

**AREZZO
&CO**

**VIDEO
CONFERÊNCIA
DE RESULTADOS
1T22**

AREZZO SCHUTZ ANACAPRI A FRANKIE BIRMAN FEVER ALME **VANS** "OFF THE WALL" ZZ'MALL Reserva myshoes Baw® TROC CAROL BASSI

AGENDA

DO

CALL

- 1. MENSAGEM DE ABERTURA**
- 2. OMNICALIDADE**
- 3. MARCAS E CANAIS**
- 4. NEGÓCIOS INTERNACIONAIS**
- 5. DESTAQUES FINANCEIROS**
- 6. Q&A**
- 7. ANEXOS**

MENSAGEM ABERTURA

MENSAGEM ABERTURA

- CONSOLIDAÇÃO DA TRANSFORMAÇÃO - ESTAMOS EM UMA NOVA ERA;
- ENCERRAMENTO DE 2021 COM NÚMEROS RECORDES - INÍCIO 2022 NA MESMA TENDÊNCIA;
- COLEÇÕES DE INVERNO EXTREMAMENTE ASSERTIVAS COM FOCO EM PRODUTO E CAMPANHAS ENGAJADORAS;
- SÓLIDA ESTRATÉGIA QUE ENGLOBA TODAS AS ÁREAS DO NEGÓCIO DEMONSTRANDO FORTE EXPERTISE DO P&D, ATÉ AS OPERAÇÕES FÍSICAS, ONLINE E RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES;
- MILESTONE HISTÓRICO NO 1T22 - LANÇAMENTO DA SCHUTZ FULL LOOK COM FORTES RESULTADOS, ACIMA DO ESPERADO PELA AREZZO&CO;
- CRESCIMENTO CONSISTENTE EM TODOS OS CANAIS - FÍSICOS E ONLINE - DEMONSTRANDO A SUSTENTABILIDADE DO NEGÓCIO;
- MARCO DE MAIS DE R\$ 1 BILHÃO DE RECEITA REGISTRADO EM UM PRIMEIRO TRIMESTRE - PATAMAR ATINGIDO APENAS NO QUARTO TRIMESTRE DE 2021 E 2020;
- +7MM DE PRODUTOS VENDIDOS NO 1T22, SENDO 4,7MM DE CALÇADOS, 1,5MM DE PEÇAS DE ROUPAS E 730K DE BOLSAS;
- OPERAÇÃO NORTE-AMERICANA SEGUIU A FORTE TENDÊNCIA DE EXPANSÃO DE FATURAMENTO ATINGINDO R\$ 110 MILHÕES DE RECEITA COM 104% DE CRESCIMENTO VS 21;
- INÍCIO DO SEGUNDO TRIMESTRE COM PERSPECTIVA MUITO POSITIVA - MÊS DE ABRIL COM NÚMEROS EXCELENTES.

FORTE PERFORMANCE NO 1T22

R\$1.042BI

RECEITA BRUTA
CONSOLIDADA

+64% vs 2021
+125% vs 2019

53,4%

DE MARGEM
BRUTA

+340bps vs 2021
+770bps vs 2019

R\$134MM

EBITDA
AJUSTADO

+107% vs 2021
+145% vs 2019

16,0%

MARGEM EBITDA
AJUSTADA

+290bps vs 2021
+140bps vs 2019

R\$194MM

EBITDA

+200% vs 2021
+255% vs 2019

R\$57,5MM

LUCRO LÍQUIDO
AJUSTADO

+94% vs 2021
+149% vs 2019

FORTE PERFORMANCE NO 1T22

MAIS DE **7MM** PRODUTOS VENDIDOS NO 1T22

+4,7MM

PARES
VENDIDOS

68%

REPRESENTATIVIDADE
CALÇADOS NO MIX

+40%

CRESCIMENTO
VS 1T21

+1,5MM

PEÇAS DE ROUPAS
VENDIDAS

10%

REPRESENTATIVIDADE
VESTUÁRIO NO MIX

+116%

CRESCIMENTO
VS 1T21

+730K

BOLSAS
VENDIDAS

22%

REPRESENTATIVIDADE
BOLSAS NO MIX

+83%

CRESCIMENTO
VS 1T21

OMNI

CANALIDADE

DESTAQUES OMNISCANALIDADE NO 1T22

VENDAS WEB COMMERCE

- RECEITA: **R\$223MM** (+41% VS 1T21 +439% VS 1T19)

- TRÁFEGO TOTAL: **70MM** (+42% VS 1T21)

- DOWNLOADS TOTAIS DOS APPS: **2,1 MM**
(+238% VS 1T21)

