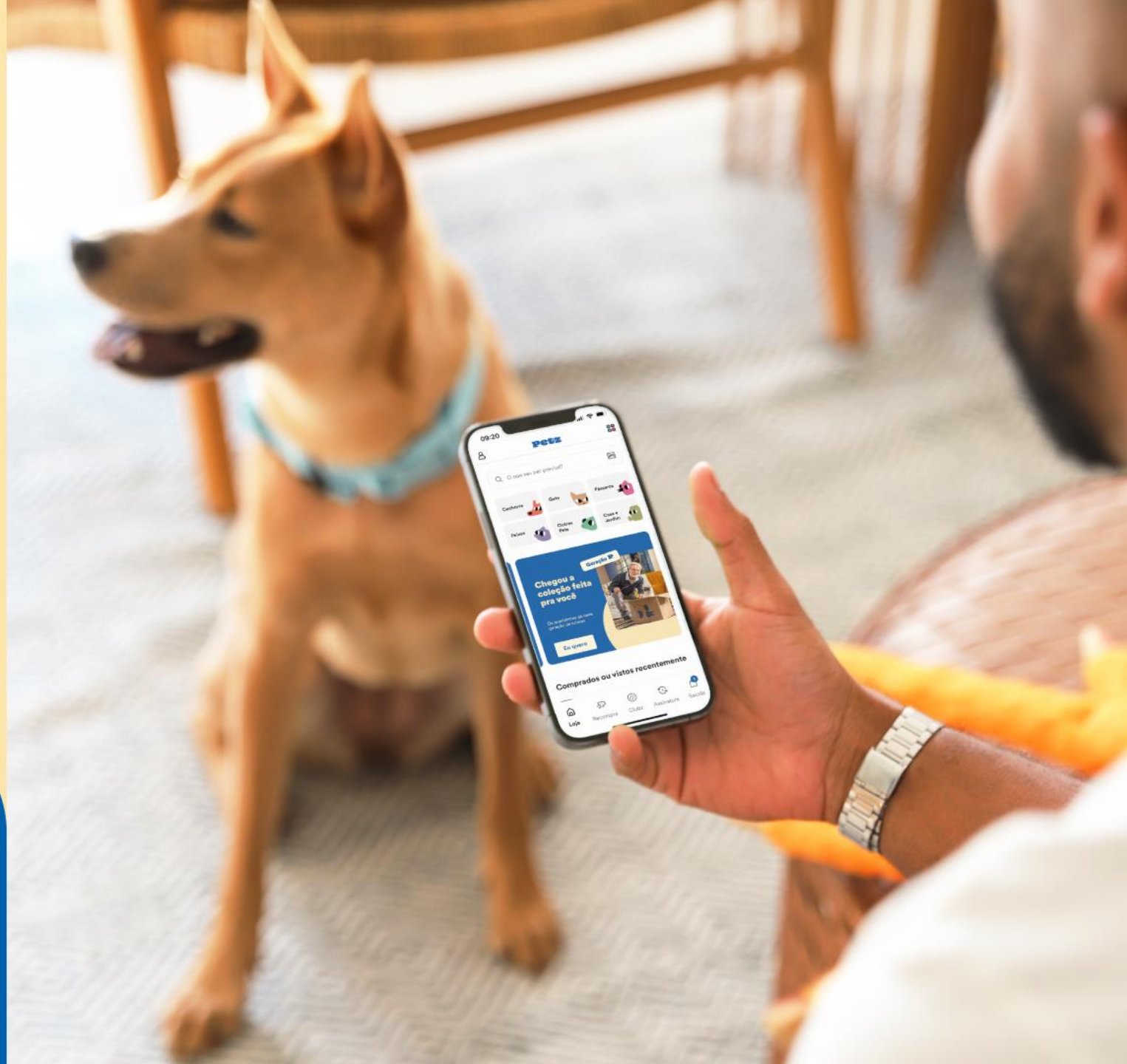


Resultados 3T23

10 de novembro de 2023



Petz

CENTRO VETERINÁRIO
seres

adotepetz

zeedog

petix.
o melhor para seu pet

CANSEI
DE SER
GATO

Cão Cidadão

Aviso Legal

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da Petz são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da diretoria sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas à mudança sem aviso prévio. Todas as variações aqui apresentadas são calculadas com base nos números em milhares de reais, assim como os arredondamentos.

O presente relatório de desempenho inclui dados contábeis e não contábeis tais como operacionais, financeiros pro forma e projeções com base na expectativa da administração da companhia. Os dados não contábeis não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes da Companhia.

Agenda Videoconferência de Resultados 3T23

1

Mensagem da Administração

2

Resultados Financeiros

3

Refresh da marca Petz

4

Q&A

1 Mensagem da Administração

Sergio Zimmerman | Fundador e CEO

Principais mensagens do 3T23

Nossas decisões seguem pautadas pelo **melhor equilíbrio** entre crescimento, rentabilidade e inovação

- **Crescimento:** ajustes nas condições comerciais para melhorar a competitividade, preservar a base de clientes e ganhar *market share*
Indicadores de clientes já mostram melhora sequencial
- **Rentabilidade:** controle de despesas, maior rigidez na aprovação de investimentos e busca contínua por eficiências em capital de giro
Geração de caixa operacional suficiente para custear nossos investimentos
- **Inovação:** *refresh* da marca Petz implementado com sucesso

3T23 foi um período de intensas reflexões e trouxe a importância de **avaliar estratégias, prioridades e ajustar planos** de ação em um ambiente de negócios difícil para todo o varejo



Indicadores de clientes já mostram melhora sequencial importante

Mesmo que essa melhora não se reflita na dinâmica de top line no curto prazo, acreditamos que estamos no caminho certo para aumentar os níveis de fidelização e engajamento dos clientes

CLIENTES ATIVOS

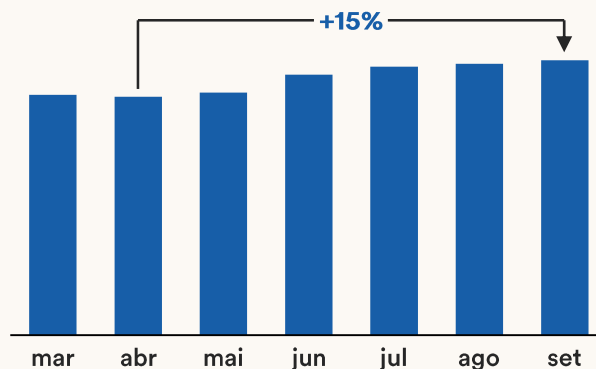
Aumento da base de clientes ativos¹, reflexo de:

- redução de *churn*
- maior reativação de clientes antigos
- ritmo saudável de aquisição de novos clientes

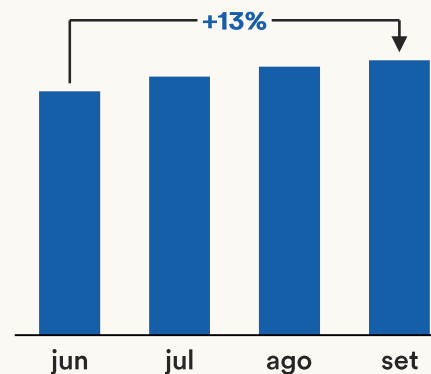
2,6MM (+12 p.p. a/a)

Clientes *Omnichannel* ativos¹ em set/23

Novos clientes e reativados por mês
(Base 100 | 2023)



Número de assinantes ativos em 2023



ASSINANTES

Churn

Menor patamar na história em set/23
(-1,5 p.p. a/a)

390MIL (+12 p.p. a/a)


Assinantes ativos¹ em set/23

O crescimento de top line é impulsionado pelo **aumento de cupons**, ao mesmo tempo que o **ticket médio** permanece **estável** devido a **redução nos itens por cesta** (impactando principalmente os discricionários).

