

Resultados do quarto trimestre e ano 2020

05 de março de 2021

AVON



Aēsop.

natura & co

Esta apresentação contém informações futuras.

Tais informações não são apenas fatos históricos, mas refletem os desejos e as expectativas da administração 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.

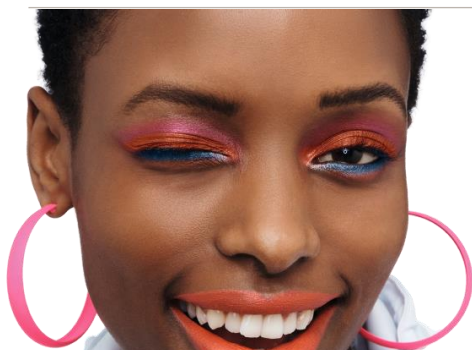
Esta apresentação está atualizada até a presente data e Natura &Co não se obriga a atualizá-la mediante novas informações e/ou acontecimentos futuros.

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

Um Grupo omnicanal, multimarca e orientado por propósito

Omnicanal e digital

- Adoção do *social selling* no nosso modelo de venda direta
- TBS At Home: crescimento exponencial + lançamento nos EUA
- Migração para o e-commerce na TBS e Aesop



Avon

- Integração antes do prazo
- Novo modelo comercial sendo pilotado
- Lançamento da campanha "Watch me now" em mercados-chave
- Destaques: Brasil, México e Reino Unido

Inovação

- Lançamentos estratégicos de produtos: Fragrâncias (Natura), Anew Protinol (Avon), Winter Jasmine (TBS) e Velas (Aesop)
- Índice de inovação da Natura alcançou 67,1% em Dez-20 (+8,7pp vs, Dez-19)
- Funcionalidades digitais para estimular vendas como: catálogo digital, aroma digital, assistência ao vivo, clique & colete, novos sites



Covid-19

- Protegendo a saúde e segurança de nossa rede
- Doações significativas ao redor do mundo

Estrutura de Capital

- Sucesso em dois aumentos de capital totalizando R\$7,6 bi: R\$2 bi e oferta global de US\$1 bi
- Pré-pagamento dos *bonds* de 2022 da Avon



Agenda ESG

- Visão de Sustentabilidade 2030
- Maior empresa B-Corp
- DJSI e ISE

Destques 4T-20

Forte crescimento de vendas de 24%¹ e lucro líquido aumenta 200%

O Grupo superou fortemente o mercado global de CFT² em 6 pp no trimestre

- Performance extraordinária do modelo digital de *social selling* e do e-commerce
- Ganho de *market share* em mercados-chave

Progresso no *turnaround* da Avon

- Sinergias: US\$25,5 milhões no 4T e US\$73,3 milhões em 2020, à frente do *guidance*
- Rejuvenescimento da marca: lançamento de campanhas impactantes ao redor do mundo

Agenda ESG

- Natura &Co se tornou a maior companhia do mundo com certificação Bcorp
- Progresso da nossa agenda de equidade de gênero: Dia Internacional das Mulheres
- Esforços para nos tornarmos Net Zero

Estrutura de capital otimizada

- Desalavancagem acelerada: Dívida líquida consolidada sobre EBITDA ficou em 0,97x
- Forte geração de caixa: R\$1,0 bilhão no trimestre
- Posição de caixa robusta: R\$8,3 bilhão

1 Para fins de comparação, os resultados e análises do 4T20 e 4T19 incluem o seguinte: i) resultado agregado do 4T19 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 4T20 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).

2 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 de aproximadamente -0,4% no 4T e -8,3% em 2020 (em moeda corrente reportada), como reportado pelas Companhias ou estimativas publicadas na Bloomberg para aquelas que ainda não divulgaram seus resultados,



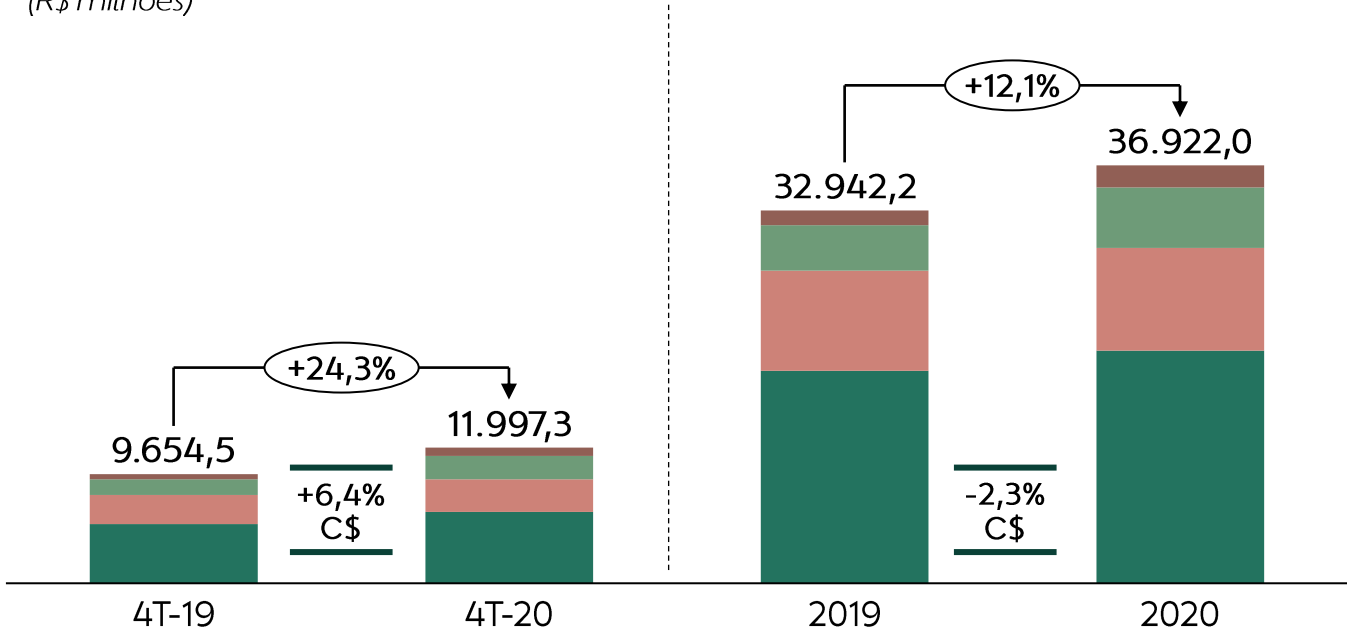
Consolidado

Desempenho Financeiro

Forte crescimento de vendas de 24% impulsionado por *social digital selling* e e-commerce

RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



Natura &Co Latam

4T: +20,5% em BRL
 +13,0% em C\$
 FY: +9,4% em BRL
 +3,7% em C\$

Avon Internacional

4T: +12,1% em BRL
 -11,5% em C\$
 FY: +2,9% em BRL
 -18,0% em C\$

The Body Shop

4T: +48,4% em BRL
 +9,7% em C\$
 FY: +32,4% em BRL
 0,0% em C\$

Aesop

4T: +62,1% em BRL
 +19,3% em C\$
 FY: +50,0% em BRL
 +13,2% em C\$

— DESTAQUES

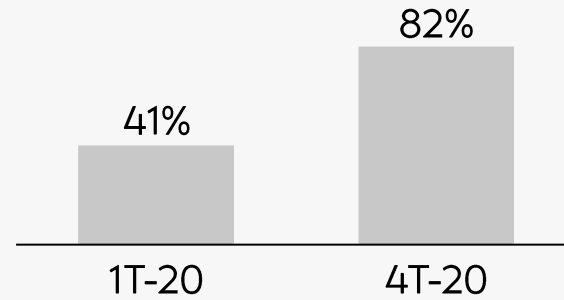
- **Natura &Co Latam** continua a reportar forte crescimento (marca Natura +24,6% em BRL e marca Avon +16,2% em BRL)
- **The Body Shop e Aesop** migraram com sucesso para os canais online e de *social selling*

Crescimento sustentável em digital social selling e e-commerce

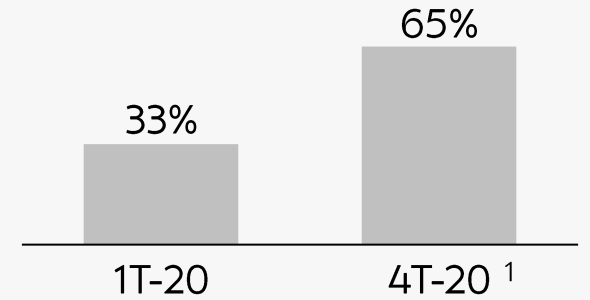
+79% vendas on-line do grupo



Crescimento vendas on-line (% YoY)



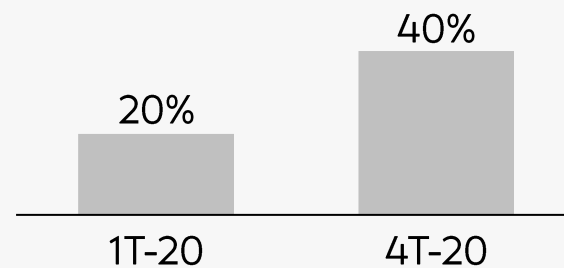
Crescimento vendas on-line (% YoY)



1) Avon global: crescimento total das vendas on-line de 46%; vendas pelos catálogos digitais +90%

Vendas on-line²

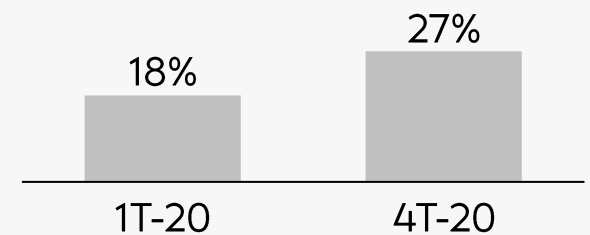
(%: vendas on-line / total de vendas)



2) The Body Shop At Home (vendas diretas)

Vendas on-line³

(%: vendas on-line / total de vendas)

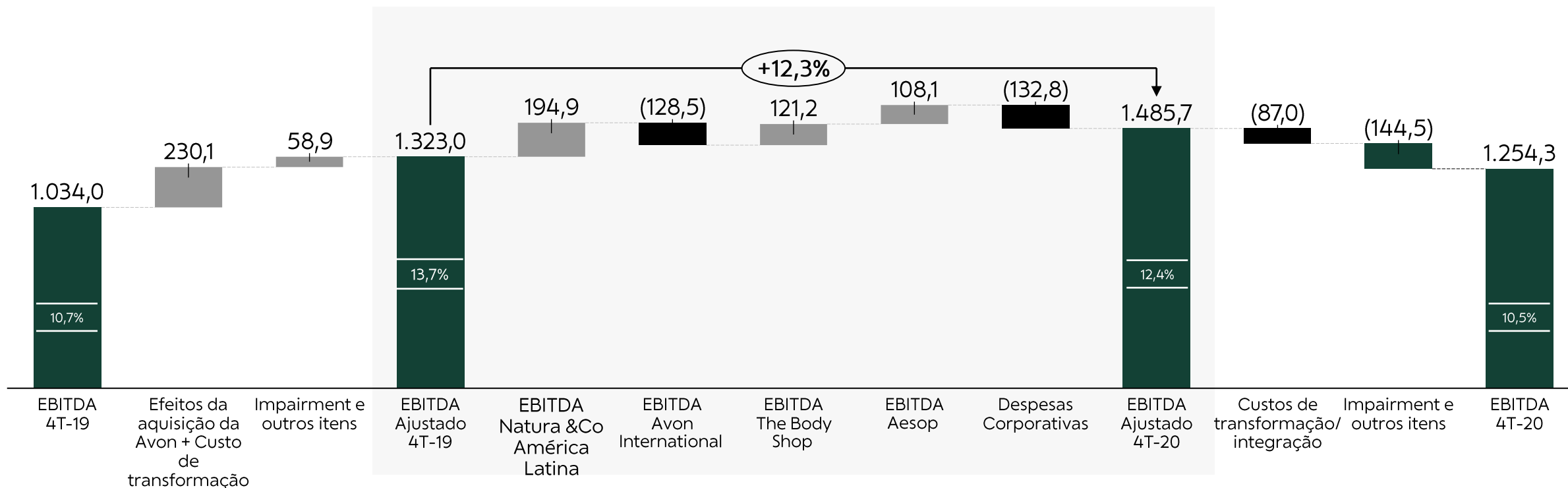


3) Vendas on-line diretas da Aēsop + Revendedores on-line

Crescimento de dois dígitos no EBITDA ajustado

EBITDA CONSOLIDADO 4T

(R\$ milhões)



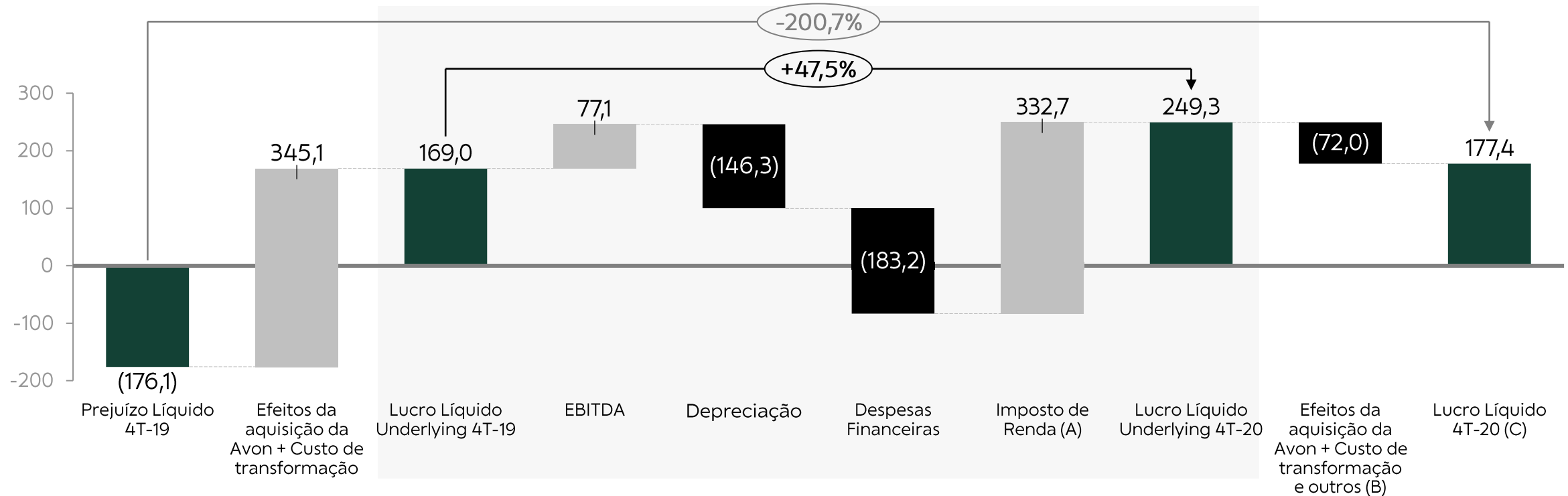
Margem EBITDA Ajustada de 12,4% (-130 pbs) no 4T-20 e 11,4% (-80 pbs) em 2020

