



GRUPO  
**petz  
cobasi**

**Juntos no cuidado.  
Unidos no afeto.**

[ri.petzcobasi.com.br](http://ri.petzcobasi.com.br)

**Nasce a nova Companhia.**  
GRUPO  
**petz cobasi**



# Nossa história

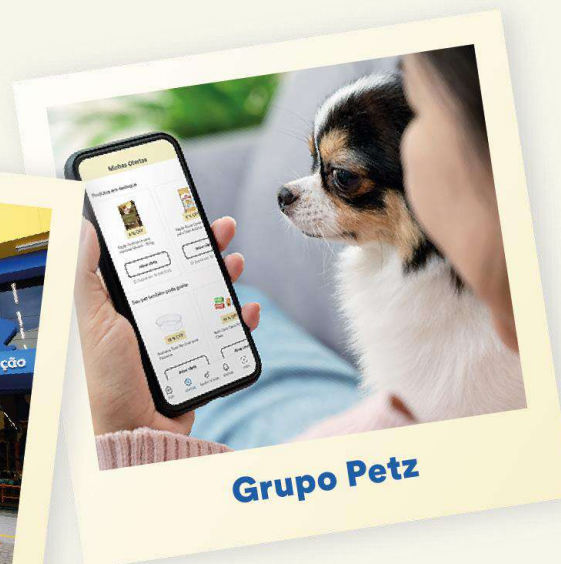
O Grupo Petz Cobasi traz o DNA de pioneirismo e inovação das maiores empresas do mercado pet no Brasil.



Fundada em **2002**,  
a **Petz** foi a primeira pet  
shop do mundo com  
atendimento 24 horas



Sergio Zimerman  
*Fundador*



### 2002 - 2013

Inauguração da 1ª loja  
em São Paulo – SP

### 2014 - 2020

Reforço da profissionalização e  
estruturação da governança, com  
investimento de fundo de Private  
Equity

**1ª empresa do segmento pet  
listada na B3 (Novo Mercado)**

### 2021 - 2025

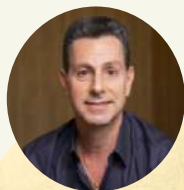
Diversificação geográfica,  
participação digital & aquisições



# A **Cobasi** foi fundada em **1985**

pelos irmãos Nassar

como loja agropecuária, por uma família que tem mais de 100 anos de experiência no varejo, desde 1920.



Paulo



João



Ricardo



Nasce com a vocação varejista, **de amor à loja em uma época onde o animal de estimação ainda não era um membro da família**

Responsáveis por fomentar o varejo pet brasileiro.

*"Ajudamos toda a cadeia do mercado pet a se profissionalizar ao longo desses anos."*

# ○ melhor ecossistema pet da América Latina

## **Cobasi**

**Pioneira do varejo pet**  
no Brasil

**Liderança no Sudeste**  
presente em 19 estados + DF

**Lojas de experiência**  
e atendimento de excelência

**Maior rede de franquias de serviços**  
pet do Brasil, com a Pet Anjo

**Portfólio complementar**  
Produtos para pet, casa e jardim



## **Petz**

**1ª empresa do setor pet**  
listada na B3

**Liderança nacional**  
presente em 23 estados + DF

**Pioneira na omnicanalidade**  
do varejo brasileiro

**Maior rede veterinária verticalizada**  
completa do Brasil

**Marcas próprias**  
e produtos exclusivos

# Uma plataforma omnicanal poderosa



R\$ **7,7** BI  
Receita Bruta  
LTM 3T25

R\$ **587** MM  
EBITDA Ajustado  
(IAS-17) LTM 3T25

**521**<sup>4</sup>  
lojas em 23  
estados + DF

**95%**  
Índice  
Omnichannel

+ **6,8** MM  
clientes  
únicos<sup>1</sup>

~ **1** MM  
assinantes<sup>2 3</sup>

+ **15** MIL  
colaboradores  
em 2024

+ **5** MM  
downloads  
nos apps em 2024



<sup>1</sup> Clientes que realizaram pelo menos uma compra ao longo de 2025.

<sup>2</sup> Não considera clientes únicos.

<sup>3</sup> Data base: setembro de 2025.

<sup>4</sup> Não considera o desinvestimento das 26 lojas previsto no ACC celebrado com o CADE.

# Track record sólido de crescimento

## 521<sup>1</sup> lojas

em 23 estados + DF

4 CDs  
(SP e GO)

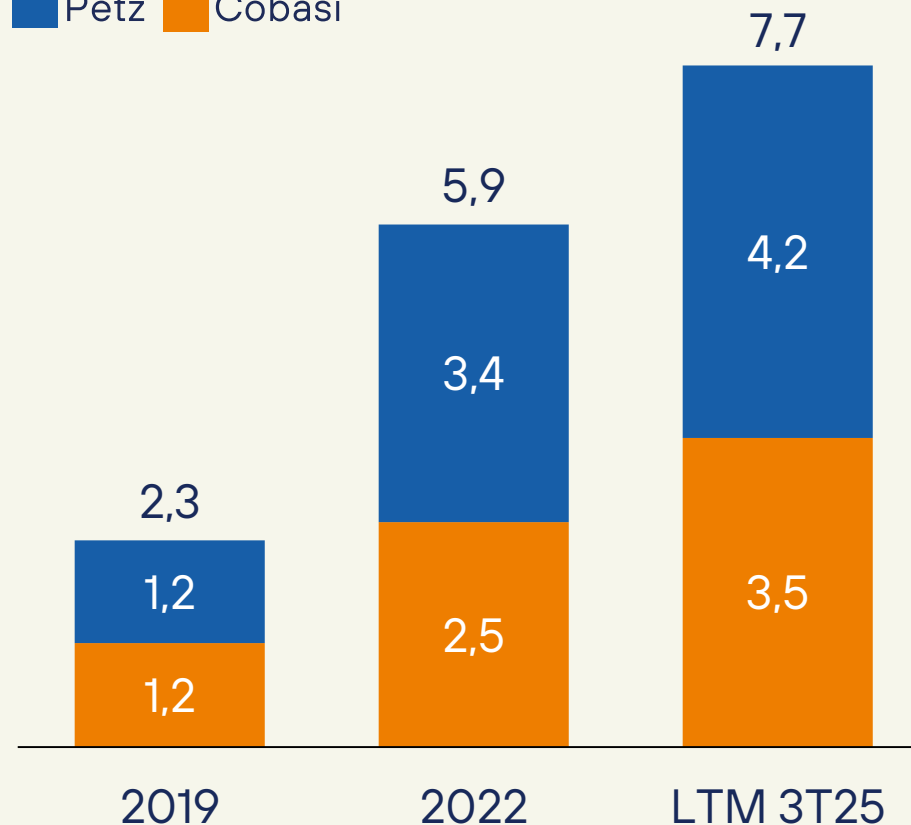


<sup>1</sup> Não considera o desinvestimento das 26 lojas previsto no ACC celebrado com o CADE.

## Faturamento Bruto

(R\$ bilhões)

**Petz** **Cobasi**



## +316

Aberturas Líquidas de Lojas no Período

**Performance financeira robusta reflete o potencial e solidez da empresa combinada**

**Nota:**

1. Considera números consolidados ajustados de ambas Companhias.
2. Não considera parcela caixa paga em 23 de janeiro de 2026 para acionistas Petz.

LTM 3T25<sup>1</sup>

**Petz**

**Cobasi**

GRUPO  
**petz cobasi**

Receita Bruta ▶	R\$4,2 <sup>BI</sup>	R\$3,5 <sup>BI</sup>	R\$7,7 <sup>BI</sup>
Receita Líquida ▶	R\$3,5 <sup>BI</sup>	R\$2,9 <sup>BI</sup>	R\$6,5 <sup>BI</sup>
Lucro Bruto ▶	R\$1,7 <sup>BI</sup>	R\$1,4 <sup>BI</sup>	R\$3,0 <sup>BI</sup>
EBITDA (IAS17) Ajustado ▶	R\$307 <sup>Mi</sup> %RL: 8,7%	R\$280 <sup>MM</sup> %RL: 9,5%	R\$587 <sup>MM</sup> %RL: 9,1%
Lucro Líquido (IAS17) Ajustado ▶	R\$73 <sup>MM</sup>	R\$158 <sup>MM</sup>	R\$231 <sup>MM</sup>
Caixa Líquido ▶	R\$81 <sup>MM</sup>	R\$434 <sup>MM</sup>	R\$515 <sup>MM</sup> <sup>2</sup>

# Solução One Stop Shop

GRUPO  
**petz cobasi**

**Ecosistema completo** para atender o pet e o tutor em **todas as etapas** da vida

**521<sup>1</sup>** lojas

**+40%** penetração digital

Alto nível de serviço com baixo custo de servir

**15** hospitais

**+180** clínicas e consultórios

Plano de saúde

**+300 unidades** de serviço de estética

Foco em conveniência e bem-estar



GRUPO  
**petz cobasi**

<sup>1</sup> Não considera o desinvestimento das 26 lojas previsto no ACC celebrado com o CADE.

