


Resultados do
segundo trimestre de
2021

13 de agosto de 2021

AVON



THE BODY SHOP

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 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 e incertezas incluem, mas não estão limitados a: impacto da competitividade dos preços e produtos, aceitação dos produtos no mercado, transições de produto da Companhia e seus competidores, aprovação regulatória, moeda, flutuação da moeda, dificuldades de fornecimento e produção e mudanças no *mix* de produtos vendidos, dentre outros riscos.

Esta apresentação também pode conter algumas informações "pro forma", elaboradas pela Companhia a título exclusivo de informação e referência. São, portanto, 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 2T21

Natura &Co reporta forte crescimento de 36% na receita e segue superando o mercado de CFT¹, com lucro líquido atingindo R\$ 235 milhões

Crescimento de vendas de dois dígitos em todos os nossos negócios, mesmo com os impactos contínuos da Covid-19

- **Avon** contribuiu para o **forte crescimento das vendas, tanto América Latina quanto International**
- **Vendas habilitadas digitalmente** representaram 51% da receita total e **vendas on-line²** foram 4x superiores aos os níveis pré-pandêmicos, mesmo com reabertura de lojas; Forte expansão no número de contas &Co Pay

Novos progressos na transformação da Avon

- Crescimento nas categorias de beleza no Brasil e na América Hispânica; Ganhos de *market share* na Avon no Brasil
- Ganhos de *market share* na Avon International nos principais mercados e categorias; resultados iniciais positivos em pilotos do novo modelo comercial

Sinergias no caminho certo

- US\$41,0 milhões em sinergias alcançadas no segundo trimestre; US\$76,5 milhões no primeiro semestre
- Os custos somaram US\$20 milhões no segundo trimestre; US\$41 milhões no primeiro semestre

Sólido balanço patrimonial

- Forte posição de caixa de R\$8 bilhões
- Contínua desalavancagem: índice de dívida líquida/EBITDA consolidado no 2T21 em 1,43x, contra 3,63x no 2T20

Forte crescimento do lucro líquido

- Lucro líquido aumentou para R\$235 milhões
- Otimização da estrutura corporativa a partir da integração da Avon contribuiu para o crescimento do lucro líquido

¹Desempenho do mercado de CFT: Cosmetics, Fragrances and Toiletries: estimativas da Companhia com base na receita líquida de empresas globais comparáveis, em relação ao ano anterior, de aproximadamente +22.1% no 2T21 (em câmbio de reporte), conforme publicado pelas empresas ou estimativas disponibilizadas pela Bloomberg para aquelas que ainda publicaram seus resultados ²Vendas on-line incluem e-commerce + social selling

Avanços importantes na Visão de Sustentabilidade 2030

Compromisso com a Vida

Enfrentar a crise climática e Proteger a Amazônia



- A conservação da Floresta Amazônica por Natura &Co aumentou de 1,8 para 2 milhões de hectares
- Natura &Co iniciou a construção do portal PlenaMata, projetado para envolver públicos de interesse para alcançar o desmatamento zero e a conservação/regeneração da Floresta Amazônica
- Pagamento de benefícios totalizou R\$ 8,7 milhões para comunidades na Amazônia
- A Aesop alcançou a neutralidade de carbono para operações globais, sob os selos Climate Active, do governo australiano, e Climate Neutral, da South Pole

Defender os direitos humanos e sermos mais humanos



- O equilíbrio de gênero dentro da equipe sênior atingiu 49,6% (2º trimestre de 2021)
- US\$ 140,7 milhões foram investidos em causas: Covid-19, câncer de mama, vítimas de violência doméstica e a campanha Stop Asian Hate (acumulado de 2020)
- Estamos a caminho de extinguir os 0,9% de diferença salarial inexplicada entre gêneros, até o fim de 2021
- "Salário digno" (*living wage*): 96% do nosso pessoal está recebendo um salário digno (considerando a referência para um adulto)

Abraçar a circularidade e a regeneração



- 80,8% de todas as nossas embalagens são recicláveis, reutilizáveis ou compostáveis; 88,8% de todas as nossas matérias-primas são ingredientes renováveis ou naturais
- US\$ 4,87 milhões foram investidos em soluções regenerativas, como a linha Ekos Tukumã
- 92,8% de biodegradabilidade nas fórmulas: no rumo certo para atingir 95% ou mais em 2030
- The Body Shop implantará postos de refil em 500 lojas em todo o mundo; 273 já implementados.



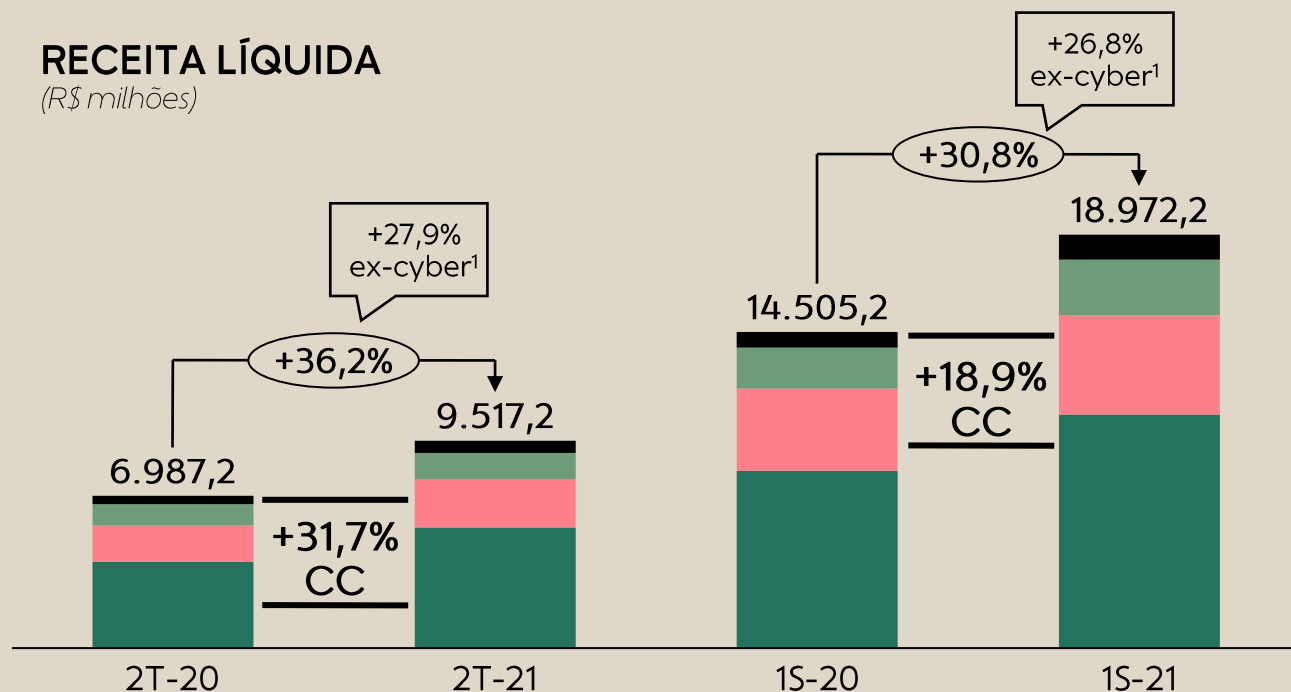
Desempenho Financeiro Consolidado

natura & co

Natura &Co continua a superar o mercado de CFT com forte crescimento de receita, de 36%

RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)