- % APPS NA RECEITA: **28%**

- TICKETS DO WEB COMMERCE: +**11,5%** VS 1T21

**O CANAL WEB COMMERCE
CRESCERU 41% VS 1T21,
MESMO SOBRE FORTES
BASES DE COMPARAÇÃO**

**PARTICIPAÇÃO DE 24%
VS. 10% EM 2019 NO TOTAL
DAS VENDAS**

DESTAQUES OMNISCANALIDADE NO 1T22

VENDAS OMNISCANAL

- PART. % DIGITAL NO *SELL OUT* DAS LOJAS FÍSICAS: **42%**

- RETIRE E ENTREGA PELA LOJA: **+91%** VS 1T21

- **6,0 MILHÕES** DE CONTATOS EXECUTADOS NO 1T21 (RECEITA INFLUENCIADA)

R\$810MM

SELL OUT WEB (LTM)

R\$957MM

DE RECEITAS DIGITAL (LTM)

R\$1,8BI

SELL OUT WEB + RECEITAS DIGITAIS (LTM)

MARCAS E CANAIS

DESTAQUE MARCAS E CANAIS

AREZZO

- RECEITA BRASIL: **R\$ 306,7MM**
- CRESCIMENTO: **+37,4%** VS O 1T21
- % WEB SOBRE SELL OUT (DTC): **19,7%**
- % OMNI SOBRE WEB: **20,5%**

AR&CO

- RECEITA BRASIL: **R\$ 197,1MM**
- CRESCIMENTO: **+118,3%** VS O 1T21
- % WEB SOBRE SELL OUT (DTC): **28,7%**
- % OMNI SOBRE WEB: **50,8%**

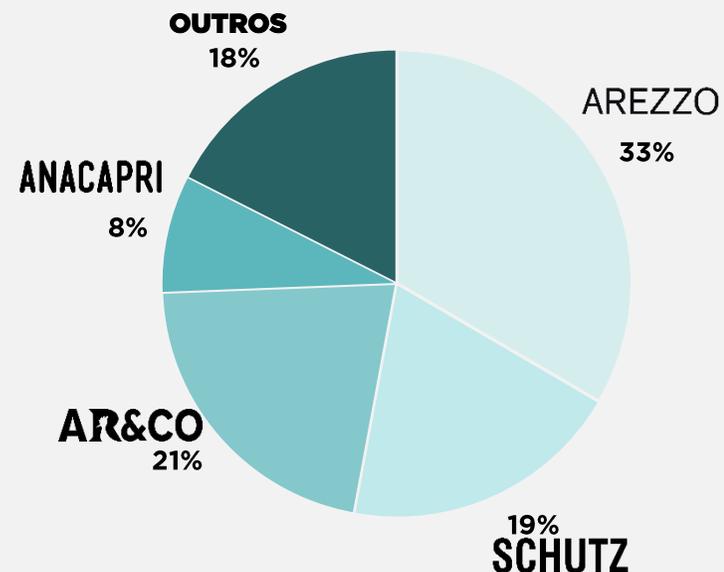
SCHUTZ

- RECEITA GLOBAL: **R\$ 264,9MM**
- CRESCIMENTO: **+55,2%** VS O 1T21
- RECEITA BRASIL: **R\$ 178,4MM**
- % WEB SOBRE SELL OUT (DTC): **43,0%**
- PERCENTUAL OMNI SOBRE WEB: **13,2%**

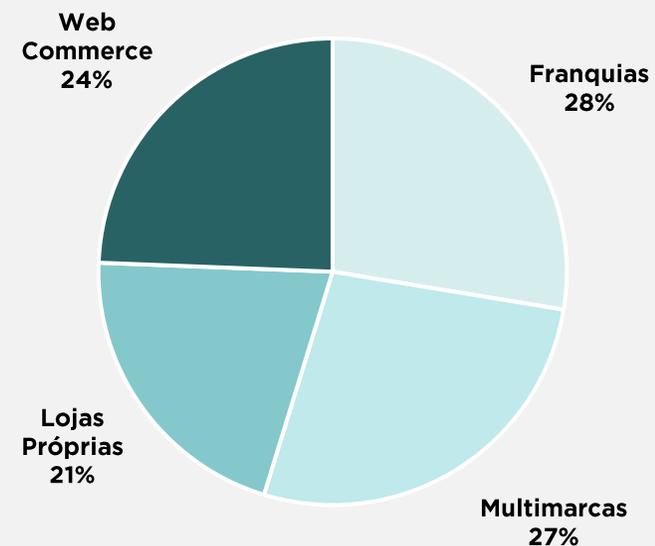
ANACAPRI

- RECEITA BRASIL: **R\$ 74,3MM**
- CRESCIMENTO: **+26,3%** VS O 1T21
- % WEB SOBRE SELL OUT (DTC): **20,0%**
- % OMNI SOBRE WEB: **15,7%**

