

GRUPO
Petz
Resultados
1T25

Petz

CENTRO VETERINÁRIO
seres

**BANHO
& TOSA**
petz



adotepetz



CANSEI
DE SER
GATO

petix.
o melhor para seu pet

ATACADO
PET



Agenda

Videoconferência de Resultados 1T25

1 Mensagem da Administração e Iniciativas Estratégicas

2 Resultados Financeiros

3 Q&A



1

Mensagem da Administração

@ Sergio Zimmerman
Fundador e CEO



Destques do trimestre

+9,0% a/a
Crescimento das
vendas B2C
(inflação ~0% a/a)

+6,0%
Same Store Sales (SSS)
+10,8% no volume de
itens vendidos

Margem Bruta de 38,9%
(estável a/a)
Lucro Bruto de R\$392,0 mm
(+7,7% a/a)

**EBITDA Ajustado de
R\$ 56,0mm**
Margem EBITDA
Ajustada de 5,6%

**+31% de
Marca Própria**
atingindo *share* de 11,3%
das vendas (+1,8 p.p. a/a)

+554 mil assinantes
crescimento de +19% a/a,
representando 29% do
faturamento total

Destaques do trimestre demonstram ritmo de crescimento consistente

Aumento de **volume** (+10,8%), **cupons** (+7,9%) e **itens por cesta** (+2,6%) 

Lançamento do “**Seres Saúde**”: o plano pro seu pet viver mais 

Acessórios Marca Própria: Brinquedos com o dobro de participação, fortalecido pelo lançamento de +200 novos SKUs – além das camas que triplicaram sua representatividade

Equilíbrio no crescimento entre os canais **físico** (+10,2%) e **digital** (+8,0%) 

+5% a/a de clientes ativos (que realizaram pelo menos uma compra em 6 meses) no canal Digital

Crescimento expressivo no comportamento de gasto do cliente Clubz após assinar nosso clube de benefícios 



Marcas Próprias em destaque

Produtos das marcas Petz continuam como um importante vetor de crescimento e fidelização no 1T25



**CRESCIMENTO
ROBUSTO DE
FATURAMENTO**

+31% (a/a)
no 1T25

Lançamento de +200 SKUs de Brinquedos, reforçando nosso compromisso em ofertar produtos com **qualidade, preço competitivo e design único**



**PARTICIPAÇÃO
NAS VENDAS
TOTAIS**

~11,3%
no 1T25
(+1,8 p.p. a/a)

Ração Seca Selections segue com alta aceitação, confirmando a força da marca e forte vínculo com o tutor