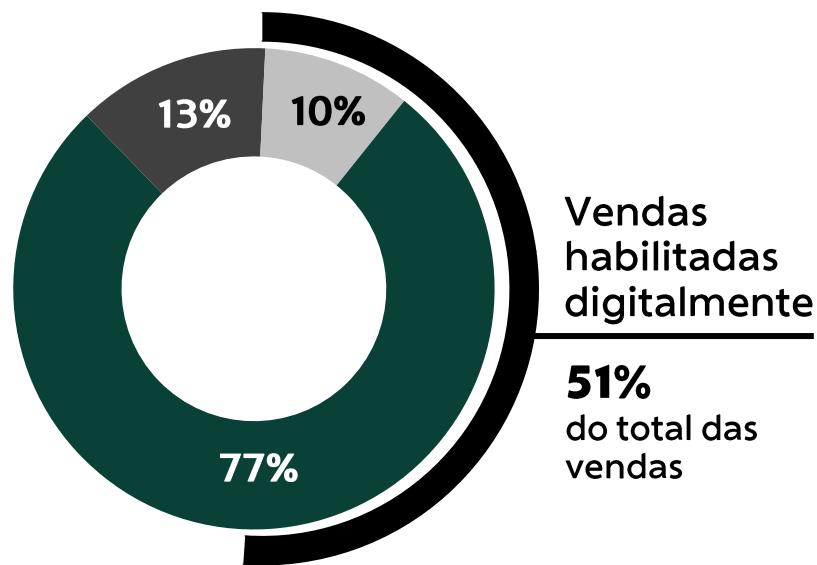


DESTAQUES

- **Natura &Co América Latina** apresentou desempenho muito forte, impulsionado pelas marcas Natura e Avon na América Hispânica
- **Avon International** teve forte crescimento, resultando em ganhos de *market share* em importantes categorias de beleza e mercados
- **The Body Shop** registrou crescimento impulsionado por todas as regiões e apoiado pela recuperação de ritmo no varejo
- **Aesop** mostrou crescimento robusto impulsionado por todas as regiões, liderado por América e Ásia

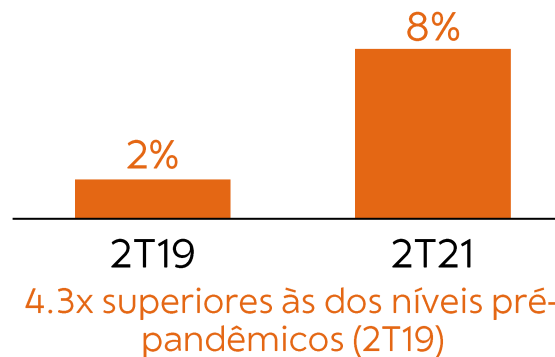
¹Excluindo o efeito de faseamento do incidente cibernético, que deslocou R\$ 454 milhões das vendas da Avon para o terceiro trimestre (R\$ 179 milhões no Brasil, R\$214 milhões na América Hispânica e R\$ 61 milhões na Internacional). Em CC, o crescimento ex-cyber no 2T21 foi de 24,4%, e no 1S21 foi de 15,8%.

Vendas habilitadas digitalmente atingiram 51% da receita total de Natura & Co

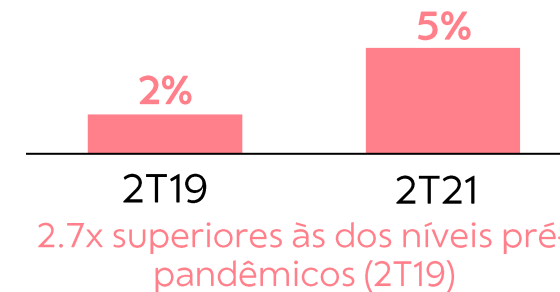


- Varejo
- Online (e-commerce + social selling)
- Venda por relações

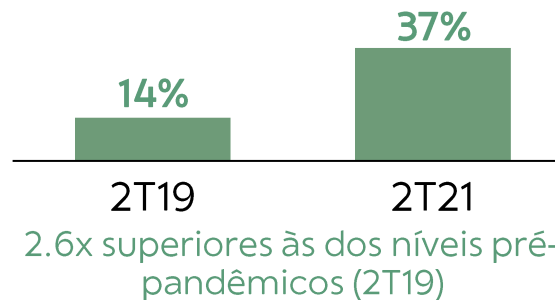
Vendas On-line
(% vendas online/vendas totais)



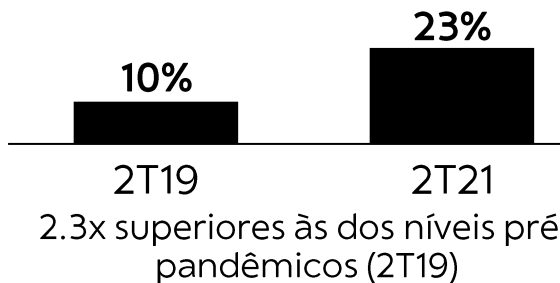
Vendas On-line
(% vendas online/vendas totais)



Vendas On-line¹
(% vendas online/vendas totais)



Vendas On-line
(% vendas online/vendas totais)

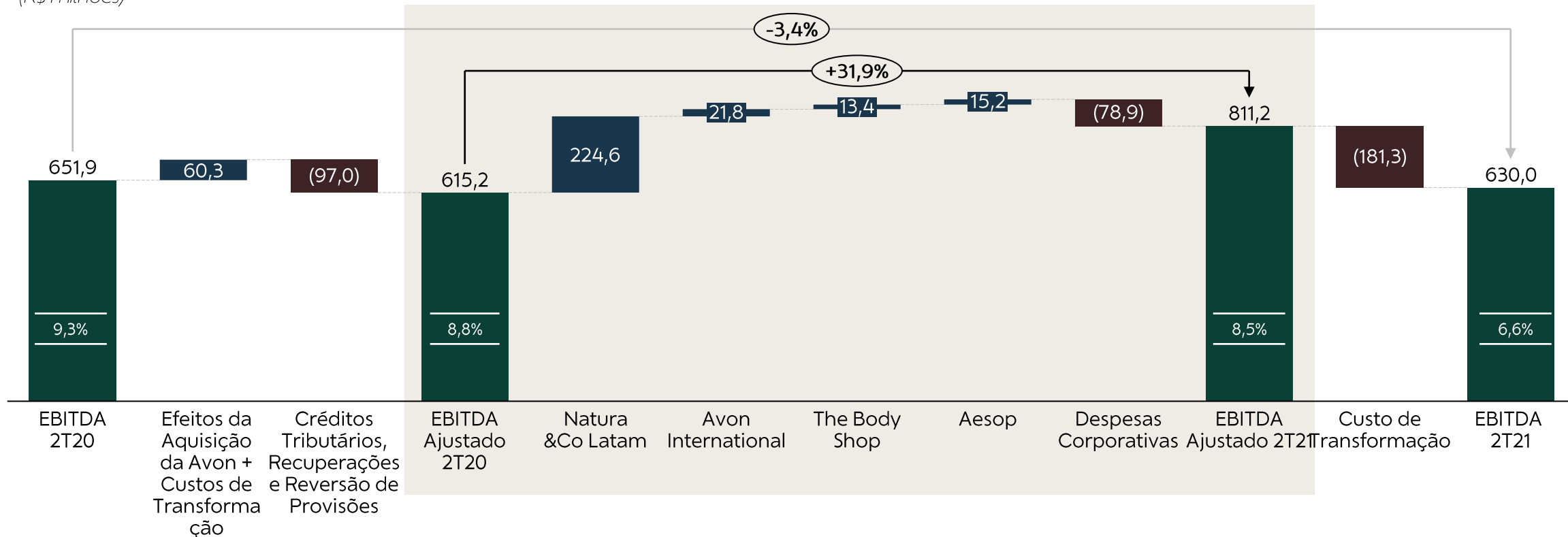


¹The Body Shop At Home (venda direta) + e-commerce

Expansão da margem EBITDA ajustada apesar dos investimentos para impulsionar o crescimento em todos os negócios

