

EARNINGS RELEASE
4T 2022

AREZZO
&CO



SCHUTZ | INVERNO 23 @CANDICESWANEPOEL

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 4T22 E 2022

São Paulo, 09 de março de 2023. A Arezzo&Co (B3 - Brasil, Bolsa e Balcão: ARZZ3), maior *house of brands* de moda do Brasil, divulga os resultados do 4T22 e 2022.

O ano de 2022 da Arezzo&Co foi marcado pelo maior resultado da história da empresa - R\$ 5,2 bilhões de faturamento (+43,4%), sobre mesmas bases de comparação, com margem bruta de 53,9% e EBITDA ajustado de R\$ 657 milhões (+43,1%).

DESTAQUES FINANCEIROS / OPERACIONAIS 2022

- **R\$5,2BI** de Receita Bruta no ano de 2022 (+43% vs 2021);
- **R\$4,1BI** de *Sell Out* DTC (Franquias, WEB e Lojas Próprias) (+38% vs 2021);
- A Arezzo&Co ultrapassou o marco de **1.000 lojas** (1.013 lojas) em 2022, com **72** aberturas líquidas (41 franquias e 31 lojas próprias);
- **32,4MM** de produtos vendidos no ano (+29% vs 2021): **21,3MM** de calçados, **8,1MM** de peças de roupas e **3,0MM** de bolsas;
- Base ativa* de **5,3** milhões de clientes (+22% vs 2021);
- **33%** de crescimento das marcas *core* no Brasil vs 2021;
- **R\$1,2BI** de Receita Bruta AR&CO (+56% vs 2021);
- **R\$490MM** de faturamento na operação norte-americana (+41% vs 2021);
- **53,9%** de Margem Bruta (+110bps vs 2021);
- **R\$657MM** de EBITDA ajustado (excluindo efeitos não recorrentes) (+43% vs 2021), com Margem EBITDA ajustada de **15,5%**. O EBITDA reportado foi **R\$712MM**;
- **R\$386MM** de Lucro Líquido ajustado, com crescimento de **+43%** vs 2021. O Lucro Líquido reportado foi **R\$423MM**;
- **28,4%** de ROIC ajustado no período.

*compras ativas nos últimos 12 meses

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

10 de março de 2023
11h00 (Brasília) / 09h00 (Nova York)

Videokonferência em Português com
Tradução para o Inglês



COTAÇÃO E VALOR DE MERCADO

09 de março de 2023
Preço da Ação: R\$ 77,70
Market Cap: R\$ 8,5 bilhões

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 4T22

DESTAQUES FINANCEIROS / OPERACIONAIS 4T22

- **R\$1,6BI** de Receita Bruta, R\$265MM acima do 4T21 (crescimento de **20%**);
- **R\$1,4BI** de *Sell Out* DTC (Franquias, WEB e Lojas Próprias), R\$202MM acima do 4T21 (crescimento de **17%**);
- Abertura de **50** lojas líquidas no trimestre, sendo **34** lojas próprias e **16** franquias – as aberturas se concentraram nas marcas da AR&CO, Anacapri, Arezzo, Vans e Carol Bassi;
- **10,1MM** de produtos vendidos, 7,2MM acima do 4T21 (crescimento de **7%**): sendo, **6,6MM** de calçados, **2,8MM** de peças de roupas e **798K** de bolsas;
- **R\$455MM** de Receita Bruta AR&CO, R\$ 113MM acima do 4T21 (crescimento de **+33%**);
- **R\$138MM** de faturamento na operação norte-americana, R\$ 13MM acima do 4T21 (crescimento de **10%**);
- **53,8%** de Margem Bruta (patamar estável vs 4T21);
- **R\$191MM** de EBITDA ajustado (excluindo efeitos não recorrentes) (**+3%** vs o 4T21), com Margem EBITDA ajustada de **14,6%**. O EBITDA reportado foi **R\$ 197MM**.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O ano de 2022 foi marcado por diversos avanços e conquistas. Com faturamento recorde em nossa história - R\$ 5,2 bilhões (+43,4% vs 2021) - a Arezzo&Co novamente demonstrou a solidez e robustez dos resultados, reforçando o posicionamento assertivo de todas as nossas marcas, fidelidade de nossos consumidores e liderança engajada do nosso time:

- Movimento de crescimento exponencial - construção de uma nova proporção da empresa em evolução constante: CAGR de crescimento de 17,8% de 2011 até 2022;
- Desde o IPO, divulgamos 49 trimestres com 46 com crescimento de receita e 41 de EBITDA - consistente *track record* encontrado em poucas empresas brasileiras;
- Atingimos a marca de R\$ 657 milhões de EBITDA ajustado no ano, mantendo o patamar saudável de 53,9% de margem bruta (expansão de 110 bps no ano);
- ROIC ajustado de 28,4% em 2022 - um dos KPIs mais importantes analisados pelo nosso time;
- Iniciamos o ano com o primeiro *follow on* da nossa história - levantando mais de R\$ 830 milhões em uma oferta primária com *hot issue* exercido integralmente, demonstrando a confiança em nossa empresa. De forma diligente, executamos todas as iniciativas de crescimento propostas neste momento;
- Nosso principal ativo são nossas pessoas. Possuímos uma forte cultura de dono, com um time aguerrido e comprometido em entregar o melhor. Em mais um ano, superamos nossas metas resultando em um alto valor referente à distribuição meritocrática dos nossos resultados para o nosso time;
- Nossa penetração em volumes vendidos passou a marca de 21 milhões de calçados, 8 milhões de peças de roupas e 3 milhões de bolsas, totalizando mais de 32 milhões de produtos vendidos. Um *highlight* importante: o vestuário já representa 25,0% do nosso negócio;
- Nossas marcas core registraram o forte crescimento de 33,2% em 2022 - rompendo paradigmas e expandindo ainda mais seu *market share* no mercado brasileiro;
- Possuímos capacidade de identificar talentos e marcas, e então escalá-las rapidamente. A partir de 2019, com o licenciamento da Vans, iniciamos nosso caminho inorgânico com movimentos extremamente assertivos e com geração de valor;

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

- Multiplicamos a receita da Vans em 2,7 vezes e da AR&Co em 3,8 vezes, que encerrou o ano com R\$ 1,2 bilhão de faturamento - em apenas dois anos de operação na Arezzo&Co.
- Em 2022, estruturamos um *playbook* de integração em parceria com a consultoria Integration, garantido credibilidade e capacidade de execução na integração dos movimentos que já fizemos e dos que ainda virão. Além disso, hoje contamos com uma plataforma robusta e fortificada pronta para atender novas aquisições e novos negócios de forma escalável.
- Além de uma plataforma de marcas, somos uma plataforma *tech*: batemos a marca de R\$ 1,1 bilhão de receita no e-commerce (+33,4% vs 2021), representando 23,3% do nosso faturamento, sendo que 47% das vendas das lojas físicas foram influenciadas através das ferramentas digitais. Nossos clientes estão 100% no centro - possuímos uma base ativa com mais 5,3 milhões de clientes cadastrados (crescimento de 21,5% vs 2021).
- Fortalecemos nossas capacidades OMNI com excelência e diligência, representando a união das vendas digitais com as físicas. Aumentamos nossa base de clientes que compram nos canais *on* e *off* em 22% no ano. Já a receita gerada cresceu 37% - visto que possuem maior frequência de compra, engajamento e *tickets*.
- Nossa gestão verticalizada de produto e cadeia de valor integrada nos possibilitam enorme agilidade frente a concorrência. Investimos de forma relevante em nossa produção, logística e modelo de suprimentos. Em 2022, inauguramos o novo CD da AR&Co no Rio de Janeiro.
- A nossa operação nos Estados Unidos alcançou receita de R\$ 489,7 milhões - patamar recorde - com crescimento de 40,9%, representando 9,4% do faturamento da Arezzo&Co, mesmo com a retração nas lojas de departamento observada no segundo semestre de 2022
- Em 2022 reforçamos o nosso comprometimento com a agenda de ESG. Como destaque, fomos reconhecidos como uma B Corp. (Arezzo&Co e AR&Co - pelo segundo ano consecutivo), e integramos a carteira do ISE B3. Também atualizamos nossa matriz de materialidade com uma visão única e integrada do grupo considerando as particularidades de todas as marcas. A pauta de Diversidade e Inclusão foi trabalhada com robustez: intensificamos os treinamentos, assinamos o Pacto de Promoção da Equidade Racial, promovemos o primeiro programa de estágio afirmativo para pessoas negras, além de outras iniciativas. Também alcançamos a marca de 28% de calçados desenvolvidos com componentes sustentáveis e uma redução absoluta de 5% das emissões de gases de efeito estufa.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

- Como foco estratégico do ano de 2023, a Arezzo&Co irá priorizar o (i) crescimento sustentável e inovação contínua das marcas *core*, (ii) expansão diligente do portfólio de marcas, ampliando nosso mercado endereçável, (iii) continuidade da expansão da AR&Co, com suas *sub labels*, algumas em estágio avançado como a marca Reserva e a Reserva Go, e outras em estágio embrionário, (iv) ampliação do vestuário feminino dentro do portfólio do grupo, através do investimento nas marcas atuais - Carol Bassi, Schutz e Reversa, e o (v) início de uma nova avenida de crescimento unindo o *know how* da gestão do *shoe business*, desenvolvimento de produto, venda OMNI da Arezzo&co, à marcas internacionais emergentes em pleno crescimento.
- Iniciamos 2023 superando nossas altas expectativas, mesmo com uma base extremamente forte. Até o final de fevereiro, registramos crescimento de 22,8% de sell out DTC.