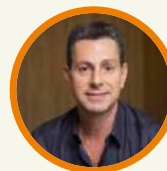
# Liderança e Governança



# Liderança experiente no mercado pet, unindo forças e ampliando resultados

Cobasi

Petz



**Paulo Nassar**  
Diretor Presidente



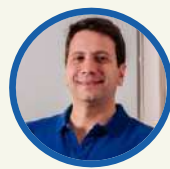
**Caio Bernardo**  
Diretor Comercial & Marketing

21 anos de varejo  
8 anos de Cobasi



**Rodrigo Cruz**  
Diretor de Operações e Expansão

22 anos de varejo  
10 anos de Petz



**Marcelo Maia**  
Diretor de TI e Digital

20 anos de varejo  
12 anos de Petz



**Aldir Silva**  
Diretor de Logística

14 anos de varejo  
3 anos de Cobasi



**Rafael Siqueira**  
Diretor Financeiro e RI

17 anos de varejo  
8 anos de Cobasi



**Flavia Pontes**  
Diretora de RH e Serviços

9 anos de varejo  
4 anos de Petz



**Fabiana Rosa**  
Diretora de Educação Corporativa

26 anos de varejo  
26 anos de Cobasi



**Thalyta Losano**  
Diretora Jurídica

13 anos de varejo  
13 anos de Petz



**Oderi Leite**  
Diretor de Integração

27 anos de varejo  
8 anos de Cobasi

# Conselho de Administração

Estratégico, experiente e com profundo conhecimento do mercado pet



**Sergio Zimerman**

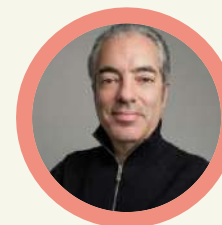
**Presidente do Conselho**

Fundador da Petz, liderando a trajetória de crescimento da companhia, com mais de 40 anos de experiência



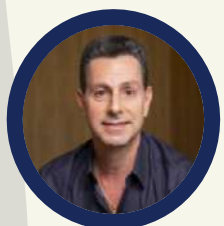
**Ricardo Nassar**

Cofundador da Cobasi, liderou as áreas Comercial e Marketing, com foco na expansão de projetos estratégicos na vertical de serviços pet



**Eduardo Terra**

Fundador da BTR Retail, presidente da SBVC por 10 anos e um dos principais especialistas em varejo do Brasil, além de ser cofundador do Instituto Retail Think Tank



**Paulo Nassar**

Cofundador e CEO da Cobasi, com mais de 40 anos de experiência e responsável pelo movimento de transformação digital da companhia



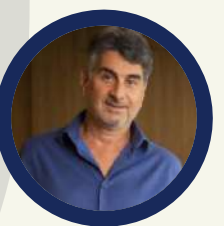
**Cristiano Lauretti**

Sócio responsável pelo *Private Equity* do Kinea, com mais de 25 anos de experiência em investimentos nos mais variados setores, incluindo varejo, como investimento em Panvel (PNVL3)



**Germán Quiroga**

Extensiva experiência no varejo brasileiro, liderando o e-commerce de companhias como Americanas e Pontofrio antes de atuar como conselheiro



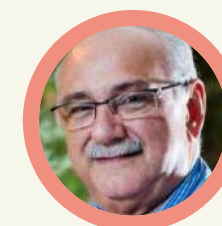
**João Nassar**

Cofundador da Cobasi, liderou as áreas de Novos Negócios e Expansão, além de presidente do Conselho de Administração da Cobasi entre 2021 e 2025



**Tania Zimerman**

Com mais de 20 anos de experiência, foi responsável pela estruturação dos departamentos de backoffice e implantação de processos, incluindo a expansão das novas unidades da Petz



**Claudio Ely**

Líder da expansão que levou ao IPO da Drogasil e peça-chave em sua fusão com a Raia. Além de posições em conselho, atualmente atua como consultor sênior da Warburg Pincus

 **Membros independentes**

# Governança Corporativa

União de acionistas de referência e melhores práticas

## Acordo de Acionistas

- Acordo 1: Sergio Zimerman & Família Nassar
- Validade: 8 anos
- Voto em bloco entre os signatários
- Acordo 2: Família Nassar & Kinea

## Lock-Up de Ações

- Lock-up de restrição à negociação de ações por 6 meses
- Condição adicional de 6 meses após o lock-up: **direito de primeira oferta** entre Sergio e Família Nassar

## Liderança e Governança

- **CEO:** Paulo Nassar
- **Presidente do Conselho de Administração:** Sergio Zimerman