¹ Clientes que realizaram compras nos últimos 6 meses

Principais fundamentos do mercado pet brasileiro permanecem sólidos



Brasil é um dos maiores mercado pet do mundo, com fortes tendências estruturais que impulsionam crescimento



Aumento populacional dos pets

Continuará crescendo, devido:



- Envelhecimento populacional humano e o efeito “ninho vazio”
- Casais decidindo ter filhos mais tarde / não ter filhos
- Aumento da expectativa de vida dos pets
- Tendência de mais de um pet por domicílio



Humanização do pet

O ato de ter o pet como um membro da família continuará crescendo:



- Relação emocional, não baseada apenas em atributos de produto
- Jovens de hoje já veem o pet como membro da família desde que nasceram: geração cresceu acostumada a dividir espaços íntimos com o pet



Nível de Informação dos tutores

Pessoas buscam mais informação sobre seus pets e conteúdo de qualidade é escasso:


- Blog/texto já não é o meio mais desejado (e democrático): necessidade de fortalecer canal de conteúdo, desejavelmente através de vídeo
- Acesso à informação aumenta nível de gasto



Renda disponível da população

Momento macroeconômico atual é de contração

- Fidelização de clientes: importância de estar bem-posicionado quando o cenário melhorar



Principais fundamentos da Petz e visão geral 2024

Estamos convictos que a Petz encontra-se em uma posição privilegiada, com sólida posição de caixa, baixo nível de endividamento, exposição imaterial a incentivos fiscais, além de líder de mercado em um segmento resiliente

Presença em um mercado resiliente, com tendências sólidas de crescimento

- Humanização e população dos pets continua em ascensão



Plataforma Omnichannel líder, escalável e rentável

- Crescimento em patamares saudáveis
- Plataforma em melhoria contínua
- Crescente base de clientes



Robusta estrutura financeira

- Sólida posição de caixa
- Baixo nível de endividamento
- Exposição imaterial a incentivos fiscais



Busca contínua por eficiência operacional

- Processo de redução de despesas em andamento
- Melhoria significativa em ciclo de caixa
- Capex em processo de redução e otimização no tamanho de lojas




Continuidade na captura de sinergias com adquiridas

- Melhoria significativa da performance das adquiridas
- Zee.Dog rumo ao breakeven




Planejamento estratégico 2024

Nosso *top management* elaborou um plano estratégico, com foco especial em 2024, levando como premissa as tendências sólidas do segmento pet




Crescimento

- Avaliação da estratégia de expansão de lojas Petz, além da busca por maior eficiência em clusterização e sortimento nas unidades
- Expansão de franquias da Zee.Dog
- Estudos de viabilidade para alternativas de *cross-border*



Rentabilidade

- Eficiência operacional e elevação de produtividade
- Otimização logística
- Continuidade da captura de sinergias com as integrações das adquiridas



Inovação e diferenciação

- Aumento do *share* dos produtos marca própria, com destaque para o projeto de ração seca
- Geração de conteúdo mais intensiva e em novos formatos, dada a carência de informação de qualidade
- Evolução do Clube de Benefícios (Clubz), com o lançamento do Petz Prime





Objetivos realistas e claros, levando em consideração as limitações de recursos em um cenário de custo de capital ainda elevado

2 Resultados Financeiros

Aline Penna | VP de Finanças, RI/ESG
e Novos Negócios







Destaque financeiros | Grupo Petz 3T23

3T23	 Receita Bruta Total (RBT)	 Lucro Bruto	 EBITDA Ajustado	 Geração de Caixa Operacional
Grupo Petz	R\$ 945,1 MM +6,8% a/a	R\$ 361,3 MM +1,6% a/a 38,2% RBT (-2,0 p.p. a/a)	R\$ 65,4 MM -9,4% a/a 6,9% RBT (-1,2 p.p. a/a)	+R\$ 82,4 MM vs. +R\$21,6 MM no 3T22

Destques

- **Receita Bruta Petz** “Standalone”: R\$867,7 MM; **+9,0% a/a**, com destaque para Produtos (**+10,0% a/a**)
- **Receita Bruta Digital Petz** “Standalone” (RBDP): R\$342,4 MM; **+19,6% a/a**
- **Same-Store-Sales: -0,5% a/a**
- **Lucro Bruto Petz** “Standalone”: R\$330,3 MM; **+1,1 a/a**; Margem Bruta de **38,1%** da RBP (**-3,0% a/a**)
- Pressão de margem reflexo do aumento da Penetração Digital a/a, maior investimento em competitividade e mudanças tributárias de PIS/Cofins
- **Despesas Operacionais Grupo Petz** R\$295,8 MM; **+4,4% a/a**
- **EBITDA Ajustado Petz** “Standalone”: R\$63,7 MM; **-14,0% a/a**; Margem EBITDA Ajustada de **7,3%** da RBP (**-2,0 p.p. a/a**)
- **EBITDA “Aquisições”**: **R\$1,7 MM**, uma melhora significativa vs. 3T22 e 2T23
- **Melhora** significativa de **15** dias no **ciclo de caixa**
- Eficiência em capital de giro, reflexo principalmente da **redução de níveis de estoque**
- **R\$14,7 MM** de Lucro Líquido Ajustado (**-52,0% a/a**), reflexo do **aumento da D&A**, **menor resultado financeiro** no 3T23 e **efeito ainda negativo das aquisições**