RECEITA BRUTA MARCAS



RECEITA BRUTA CANAIS

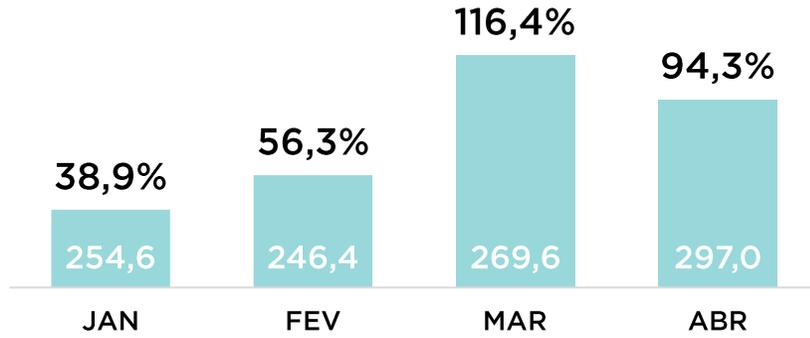


CRESCIMENTO EXPRESSIVO DE SELL OUT

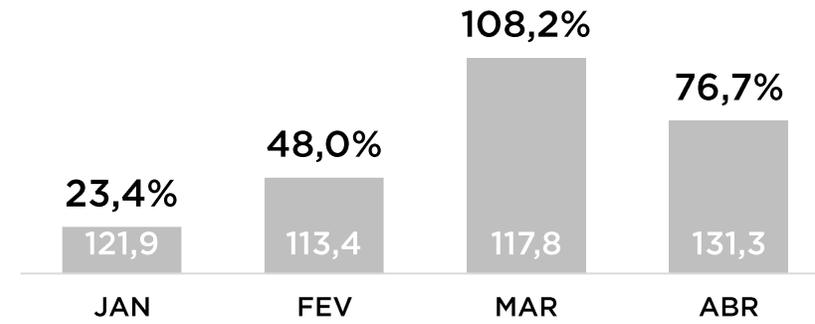
LOJAS FÍSICAS + WEB COMMERCE

VS 2021

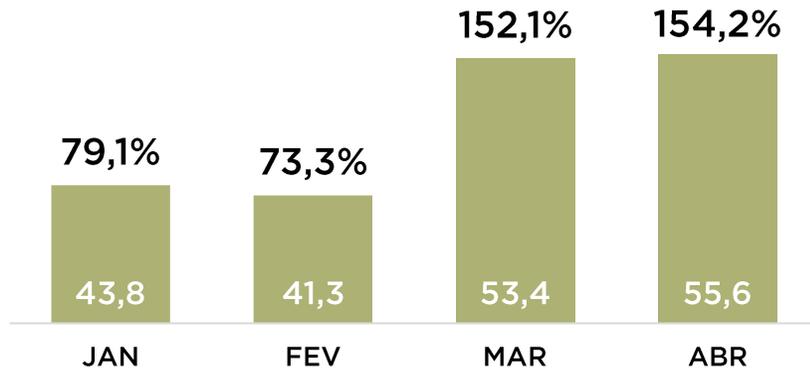
AREZZO & CO



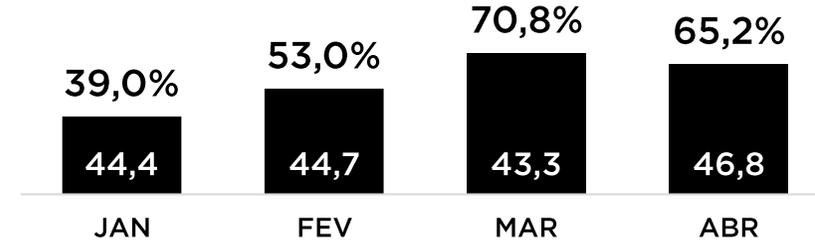
AREZZO



Reserva



SCHUTZ



+66%

CRESCIMENTO NO 1T22 VS O 1T21

R\$771MM

SELL OUT DTC NO 1T22

+51%

CRESCIMENTO NO 1T22 VS O 1T19

+94%

CRESCIMENTO EM ABRIL/22 VS ABRIL/21

NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

CONSOLIDAÇÃO DA FORTE ESTRATÉGIA DE POSICIONAMENTO DE MARCAS E CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO TRADUZINDO EM FORTES RESULTADOS

CRESCIMENTO EXPRESSIVO DE RECEITA BRUTA E MANUTENÇÃO DO BREAK-EVEN DE EBITDA

RECEITA BRUTA DO 1T22 DE **R\$ 110MM**, **+104%** VS 1T21.