2T21: EBITDA CONSOLIDADO

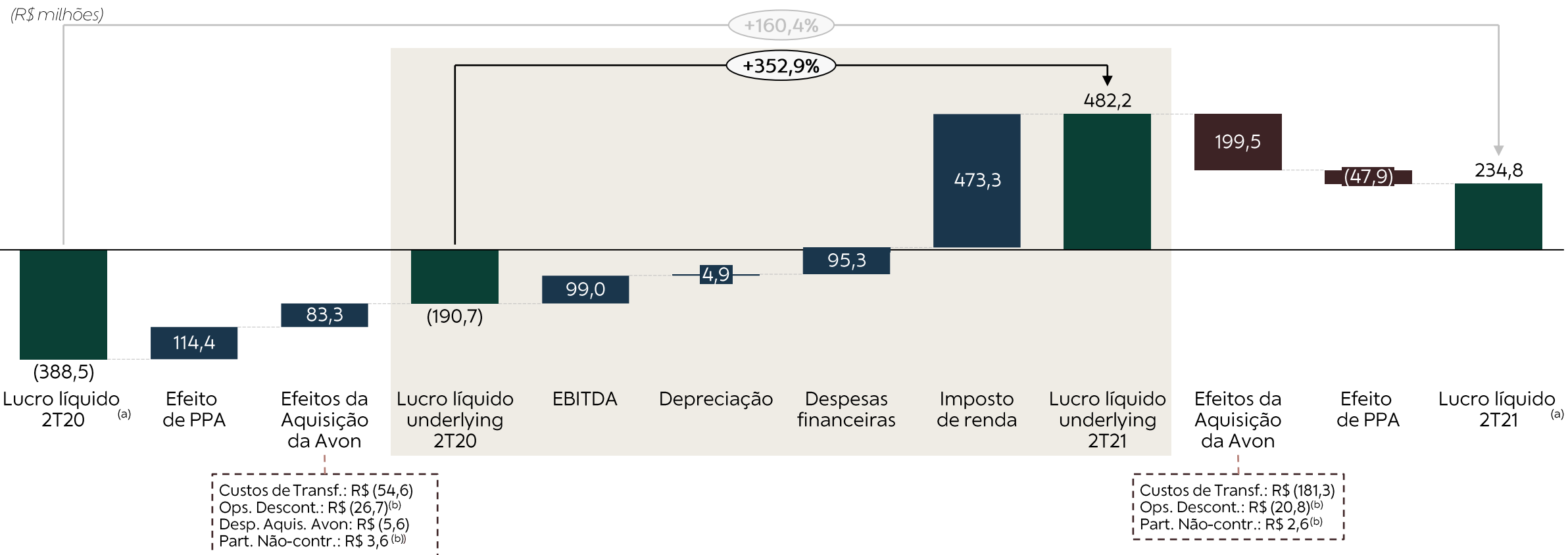
(R\$ milhões)



- Margem EBITDA ajustada de 8,5% (-30 pbs)
- Margem EBITDA reportada de 6,6% (-270 pbs)

Forte melhora no lucro líquido *underlying*, impulsionada por menores despesas financeiras e novos ganhos com a integração da Avon

2T21: LUCRO LÍQUIDO UNDERLYING



(a) Lucro líquido atribuível aos acionistas controladores

(b) No 2T20, o lucro líquido *underlying* publicado foi de R\$ (213,8) milhões vs. R\$ (190,7) milhões, porque incluía R\$ (23,1) milhões de participação de não-controladores e operações descontinuadas, que agora estão realocados para Efeitos da Aquisição da Avon

(c) Inclui R\$ 823 milhões em imposto de renda diferido na subsidiária Avon Luxembourg, relacionado a reestruturação corporativa, parcialmente compensado pelo aumento na alíquota de imposto de renda no Reino Unido, de 19% para 25%

- 1S21 UNI¹ de R\$542,4 milhões e lucro líquido reportado de R\$ 79,7 milhões

Significativa desalavancagem e forte posição de caixa

2T21

R\$ 8,0 bi

Caixa no final do trimestre

1,43x

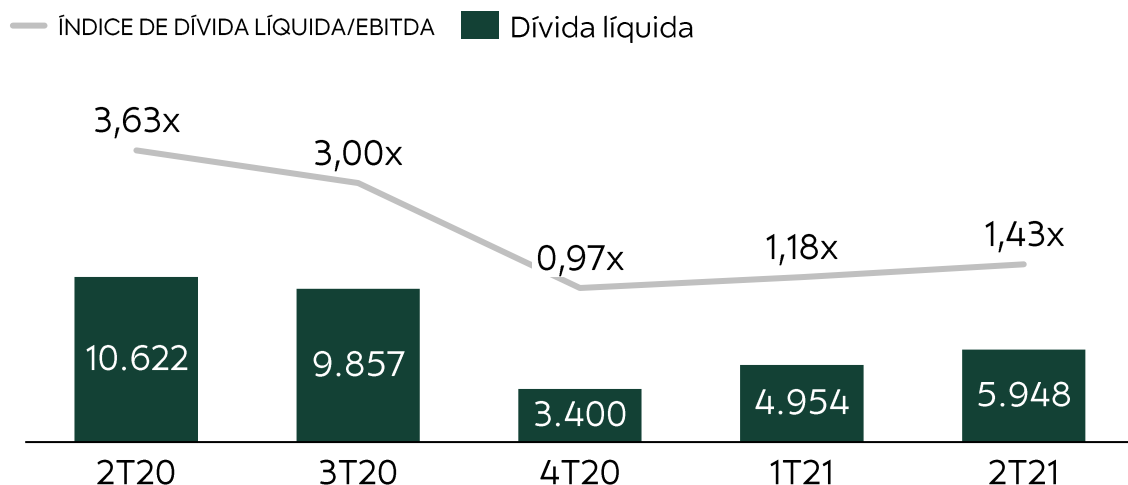
Dívida líquida/
EBITDA do grupo

US\$ 1 bi

Emissão de títulos vinculados à sustentabilidade¹

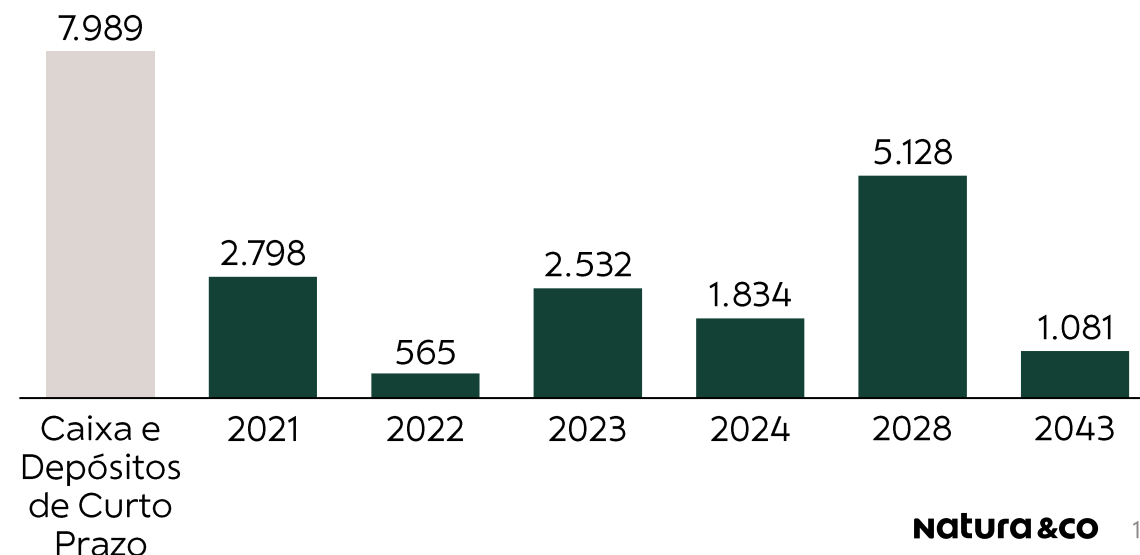
DÍVIDA LÍQUIDA E ÍNDICE DE DÍVIDA LÍQUIDA/EBITDA

(R\$ milhões)



CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO

(R\$ milhões)



¹ Emissão da Natura Cosméticos (maio 2021).



