



Apresentação
de Resultados

1T22

06 de novembro de 2022





Aviso Legal

Este material pode incluir declarações que representem expectativas sobre eventos ou resultados futuros, que envolvem necessariamente riscos e incertezas conhecidos e desconhecidos. Tais informações refletem as crenças e expectativas da Companhia, e são baseadas em informações atualmente disponíveis. Considerações futuras dependem, substancialmente, das condições de mercado, regras governamentais, do desempenho do setor e da economia brasileira, entre outros fatores, dados operacionais podem afetar o desempenho futuro da Eletromidia e podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras. A Eletromidia não assume nenhuma obrigação de divulgar publicamente os resultados de quaisquer revisões dessas crenças e expectativas.

Esta apresentação foi resumida e não tem o objetivo de ser completa. Os acionistas da Companhia e os potenciais investidores devem realizar a leitura da presente apresentação sempre acompanhada das Demonstrações Financeiras e Informações Trimestrais da Companhia.



Alexandre Guerrero
CEO



Ricardo Winandy
CFO / DRI





1. Mensagem da Administração

Resultados IT22

Considerações Finais



ÓTIMA AGORA É ELETROMIDIA



Projetos Especiais

CAMPANHAS MAIS CRIATIVAS E COM MAIOR IMPACTO

Projetos Especiais



Projetos Especiais



Projetos Especiais



Projetos Especiais



Transformando as
cidades



PORTO ALEGRE
1.507 ABRIGOS
20 ANOS DE CONCESSÃO

Soluções sustentáveis



PLACAS
FOTOVOLTAICAS

75 ABRIGOS COM SOLUÇÕES
SUSTENTÁVEIS

Eletromidia Ads

Filtrar os tipos de mídias

- ☒ Edifícios Comerciais
- ☒ Edifícios Residenciais
- ☒ Mídia de rua
- Aeroportos
- Transportes
- Estabelecimentos Comerciais
- Shoppings

Alcance das mídias

eletromidia ads Novo planejamento

1 Identificação e locais 2 Target 3 Mídias e período 4 Budget 5 Resumo

Mídias de preferência

Escolha as mídias que deseja anunciar. As mídias desativadas não estão disponíveis na região selecionada.

- Edifícios Comerciais
- Edifícios Residenciais**
- Mídia de rua
- Aeroportos
- Transportes
- Estabelecimentos Comerciais

Período da Campanha

Defina o período de veiculação da campanha.

Data de início: 06/05/2022 Duração: Semanal

eletromidia ads Novo planejamento

1 Identificação e locais 2 Target 3 Mídias e período 4 Budget 5 Resumo

Resumo do plano de mídia

Batata dupla

Período de veiculação

Início: 06/05/2022
Duração: Semanal

Target

Fast food
Localização: Brasil
Idade: 18 a 65+
Interesses: Fast-food

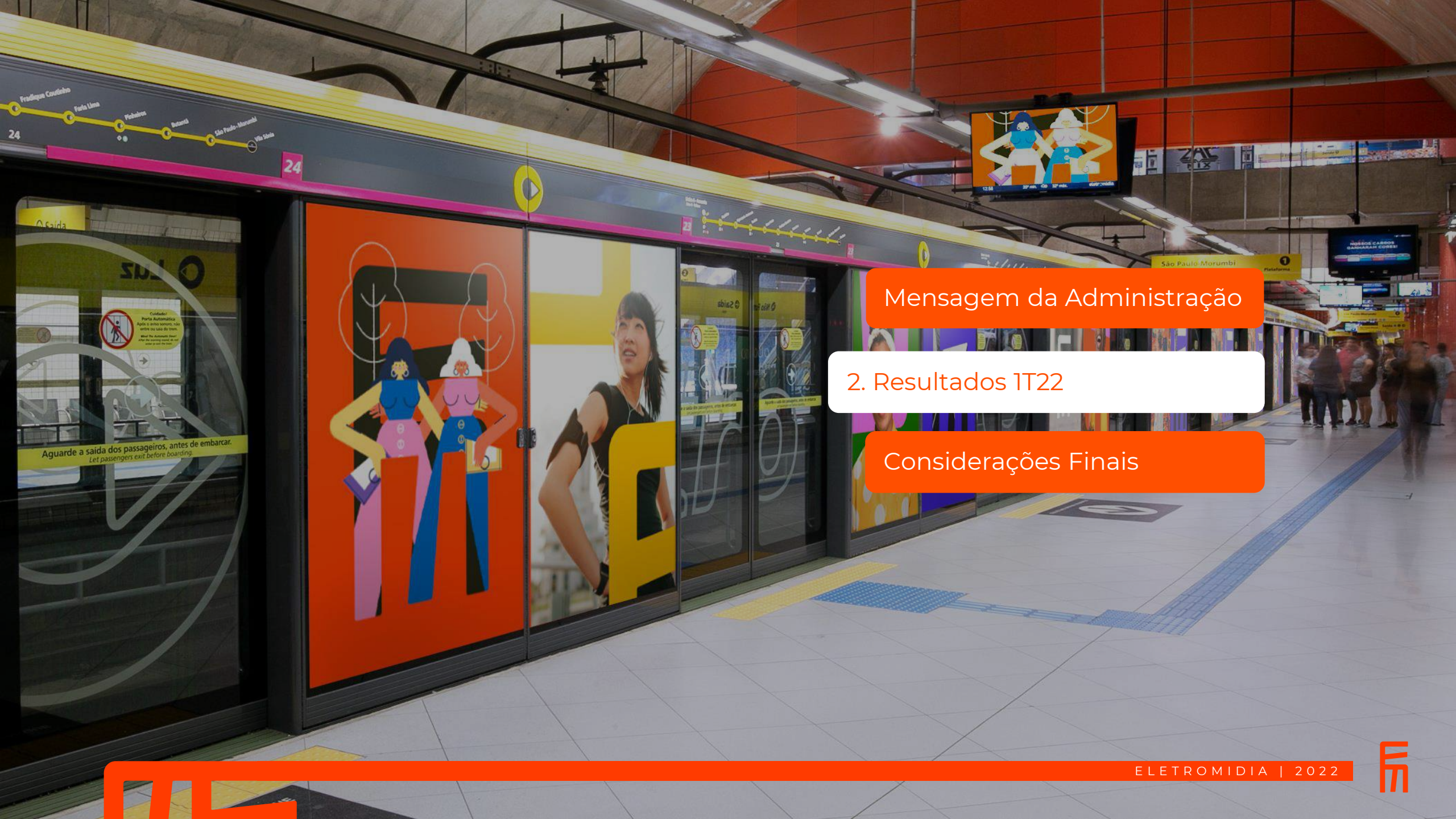
Investimento

Cidade	Investimento	Alcance semanal	Frequência	Impacto semanal	GRP
São Paulo	R\$ 1.984.340,78	536.017	92,86	49.774,656	931,2
Rio de Janeiro	R\$ 411.565,20	733.491	73,54	53.944.000	766,15
Campinas	R\$ 62.165,21	86.097	59,57	3.095.300	332,13
Total	R\$ 2.458.069,19	1.336.405	225,97	107.703.970	2.023,48



POSSIBILIDADE DE **COMPRA DE TODOS**
OS NOSSOS FORMATOS **DIGITAIS AO**
MESMO TEMPO, DE FORMA RÁPIDA
E EFICAZ.