Manteremos o comprometimento com a execução do nosso sólido planejamento estratégico e com a geração de valor aos nossos *stakeholders*.

Gostaríamos de expressar nosso profundo agradecimento à todos os investidores e analistas pela confiança e parceria ao longo desses anos. É apenas o começo!

Rumo à 2154!

A Administração.

DESTAQUES OMNICANALIDADE NO 4T22

1 - VENDAS WEB COMMERCE

- RECEITA TOTAL: **R\$ 350 MILHÕES** (+27% VS O 4T21)
- CAGR DE CRESCIMENTO (2019-2022): **72%**
- TRÁFEGO TOTAL: **89 MILHÕES** (+30% VS O 4T21)
- RECEITA TOTAL DOS APPS: **R\$101 MILHÕES** (+90% VS O 4T21)
- PARTICIPAÇÃO TOTAL DOS APPS NA RECEITA: **30%**
- TICKETS DO WEB COMMERCE: **+45%** VS O 4T21

2 - VENDAS OMNICANAL

- PARTICIPAÇÃO DO DIGITAL NO SELL OUT DAS LOJAS FÍSICAS: **47%**
- RECEITA DE RETIRE E ENTREGA PELA LOJA: **+142%** VS O 4T21
- **13 MILHÕES** DE CONTATOS EXECUTADOS VIA APP NO 4T22 (RECEITA INFLUENCIADA)

3 - CRM

- CRESCIMENTO NA BASE DE CLIENTES ATIVOS: **+22%** VS O 4T21
- BASE ATIVA DE CLIENTES ONLINE (E-COMMERCE) : **+42%** VS O 4T21
- FREQUÊNCIA DE COMPRAS DOS CLIENTES OMNI: **2,1x** VS GERAL
- QUANTIDADE DE CLIENTES OMNI: **+22%** VS 4T21
- RECEITA OMNI: **+37%** VS 4T21



DESTAQUES MARCAS 2022

AREZZO

- Receita Brasil: **R\$ 1.381,0MM**
- Crescimento: **+29,6%** vs 2021
- Receita Web: **R\$ 323,9MM**
- % WEB sobre Sell Out (DTC): **18,0%**
- Vendas OMNI: **R\$ 64,9MM**
- % OMNI sobre WEB: **20,0%**

SCHUTZ

- Receita Global: **R\$ 1.198,3MM**
- Crescimento: **+34,2%** vs 2021
- Receita Brasil: **R\$ 804,7MM**
- Receita Web: **R\$ 233,2MM**
- % WEB sobre Sell Out (DTC): **38,4%**
- Vendas OMNI: **R\$ 29,0MM**
- % OMNI sobre WEB: **12,5%**

AR&CO

- Receita Brasil: **R\$ 1.200,3MM**
- Crescimento: **+55,7%** vs 2021
- Receita Web: **R\$ 275,8MM**
- % WEB sobre Sell Out (DTC): **30,9%**
- Vendas OMNI: **R\$ 172,2MM**
- % OMNI sobre WEB: **62,4%**

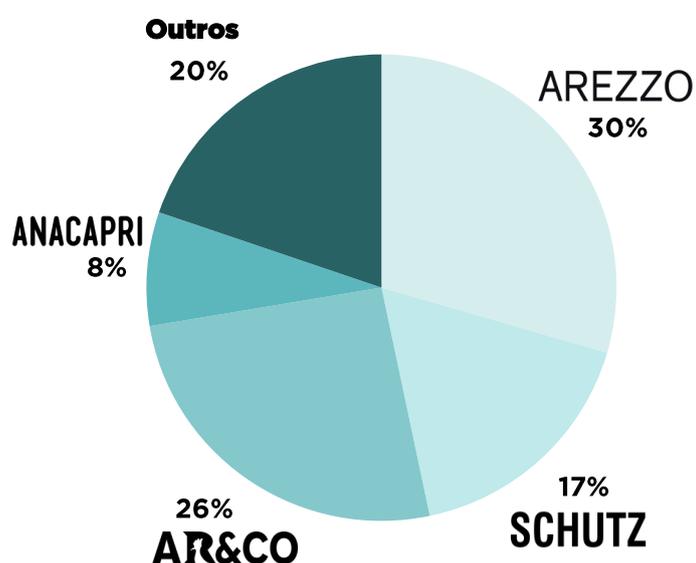
ANACAPRI

- Receita Brasil: **R\$ 368,9MM**
- Crescimento: **+26,3%** vs 2021
- Receita Web: **R\$ 59,9MM**
- % WEB sobre Sell Out (DTC): **15,5%**
- Vendas OMNI: **R\$ 10,2MM**
- % OMNI sobre WEB: **17,0%**

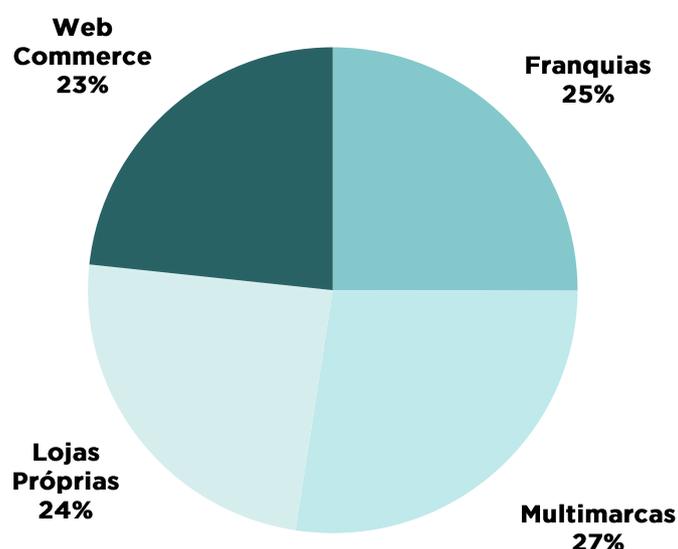
ALEXANDRE BIRMAN

- Receita Global: **R\$ 224,4MM**
- Crescimento: **+58,1%** vs 2021
- Receita Brasil: **R\$ 114,8MM**
- Receita Web: **R\$ 19,5MM**
- % WEB sobre Sell Out (DTC): **20,2%**
- % OMNI sobre WEB: **38,6%**

RECEITA BRUTA MERCADO INTERNO



RECEITA BRUTA CANAIS



DESTAQUES MARCAS 4T22

AREZZO

- Receita Brasil: **R\$ 381,7MM**
- Crescimento: **+1,7%** vs 4T21
- Receita Web: **R\$ 88,5MM**
- % WEB sobre Sell Out (DTC): **15,9%**
- Vendas OMNI: **R\$ 15,3MM**
- % OMNI sobre WEB: **17,3%**

SCHUTZ

- Receita Global: **R\$ 326,4MM**
- Crescimento: **+8,5%** vs 4T21
- Receita Brasil: **R\$ 214,4MM**
- Receita Web: **R\$ 61,6MM**
- % WEB sobre Sell Out (DTC): **34,9%**
- Vendas OMNI: **R\$ 8,0MM**
- % OMNI sobre WEB: **13,0%**

AR&CO

- Receita Brasil: **R\$ 455,4MM**
- Crescimento: **+32,9%** vs 4T21
- Receita Web: **R\$ 120,1MM**
- % WEB sobre Sell Out (DTC): **33,9%**
- Vendas OMNI: **R\$ 81,0MM**
- % OMNI sobre WEB: **67,4%**

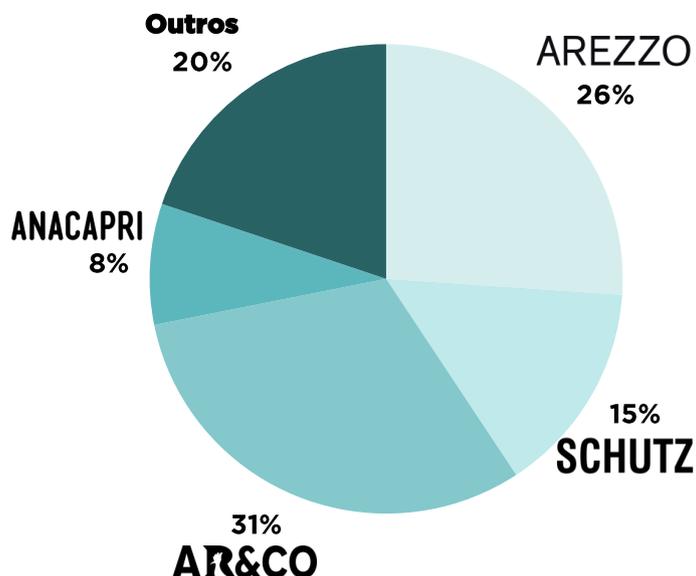
ANACAPRI

- Receita Brasil: **R\$ 121,7MM**
- Crescimento: **+23,4%** vs 4T21
- Receita Web: **R\$ 17,3MM**
- % WEB sobre Sell Out (DTC): **12,1%**
- Vendas OMNI: **R\$ 3,4MM**
- % OMNI sobre WEB: **19,8%**

