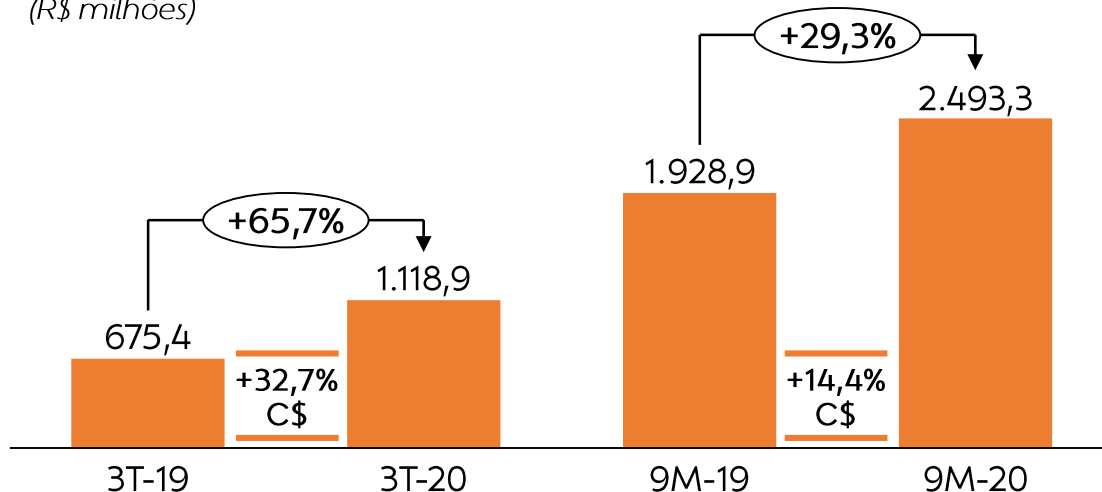
RECEITA LÍQUIDA - BRASIL

(R\$ milhões)



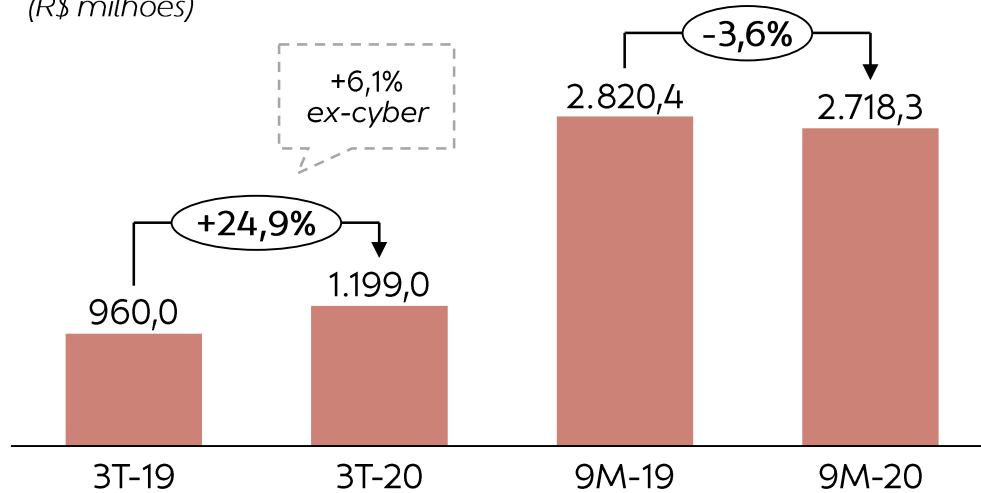
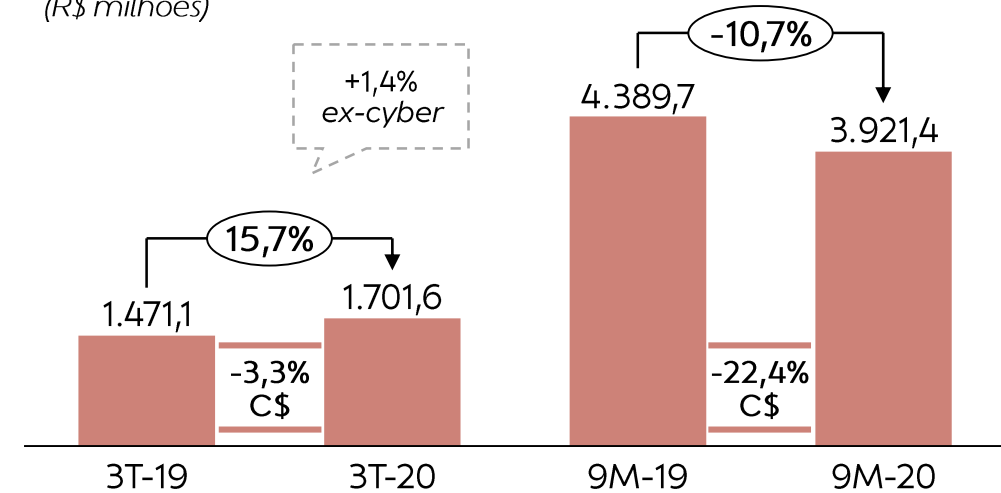
RECEITA LÍQUIDA – AMÉRICA LATINA HISPÂNICA

