

# VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS 3T 2023



**AREZZO**  
& CO

AREZZO | @LIVIA

AREZZO

SCHUTZ

ANACAPRI

ALEXANDRE  
BIRMAN

ALME

VANS  
"OFF THE WALL"

Reserva

Baw®

TROC

CAROL BASSI

Vicenza)

PARIS TEXAS

# AGENDA DO CALL

1. HIGHLIGHTS
2. DESTAQUES CANAIS
3. DESTAQUES FINANCEIROS
4. Q&A
5. ANEXOS | MARCAS

# DISCLAIMER

As declarações a respeito de perspectivas futuras sobre os negócios e projeções de resultados operacionais e financeiros da Companhia são meras estimativas e projeções e, como tal, estão sujeitas a diversos riscos e incertezas, incluindo, dentre outros, condições de mercado, desempenho econômico nacional e internacional de modo geral e do setor de atuação da Companhia. Tais riscos e incertezas não podem ser controlados ou suficientemente previstos pela administração da Companhia e poderão afetar de maneira significativa suas perspectivas, estimativas e projeções.

As declarações sobre perspectivas futuras, projeções e estimativas não representam e não devem ser interpretadas como garantia de desempenho. As informações operacionais aqui contidas, bem como informações não derivadas diretamente das demonstrações financeiras, não foram objeto de auditoria ou revisão especial pelos auditores independentes da Companhia e podem envolver premissas e estimativas adotadas pela administração, podendo estar sujeitas a alterações.

# MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

- A AREZZO&CO APRESENTOU **SÓLIDOS RESULTADOS**, DEMONSTRANDO SUA **HABILIDADE CONTÍNUA NA GESTÃO DO PORTFOLIO DE MARCAS**.
- O DESEMPENHO OBSERVADO REFORÇA MAIS UMA VEZ O **DIFERENCIAL DO NOSSO MODELO DE NEGÓCIOS**, TENDO TOTAL CONTROLE DO PROCESSO DE CRIAÇÃO ATÉ O SELL OUT, COM EXCELÊNCIA DE EXECUÇÃO EM TODOS OS CANAIS.
- MARCA DE **R\$ 1,6 BILHÃO DE RECEITA**, COM CRESCIMENTO DE 12,7% VS O MESMO PERÍODO DO ANO ANTERIOR, (+47,3% VS 3T21), MESMO EM UM CENÁRIO EXTERNO DESAFIADOR.
- NOSSO PRINCIPAL FOCO É **EXPANDIR AS RECEITAS GERANDO DILUIÇÃO DAS NOSSAS DESPESAS**. APRESENTAMOS UMA BOA ALAVANCAGEM DOS NOSSOS INDICADORES FINANCEIROS, (+230 BPS DE MARGEM EBITDA).
- O TERCEIRO TRIMESTRE MARCADO PELA TRANSIÇÃO DAS COLEÇÕES DE INVERNO PARA VERÃO, QUE ESTÃO DEMONSTRANDO GRANDE ASSERTIVIDADE, E CONSEQUENTEMENTE, **AUMENTANDO NOSSO MARKET SHARE**.
- DURANTE O MÊS DE JULHO, OCORRERAM AS REMARCAÇÕES DOS ITENS DE INVERNO E MESMO EM UM PERÍODO TRADICIONALMENTE MARCADO POR LIQUIDAÇÕES, **AS MARCAS MANTIVERAM O NÍVEL DE VENDAS FULL PRICE EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO**.
- NO 9M23, REGISTRAMOS R\$ 4,3 BILHÕES DE RECEITA (+18,7% VS 9M22). **NO ÚLTIMOS DOZE MESES, A AREZZO&CO REGISTROU O RECORDE DE RECEITA DE R\$ 5,9 BILHÕES**.

**ALEXANDRE BIRMAN | CEO E CCO AREZZO&CO**

# HIGHLIGHTS

AREZZO  
& CO



# RESULTADOS

## 3T23

**+13%**

CRESCIMENTO DE  
RECEITA VS O 3T22

### BASE DE CLIENTES

**5,5MM**

DE CLIENTES ATIVOS

CRESCIMENTO DE **9,2%** VS 3T22

### MERCADO INTERNO

**55,0%** DE MARGEM BRUTA  
RECORRENTE NO 3T23 (+240BPS)

**19,8%** DE MARGEM EBITDA  
RECORRENTE (+370BPS)

### RECEITA BRUTA

**R\$1,6BI**

**+12,7%** VS 3T22  
NO ACUMULADO DO ANO A  
COMPANHIA APRESENTOU  
CRESCIMENTO DE **18,7%**.



### MARGEM BRUTA

**53,8%** DE MARGEM BRUTA  
RECORRENTE NO 3T23 (+100BPS). O  
LUCRO BRUTO TOTALIZOU R\$ 681MM,  
CRESCIMENTO DE **13,2%**.