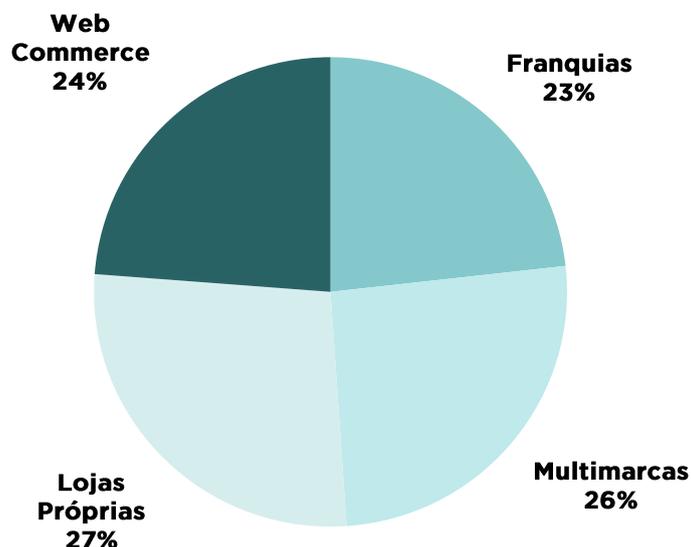
ALEXANDRE BIRMAN

- Receita Global: **R\$ 67,6MM**
- Crescimento: **+35,1%** vs 4T21
- Receita Brasil: **R\$ 38,0MM**
- Receita Web: **R\$ 5,6MM**
- % WEB sobre Sell Out (DTC): **16,8%**
- % OMNI sobre WEB: **35,6%**

RECEITA BRUTA MERCADO INTERNO



RECEITA BRUTA CANAIS





PRINCIPAIS INDICADORES

RECEITA BRUTA

Receita Bruta	2022	Part%	2021	Part%	Δ	Δ (%) 22 x 21	4T22	Part%	4T21	Part%	Δ	Δ (%) 22 x 21
Receita bruta total	5.229.907		3.647.443		1.582.464	43,4%	1.617.670		1.352.404		265.266	19,6%
Mercado externo	549.840	10,5%	391.319	10,7%	158.521	40,5%	154.324	9,5%	142.417	10,5%	11.907	8,4%
Exportações	60.147	10,9%	43.799	11,2%	16.348	37,3%	16.099	10,4%	16.808	11,8%	(710)	(4,2%)
Operação USA	489.693	89,1%	347.521	88,8%	142.172	40,9%	138.225	89,6%	125.609	88,2%	12.617	10,0%
Mercado interno	4.680.067	89,5%	3.256.123	89,3%	1.423.944	43,7%	1.463.346	90,5%	1.209.987	89,5%	253.359	20,9%
Por marca												
Arezzo	1.381.048	29,5%	1.065.330	32,7%	315.718	29,6%	381.684	26,1%	375.406	31,0%	6.278	1,7%
Schutz¹	804.735	17,2%	607.365	18,7%	197.370	32,5%	214.375	14,6%	194.187	16,0%	20.188	10,4%
AR&CO²	1.200.287	25,6%	770.692	23,7%	429.595	55,7%	455.397	31,1%	342.677	28,3%	112.720	32,9%
Anacapri	368.964	7,9%	292.071	9,0%	76.893	26,3%	121.748	8,3%	98.642	8,2%	23.106	23,4%
Outros³	925.033	19,8%	520.665	16,0%	404.368	77,7%	290.142	19,8%	199.075	16,5%	91.067	45,7%
Por canal												
Franquias	1.169.821	25,0%	886.834	27,2%	282.987	31,9%	341.590	23,3%	337.108	27,9%	4.482	1,3%
Multimarcas	1.278.812	27,3%	886.700	27,2%	392.112	44,2%	375.855	25,7%	299.577	24,8%	76.278	25,5%
Lojas próprias	1.133.505	24,2%	659.195	20,2%	474.310	72,0%	401.278	27,4%	296.435	24,5%	104.843	35,4%
Web Commerce	1.089.189	23,3%	816.285	25,1%	272.904	33,4%	349.728	23,9%	275.728	22,8%	74.000	26,8%
Outros⁴	8.740	0,2%	7.109	0,2%	1.631	22,9%	(5.105)	(0,3%)	1.139	0,1%	(6.244)	N/A

(1) Não inclui receitas provenientes da operação internacional.

(2) A AR&CO compreende as marcas: Reserva, Reserva Mini, Oficina Reserva, Reserva Go, INK, Simples, Reversa, Unbrand e BAW Clothing.

(3) Inclui as marcas Vans, A. Birman, Fiever, Alme, TROC, My Shoes e Carol Bassi, apenas no mercado interno, e outras receitas não específicas das marcas.

(4) Inclui receitas do mercado interno que não são específicas dos canais de distribuição.

INDICADORES OPERACIONAIS

Resumo de Resultados	2022	2021	Δ (%) 22 x 21	4T22	4T21	Δ (%) 22 x 21
Número de pares vendidos ('000)	21.287	18.434	15,5%	6.549	6.780	-3,4%
<i>Part. (%)</i>	65,6%	73,0%	-7,4 p.p	64,8%	71,9%	-7,1 p.p
Número de bolsas vendidas ('000)	3.040	2.197	38,4%	798	950	-16,0%
<i>Part. (%)</i>	9,4%	8,7%	0,7 p.p	7,9%	10,1%	-2,2 p.p
Número de peças de roupas vendidas ('000)¹	8.109	4.604	76,1%	2.755	1.705	61,6%
<i>Part. (%)</i>	25,0%	18,2%	6,8 p.p	27,3%	18,1%	9,2 p.p
Número de funcionários	7.450	5.276	41,2%	7.450	5.276	41,2%
Número de lojas*	1.013	941	72	1.013	941	72
<i>Próprias</i>	190	159	31	190	159	31
<i>Franquias</i>	823	782	41	823	782	41
Outsourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	82,8%	90,4%	-7,6 p.p	71,1%	92,2%	-21,1 p.p
Insourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	17,2%	9,6%	7,6 p.p	28,9%	7,8%	21,1 p.p
Outsourcing Vestuário (% da produção total)	100,0%	100,0%	0,0 p.p	100,0%	100,0%	0,0 p.p
SSS² sell-in (franquias)	26,5%	42,6%	-16,1 p.p	-2,2%	21,7%	-23,9 p.p
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	31,9%	34,2%	-2,3 p.p	12,0%	34,8%	-22,8 p.p

(1) Considera peças de roupas vendidas pelas marcas AR&CO, Vans, Schutz e Carol Bassi.

(2) SSS (vendas nas mesmas lojas): as lojas são incluídas nas vendas de lojas comparáveis a partir do 13º mês de operação.

Resultados incluindo AR&CO.

* Inclui lojas no exterior

PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS 2022

Principais Indicadores Financeiros	2022	2022 Ajustado	2021 Ajustado	Δ (%) 22 x 21	4T22	4T22 Ajustado	4T21 Ajustado	Δ (%) 22 x 21
Receita Bruta	5.229.907	5.229.907	3.647.442	43,4%	1.617.670	1.617.670	1.352.404	19,6%
Receita Líquida	4.233.726	4.233.726	2.923.827	44,8%	1.311.413	1.311.413	1.092.950	20,0%
CMV	(1.950.092)	(1.950.092)	(1.379.516)	41,4%	(606.428)	(606.428)	(502.252)	20,7%
Depreciação e amortização - Custo	(4.388)	(4.388)	(3.138)	39,8%	(1.225)	(1.225)	(876)	39,8%
Lucro bruto	2.283.634	2.283.634	1.544.311	47,9%	704.985	704.985	590.698	19,3%
Margem bruta	53,9%	53,9%	52,8%	1,1 p.p	53,8%	53,8%	54,0%	(0,2 p.p)
SG&A	(1.733.507)	(1.788.195)	(1.188.559)	50,5%	(566.106)	(571.986)	(435.640)	31,3%
% Receita	(40,9%)	(42,2%)	(40,7%)	(1,5 p.p)	(43,2%)	(43,6%)	(39,9%)	(3,7 p.p)
Despesas comerciais	(1.361.048)	(1.332.493)	(796.814)	67,2%	(425.378)	(423.504)	(302.930)	39,8%
Lojas próprias e Web Commerce	(500.917)	(478.702)	(358.474)	33,5%	(185.033)	(183.696)	(160.501)	14,5%
Venda, logística e suprimentos	(860.131)	(853.790)	(438.341)	94,8%	(240.345)	(239.808)	(142.429)	68,4%
Despesas gerais e administrativas	(301.276)	(302.795)	(284.375)	6,5%	(94.640)	(93.244)	(100.241)	(7,0%)
Outras (despesas) e receitas	86.107	4.382	(7.027)	(162,4%)	10.565	1.414	(3.128)	145,2%
Depreciação e amortização - Despesa	(157.290)	(157.290)	(100.343)	56,8%	(56.653)	(56.653)	(29.341)	93,1%
EBITDA	711.805	657.117	459.233	43,1%	196.757	190.877	185.275	3,0%
Margem EBITDA	16,8%	15,5%	15,7%	(0,2 p.p)	15,0%	14,6%	17,0%	(2,4 p.p)
Lucro líquido	422.538	386.444	269.290	43,5%	106.583	102.702	110.523	(7,1%)
Margem líquida	10,0%	9,1%	9,2%	(0,1 p.p)	8,1%	7,8%	10,1%	(2,3 p.p)