Destques financeiros | Grupo Petz 9M23

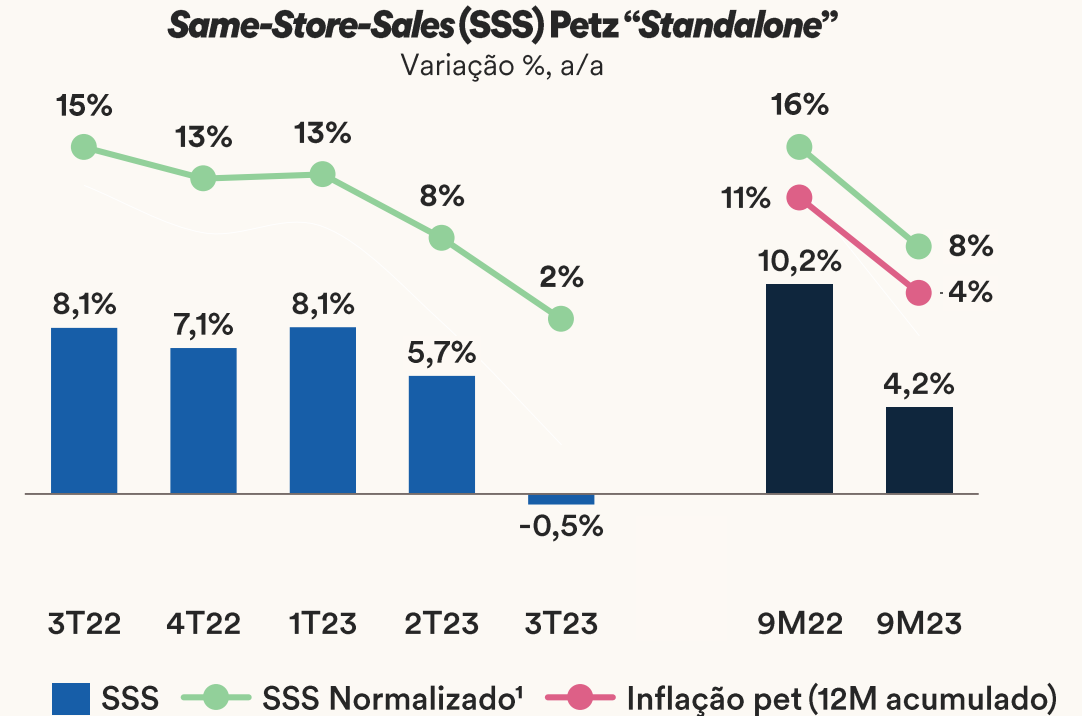
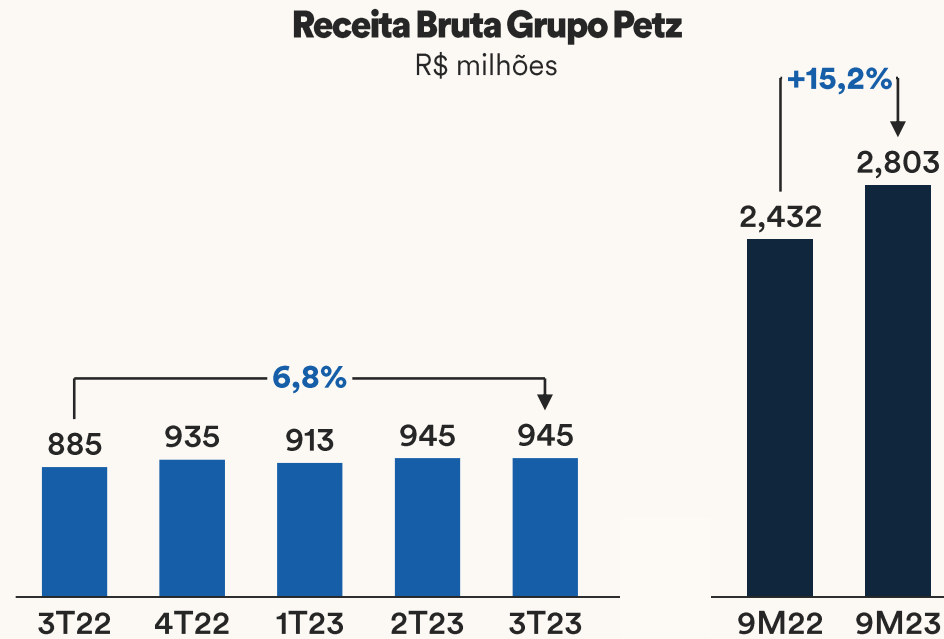
9M23	 Receita Bruta Total (RBT)	 Lucro Bruto	 EBITDA Ajustado	 Geração de Caixa Operacional
Grupo Petz	R\$ 2,8 BI +15,2% a/a	R\$ 1,1 BI +11,4% a/a 39,2% RBT (-1,4 p.p. a/a)	R\$ 200,3 MM +5,3% a/a 7,1% RBT (-0,7 p.p. a/a)	+R\$ 177,0 MM vs. -R\$39,3MM no 9M22

Destques

- **Receita Bruta Petz**
“*Standalone*”: R\$2,6 BI; **+15,0% a/a**, com destaque para Produtos (**+15,9% a/a**)
- **Receita Bruta Digital Petz**
“*Standalone*” (RBDP): R\$954,9 MM; **+27,5% a/a**
- **Same-Store-Sales: +4,2% a/a**
- **Lucro Bruto Petz**
“*Standalone*”: R\$1,0 BI; **+11,3 a/a**; Margem Bruta de **39,4%** da RBP (**-1,3% a/a**)
- **Despesas Operacionais Grupo Petz**: R\$899,4 MM; **+12,9% a/a**
- **EBITDA Ajustado Petz**
“*Standalone*”: R\$205,1 MM; **+3,6% a/a**; Margem EBITDA Ajustada de **8,0%** da RBP (**-0,9 p.p. a/a**)
- Reflexo principalmente da **redução de níveis de estoque e maior eficiência tributária** com novo CD de Goiás (menor acúmulo de créditos)
- Geração de caixa operacional suficiente para **custear nossos investimentos**

Receita Bruta Grupo Petz

Destaque para performance de Produtos Petz “Standalone”, em especial as categorias de alimento, farmácia e higiene & limpeza



R\$ 868 MM

Receita Bruta Petz “Standalone” (+9% a/a), com destaque para Produtos (+10% a/a)

SSS de -0,5%

Reflexo do cenário macro desafiador, arrefecimento da inflação do segmento Pet, queda faturamento em Serviços e ritmo acelerado de expansão

R\$ 97 MM

Receita Bruta “Aquisições” (-4% a/a), efeito da performance da vertical internacional da Zee.Dog e nova política comercial da Petix