CRESCIMENTO DA RECEITA EM DÓLARES DE **+117%** VS 1T21

RESULTADO POSITIVO DE **R\$ 4,2MM** DE EBITDA NO 1T22;

CRESCIMENTO DE **83%** DO CANAL *WHOLESALE*, COM AUMENTO SIGNIFICATIVO NAS VENDAS DE *SELL IN* DAS COLEÇÕES *SPRING* E *SUMMER*.

WEB COMMERCE

+141%
REAIS vs 1T21

+153%
DÓLARES vs 1T21

+85%
TRÁFEGO DOS
SITES

1,6%
TAXA DE
CONVERSÃO

+122%
NÚMERO DE
PEDIDOS VS 1T21

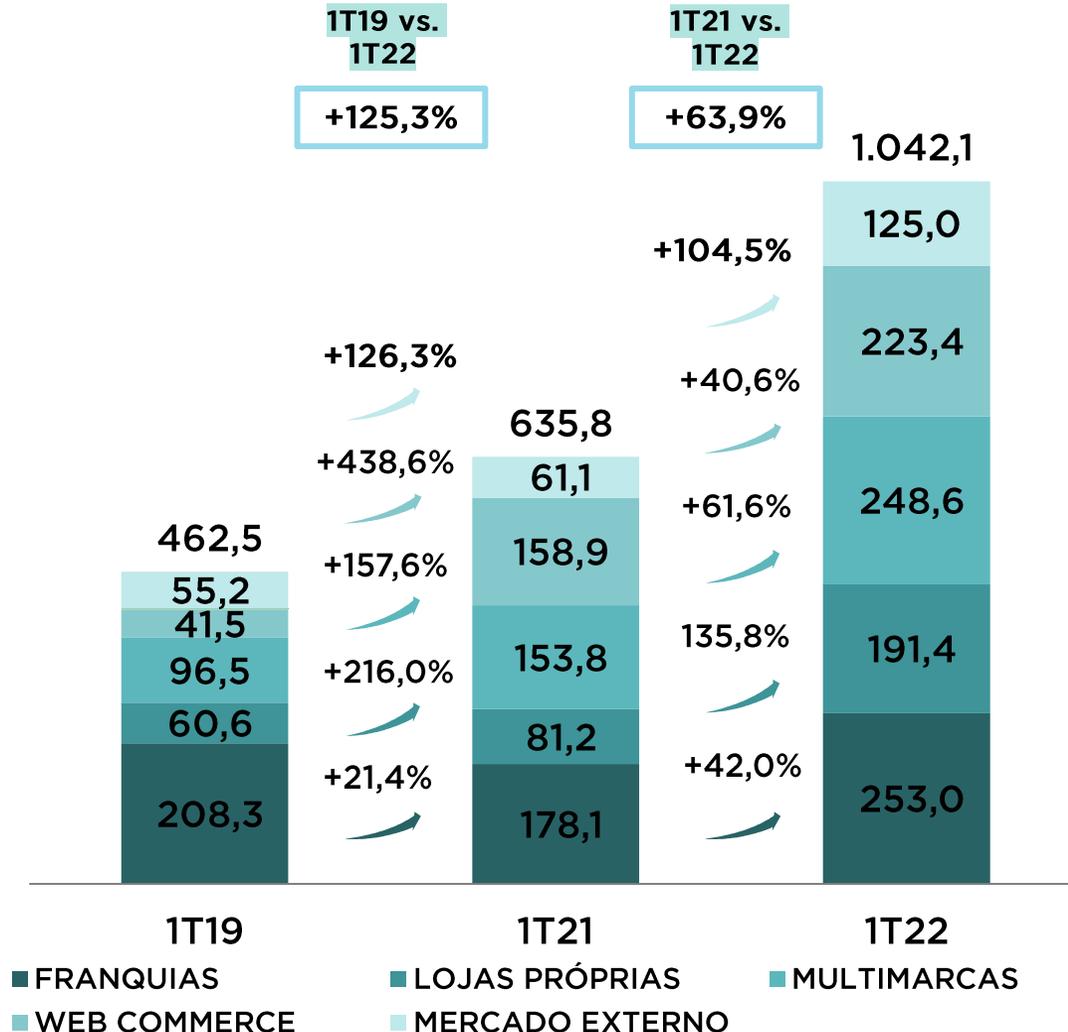
+115%
NÚMERO DE PARES
VENDIDOS VS 1T21

41,4 MIL
CLIENTES QUE COMPRARAM NO TRIMESTRE,
SENDO **67%** NOVOS CLIENTES

DESTAQUES FINANCEIROS

RECEITA BRUTA 1T22

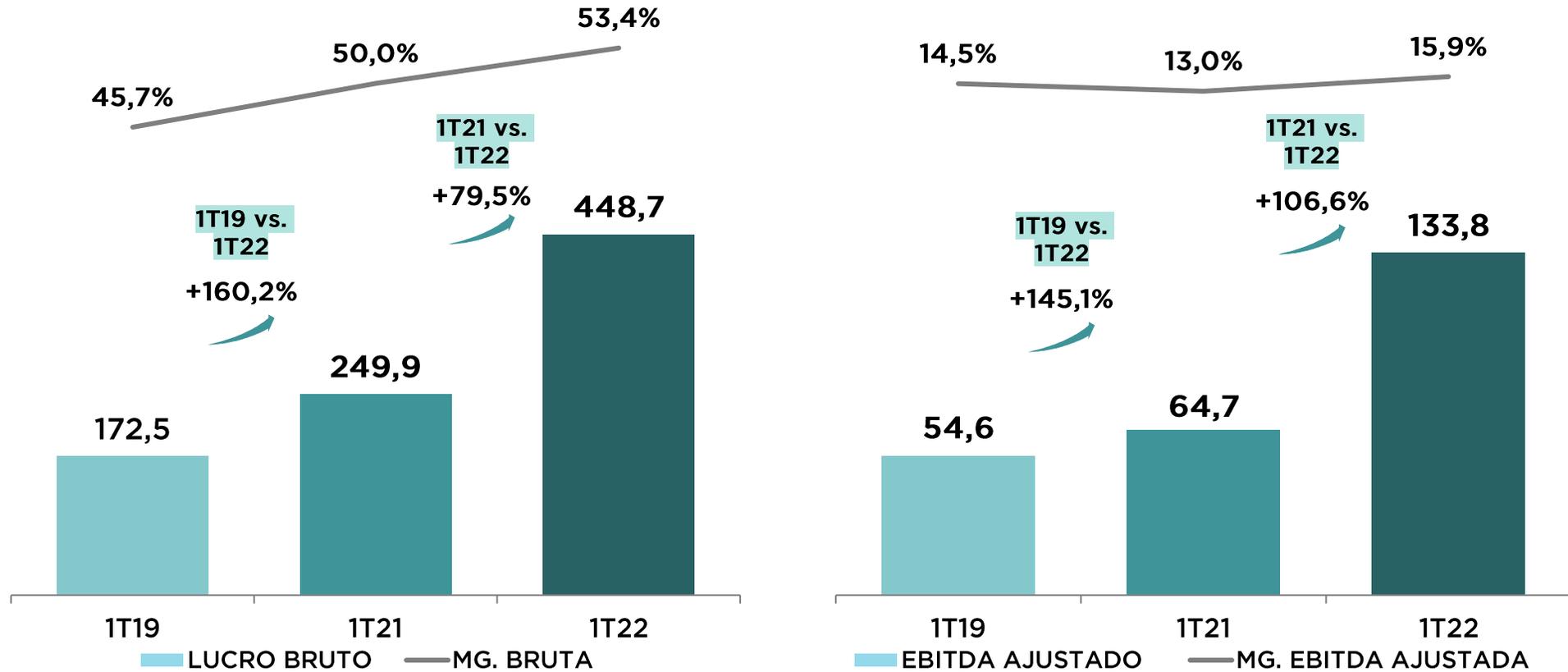
POR CANAL - MERCADO INTERNO E EXTERNO
(R\$ MILHÕES)



DESTAQUES

- RECEITA BRUTA DE R\$ 1,042BI, +63,9% VS 1T21 E +125,2% VS 1T19 COM CRESCIMENTO EM TODAS AS MARCAS DO GRUPO