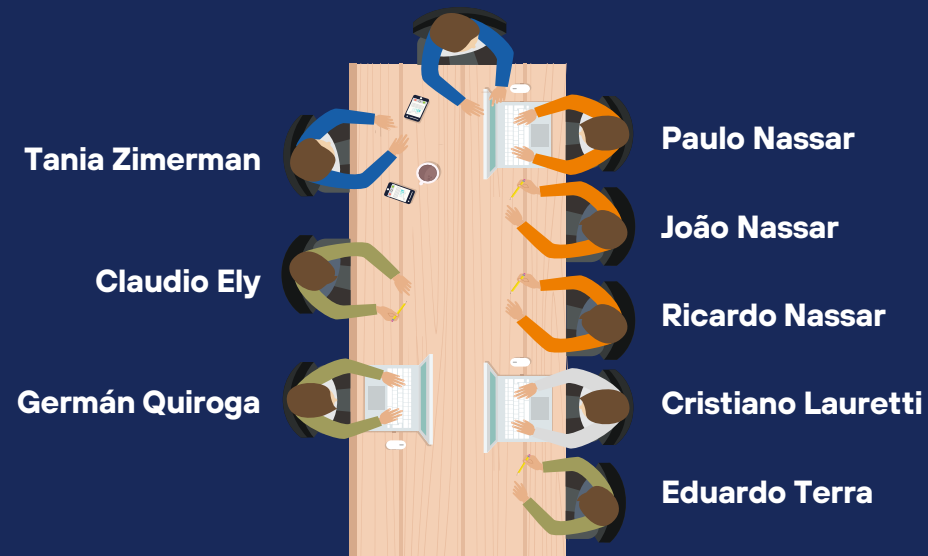
## Comitês de Assessoramento

- Auditoria
- Financeiro
- Estratégia
- Recursos Humanos
- Sustentabilidade

## Conselho de Administração

**Sergio Zimerman**

Presidente do Conselho de Administração



Cobasi

Petz

Kinea

Independente

**Listada no Novo Mercado, comprometida com as melhores práticas de governança corporativa**

**AUAU3**  
B3 LISTED NM

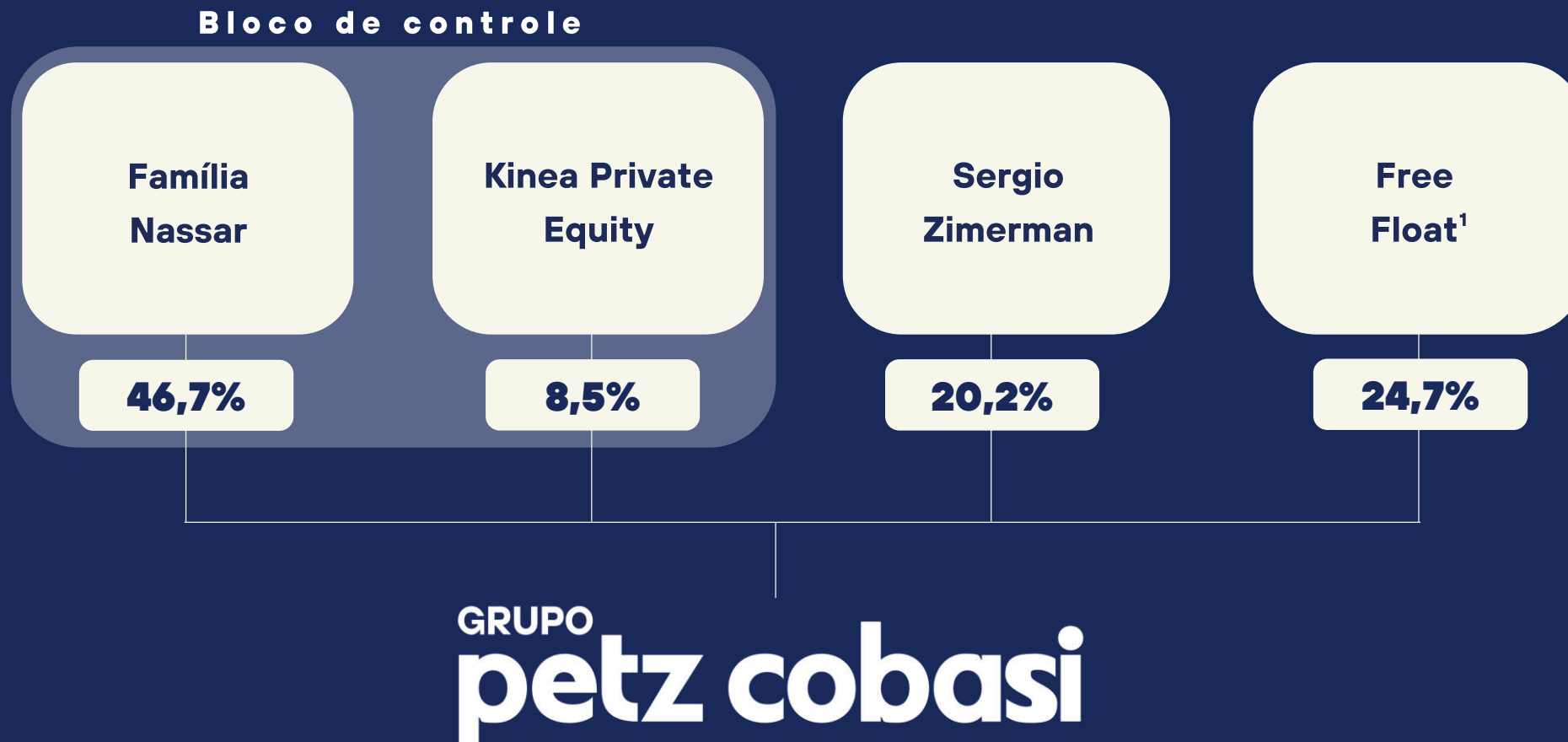
**IBRX100 B3**  
**IGC B3** **ICON B3**

**IBRA B3**  
**IDIVERSA B3**

**IGC-NMB3**  
**ITAG B3**

**IGCT B3**  
**SMLL B3**

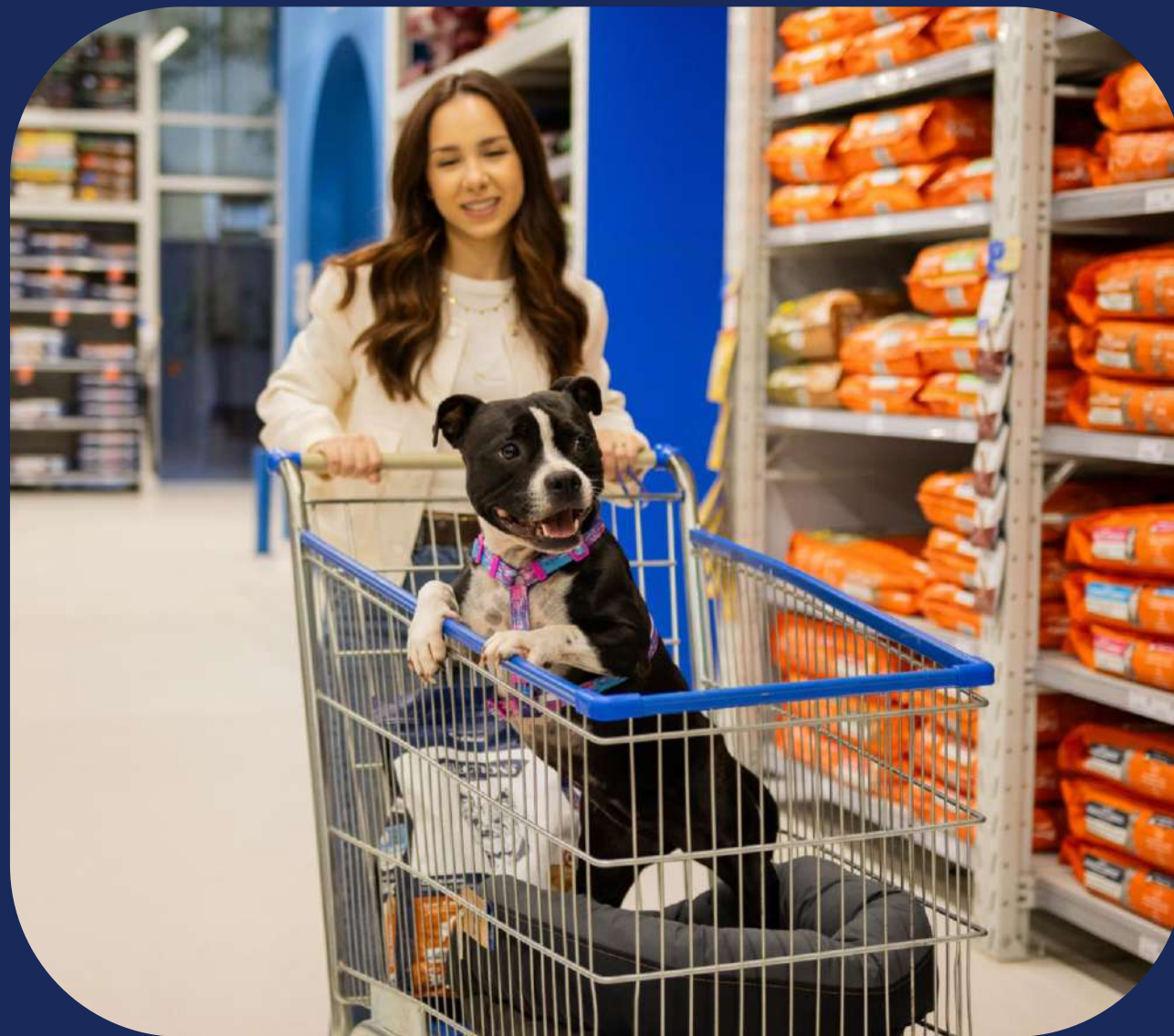
# Estrutura e Composição Acionária



**Nota:**

1. Considera ações em tesouraria: 3.113.385.

# Integração de Aquisições Estratégicas



# Aquisições estratégicas

Integração com foco na geração de valor

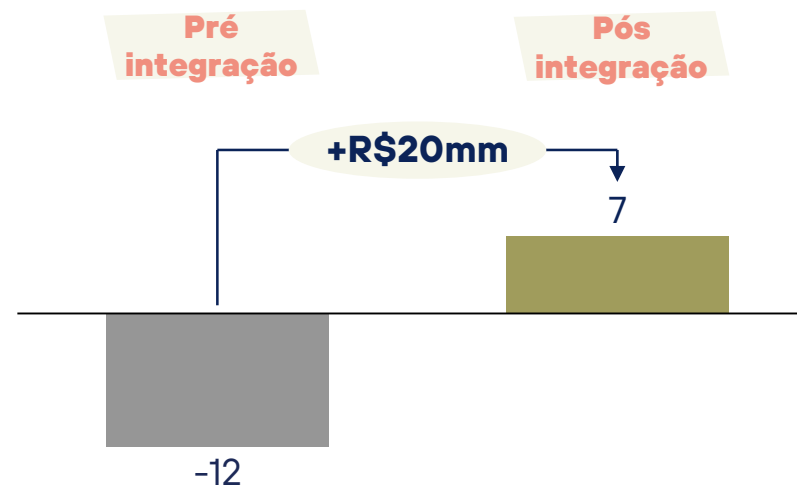


## Captura de sinergias

- Fechamento dos hubs de Zee.Now, com migração das vendas para lojas Petz como hubs, reduzindo despesas operacionais sem impacto na experiência do cliente
- Aumento de conversão e ticket via marcas premium e experiência diferenciada
- Produção própria de toda a linha de tapetes higiênicos das marcas Petz, Zee.Dog, Fresh Pads e Super Secão através da Petix
- ~90% de participação de marca própria na categoria de tapetes

## EBITDA Adquiridas

No início e após 12 meses de integração  
(Em R\$ milhões)



# Aquisições estratégicas

Integração com foco na geração de valor

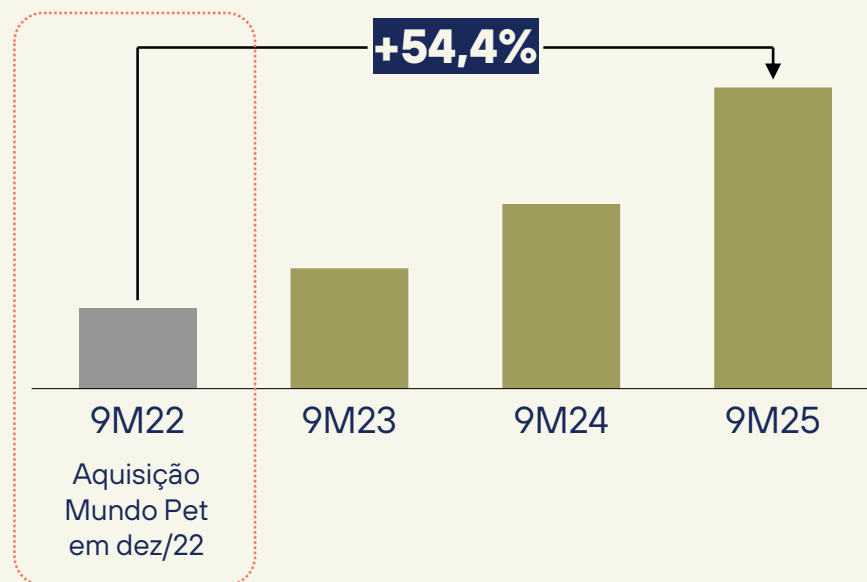
## Case de sucesso de integração Cobasi: Mundo Pet

Ganho de rentabilidade e expansão estratégica na região Nordeste



### Faturamento Bruto Mundo Pet

(R\$ mm)



### EBITDA 4-Wall

(Evolução Lojas Mundo Pet)



Experiência com rápida integração ao ecossistema e rentabilização de um ativo deficitário

# Integração e Sinergias Petz + Cobasi



# Uma jornada estruturada,

com método, integração de talentos de ambas as companhias e foco na captura de valor

## Modelo de Governança

- Escritório de Integração dedicado, com responsabilidade ponta a ponta
- Metodologia padronizada, fóruns claros de decisão e acompanhamento
- Gestão de riscos e dependências integrada à governança

## Jornada de Integração

- Plano Diretor: definição de estratégia, escopo e prioridades
- Criação de Valor: identificação e priorização de sinergias
- Roadmap de execução com acompanhamento contínuo

## Talentos & Capacidade

- Time dedicado e multidisciplinar
- Lideranças seniores com sólida experiência no negócio
- Foco consistente em captura e sustentação de valor

**+70 colaboradores**

envolvidos na construção de planos de ação e iniciativas de valor

**+1.600 horas**

de reuniões de trabalho com liderança para construir a aspiração

**+3MIL atividades**

mapeadas para garantir execução e transparência

# Principais frentes de **sinergias**

## 1. Despesas Operacionais

- Melhora de **produtividade** na estrutura corporativa
- Aumento da **eficiência** de **custos indiretos** e nas operações dos **CDs** e **Lojas**
- Otimização da **malha logística** e aumento da **eficiência** de entrega

## 2. Otimização Comercial

- Revisão da estratégia de **categorias** e **SKUs**
- Evolução da estratégia de **produtos marca própria**

## 3. Footprint e Operações de Lojas

- Racionalização do **portfólio de lojas**
- **Expansão coordenada de lojas**
- Melhorias operacionais para redução de **ruptura** e **perdas**

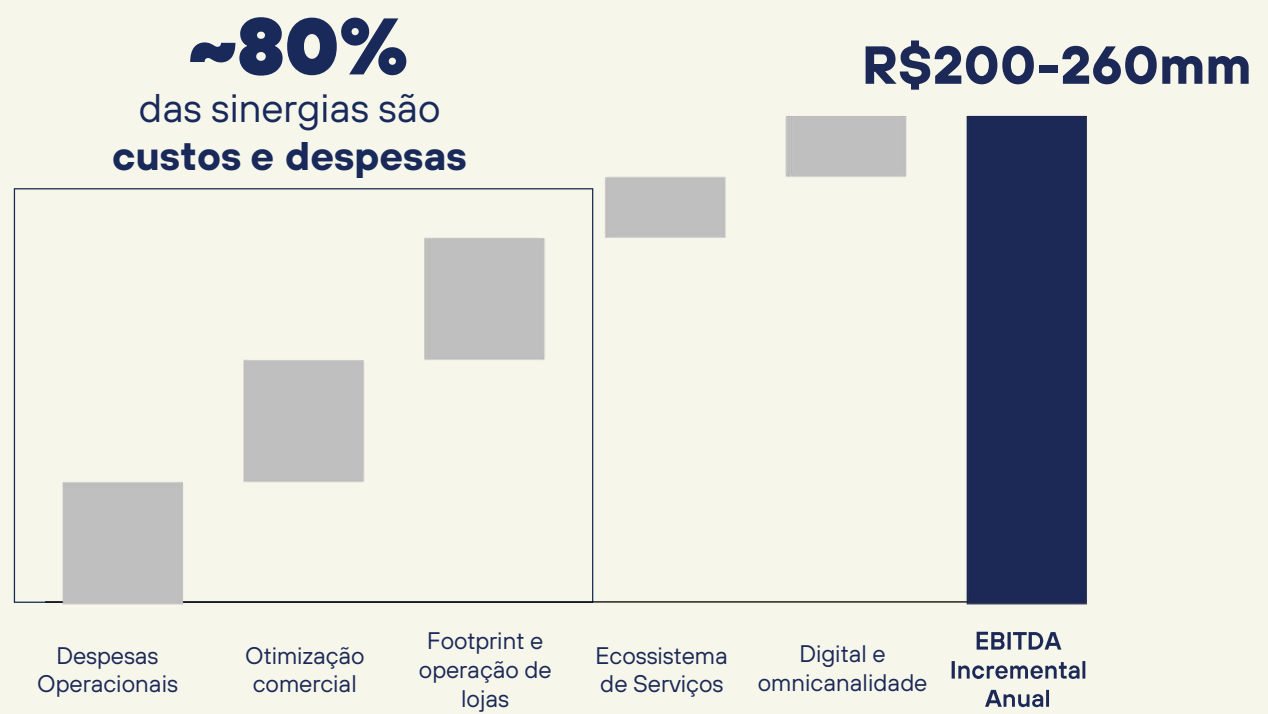
## 4. Ecosistema de Serviços

- Aumento da produtividade de **serviços** e **cross-sell**
- Ampliação e adensamento da oferta de **serviços** nas lojas
- Maior rentabilidade do **modelo de serviços** (microfranquia/franquia)