O clube de benefícios da Petz

Crescimento expressivo no comportamento de gasto do cliente após assinar o Clubz

NÍVEIS



PRATA



OURO



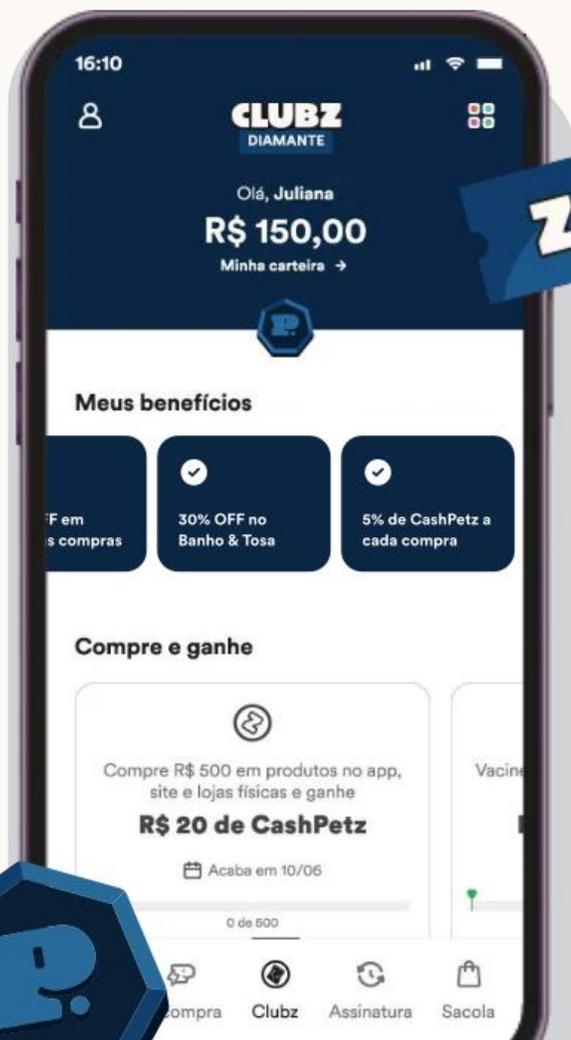
DIAMANTE

PREÇO ANUAL

12x de
R\$6,90

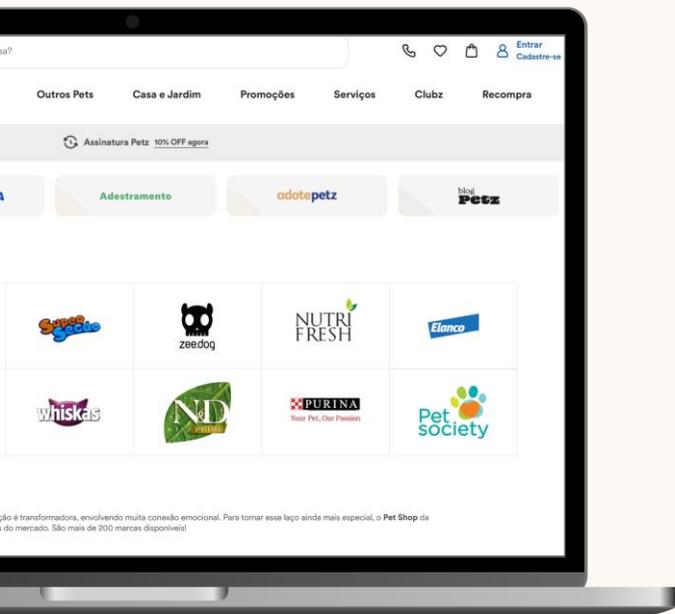
12x de
R\$12,90

12x de
R\$24,90



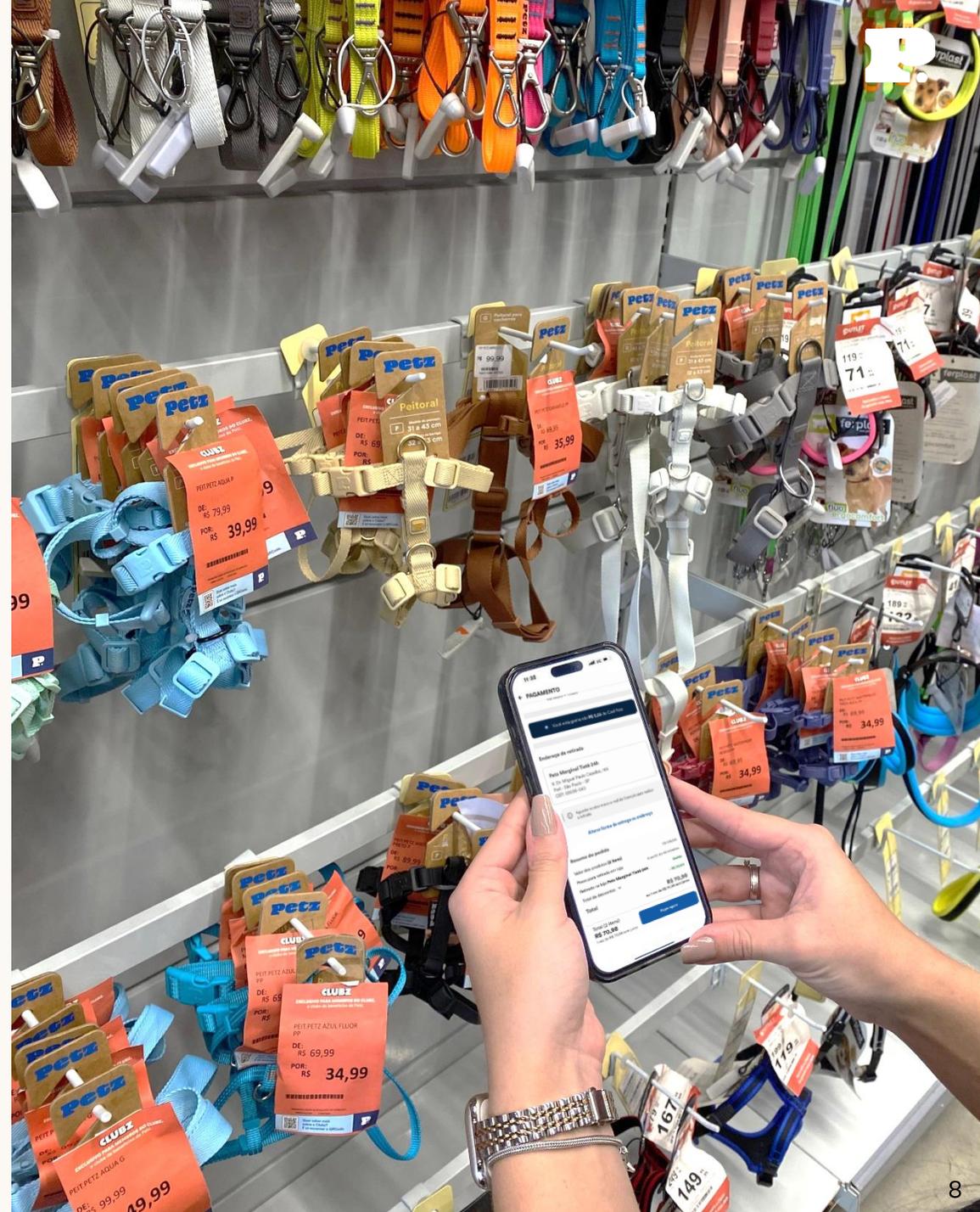
Omnichannel e Assinatura

O canal digital e a estratégia omnicanal são pilares fundamentais, oferecendo um alto nível de serviço e conveniência ao cliente, como um **diferencial competitivo** de nossa estratégia



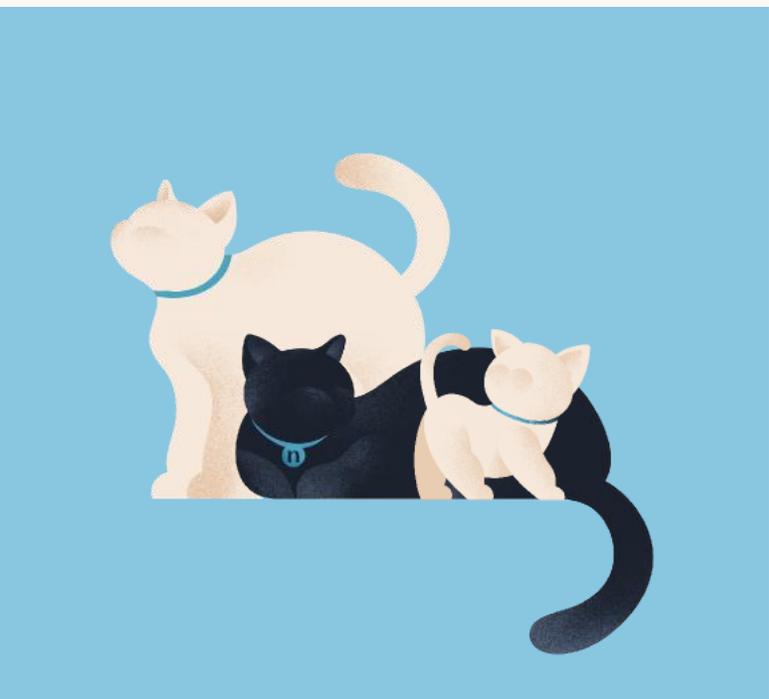
***** O cliente omnicanal consome **2,5x mais** do que o cliente exclusivo de apenas um canal

O cliente assinante consome **60% a mais** do que o não assinante





seres
saúde



O plano pro
seu pet
viver mais.



Lançamento do “Seres Saúde”:

Um programa para pets que foca na prevenção e bem-estar, **oferecendo opções de pacotes de prevenção e plano de saúde**, acompanhando todas as fases da vida, não só nos momentos de doença.





Pacotes de Prevenção

Cobre serviços essenciais para a saúde preventiva.

Cães e Gatos

Essencial

Clubz Prata

Cuidado simples e eficaz.

Todas as fases da vida

12x de R\$49,90



Pleno

Clubz Ouro

Proteção avançada pro seu pet.

Todas as fases da vida

12x de R\$79,90



Planos de Saúde

Cobertura ampla e personalizada para cada fase da vida do pet.

Cães

Clubz Diamante

Filhote

12x de R\$219,90



Adulto saudável

12x de R\$269,90



Adulto especial

12x de R\$299,90



Idoso

12x de R\$309,90



Gatos

Clubz Diamante

Filhote

12x de R\$199,90



Adulto saudável

12x de R\$239,90



Adulto especial

12x de R\$269,90



Idoso

12x de R\$289,90



Atualização da Combinação de Negócios

Petz + Cobasi

CADE

- **Processo ainda em andamento**

Partes seguem colaborando com o órgão e monitorando com prontidão em caso de esclarecimentos adicionais

- **Terceiro interessado admitido**

Participação aceita pelo órgão regulador em abril de 2025

- **Confiança na aprovação e análise técnica do CADE**

Fusão não representa preocupação concorrencial – a operação beneficiará os tutores e os pets com preços ainda mais competitivos

- **Cerca de ~10% de market share**

Mercado que possui concorrência qualificada, combativa e com diversidade de estratégias

Planejamento da Integração

Frentes

Avanços

1

Plano Diretor

Mapeamento dos processos relevantes das companhias

2

Criação de valor

Refinamento e validação das sinergias identificadas na *due dilligence*

3

Tecnologia

Definição da arquitetura de sistemas, testes de cargas e *roadmap* de implementação



2

Resultado Financeiro

@ Aline Penna
CFO, RI/ESG e Novos Negócios

Destques Financeiros | 1T25



**Receita Bruta
Total (RB)**

R\$ 1,0 Bi
(+7,9% a/a)

- **Vendas B2C¹: +9,0% a/a**
- **Lojas físicas: +10,2% a/a**
- **Canal digital: +8,0% a/a**
- **Same Store Sales: +6,0% a/a**
- **Serviços: +15,3% a/a**



**Lucro
Bruto**

R\$ 392,0 mm
(+7,7% a/a)

Margem Bruta 38,9%
(estável a/a)

- Margem bruta do canal digital apresentou **crescimento vs 1T24**
- Crescimento **alinhado** dos canais físico e digital
- Melhora na eficiência da gestão do portfólio de produtos e categorias, atrelado ao **aumento da penetração das marcas próprias**



**EBITDA
Ajustado**

R\$ 56,0 mm
(-6,9% a/a)

**Margem EBITDA
Ajustada 5,6%**
(-0,9 p.p. a/a)

- Efeito das **despesas operacionais**, com uma pressão de 0,8 p.p. a/a
- **Impacto pontual em G&A** pela maior ocupação no CD
- **Redução de -18,7% a/a** em Outras Despesas Operacionais

¹ Vendas B2C (Business to Consumer) referem-se às vendas realizadas diretamente para o consumidor final, e inclui os canais Petz, Zee.Now e o e-commerce da Zee.Dog.