*A abertura dos ajustes não recorrentes que incidem no resultado das colunas "Ajustadas" está no quadro abaixo - Ajustes Não Recorrentes.

AJUSTES NÃO RECORRENTES

	2022	2021	4T22	4T21
EBITDA Consolidado	711.805	572.005	196.757	175.268
Itens Não-Recorrentes				
Mais Valia (Impacto no Lucro Bruto)¹	-	(5.631)	-	-
Créditos Extemporâneos²	72.040	137.499	2.543	-
Despesas Legais	(2.911)	(15.312)	(1.402)	(8.164)
Despesas M&A	(21.050)	(3.784)	(1.868)	(1.843)
Ágio Incorporação HG	6.608	-	6.608	-
Efeito Líquido dos Itens Não Recorrentes	54.687	112.772	5.880	(10.007)
EBITDA Consolidado Ajustado	657.117	459.233	190.877	185.275

(1) Mais Valia - impacto no lucro bruto proveniente da amortização de mais valia dos estoques da AR&CO.

(2) Receitas provenientes do reconhecimento de créditos fiscais extemporâneos (inconstitucionalidade da inclusão do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS).

AREZZO
&CO

**PERFORMANCE
DAS MARCAS**

AREZZO | PRE FALL 23

PERFORMANCE DAS MARCAS

O último trimestre do ano é marcado por importantes datas comerciais no calendário de vendas das marcas da Arezzo&Co, como Natal e Festas. Excepcionalmente, em 2022, o quarto trimestre contou com alguns eventos atípicos como as eleições presidenciais e a Copa do Mundo (de forma inédita em dezembro) que impactaram diretamente o varejo brasileiro.

Prevendo possíveis efeitos na demanda dos consumidores, a Arezzo&Co estruturou com antecedência um planejamento estratégico extremamente assertivo visando mitigar tais impactos, e apresentou crescimento de receita em linha com as suas expectativas, e acima do observado no mercado.

Mesmo sobre bases fortes de comparação (+68,6% 4T21 vs 4T20), a Companhia atingiu patamar recorde de receita bruta - R\$ 1,6 bilhão (+19,6% vs o 4T21). No acumulado do ano, a Companhia também registrou o faturamento histórico de R\$ 5,2 bilhões, crescimento de 43,4% vs o 2021.

Considerando apenas as marcas core (excluindo a AR&Co e a Vans), a Arezzo&Co registrou o crescimento de 33,2% em 2022 (8,3% no 4T22), demonstrando a resiliência da performance das marcas orgânicas do grupo.

AREZZO

A marca Arezzo registrou *sell out* DTC de R\$ 1,8 bilhão em 2022, crescimento de 27,1%.

A receita bruta alcançou \$ 1,4 bilhão, 29,6% acima de 2021. Os canais de vendas de *sell out*, *web commerce* e lojas próprias, destacaram-se em termos de crescimento no trimestre: +22,7% e +17,7%, respectivamente.

No início do trimestre, a Arezzo lançou uma coleção cápsula em parceria com a marca de vestuário feminino PatBo, para marcar o início da estação de alto verão com produtos sofisticados em materiais como pérolas e pedrarias. Mesmo contando com uma coleção menor, as vendas da *collab* representaram cerca de 5% do faturamento da marca nos primeiros dias de vendas.

No mês de novembro, a marca introduziu sua campanha de alto verão, estrelada por dois nomes influentes na moda brasileira - Luiza Brasil e Silvia Braz. Para as festas de final de ano, um dos principais momentos do seu calendário comercial, a Arezzo relançou sua tradicional coleção **#SemprePresente** - sucesso em vendas de itens presenteáveis e festivos.



BRIZZA AREZZO

A BriZZa Arezzo apresentou crescimento de 8,9% em 2022 quando comparada ao ano anterior, com um volume de 1,4 milhões de produtos vendidos.

Para a coleção de alto verão, importante período de vendas para a marca, a BriZZa Arezzo lançou uma campanha inédita com duas das maiores celebridades brasileiras: Anitta e Bruna Marquezine.

A coleção registrou performance de acordo com o esperado, e no dia do seu lançamento, as vendas dos produtos BriZZa atingiram representatividade de 20% nas vendas do e-commerce da Arezzo, comparada à uma média de 10% em períodos normalizados.

No período, a BriZZa atingiu a marca de 1.695 clientes multimarcas, demonstrando sua relevância neste canal.

SCHUTZ

Em 2022, a Schutz atingiu pela primeira vez a marca de R\$ 1,2 bilhão de faturamento, em termos globais (+34,2% vs 2021).

No quarto trimestre, a Schutz registrou receita bruta global de R\$ 326 milhões, crescimento de 8,5% vs o 4T21. No mercado interno, a receita da marca atingiu R\$ 214 milhões, +10,4% vs o 4T21.

Como destaque, o canal multimarcas registrou crescimento de 20,7% comparado ao mesmo período no ano anterior. O web commerce, por sua vez, apresentou expansão de 10,9%, mesmo sobre forte base de comparação. Já o APP, relevante fonte de tráfego orgânico do canal, registrou aumento de 21% no número de *downloads*.

Para a estação alto verão, a Schutz lançou campanha inédita estrelada pela modelo global Candice Swanepoel, e trouxe calçados e bolsas em materiais que ilustram o período mais quente do ano, como palhas e pedrarias coloridas. A coleção registrou alto engajamento nas redes sociais da Schutz.

AR&CO

No quarto trimestre de 2022, a AR&Co alcançou receita superior ao ano consolidado de 2019 - R\$ 455 milhões, 32,9% superior ao 4T21. No ano de 2022, a AR&CO atingiu o patamar histórico de R\$ 1,2 bilhão, ultrapassando as expectativas da Companhia.

Vale destacar a excelente performance das *sub labels* da Reserva que já se encontram em rápida expansão como a Reserva Go, que registrou receita de R\$ 172 milhões (+75,3%) e a Oficina com R\$ 100 milhões no ano.

Todos os canais de vendas registraram performance positiva no trimestre, com destaque para o digital, que cresceu 75,2% vs o 4T21, e o canal de franquias, com resultado 45,6% acima do ano anterior.

Como destaque, para o Natal, a Reserva e a Estrela - marca de brinquedos infantis - se juntaram para uma *collab* inédita que levou a nostalgia dos anos 80 com brinquedos clássicos da Estrela na versão Reserva. A coleção contou com roupas, acessórios e brinquedos. O número de peças vendidas cresceu 49% vs a coleção de Natal de 2021, e o faturamento 39%.



VANS
"OFF THE WALL"

A marca Vans apresentou mais um trimestre de fortes resultados. Todos os canais de vendas registraram expansão de receita acima do esperado, com destaque para os canais de franquias e lojas próprias.

No período, a Vans abriu quatro novas lojas em praças inéditas: Recife - PE, Vitória - ES, São Caetano do Sul - SP e Santos - SP.

A marca possui um plano de expansão física assertivo no Brasil, e as aberturas realizadas no ano de 2022 - duas franquias e cinco lojas próprias - demonstram seu potencial estratégico, dado os excelentes resultados do período.

ANACAPRI

No quarto trimestre, a Anacapri apresentou receita bruta de R\$ 122 milhões, forte crescimento vs o 4T21: +23,4%. Como destaque, o canal franquias registrou expansão de 25,9% vs o 4T21, em linha com o crescimento do canal multimarcas, 25,8%.

Conforme antecipado anteriormente, a marca realizou investimentos estratégicos alocados ao longo do segundo semestre que geraram excelente performance de vendas no período.

No final de 2022, ano no qual a Anacapri registrou R\$ 369 milhões de faturamento (crescimento de 26,3% vs 2021), a marca realizou 19 aberturas líquidas, totalizando 228 lojas físicas monomarca.