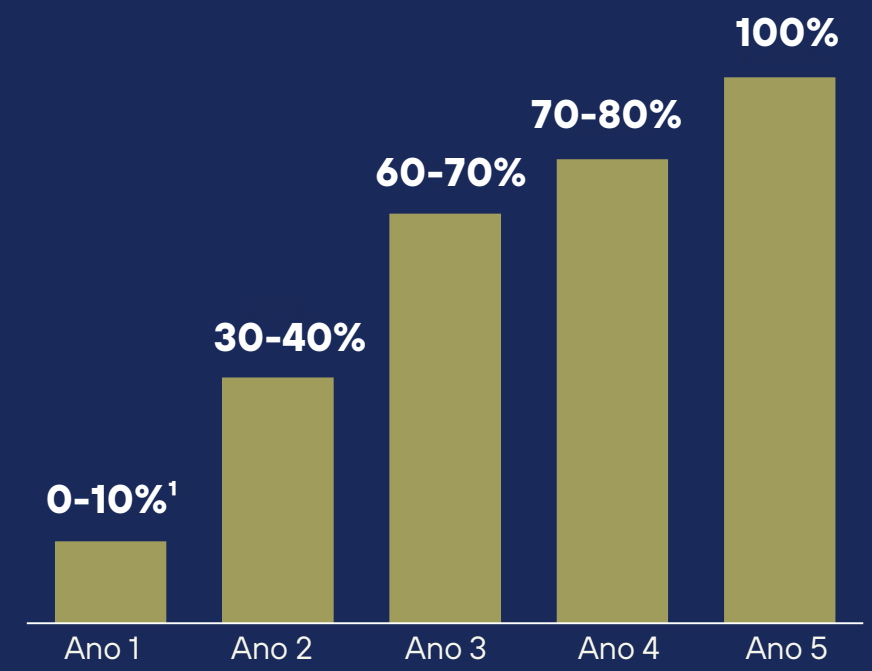
## 5. Digital e Omnicanalidade

- Experiência **omnicanal** aprimorada e aumento da **penetração** e **gasto médio**
- Aumento da penetração dos **planos de assinatura**

# Update de sinergias estimadas



Captura de **60-70%** das sinergias anuais em **até 3 anos**



<sup>1</sup>Considera o desinvestimento das 26 lojas previsto no ACC celebrado com o CADE.

# Alavancas de Resultados



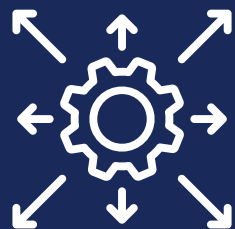
# Principais alavancas de resultado

1



Omnicanalidade

2



Expansão  
Coordenada

3



Serviços

4



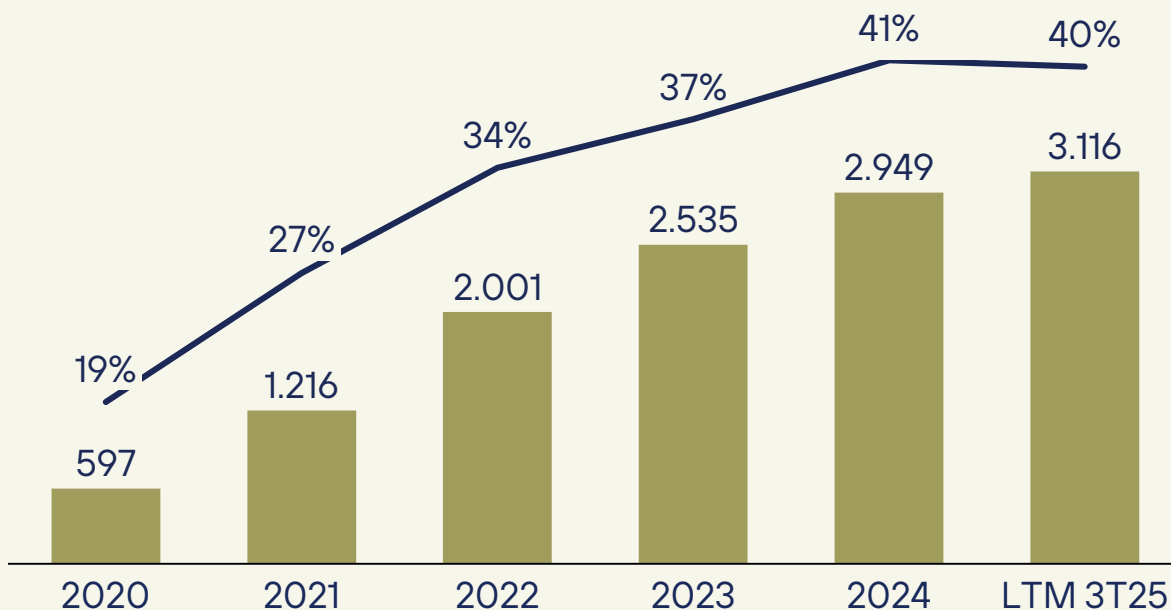
Marca  
Própria

## 1. Omnicanalidade

# Principal *player* omnicanal do setor

Receita total e participação do canal digital

(Em R\$ mil, %)



Alto nível de serviço com baixo custo de servir

O cliente omnicanal gasta até **3,5x** mais do que o cliente monocanal

**521<sup>1</sup>** lojas atuando estrategicamente como "mini centros de distribuição"

**~75%** das entregas são realizadas no mesmo dia

**+95%** das vendas são *omnichannel*, combinando e-commerce e lojas físicas

## 2. Expansão

# Expansão coordenada e manutenção das marcas Petz e Cobasi com foco em produtividade

- Foco em **praças estratégicas** e ganho de **capilaridade**
- Ativação de **cross-sell, upsell e fidelização**
- Aumento de **frequência, ticket médio e gasto** anual por cliente
- Crescimento consistente de **vendas por m<sup>2</sup>**
- Serviços e marcas próprias ampliam a **produtividade** das lojas



### 3. Serviços

# Serviços

**Ecossistema completo, pensado para prover capilaridade, promover cross-sell e fidelizar clientes, multiplicando valor: clientes que usam serviços gastam **3,0x** mais em produtos.**