Performance de Lojas

SSS
+6,0% a/a

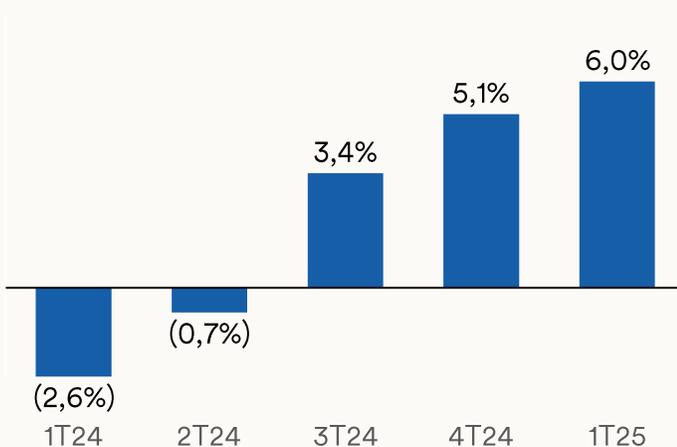
221,6 mil m² de
área de venda

263 lojas
em 24 UFs

49% das lojas com
menos de 4 anos

Crescimento Same Store Sales¹

Variação %, a/a



EBITDA "4-Wall" (Lojas)

% da Receita Bruta Lojas Petz

Safras	# Lojas	EBITDA "4-Wall" (mar/25)
Até 2020	130	15,5%
2021	37	15,1%
2022	49	12,7%
2023	30	11,9%
2024	16	1,1%

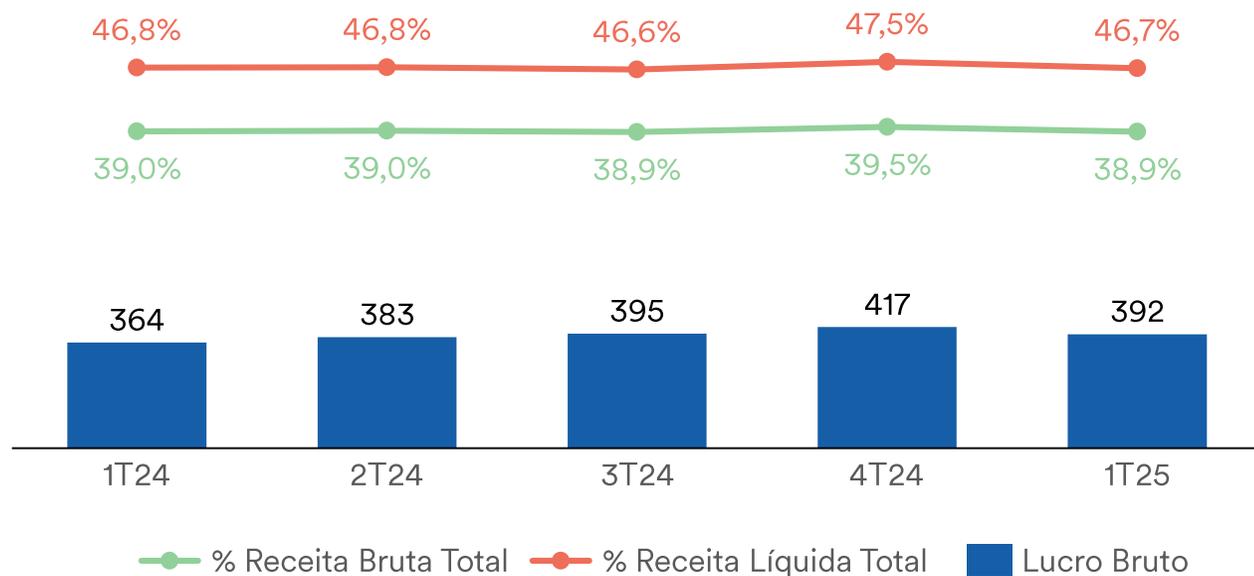


¹A partir do 3T24, a metodologia de cálculo do SSS passou a incluir as vendas consolidadas de Petz + Zee.Now. Para melhor comparabilidade, os números divulgados para os trimestres anteriores foram atualizados, de modo a refletir vendas de Zee.Now na base de comparação.

Margem Bruta

Lucro Bruto

R\$ milhões



Margem Bruta estável a/a

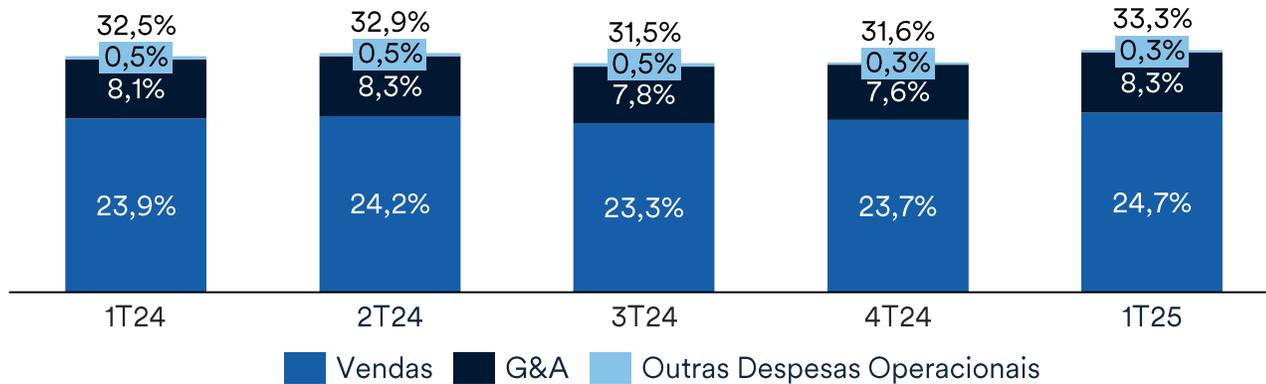
- Margem bruta do canal digital apresentou crescimento vs 1T24
- Crescimento alinhado dos canais físico (+10,2% a/a) e digital (+8,0% a/a)
- Iniciativas contínuas de estratégia de precificação mais assertiva na ponta, como foco em cash margin
- Melhora na eficiência da gestão do portfólio de produtos e categorias, atrelado ao aumento da penetração das marcas próprias

Despesas Operacionais e EBITDA Ajustado



Despesas Operacionais

% Receita Bruta Grupo Petz



Despesas com Vendas: +11,4% a/a 24,7% da Receita Bruta (+0,8 p.p. a/a)

- Aumento do volume de itens vendidos e expedidos, que impulsionou as despesas de frete
- Maior crescimento de vendas nas regiões Norte e Nordeste do país (mais distantes dos nossos Centros de Distribuição)

Despesas Gerais & Adm.: +9,9% a/a 8,3% da Receita Bruta (+0,2 p.p. a/a)

- Crescimento no número de cupons e a maior venda de produtos de preços mais acessíveis aumentaram significativamente a taxa de ocupação do nosso Centro de Distribuição (CD)
- Perda temporária de eficiência operacional, exigindo a contratação de pessoal adicional e ajustes nos estoques

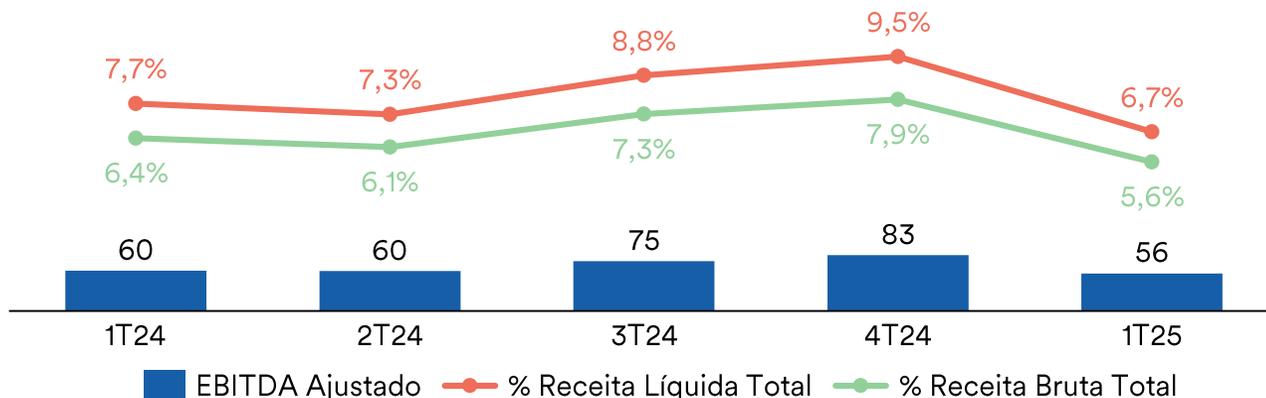
Outras Despesas: -18,7% a/a 0,3% da Receita Bruta (estável a/a)