ALEXANDRE
BIRMAN

A Alexandre Birman registrou no quarto trimestre receita global de R\$ 68 milhões - crescimento de 35,1% vs o 4T21. No Brasil, a marca apresentou expansão de 57,8% vs o 4T21. As vendas no mercado interno já representaram 44% receita total da marca no período, demonstrando o forte ganho de *awareness* no Brasil.

O trimestre foi marcado pela continuidade na estratégia de expansão e posicionamento global da marca, através da participação na *Art Basel*, importante feira de arte que acontece anualmente em Miami, Estados Unidos.

No Brasil, a Alexandre Birman inaugurou mais uma loja - a primeira da marca na região nordeste do país - na cidade de Recife, Pernambuco. A nova loja representa a estratégia da marca em fortalecer o seu posicionamento em regiões com potencial e ainda não exploradas.

CAROL BASSI

A Carol Bassi apresentou mais um excelente trimestre com crescimento de receita.

Em continuidade ao seu plano de expansão através de lojas próprias, a Carol Bassi inaugurou quatro lojas no trimestre, sendo duas temporárias, com foco na estação de verão - CJ Shops em São Paulo e Trancoso na Bahia, e as outras duas, permanentes, nas cidades de Belo Horizonte e no Rio de Janeiro.

Vale destacar a forte performance da loja do Shopping Cidade Jardim - *flagship* da marca - que registrou 74,6% de crescimento vs o 4T21.



my SHOES

A marca My Shoes apresentou mais um período de resultados animadores. Como destaque, o canal online registrou recorde de faturamento, impulsionado principalmente pela data promocional “Black Friday”, na qual faturou mais de R\$ 1 milhão.

No ano de 2022, a marca completou o ciclo de 12 meses desde o seu relançamento. Neste ano completo, a My Shoes construiu com êxito o posicionamento desejado pela marca, e os resultados apresentados desde então demonstram o potencial da marca em seu mercado endereçável.

ALME

A Alme celebrou no último trimestre de 2022 o primeiro ano de sua jornada como carbono neutro. Com o compromisso de promover o consumo consciente, a Alme conta com produtos com análise completa do seu ciclo de vida, produzidos a partir de matérias-primas com impacto ambiental reduzido, através de uma cadeia produtiva rastreada.

A trajetória da marca, que ainda está em fase inicial, demonstra o forte compromisso da Arezzo&Co com a agenda de sustentabilidade do mercado de moda brasileiro.

Vicenza)

No início de 2023, a Arezzo&Co anunciou a aquisição da Vicenza – marca brasileira de calçados femininos.

A Vicenza atua há 30 anos no mercado de calçados. A marca foi fundada por Ariovaldo e Rafaela Furlanetto, responsáveis pela engenharia e estilo dos produtos. A Vicenza está presente em mais de 400 lojas multimarcas no Brasil, além de possuir vasta expertise no mercado de exportações – presente em mais de 50 países.

Através da sua capacidade e plataforma de execução, a Arezzo&Co enxerga diversas oportunidades de crescimento para a Vicenza em todos os canais de venda.

A Vicenza registrou um ritmo de crescimento de 30% nos últimos anos, e faturou R\$ 80 milhões em 2022.

A transação foi aprovada pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE no início mês de março de 2023.

Vale destacar que no dia 13 de março, a Vicenza abrirá sua primeira loja física (*pop-up*) no shopping JK em São Paulo, proporcionando a experiência física da marca pela primeira vez às consumidoras.



NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

No ano de 2022, a operação norte-americana da Arezzo&Co registrou faturamento recorde em sua história - R\$ 490 milhões (US\$ 95 milhões) - que representa uma expansão de 40,9% vs 2021. No quarto trimestre, alcançou receita bruta de R\$ 138 milhões, com crescimento de 10,0% vs o 4T21. Em dólares, o crescimento foi de 16,8% vs o 4T21.

As marcas apresentaram crescimento de 31,6% no canal web commerce, reforçando a crescente demanda pelas marcas Schutz e Alexandre Birman no país. Os indicadores de performance do canal refletiram o resultado positivo do canal online: a quantidade de pares vendidos cresceu 39,0%, o tráfego nos sites expandiu 52,0% e o número de pedidos apresentou crescimento de 35,0%, com expansão de 88,0% da taxa de conversão, que totalizou 1,6% no trimestre.



AREZZO
&CO

ANACAPRI | INERNO 23

PERFORMANCE DOS CANAIS



CANAIS

Sell Out – Franquias, Lojas Próprias e Web Commerce

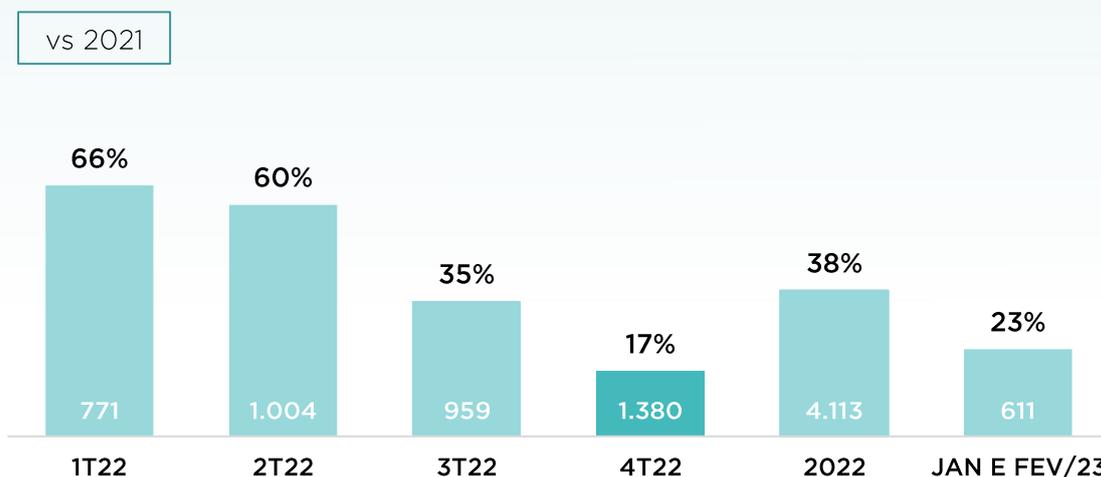
O *sell out* DTC (Lojas Próprias + Franquias + *Web Commerce*), atingiu patamar recorde no 4T22, totalizando R\$ 1,4 bilhão, e mesmo sobre forte base de comparação, registrou crescimento de 17,1% vs o 4T21. O *sell out* consolidado do ano de 2022 foi de R\$ 4,1 bilhões, +38,1% vs 2021.

Dentre os canais de vendas de *sell out*, destacou-se o *web commerce*, com o crescimento expressivo de 41,3%. Já as lojas físicas (franquias + lojas próprias) registraram a marca histórica de *sell out* em um trimestre de R\$ 1,0 bilhão, crescimento de 10,9% vs o 4T21.

Todas as marcas da Companhia apresentaram crescimento de *sell out* no quarto trimestre. A AR&CO novamente apresentou forte patamar de crescimento, 38,6% vs o 4T21, seguida da Anacapri, que cresceu 23,4% quando comparada ao mesmo período no ano anterior.

Nos primeiros meses de 2023 – janeiro e fevereiro – a performance de venda seguiu a boa tendência do quarto trimestre, alcançando 22,8% de crescimento de *sell out*.

Crescimento Sell Out Arezzo&Co + AR&Co (Franquias, Lojas Próprias e Web Commerce)



R\$1,4BI
SELL OUT DTC
RECORDE
NO 4T22

+17%
CRESCIMENTO
DE SELL OUT
vs 4T21

+23%
CRESCIMENTO
DE SELL OUT
EM JANEIRO E
FEVEREIRO 23

CANAIS

Monomarca – Franquias e Lojas Próprias

Os canais físicos monomarca da Companhia registraram o crescimento combinado de 17,3% trimestre. O canal de lojas próprias, que representou 27,4% da receita bruta da Companhia no período, destacou-se, com crescimento expressivo de 35,4% comparado ao quarto trimestre de 2021. Já o canal de franquias apresentou performance em linha com o ano anterior, com crescimento de 1,3% vs o 4T21. Vale destacar que os canais monomarca possuem bases fortes de comparação no período.

A performance do canal de lojas próprias foi impulsionada, principalmente, pelas marcas Vans, Reserva e Arezzo, que apresentaram resultado superior ao 4T21 de, respectivamente, 50,4%, 24,5% e 17,7%.

No ano de 2022, os canais monomarca - franquias e lojas próprias -, apresentaram patamar similar de receita bruta: R\$ 1,2 bilhão (franquias) e R\$ 1,1 bilhão (lojas próprias), representando, juntos, aproximadamente 50% do faturamento da Companhia no mercado interno.

Multimarcas

No trimestre, o canal multimarcas registrou receita de R\$ 376 milhões, 25,5% acima do 4T21. O ano de 2022 foi marcado por resultados expressivos no canal, que foi responsável por 27,4% da receita total da Companhia no mercado interno, totalizando R\$ 1,3 bilhão (+44,2% vs o 2021).