Margem EBITDA Reportada de 10,5% (-20 pbs) no 4T-20 e 9,5% (-140 pbs) em 2020

Forte crescimento de rentabilidade: Lucro líquido +200,7%; *Underlying* +47,5%

RESULTADO LÍQUIDO *UNDERLYING* 4T

(R\$ milhões)



(A) Imposto de renda e impostos sobre a constituição da empresa de exploração

(B) Outros incluem participação dos acionistas não controladores e operações descontinuadas

(C) Lucro líquido atribuível aos acionistas controladores

2020: Lucro Líquido *Underlying* de R\$399,5 milhões e prejuízo líquido reportado de R\$650,2 milhões, que será deduzido das reservas de capital, sujeito à aprovação em Assembleia Geral Extraordinária que será realizada no dia 16 de abril

Desalavancagem significativa e forte geração de caixa

4T-20

R\$1 bi

Geração de Caixa
(reversão do fluxo de
caixa negative no 1S-20)

R\$8,3 bi

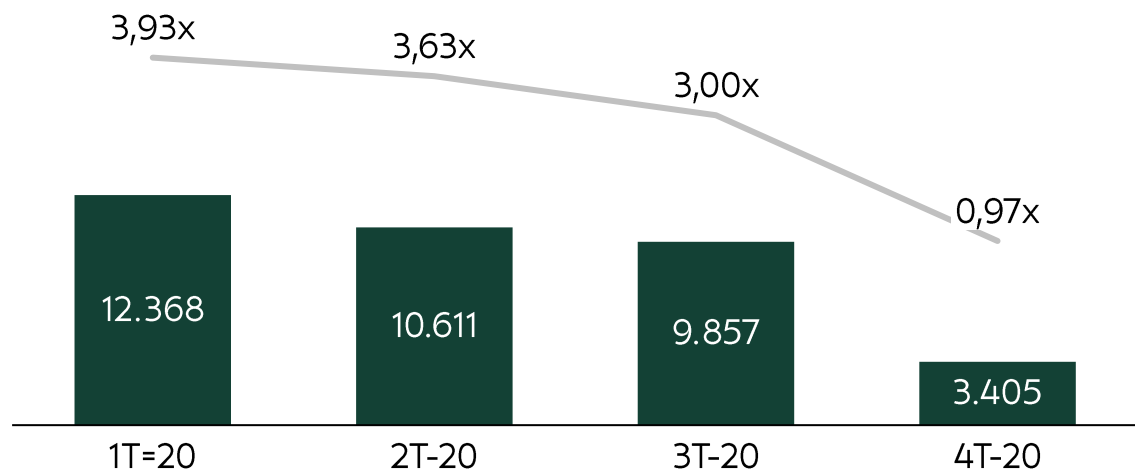
Caixa ao final
do 4T

0,97x

Alavancagem do
Grupo

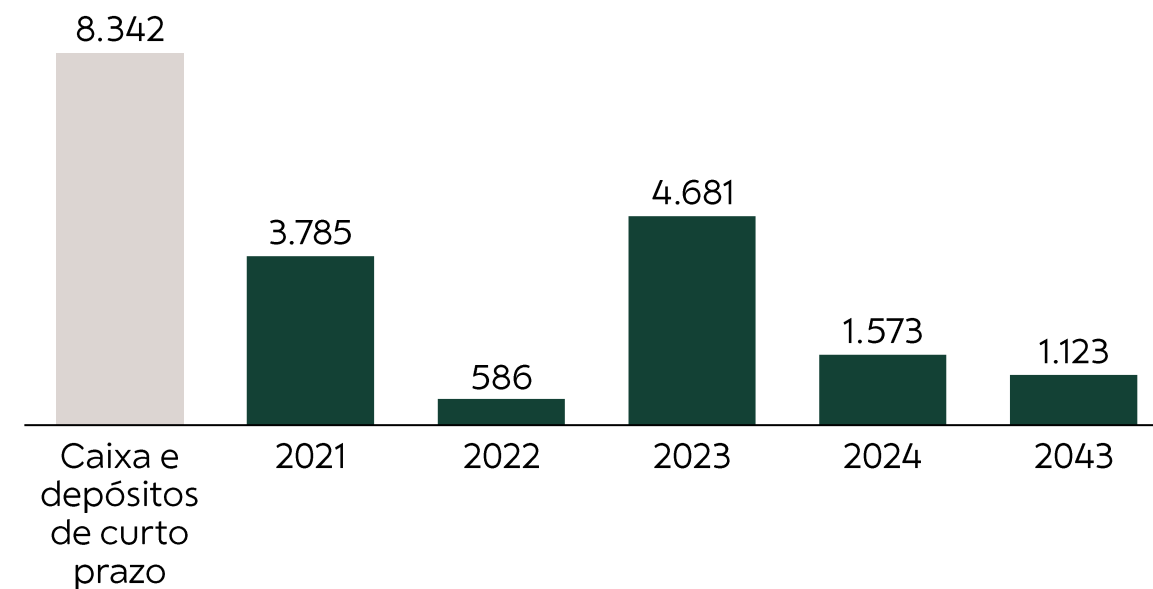
— DÍVIDA LÍQUIDA E ÍNDICE DÍVIDA LÍQ./ EBITDA —