- Redução das despesas pré-operacionais de abertura de lojas, visto a diminuição no número de abertura de lojas vs. o 1T24

Margem EBITDA Ajustada: -0,9 p.p. a/a

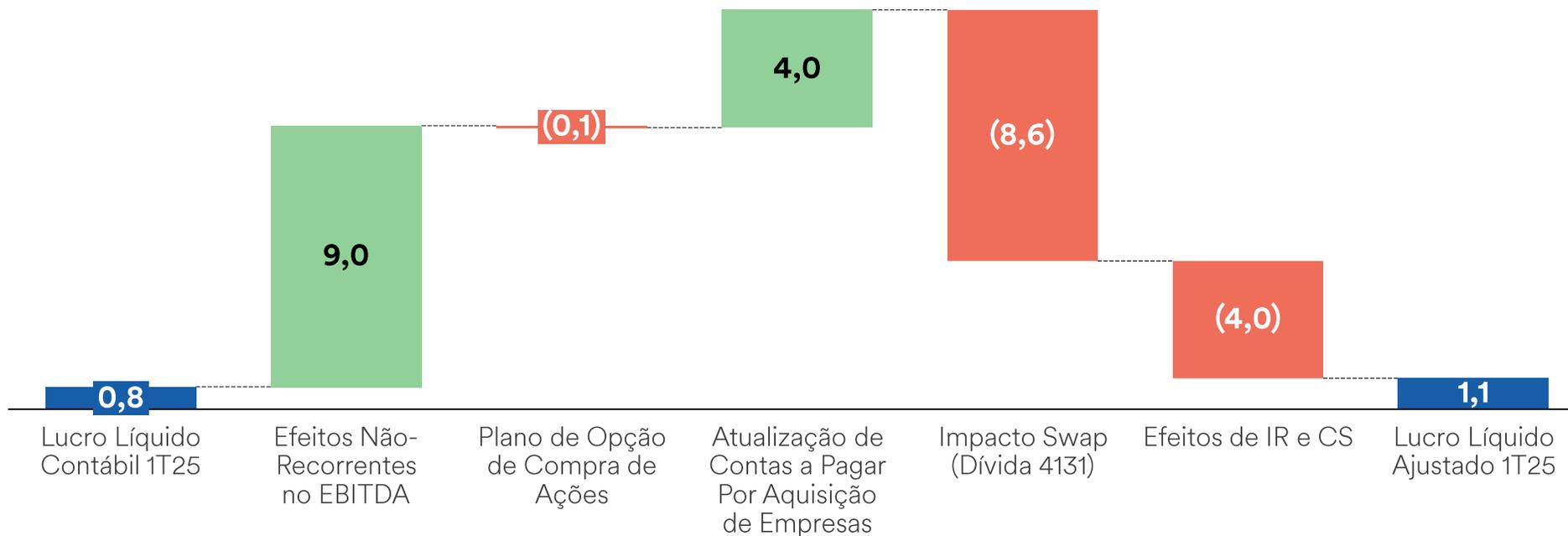
EBITDA Ajustado (IAS 17)

R\$ milhões



Ajustes no Lucro Líquido

R\$ milhões



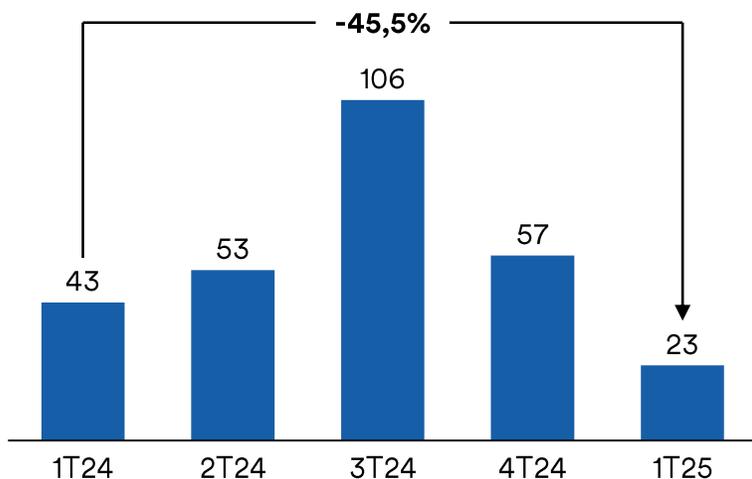
Os ajustes realizados ao Lucro Líquido contemplam a exclusão das (i) despesas não recorrentes, já explicadas na seção de EBITDA Ajustado; (ii) linha de plano de Opção de Compra de Ações (não caixa) e atualmente “fora do dinheiro”; e (iii) despesas financeiras / juros sobre valores a serem pagos futuramente aos acionistas das companhias adquiridas (não caixa). É importante mencionar que para o cálculo desses ajustes, a exclusão dos efeitos no IR/CS é realizada considerando a alíquota de 34%. A alíquota efetiva do IR/CS também considera o efeito de 34% sobre o EBT das controladas.

Fluxo de caixa, investimentos e endividamento



Fluxo de Caixa Operacional

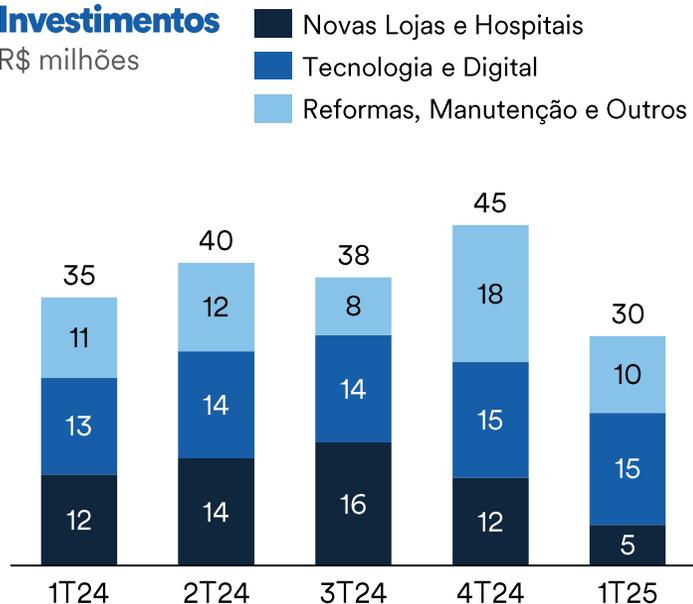
R\$ milhões



- **Fluxo de Caixa Operacional de R\$23,3 milhões**, impactado principalmente por:
 - i) menor resultado operacional e lucro caixa
 - ii) variação do capital de giro, com um aumento nos níveis de Estoques, devido à maior taxa de ocupação do CD e pela abertura de um novo galpão ao lado do CD de Embu