COM UM ÚNICO
PRODUTO



Mensagem da Administração

2. Resultados IT22

Considerações Finais

DESTAQUES 1T22

REDE DE PAINÉIS



63.244 mil

14% vs. 1T21

RECEITA BRUTA



R\$132,0 milhões

88% vs. 1T21

EBITDA AJUSTADO



R\$9,3 milhões

Evolução de R\$20,8 milhões ano a ano

181% vs. 1T21

GERAÇÃO OPERACIONAL DE CAIXA



R\$14,0 milhões

R\$47,1 milhões
desconsiderando o pagamento de juros no período – Evolução de R\$52,2 milhões sobre o 1T21

EBITDA Proforma Eletromídia + Otima não auditado

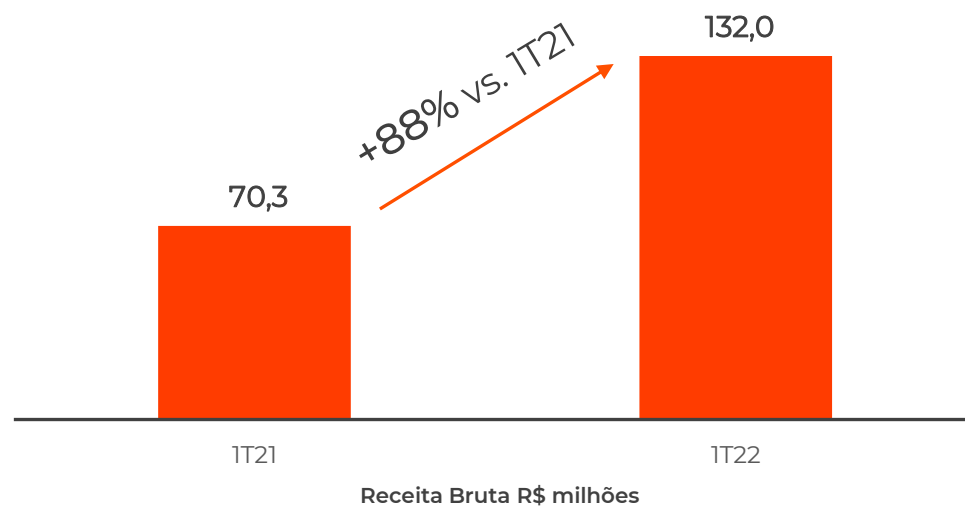
Rede de Painéis | Expansão orgânica e inorgânica leva a 63,2 mil faces no 1T22

#	1T22	1T21	Δ	Δ %
Número de Painéis				
Edifícios	27.211	20.720	6.491	31%
Shoppings	1.767	1.607	160	10%
Ruas	1.358	617	741	120%
Transportes	24.643	24.316	327	1%
Aeroportos	8.265	8.180	85	1%
Total	63.244	55.440	7.804	14%
% Digital	72%	69%		
% Estático	28%	31%		

// Crescimento em todas as verticais, com destaque para ruas que atingiu 1,3 mil faces no trimestre



Receita Bruta | Crescimento acelerado em todas as verticais

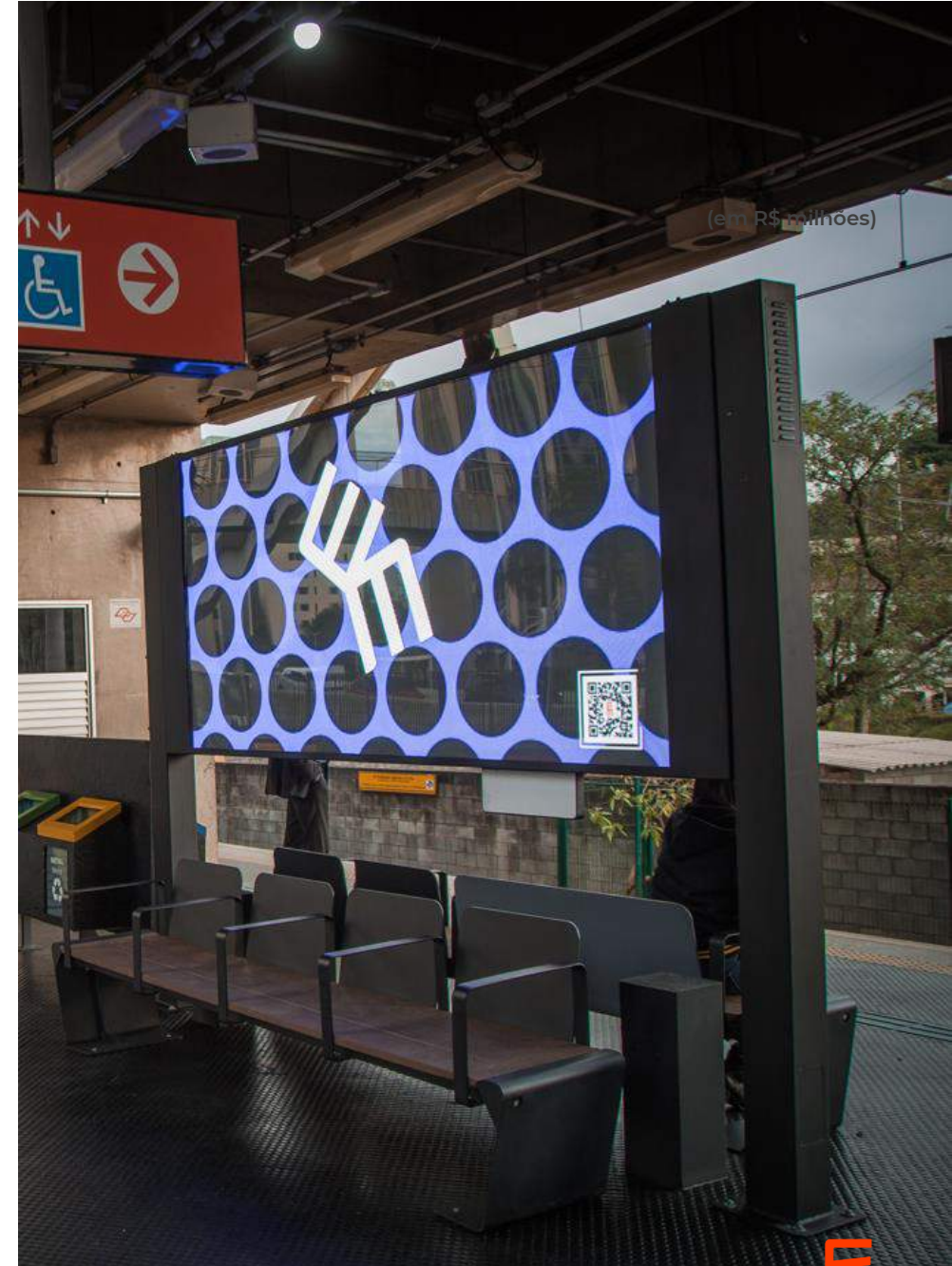
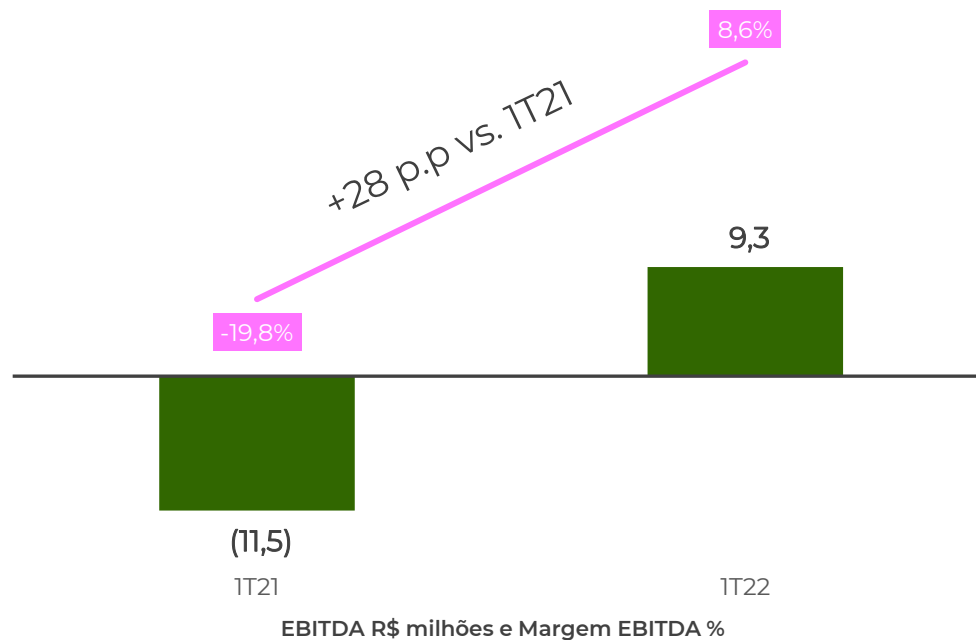


