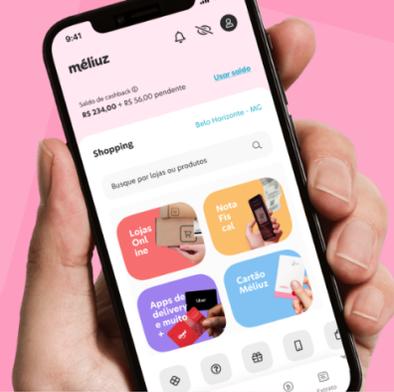


Prévia Operacional 1T22



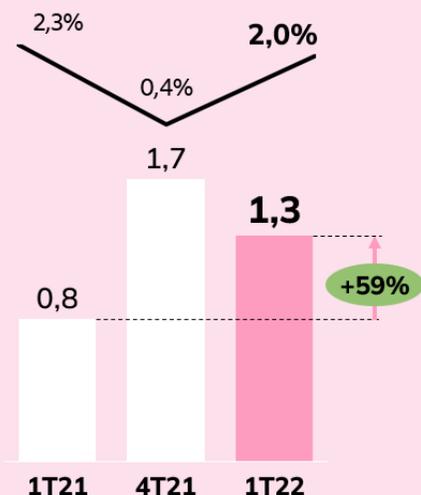
Belo Horizonte, 13 de abril de 2022 - O Méliuz S.A. (B3: CASH3) informa aos seus acionistas e ao mercado em geral a prévia dos seus dados operacionais referente ao primeiro trimestre de 2022 (1T22). As informações divulgadas neste relatório são preliminares, não auditadas e sujeitas a revisão.

Shopping

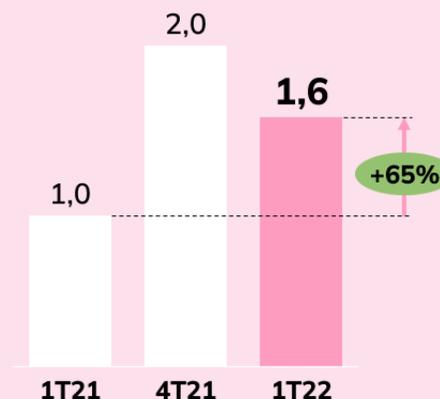
GMV (volume de vendas)

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)



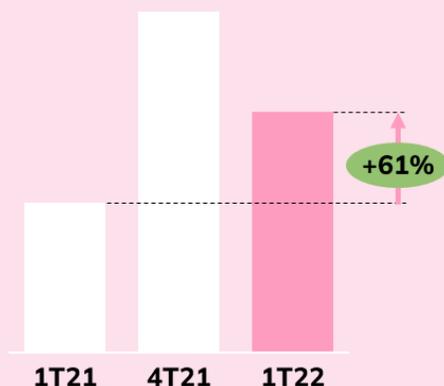
¹ GMV consolidado: considera shopping Brasil e internacional

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.

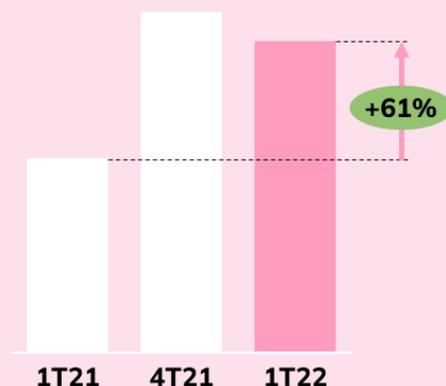
Compradores

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.

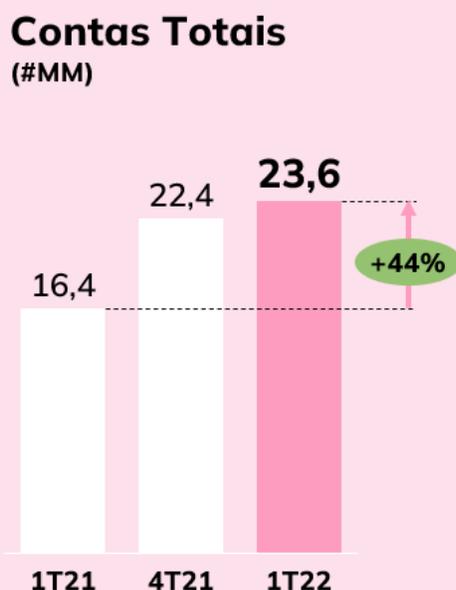
Cartão *co-branded*

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.