Investimentos

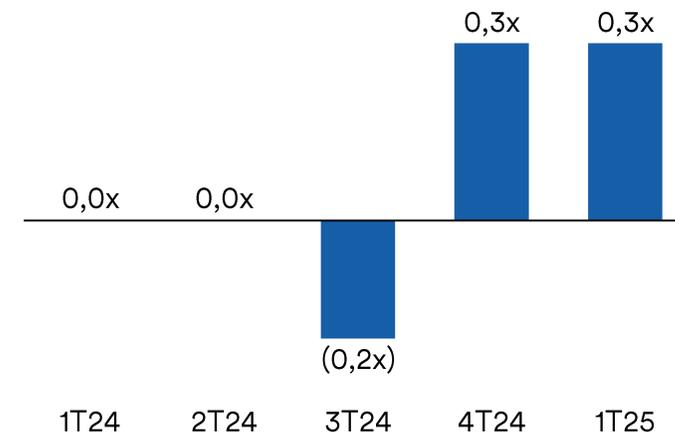
R\$ milhões



- **Redução de -14,4% a/a** nos Investimentos Totais
- **Redução de -55,4% a/a** de Novas Lojas, reflexo da desaceleração no ritmo de expansão e da otimização do capex por loja
- **Aumento de +15,9% a/a** em Tecnologia e Digital, refletindo investimentos no plano de saúde e na jornada do e-commerce, com melhorias no site e app, experiência do usuário, segurança digital e monitoramento de performance da loja online

Alavancagem (IAS 17)

Dívida Líquida (Caixa Líquido)/EBITDA Ajustado 12M



- **Dívida Líquida de R\$75,8 milhões**, representando 0,3x do EBITDA Ajustado dos últimos 12 meses
- **Distribuição de dividendos**, no valor de R\$130 milhões, pagos durante o 4T24

Q&A

PT

- Para perguntar, clique em “Q&A” na parte inferior da tela;
- **Escreva seu nome, empresa e idioma;**
- Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar o microfone aparecerá na tela. Você deve ativá-lo para fazer perguntas.

EN

- *To ask questions, click on the “Q&A” icon at the bottom of the screen;*
- **Write your name, company and language;**
- *When announced, a request to activate the microphone will appear on the screen. You must activate it to ask questions.*





Aline Penna

VP de Finanças, RI/ESG e Novos Negócios

Marcos Benetti

Gerente de RI, M&A e Novos Negócios

Nicole Caputo

Consultora de RI

Larissa Boness

Analista de RI

ri.petz.com.br

ri@petz.com.br

Assessoria de Imprensa

Marilia Paiotti | petz@novapr.com.br

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 do Grupo 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.

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.

GRUPO
Petz
1Q25
Results

Petz

CENTRO VETERINÁRIO
seres

**BANHO
& TOSA**
petz



adotepetz



CANSEI
DE SER
GATO

petix.
o melhor para seu pet

ATACADO
PET



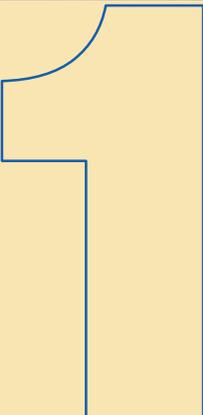
Agenda

1Q25 Results Videoconference

1 Message from the Management and Strategic Initiatives

2 Financial Results

3 Q&A



Message from the Management

@ Sergio Zimerman
Founder and CEO



1Q25 Highlights

+9.0% y/y

Growth of
B2C sales
(inflation ~0% y/y)

+6.0%

Same Store Sales (SSS)

+10.8% in the volume
of items sold

Gross Margin of 38.9%
(stable y/y)

Gross Profit of R\$ 392.0 mm
(+7.7% y/y)

**Adjusted EBITDA of
R\$ 56.0 mm**

Adjusted EBITDA
Margin of 5.6%

**+31% in
Private Label**

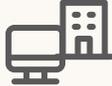
reaching an 11.3% share in
total sales (+1.8 p.p. y/y)

+554k subscribers

growth of +19% y/y,
representing 29% of
total revenue

Quarter highlights demonstrate a consistent growth rate

Increase in **volume** (+10.8%), **coupons** (+7.9%) and **items per basket** (+2.6%) 

Balance in growth between **Physical** (+10.2%) and **Digital** (+8.0%) channels 

Launch of the “**Seres Saúde**”: the health plan for your pet to live longer 

+5% y/y of active customers (who made at least one purchase in 6 months) in the Digital channel

Private Label Accessories: Toys doubled their participation, strengthened by the launch of over 200 SKUs – in addition to beds that tripled their representation

Significant growth in the spending behavior of Clubz customers after signing up for our benefits club 



Private Label on the spotlight

Petz brand products continue to be an important driver of growth and loyalty in 1Q25



**ROBUST
REVENUE
GROWTH**

+31% (y/y)
in 1Q25

Launch of over 200 SKUs in Toys category, reinforcing our commitment to offering products with **quality**, **competitive prices**, and **unique design**



**SHARE IN
TOTAL
REVENUE**

~11.3%
in 1Q25
(+1.8 p.p. y/y)

Selections Dry Food continues to be highly accepted, confirming the brand's strength and strong bond with pet tutors



Petz's benefits club

Significant growth in the spending behavior of customers after signing up for Clubz

LEVELS



SILVER



GOLD



DIAMOND

ANNUAL PRICE

12x
R\$6.90

12x
R\$12.90

12x
R\$24.90

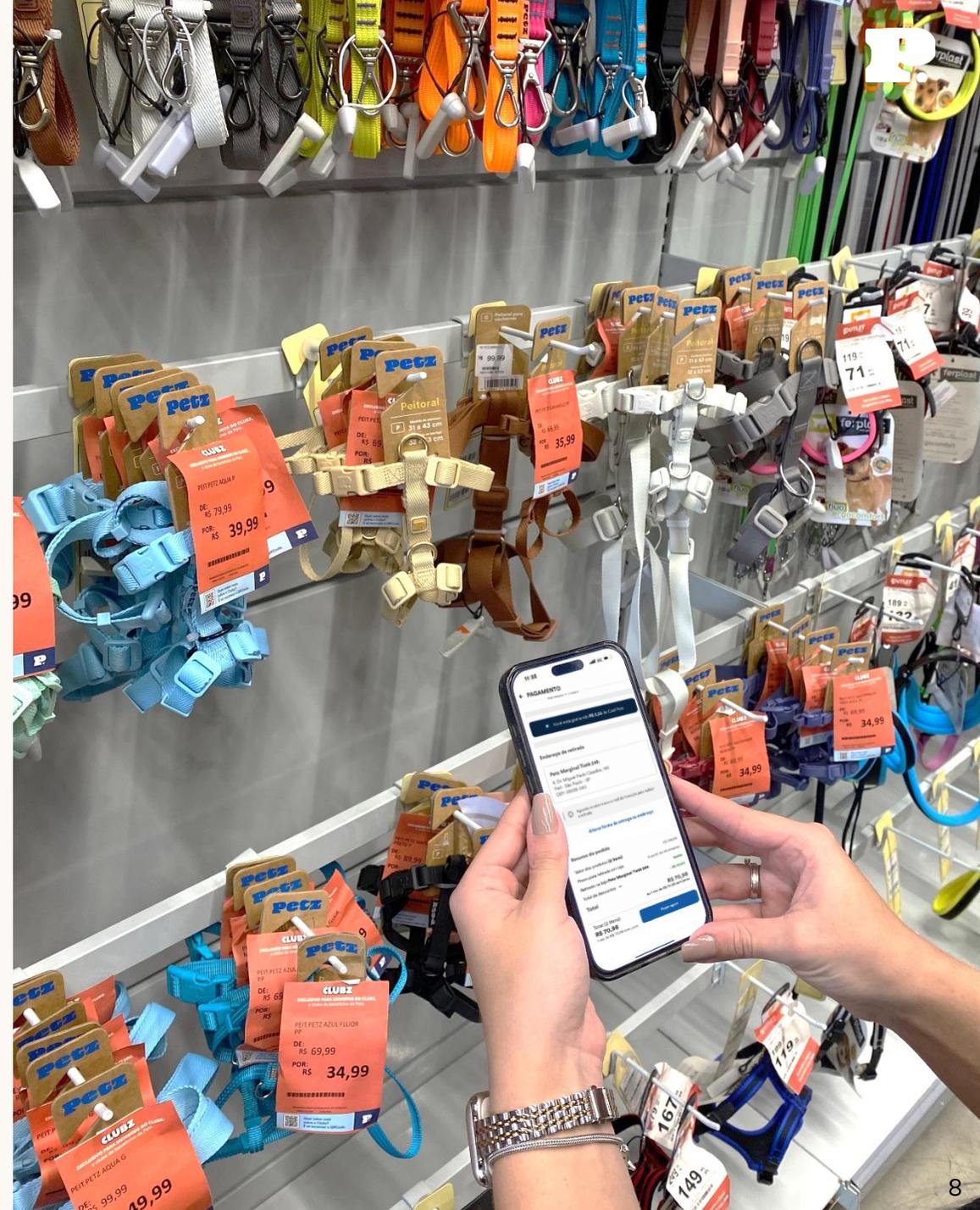
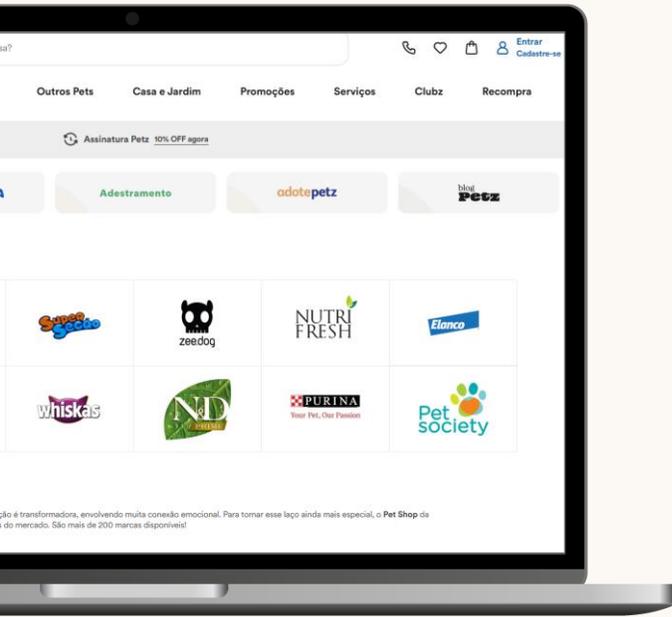