// A receita de shoppings cresceu 3,8x e a receita de ruas 2,5x ano a ano



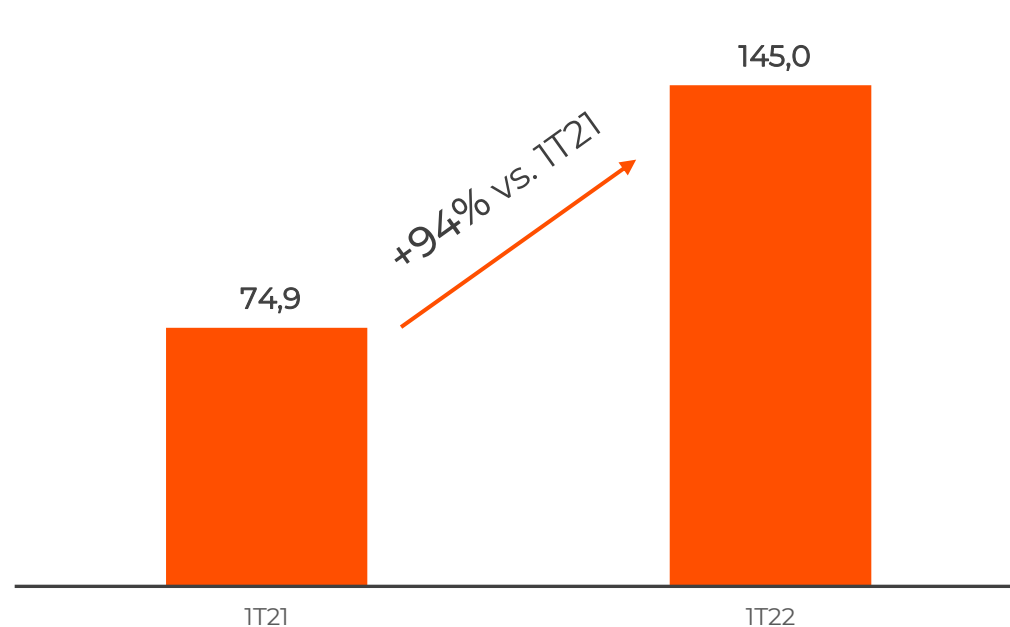
EBITDA e Margem EBITDA |

Aumento de R\$20,8 milhões no trimestre

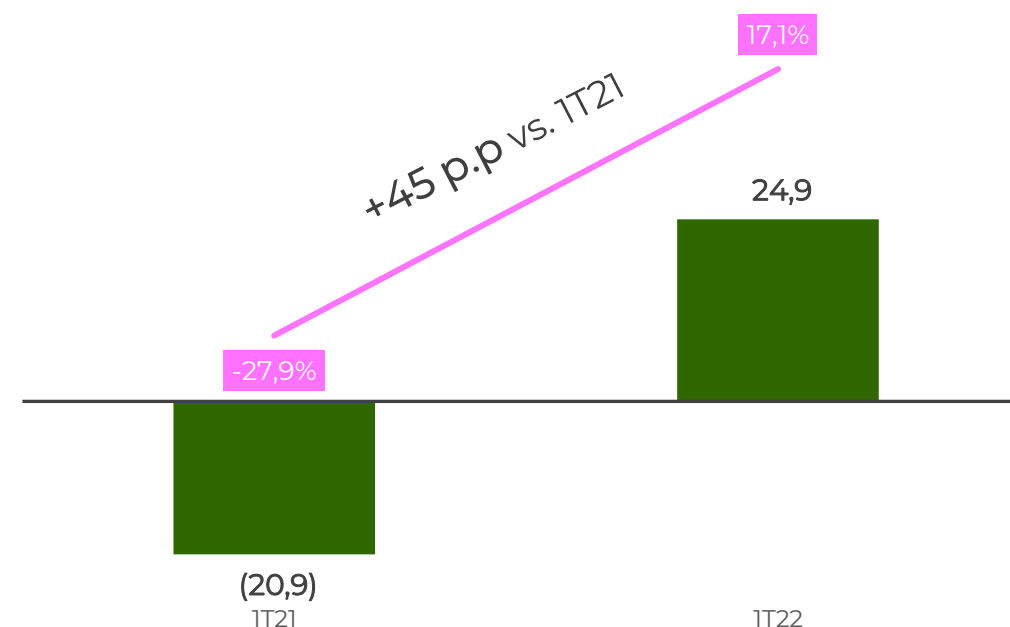


Receita Líquida e EBITDA | Resultado Proforma não auditado Eletromidia + Otima

(em R\$ milhões)



Receita Líquida Proforma Eletromidia + Otima



EBITDA Ajustado e Margem EBITDA Ajustada % Proforma Eletromidia + Otima

Essas informações financeiras consolidadas Proforma não auditadas, são apresentadas exclusivamente para fins informativos e não devem ser interpretadas como indicativo de futuras demonstrações financeiras consolidadas da Companhia nem como demonstração do resultado consolidada efetiva, caso a combinação de negócios acima mencionada tivesse ocorrido em 1º de janeiro de 2022.