(R\$ milhões)



– DESTAQUES 3T-20

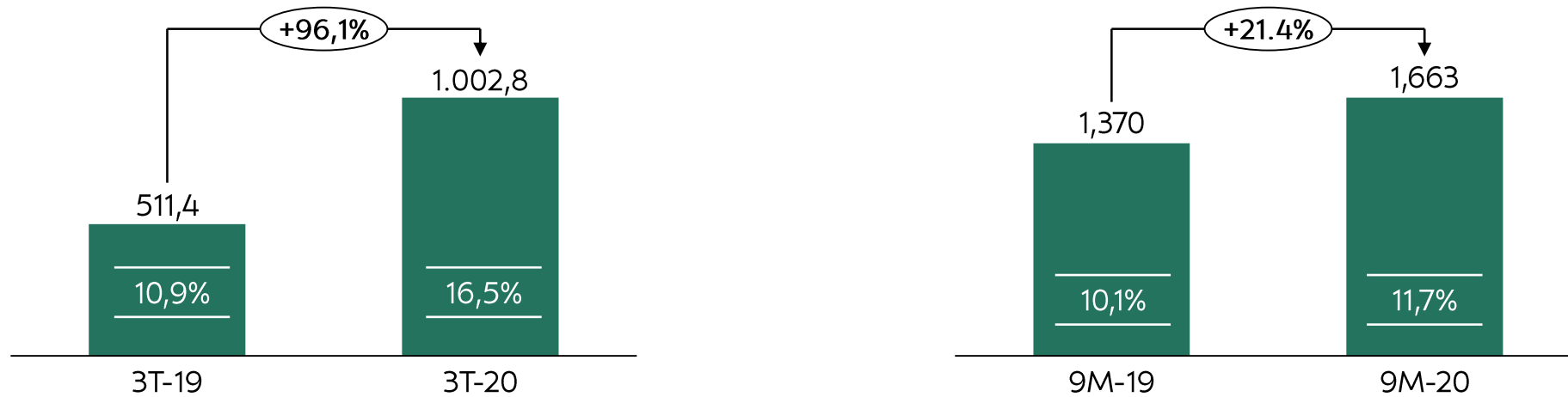
- Melhora contínua em preferência de marca e **ganho de market share**
- No Brasil, a receita líquida aumentou 30,5%, impulsionada pela força do **modelo de social selling digital**
- Volumes aumentaram, impulsionados pelo crescimento em categorias-chave, como fragrâncias, cuidados com o corpo e cabelos
- **16º trimestre consecutivo de crescimento da produtividade da consultora (+13,8%)**
- América Latina Hispânica apresentou forte crescimento da receita líquida em todos os mercados, notadamente na Argentina, Chile e México

RECEITA LÍQUIDA – AVON BRASIL*(R\$ milhões)***RECEITA LÍQUIDA – AMÉRICA LATINA HISPÂNICA***(R\$ milhões)***DESTAQUES 3T-20**

- **Aumento no número de representantes, maior produtividade** e maiores volumes nas categorias de beleza e Moda & Casa
- Investimentos em mídia retomaram no Brasil nesse

EBITDA AJUSTADO¹ E MARGEM EBITDA AJUSTADA

(R\$ milhões / %)