Omnichannel and Subscription

The digital channel and omnichannel strategy are fundamental pillars, offering a high level of service and convenience to the customer, as a **competitive differentiator** of our strategy

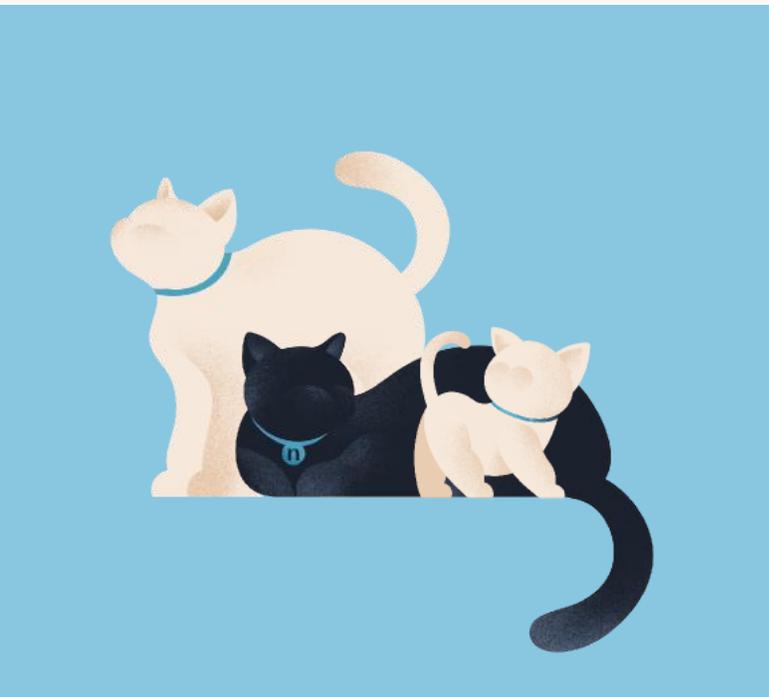
Omnichannel customers **consumes 2.5 times more** than customers who use only a single channel

Subscribers customers **consumes 60% more** than the non-subscriber





seres
saúde



**The health plan
for your pet
to live longer.**



Launch of “Seres Saúde”:

A pet program focused on prevention and well-being, **offering preventive care packages and a health plan**, covering all stages of life, not just during times of illness.





Prevention Packages

It covers essential services for preventive health.

Dogs & Cats

Essential

Clubz Silver

Effective and simple care

All life stages

12x
R\$49.90



Full

Clubz Gold

Advanced protection for your pet

All life stages

12x
R\$79.90



Health Plans

Comprehensive and personalized coverage for each stage of the pet's life.

Dogs

Clubz Diamond

Puppy

12x
R\$219.90



Healthy adult

12x
R\$269.90



Special adult

12x
R\$299.90



Senior

12x
R\$309.90



Cats

Clubz Diamond

Puppy

12x
R\$199.90



Healthy adult

12x
R\$239.90



Special adult

12x
R\$269.90



Senior

12x
R\$289.90





Update on the Merger Agreement

Petz + Cobasi

CADE

- **Ongoing process**

Both parties remain cooperative with CADE and are monitoring the situation in further clarification is needed

- **Third party admitted**

Participation accepted by CADE in April/2025

- **Confidence in CADE’s approval and technical review**

The merger does not raise competition concerns – the transaction will benefit pet owners and their pets with even more competitive prices

- **Approximately ~10% market share**

The pet market has strong, competitive players and a wide range of strategic approaches

Integration Planning

	Workstream	Updates
1	Master Plan	Mapping of relevant company processes
2	Value Creation	Refinement and validation of the synergies identified in the due diligence
3	Technology	Definition of system architecture, load testing, and implementation roadmap



2

Financial Results

 Aline Penna
CFO, IR/ESG and New Businesses

Financial Highlights | 1Q25



Gross Revenue

R\$ 1.0 Bn
(+7.9% y/y)

- **B2C¹ sales: +9.0% y/y**
- **Physical stores: +10.2% y/y**
- **Digital channel: +8.0% y/y**
- **Same Store Sales: +6.0% y/y**
- **Services: +15.3% y/y**



Gross Profit

R\$ 392.0 mm
(+7.7% y/y)

Gross Margin of 38.9%
(stable y/y)

- Digital channel's gross margin showed **growth vs 1Q24**
- **Aligned** growth of both physical and digital channels
- Improved efficiency in product and category portfolio management, coupled with **increased penetration of private label brands**



Adjusted EBITDA

R\$ 56.0 mm
(-6.9% y/y)

Adjusted EBITDA Margin of 5,6%
(-0.9 p.p. y/y)

- Effect of **operational expenses**, with a 0.8 p.p. y/y pressure
- **One-time impact on G&A** due to increased occupancy in the Distribution Center
- **Reduction of -18.7% y/y** in Others Operating Expenses

¹ B2C (Business to Consumer) sales refer to sales made directly to the end consumer and include the Petz channels, Zee.Now, and Zee.Dog's e-commerce.