- CRESCIMENTO DE 39,0% DAS MARCAS ORGÂNICAS VS 1T21 E 45,6% VS 4T19
- CRESCIMENTO DO WEB COMMERCE DE 40,6% VS 1T21 E 438,6% VS 1T19, MANTENDO PATAMAR ELEVADO DE RECEITA NO TRIMESTRE DE R\$ 223,4MM
- CRESCIMENTO DO CANAL DE FRANQUIAS DE 42,0% VS 1T21 E 21,4% VS 1T19, COM RECEITA NO TRIMESTRE DE R\$ 253,0MM, DEMONSTRANDO FORTE RETOMADA

LUCRO BRUTO E EBITDA AJUSTADO 1T22



DESTAQUES

- ESTABILIZAÇÃO DA **MARGEM DO CANAL DE FRANQUIAS**, DEVIDO AOS EFEITOS DA PANDEMIA NO PERÍODO ANTERIOR - 1T21;
- MAIOR PARTICIPAÇÃO DAS **VENDAS FULL PRICE** NOS CANAIS DE **SELL OUT** NO PERÍODO.
- ACELERAÇÃO NAS VENDAS DOS CANAIS FÍSICOS, COM **CRESCIMENTO TANTO NO SELL OUT COMO NO SELL IN;**
- MANUTENÇÃO DO PATAMAR POSITIVO DE EBITDA DA **OPERAÇÃO NORTE-AMERICANA.**