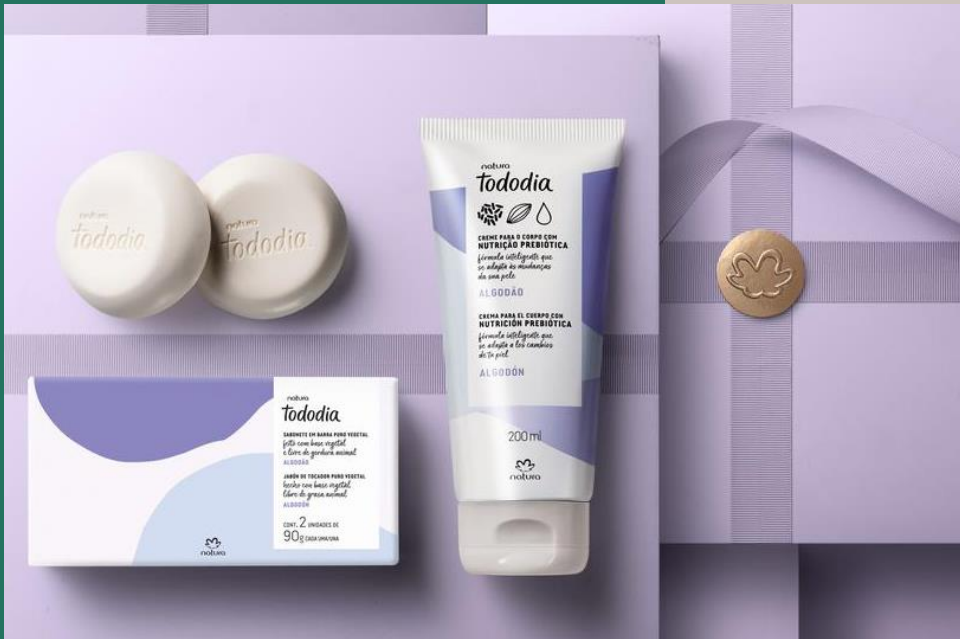
(R\$ milhões) — Índice Dívida Líquida / EBITDA ■ Dívida Líquida



— CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO —

(R\$ milhões)



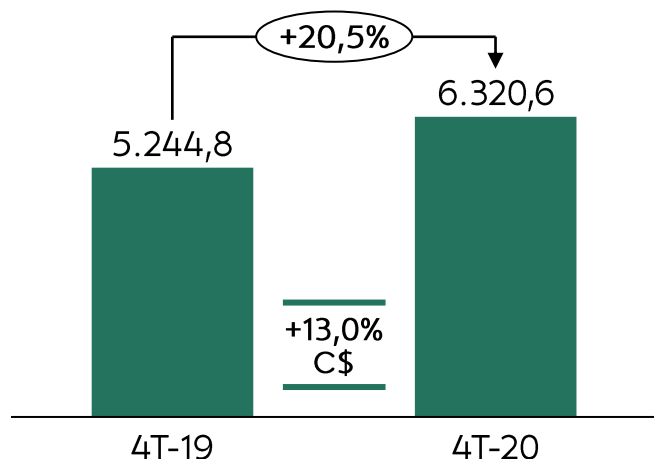


Natura &Co Latam

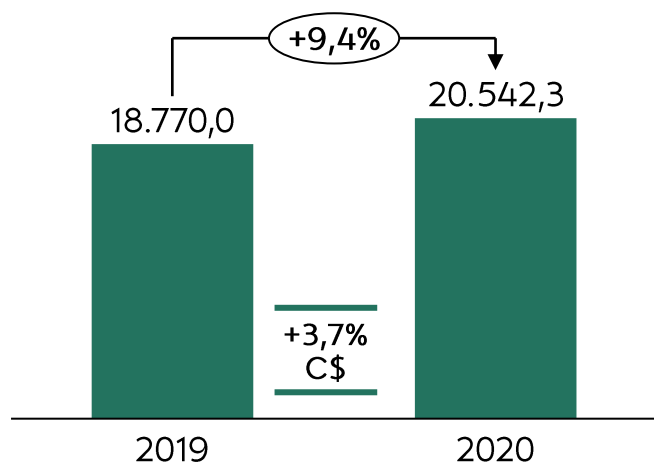
Desempenho
Financeiro

RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)



	BRL	C\$
Natura	+24,7%	+20,9%
Avon	+16,2%	+3,9%



	BRL	C\$
Natura	+21,8%	+17,2%
Avon	-1,8%	-9,3%

- DESTAQUES 4T-20

- Natura: **Receita líquida aumentou 24,7% em BRL (+20,9% em C\$)**, suportada por forte performance no Brasil (+16,2%), **superando o mercado local de CFT¹ em 10 p.p.**
- Avon: **Receita Líquida aumentou 16,2% em BRL (+3,9% em C\$)**, suportada pelo incremento na produtividade das revendedoras
- Liderança na América Latina: **Ganhos de market share alcançando 12%²+ vs. 11,8% em 2019**
- Liderança no Brasil: **Crescimento de market share³ de 4 p.p. no 4T e 0,6 p.p. em 2019**

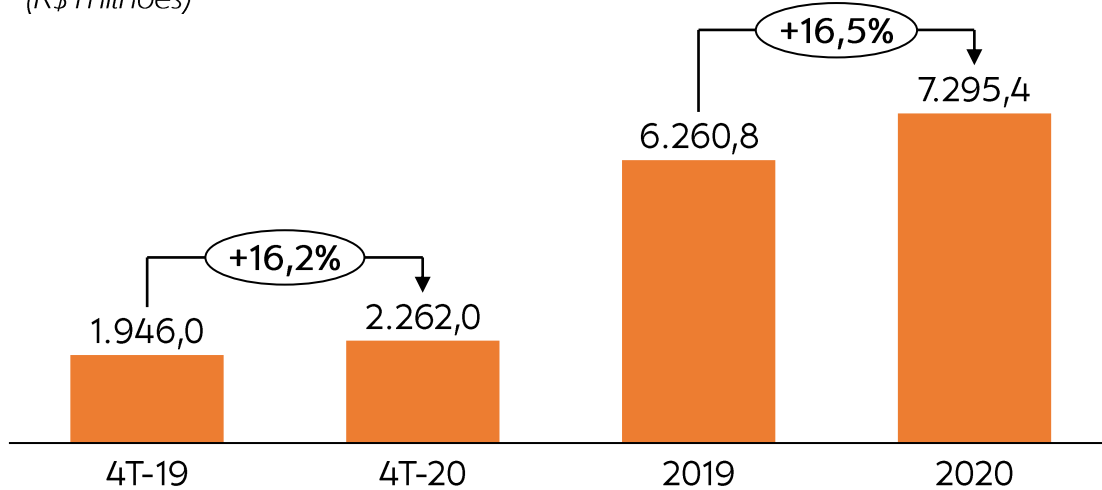
¹ Fonte: ABIHPEC +6,3%

² Fonte: Baseado nas estimativas da Companhia para as marcas Natura e Avon combinadas

³ Fonte: Kantar, para as marcas Natura e Avon combinadas

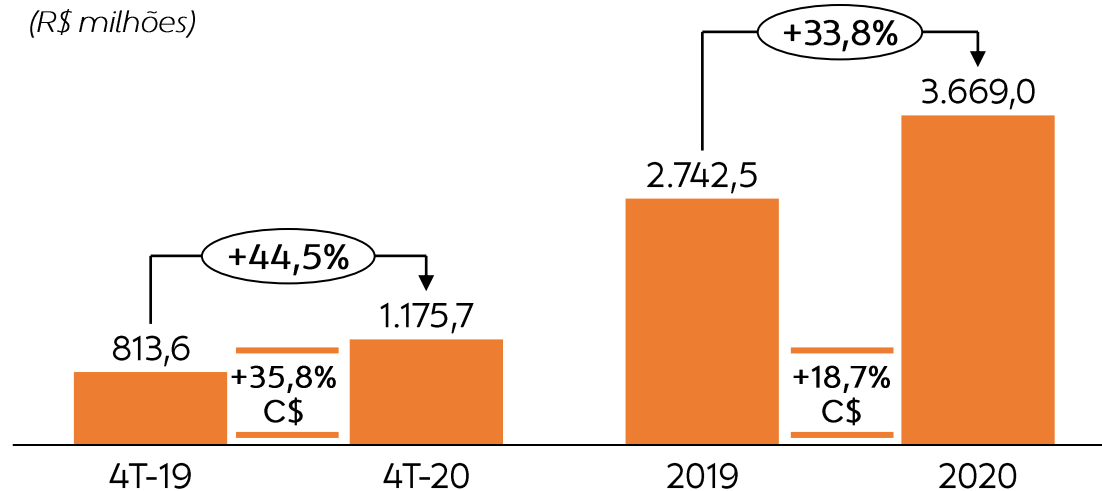
RECEITA LÍQUIDA - BRASIL

(R\$ milhões)