+44% yoy

46MM

visitas App 1T22

-14% yoy

19MM

sessões site 1T22

+27% yoy

900K

plug-ins ativos 1T22

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

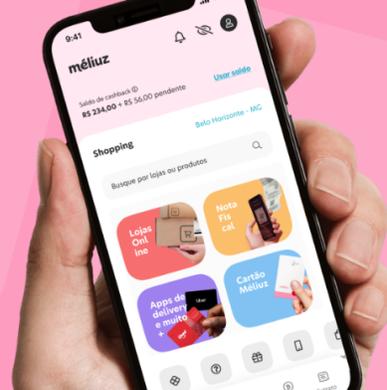
+224% yoy

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.

1Q22 Operational Preview



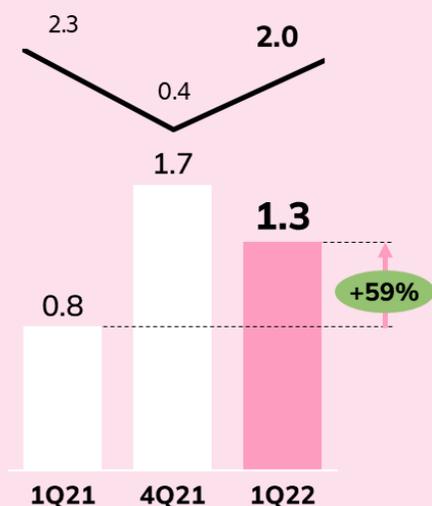
Belo Horizonte, April 13, 2022 - **Méliuz S.A. (B3: CASH3)** informs its shareholders and the market in general the preview of its operational results for the first quarter of 2022 (1Q22). The information disclosed in this report is preliminary, unaudited and subject to review.

Shopping

GMV (gross merchandise volume)

We finished 1Q22 with a consolidated GMV¹ of R\$ 1.6 billion, 65% above 1Q21 when we reached R\$ 1.0 billion. Of those R\$ 1.6 billion, R\$ 1.3 billion refers to Méliuz, R\$ 194.9 million refers to international Shopping and R\$ 41.7 million to Promobit.

GMV Méliuz and net take rate
(R\$ B)



Consolidated GMV
(R\$ B)



Méliuz's GMV, of R\$ 1.3 billion, was 59% higher when compared to the same period of the previous year, when we reached R\$ 0.8 billion. This significant increase in GMV was

¹ Consolidated GMV: considers Brazil and international shopping.

achieved even with a slight reduction in the net take rate (commission received for sales generated to partners, less cashback costs associated with these sales) between the periods, which confirms the assertiveness of our strategy of strengthening and engaging our user base throughout 2021, bringing tangible results in volume at the beginning of 2022. Compared to 4Q21 GMV, the drop in GMV was already expected, as it happens in all years given the period of high seasonality referring to Black Friday and holidays.

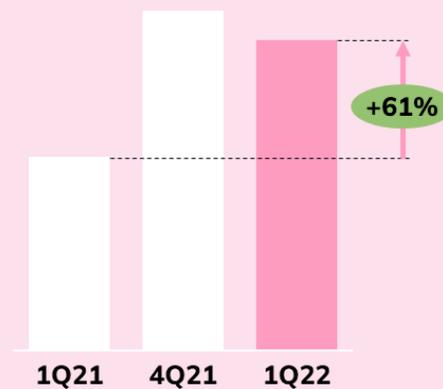
Buyers

In terms of new buyers, we reached a growth of 61% when compared to 1Q21. In terms of the total number of buyers, we reached a growth of 61% in comparison to 1Q21. The oscillations referring to 4Q21 repeat the same seasonal behavior observed in previous years, due to Black Friday and end of year parties.