A performance positiva se estendeu por todas as marcas, que registraram crescimento de duplo dígito no quarto trimestre. A marca Reserva apresentou crescimento de 39,9% vs o 4T21. As marcas Anacapri e Schutz também registraram fortes resultados: +25,8% e +20,7%, respectivamente.

No quarto trimestre de 2022, as marcas da Companhia foram distribuídas através de 7.953 pontos de vendas, crescimento de 17,2% ante o 4T21.

Web Commerce

O canal *web commerce* da Companhia registrou R\$ 350 milhões de receita bruta no trimestre, crescimento de 26,8% vs o mesmo período do ano anterior. No ano de 2022, o canal online totalizou R\$ 1,1 bilhão de receita bruta, crescimento de 33,4% ante 2021. Vale ressaltar o crescimento expressivo do *web commerce*, apesar da forte base de comparação.

As marcas que se destacaram em termos de performance do canal online no período vs o 4T21 foram a Reserva (+75,2%), Alexandre Birman (+44,2%), Vans (+43,7%) e Arezzo (+22,7%).

As vendas através dos aplicativos das marcas do grupo estão em crescente expansão, e totalizaram R\$ 208 milhões no trimestre (+292,3% vs o 4T21). A quantidade de *downloads* dos APPs cresceu 101,8% ante o 4T21, demonstrando a relevância do aumento na base de usuários.

CANAIS

Evolução *Sell Out Web Commerce*

Arezzo&CO e AR&Co

Valores em R\$ MM



Transformação Digital

O *sell out* realizado através das ferramentas digitais e do canal *web commerce* totalizaram a marca recorde de R\$ 2,4 bilhões no ano de 2022. As vendas via ferramentas digitais representaram 47,0% do *sell out* das lojas físicas no período. A performance das ferramentas “entregue pela loja” e “retire na loja” destacaram-se no trimestre e, juntas, registraram crescimento de 141,8% vs o 4T21.

A receita influenciada pelo APP da vendedora, ferramenta proprietária do grupo, totalizou no período R\$ 343 milhões, expansão de 48,6% ante o 4T21. Em 2022, o faturamento atingiu R\$ 1 bilhão. O alto patamar da receita de vendas convertidas através da utilização da ferramenta pelo time de vendas reforça a solidez da integração de canais da Arezzo&Co. Os contatos realizados via WhatsApp ultrapassaram 25 milhões no ano de 2022.

Receita Digital Grupo Arezzo&Co

Receita Ferramentas Digitais + APP Da Vendedora (Proprietário)

Valores em R\$ MM



R\$1,1BI
SELL OUT WEB
COMMERCE (LTM)

R\$1,3BI
RECEITAS DIGITAIS
(LTM)

R\$2,4 BI
SELL OUT WEB +
FERRAMENTAS
DIGITAIS (LTM)

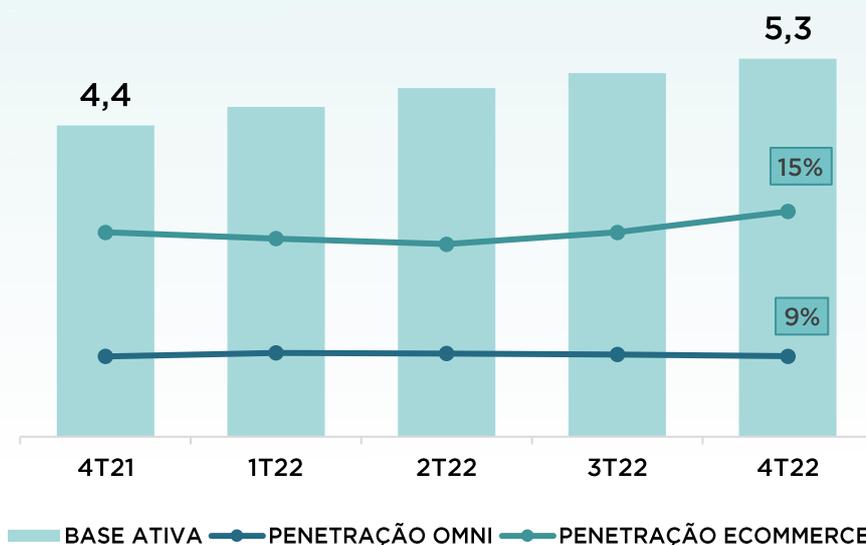
CANAIS

Transformação Digital

Clientes

- Volume recorde de clientes na base ativa da Arezzo&Co no trimestre: 5,3 milhões, expansão de 22% no trimestre.
- A base ativa de clientes online (apenas e-commerce) cresceu 42% vs o 4T21;
- 15% dos clientes compram apenas no canal online;
- 9% dos clientes são *omnichannel* (compram no físico e no online).
- A quantidade dos clientes OMNI cresceu 22% vs o 4T21, e resultou em um aumento de receita de 37% nas vendas destes;
- Os clientes OMNI apresentaram alta frequência de compra no período, sendo 2,1x maior que a frequência geral.

Valores em R\$ MM



+22%
CLIENTES OMNI

+37%
RECEITA OMNI

+2,1x
MAIOR FREQUÊNCIA

*Dados 4T22 vs 4T21

REDE MONOMARCA

A Companhia encerrou o quarto trimestre de 2022 com 1.013 lojas, sendo 1.002 no Brasil e 11 no exterior, considerando todas as marcas do grupo.

No quarto trimestre, a Arezzo&Co abriu 50 lojas líquidas conforme o plano de expansão da Companhia. As aberturas foram concentradas nas marcas da AR&CO (22), Anacapri (11), Arezzo (8), Vans (4), Carol Bassi (3), Alexandre Birman (1) e My Shoes (1).

No ano de 2022, a Companhia ultrapassou o marco de 1.000 lojas físicas, e realizou aberturas líquidas de 72 lojas físicas, dentre estas 41 franquias e 31 lojas próprias.

Histórico de lojas	4T21	1T22	2T22	3T22	4T22
Área de venda ^{1,3} - Total (m ²)	64.182	64.172	65.904	66.406	69.607
Área de venda - franquias (m ²)	47.844	47.378	47.901	47.996	49.660
Área de venda - lojas próprias ² (m ²)	16.337	16.795	18.002	18.410	19.946
Total de lojas no Brasil	930	914	939	952	1.002
Número de franquias	776	766	776	783	817
Arezzo	433	431	430	431	439
Schutz	64	62	62	62	62
Anacapri	207	204	210	215	226
Fiever	1	-	-	-	-
Alme	2	-	-	-	-
Vans	12	12	12	12	14
AR&CO	57	57	62	63	75
My Shoes	-	-	-	-	1
Número de lojas próprias	154	148	163	169	185
Arezzo	18	17	18	18	18
Schutz	20	20	22	22	22
Alexandre Birman	8	8	10	11	12
Anacapri	2	2	2	2	2
Fiever	2	2	2	2	2
Alme	2	2	2	2	2
Vans	13	13	16	16	18
AR&CO	89	82	89	94	104
Carol Bassi	-	2	2	2	5
Total de lojas no Exterior	11	11	11	11	11
Número de franquias	6	6	6	6	6
Número de lojas próprias⁴	5	5	5	5	5

(1) Inclui metragens das lojas no exterior

(2) Inclui vinte lojas do tipo Outlets cuja área total é de 3.635 m²

(3) Inclui metragens de lojas ampliadas

(4) Inclui 3 lojas da marca Schutz sendo (i) Nova York na Madison Avenue, (ii) Miami no Shopping Aventura e (iii) Los Angeles na rua Beverly Drive. Inclui também 2 lojas da marca Alexandre Birman sendo (i) Nova York na Madison Avenue e (ii) Miami no Shopping Bal Harbour.

**AREZZO
&CO**

ALEXANDRE BIRMAN | TALES OF ITAPUÁ COLLECTION

INDICADORES FINANCEIROS

LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

A Companhia apresentou lucro bruto de R\$ 705 milhões no quarto trimestre (+19,3% vs o 4T21), e margem bruta de 53,8%, patamar estável vs o 4T21.

No período, a margem bruta foi impactada de forma positiva pelo aumento da representatividade do canal de lojas próprias no mix de receita, além do crescimento das vendas *full price*, e negativamente pelo aumento da receita de itens remarcados no web commerce, impactado pelo crescimento do *sell out* no período de Black Friday.

DESPESAS OPERACIONAIS AJUSTADAS

O quarto trimestre do ano foi marcado por fortes resultados, assim como o ano consolidado de 2022. A Arezzo&Co continuou alocando seus investimentos de forma diligente nos pilares estratégicos que sustentam este crescimento acelerado. Vale destacar que assim como em 2021, a Companhia superou suas metas, resultando assim em um maior pagamento de remuneração variável.