Natura &Co

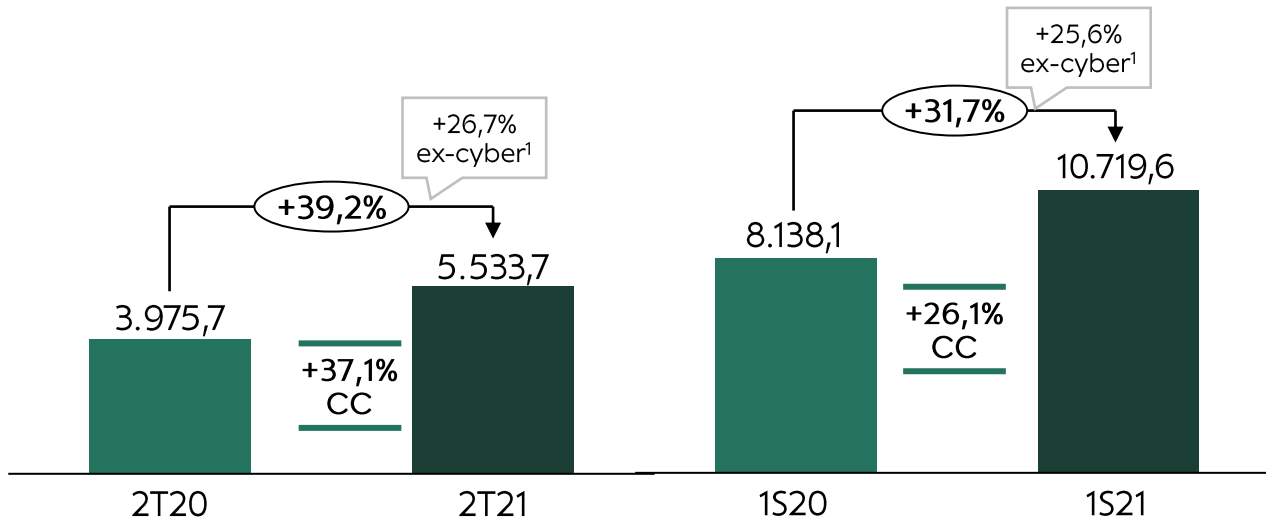
América Latina

Desempenho
Financeiro

Desempenho muito forte nas marcas Natura e Avon

RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



	BRL	CC
Natura	+25,0%	+26,0%
Avon (ex-cyber)	+28,1%	+25,6%

	BRL	CC
Natura	+27,1%	+25,4%
Avon (ex-cyber)	+23,9%	+16,3%

DESTAQUES 2T21

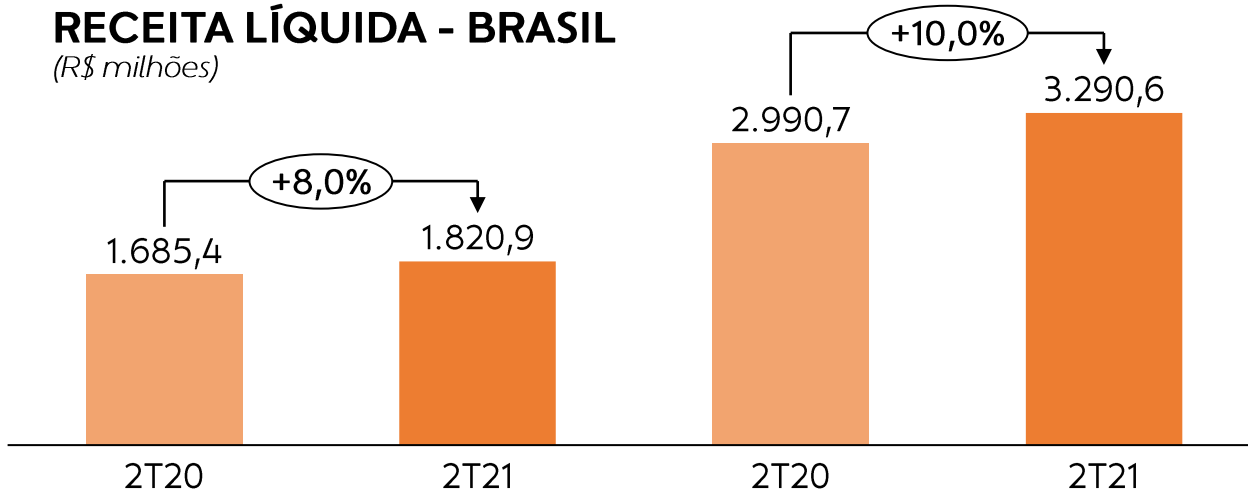
- Crescimento da receita líquida de Natura &Co América Latina, impulsionado por **desempenho muito forte das marcas Avon e Natura**, especialmente na América Hispânica
- Expansão de **mais de 50% em novas contas na plataforma &Co Pay**, impulsionada pelo lançamento do novo recurso PIX no Brasil
- **A integração da Avon na América Latina está no caminho certo**, com importantes progressos em compras, serviços financeiros e de clientes, distribuição e digital

¹Excluindo o efeito de faseamento do incidente cibernético que deslocaram R\$393 milhões das vendas para o 3T na América Latina (R\$ 179 milhões no Brasil e R\$214 milhões na América Hispânica).

Natura: ganhos de *market share* no Brasil e forte crescimento em todos os mercados e categorias da América Hispânica

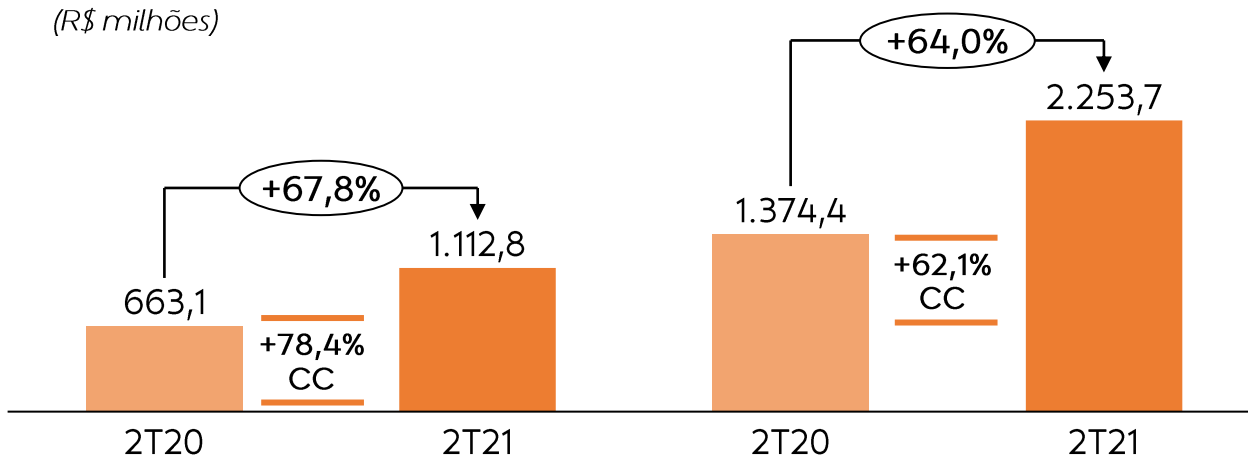
RECEITA LÍQUIDA - BRASIL

(R\$ milhões)



RECEITA LÍQUIDA - AMÉRICA HISPÂNICA

(R\$ milhões)



DESTAQUES 2T21

BRASIL

- Fortes ganhos de *market share*, impulsionados por categorias-chave, especialmente presentes, e **aumento significativo na preferência de marca**
- **Índice de Lealdade: aumento de 700 pbs** vs 2T20