### EBITDA

**R\$218MM** DE EBITDA  
RECORRENTE ( **+27,9%** VS 3T22),  
E MARGEM EBITDA RECORRENTE  
DE **17,2%** COM EXPANSÃO DE  
+230 BPS

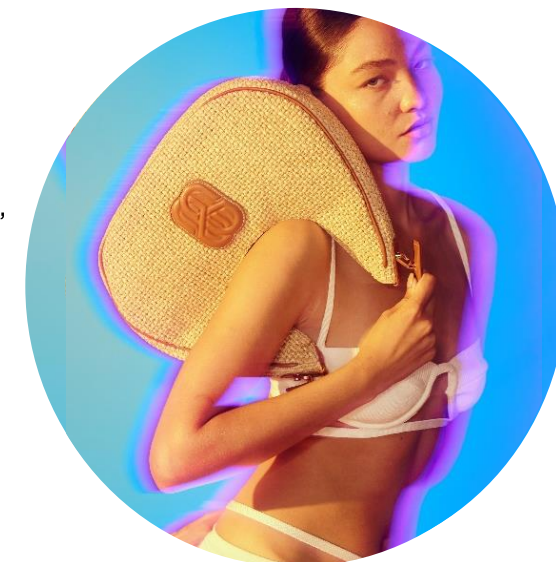
# AREZZO & CO

### LUCRO LÍQUIDO

**R\$107MM** DE LUCRO  
LÍQUIDO RECORRENTE, O  
LUCRO LÍQUIDO REPORTADO  
FOI DE **R\$114MM**

### ROIC

**25,8%** DE ROIC  
RECORRENTE.



# DESTAQUES CANAIS

AREZZO  
& CO

ANACAPRI | ALTO VERÃO



# DESTAQUES

## MARCAS E CANAIS



## AREZZO

3T23

- RECEITA: **R\$ 419MM**
- CRESC: **+10,2%**
- % WEB / SELL OUT: **20,1%**
- % OMNI / WEB: **19,0%**



## SCHUTZ

3T23

- RECEITA GLOBAL: **R\$ 301MM**
- RECEITA BRASIL: **R\$ 221MM**
- CRESC BRASIL: **-4,2%**
- % WEB / SELL OUT (DTC): **38,2%**
- % OMNI / WEB: **13,3%**



## ANACAPRI

3T23

- RECEITA: **R\$ 120MM**
- CRESC: **23,9%**
- % WEB / SELL OUT: **20,8%**
- % OMNI / WEB: **10,1%**



## ALEXANDRE BIRMAN

3T23

- RECEITA GLOBAL: **R\$ 53MM**
- RECEITA BRASIL: **R\$ 38MM**
- CRESC BRASIL: **+33,7%**
- % WEB / SELL OUT (DTC): **25,1%**
- % OMNI / WEB: **37,8%**



## AR&CO

3T23

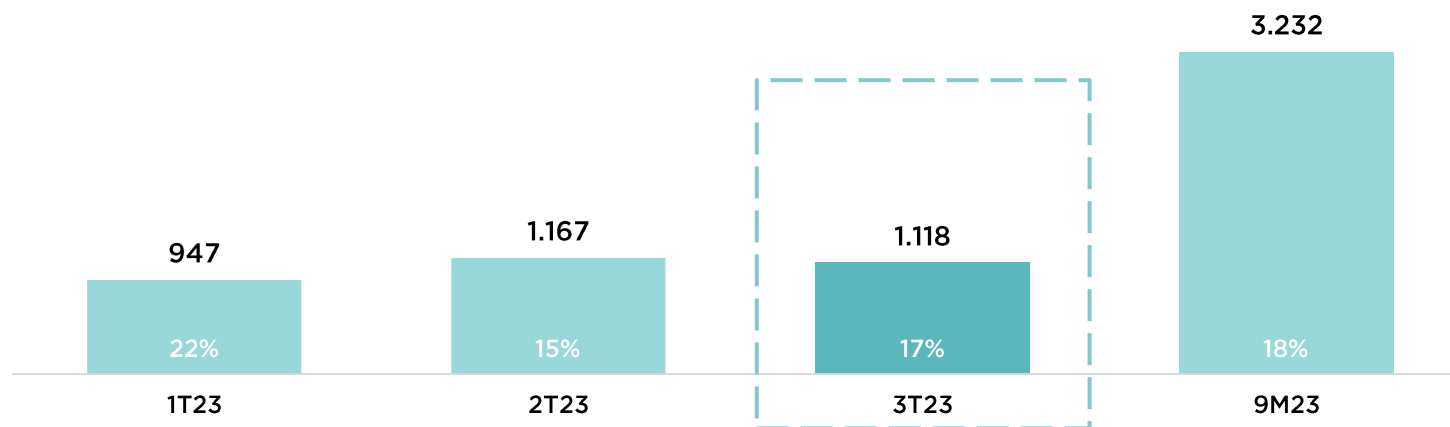
- RECEITA: **R\$ 371MM**
- CRESC: **+25,0%**
- % WEB / SELL OUT: **34,9%**
- % OMNI / WEB: **65,9%**