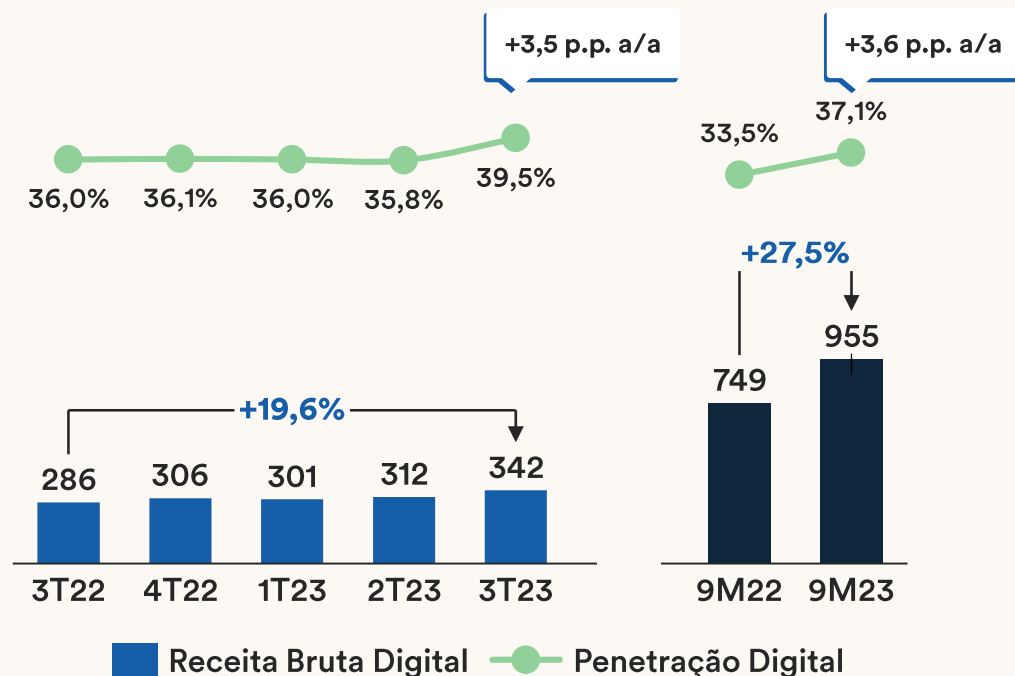
¹ Excluindo as lojas que foram impactadas pela abertura de novas unidades da Petz nas zonas de influência e/ou na mesma cidade.

Canal Digital Petz “Standalone”

Crescimento robusto de +20% a/a (sob forte base +44% a/a no 3T22)

Receita Bruta Digital e Penetração Digital

R\$ milhões, % Receita Bruta Petz “Standalone”



Penetração Digital recorde

Incremento de participação de **3,5 p.p. a/a** e **+3,7 p.p. t/t**, reflexo das mudanças nas condições comerciais para melhorar a competitividade no Digital



Ajustes nas condições comerciais

Reduções de preço pontuais, eliminação da taxa de serviço no *Pick-up* em todo o Brasil e descontos para *Pick-up* em algumas regiões



NPS em zona de excelência

85 em set/23 (+1,4 pontos a/a), com evolução consistente em todos os canais e segmentos

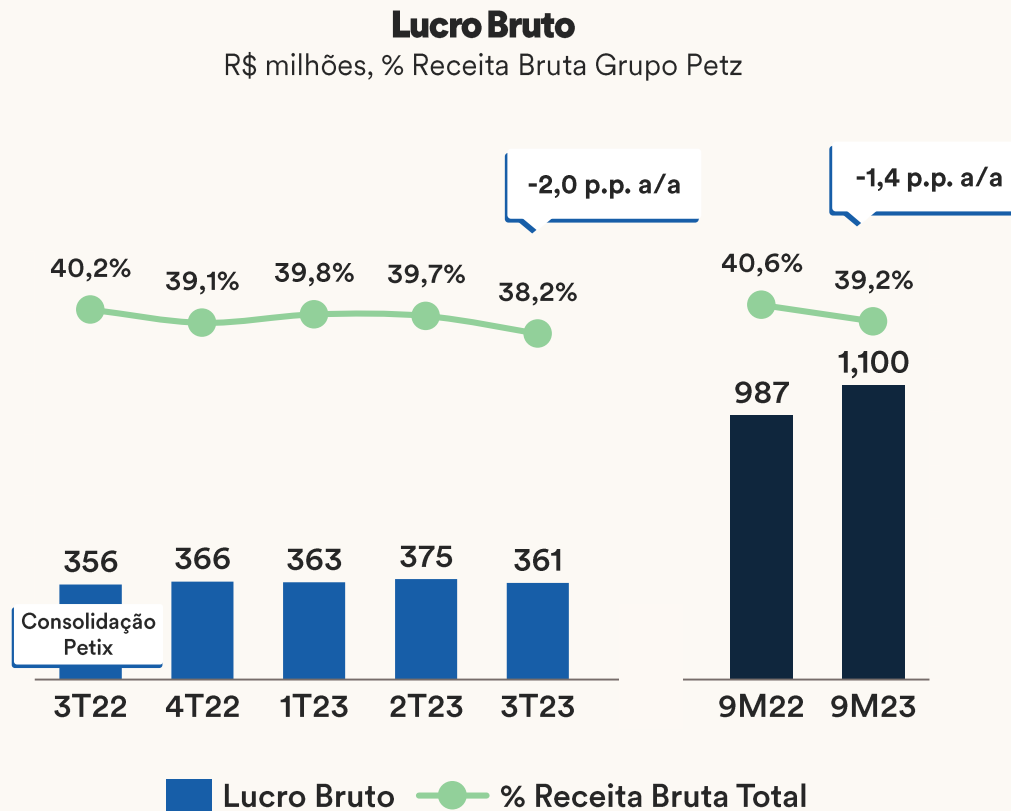


Alto nível de serviço

95% das vendas *Ship from Store* entregues em **até 1 dia útil**, sendo **86%** de todos os pedidos do Digital

Margem Bruta Grupo Petz

Pressão de margem reflexo principalmente da performance Petz “Standalone”



Margem Grupo Petz -2,0 p.p. a/a

reflexo principalmente da performance Petz “Standalone”



Margem Petz “Standalone” -3,0 p.p. a/a

reflexo do aumento da Penetração Digital a/a, maior investimento em competitividade



Arrefecimento da inflação interna pet

4% acumulado 12M em set/23 (vs 11% em set/22), que refletem em crescimento mais baixo de top line e SSS