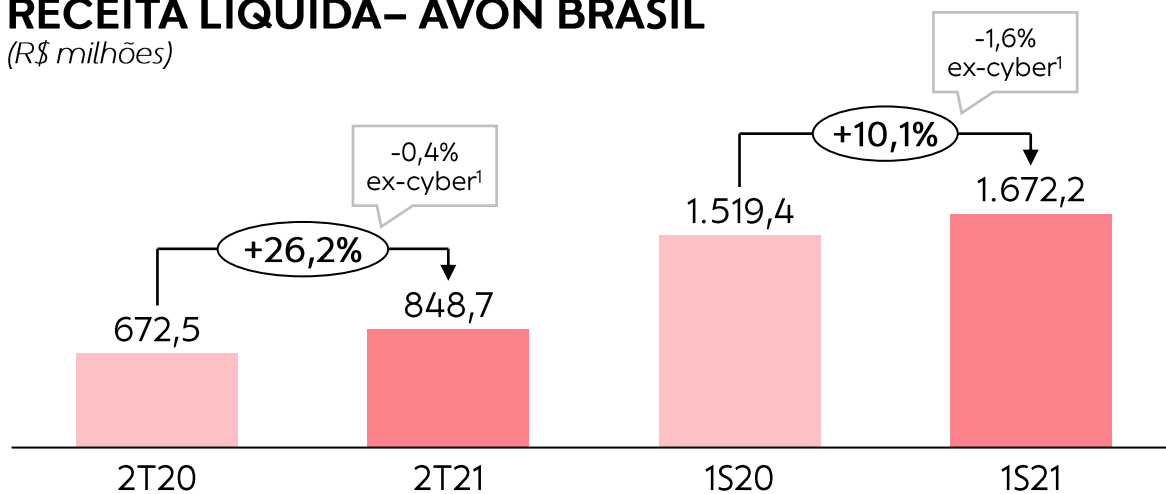
AMÉRICA HISPÂNICA

- **O México se tornou o maior mercado** da Natura na América Hispânica
- **Aumento da produtividade** e expansão da base de consultoras em 19,2%, atingindo 852 mil
- **Índice de Lealdade da consultora** significativamente mais alto

Forte crescimento da Avon, impulsionado por categorias de beleza e segmento casa

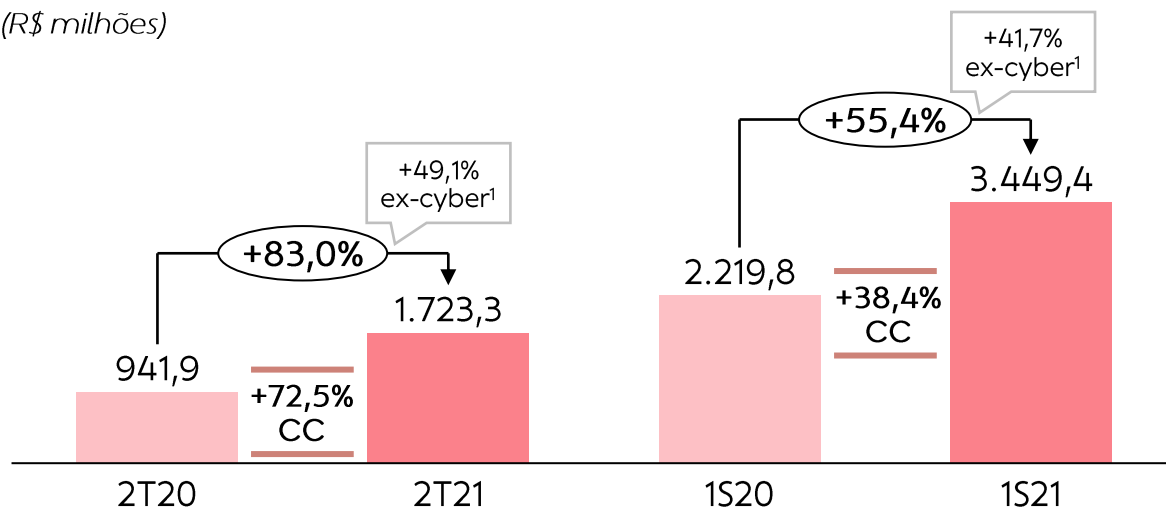
RECEITA LÍQUIDA- AVON BRASIL

(R\$ milhões)



RECEITA LÍQUIDA- AVON AMÉRICA HISPÂNICA

(R\$ milhões)



DESTAQUES 2T21

BRASIL

- **Sinais iniciais positivos** da implementação do novo modelo comercial
 - Maior **produtividade das** representantes
 - Aumento de dois dígitos no índice de **Satisfação**
 - **Preferência de marca** e **poder da marca** mais fortes
 - Ganhos de **market share** apoiados por investimentos em marketing

AMÉRICA HISPÂNICA

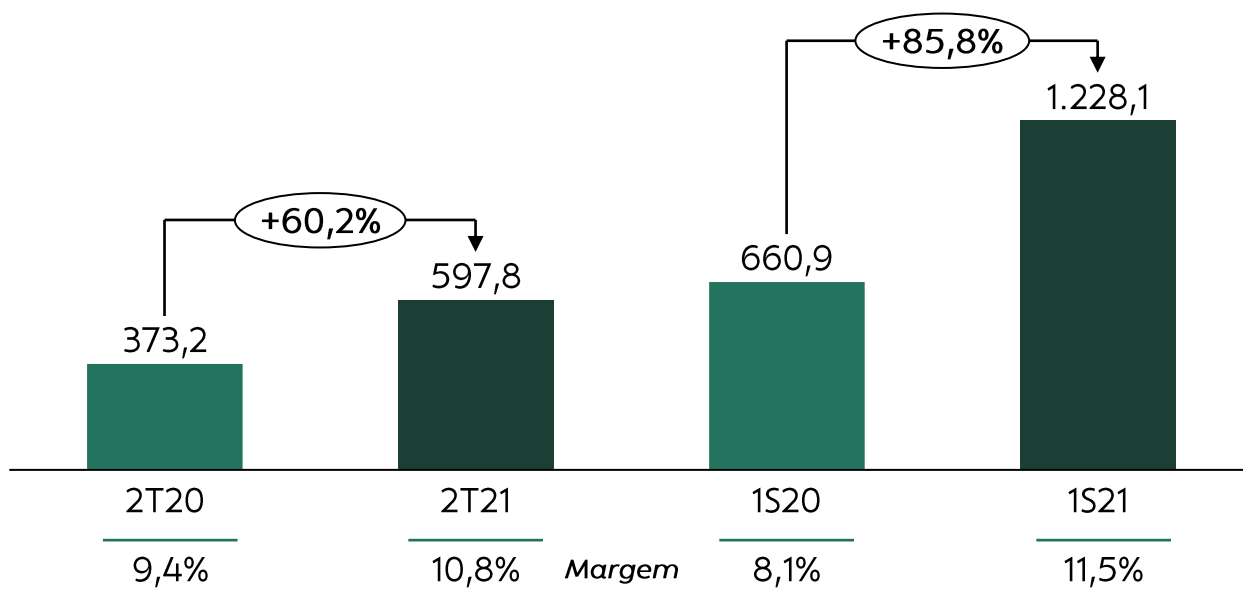
- **Maior produtividade** e aumento de 10% no número de representantes
- Ganhos de eficiência resultantes de **vendas mais altas e maior lucratividade**

¹Excluindo o efeito de faseamento do incidente cibernético, que deslocou R\$ 393 milhões das vendas para o 3T na América Latina (R\$ 179 milhões no Brasil e R\$ 214 milhões na América Hispânica).