RESULTADO OPERACIONAL	1T22 CONTÁBIL	1T22 AJUSTADO	1T21 AJUSTADO	1T19	Δ 22 X 21 (%)	Δ 22 X 19 (%)
EBIT (LTM)	588.576	416.622	176.179	195.631	136,5%	113,0%
+ IR E CS (LTM)	(100.885)	(74.647)	(14.575)	(29.206)	412,2%	155,6%
NOPAT (LTM)	487.691	341.975	161.603	166.425	111,6%	105,5%
CAPITAL DE GIRO¹	421.327	521.327	336.333	374.410	55,0%	39,2%
CONTAS A RECEBER	631.278	631.278	477.929	394.770	32,1%	59,9%
ESTOQUES	556.685	556.685	348.041	162.613	59,9%	242,3%
FORNECEDORES	(588.706)	(588.706)	(376.757)	(148.825)	56,3%	295,6%
OUTROS	(177.930)	(77.930)	(112.880)	(34.148)	(31,0%)	128,2%
ATIVO PERMANENTE	1.599.340	674.878	416.033	344.181	62,2%	96,1%
OUTROS ATIVOS DE LONGO PRAZO²	231.600	231.599	48.188	39.990	380,6%	479,1%
CAPITAL EMPREGADO	2.252.267	1.427.804	800.555	758.581	78,4%	88,2%
MÉDIA DO CAPITAL EMPREGADO³	1.908.355	1.114.179	874.621		27,4%	
ROIC⁴	25,6%	30,7%	18,5%			

(1) CAPITAL DE GIRO: ATIVO CIRCULANTE MENOS CAIXA, EQUIVALENTES DE CAIXA E APLICAÇÕES FINANCEIRAS SUBTRAÍDO DO PASSIVO CIRCULANTE MENOS EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS E DIVIDENDOS A PAGAR.

(2) DESCONTADOS DO IR E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL DIFERIDOS.

(3) MÉDIA DE CAPITAL EMPREGADO NO PERÍODO E NO MESMO PERÍODO DO ANO ANTERIOR.

(4) ROIC: NOPAT DOS ÚLTIMOS 12 MESES DIVIDIDO PELO CAPITAL EMPREGADO MÉDIO.

ROIC AJUSTADO DE 30,7% NO TRIMESTRE VS 18,5% NO 1T21;

- VALE DESTACAR QUE O ROIC É UM DOS MAIS IMPORTANTES KPIs ANALISADOS PELA ADMINISTRAÇÃO DA AREZZO&CO;
- DENTRE OS FATORES RESPONSÁVEIS, DESTACAM-SE: CRESCIMENTO DO NOPAT EM 111,6% VS O 1T21;
- EM CONTRAPARTIDA, CAPITAL DE GIRO IMPACTADO PELA INCORPORAÇÃO DA AR&CO, EM DEZ/20;
- O ROIC AJUSTADO DESCONSIDERA O ÁGIO PROVENIENTE DAS ÚLTIMAS AQUISIÇÕES DA AREZZO&CO, BEM COMO CRÉDITOS EXTEMPORÂNEOS E ELEMENTOS DE CARÁTER NÃO RECORRENTE.

Q&A

Q&A

ANEXOS

ANEXOS

ANEXOS

MARCAS

- **FORTE PERFORMANCE DE VENDAS NO PERÍODO**
- **39% CRESCIMENTO RECEITA BRUTA CANAL FRANQUIAS**
- **LANÇAMENTO DAS PRIMEIRAS COLEÇÕES DO INVERNO 2022**
- **50 ANOS MARCA AREZZO CELEBRADO PELA CAMAPANHA “#AREZZONEXT”**
- **DIA DAS MÃES AREZZO: COLLAB DE SUCESSO COM A INFLUENCIADORA SILVIA BRAZ**
- **COLEÇÃO “SEMPRE PRESENTE MÃES” COM PRODUTOS PARA TODAS AS GERAÇÕES**