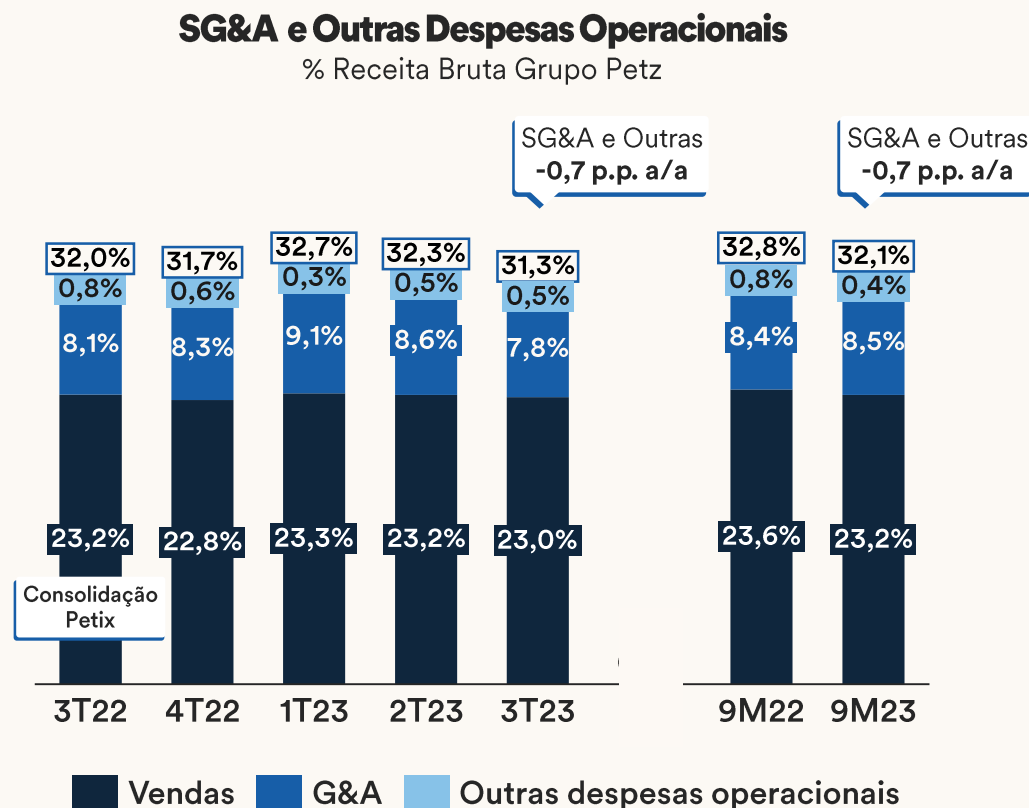


Zee.Dog

Implementação de mudanças estratégicas em andamento: Internacional (operação *asset light*) + ZDK (iniciativas para rentabilização da fábrica)

Despesas Operacionais Grupo Petz

Eficiência reflexo das iniciativas em SG&A e Outras Despesas Operacionais



+4% a/a

Despesas Operacionais do Grupo Petz, representando um patamar de 31% sobre a Receita Bruta (-0,7 p.p. a/a)



+6% a/a

Despesas com Vendas, resultado de eficiência nas despesas variáveis do Digital (marketing e *last mile*), pessoal de loja e consumo



+3% a/a

Despesas de G&A, reflexo de eficiência em pessoal de CD e captura de sinergias com as integrações



-26% a/a

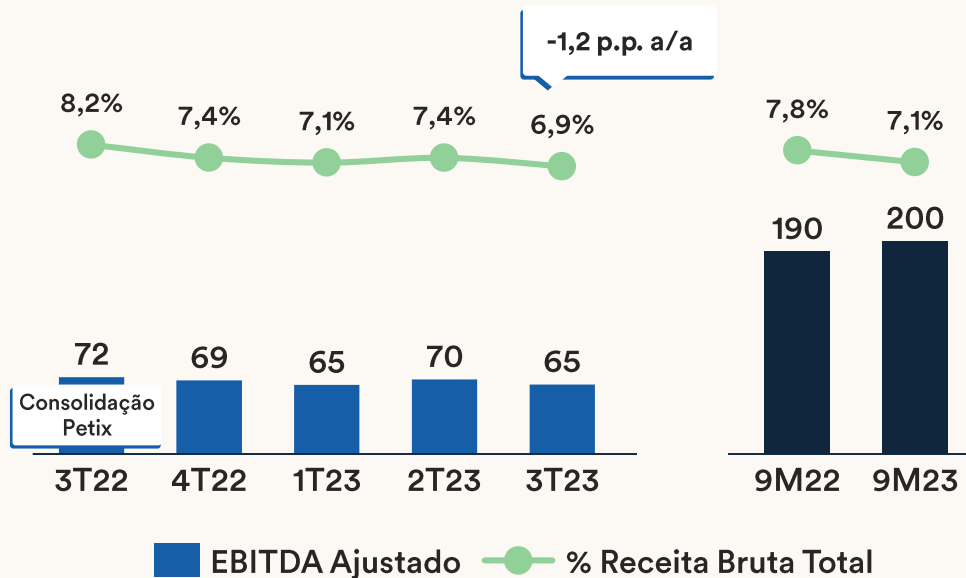
Outras Despesas Operacionais (pré-op de novas lojas), reflexo de menor ritmo de abertura em 2023 e maior eficiência com as novas unidades

Margem EBITDA Ajustada Grupo Petz

Eficiências em Despesas não foram suficientes para *offset* pressão de margem bruta

EBITDA Ajustado

R\$ milhões, % Receita Bruta Grupo Petz



EBITDA “4-wall” (Lojas)

% Receita Bruta Petz “Standalone”

Safras	# Lojas	EBITDA “4-wall” (3T23LTM)
Até 2018	80	18,1%
2019	26	17,7%
2020	28	17,0%
2021	37	15,3%
2022	50	9,5%
2023	20	7,5%



R\$120 MM (flat a/a)

EBITDA Ajustado Grupo Petz
IFRS 16 no 3T23

7,3%

Margem EBITDA Ajustada Petz “Standalone” (-2,0 p.p. a/a), reflexo da pressão de margem bruta, maior participação do Digital e efeito maturação das lojas

+R\$1,7 MM

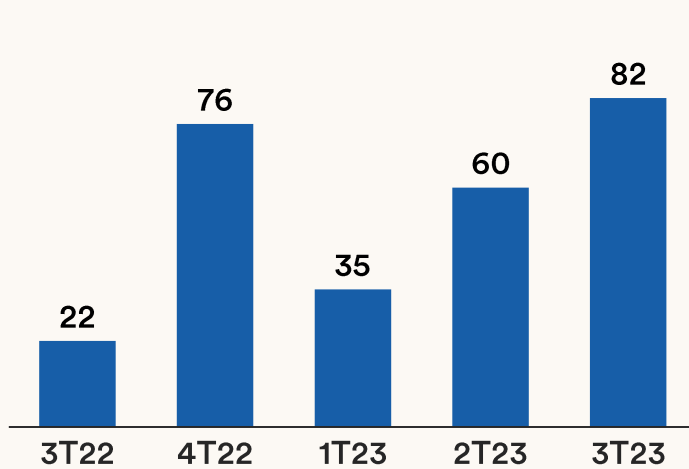
EBITDA “Aquisições”, melhora vs. -R\$1,9MM no 3T22 e -R\$1,3MM no 2T23, reflexo captura de sinergias da integrações

Fluxo de caixa, investimentos e endividamento

Robusta posição de caixa reflexo da disciplina na aprovação de investimentos e busca por eficiências em capital de giro