— DESTAQUES 3T-20

- **Maiores margens tanto no Brasil quanto na América Latina Hispânica**, impulsionadas por crescimento na receita e redução de gastos discricionárias
- **Maiores margens na Avon Brasil**, ajudadas pelo faseamento de vendas para o 3T, resultante do incidente cibernético no 2T



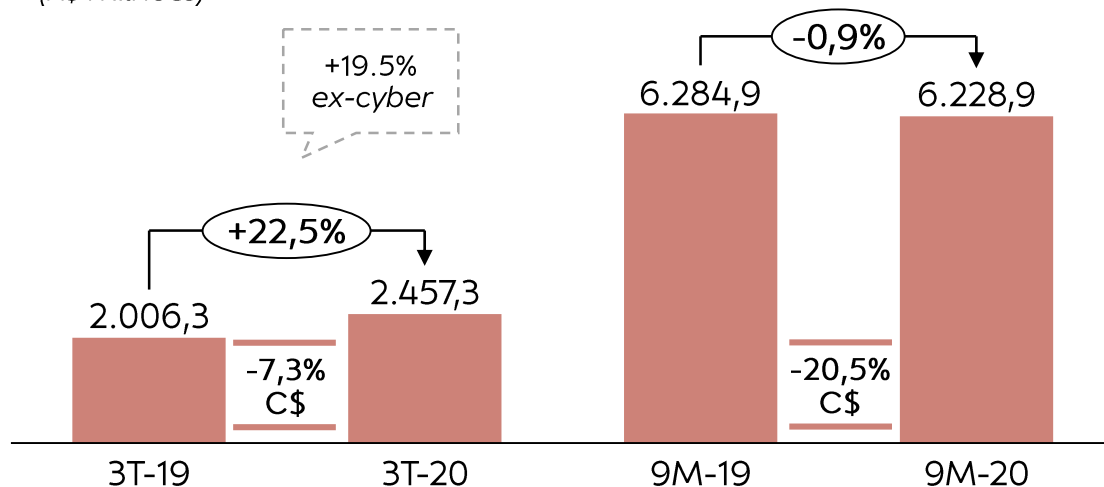
Avon Internacional

Desempenho
Financeiro

AVON Crescimento do 3T impulsionado pela expansão da margem bruta

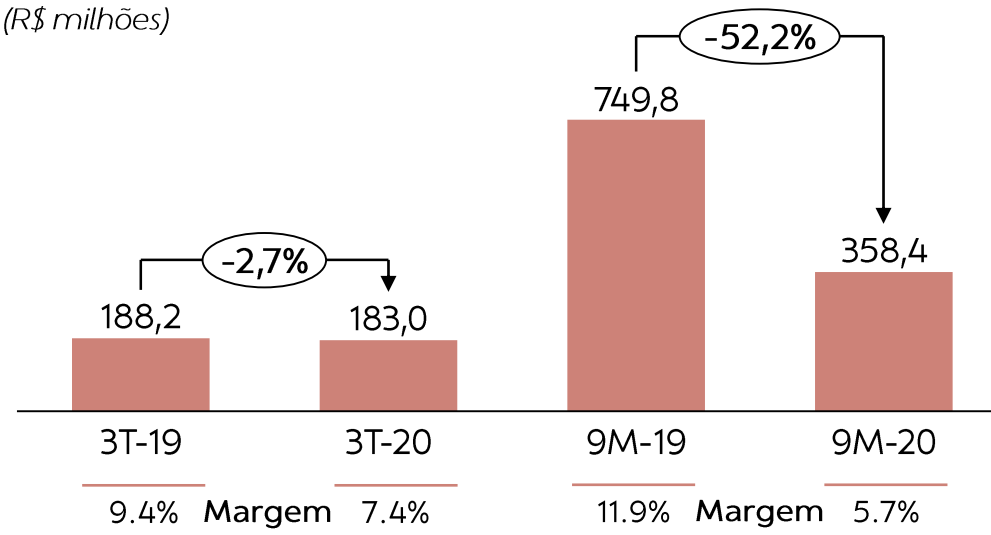
RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



EBITDA AJUSTADO¹

(R\$ milhões)



- DESTAQUES 3T-20

- Adoção de ativos digitais no Reino Unido ultrapassou 70% no Q3
- **Melhoria de margem bruta** (+160 pbs), principalmente impulsionada pelo efeito positivo de preço e mix de categorias e menor CMV
- EBITDA impactado por menor receita, taxa de câmbio e por **maiores Investimentos em campo e nas líderes de vendas**