New buyers
Brazil shopping



Total buyers
Brazil shopping



Méliuz Invoice

Offers activated in 1Q22 reached 6.6 million, an increase of 1,017% compared to 1Q21 and 23% compared to 4Q21. The number of users activating offers was 318 thousand users, 129% more than in the same period of the previous year. In this quarter, the volume of

records of items sold in the invoices was 33 million, an increase of 256% compared to 1Q21 and 11% compared to 4Q21.

+129% yoy

318k

users activating
offers 1Q22

+1,017% yoy

6.6MM

offers activated
1Q22

+256% yoy

33MM

sellout data points²
1Q22

² Captured volume from records of items sold in invoices.

Financial services

New financial products

We expect to complete the rollout of the new App in April and, therefore, we will gradually show the evolution of the main operational and financial indicators of each new product, as well as the level of interaction and engagement within the new platform.

Feedback received from users who are already using the new App has been encouraging. We are convinced that we have built a simple, secure and much more complete App for our users. Improvements and new functionalities will be constant throughout this year, which makes us confident in the gradual increase in user engagement and cross-selling between products within the platform.

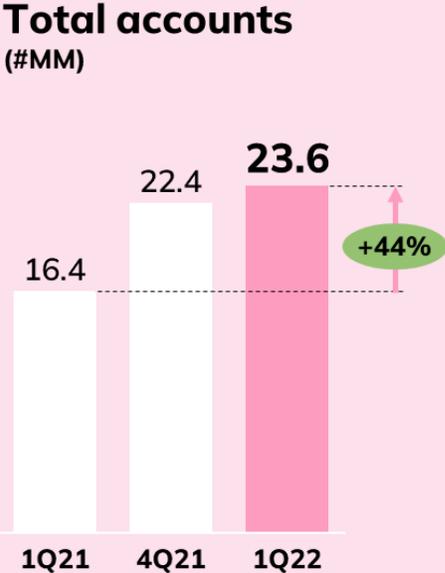
Co-branded card

In 1Q22, the TPV amounted to R\$ 761 million, compared to R\$ 947 million in 4Q21 and R\$ 607 million in 1Q21. Due to the termination of the agreement regarding the co-branded credit card carried out in November 2021, there will be no more issuance of new cards. We ended the partnership with a total of 7.2 million co-branded cards requested.

User Base

Total accounts

We ended 1Q22 with a total of 23.6 million accounts opened, a growth of 44% in relation to the same period of the previous year, when we reached 16.4 million. Compared to 4Q21, when we reached 22.4 million total accounts, we increased our base by 1.2 million.



In the last 12 months ended on March 31, 2022, we reached a total of 8.6 million active users. The number of active users grew by 1.5 million compared to the same period of the previous year (last 12 months ended March 31, 2021), when we reached 7.1 million active users, and had an already expected reduction of 800 thousand in comparison to 4Q21 (12 months ended December 31, 2021), due to the pause in marketing campaigns to acquire new customers for the co-branded credit card. The reduction in the number of active users did not impact the shopping performance, as this drop was more than offset by the growth in the number of new buyers and total buyers and, consequently, by the GMV growth, as mentioned above.

Visits in our platforms

In 1Q22, we reached 46 million App visits, an increase of 44% in comparison to 1Q21, when we reached 31.7 million accesses.

Website visits reached 19 million in 1Q22, a reduction of 14% in the annual comparison. We can observe a rising preference of users for using the App compared to other platforms, which corroborates our expectation of increased interaction and user engagement after the completion of the new App rollout.

Regarding the active plug-in in the browser, we reached 900 thousand active plug-ins at the end of 1Q22, a growth of 27% compared to 1Q21.



Bankly

We ended 1Q22 with a total of 173 active customers and generated a TPV of R\$ 8.3 billion, a growth of 224% compared to 1Q21, when we generated R\$ 2.6 billion.

+162% yoy

173

total customers 1Q22

+224% yoy

8.3 Bi

TPV 1Q22

On March 31, we received the approval from the Central Bank for the change of Bankly control to Méliuz and, shortly, this approval will be submitted to the Méliuz shareholders' meeting. We will keep the market informed about any relevant information on the subject.