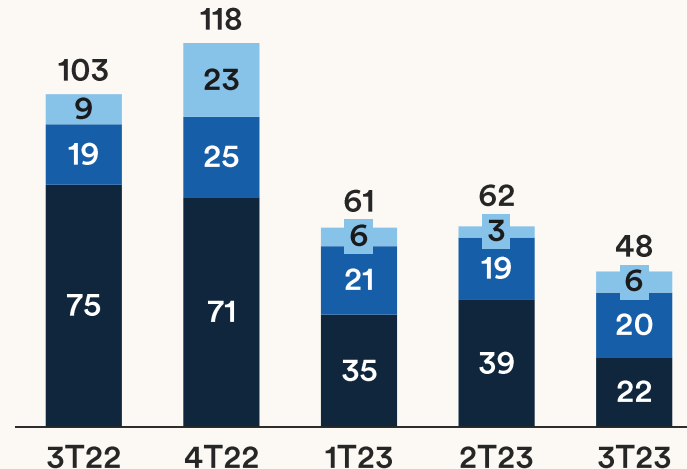
Fluxo de Caixa Operacional

R\$ milhões



Investimentos

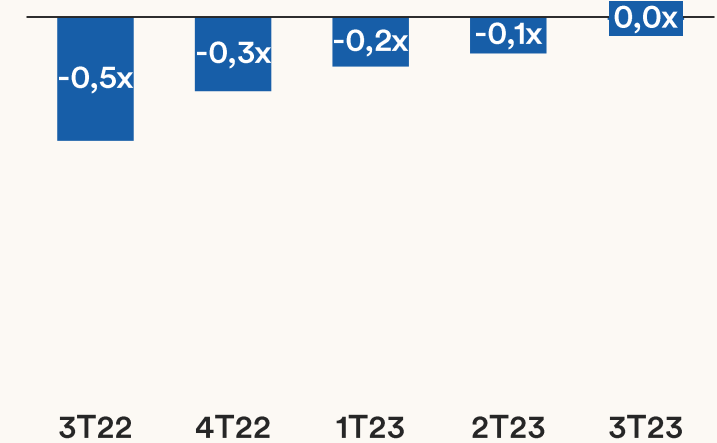
R\$ milhões



- Novas Lojas e Hospitais
- Tecnologia e Digital
- Reformas, Manutenção e Outros¹

Alavancagem (IAS 17)

Dívida Líquida/EBITDA Ajustado 12M



- **R\$82 MM** de geração de caixa operacional
- **Redução dos níveis de estoques e maior eficiência tributária** com novo CD de Goiás (menor acúmulo de créditos)
- **1º Programa de Recompra:** 11,6MM de ações recompradas em ago/23 (R\$62MM)

- **-53% a/a** de Investimentos Totais
- **-71% a/a** de Novas Lojas, reflexo do menor ritmo de abertura em 2023, maior eficiência na implantação das unidades e menor capex por loja
- **+7% a/a** de Investimento em Tecnologia e Digital que refletem inovação, UX e infra

- **R\$15 MM** de Lucro Líquido Ajustado (-52% a/a), reflexo do aumento da D&A, menor resultado financeiro no 3T23 e efeito ainda negativo das aquisições
- **R\$3 MM** de caixa líquido no 3T23

¹ Inclui consolidação do CAPEX das empresas adquiridas (Zee.Dog e Petix).

3 *Refresh* da marca Petz



O que é um **Brand Refresh?**

Movimento estratégico que envolve a atualização de uma marca de forma sutil para garantir a **longevidade, crescimento e relevância** no mercado, sem alterar completamente sua identidade visual ou posicionamento.

Refresh da marca

The logo for PETZ, featuring the word "PETZ" in a bold, blue, sans-serif font. The letters are thick and blocky, with a slight shadow effect. The 'P' is the largest, followed by 'E', 'T', and 'Z'.

Tudo que seu pet precisa

Representa o avanço da Companhia na **consolidação de seu ecossistema** de produtos e serviços, potencializado pelas recentes aquisições.

Esse processo foi embasado tanto na **evolução da relação tutor-pet**, quanto em oportunidades de **diferenciação e inovação** perante a concorrência (especializada e não-especializada).

Geração P

Nova geração de tutores: relação das pessoas com seus pets está em transformação, tornando-se mais íntima, mais profunda e adquirindo um grau de complexidade inédito



2 é o número médio de pets por lar

88%

consideram seu pet um membro da família

65% não hesita em gastar dinheiro com seus pets

% de tutores que demonstram afeto através de:

68% Comida ou petisco diferente

48% Brinquedos novos

41%

dos tutores compraram ou adotaram um pet durante a pandemia

R\$300

Gasto mensal médio com o pet, sendo banho e consultas os serviços mais importantes

63%

se consideram pai ou mãe de pet

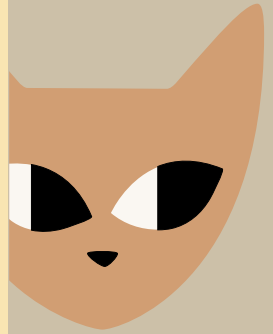
72%

revela interesse na causa do bem-estar animal

68% diz que o pet influencia nas decisões de lazer, como destino de férias, passeios de fim de semana, escolha do hotel e do restaurante

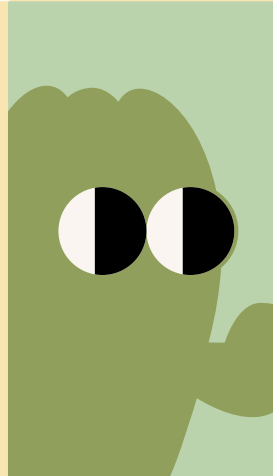
75% declaram que conversam com seus pets, e até prestam homenagem ao pet, como tatuagem ou festa de aniversário

Por que um **Brand Refresh**



Criar **diferenciais competitivos** que gerem maior **fidelização** e **engajamento** dos clientes, resultando consequentemente, em aumento de *share of wallet* e frequência

Como executamos



Identidade visual e mensagem da marca

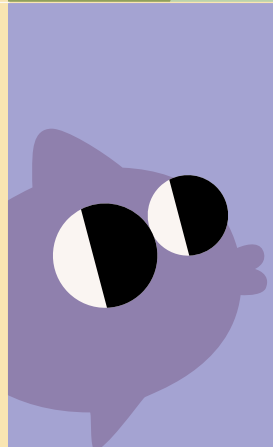
Posicionamento de marca

Estratégia de marketing

Marcas próprias com produtos exclusivos

Experiência do Cliente

O que entregamos



- Adequação da marca à maior digitalização dos clientes
- Revisão do slogan

- Exploração de atributos focando no pet, tutor e sociedade
- Fortalecimento da conexão emocional entre pet-tutor

- Comunicação p/ além do varejo (ecossistema)
- Campanha institucional de TV e *out of home*
- Uso de novos canais de publicidade