Aumento de 140 pbs na margem EBITDA ajustada no 2T21

EBITDA AJUSTADO¹ E MARGEM EBITDA AJUSTADA

(R\$ milhões)



DESTAQUES 2T21

- **Aumento** impulsionado principalmente pelo **forte crescimento da receita e por sinergias da integração com a Avon**, que mais do que compensaram a pressão inflacionária das matérias-primas e o impacto da variação cambial
- **O SG&A como % da receita líquida melhorou 470 pbs**, resultado da alavancagem operacional, graças ao forte crescimento das marcas Natura e Avon

¹Excluindo efeitos que não são considerados recorrentes nem comparáveis entre os períodos em análise, tais como: custos de transformação e custos para alcançar sinergias, despesas relacionadas com a aquisição da Avon e créditos fiscais e reversões de provisões



Avon International

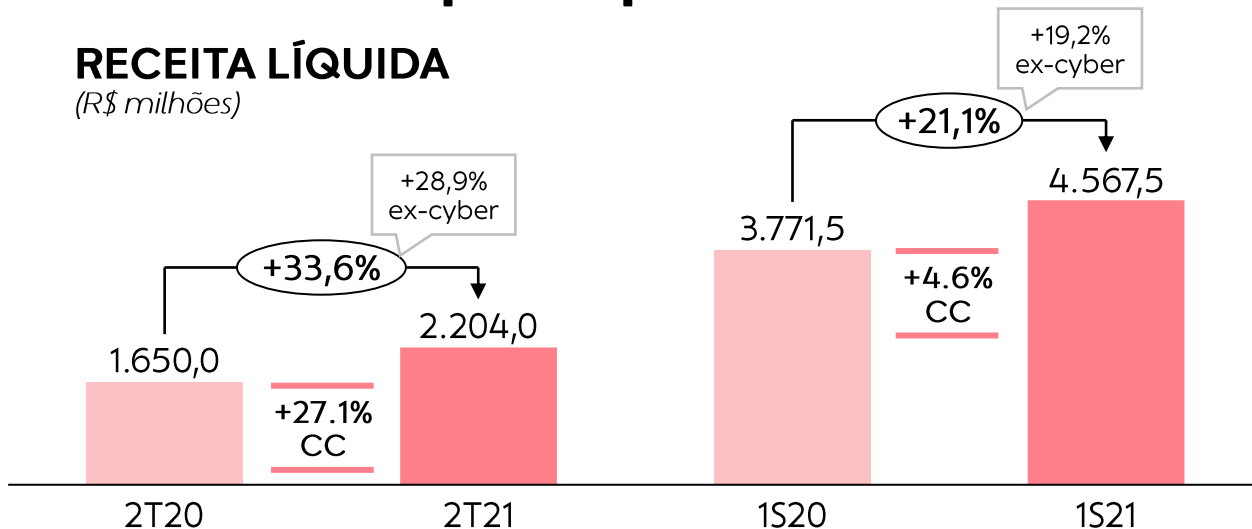
Desempenho

Financeiro

Crescimento da receita líquida com ganhos de *market share* em categorias-chave e nos principais mercados

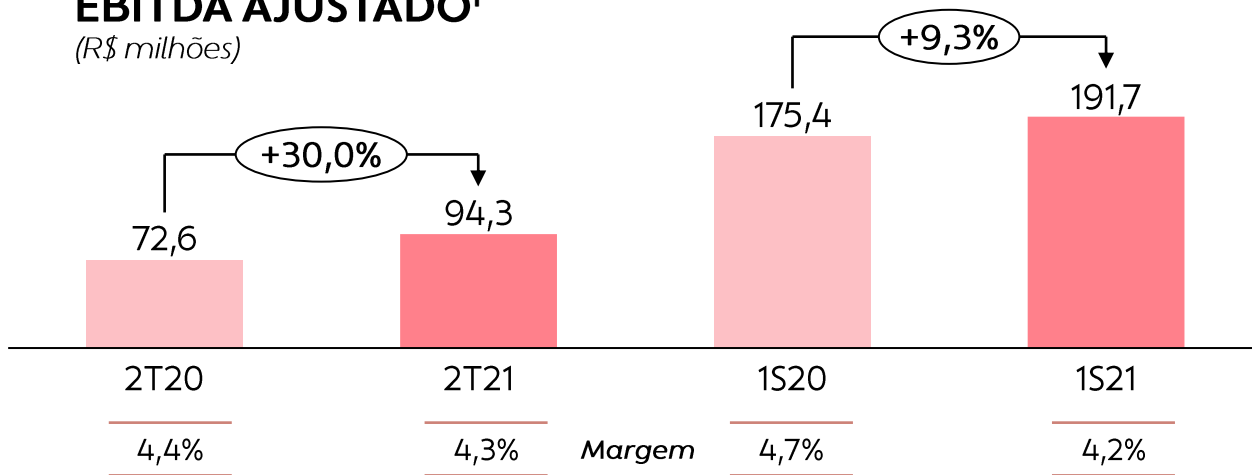
RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



EBITDA AJUSTADO¹

(R\$ milhões)



DESTAQUES 2T21

- Todas as categorias registraram crescimento e **aumento no market share**, principalmente **fragrâncias e cores**
- **Ganho de market share** em mercados-chave, como Filipinas, África do Sul, Romênia e Itália
- **7.4% mais representantes** no final do trimestre do que ano anterior
- **Crescimento da Satisfação das representantes** vs. 2020 e 2019
- Resultados positivos iniciais de novos **pilotos de modelo comercial**: maior **produtividade**, crescimento de **vendas** e no número de **representantes**.
- **EBITDA da Avon International** está em linha com as metas do plano de transformação

¹Excluindo efeitos que não são considerados recorrentes nem comparáveis entre os períodos em análise, tais como: custos de transformação e custos para alcançar sinergias, despesas relacionadas com a aquisição da Avon e créditos fiscais e reversões de provisões



The Body Shop

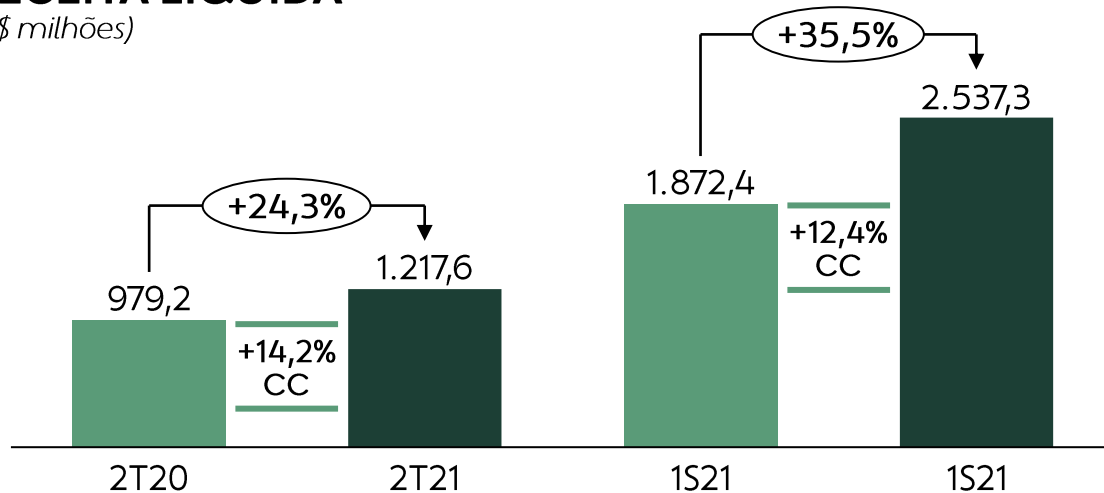
Desempenho

Financeiro

Sólido crescimento com reabertura de lojas no Reino Unido

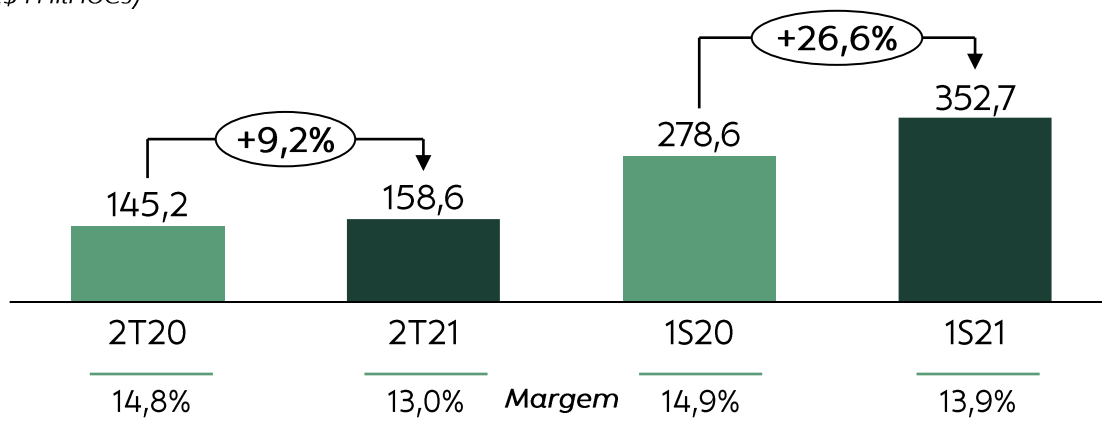
RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