RECEITA LÍQUIDA – AMÉRICA LATINA HISPÂNICA

(R\$ milhões)

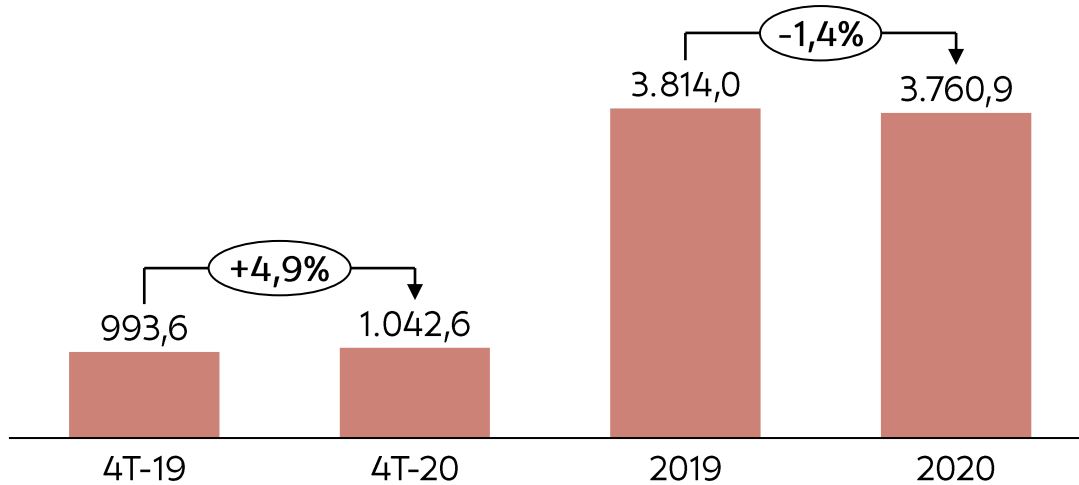


– DESTAQUES 4T-20

- Brasil:
 - Receita líquida cresceu 16,2%, impulsionada por: **preferência de marca**, **melhora contínua de produtividade** (17º trimestre consecutivo) e **aceração do modelo de social selling**
 - **Superação do mercado local de CFT¹** por quase 10 p.p. no 4T
 - **Melhor índice de lealdade das consultoras**
- América Latina Hispânica:
 - Receita líquida **cresceu fortemente em todos os mercados**, especialmente Argentina, Chile e México, **suportada pela melhoria de produtividade das consultoras**

RECEITA LÍQUIDA – AVON BRASIL

(R\$ milhões)

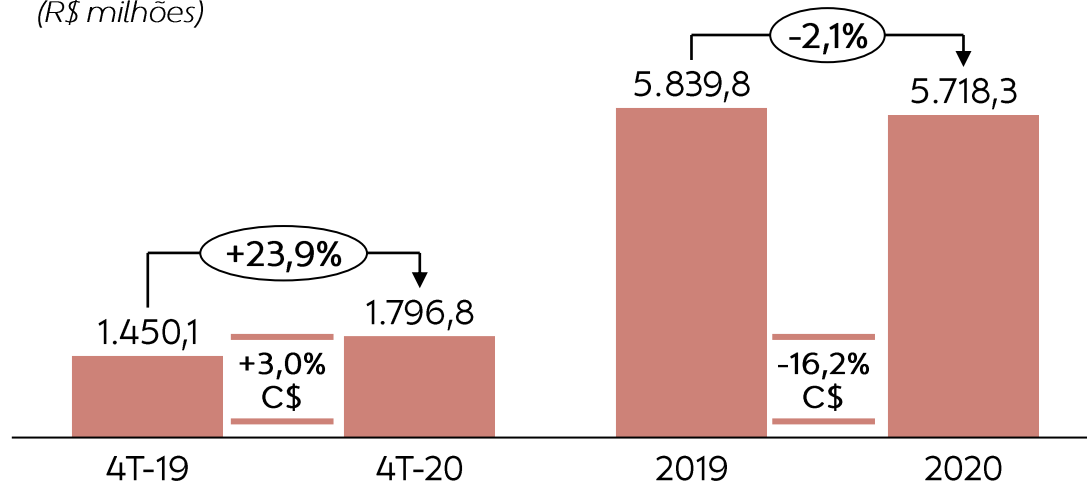


– DESTAQUES 4T-20

- Brasil: **Maior produtividade e nível de atividade das revendedoras**; Crescimento de dígito duplo na categoria de Moda & Casa; **Piloto do novo modelo comercial concluído**
- América Latina Hispânica: **Aumento da produtividade e base de revendedoras**; Forte performance da categoria de Moda & Casa; Crescimento em mercados-chave, incluindo México

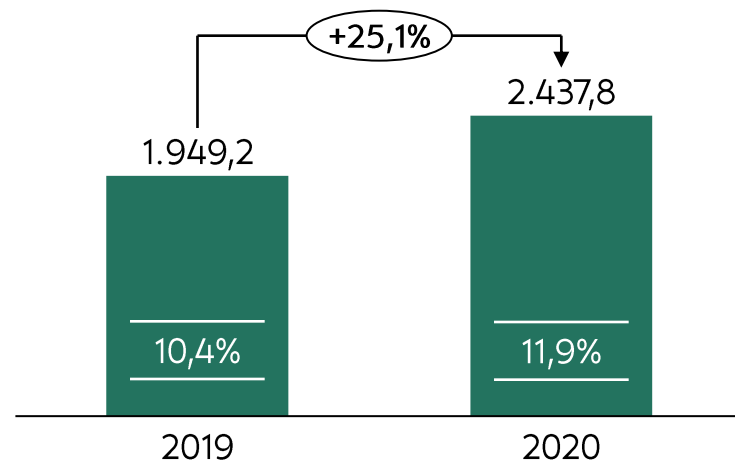
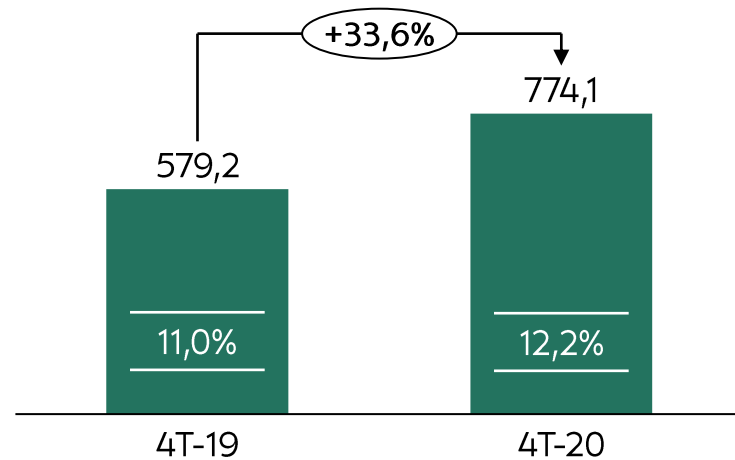
RECEITA LÍQUIDA – AMÉRICA LATINA HISPÂNICA