Em adição aos investimentos para o crescimento de vendas e novas marcas, a Companhia permanece diligente aos custos fixos e operacionais, com objetivo contínuo de alavancagem de sua margem EBITDA.

Despesas Comerciais Ajustadas

No quarto trimestre de 2022, as despesas comerciais ajustadas da Arezzo&Co totalizaram R\$ 424 milhões, crescimento de 39,8% vs 2021. Dentre os fatores que influenciaram este aumento, destacam-se os investimentos nas marcas core e projetos estratégicos - principalmente em marketing -, e o crescimento acelerado da AR&Co e o aumento no número de lojas próprias.

- i. As despesas de lojas próprias e *web commerce* (canais de *sell out*) da Arezzo&Co totalizaram R\$ 184 milhões - aumento de 14,5%. A receita bruta dos dois canais combinados cresceu 31,3% vs o 4T21, superior ao aumento das despesas. Dentre os principais impactos, destacam-se os custos relacionados à operação das lojas próprias, em linha com a estratégia de crescimento da Arezzo&Co. No 4T22, a Companhia abriu 31 lojas próprias (vs 4T21) - aberturas que impactaram diretamente o crescimento das despesas comerciais no trimestre. Por sua vez, o canal *web commerce* também impactou a linha, principalmente por despesas de natureza variável - *marketing* digital e fretes.

DESPESAS OPERACIONAIS AJUSTADAS

ii. As despesas de Vendas, Logística e Suprimentos da Arezzo&Co totalizaram R\$ 240 milhões no trimestre – crescimento de 68,4% vs o 4T21. Dentre os fatores que contribuíram para a expansão no período, destacam-se os investimentos em marketing, principalmente nas campanhas de alto verão, que resultaram em uma excelente performance de vendas. Os investimentos na operação da AR&CO também influenciaram o crescimento das despesas, tendo em vista sua contínua e acelerada expansão. Vale destacar que o maior pagamento de remuneração variável dada a superação das metas da Companhia também impactou a linha.

As despesas de Vendas, Logística e Suprimentos nos Estados Unidos totalizaram R\$ 48 milhões no período, crescimento de 29,6% vs o 4T21. É importante ressaltar que a operação norte-americana registrou bons níveis de crescimento de receita no período, apesar do cenário macroeconômico desafiador no país. A Arezzo&Co permanece diligente em relação à alocação dos investimentos na operação norte-americana, visando sua expansão atrelada a manutenção do patamar de *breakeven*.

Despesas Gerais e Administrativas Ajustadas

No quarto trimestre, as despesas gerais e administrativas ajustadas da Companhia totalizaram R\$ 93 milhões, queda de 7,0% vs o 4T21. Como destaque, os ajustes nos custos fixos da operação norte-americana contribuíram para a redução no período.

EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADA

O EBITDA ajustado da Companhia no quarto trimestre totalizou R\$ 191 milhões, crescimento de 3,0% vs o 4T21, e margem EBITDA ajustada de 14,6%.

Dentre principais fatores que contribuíram de forma positiva na margem EBITDA no trimestre, destaca-se a forte performance de vendas, com faturamento recorde em um trimestre - R\$ 1,6 bilhão, e a recuperação do patamar de *breakeven* na operação norte-americana. Em contrapartida, os investimentos em marketing nas marcas – realizados de forma diligente ao planejamento estratégico - e o maior pagamento de remuneração variável devido o atingimento de metas da Companhia, impactaram negativamente a margem.

	EBITDA 4T22			EBITDA 4T21		
	&Co	Brasil	EUA	&Co	Brasil	EUA
Receita Líquida	1.311,4	1.200,3	111,1	1.093,0	992,1	100,8
EBITDA Ajustado	190,9	189,4	1,4	185,3	176,5	8,8
Mg. EBITDA Ajustada	14,6%	15,8%	1,3%	17,0%	17,8%	8,7%

Valores em R\$ MM // Valores de acordo com a adoção do IFRS 16 / CPC 06 (R2)

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA AJUSTADA

A Companhia apresentou lucro líquido ajustado de R\$ 103 milhões no quarto trimestre, crescimento de 7,1% vs o 4T21, e margem líquida de 7,8%.

No período, o lucro líquido foi impactado positivamente pelo resultado operacional da Arezzo&Co, e negativamente pelo resultado financeiro, devido ao crescimento das despesas financeiras decorrente principalmente do impacto do arrendamento vinculado aos contratos de aluguel.

ROIC - RETORNO SOBRE O CAPITAL INVESTIDO

O retorno sobre o capital investido (ROIC) ajustado - ou seja, desconsiderando o ágio proveniente das últimas aquisições da Arezzo&Co (AR&CO, Carol Bassi e BAW), bem como créditos extemporâneos e elementos de caráter não recorrente - atingiu 28,4%. É importante ressaltar que o ROIC é um dos KPIs mais importantes analisados pela administração da Arezzo&Co.

O ROIC contábil atingiu o patamar de 20,2% no 4T22. Destaca-se o crescimento do NOPAT em 22,4% ante o 4T21 como fator que contribuiu positivamente para o forte resultado. Em contrapartida, os estoques impactaram de forma negativa o capital de giro do período, devido ao crescimento da participação da categoria de vestuário - que possui dinâmica diferente - no mix da Companhia.

Resultado Operacional	4T22 Contábil	4T22 Ajustado	4T21	Δ 22 x 21 (%)
EBIT (LTM)	550.127	495.360	468.524	5,7%
+ IR e CS (LTM)	(50.333)	(41.311)	(60.134)	(31,3%)
NOPAT (LTM)	499.794	454.049	408.390	11,2%
Capital de giro¹	737.847	737.847	416.694	77,1%
Contas a receber	867.582	867.582	790.302	9,8%
Estoques	772.060	772.060	450.487	71,4%
Fornecedores	(671.662)	(671.662)	(574.713)	16,9%
Outros	(230.133)	(230.133)	(249.382)	(7,7%)
Ativo permanente	1.958.156	976.712	1.421.648	(31,3%)
Outros ativos de longo prazo²	198.393	198.393	207.667	(4,5%)
Capital empregado	2.894.396	1.912.952	2.046.009	(6,5%)
Média do capital empregado³	2.470.203	1.597.537	1.782.411	(10,4%)
ROIC⁴	20,2%	28,4%	22,9%	

(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.

INVESTIMENTOS - CAPEX

Os investimentos em CAPEX da Companhia totalizaram R\$ 73 milhões no 4T22 - crescimento de 13,4% -, com destaque para as seguintes frentes:

- Lojas
 - Investimento em novas lojas das marcas AR&CO, Carol Bassi, Vans e Alexandre Birman;
 - Reforma e expansão de lojas próprias.
- Corporativo
 - *Squads* - projetos de melhorias e desenvolvimento de tecnologias proprietárias;
 - Ampliação do Centro de Distribuição no Espírito Santo.
- Outros
 - Aquisição de maquinário para as novas fábricas.

Sumário de investimentos	2022	2021	Δ 22 x 21 (%)	4T22	4T21	Δ 22 x 21 (%)
CAPEX total	233.143	168.881	38,1%	72.607	64.044	13,4%
Lojas - expansão e reformas	93.373	88.007	6,1%	28.097	42.063	(33,2%)
Corporativo	117.434	65.474	79,4%	38.290	16.513	131,9%
Outros	22.336	15.400	45,0%	6.220	5.468	13,8%

POSIÇÃO DE CAIXA E ENDIVIDAMENTO

A Companhia encerrou o 4T22 com caixa líquido de R\$ 75 milhões. No período, destacam-se:

- **Posição de caixa de R\$ 476 milhões;**
- Endividamento total de R\$ 402 milhões, ante R\$ 535 milhões no 4T21;
- Relação Caixa Líquido/EBITDA de 0,1x.