- Continuidade da estratégia de marca própria executada desde o início do ano

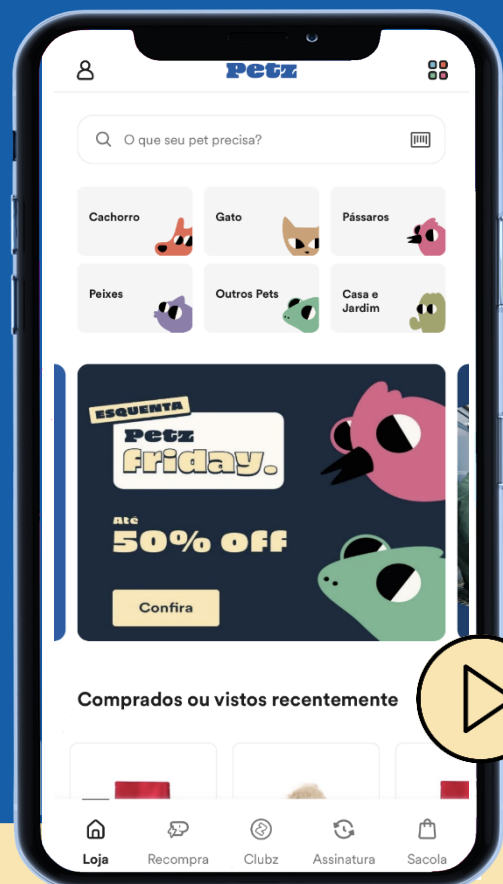
- Novo App: produtos e serviços unificados num único app
- Nova experiência em lojas

Estratégia de marketing

Intensificação da comunicação da Petz como ecossistema (não apenas varejo), utilização de novos canais de publicidade e promoção de eventos em loja

Lançamos uma **campanha institucional** em rede nacional - incluindo os meios TV e *out of home*.

Novo app

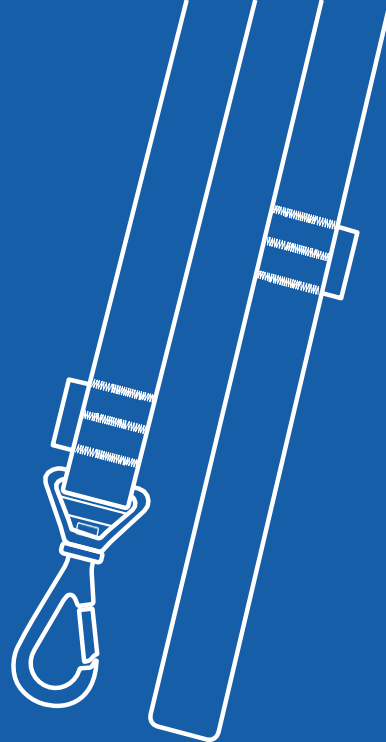


Novos produtos



Campanha Geração P





Marcas próprias com produtos exclusivos

Fortalecimento do portfólio de
marca própria, através de
diferentes *price points* em
diversas categorias

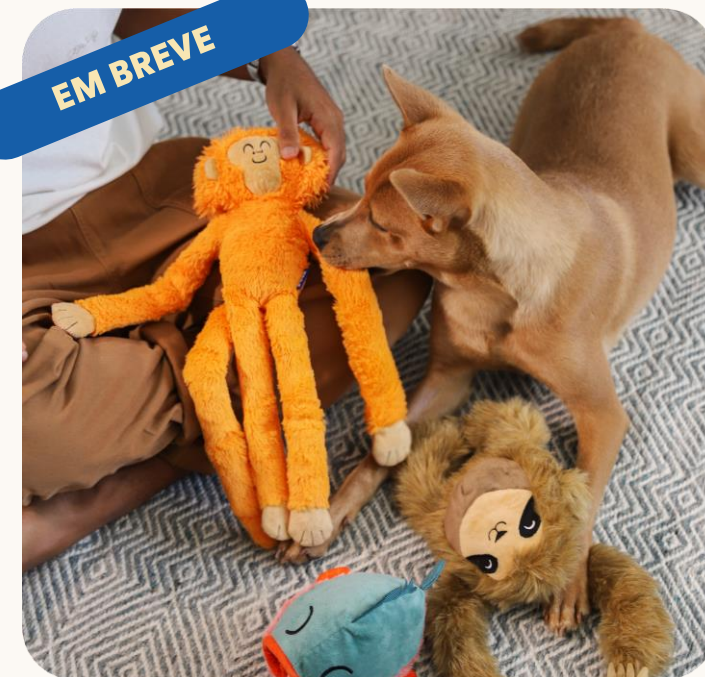


**CANSEI
DE SER
GATO**

Areia Higiênica Biodegradável CDSG

- Lançamento em setembro do 1º produto de consumo recorrente da marca
- Areia é 100% natural, biodegradável, feita com milho e mandioca e sem aditivos químicos
- Resultados acima das expectativas

EM BREVE



Brinquedos e Pelúcias Petz

Destaques de set/23 da marca própria:

25% (+5 p.p. a/a)

Share de marca própria nas
categorias em que temos presença

8% (+2 p.p. a/a)

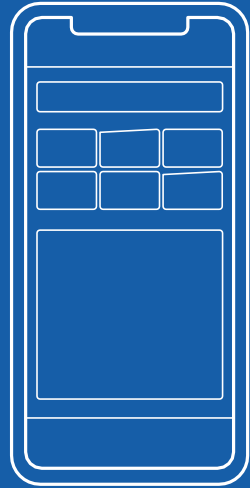
Share de marca própria no
faturamento de produtos Petz
“Standalone”

80% (+20 p.p. a/a)

Tapete higiênico
(Fresh, Super Secão, Petz, Zee.Dog)

57% (+7 p.p. a/a)