SCHUTZ FULL LOOK

- **MARCO HISTÓRICO: LANÇAMENTO SCHUTZ *FULL LOOK***
- **CRIAÇÃO DA SCHUTZ BAND COM LANÇAMENTO DO *SINGLE* “PERIGOSA”**
- **SCHUTZ BAND REPRESENTA UNIÃO ENTRE MODA&DESEJO + ENTRETENIMENTO**
- **INAUGURAÇÃO DE DUAS *TEMP STORES* EM SÃO PAULO E NO RIO DE JANEIRO**
- **PRIMEIRA COLEÇÃO COM DIVERSAS AVALIAÇÕES POSITIVAS DOS PRINCIPAIS VEÍCULOS DE MODA DO PAÍS**
- **MAIS DE R\$ 300 MIL EM VENDAS NOS PRIMEIROS DOIS DIAS**



RESERVA

- **PERFORMANCE SURPREENDENTE DO *SELL OUT* DTC**
- **ELEVADO PATAMAR DE CRESCIMENTO DE RECEITA, MESMO COM FORTE BASE DE COMPARAÇÃO**
- **COLEÇÃO DE INVERNO COM ESTILO “VINTAGE ROCK” VENDEU MAIS DE 35 MIL PEÇAS EM MENOS DE 1 MÊS**
- **“NÃO DÁ PRA SER PERFEITA, MAS DÁ PRA SER POSSÍVEL” – CAMPANHA DE DIA DAS MÃES 2022 RESERVA, ESTRELADA POR GIOVANNA ANTONELLI**

RESERVA + FLAMENGO



- **COLLAB DE SUCESSO: RESERVA + CLUBE DE REGATAS DO FLAMENGO**
- **A RESERVA FOI CONVIDADA PELO FLAMENGO PARA DESENVOLVER SUA PRIMEIRA COLEÇÃO DE MODA CASUAL**
- **AS PEÇAS DE EDIÇÃO LIMITADA TRANSITAM DO ESTÁDIO AO ESCRITÓRIO**
- **+18 MILHÕES DE PESSOAS IMPACTADAS ATRAVÉS DAS AÇÕES DE DIVULGAÇÃO**
- **SUCESSO EM VENDAS, COM PEÇAS ESGOTADAS NAS PRIMEIRAS HORAS**

NFTs RESERVA



- **PRIMEIRA COLEÇÃO DE NFTs DA RESERVA: PistolBirds™**
- **VENDA DE MAIS DE 320 NFTs EM 50 MINUTOS NA PRÉ-VENDA**
- **EM 1 HORA, FOI VENDIDO EM NFTs O FATURAMENTO MÉDIO MENSAL DE UMA LOJA RESERVA**
- **PIONEIRA NO USO DA TECNOLOGIA BLOCKCHAIN NA VENDA DE ATIVOS E PRODUTOS DIGITAIS DE MARCA**
- **RESERVA PROMOVEU UM MARCO NA HISTÓRIA DO MERCADO DE VAREJO DE MODA**

VANS

HORROR
VANS

- **CRESCIMENTO DE RECEITA EM TODOS OS CANAIS DE ATUAÇÃO NO PERÍODO**
- **COLLAB “HORROR” EM PARCEIRIA COM WARNER BROS. CONTOU COM PRODUTOS ILUSTRADOS A PARTIR DE CLÁSSICOS FILMES DE TERROR**
- **56 ANOS DESDE ABERTURA DA PRIMEIRA LOJA VANS, EM SÃO DIEGO - CALIFORNIA**
- **EM COMEMORAÇÃO À DATA, 4 NOVOS MEMBROS INGRESSARAM NA “FAMÍLIA VANS”, ATLETAS BRASILEIROS DO *SURF, SKATE E BIKE***
- **ESPORTE COMO IMPORTANTE PILAR DE MARCA**



- **ACELERAÇÃO DOS RESULTADOS DA MARCA**
- **CRESCIMENTO DE RECEITA BRUTA DE 26% VS O 1T21 E 37% VS O 1T19**
- **CRESCIMENTO DE *SELL OUT* DO CANAL DE FRANQUIAS DE 77% NO PERÍODO**
- **COLEÇÃO DE INVERNO “REINVENTANDO SEUS DIAS” COM INFLUENCIADORA ISA DOMINGUES E A DUPLA DO NADO SINCRONIZADO, BIA E BRANCA FERES**



ALEXANDRE BIRMAN

- **COLEÇÃO COLABORATIVA COM PAULA RAIA, SUCESSO DE VENDAS, COM CALÇADOS RICOS EM DETALHES, APRESENTADOS DURANTE O DESFILE DA COLEÇÃO DE INVERNO DA ESTILISTA**
- **ATIVAÇÃO DE MARCA EM NÍVEIS GLOBAIS: REALIZAÇÃO DO TRADICIONAL *PRESS PRESENTATION* - FALL 2022 EM PARIS, DURANTE A SEMANA DE MODA**
- ***MOTHER'S DAY* 22: COLEÇÃO INSPIRADA NO CONFORTO DO AMOR MATERNO, COM MODELOS CLÁSSICOS DA MARCA, ATEMPORAIS E CONFORTÁVEIS, QUE TRADUZEM AS QUALIDADES DA ARTE DA MATERNIDADE**