Posição de Caixa e Endividamento	4T22	3T22	4T21
Caixa e Equivalentes de Caixa	476.434	546.122	262.559
Dívida total	401.873	411.486	534.594
Curto prazo	392.254	401.433	496.861
% dívida total	97,6%	97,6%	92,9%
Longo prazo	9.619	10.053	37.733
% dívida total	2,4%	2,4%	7,1%
Caixa Líquido	74.561	134.636	(272.035)
Caixa Líquido/EBITDA	0,1x	0,2x	-0,5x

BALANÇO PATRIMONIAL

Ativo	4T22	3T22	4T21
Ativo circulante	2.383.445	2.291.856	1.646.786
Caixa e equivalentes de caixa	28.826	74.933	33.750
Aplicações financeiras	447.608	471.189	228.809
Contas a receber de clientes	867.582	722.016	790.302
Estoques	772.060	755.060	450.487
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	13.678	183.431	2.579
Outros Impostos a recuperar	187.534	0	71.273
Outros créditos	66.157	85.227	68.230
Instrumentos financeiros - derivativos	0	0	1.356
Ativo não circulante	2.275.819	2.144.565	1.719.540
Realizável a longo Prazo	317.663	307.184	297.892
Contas a receber	330	1.927	4.276
Imposto de renda e contribuição social diferidos	119.270	97.542	90.225
Instrumentos financeiros - derivativos	0	0	6.427
Depósitos judiciais	81.108	64.942	54.390
Impostos a recuperar	102.550	127.954	127.635
Outros valores a receber	14.405	14.819	14.939
Propriedades para Investimento	3.162	3.162	2.862
Imobilizado	691.582	586.250	403.868
Intangível	1.263.412	1.247.969	1.014.918
Total do ativo	4.659.264	4.436.421	3.366.326

Passivo	4T22	3T22	4T21
Passivo circulante	1.635.360	1.501.072	1.519.000
Empréstimos e financiamentos	392.254	401.433	496.861
Arrendamento	89.648	72.314	57.017
Fornecedores	671.662	637.508	574.713
Outras obrigações	481.796	389.817	390.409
Passivo não circulante	369.311	320.468	255.320
Empréstimos e financiamentos	9.619	10.053	37.733
Outras obrigações	68.917	67.580	35.204
Arrendamento	284.889	236.822	174.879
Outros valores a pagar	2.465	2.510	2.010
Impostos Diferidos	3.421	3.503	5.441
Receitas Diferidas	0	0	53
Patrimônio líquido atribuível aos acionistas controladores	2.653.792	2.614.130	1.590.580
Capital social	1.671.716	1.671.716	811.284
Reserva de capital	176.094	161.596	196.925
Reservas de lucros	814.396	541.478	541.478
Ajuste de avaliação patrimonial	-8.414	-8.674	-9.107
Resultado do período	0	248.014	0
Dividendos adicionais propostos	0	0	50.000
Total do patrimônio líquido	2.654.593	2.614.881	1.592.006
Participação de não controladores	801	751	1.426
Total do passivo e patrimônio líquido	4.659.264	4.436.421	3.366.326

DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

DRE	2022	2021	Var.%	4T22	4T21	Var.%
Receita operacional líquida	4.233.726	2.923.827	44,8%	1.311.413	1.092.950	20,0%
Custo dos produtos vendidos	(1.950.092)	(1.385.147)	40,8%	(606.428)	(502.252)	20,7%
Lucro bruto	2.283.634	1.538.680	48,4%	704.985	590.698	19,3%
Receitas (despesas) operacionais:	(1.733.505)	(1.070.155)	62,0%	(566.105)	(445.647)	27,0%
Comerciais	(1.489.371)	(884.411)	68,4%	(472.497)	(329.971)	43,2%
Administrativas e gerais	(330.240)	(316.217)	4,4%	(104.172)	(112.548)	-7,4%
Outras receitas operacionais, líquidas	86.106	130.473	-34,0%	10.564	(3.128)	-437,7%
Lucro antes do resultado financeiro	550.129	468.525	17,4%	138.880	145.051	-4,3%
Resultado Financeiro	(77.258)	(64.671)	19,5%	(37.716)	(24.513)	53,9%
Lucro antes do IR e CS	472.871	403.854	17,1%	101.164	120.538	-16,1%
Imposto de renda e contribuição social	(50.333)	(60.134)	-16,3%	5.419	(16.620)	-132,6%
Corrente	(81.398)	(64.286)	26,6%	(16.391)	(22.857)	-28,3%
Diferido	31.065	4.152	648,2%	21.810	6.237	249,7%
Lucro líquido do período	422.538	343.720	22,9%	106.583	103.918	2,6%
Resultado atribuído aos:						
Acionistas controladores	424.709	345.234	23,0%	107.012	104.133	2,8%
Acionistas não controladores	(2.171)	(1.514)	43,4%	(429)	(215)	99,5%
Lucro líquido do período	422.538	343.720	22,9%	106.583	103.918	2,6%

FLUXO DE CAIXA

DFC	2022	2021	4T22	4T21
Das atividades operacionais				
Lucro líquido	422.538	343.720	106.583	103.918
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	227.398	97.357	68.943	68.686
Depreciações e amortizações	166.030	105.748	59.765	30.869
Rendimento de aplicação financeira	(54.439)	(13.127)	(13.070)	(3.470)
Encargos financeiros e variação cambial sobre financiamentos	4.605	34.056	(9.166)	11.309
Imposto de renda e contribuição social	50.333	60.134	(5.419)	16.622
Outros	60.869	(89.454)	36.833	13.356
Decréscimo (acrécimo) em ativos				
Contas a receber de clientes	(58.699)	(197.157)	(142.213)	(182.762)
Estoques	(310.601)	(166.683)	(13.275)	(3.528)
Impostos a recuperar	(19.662)	(9.295)	13.948	1.353
Variação de outros ativos	(4.600)	(50.568)	11.533	(14.022)
Depósitos judiciais	(26.262)	(23.420)	(16.166)	(3.180)
(Decréscimo) acréscimo em passivos				
Fornecedores	90.296	183.093	34.152	118.587
Obrigações trabalhistas	(33.000)	1.470	(12.502)	(3.816)
Obrigações fiscais e sociais	(29.198)	31.101	12.869	37.615
Variação de outros passivos	(20.923)	62.393	37.585	27.908
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(80.169)	(11.549)	(9.364)	(7.313)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(18.867)	(18.524)	(9.290)	(6.573)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	138.251	241.938	82.803	136.873
Das atividades de investimento				
Resultado da venda de imobilizado e intangível	-	1.472	-	1.037
Aquisições de imobilizado e intangível	(233.143)	(168.881)	(72.607)	(64.044)
Aplicações financeiras	(4.080.007)	(2.214.275)	(1.087.026)	(606.549)
Resgate de aplicações financeiras	3.895.637	2.517.233	1.119.759	627.705
Aquisição de controlada, líquido do caixa obtido na aquisição	(89.735)	(146.321)	(600)	(50.000)
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	(507.248)	(10.772)	(40.474)	(91.851)
Das atividades de financiamento				
Captações de empréstimos e financiamentos	214.941	128.180	26.621	-
Pagamentos de empréstimos	(336.067)	(243.386)	(17.773)	(38.400)
Contraprestação de arrendamento	(105.422)	(75.529)	(48.078)	(20.491)
Pagamento de dividendos e JCP	(179.683)	(32.172)	(50.000)	-
Créditos (débitos) com sócios	-	1.000	-	-
Recursos Provenientes de emissão de ações	833.794	-	-	-
Gastos na emissão de ações	(40.760)	-	39	-
Recuperação de ações	(26.057)	(14.175)	-	(3.009)
Recursos provenientes do exercício de opções de ações	1.680	2.569	-	2.569
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	362.426	(233.513)	(89.191)	(59.331)
Aumento (redução) das disponibilidades	(6.572)	(2.347)	(46.863)	(14.309)
Disponibilidades				
Efeito Da Variação Cambial Sobre O Caixa E Equivalentes De Caixa	1.648	(2.200)	756	(988)
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	33.750	38.297	74.933	49.047
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	28.826	33.750	28.826	33.750
Aumento (redução) das disponibilidades	(6.572)	(2.347)	(46.863)	(14.309)

house of brands



Brizza



Vicenza



Schutz



Anacapri



Vans



Arezzo

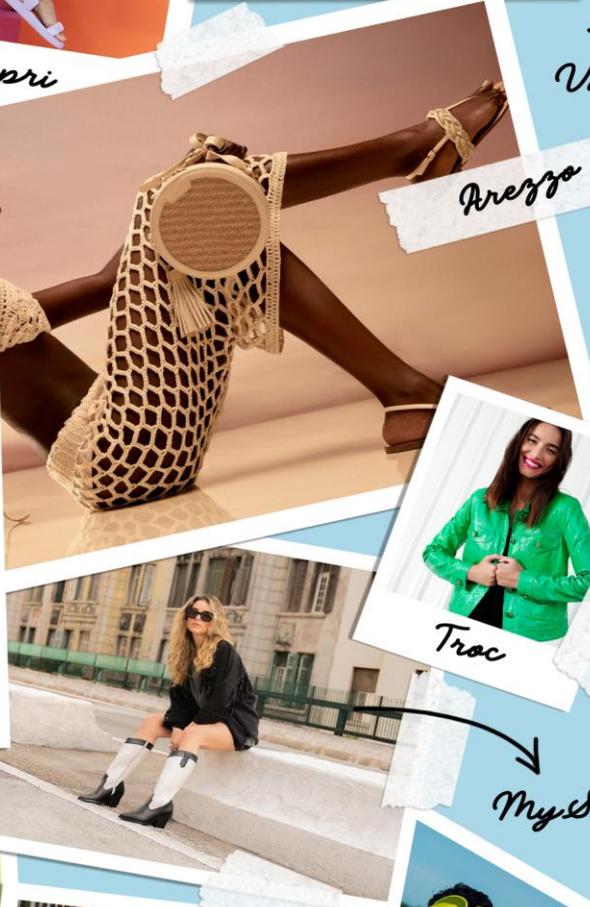
#



Alexandre Birman



Reserva



Troc

MyShoes



Baw



Bambini



Fiever



Alme



Carol Bassi



2023