¹ Ajustado: Exclui despesas não-recorrentes da aquisição da Avon, custos de transformação e venda de ativos

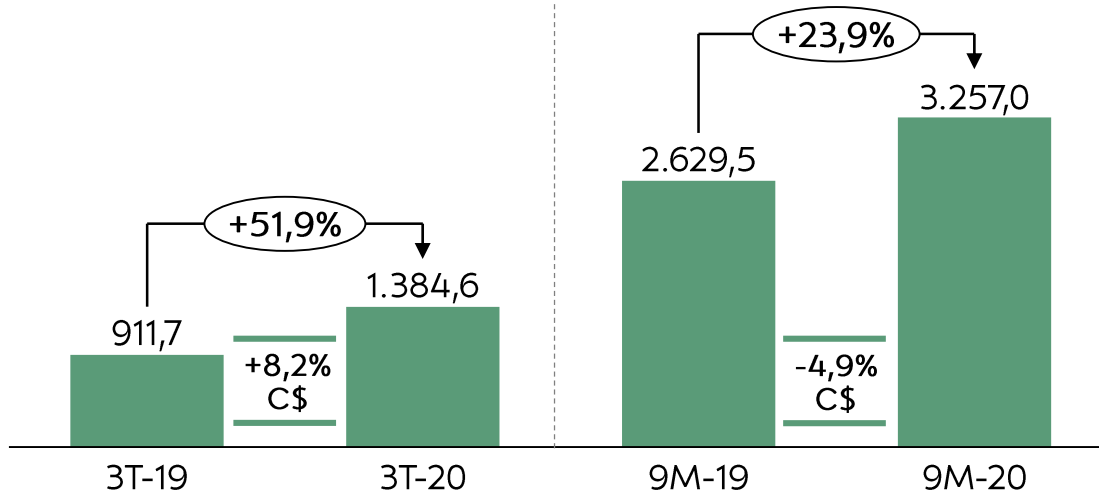


The Body Shop

Desempenho
Financeiro

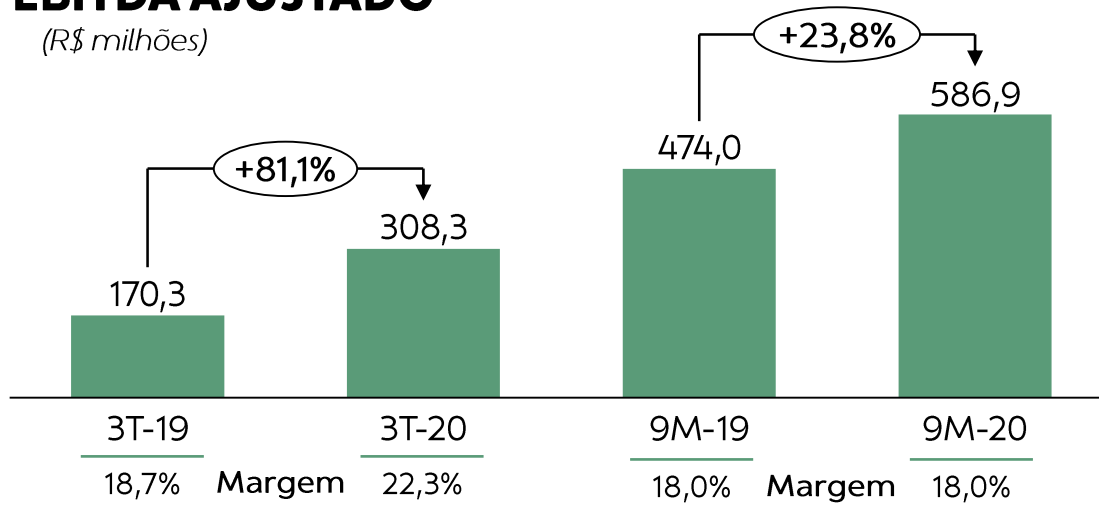
RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



EBITDA AJUSTADO¹

(R\$ milhões)