Fluxo de Caixa | Geração de Caixa no 1T22

(em R\$ milhões)

	1T22	1T21	Δ R\$	Δ %
Saldo Inicial	580.182	86.135	494.047	573,6%
(+/-) Caixa Líquido Operacional	14.013	(20.132)	34.145	169,6%
(+/-) Caixa Líquido Investimento	(48.381)	(31.545)	(16.836)	-53,4%
(+/-) Caixa Líquido Financiamento	(61.364)	662.083	(723.447)	-109,3%
Saldo Final	484.450	696.541	(212.091)	-30,4%
Geração Líquida de Caixa	(95.732)	610.406	(706.138)	-115,7%

// O Caixa Líquido Operacional totalizou R\$14 milhões no 1T22. Desconsiderando o pagamento de juros no período, a geração de caixa seria de R\$47 milhões

// Os investimentos totais do 1T22 totalizaram R\$48,4 milhões, resultado principalmente:
(i) CAPEX de R\$16 milhões e; (ii) pagamento da Moohb no valor de R\$32,8 milhões

The background image shows a modern tram on a city street. The tram is white with black accents and has the number '104' on its side. It also features logos for 'VLT CARIOCA' and 'RIO PREFEITURA'. A digital billboard is positioned in front of the tram, displaying a woman running with a large yellow 'E' logo. The billboard is part of a larger structure that also displays the word 'Rodoviária' above the tram's entrance. Three text boxes are overlaid on the image: an orange box with 'Mensagem da Administração', an orange box with 'Resultados IT22', and a white box with '3. Considerações Finais'.

Mensagem da Administração

Resultados IT22

3. Considerações Finais

CONSIDERAÇÕES FINAIS

// Forte crescimento sobre o ano anterior

// Primeiros testes do Eletromidia Ads

// Ótima 100% integrada e percepção do mercado no conceito One Stop Shop

// Contratação do novo Chief Sales Officer

// Projetos especiais começam a traçar um novo capítulo para negócios adicionais

Q&A





Obrigado!

Contate o RI



ri.eletromidia.com.br



ri@eletromidia.com.br



(11)4935-0000

Ricardo Winandy
CFO / DRI





Earnings
Presentation

1Q22
May 06, 2022





Disclaimer

This material may include statements that represent expectations about future events or results, which necessarily involve known and unknown risks and uncertainties. Such information reflects the Company's beliefs and expectations and is based on information currently available. Future considerations depend substantially on market conditions, government rules, the performance of the sector and the Brazilian economy, among other factors, operating data may affect the future performance of Eletromidia and may lead to results that differ materially from those expressed in such future considerations. Eletromidia assumes no obligation to publicly disclose the results of any revisions of these beliefs and expectations.

This performance report includes accounting and non-accounting data, such as operational, pro-forma financial data, and forecasts based on management's expectations. Non-accounting data was not reviewed by the company's independent auditors.



Alexandre Guerrero
CEO



Ricardo Winandy
CFO / IRO





1. Message from the Management

1Q22 Results

Closing Remarks



OTIMA IS NOW ELETROMIDIA



Special Projects

MORE CREATIVE AND WITH HIGHER IMPACT CAMPAIGNS



Special Projects



Special Projects



Special Projects



Special Projects



Transforming cities



PORTO ALEGRE
1,507 BUS SHELTERS
20 YEARS CONTRACT

Sustainable solutions



SOLAR PANELS



75 BUS SHELTERS WITH
SUSTAINABLE SOLUTIONS

Eletromidia Ads

A map of the São Paulo region showing various locations marked with yellow and blue pins. Overlaid on the map is a white filter box titled "Filtrar os tipos de mídias". The filter box contains several categories with checkboxes: "Edifícios Comerciais", "Edifícios Residenciais", "Mídia de rua", "Aeroportos", "Transportes", "Estabelecimentos Comerciais", and "Shoppings". The "Edifícios Residenciais" and "Mídia de rua" options are currently selected. A "Voltar" button is visible at the bottom right of the filter box.

Filtrar os tipos de mídias

- ☒ Edifícios Comerciais
- ☒ Edifícios Residenciais
- ☒ Mídia de rua
- ☐ Aeroportos
- ☐ Transportes
- ☐ Estabelecimentos Comerciais
- ☐ Shoppings

Voltar

The screenshot shows the "Novo planejamento" (New campaign) interface of the Eletromidia Ads platform. The interface is divided into several sections: "Mídias de preferência" (Preferred media), "Período da Campanha" (Campaign period), and "Resumo do plano de mídia" (Media plan summary). The "Mídias de preferência" section shows a grid of media types: "Edifícios Comerciais", "Edifícios Residenciais", "Mídia de rua", "Aeroportos", "Transportes", and "Estabelecimentos Comerciais". The "Período da Campanha" section shows the start date as "06/05/2022" and the duration as "Semanal". The "Resumo do plano de mídia" section shows a table with columns: "Cidade", "Investimento", "Alcance semanal", "Frequência", "Impacto semanal", and "GRP". The table lists data for São Paulo, Rio de Janeiro, Campinas, and a Total row.

Novo planejamento

1 Identificação e locais 2 Target 3 Mídias e período 4 Budget 5 Resumo

Mídias de preferência

Escolha as mídias que deseja anunciar. As mídias desativadas não estão disponíveis na região selecionada.

- Edifícios Comerciais
- Edifícios Residenciais
- Mídia de rua
- Aeroportos
- Transportes
- Estabelecimentos Comerciais

Período da Campanha

Defina o período de veiculação da campanha.