# CRESCIMENTO EXPRESSIVO DE SELL OUT

## LOJAS FÍSICAS + WEB COMMERCE

+ R\$ 141 MILHÕES DE SELL OUT VS 3T22



CRESCIMENTO DE 17% SOBRE BASE DE COMPARAÇÃO DE 35%

**16,6%**  
CRESCIMENTO NO  
3T23 VS O 3T22

**R\$ 1,1BI**  
SELL OUT DTC 3T23

**+18,3%**  
NO ACUMULADO DO ANO

# CRESCIMENTO EXPRESSIVO

## EM TODOS OS CANAIS DE VENDA

### MONOMARCA

FRANQUIAS: **R\$343MM** (+7,9% VS 3T22) E **R\$948MM** NO 9M23

LOJAS PRÓPRIAS: **R\$333MM** (+22,6% VS 3T22) E **R\$912MM** NO 9M23

- CRESCIMENTO DOS CANAIS MONOMARCA DE 14,7% NO 3T23.
- PERFORMANCE DO CANAL DE FRANQUIAS FOI IMPACTADA PELA SAZONALIDADE DOS CALENDÁRIOS DE SELL IN QUE IMPULSIONOU O FATURAMENTO DO 2T23 PRINCIPALMENTE NAS MARCAS AREZZO E SCHUTZ
- NO CANAL DE LOJAS PRÓPRIAS O DESTAQUE FOI A PERFORMANCE DA AR&CO QUE REGISTROU CRESCIMENTO DE 24,1%

### MULTIMARCAS

**R\$414MM** (+7,7% VS 3T22) E **R\$ 1,1BI** NO 9M23

- TODAS AS MARCAS DO GRUPO APRESENTARAM CRESCIMENTO, COM DESTAQUE PARA A ANACAPRI (+18,0%), AREZZO (+14,1%) E A VANS (+12,3%)
- AS MARCAS DA COMPANHIA FORAM DISTRIBUÍDAS ATRAVÉS DE 7.476 PONTOS DE VENDAS (SEM OVERLAP).

# DESTAQUES

## OMNICALIDADE

### VENDAS WEB COMMERCE

AREZZO  
& CO

RECEITA TOTAL: **R\$331MM** (+18,8% VS 3T22)

RECEITA LTM: **R\$1,3BI** (+23,6% VS O LTM 3T22)

TRÁFEGO TOTAL: **79MM** (+3,9% VS O 3T22)

RECEITA TOTAL DOS APPS: **R\$84MM** (+15,6% VS O 3T22)

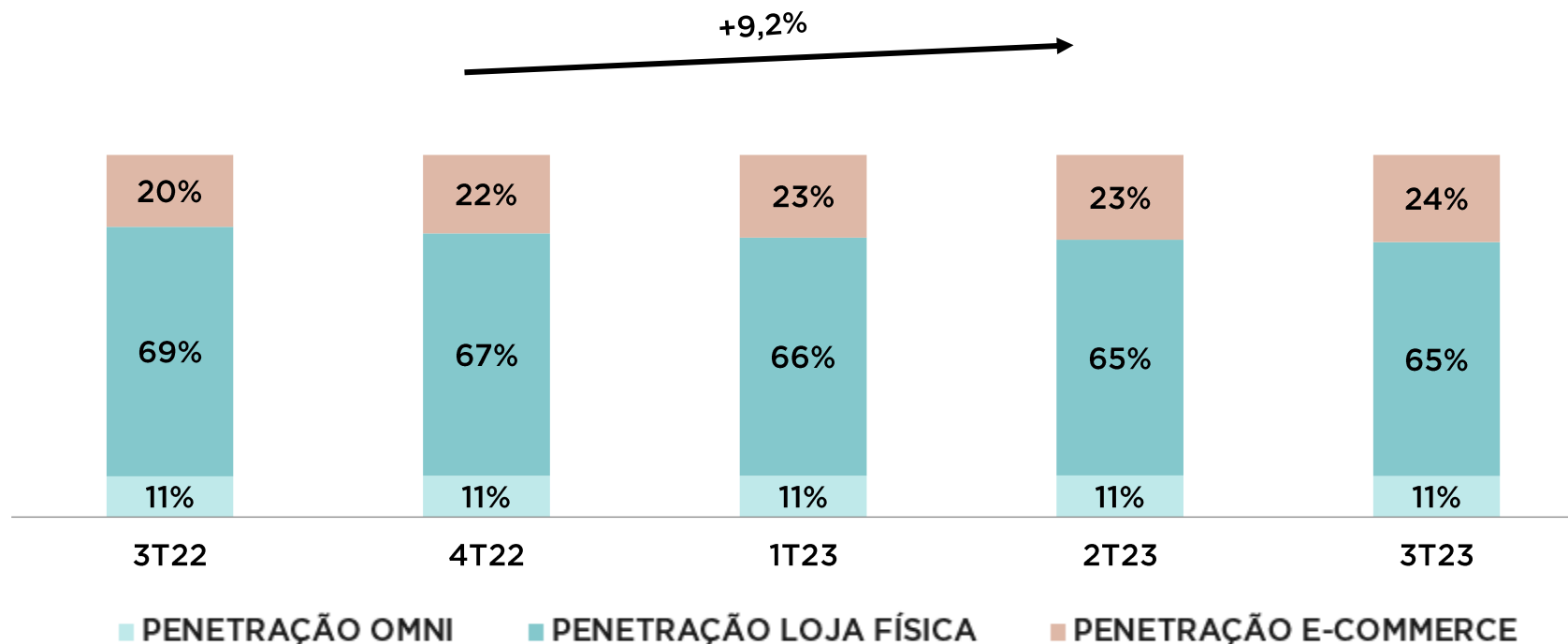
PARTICIPAÇÃO TOTAL DOS APPS NA RECEITA: **25,4%**