## Estética e Banho e Tosa

**+300** unidades, incluindo modelo de franquias

**PetAnjo** **BANHO & TOSA**  
Especialistas em cuidado **Petz**



GRUPO **petz cobasi**

## Clínicas e Consultórios

**+180** clínicas e consultórios

CENTRO VETERINÁRIO **seres** **PetAnjo**  
Especialistas em cuidado



## Hospitais

**15** hospitais

CENTRO VETERINÁRIO **seres**



## Plano de Saúde

Foco em prevenção

**seres**  
saúde



## 4. Marcas Próprias

# 15 marcas próprias e exclusivas, incluindo líderes de categoria



### Participação de marca própria no faturamento

Grande potencial de crescimento de participação com as marcas combinadas

**PETZ** **Cobasi**  
**14%** **7%**

no 4T25

### Margem bruta de ~5 a 10 p.p. superior

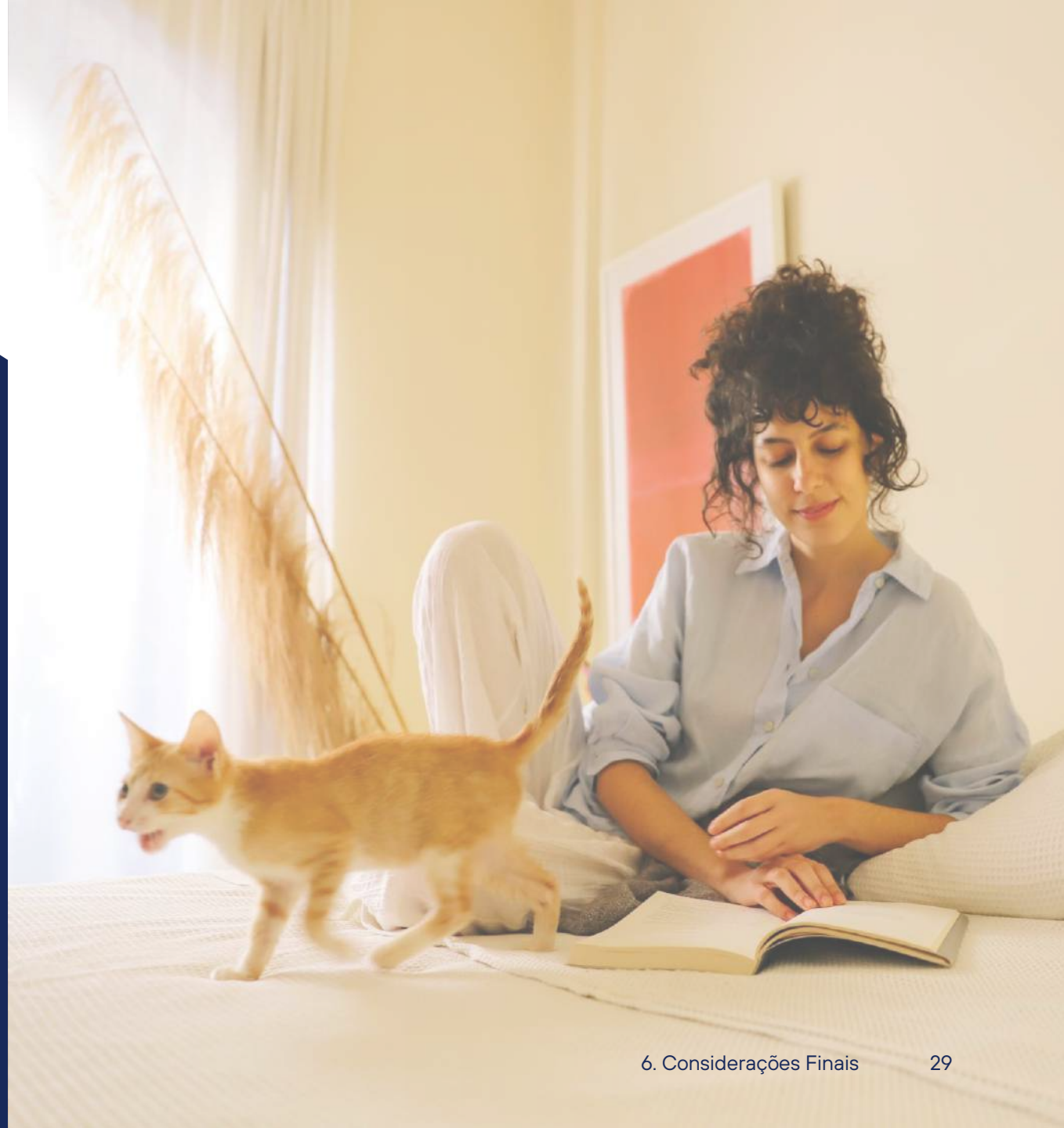
Potencial de incremento de margem em diversas categorias

## Diferentes estratégias de proposta de valor para alcançar um mercado endereçável maior



# Considerações finais

- 1** Criação do mais **completo e integrado ecossistema pet** do Brasil
- 2** União de **acionistas de referência pioneiros** no setor com uma equipe de gestão experiente e complementar
- 3** **Sinergias** anuais esperadas de **R\$200-260 milhões** de EBITDA incremental
- 4** Otimização da **omnicanalidade**, unindo digital e físico com **eficiência** conjunta
- 5** **Excelência** em serviço e foco no cliente



GRUPO  
petz cobasi

# Q&A



[B]³

# GRUPO petz cobasi

**Juntos no cuidado. Unidos no afeto.**

## Relações com Investidores

Rafael Rodrigues Siqueira - Diretor Financeiro e RI

Renata Coutinho - Diretora de RI

Marcos Benetti - Gerente de RI, M&A e Novos Negócios

Nicole Caputo - Consultora de RI

Larissa Boness - Analista de RI

**[ri@petzcobasi.com.br](mailto:ri@petzcobasi.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  
cobasi**

**Together in care.  
United by affection.**

[ri.petzcobasi.com.br](http://ri.petzcobasi.com.br)

**A new Company is born.**  
GRUPO  
**petz cobasi**



# Our history

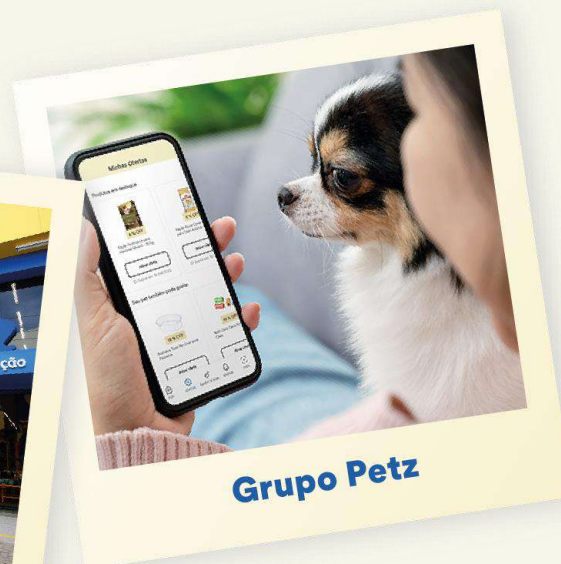
Grupo Petz Cobasi brings together the pioneering spirit and innovation DNA from the leading companies in the Brazilian pet market.



Founded in **2002**,  
**Petz** was the world's first  
pet shop to offer 24-hour  
service



Sergio Zimerman  
*Founder*



### 2002 - 2013

Opening of the first store in  
São Paulo, SP

### 2014 - 2020

Strengthening of professional  
management and governance  
structure, with investment from a  
private equity fund

**First pet sector company listed  
on Brazil's stock exchange (B3)**

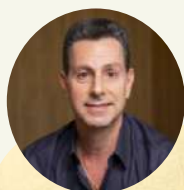
### 2021 - 2025

Geographic diversification, digital  
expansion and acquisitions



# Cobasi was founded in 1985

by the Nassar brothers as an agricultural supply store, by a family with more than 100 years of retail experience, dating back to 1920.



Paulo



João



Ricardo



It was founded with a strong retail vocation and a **passion for the store, at a time when pets were not yet considered members of the family.**

Responsible for fostering the development of Brazil's pet retail sector.

*"We have helped the entire pet market value chain professionalize over the years."*

# The leading pet ecosystem in Latin America

## Cobasi

**Pioneer in the pet retail sector**  
in Brazil

**Market leadership in the southeast**  
present in 19 states + Federal District

**Experience-driven stores**  
and best-in-class customer service

**Largest pet services franchise network**  
in Brazil, through Pet Anjo

**Complementary portfolio**  
pet, home and garden products



## petz

**1st pet sector company**  
listed on Brazil's stock exchange (B3)

**Nationwide leadership**  
present in 23 states + Federal District

**Pioneer in omnichannel**  
retail in Brazil

**Largest fully integrated veterinary**  
network in Brazil

**Private label**  
and exclusive products

# A powerful omnichannel platform



R\$ **7.7** Bn  
Gross Revenue  
LTM 3Q25

+ **6.8**MM  
unique  
customers<sup>1</sup>

R\$ **587** MM  
Adjusted EBITDA  
(IAS-17) LTM 3Q25

+ **994**K  
subscribers<sup>2 3</sup>

**521**<sup>4</sup>  
stores in 23  
states + DF

+ **15**K  
employees  
in 2024

**95%**  
Omnichannel  
sales

+ **5**MM   
app downloads  
in 2024

<sup>1</sup> Customers who made at least one purchase during 2025.

<sup>2</sup> Does not consider unique customers.

<sup>3</sup> Reference date: September 2025.

<sup>4</sup> Does not consider the divestment of 26 stores required under the Merger Control Agreement signed with CADE (anti-trust authority).

# Consistent growth track record

## 521<sup>1</sup> stores

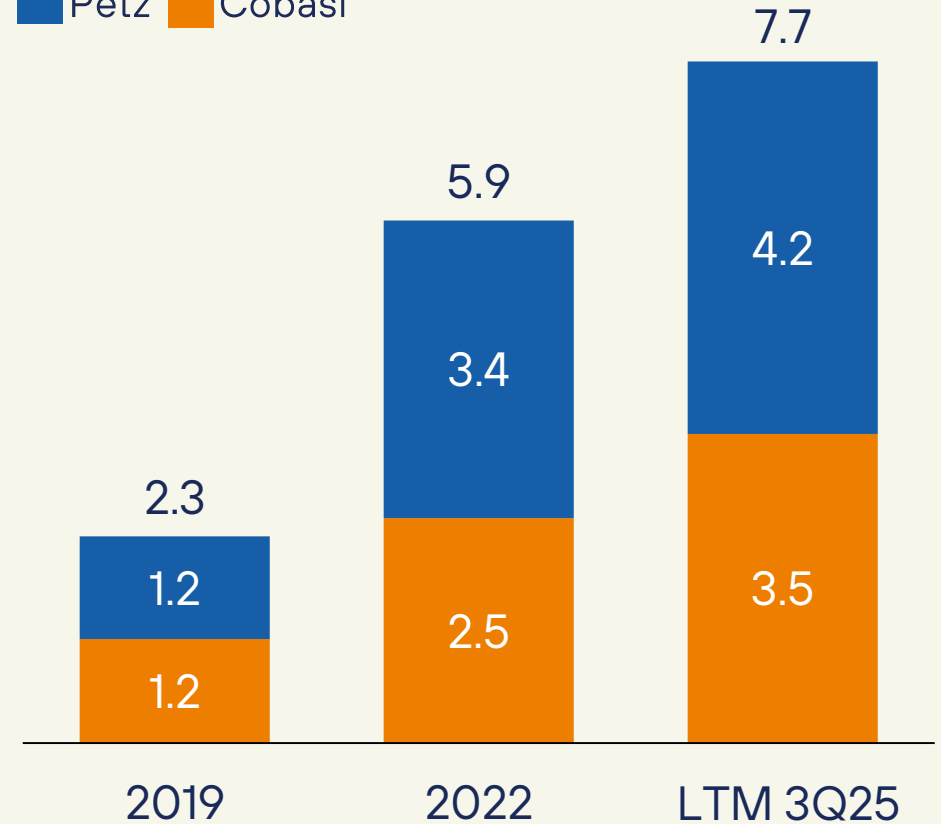
in 23 states + DF

**4 DCs**  
(SP and GO)



## Gross Revenue (R\$ billion)

Petz Cobasi



**+316**

Net store openings during the period

**Robust  
financial  
performance  
reflects the  
strength and  
potential of  
the combined  
company**

**Note:**

- 1. Includes adjusted consolidated figures for both companies.
- 2. Does not reflect the cash portion paid on January 23, 2026, to Petz shareholders.