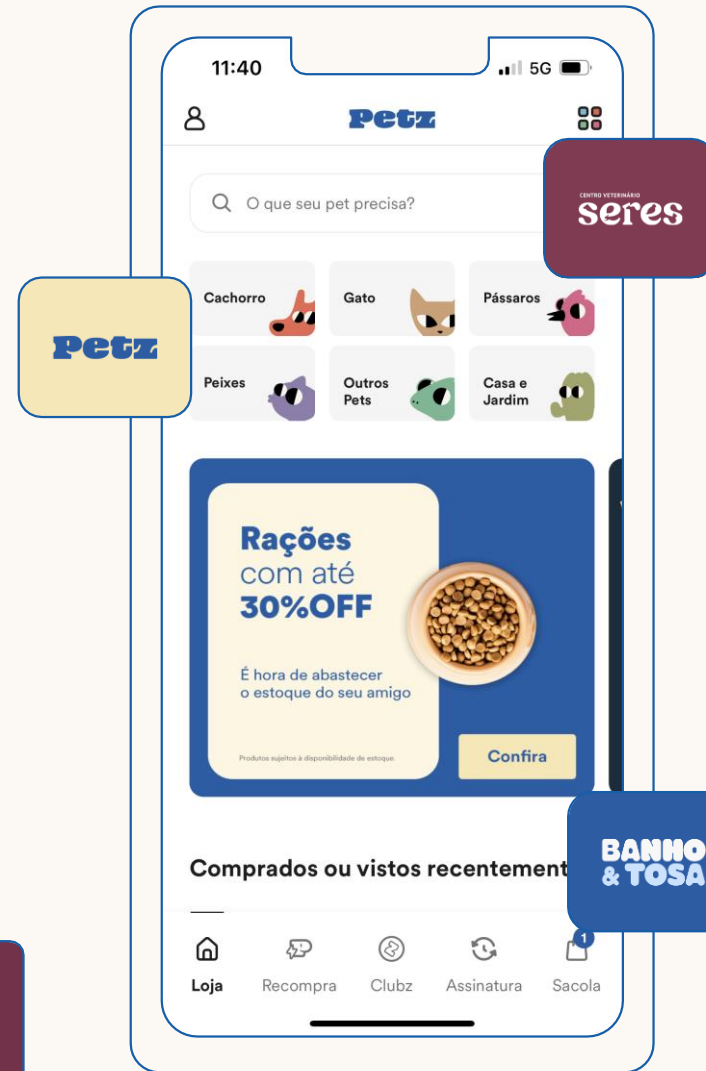
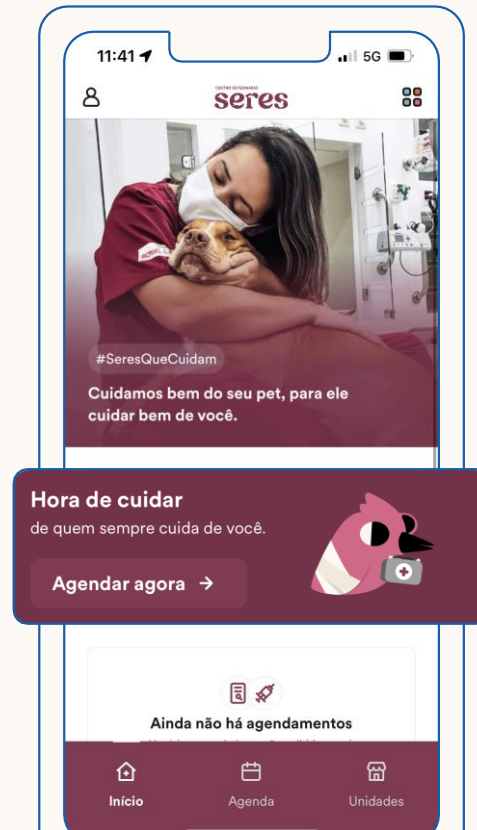
Coleiras, guias e peitorais
(Spike, Petz, Zee.Dog)



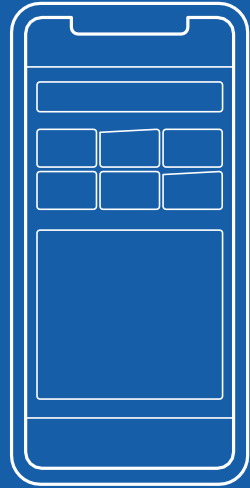
Experiência do Cliente

Tudo que seu pet precisa em um só app.

Principais produtos e serviços e curadoria do ecossistema foram unificados num **único app**, tornando a **jornada mais fluida** e facilitando ainda mais a vida do cliente.

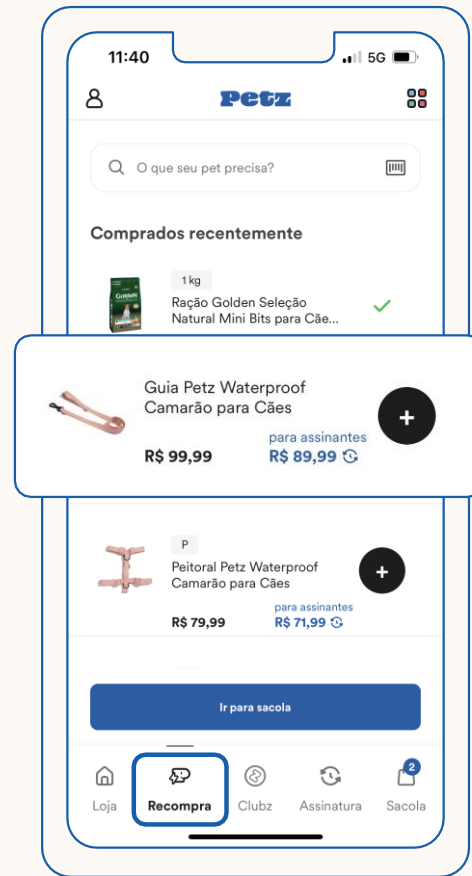



No novo app, os clientes podem **agendar os serviços** de medicina veterinária (Seres) e de Banho & Tosa.




Experiência do Cliente

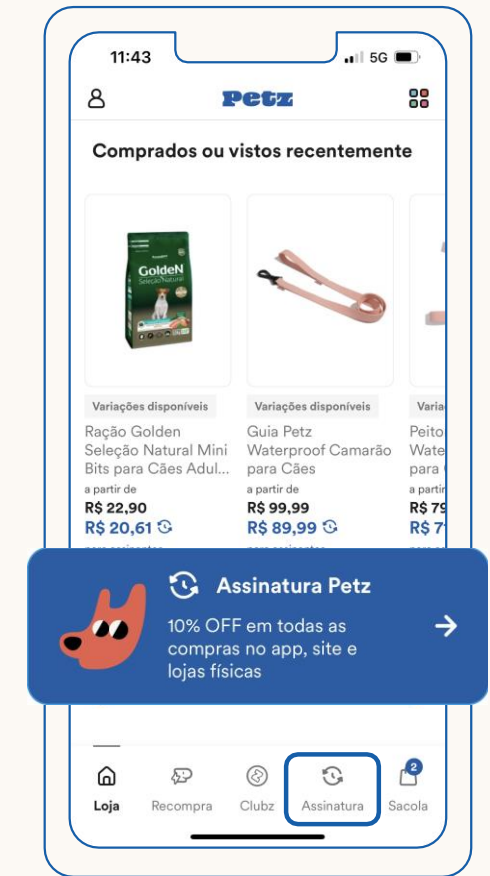
Com um design mais moderno, clientes podem recomprar, com apenas 1 clique, os itens recentes adquiridos no app, lojas e site.



 **Recompra** de produtos favoritos em apenas um clique



 **Clubz**, o Clube de Benefícios da Petz, oferece CashPetz (cashback), ofertas exclusivas e desafios e cupons para vantagens em produtos e serviços



 **Assinatura** de produtos recorrentes



Q&A

GRUPO PETZ

PETZ
B3 LISTED NM

IBOVESPA B3

IBRX100 B3

IBRA B3

IGC B3

ITAG B3

IGCT B3

IGC-NM B3

ICON B3

SMLL B3

<https://ri.petz.com.br>
ri@petz.com.br

Aline Penna

VP de Finanças, RI/ESG e Novos Negócios

Mirele Aragão

Consultora de RI/ESG

Carolina Igi

Consultora de RI/ESG

André Alves

Analista Jr. RI/ESG

Assessoria de Imprensa

Tiago Lethbridge | tiago.lethbridge@novapr.com.br