TICKETS DO WEB COMMERCE: **+15,6%** VS O 3T22



# CLIENTES

VOLUME DE CLIENTES NA BASE ATIVA: **5,5MM**



- **11,3%** DOS CLIENTES SÃO OMNICHANNEL (COMPRAM NO FÍSICO E NO ONLINE)
- **21%** DA BASE ATIVA FOI REPRESENTADA POR NOVOS CLIENTES, **22%** POR CLIENTES RETIDOS E **7%** POR CLIENTES REATIVADOS
- **35,4%** DOS CLIENTES DA AREZZO&CO COMPRAM NO CANAL ONLINE
- **+9,5%** DE CRESCIMENTO DE CLIENTES OMNI E AUMENTO DE RECEITA DE **+13,3%** NAS VENDAS DESTES

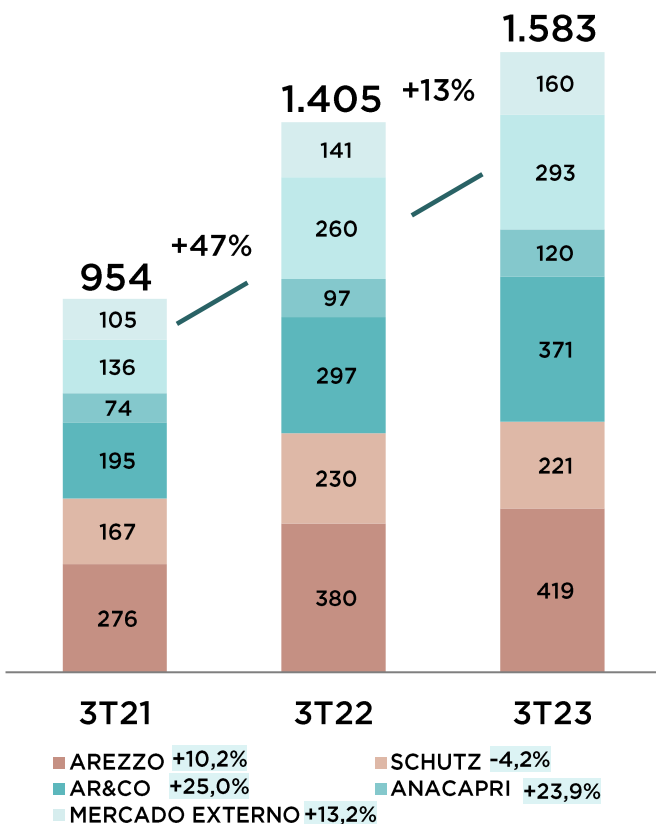
**AREZZO**  
& CO



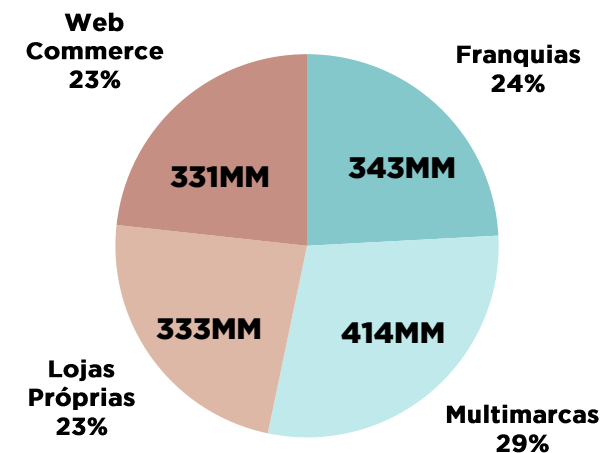
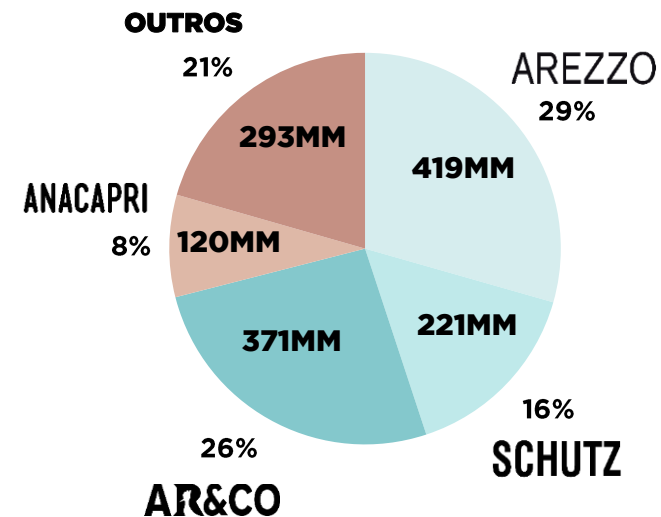
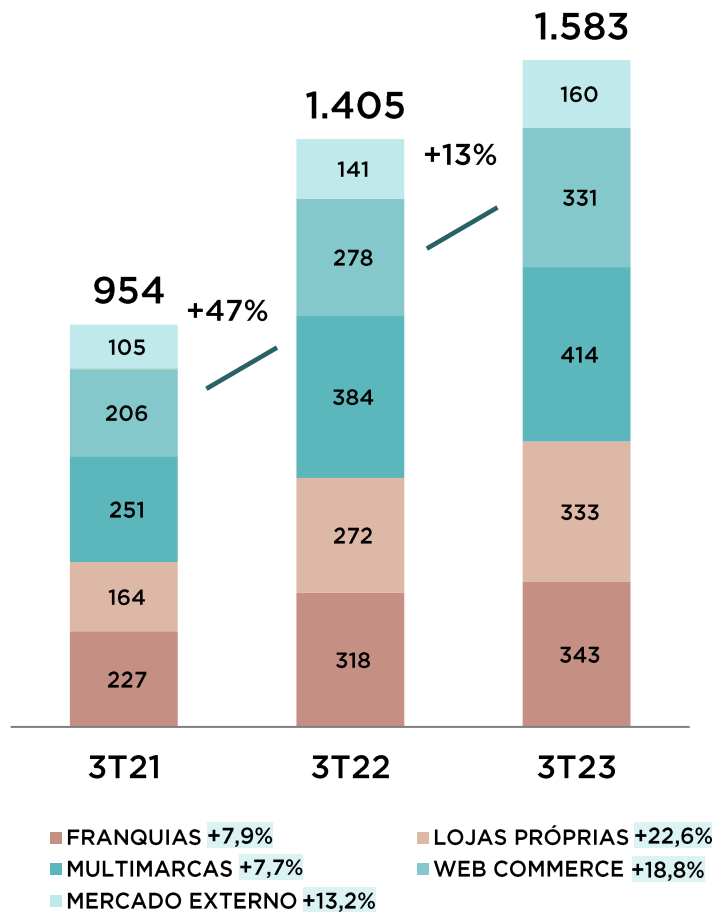
**DESTAQUES**  
**FINANCEIROS**

# RECEITA BRUTA | MERCADO INTERNO

## RECEITA BRUTA MARCAS (R\$ MM)



## RECEITA BRUTA CANAIS (R\$ MM)



Principais Indicadores Financeiros	3T23	3T23 Recorrente	3T22 Recorrente	Δ (%) 23 x 22
Receita Bruta	1.583.353	1.583.353	1.404.967	12,7%