(R\$ milhões)



EBITDA AJUSTADO¹ E MARGEM EBITDA AJUSTADA

(R\$ milhões / %)



– DESTAQUES 4T-20

- **Maiores margens na Natura Hispânica e Avon Brasil**
- **Investimentos faseados** em marca, P&D e tecnologia para suportar crescimento futuro

¹ Excluindo efeitos que não são considerados recorrentes ou comparáveis entre os períodos analisados



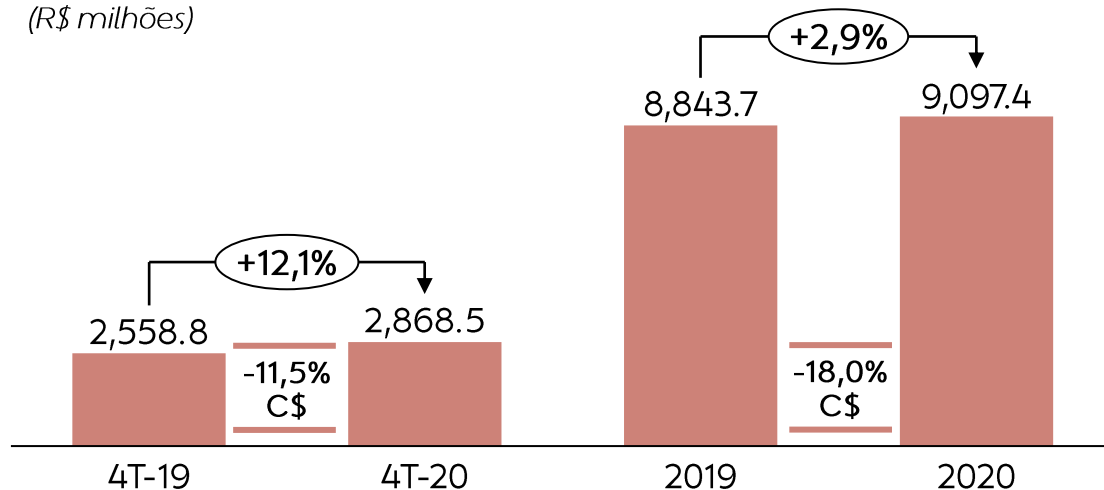
Avon Internacional

Desempenho
Financeiro

AVON Melhorando fundamentos; resultados refletem investimentos para crescimento futuro

RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)

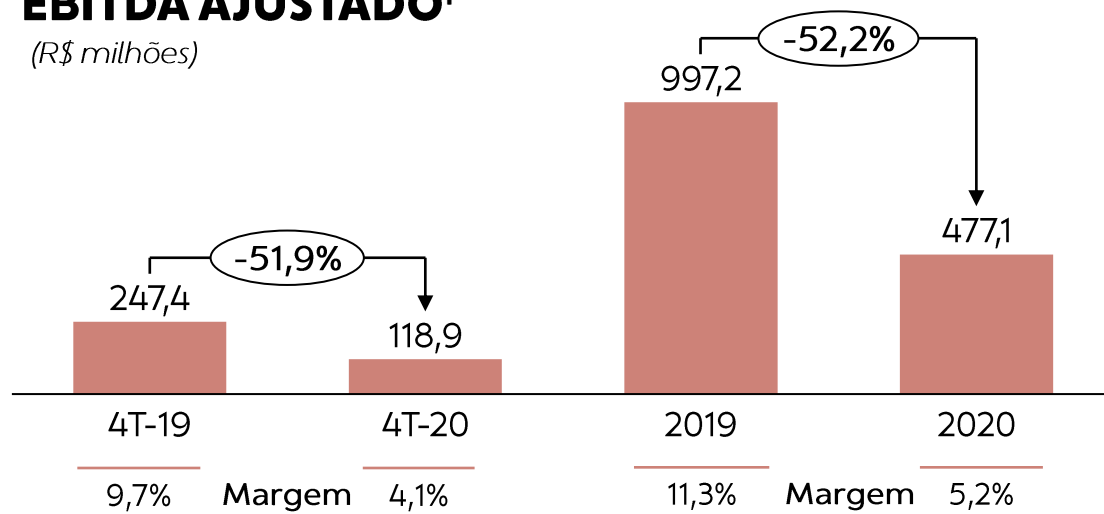


– DESTAQUES 4T-20

- Vendas impactadas pela **segunda onda da Covid-19** (Europa) e **mix de categorias** (fragrância e cosméticos)
- Vendas no Reino Unido cresceram 3,0% em C\$ com **ganho de market share pelo 3º trimestre consecutivo**, avanço sequencial de *market share* na Rússia no ano, e fortes ganhos em fragrância nas Filipinas no 4T
- EBITDA impactado por menor receita, câmbio e maiores **investimentos como parte da estratégia de transformação para impulsionar market share e acelerar crescimento futuro**

EBITDA AJUSTADO¹

(R\$ milhões)



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

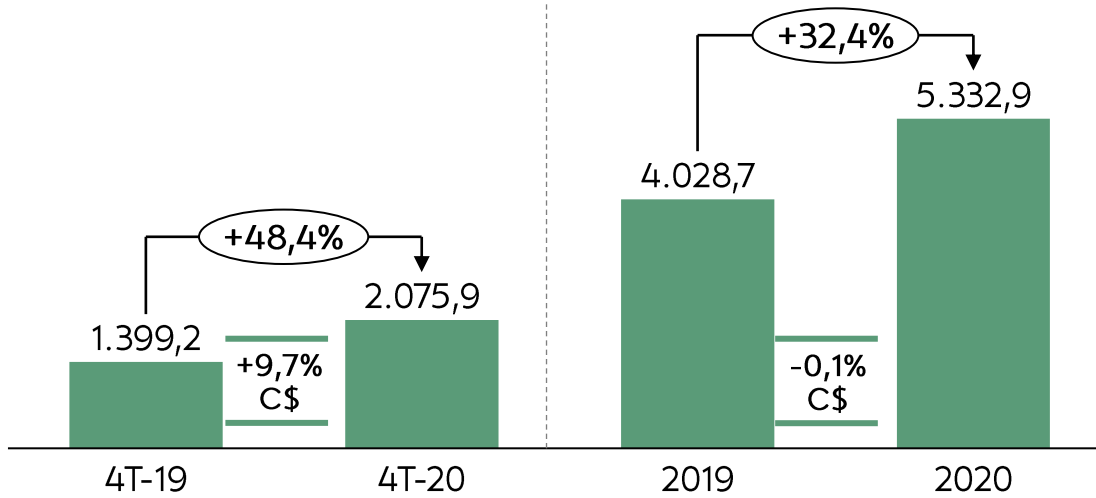


The Body Shop

Desempenho
Financeiro

RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)