Data de início: 06/05/2022 Duração: Semanal

Resumo do plano de mídia

Batata dupla

Período de veiculação

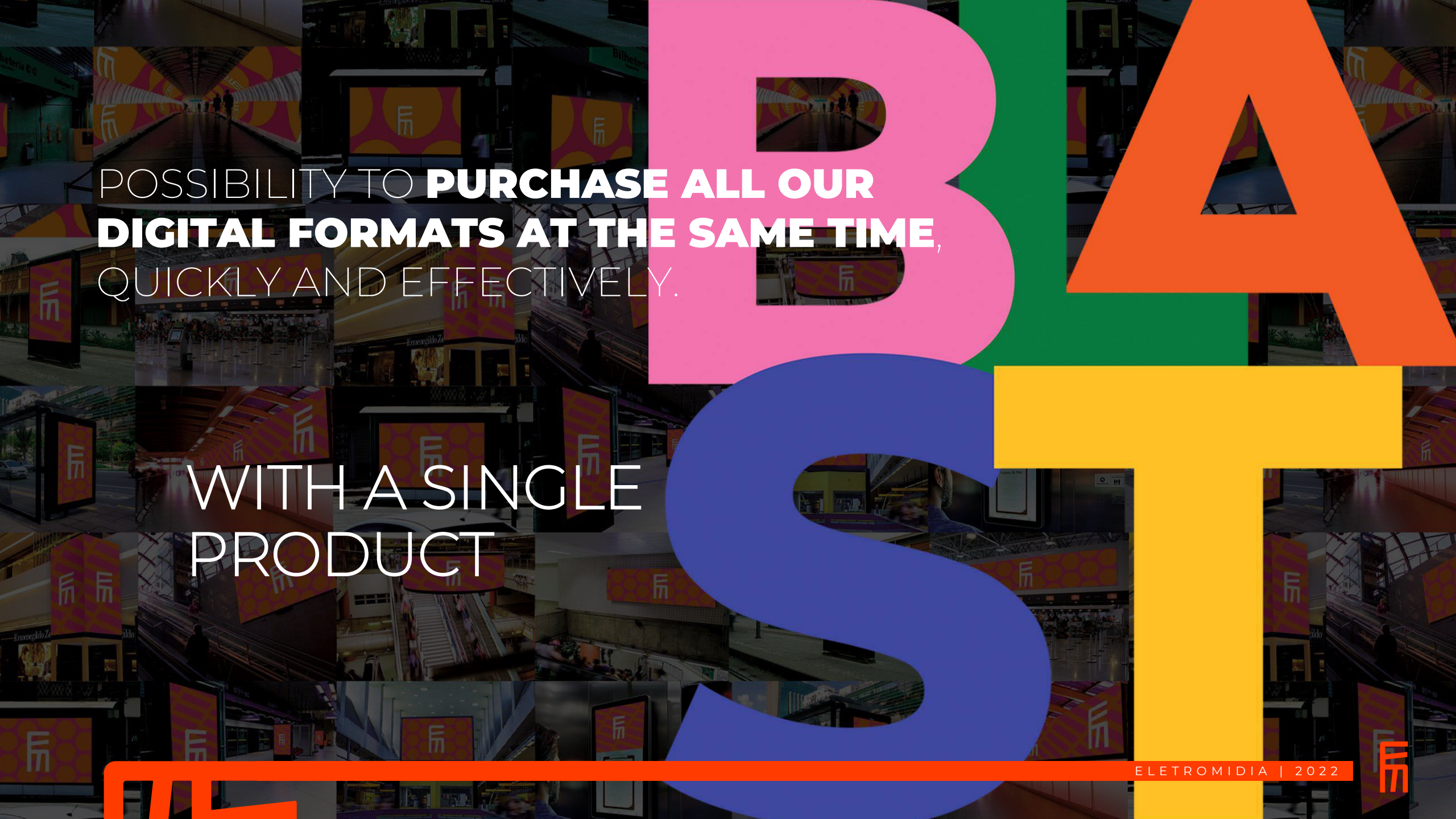
Início: 06/05/2022
Duração: Semanal

Target

Fast food
Localização: Brasil
Idade: 18 a 65+
Interesses: Fast-food

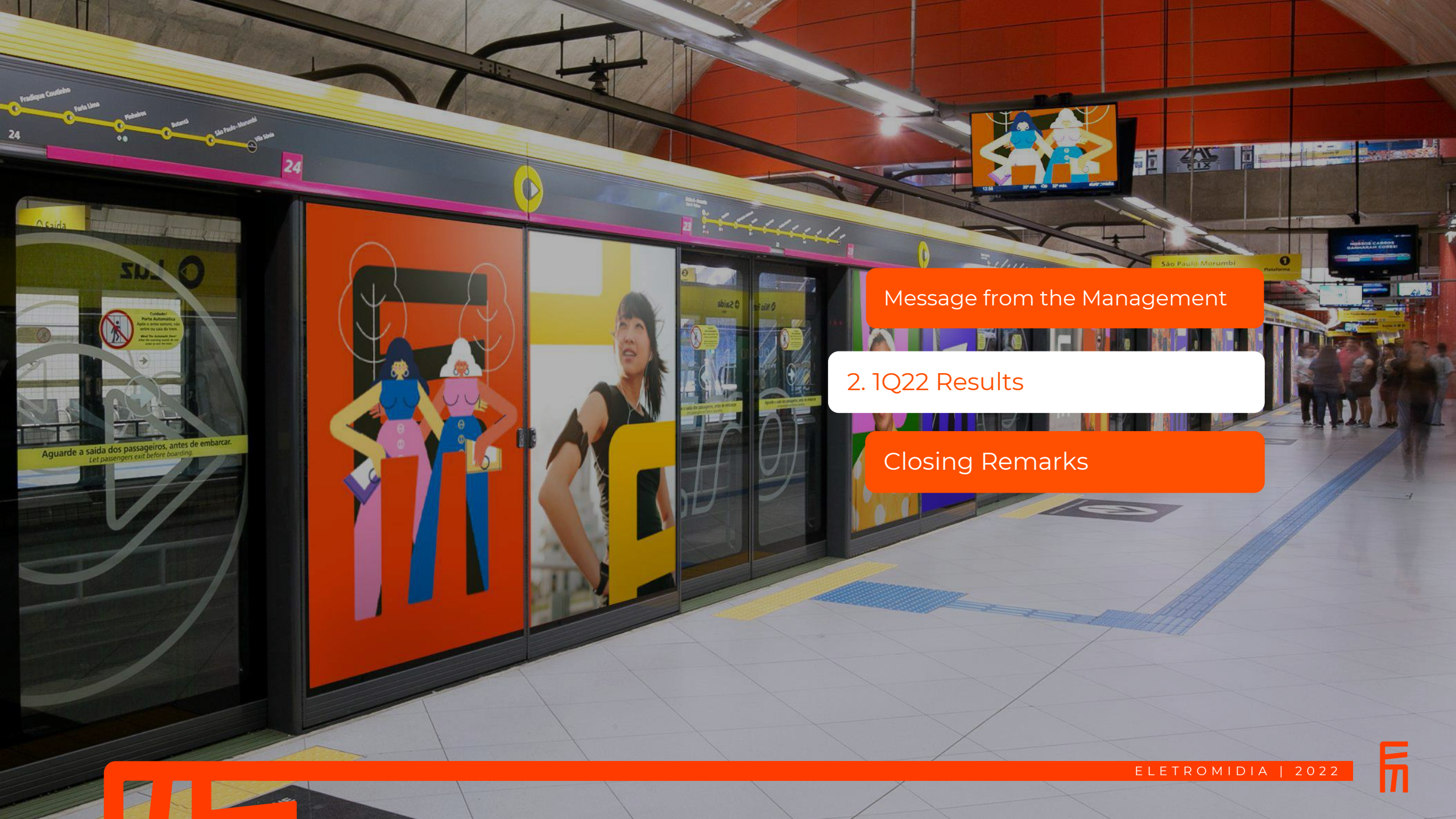
Investimento

Cidade	Investimento	Alcance semanal	Frequência	Impacto semanal	GRP
São Paulo	R\$ 1.984.340,78	536.017	92,86	49.774.656	931,2
Rio de Janeiro	R\$ 411.565,20	733.491	73,54	53.944.000	766,15
Campinas	R\$ 62.165,21	96.097	59,57	3.095.399	332,13
Total	R\$ 2.458.069,19	1.336.405	225,97	107.703.970	2.023,48



POSSIBILITY TO **PURCHASE ALL OUR**
DIGITAL FORMATS AT THE SAME TIME,
QUICKLY AND EFFECTIVELY.

WITH A SINGLE
PRODUCT



Message from the Management

2. 1Q22 Results

Closing Remarks

1Q22 HIGHLIGHTS

PANELS



63,244
thousand