Receita Líquida	1.265.823	1.265.823	1.137.985	11,2%
CMV	(585.097)	(585.097)	(536.683)	9,0%
Depreciação e amortização - Custo	(1.358)	(1.358)	(1.163)	16,8%
Lucro bruto	680.726	680.726	601.302	13,2%
<b>Margem bruta</b>	53,8%	53,8%	52,8%	1,0 p.p
SG&A*	(505.521)	(516.673)	(468.099)	10,4%
<b>% Receita</b>	(39,9%)	(40,8%)	(41,1%)	0,3 p.p
Despesas comerciais	(385.008)	(374.086)	(355.629)	5,2%
Lojas próprias e Web Commerce	(182.916)	(180.856)	(143.201)	26,3%
Venda, logística e suprimentos	(202.092)	(193.230)	(212.428)	(9,0%)
Despesas gerais e administrativas	(98.205)	(91.209)	(75.648)	20,6%
Outras (despesas) e receitas	29.811	740	(1.100)	167,3%
Depreciação e amortização - Despesa	(52.119)	(52.119)	(35.722)	45,9%
EBITDA	228.683	217.531	170.088	27,9%
<b>Margem EBITDA</b>	18,1%	17,2%	14,9%	2,3 p.p
Resultado Financeiro	(48.113)	(48.113)	(12.480)	285,5%
Lucro líquido	113.658	107.176	102.828	4,2%
<b>Margem líquida</b>	9,0%	8,5%	9,0%	(0,5 p.p)