– DESTAQUES 3T-20

- +103% de crescimento de vendas no e-commerce e +333% no canal At-Home (venda direta)
- 97% das lojas físicas abertas ao final do trimestre
- EBITDA ajustado suportado por **alavancagem operacional, menores descontos** e suporte governamental relacionado ao Covid-19

¹ Ajustado: Exclui custos de transformação não recorrentes



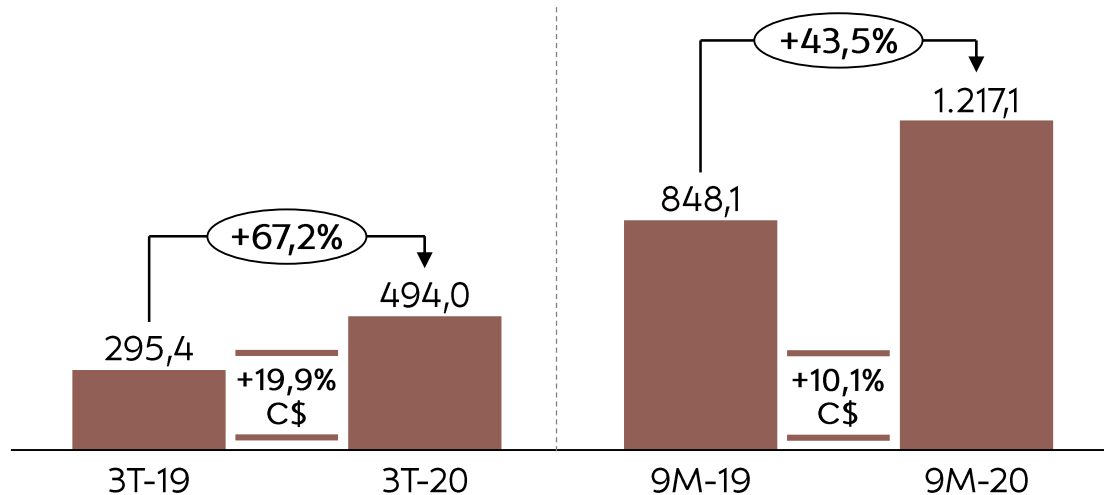
Aesop Chermside - Australia

Aesop

Desempenho
Financeiro

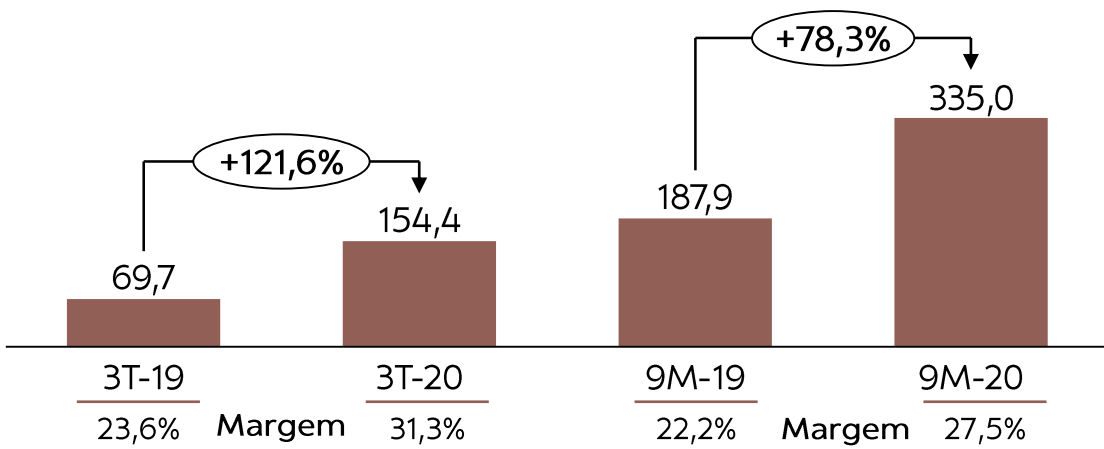
RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



EBITDA

(R\$ milhões)



– DESTAQUES 3T-20

- **264% de crescimento nas vendas on-line**, ajudando a compensar os fechamentos parciais de lojas devido ao Covid-19 em mercados importantes, como EUA e Austrália
- **95% da rede de lojas físicas abertas ao final do trimestre**
- Melhora impressionante na margem EBITDA (+770 pbs) impulsionada pelo **crescimento da receita, redução planejada de custos** e medidas de apoio do governo