14% vs. 1Q21

GROSS REVENUE



R\$132.0 million

88% vs. 1Q21

ADJUSTED EBITDA



R\$9.3 million

*Evolution of R\$20,8
million year over year*

181% vs. 1Q21

OPERATING CASH GENERATION



R\$14.0 million

*R\$47.1 million
excluding interest paid
in the quarter, –
Evolution of R\$52.2
million over 1Q21*

Unaudited Proforma EBITDA Eletromidia + Otima

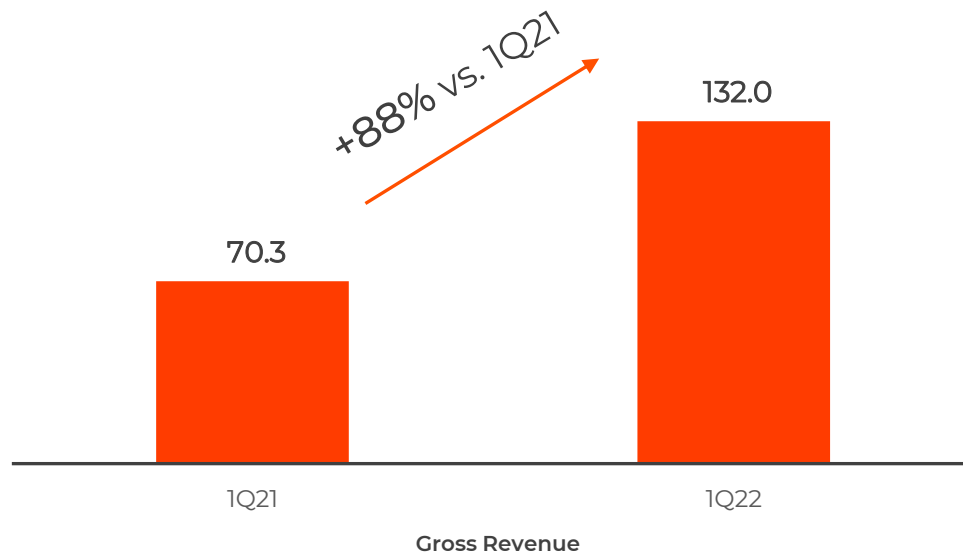
Panels Network | Organic and inorganic growth leads to 63.2 thousand screens in 1Q22

#	1Q22	1Q21	Δ	Δ %
Number of Panels				
Buildings	27,211	20,720	6,491	31%
Malls	1,767	1,607	160	10%
Streets	1,358	617	741	120%
Transportation	24,643	24,316	327	1%
Airports	8,265	8,180	85	1%
Total	63,244	55,440	7,804	14%
% Digital	72%	69%		
% Static	28%	31%		

// Increase in all verticals, with highlight to the streets vertical, that reached 1.3 faces in the quarter