- **CLOSING DA OPERAÇÃO REALIZADO NO INÍCIO DE 2022**
- **INTEGRAÇÃO À PASSOS ACELERADOS**
- **RESULTADOS RECORDE NO *SELL IN* DE INVERNO DO CANAL MULTIMARCAS**
- **FORTE CRESCIMENTO DO *SELL OUT*: LOJA CIDADE JARDIM-SP COM 27% DE CRESCIMENTO NO 1T22 VS 1T21**
- **LANÇAMENTO DA PRIMEIRA LINHA DE CALÇADOS DA MARCA**
- **LANÇAMENTO LINHA “*EVENING*”, COM ROUPAS DE FESTAS**
- **AS NOVIDADES APRESENTADAS NO PERÍODO REPRESENTAM NOVAS AVENIDAS DE CRESCIMENTO DA MARCA**



MY SHOES

AREZZO
&CO

- **LANÇAMENTO DA PRIMEIRA COLEÇÃO DE INVERNO DA MARCA**
- **PRODUTOS BEST-SELLERS, COM ÓTIMOS RESULTADOS DE GIRO - ATÉ 90% NOS PRIMEIROS 15 DIAS DE VENDAS**
- **CAMPANHA DE DIA DAS MÃES ESTRELADA PELA CANTORA SIMARIA, PARCEIRA DA MARCA, SUA MÃE E IRMÃ**



ESG

ESG

ESTRATÈGIA

ESTRATÈGIA

AQUISIÇÃO SUNSET E HG

RACIONAL ESTRATÉGICO DA TRANSAÇÃO

HG

VERTICALIZAÇÃO DO PROCESSO DE P&D DE BOLSAS

IMPLEMENTAÇÃO DO **MODELO ÚNICO DE P&D** DE CALÇADOS NA **CATEGORIA DE BOLSAS**

REPRESENTATIVIDADE DE BOLSAS NO MIX - OPORTUNIDADE DE CRESCIMENTO NO FATURAMENTO DA AREZZO&CO

SUNSET

INCREMENTO DOS **CAPABILITIES** DE **SOURCING** E **SUPPLY**

GANHOS DE **SINERGIA** EM AGENCIAMENTO

DOMÍNIO MAIOR DO **SOURCING**, EM UM MOMENTO DESAFIADOR NA INDÚSTRIA DE CALÇADOS E BOLSAS NO BRASIL

COM HISTÓRICO DE PARCEIRIA DE LONGA DATA COM A AREZZO&CO, AS AQUISIÇÕES DA SUNSET E HG TERÃO IMPACTO DIRETO NA CADEIA PRODUTIVA - PRINCIPALMENTE NA CATEGORIA DE BOLSAS -, E PROPORCIONARÃO MELHORA NA EFICIÊNCIA OPERACIONAL E AUMENTO DE RENTABILIDADE.

ZZ HUB + ZZ VENTURES: PROGRAMA DE INCUBAÇÃO GERA OPORTUNIDADE DE INVESTIMENTO NA GROWDEV **PRIMEIRO DEAL ORIGINADO NO ZZ HUB**

O QUE É?

- EDTECH LOCALIZADA NO VALE DOS SINOS (RS)
- FOCADA NA CRIAÇÃO E CONDUÇÃO DE CURSOS DE TECNOLOGIA COM EXPERIÊNCIA “ON THE JOB”, SERVIÇOS DE OUTSOURCING E FÁBRICA DE SOFTWARE



BENEFÍCIOS PARA AREZZO&CO

- SUPRIR A DEMANDA CRESCENTE POR PROFISSIONAIS DE TECNOLOGIA EM FRENTES ESTRATÉGICAS DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
- DIMINUIÇÃO SIGNIFICATIVA DO LEAD-TIME DE CONTRATAÇÃO, TREINAMENTO E INTEGRAÇÃO DE PROFISSIONAIS
- ACESSO A PROFISSIONAIS QUALIFICADOS E FAMILIARIZADOS COM A COMPANHIA DESDE SUA FORMAÇÃO
- REDUÇÃO NOS CUSTOS DE DESENVOLVIMENTO

BENEFÍCIOS PARA GROWDEV

- EXPANDIR SUA CAPILARIDADE E CURSOS OFERECIDOS;
- ESTRUTURAÇÃO DE TIME E CORPO DOCENTE;
- INVESTIMENTOS EM MARKETING PARA ATRAÇÃO DE ALUNOS;
- APRIMORAMENTO NA GOVERNANÇA.



OBRIGADO!

#RUMOA2154