LTM 3Q25 <sup>1</sup>	<b>Petz</b>	<b>Cobasi</b>	<b>GRUPO petz cobasi</b>
Gross Revenue ▶	R\$4.2Bn	R\$3.5Bn	R\$7.7Bn
Net Revenue ▶	R\$3.5Bn	R\$2.9Bn	R\$6.5Bn
Gross Profit ▶	R\$1.7Bn	R\$1.4Bn	R\$3.0Bn
Adjusted EBITDA (IAS17) ▶	R\$307Mi <i>%NR: 8.7%</i>	R\$280MM <i>%NR: 9.5%</i>	R\$587MM <i>%NR: 9.1%</i>
Adjusted Net Income (IAS17) ▶	R\$73MM	R\$158MM	R\$231MM
Net Cash ▶	R\$81MM	R\$434MM	R\$515MM <sup>2</sup>

# One Stop Shop Solution



A **complete ecosystem** to serve pets and their owners at **every stage** of life

**521** stores  
**+40%** digital penetration  
High service levels with a low cost-to-serve

**15** hospitals  
**+180** veterinary clinics  
Health plans

**+300** grooming service units  
Focus on convenience and well-being

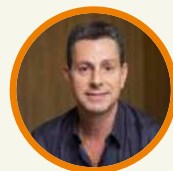


<sup>1</sup> Does not consider the divestment of 26 stores required under the Merger Control Agreement signed with CADE (anti-trust authority).

# Leadership and Governance



# Experienced leadership in the pet market, joining forces and driving enhanced results



**Paulo Nassar**  
CEO

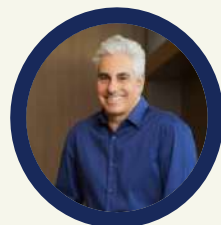


# Board of Directors

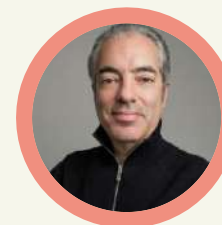
Strategic, experienced, and with deep knowledge of the pet market



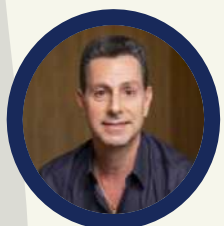
**Sergio Zimerman**  
*Chairman of the Board*  
Founder of Petz, leading the company's growth journey with over 40 years of experience



**Ricardo Nassar**  
Co-founder of Cobasi, led the Commercial and Marketing areas, focusing on the expansion of strategic projects in the pet services segment



**Eduardo Terra**  
Founder of BTR Retail, served as President of SBVC for 10 years, one of Brazil's leading retail experts, and co-founder of the Retail Think Tank Institute



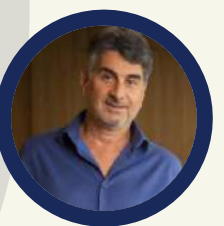
**Paulo Nassar**  
Co-founder and CEO of Cobasi, with over 40 years of experience, leading the company's digital transformation efforts



**Cristiano Lauretti**  
Partner in charge of Kinea's Private Equity fund, with over 25 years of experience investing in a wide variety of sectors, including retail, such as the investment in Panvel (PNVL3)



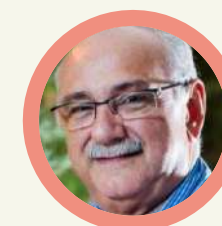
**Germán Quiroga**  
Extensive experience in Brazilian retail, having led e-commerce operations at companies such as Americanas and Pontofrio before serving as a board member



**João Nassar**  
Co-founder of Cobasi, led the New Business and Expansion areas, and served as Chairman of the Board of Cobasi from 2021 to 2025



**Tania Zimerman**  
With over 20 years of experience, responsible for structuring back-office departments and implementing processes, including the expansion of Petz's new units



**Claudio Ely**  
Leader of the expansion that led to Drogasil's IPO and a key figure in its merger with Raia. In addition to board roles, currently serves as a senior advisor at Warburg Pincus

 Independent members

# Corporate Governance

Bringing together key shareholders and best practices

## Shareholders' Agreement

- Agreement #1: Sergio Zimerman + Nassar Family
- Term: 8 years
- Block voting among signatories
- Agreement #2: Nassar Family & Kinea

## Share Lock-Up

- 6-month restriction on share trading
- Additional 6-month period following the lock-up: **right of first offer** between Sergio Zimerman and the Nassar Family

## Leadership and Governance

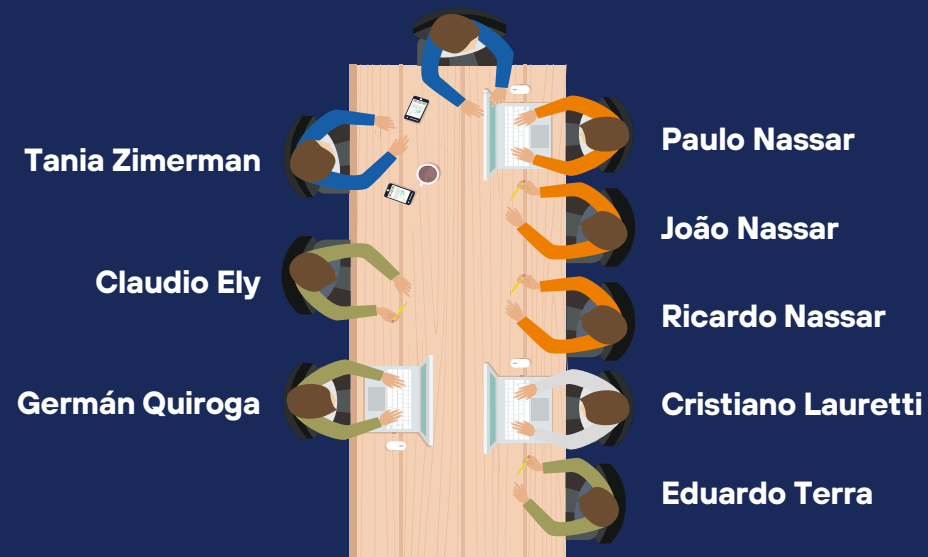
- **CEO:** Paulo Nassar
- **Chairman of the Board:** Sergio Zimerman

## Advisory Committees

- Audit
- Finance
- Strategy
- Human Resources
- Sustainability

## Board of Directors

**Sergio Zimerman**  
Chairman of the Board



Cobasi

Petz

Kinea

Independent

Listed on Novo Mercado, committed to  
best-in-class corporate governance practices