EBITDA E MARGEM EBITDA

(R\$ milhões)



DESTAQUES 2T21

- **24,3% de crescimento nas vendas.** Crescimento em todas as regiões com a reabertura de lojas no varejo
- As vendas de e-commerce e The Body Shop at Home (TBSAH) **são o dobro e o triplo dos níveis pré-pandêmicos (2T-19)**, respectivamente
- **As vendas em lojas próprias cresceram 140%** e representaram **42% das vendas totais no 2T21** (contra 20% no 2T20).
- Margem EBITDA foi impactada pelo **rebalanceamento dos canais e recompra da operação no Japão**
- Excluindo efeitos não-recorrentes de contenção de despesas e auxílios governamentais sobre o EBITDA do 2T20, reflexos da pandemia, a margem EBITDA ajustada do trimestre **teria subido 450 pbs**

Aēsop.

Aesop

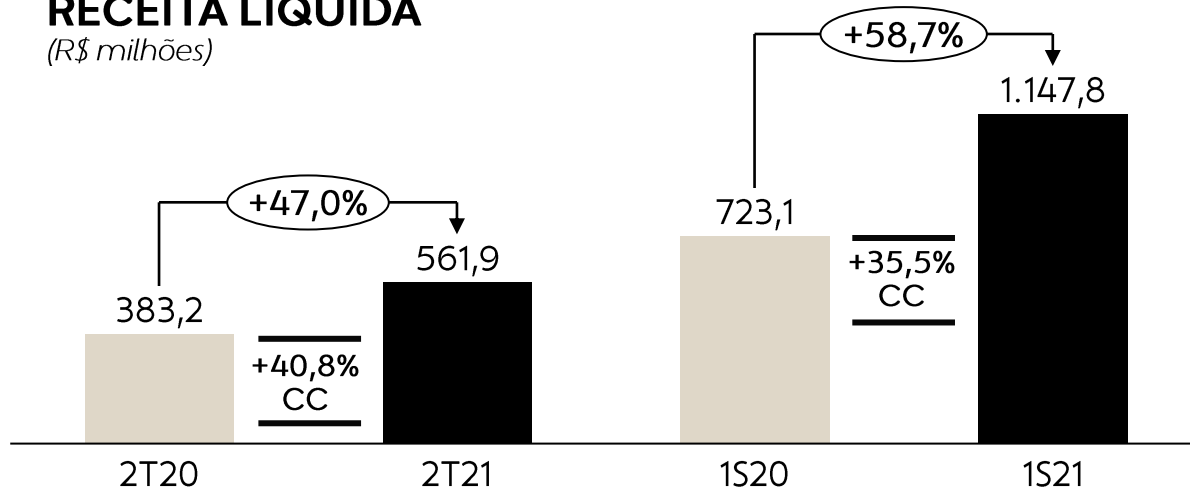
*Desempenho
Financeiro*



Crescimento forte e contínuo em todas as regiões

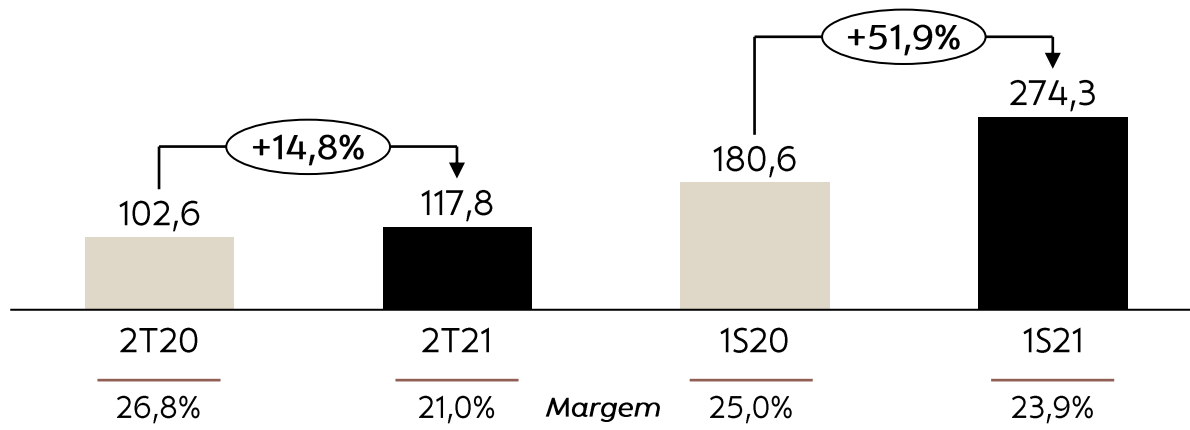
RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



EBITDA E MARGEM EBITDA

(R\$ milhões; %)



DESTAQUES 2T21

- **Crescimento em todas as regiões**, particularmente forte na América (**62%**) e na Ásia (**54%**)
- Desafios contínuos do Covid-19: cerca de 11% de dias de loja perdidos devido ao fechamento total ou parcial das lojas
- **O varejo foi responsável por 78% das vendas** no trimestre, com **vendas nas lojas crescendo 129%** em CC vs 2T20
- **A margem EBITDA refletiu** o forte crescimento da receita e investimentos contínuos no negócio
- Excluindo efeitos não-recorrentes de contenção de despesas e auxílios governamentais sobre o EBITDA do 2T20, reflexo da pandemia, a margem EBITDA ajustada do trimestre **teria subido 90 pbs**



Considerações Finais

Roberto Marques

natura & co

Mensagens-chave

Mais um trimestre de forte crescimento

- Natura &Co novamente supera o mercado global de CFT
- Crescimento de dois dígitos em todos os negócios
- Forte crescimento do lucro líquido, sustentado por novos ganhos com a integração da Avon

Integração da Avon no caminho certo

- Primeiros sinais de que a Avon está replicando a retomada da Natura no Brasil e na América Latina
- Avon International ganhando *market share*; resultados positivos encorajadores do novo modelo comercial e melhora na produtividade e satisfação das representantes