Stores performance

SSS
+6.0% y/y

221.6k sqm
of sales area

263 stores
in 24 states

49% of the stores are
less than 4 years old

Same Store Sales Growth¹

% Change, y/y



EBITDA "4-Wall" (Stores)

% of Petz Stores Gross Revenue

Safras	# Stores	EBITDA "4-Wall" (Mar/25)
Until 2020	130	15.5%
2021	37	15.1%
2022	49	12.7%
2023	30	11.9%
2024	16	1.1%

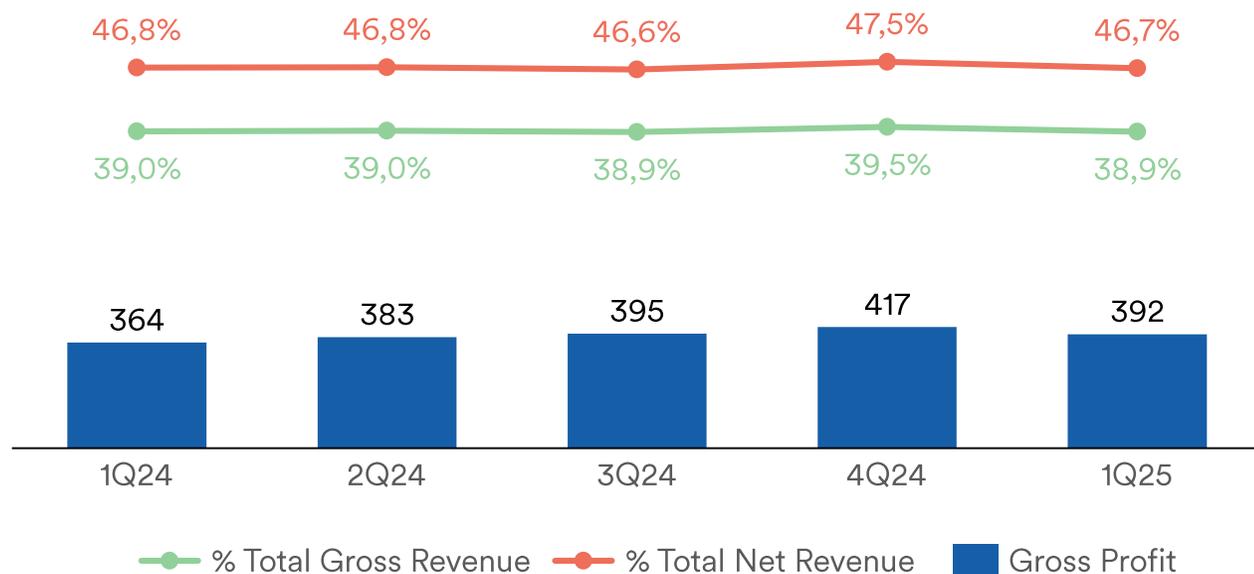


¹Starting from 3Q24, the methodology for calculating SSS now includes consolidated sales from Petz + Zee.Now. For better comparability, the figures for previous quarters have been updated to reflect Zee.Now sales in the comparison base.

Gross Margin

Gross Margin

R\$ million



Gross Margin stable y/y

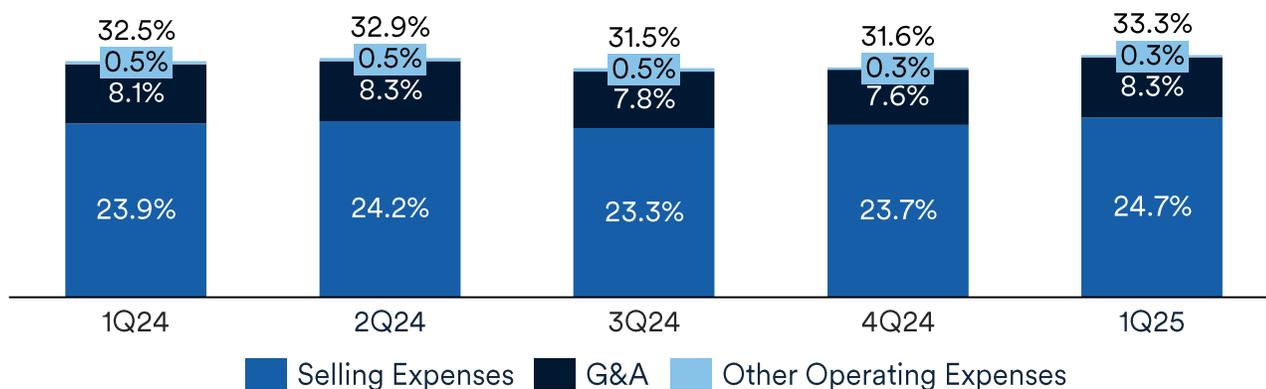
- Digital channel's gross margin showed growth vs 1Q24
- Aligned growth of both physical (+10.2%) and digital (+8.0%) channels
- Ongoing initiatives of more accurate pricing strategy, with a focus on cash margin
- Improved efficiency in product and category portfolio management, coupled with increased penetration of private label brands

Operational Expenses and Adjusted EBITDA



Operational Expenses

% of Grupo Petz's Gross Revenue



Selling Expenses: +11.4% y/y 24.7% of Gross Revenue (+0.8 p.p. y/y)

- Increase in the volume of items sold and shipped, which drove up shipping expenses
- Higher sales growth in the North and Northeast regions of Brazil (which are farther from our Distribution Centers)

General & Administrative Expenses: +9.9% y/y 8.3% of Gross Revenue (+0.2 p.p. y/y)

- Growth in the number of coupons and higher sales of more affordable products significantly increased the occupancy rate of our Distribution Center (DC)
- Temporary loss of operational efficiency, requiring the hiring of additional staff and inventory adjustments

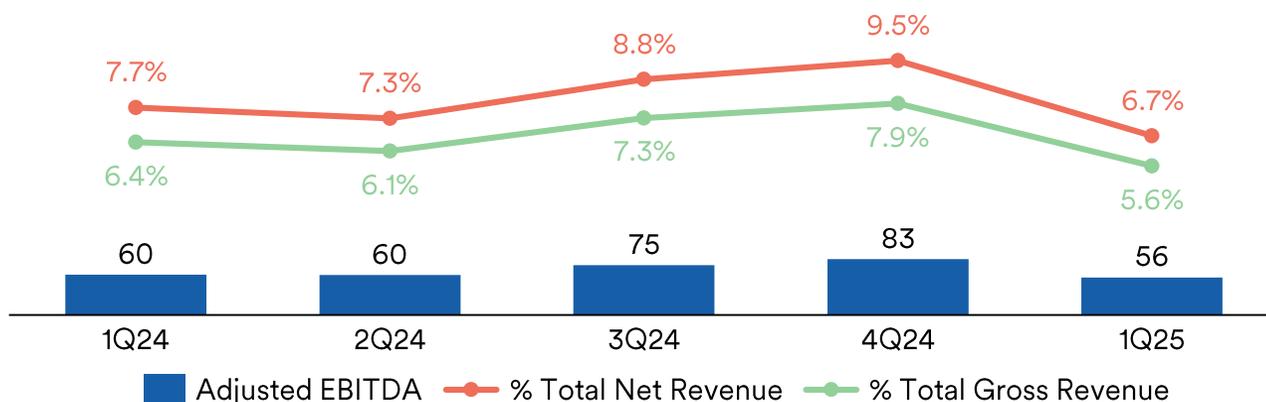
Other Expenses: -18.7% y/y 0.3% of Gross Revenue (stable y/y)

- Reduction in pre-operational expenses for store openings, given the decrease in the number of store openings compared to 1Q24

Adjusted EBITDA Margin: -0.9 p.p. y/y

Adjusted EBITDA (IAS 17)