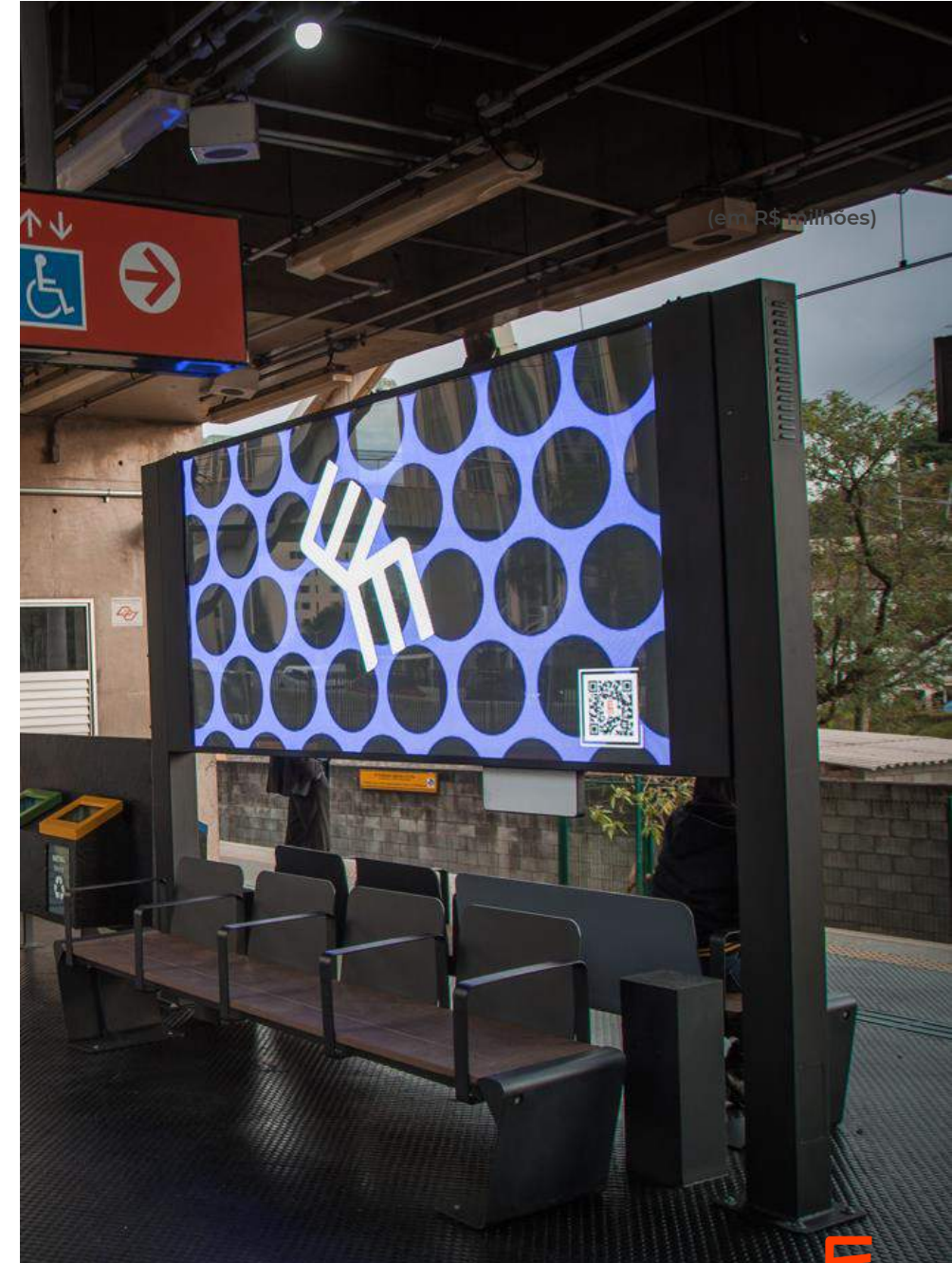
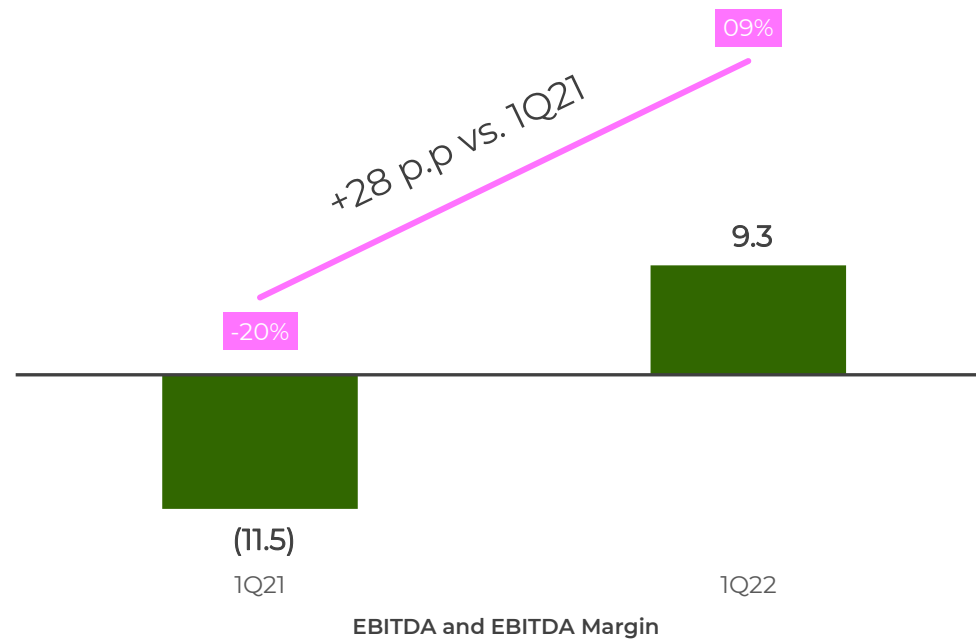
Gross Revenue | Accelerated growth in all verticals



// Malls revenue grew 3.8x and Streets revenue 2.5x year on year

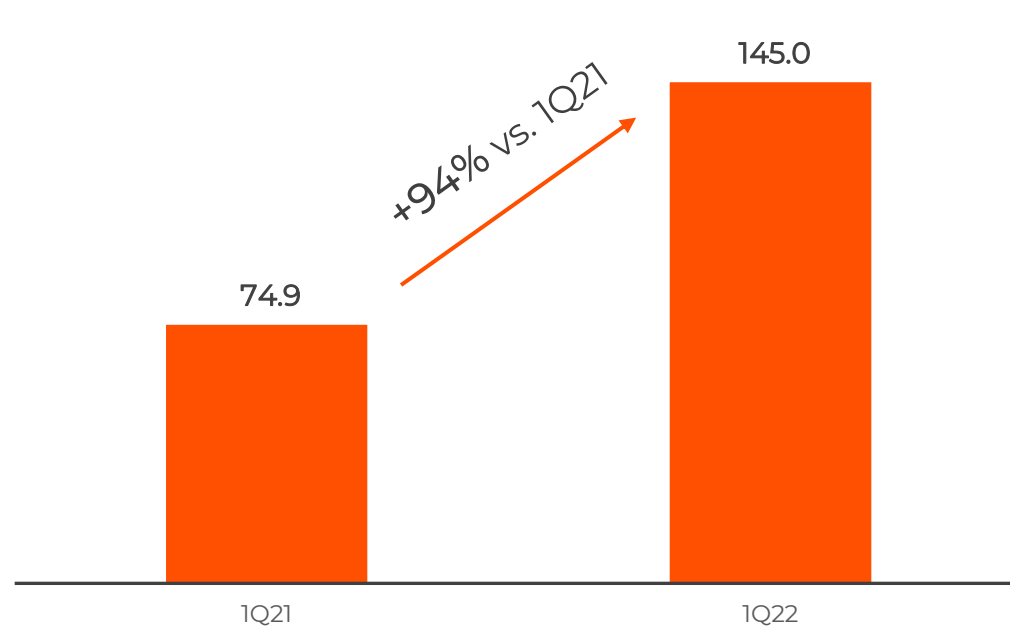


EBITDA and EBITDA Margin | Increase of R\$20.8 million in the quarter

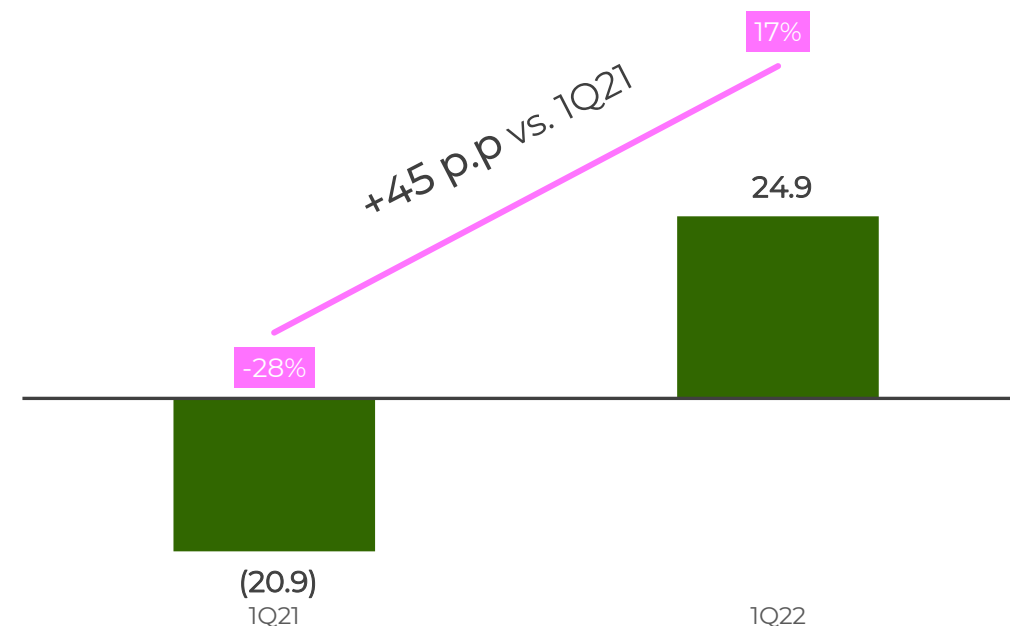


Net Revenue and EBITDA | Unaudited Proforma Results Eletromidia + Otima

(em R\$ milhões)