Considerações Finais

Roberto Marques

FORÇA OMNICHANNEL

- *Omnichannel* foi fundamental para superar fortemente o mercado de CFT no 3T
- Contínua expansão multicanal na The Body Shop e Aesop

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

- *Social selling* digital impulsionou os resultados do trimestre
- Forte momento e investimentos em digital e e-commerce

CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

- Forte desempenho na América Latina impulsionado por Brasil
- Progresso na integração da Avon com primeiros sinais positivos em mercados-chave
- Lançamento do &Co Pay: nossa plataforma de serviços financeiros completa
- Forte agenda ESG em todas as marcas; Aestop recebe certificação B-Corp

ESTRUTURA DE CAPITAL OTIMIZADA

- Aumento de capital de US\$1 bi bem sucedido
- Possibilita investimentos para acelerar o crescimento
- Pré-pagamento dos *bonds* de 2022 da Avon: redução da dívida em US\$, volatilidade cambial e altos custos de juros, e eliminação de restrição de *covenants*

Criando o melhor grupo global de beleza ^{PARA O} do mundo

Obrigado

AVON


natura


THE BODY SHOP

Aēsop.

natura & co



Apêndice

3T-20

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 os custos de integração em Natura &Co América Latina (custos para atingimento das sinergias), estratégia Open Up and Grow da Avon Internacional tanto no 3T20 como no 3T19, e na The Body Shop no 3T19

3

Venda de ativos da Avon Internacional

Ganho na venda do negócio da Avon na América do Norte (New Avon), na qual a Avon Products detinha 19,9% de participação

4

Créditos, recuperações e reversão de provisões fiscais

Recuperações tributárias não recorrentes de anos anteriores, relacionadas ao ICMS incidente sobre a base de cálculo do PIS e COFINS na Avon no Brasil

5

Perda por redução ao valor recuperável de ativos

Perda por redução ao valor recuperável de ativos na Avon Internacional e Avon na América Latina

6

Impactos de PPA não recorrente

Em 9M20, relacionado a ajustes no balanço de abertura da Avon, resultante de transações que ocorreram em 2019

Uma agenda ESG completa no trimestre

ESSE TRIMESTRE A NATURA & CO:

- Teve uma grande presença e promoveu ações: (i) Semana do Clima da ONU; (ii) Dia da Amazônia; and (iii) Mês de conscientização sobre o Câncer de Mama
- Anunciou patrocínio de duas iniciativas do Pacto Global da ONU: (i) Ambition 1.5oC; e (ii) Target Gender Equality
- Reconhecida como a segunda empresa mais diversa do mundo pelo o Índice Global Refinitiv Diversidade e Inclusão
- Foi listada pela GlobeScan como uma das top cinco principais líderes empresariais na promoção da agenda de sustentabilidade
- Foi convidada para fazer parte da iniciativa Transform Net Zero
- Se juntou com a coalizão Business for Nature
- Aumentou a aderência ao Código de Governança Corporativa, de 60% para 72%

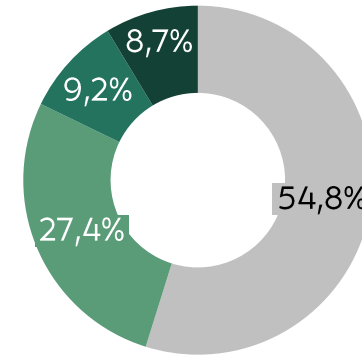
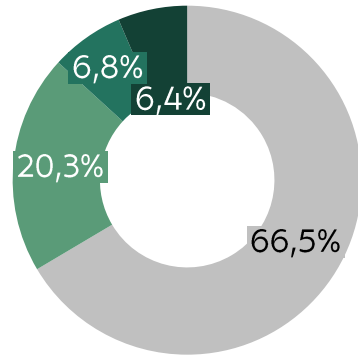
E AS NOSSAS MARCAS:

- Natura lançou a sua Declaração de Compromisso com os Direitos Humanos
- Natura e The Body Shop lançaram o programa de logística reversas nas suas lojas brasileiras
- Avon fez parceria com Peace One Day para aumentar a conscientização sobre a violência de gênero
- Aesop: (i) recebeu a certificação carbono neutro do programa Climate Active do governo australiano; (ii) foi credenciada pela Cruelty Free International e tornou-se certificada pelo Leaping Bunny ; (iii) recebeu um grande reconhecimento, se tornando uma companhia com a certificação B-Corp; and (iv) divulgou o seu primeiro Relatório Anual de Sustentabilidade