**AUAU3**

B3 LISTED NM

IBRX100 B3

IGC B3

IBRA B3

ICON B3

IGC-NM B3

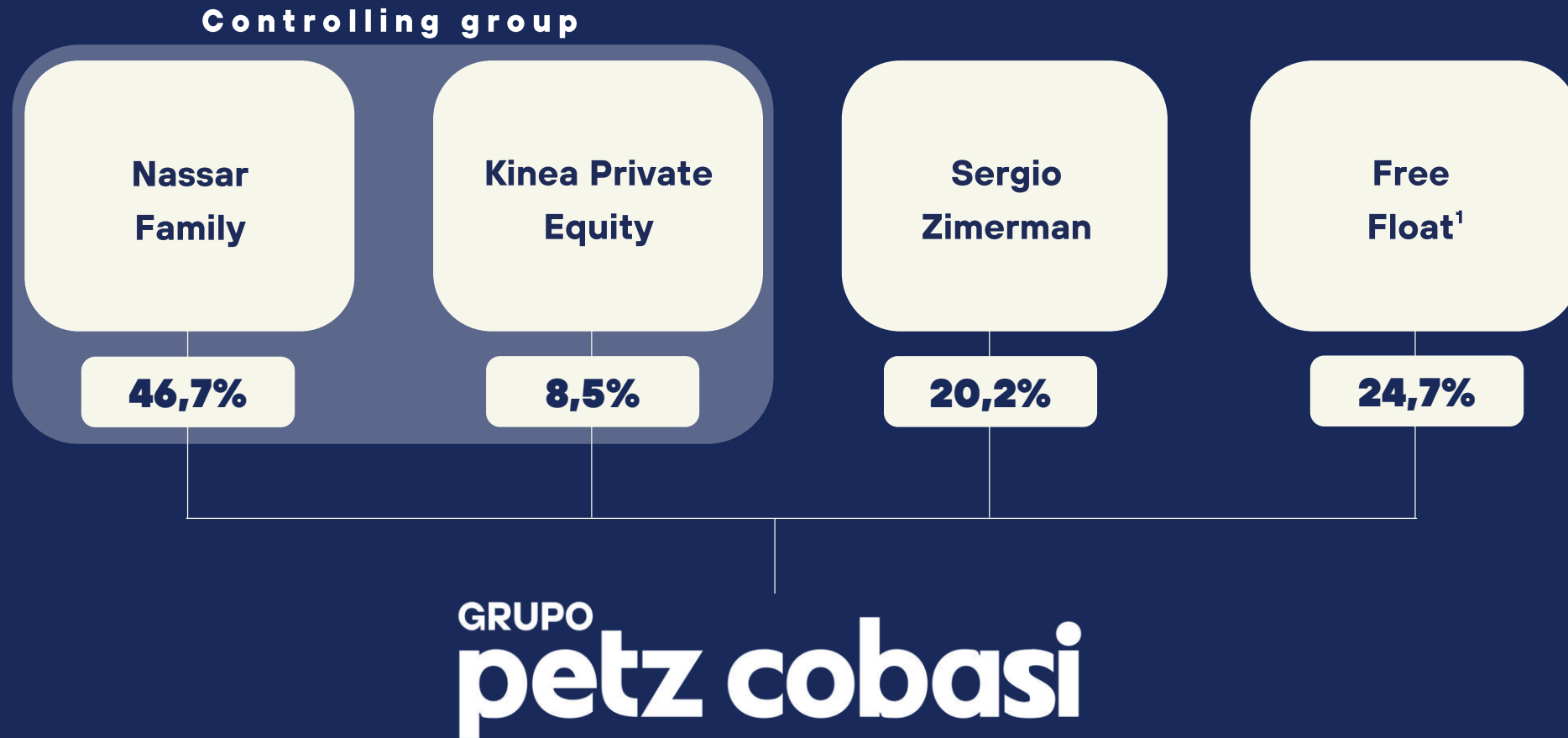
IDIVERSA B3

IGCT B3

ITAG B3

SMLL B3

# Ownership Structure and Shareholding Composition



**Note:**

1. Includes treasury shares: 3.113.385.

# Strategic Acquisitions Integration



# Strategic acquisitions

Integration focused on value creation

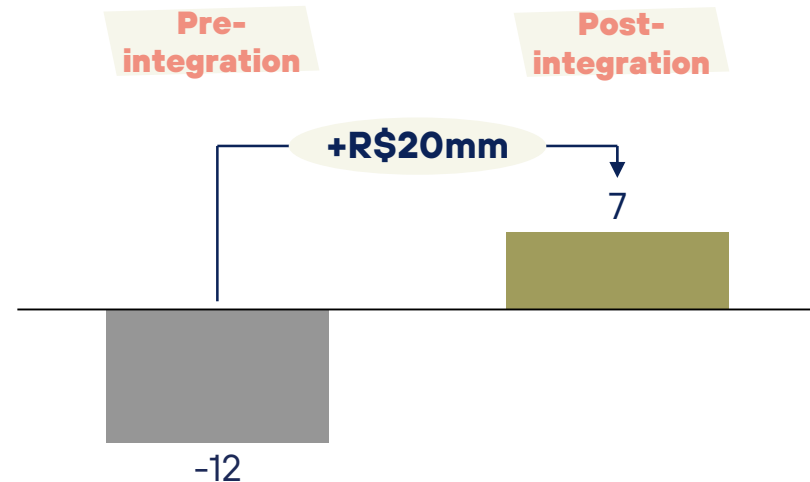


## Synergies captured

- Closure of Zee.Now hubs, with sales migrated to Petz stores as hubs, reducing operating expenses with no impact on the customer experience
- Higher conversion rates and average ticket driven by premium brands and a differentiated customer experience
- In-house production of the entire dog pads line for the Petz, Zee.Dog, Fresh Pads and Super Secão brands through Petix
- ~90% private label share in the dog pads category

## EBITDA Acquired Companies

At acquisition and **after 12 months** of integration  
(In R\$ million)



# Strategic acquisitions

Integration focused on value creation

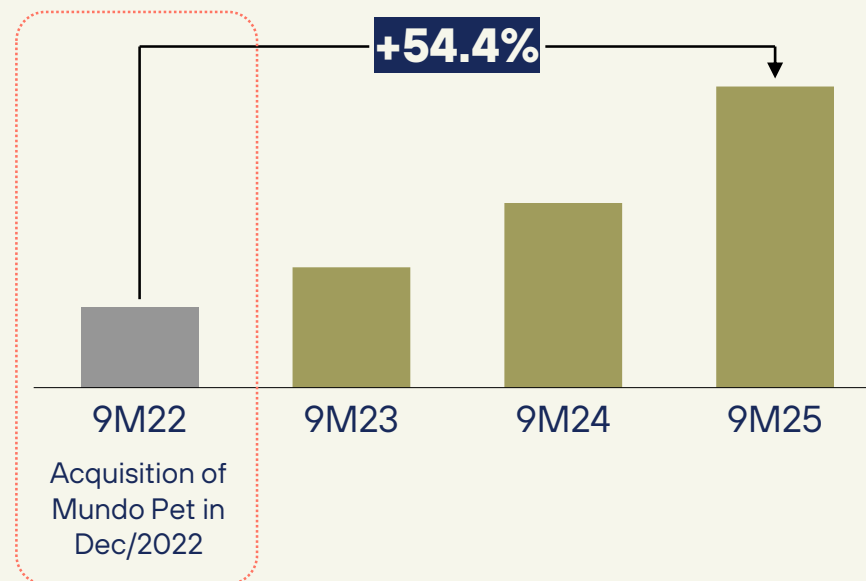
## Successful Cobasi integration case: Mundo Pet

Profitability gains and strategic expansion in the Northeast region



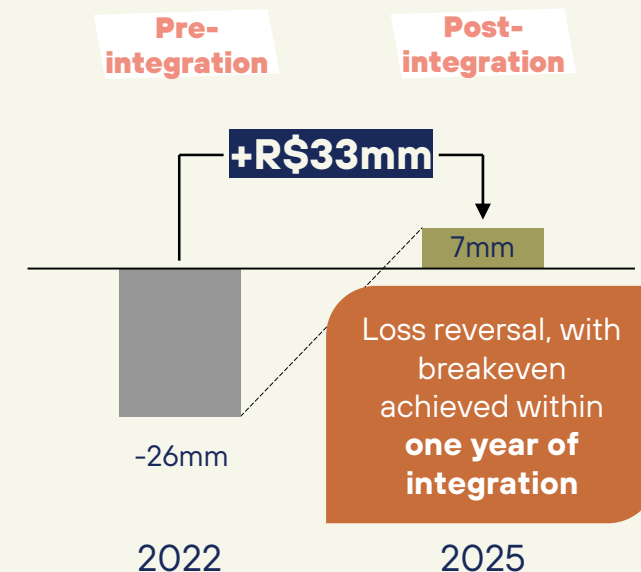
### Mundo Pet Gross Revenue

(R\$ mm)



### 4-Wall EBITDA

(Mundo Pet Stores Evolution)



Experience with rapid integration into the ecosystem and the turnaround of an underperforming asset

# Integration and Synergies Petz + Cobasi



# A structured journey,

with a clear methodology, integration of talent from both companies, and a strong focus on value capture

## Governance Model

- Dedicated Integration Office with end-to-end responsibility
- Standardized methodology, clear decision-making forums and monitoring
- Risk and dependency management integrated into governance

## Integration Journey

- Master Plan: definition of strategy, scope and priorities
- Value Creation: synergies identification and prioritization Execution roadmap with ongoing tracking and performance monitoring

## Talent & Capability

- Dedicated, multidisciplinary team
- Senior leadership with strong business experience
- Consistent focus on capturing value and sustainability

**+70 employees**

involved in the development of action plans and value initiatives

**+1,600 hours**

of working sessions with leadership to define the strategic aspiration

**+3K initiatives**

mapped to ensure execution and transparency

# Main **synergy** drivers

## 1. Operating Expenses

- **Productivity** improvements
- Increased **efficiency** in **indirect costs** and in **DCs** and **store** operations
- Optimization of the **logistics network** and improved delivery **efficiency**

## 2. Commercial Optimization

- Review of **category** and **SKU** strategy
- Commercial optimization and assortment of the **private label strategy**

## 3. Store Footprint and Operations

- Rationalization of the **store portfolio**
- **Coordinated store expansion**
- Operational improvements to reduce **stock-outs** and **losses**

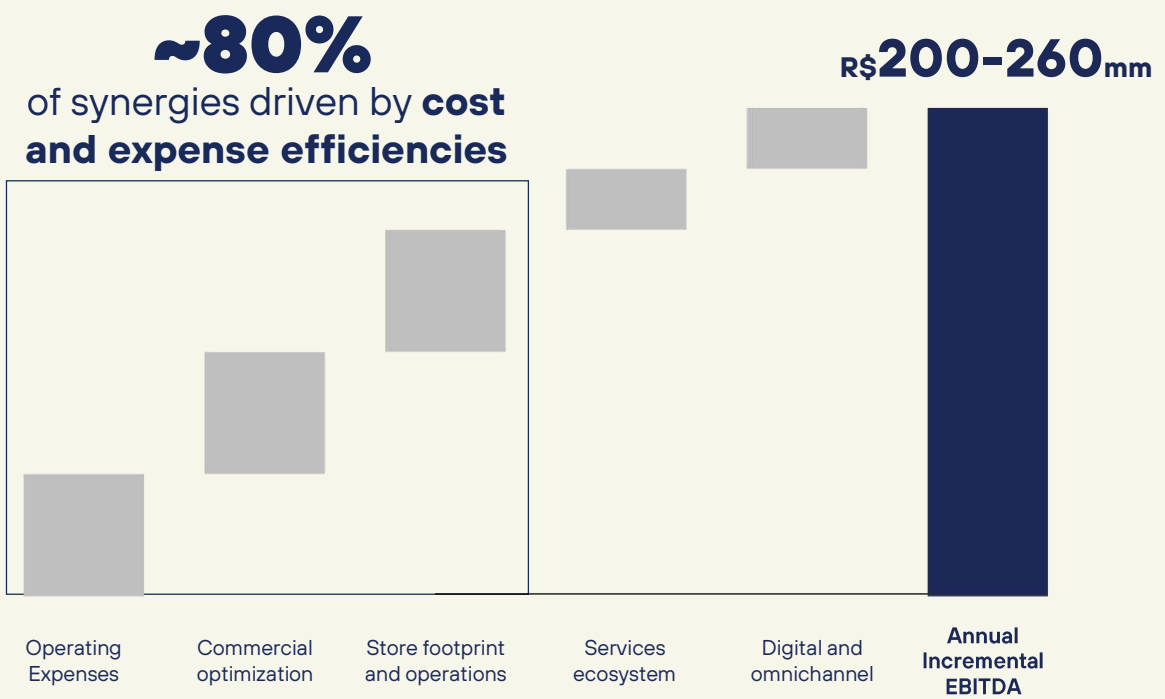
## 4. Services Ecosystem

- Increased services **productivity** and **cross-selling**
- Expansion and densification of **service** offerings across stores
- Higher profitability of the **services model** (microfranchise / franchise)

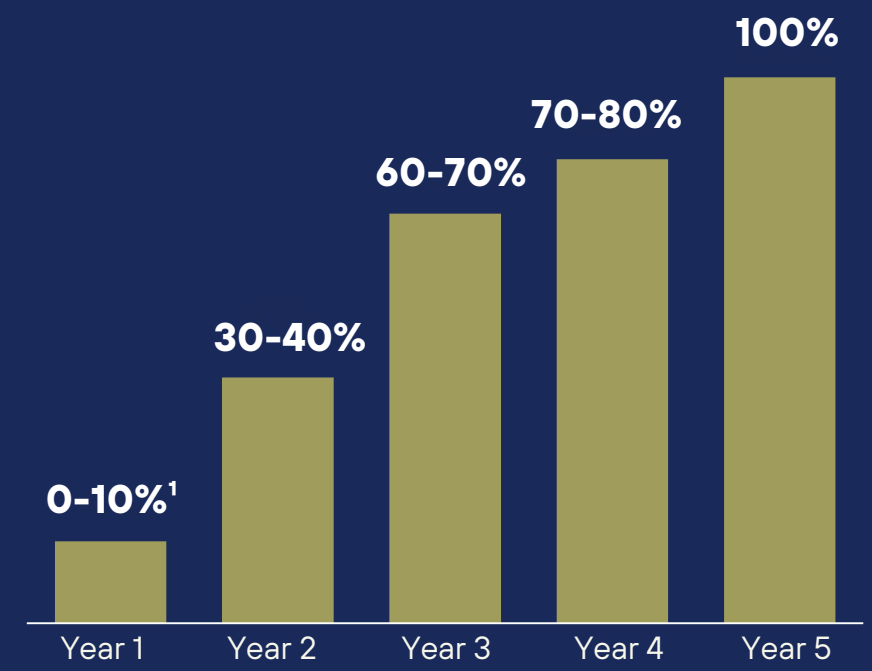
## 5. Digital and Omnichannel

- Enhanced **omnichannel** experience, with increased **penetration** and **average spend**
- Higher penetration of **subscription plans**

# Estimated synergies update



Capture of **70-80%** of annual synergies within **up to 3 years**



<sup>1</sup> Considers the divestment of 26 stores required under the Merger Control Agreement signed with CADE (anti-trust authority).