Proforma Net Revenue Eletromidia + Otima



Proforma Adjusted EBITDA and Adjusted EBITDA Margin % Eletromidia + Otima

This consolidated unaudited Proforma financial information is presented for informational purposes only and should not be interpreted as an indicative of the Company's future consolidated financial statements or as an effective consolidated statement of profit or loss, if the aforementioned business combination had occurred on January 1, 2022.

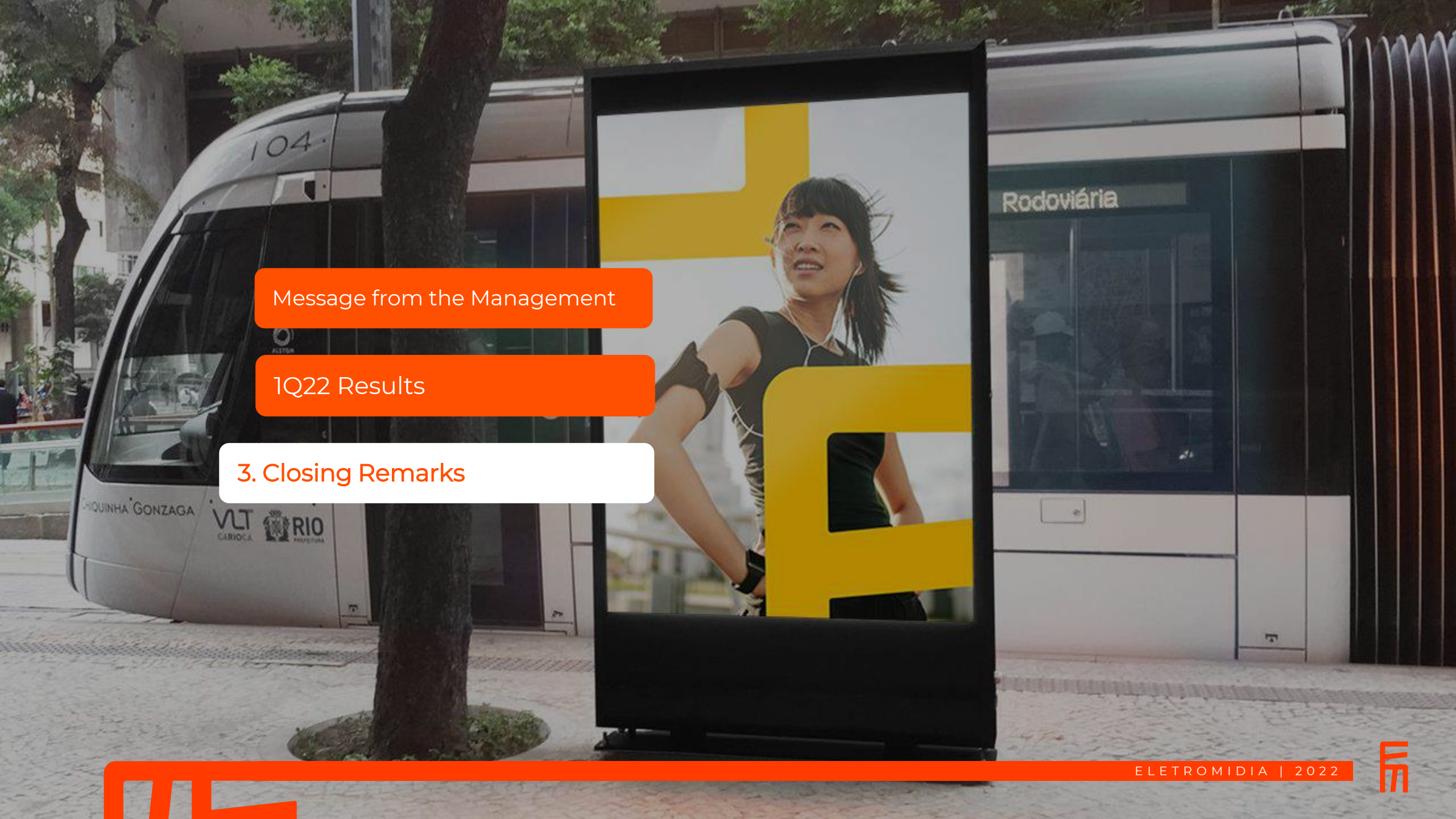
Cash Flow | Cash Generation in 1Q22

(em R\$ milhões)

	1Q22	1Q21	Δ R\$	Δ %
Opening balance	580,182	86,135	494,047	573.6%
(+/-) Net Operating Cash	14,013	(20,132)	34,145	169.6%
(+/-) Net Cash Investment	(48,381)	(31,545)	(16,836)	-53.4%
(+/-) Net Cash Financing	(61,364)	662,083	(723,447)	-109.3%
Closing balance	484,450	696,541	(212,091)	-30.4%
Net Cash Generation	(95,732)	610,406	(706,138)	-115.7%

// In 1Q22, Operating Cash Generation totaled R\$14.0 million. Excluding interest paid in the quarter, operating cash generation would total R\$47 million

// Investments totaled R\$48.4 million, comprising mainly: (i) by the R\$16.0 million in CAPEX and; (ii) by the payment of R\$32.8 million related to the acquisition of Moohb

The background image shows a modern tram with the number 104 and the name 'MIRIAM GONZAGA' on its side. A digital billboard in the foreground displays a woman running with a large yellow 'E' logo. The tram has 'Rodoviária' written on its side. The scene is set on a city street with trees and buildings.

Message from the Management

1Q22 Results

3. Closing Remarks

CLOSING REMARKS

// Strong growth over 1Q21

// First tests of Eletromidia Ads

// Otima - fully integrated and market perception of the One Stop Shop concept

// New Chief Sales Officer

// Special projects begin to outline a new chapter for additional business

Q&A





Thank you!

Contact IR



ri.eletromidia.com.br



ri@eletromidia.com.br



+55 (11) 4935-0000

Ricardo Winandy
CFO / IRO