Mais avanços em ESG

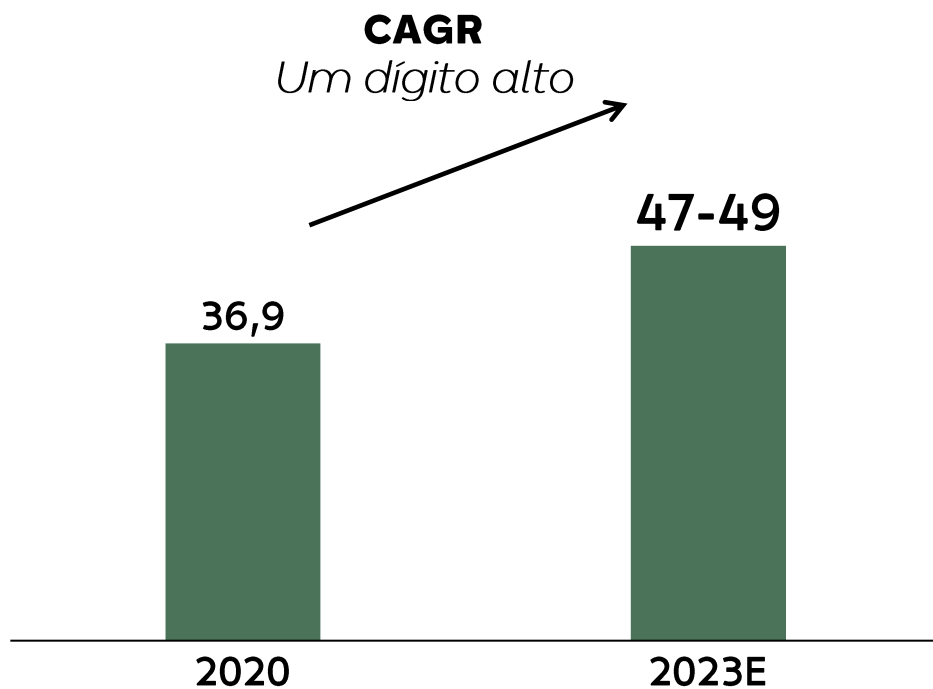
- Progresso nos principais pilares do nosso Compromisso com a Vida - Visão de Sustentabilidade 2030
- Doações contínuas para causas, incluindo a luta contra Covid-19

Avanços em digital

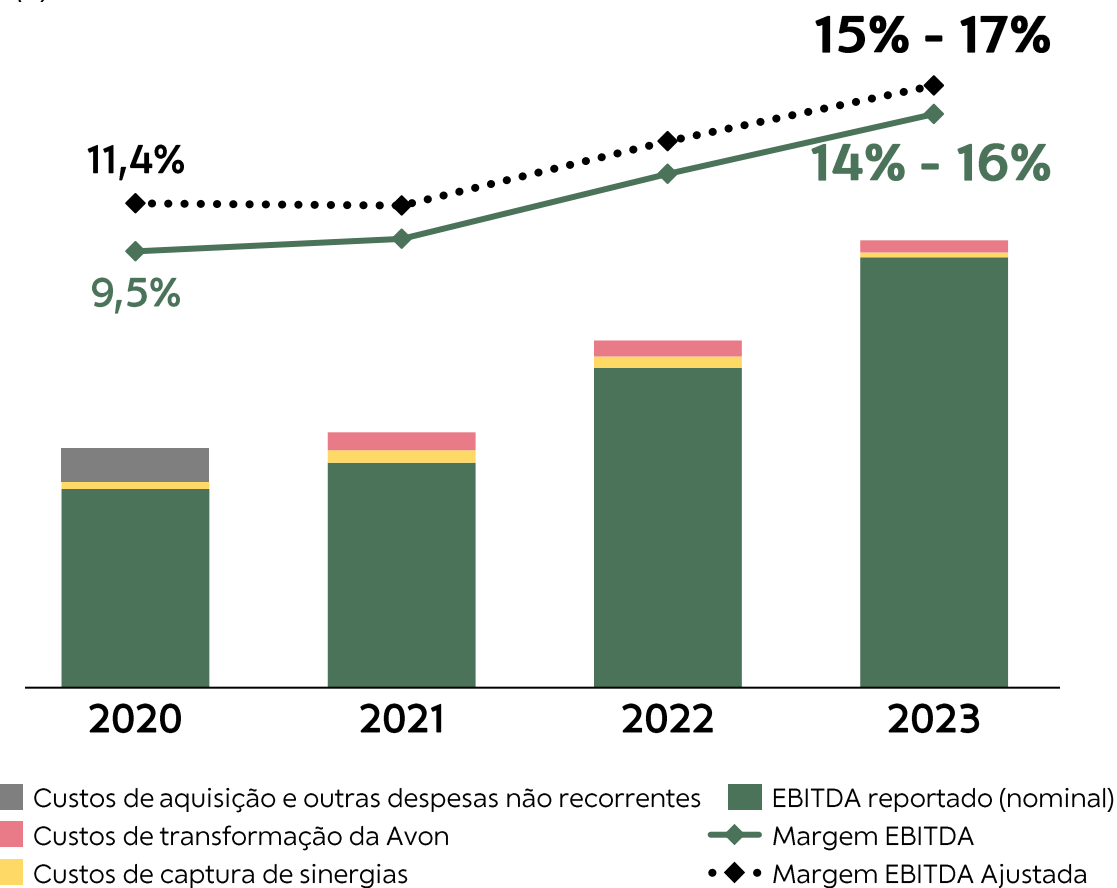
- *Omnichannel* continua forte: digital significativamente acima dos níveis pré-pandêmicos, mesmo com reabertura de lojas

Estamos no caminho certo para cumprir nossas metas para 2021 e atingir nossas projeções para 2023

RECEITA LÍQUIDA (R\$ bilhões)



MARGEM EBITDA (%)



Obrigado

AVON



Aēsop.

natura & co

Apêndice

2T21

Os números ajustados excluem os seguintes efeitos não operacionais

1.

Despesas relacionadas à aquisição da Avon

Custos não recorrentes associados à aquisição da Avon no 1T20

2.

Custos de transformação/integração

Incluem:

- (i) Custos do plano de transformação + Open Up & Grow na Avon International*
- (ii) Custos de integração (custos para obter sinergias)*

3.

Créditos fiscais, recuperações e reversão de provisões

Reversão de provisão não recorrente de encargos sociais na Natura e créditos de PIS e Cofins na Avon na América Latina no 2T20

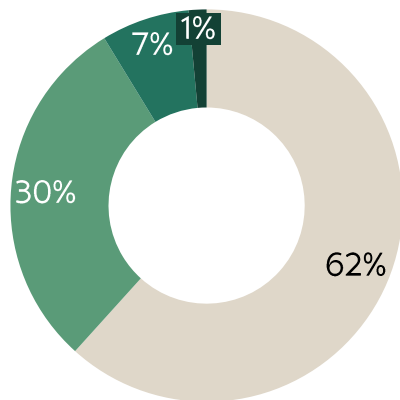
4.

Impactos de PPA não recorrentes e não monetários no 1T20

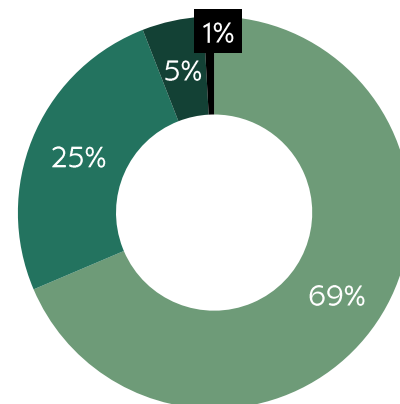
Relacionados a ajustes não monetários no balanço de abertura da Avon, resultantes de transações que ocorreram em 2019

Perfil da Dívida

2T21 POR TIPO




2T21 POR MOEDA



Composição da receita líquida por marca

RECEITA LÍQUIDA POR MARCA

(R\$ milhões)

Marca	2T21	2T20	% (R\$)	% (CC)	1S21	1S20	% (R\$)	% (CC)
 natura	2.933,7	2.348,5	+24,9%	+26,0%	5.544,3	4.365,1	+27,0%	+25,4%
AVON	4.776,0	3.264,4	+46,3%	+39,8%	9.689,1	7.510,7	+29,0%	+15,4%
 THE BODY SHOP	1.217,6	979,2	+24,3%	+14,2%	2.537,3	1.872,4	+35,5%	+12,4%
Aēsop.	561,9	382,2	+47,0%	+40,8%	1.147,8	723,1	+58,7%	+35,5%
Receita Líquida Total	9.517,2	6.987,2	+36,2%	31,7%	18.972,2	14.505,2	+30,8%	18,9%

COMPOSIÇÃO DA RECEITA LÍQUIDA (POR MARCA)

(%)

