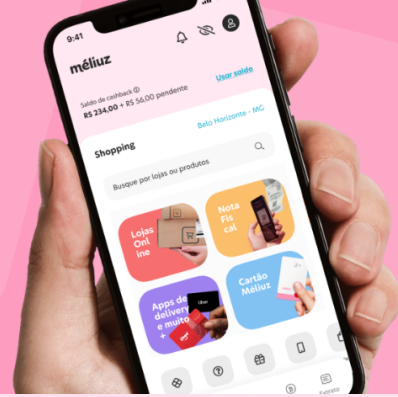


Prévia Operacional 1T22



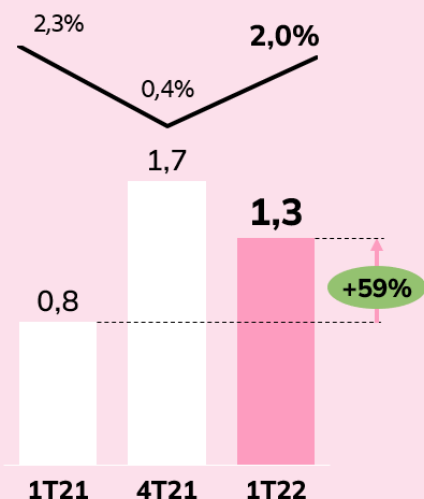
Belo Horizonte, 13 de abril de 2022 - O Méliuz S.A. (B3: CASH3) informa aos seus acionistas e ao mercado em geral a prévia dos seus dados operacionais referente ao primeiro trimestre de 2022 (1T22). As informações divulgadas neste relatório são preliminares, não auditadas e sujeitas a revisão.

Shopping

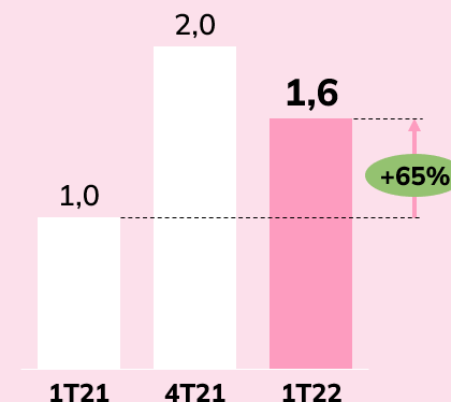
GMV (volume de vendas)

Finalizamos o 1T22 com um GMV consolidado¹ de R\$ 1,6 bilhão, 65% acima do 1T21, quando atingimos R\$ 1,0 bilhão. Desses R\$ 1,6 bilhão, R\$ 1,3 bilhão é referente ao Méliuz, R\$ 194,9 milhões é referente ao shopping internacional e R\$ 41,7 milhões à Promobit.

GMV Méliuz e net take rate (R\$ B)



GMV consolidado (R\$ B)



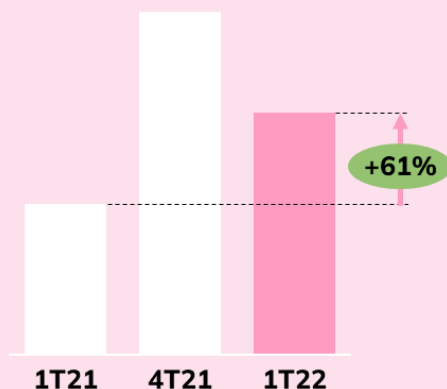
¹ GMV consolidado: considera shopping Brasil e internacional

O GMV do Méliuz, de R\$ 1,3 bilhão, foi 59% superior quando comparado ao mesmo período do ano anterior, quando alcançamos R\$ 0,8 bilhão. Esse aumento expressivo do GMV foi alcançado mesmo com uma leve redução do net take rate (comissionamento recebido pelas vendas geradas aos parceiros, deduzido dos custos de *cashback* associados a estas vendas) entre os períodos, o que confirma a assertividade da nossa estratégia de reforçar e engajar nossa base de usuários ao longo de 2021, trazendo resultados tangíveis em volume já no começo de 2022. Em comparação ao GMV do 4T21, a queda do GMV já era esperada tal como ocorre em todos os anos dado o período de alta sazonalidade referente a *Black Friday* e festas de final de ano.

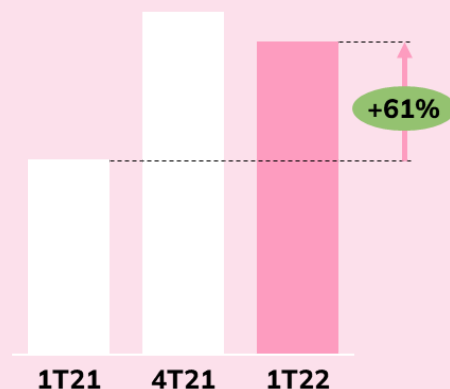
Compradores

Na métrica de novos compradores atingimos um crescimento de 61% quando comparado ao 1T21. Já no número de total de compradores, atingimos um crescimento de 61% contra o 1T21. As oscilações referentes ao 4T21 repetem o mesmo comportamento sazonal observado em anos anteriores, devido à *Black Friday* e festas de final de ano.