# Earnings Drivers



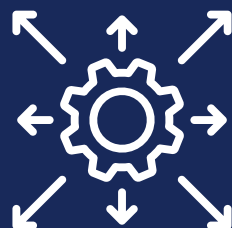
# Key earnings drivers

1



**Omnichannel**

2



**Coordinated  
Expansion**

3



**Services**

4

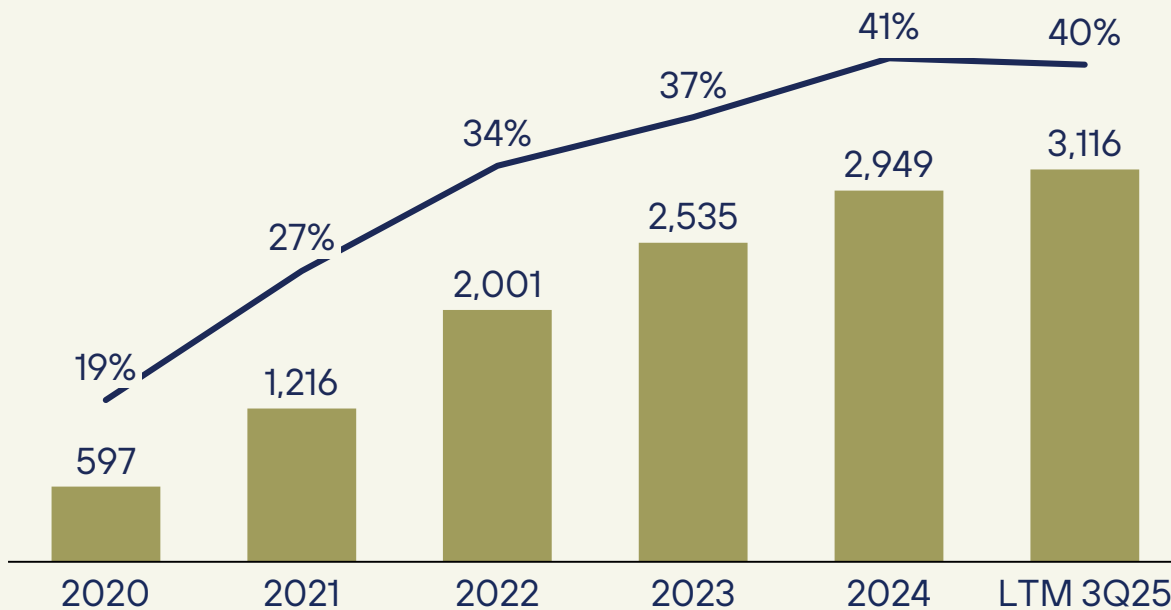


**Private  
Labels**

## 1. Omnichannel

# Leading omnichannel player in the sector

Total revenue and digital channel share  
(In R\$ thousand, %)



High service levels with low cost to serve

The omnichannel customer spends up to **3.5x** more than the single-channel customer

**521** stores strategically operating as "mini distribution centers"

**~75%** same-day deliveries

**+95%** of sales are omnichannel, combining e-commerce and brick-and-mortar stores

## 2. Expansion

# Coordinated expansion and maintenance of the Petz and Cobasi brands, with focus on productivity

- Focus on **strategic markets** and increased **capilarity**
- Activation of **cross-sell, upsell and customer loyalty** initiatives
- Increase in purchase **frequency, average ticket and annual spend** per customer
- Consistent growth in **sales per m<sup>2</sup>**
- Services and private label offering enhance store **productivity**



### 3. Services

# Services

A fully integrated ecosystem designed to expand geographic reach, drive cross-sell and build customer loyalty, multiplying value: service users spend **3.0x** more on products.

## Grooming & Pet Care

+300 units, including franchise models



GRUPO  
**petz cobasi**

## Veterinary Clinics

+180 clinics



## Hospitals

15 hospitals



## Health Plan

Focused on prevention



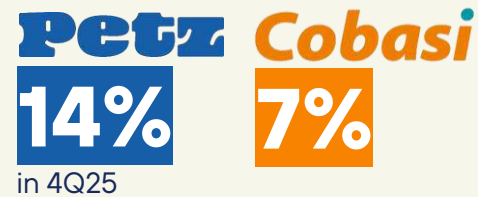
## 4. Private Label

# 15 private-label and exclusive brands, including category leaders



### Share of private-label brands in total revenue

Meaningful growth potential in private label penetration post-combination



### Gross margin ~5-10 p.p. higher

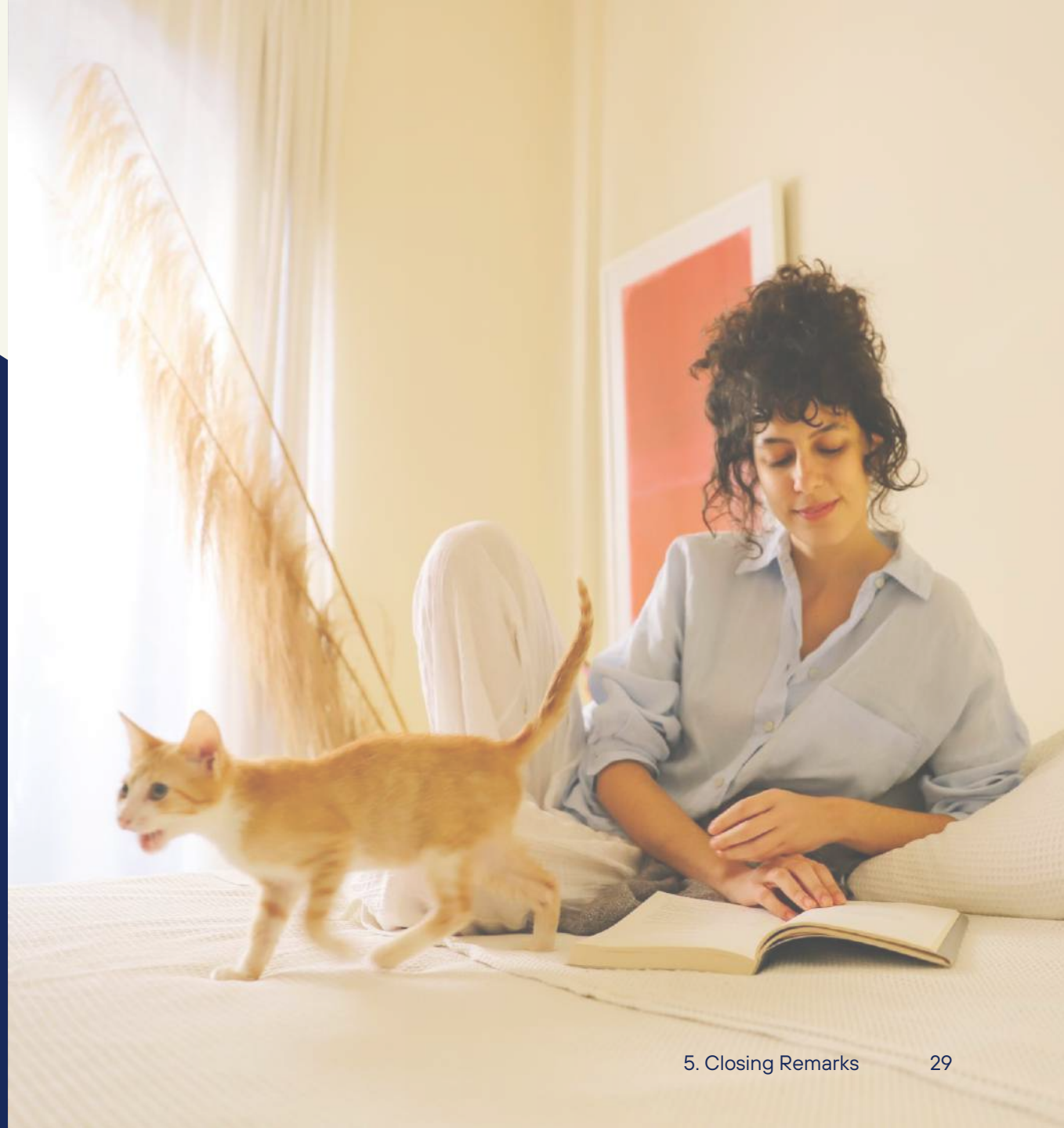
Margin growth potential across multiple categories

## Different value proposition strategy to reach a broader addressable market



# Closing Remarks

- 1** Creation of Brazil's most **complete and integrated pet ecosystem**
- 2** Bringing together **pioneering reference shareholders** with an experienced and complementary management team
- 3** Expected annual **synergies of R\$200–260 million** in incremental EBITDA
- 4** **Omnichannel** optimization, integrating digital and physical channels with combined **efficiency**
- 5** Service **excellence** and customer focus



GRUPO  
petz cobasi

# Q&A



# GRUPO petz cobasi

**Together in care. United by affection.**

## Investor Relations

Rafael Rodrigues Siqueira - CFO and IRO

Renata Coutinho - IR Director

Marcos Benetti - IR, M&A and New Business Manager

Nicole Caputo - IR Consultant

Larissa Boness - IR Analyst

**[ri@petzcobasi.com.br](mailto:ri@petzcobasi.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.