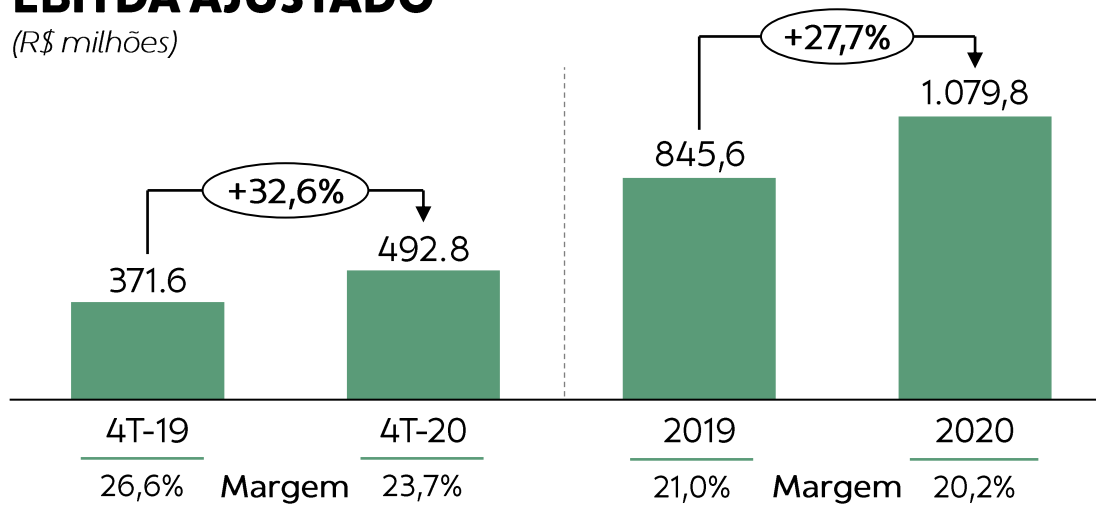


– DESTAQUES 4T-20

- Crescimento de vendas de 48,4%, suportado pelo aumento de 206% do At-Home (vendas diretas) e 72% do e-commerce
- 78% de lojas físicas abertas no final do trimestre (vs. 97% no 3T-20)
- Margem EBITDA impactada pelo impairment, pandemia e mix de canais

EBITDA AJUSTADO¹

(R\$ milhões)



¹ Ajustado: Exclui custos de transformação não recorrentes

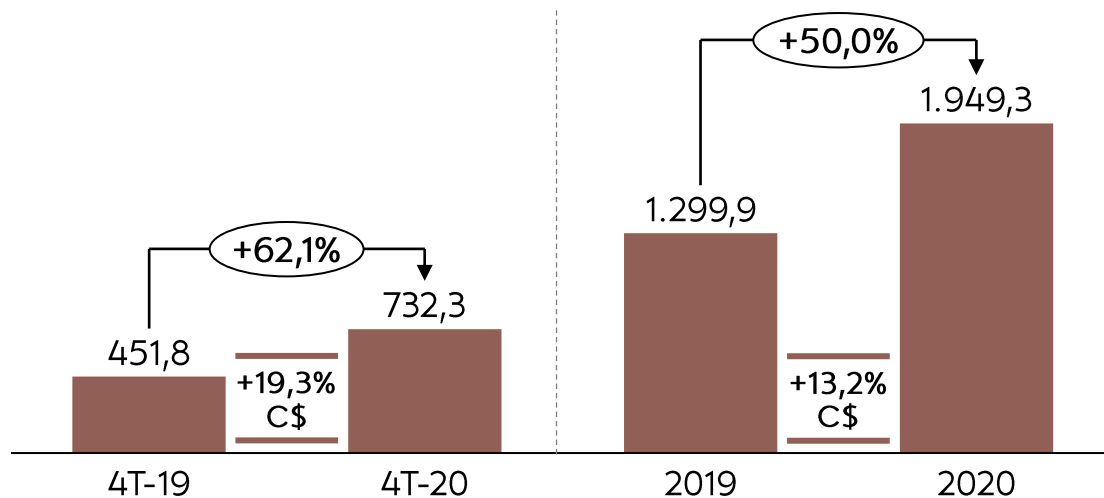


Aesop

Desempenho
Financeiro

RECEITA LÍQUIDA

(R\$ milhões)

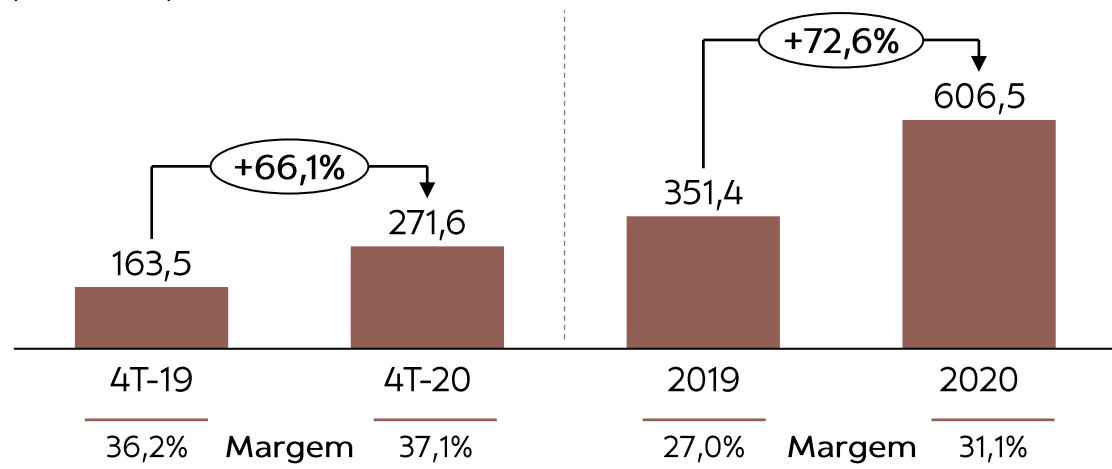


– DESTAQUES 4T-20

- **Crescimento de receita de 62,1%**, impulsionado por uma notável performance na Ásia e **crescimento de 190% nas vendas on-line** (~30% das vendas totais)
- **Inovação nas funcionalidades digitais** ajudaram a incrementar as vendas no 4T
- Melhora da margem EBITDA (+410 pbs) impulsionada pelo **crescimento da receita e disciplina de custos**

EBITDA

(R\$ milhões)





Considerações Finais

Roberto Marques

CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

- Natura: Crescimento de duplo dígito no Brasil e América Latina
- The Body Shop e Aesop: Resultados notáveis e sustentáveis, apesar da pandemia
- Transformação Avon: Crescimento no Brasil e Reino Unido, retomada de crescimento na América Latina Hispânica e progresso contínuo na Rússia
- Natura &Co: Maior Empresa B do mundo

FORÇA OMNICAL

- Digitalização das consultoras e revendedoras continua a avançar e trazer resultados
- Modelo omnicanal e chave para compensar efeito da pandemia, especialmente na Europa