## DESTAQUES

- **CRESCIMENTO DE 12,7%**
- **MARGEM BRUTA RECORRENTE: +100BPS**  
- IMPACTO POSITIVO PELO AUMENTO DA REPRESENTATIVIDADE DO CANAL DE LOJAS PRÓPRIAS E CRESCIMENTO DAS VENDAS FULL PRICE  
- IMPACTO NEGATIVO PELA OPERAÇÃO NORTE-AMERICANA E IMPACTO TRIBUTÁRIO DO DIFAL.
- **MARGEM EBITDA RECORRENTE: +230BPS**  
- IMPACTO POSITIVO PELO CRESCIMENTO CONSISTENTE DE RECEITA DAS MARCAS E CANAIS DO GRUPO, E GANHO DE EFICIÊNCIA ATRAVÉS DA REDUÇÃO DO SG&A COMO PERCENTUAL DA RECEITA
- **MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE: -50BPS**  
- IMPACTO NEGATIVO DADO O RESULTADO FINANCEIRO E VARIAÇÃO CAMBIAL NO PERÍODO

Resultado Operacional	3T23 Contábil	3T23 Recorrente	3T22 Contábil	3T22 Recorrente	Δ 23 x 22 Ajust. (%)
EBIT (LTM)	544.376	561.040	556.299	517.422	8,4%
+ IR e CS (LTM)	8.805	8.732	(72.372)	(65.026)	(113,4%)
<b>NOPAT (LTM)</b>	<b>553.181</b>	<b>569.772</b>	<b>483.927</b>	<b>452.396</b>	<b>25,9%</b>
Capital de giro <sup>1</sup>	996.233	988.066	709.669	789.663	25,1%
Contas a receber	921.776	921.776	722.016	722.016	27,7%
Estoques	866.759	858.591	755.060	755.060	13,7%
Fornecedores	(569.095)	(569.095)	(637.508)	(637.508)	(10,7%)
Outros	(223.206)	(223.206)	(129.899)	(49.905)	347,3%
Ativo permanente	2.409.299	1.208.746	1.837.381	863.646	40,0%
Outros ativos de longo prazo <sup>2</sup>	359.650	359.650	209.642	209.642	71,6%
<b>Capital empregado</b>	<b>3.765.183</b>	<b>2.556.462</b>	<b>2.756.692</b>	<b>1.862.951</b>	<b>37,2%</b>
<b>Média do capital empregado<sup>3</sup></b>	<b>3.260.934</b>	<b>2.209.707</b>	<b>2.349.709</b>	<b>1.520.895</b>	<b>45,3%</b>
<b>ROIC<sup>4</sup></b>	<b>17,0%</b>	<b>25,8%</b>	<b>20,6%</b>	<b>29,7%</b>	

(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 RECORRENTE DE **25,8%** NO TRIMESTRE;
- O ROIC FOI IMPACTADO POSITIVAMENTE PELO CRESCIMENTO DE 25,9% DO NOPAT, E NEGATIVAMENTE PELO CAPITAL DE GIRO.
- É IMPORTANTE DESTACAR QUE A COMPANHIA REALIZOU ESFORÇOS NA FRENTE DE REDUÇÃO DE ESTOQUES QUE JÁ FORAM PERCEBIDOS NOS RESULTADOS DO TRIMESTRE (REDUÇÃO DE 2 DIAS DE ESTOQUES SOBRE A RECEITA).

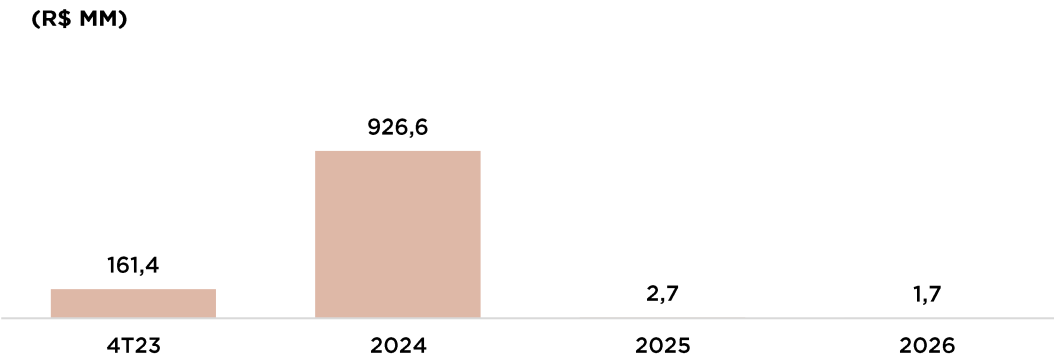


# POSIÇÃO DE CAIXA E ENDIVIDAMENTO

- A COMPANHIA ENCERROU O 3T23 COM DÍVIDA LÍQUIDA DE R\$ 449 MILHÕES E POSIÇÃO DE CAIXA DE R\$ 644 MILHÕES.
- POSIÇÃO DE CAIXA BRUTO: R\$ 644 MILHÕES. NO TRIMESTRE, O CAIXA FOI IMPACTADO PELO PAGAMENTO DE JUROS SOBRE CAPITAL PRÓPRIO EM AGOSTO/23, NO MONTANTE DE R\$94MM.