Novos compradores
Shopping Brasil



Total de compradores
Shopping Brasil



Méliuz Nota Fiscal

As ofertas ativadas no 1T22 atingiram 6,6 milhões, um crescimento de 1.017% em relação ao 1T21 e 23% em relação ao 4T21. O número de usuários ativando ofertas foi de 318 mil usuários, 129% a mais que no mesmo período do ano anterior. Neste trimestre, o volume captado de registros de itens vendidos nas notas fiscais foi de 33 milhões, um crescimento de 256% contra o 1T21 e 11% em relação ao 4T21.

+129% yoy

318k

usuários ativando
ofertas 1T22

+1.017% yoy

6,6MM

ofertas ativadas
1T22

+256% yoy

33MM

*sellout datapoints*²
1T22

² volume captado de registros de itens vendidos nas notas fiscais

Serviços financeiros

Novos produtos financeiros

Esperamos finalizar o *rollout* do novo App em abril e, portanto, gradativamente vamos mostrar a evolução dos principais indicadores operacionais e financeiros de cada novo produto, assim como o nível de interação e engajamento dentro da nova plataforma.

Os *feedbacks* recebidos pelos usuários que já estão utilizando o novo App são animadores. Estamos convictos que construímos um App simples, seguro e muito mais completo para os nossos usuários. As melhorias e novidades serão constantes ao longo deste ano, o que nos deixa confiantes no aumento gradativo do engajamento dos usuários e na venda cruzada entre produtos dentro da plataforma.

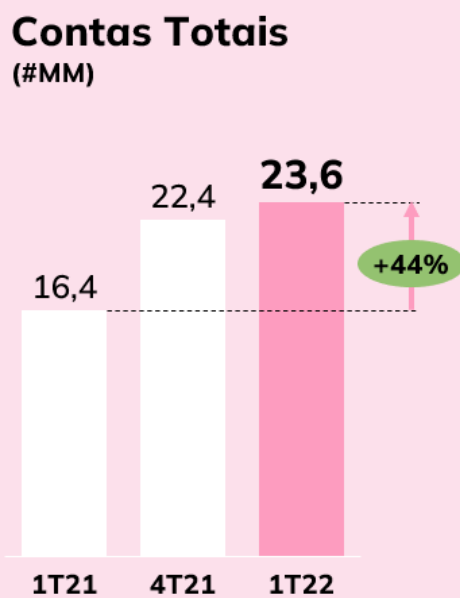
Cartão *co-branded*

No 1T22 o TPV realizado foi de R\$ 761 milhões, contra R\$ 947 milhões no 4T21 e R\$ 607 milhões no 1T21. Em função do término do contrato referente ao cartão de crédito *co-branded* realizado em novembro de 2021 não haverá mais emissão de novos cartões, finalizamos a parceria com um total de 7,2 milhões cartões *co-branded* solicitados.

Base de Usuários

Contas totais

Finalizamos o 1T22 com um total de 23,6 milhões de contas abertas, um crescimento de 44% em relação ao mesmo período do ano anterior, quando alcançamos 16,4 milhões. Já em comparação ao 4T21, aumentamos nossa base em 1,2 milhões, quando atingimos 22,4 milhões de contas totais.



Nos últimos 12 meses, findos em 31 de março de 2022, atingimos um total de 8,6 milhões de usuários ativos. O número de usuários ativos apresentou crescimento de 1,5 milhão frente ao mesmo período do ano anterior (últimos 12 meses findos em 31 de março de 2021), quando atingimos 7,1 milhões de usuários ativos, e uma redução já esperada de 800 mil em comparação ao 4T21 (12 meses findos em 31 de dezembro de 2021), devido a pausa das campanhas de *marketing* para aquisição de novos clientes para o cartão de crédito *co-branded*. A redução no número de usuários ativos não impactou a performance do *shopping*, já que esta queda foi mais que compensada pelo crescimento do número de novos compradores, compradores totais e, conseqüentemente, pelo crescimento do GMV, conforme apresentado anteriormente

Visitas em nossas plataformas

No 1T22, atingimos 46 milhões de visitas via App, um aumento de 44% contra o 1T21, quando alcançamos 31,7 milhões de acessos.

As visitas pelo site atingiram 19 milhões no 1T22, uma redução de 14% no comparativo anual. Podemos observar uma preferência dos usuários pela utilização do App em comparação às outras plataformas, o que corrobora nossa expectativa de aumento da interação e engajamento dos usuários após conclusão do *rollout* do novo App.

Já em relação ao *plug-in* ativo no navegador, alcançamos 900 mil *plug-ins* ativos no final do 1T22, um crescimento de 27% contra o 1T21.



Bankly

Finalizamos o 1T22 com um total de 173 clientes ativos e geramos um TPV de R\$ 8,3 bilhões, um crescimento de 224% em relação ao 1T21 quando geramos R\$ 2,6 bilhões.

+162% yoy

173

clientes totais 1T22

+224% yoy

8,3 Bi

TPV 1T22

No dia 31 de março recebemos a aprovação do Banco Central para a mudança de controle do Bankly para o Méliuz e, em breve, esta aprovação será submetida à assembleia de acionistas do Méliuz. Manteremos o mercado informado a respeito de eventuais informações relevantes sobre o assunto.