TRANSFORMAÇÃO AVON

- Sinergias acima do guidance
- Avanços na simplificação do negócio
- Novo modelo comercial
- Adoção digital (*social selling*) e nova campanha de marca

ESTRUTURA DE CAPITAL OTIMIZADA

- Disciplina de custo e priorização de Investimentos (marca, P&D e tecnologia)
- Posição de Caixa robusta de R\$8,3 bilhões

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

Obrigado

AVON



natura



THE BODY SHOP

Aēsop.

natura & co



Apêndice

4T-20

Números ajustados excluem os seguintes efeitos não operacionais

1 Despesas relacionadas à aquisição da Avon

Custos não recorrentes associados à aquisição da Avon no 4T19

2 Custos de Transformação

Inclui custos de integração em Natura & Co América Latina (custos para captura das sinergias), custos de transformação relativos ao plano estratégico Open-Up and Grow da Avon International em ambos os anos, e custos de transformação da The Body Shop no 4T19

3 Venda de ativos da Avon Internacional

Ganho na venda da operação da Avon na América do Norte (New Avon) em 2019, na qual a Avon Products, Inc. detinha uma participação de 19,9%

4 Créditos, recuperações e reversão de provisões fiscais

Em 2020 referem-se à reversão de provisões sobre os encargos sociais na Natura, e créditos tributários de PIS e Cofins na Avon no Brasil. Em 2019 referem-se a recuperações fiscais 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

R\$ 144,5 milhões no 4T20 na The Body Shop, relacionados à redução do valor recuperável de um legado de lojas deficitárias, predominantemente nos EUA, que foram previamente incluídas no plano de fechamento de lojas e foram mais impactadas pelos efeitos da pandemia. No 4T19 os efeitos referem-se a itens diversos na Avon International e a uma baixa de ativos intangíveis na The Body Shop

6 Impactos de PPA não recorrente 2020

Relacionados a ajustes no balanço de abertura da Avon, sem impacto no caixa, resultantes de transações ocorridas em 2019

Uma agenda ESG completa no trimestre

(Mais detalhes disponíveis no Release de Resultados)

NATURA & CO NESSE TRIMESTRE:

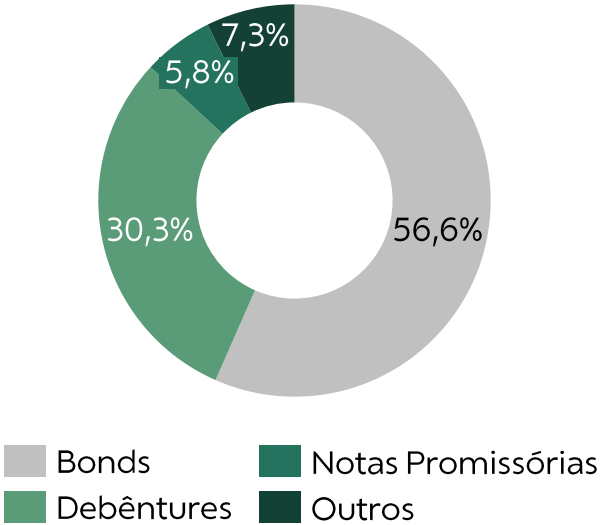
- Parceria com a One Planet Business for Biodiversity
- Reconhecida como uma das 100 empresas mais sustentáveis no ranking da Corporate Knights
- DJSI: Constituinte do Índice de Mercados Emergentes pelo 7º ano consecutivo
- ISE: Constituinte do índice pelo 16º ano consecutivo
- Certificação Empresa B, tornando-se a maior Empresa B do mundo

E AS NOSSAS MARCAS:

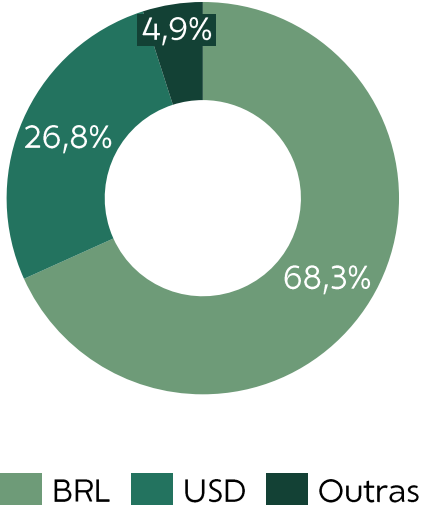
- A marca Natura foi reconhecida como a marca mais lembrada em questões de Diversidade, de acordo com o estudo Oldiversity
- A marca Natura foi reconhecida como uma das 25 melhores empresas do mundo para se trabalhar no ranking World's Best Workplaces 2020
- A marca Natura obteve a certificação UEBT (linha de produtos Ekos)
- A marca Natura foi reconhecida pelo CDP como Líder de Engajamento de Fornecedores em 2020
- A The Body Shop lançou campanha de luta contra a falta de moradia feminina
- A The Body Shop lançou o Dia Internacional da Bondade
- A Aesop lançou um Ensaio de Embalagem Circular na Austrália

Perfil da dívida

— 4T-20 POR TIPO





— 4T-20 POR MOEDA



Composição da receita líquida global por marca

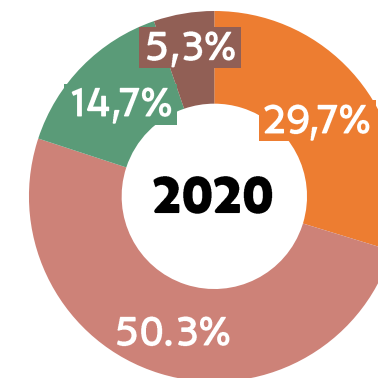
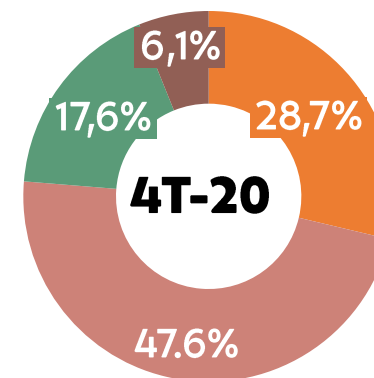
RECEITA LÍQUIDA POR MARCA¹

(R\$ milhões)

Marca	4T-20	4T-19	% (R\$)	% (CC)	2020	2019	% (R\$)	% (CC)
 natura	3.444,6	2.762,5	24,7%	21,6%	10.979,1	9.012,3	21,8 %	3,7%
AVON	5.707,9	5.002,5	14,1%	-4,5%	18.576,6	18.497,5	0,4 %	-18,0%
 THE BODY SHOP	2.111,7	1.436,8	47,0%	9,7%	5.414,7	4.129,3	31,1 %	0,0%
Aēsop.	733,0	452,7	61,9%	19,5%	1.951,5	1.303,0	49,8 %	13,2%
Receita líquida total	11.997,3	9.654,5	24,3%	6,4%	36.922,0	32.942,2	12,1 %	-2,3%

COMPOSIÇÃO DA RECEITA LÍQUIDA (POR MARCA)

(%)



■ Natura
 ■ Avon
 ■ The Body Shop
 ■ Aēsop