Posição de Caixa e Endividamento	3T23	2T23	3T22
Caixa e Equivalentes de Caixa	643.566	682.038	546.122
Dívida total	1.092.501	1.028.025	411.486
Curto prazo	1.087.400	642.492	401.433
% dívida total	99,5%	62,5%	97,6%
Longo prazo	5.101	385.533	10.053
% dívida total	0,5%	37,5%	2,4%
Dívida Líquida	448.935	345.987	(134.636)
Dívida Líquida/EBITDA	0,6x	0,5x	-0,2x

**Cronograma de vencimentos da dívida com juros até 30/09/2023**



**AREZZO  
&CO**

**Q&A**

# MARCAS

## CORE

---

AREZZO

SCHUTZ

ANACAPRI

ALEXANDRE  
BIRMAN

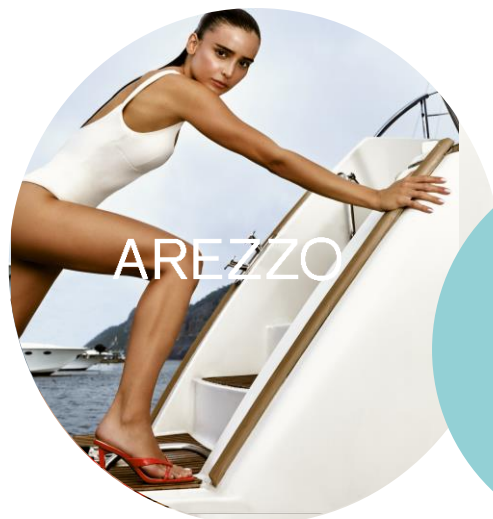
ALME



SCHUTZ | ALTO VERÃO

# MARCAS CORE

## AREZZO E SCHUTZ



R\$  
**419MM**  
NO 3T23

### SÓLIDO CRESCIMENTO DE +10,2% VS 3T22

VS FORTE BASE DE COMPARAÇÃO: +37,7%

TODOS OS CANAIS DE VENDA REGISTRARAM CRESCIMENTO, COM DESTAQUE PARA CRESCIMENTO DO CANAL DE MULTIMARCAS (+14,1%)

NO PERÍODO, A LOJA AREZZO DO SHOPPING IGUATEMI (SP) REGISTROU CRESCIMENTO DE 32% EM SSS.

LANÇAMENTO DA CAMPANHA DE VERÃO "DREAM ON" COM A MODELO GLOBAL GISELE BUNDCHEN E COLLAB INÉDITA COM A TIG



R\$  
**221MM**  
NO 3T23

### RETRAÇÃO DE -4,2% NO BRASIL VS 3T22

VS FORTE BASE DE COMPARAÇÃO: +37,6%

R\$301MM DE RECEITA GLOBAL

REFORMULAÇÃO DAS REDES SOCIAIS DA MARCA, SE APROXIMANDO CADA VEZ MAIS DA SCHUTZ GIRL

DESTAQUE PARA O LANÇAMENTO DO NOVO SNEAKER ST-001, MARCO DA HISTÓRIA DA MARCA - DOS 50 MIL PARES PRODUZIDOS, 28 MIL UNIDADES JÁ FORAM VENDIDOS NOS CANAIS DE SELL IN

# MARCAS CORE

ANACAPRI, ALEXANDRE BIRMAN E ALME

AREZZO  
& CO



## CRESCIMENTO DE +23,9% VS 3T22

DESTAQUE PARA O CANAL DE WEB QUE REPRESENTOU 19,3% DA RECEITA E CRESCEU 42,4% VS 3T22

CAMPANHA DE VERÃO LANÇADA COM A CELEBRIDADE JULIETTE, E COLLAB INÉDITA COM O GUARANÁ ANTARCTICA.



## CRESCIMENTO DE +33,7% NO BRASIL

DESTAQUE PARA O CANAL DIGITAL QUE APRESENTOU EXPANSÃO DE 55,3% NO PERÍODO E O MULTIMARCAS COM CRESCIMENTO DE 101,0%

INAUGURAÇÃO DA CASA BIRMAN, EM SÃO PAULO, NOVO HUB CRIATIVO E SHOWROOM COM EXPERIÊNCIAS INÉDITAS PARA AS CLIENTES.



A MARCA SEGUE CONSOLIDANDO PARCERIAS E REFORÇANDO SEU POSICIONAMENTO

LANÇAMENTO DA BOTA "CAMP" COM GIRO SUPERIOR A 75,0% NOS CANAIS DE SELL OUT

# MARCAS ADQUIRIDAS

---

**Reserva**

**Reserva  
mini**

**ReservaGo**

**Oficina**  
RESERVA

**Baw**

**VANS**

CAROL BASSI



# MARCAS ADQUIRIDAS

## RESERVA E VANS



### CRESCIMENTO DE +25,0% VS 3T22

VS FORTE BASE DE COMPARAÇÃO: +52,4%

EXPANSÃO EM TODOS OS CANAIS DE VENDA, COM DESTAQUE PARA O CANAL DE WEB (+68,5%)