Perfil da Dívida

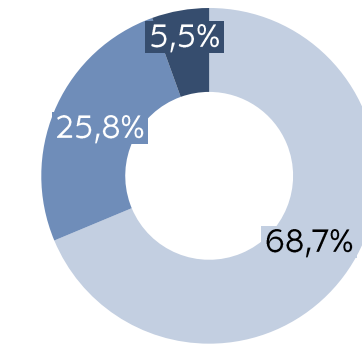
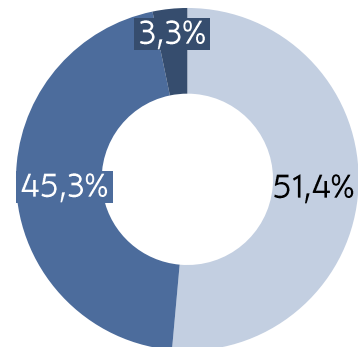
3T-20 **Após 3T-20¹**

— POR INSTRUMENTO



■ Bonds ■ Debêntures ■ Notas Promissórias ■ Outros Instrumentos

— POR MOEDA




■ BRL ■ USD ■ Other

¹ Após 3T-20 – considera dívida net do custo de emissão (USD 890 milhões)

Composição da receita líquida global por marca

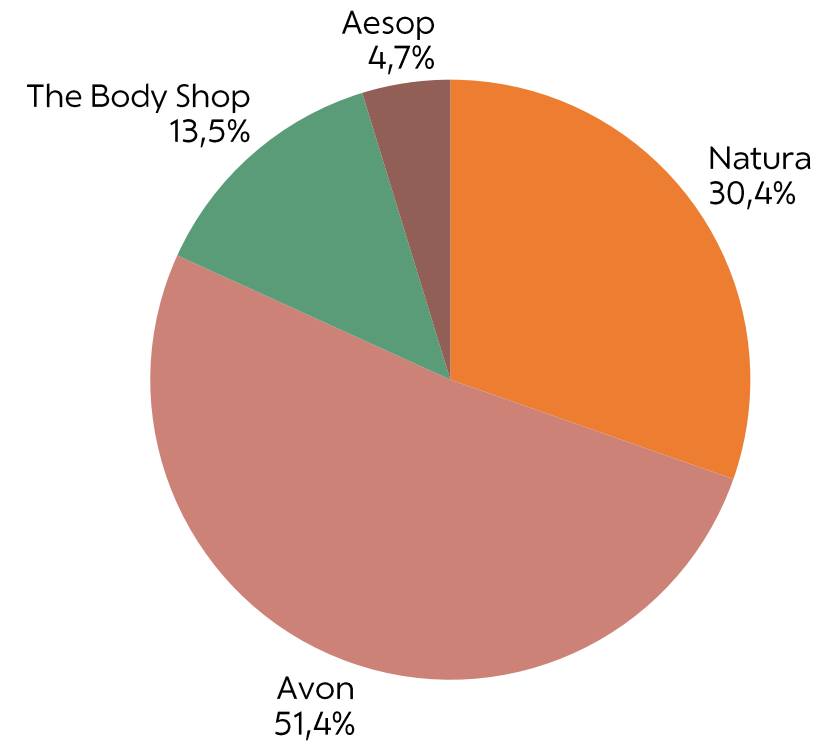
RECEITA LÍQUIDA POR MARCA 3T¹

(R\$ milhões)

Marca	3T-20	3T-19	% (R\$)	% (C\$)
 natura	3.165,0	2.241,8	41,2%	+30,5%
AVON	5.357,9	4.437,5	20,7%	+2,0%
 THE BODY SHOP	1.402,1	935,7	49,8%	+8,2%
Aēsop.	494,5	296,3	66,9%	+19,9%
Receita líquida total	10.419,5	7.911,3	31,7%	+11,6%

COMPOSIÇÃO DA RECEITA LÍQUIDA 3T-20 (POR MARCA)

(%)



¹ Pro-forma para 2019