R\$ million

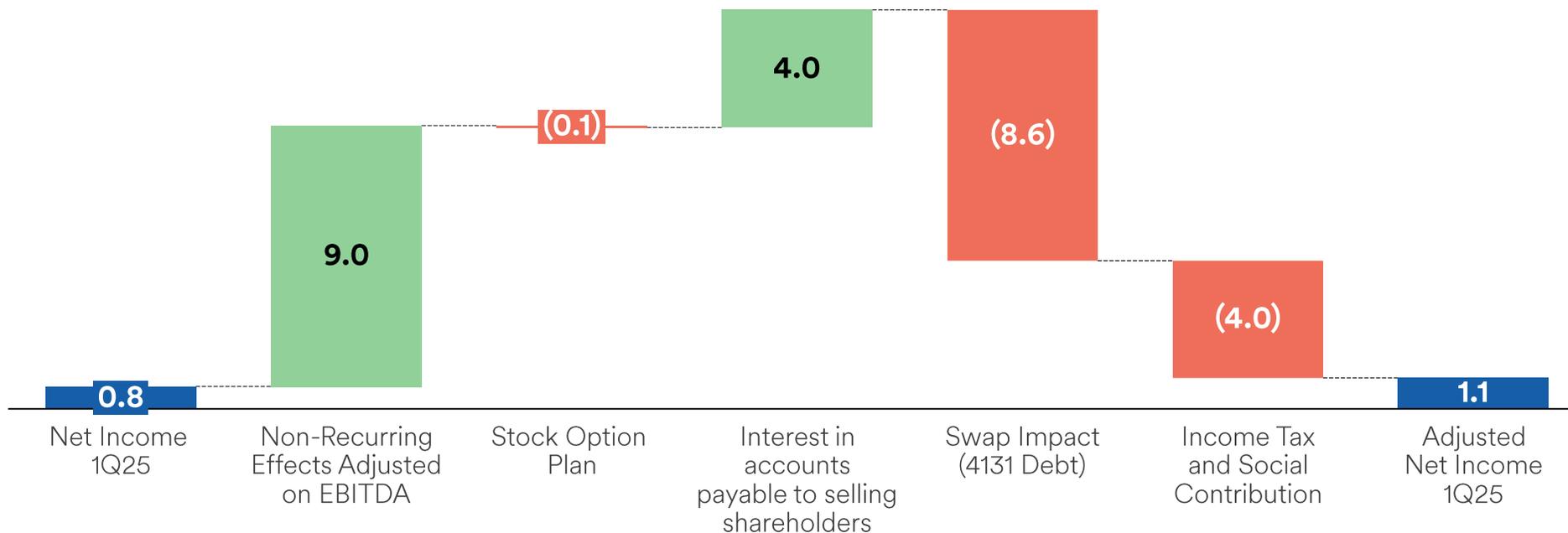


Adjusted Net Income



Adjustments on Net Income

R\$ million



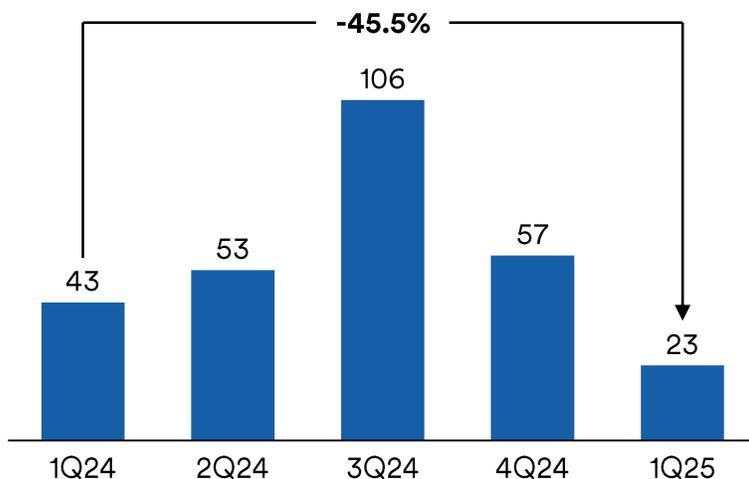
Adjustments made to net income included the exclusion of (i) non-recurring expenses, as explained in the Adjusted EBITDA section; (ii) the Stock Option plan line (non-cash) that is currently "out of the money"; and (iii) financial expenses/interest on amounts to be paid in the future to shareholders of the acquired companies (non-cash). It is important to mention that for the calculation of these adjustments, the exclusion of effects on income tax (IR) and social contribution (CS) is performed using a rate of 34%. The effective tax rate also considers the 34% effect on the earnings before tax (EBT) of the subsidiaries.

Cash flow, investments and debt



Operating Cash Flow

R\$ million

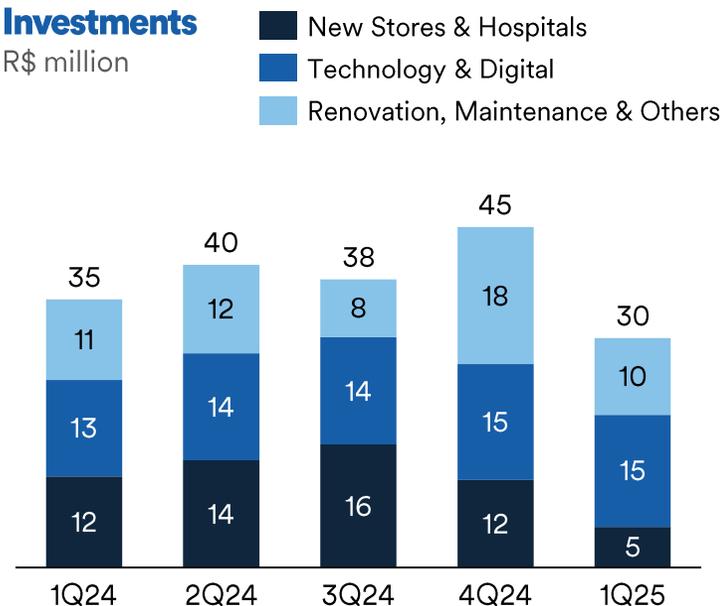


- **Operating Cash Flow of R\$23.3 million**, mainly driven by:

- lower operating results and cash earnings
- changes in working capital, with an increase in inventory levels due to higher occupancy rates at the distribution center and the opening of a new warehouse adjacent to the distribution center in Embu das Artes/São Paulo

Investments

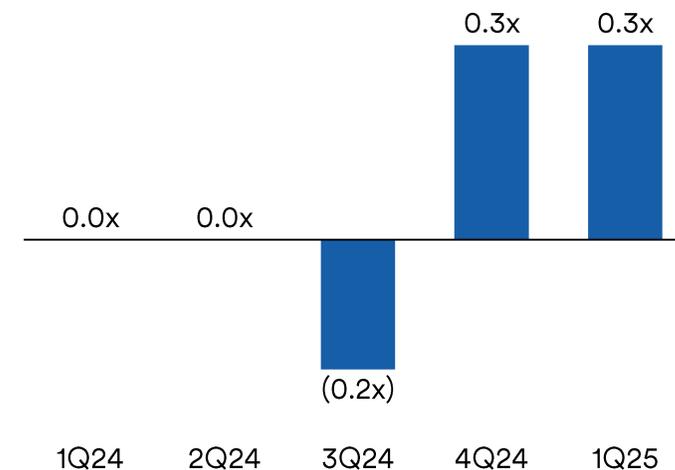
R\$ million



- **Reduction of -14.4% y/y** in Total Investments
- **Reduction of -55.4% y/y** of New Stores, reflecting the slowdown in the pace of expansion and the optimization of capex per store
- **Increase of +15.9% y/y** in Technology and Digital, reflecting investments in the health plan and the e-commerce journey, including improvements to the website and app, user experience enhancements, digital security, and performance monitoring of the online store

Leverage (IAS 17)

Net Debt (Cash)/Adjusted EBITDA (LTM)



- **Net Debt of R\$75.8 million**, representing 0.3x of Last Twelve Months (LTM) Adjusted EBITDA

Q&A

PT

- Para perguntar, clique em “Q&A” na parte inferior da tela;
- **Escreva seu nome, empresa e idioma;**
- Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar o microfone aparecerá na tela. Você deve ativá-lo para fazer perguntas.

EN

- *To ask questions, click on the “Q&A” icon at the bottom of the screen;*
- **Write your name, company and language;**
- *When announced, a request to activate the microphone will appear on the screen. You must activate it to ask questions.*





Aline Penna

CFO, IR/ESG and New Business

Marcos Benetti

IR, M&A and New Business Manager

Nicole Caputo

IR Consultant

Larissa Boness

IR Analyst

ri.petz.com.br/en

ri@petz.com.br

Press Office

Marilia Paiotti | petz@novapr.com.br

Disclaimer

The statements contained in this document regarding business outlook, projections about operational and financial results, and those related to growth prospects of the Petz Group are merely projections and, as such, are based solely on the management's expectations about the future of the business. These expectations depend substantially on market conditions, the performance of the Brazilian economy, the sector, and international markets, and are therefore subject to change without notice.

This performance report includes both accounting and non-accounting data, such as operational, financial pro forma, and projections based on management's expectations. The non-accounting data have not been subject to review by the Company's independent auditors.