CANAL DIGITAL REPRESENTOU 27,5% DO FATURAMENTO DA AR&CO NO PERÍODO

COLEÇÃO DO DIA DOS PAIS ATINGIU RECORDES DE VENDA COM CRESCIMENTO DE 37,0% DE PEÇAS VENDIDAS VS 2022



### CRESCIMENTO DE +22,9% VS 3T22

VS FORTE BASE DE COMPARAÇÃO

DESTAQUE PARA O CANAL ONLINE COM CRESCIMENTO DE 27,1% E O CANAL DE FRANQUIAS +78,3%

LANÇAMENTO DO APP DA MARCA BUSCANDO REVOLUCIONAR A EXPERIÊNCIA DE COMPRA DOS CLIENTES

NOVO TÊNIS ULTRARANGE NEO VR3, COMPOSTO DE MATERIAIS RECICLADOS E RENOVÁVEIS LEVANDO A MARCA EM DIREÇÃO AO SEU COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE

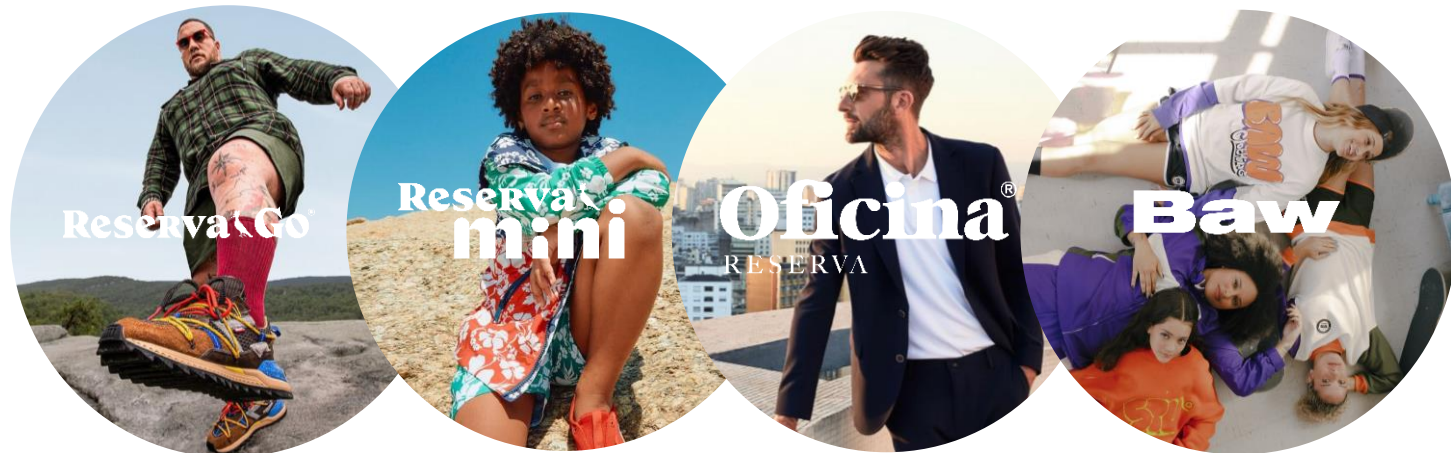
# MARCAS ADQUIRIDAS

## CAROL BASSI, GO, MINI, OFICINA E BAW



A MARCA ALCANÇOU A MARCA DE R\$24MM DE RECEITA NO TRIMESTRE

INAUGURAÇÃO DA SEGUNDA FLAGSHIP DA MARCA NO RIO DE JANEIRO, NO SHOPPING LEBLON COM NOVO CONCEITO ARQUITETÔNICO



**RESERVA GO:** LANÇAMENTO DA LINHA “LEATHER COLLECTION”, COM MAIS DE 5 MIL ITENS VENDIDOS

**OFICINA:** DANDO CONTINUIDADE AOS LANÇAMENTOS ASSERTIVOS, A OFICINA TROUXE A CAMPANHA DE ITENS ESSENCIAIS AO GUARDA-ROUA MASCULINO, COM 12 PEÇAS E A POSSIBILIDADE DE 1.200 COMBINAÇÕES

**RESERVA MINI:** LINHA INFANTIL - COLEÇÃO DE DIA DAS CRIANÇAS EM COLLAB COM A ESTRELA, TRAZENDO ROUPAS, ACESSÓRIOS E BRINQUEDOS PARA A DATA

**BAW:** CRESCIMENTO DE 158,4% NO 3T23, COM EXPANSÃO EM TODOS OS CANAIS, RESULTADO FRUTO DE COLEÇÕES ASSERTIVAS AO SEU PÚBLICO ALVO



LANÇAMENTO DO LIVRO

A CADA PASSO  
**ANDERSON BIRMAN**

**10.11.23**

LIVRARIA TRAVESSA  
SHOPPING IGUATEMI - A PARTIR DAS

**17H**

AVENIDA BRIGADEIRO  
FARIA LIMA, 2232, PINHEIROS,  
SÃO PAULO, SP, BRASIL



**AREZZO  
& CO**

AREZZO  
&CO

**OBRIIGADO!**

**#RUMOA2154**