

# VIDEO CONFERÊNCIA DE RESULTADOS 4T22

AREZZO  
&CO



AREZZO SCHUTZ ANACAPRI ALEXANDRE BIRMAN FEVER ALME VANS "OFF THE WALL" Reserva mySHOES Baw® TROC CAROL BASSI (Vicenza)

# BIG NUMBERS

# RESULTADO ANO 2022

- **R\$ 5,2BI** DE RECEITA BRUTA (**+43%** VS 2021)
- **R\$ 4,2BI** DE RECEITA LÍQUIDA (**+45%** VS 2021)
- **R\$ 2,3BI** DE LUCRO BRUTO (**+48%** VS 2021)
- **R\$ 657MM** DE EBITDA AJUSTADO (**+43%** VS 2021)
- **R\$ 386MM** DE LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO (**+44%** VS 2021)

## PRINCIPAIS DESTAQUES

- **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)
- **28,4%** DE ROIC AJUSTADO NO PERÍODO

# RESULTADO 4T22

- **R\$ 1,6BI** DE RECEITA BRUTA (+20% VS 2021)
- **R\$ 1,3BI** DE RECEITA LÍQUIDA (+20% VS 2021)
- **R\$ 705MM** DE LUCRO BRUTO (+19% VS 2021)
- **R\$ 191MM** DE EBITDA AJUSTADO (+3% VS 2021)
- **R\$ 103MM** DE LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO (-7% VS 2021)

## PRINCIPAIS DESTAQUES

- ABERTURA DE **50** LOJAS LÍQUIDAS - **34** LOJAS PRÓPRIAS E **16** FRANQUIAS - CONCENTRADAS 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
- **53,8%** DE MARGEM BRUTA (PATAMAR ESTÁVEL VS 4T21)
- CONTÍNUO CRESCIMENTO NO CANAL MULTIMARCAS: **R\$ 376MM** (+25% VS 4T21)
- SOLIDEZ DO ECOMMERCE: **R\$ 350MM** (+27% VS 4T21)

DESTAQUES  
**MARCAS E**  
**CANAIS**

# MARKET SHARE AREZZO&CO

TAM CALÇADO&BOLSAS  
R\$ 14,5BI

AREZZO  
SCHUTZ ANACAPRI

Go® VANS "OFF THE WALL" FIEVER  
Baw® Clothing BIRMAN  
myHOES ALME

34,8%

MARKET SHARE  
SELL OUT  
R\$ 5,0BI

TAM VEST. MASC.  
R\$ 20,5BI

Reserva

VANS "OFF THE WALL" Baw® Clothing

Oficina RESERVA

4,5%

MARKET SHARE  
R\$ 0,9BI  
SELL OUT

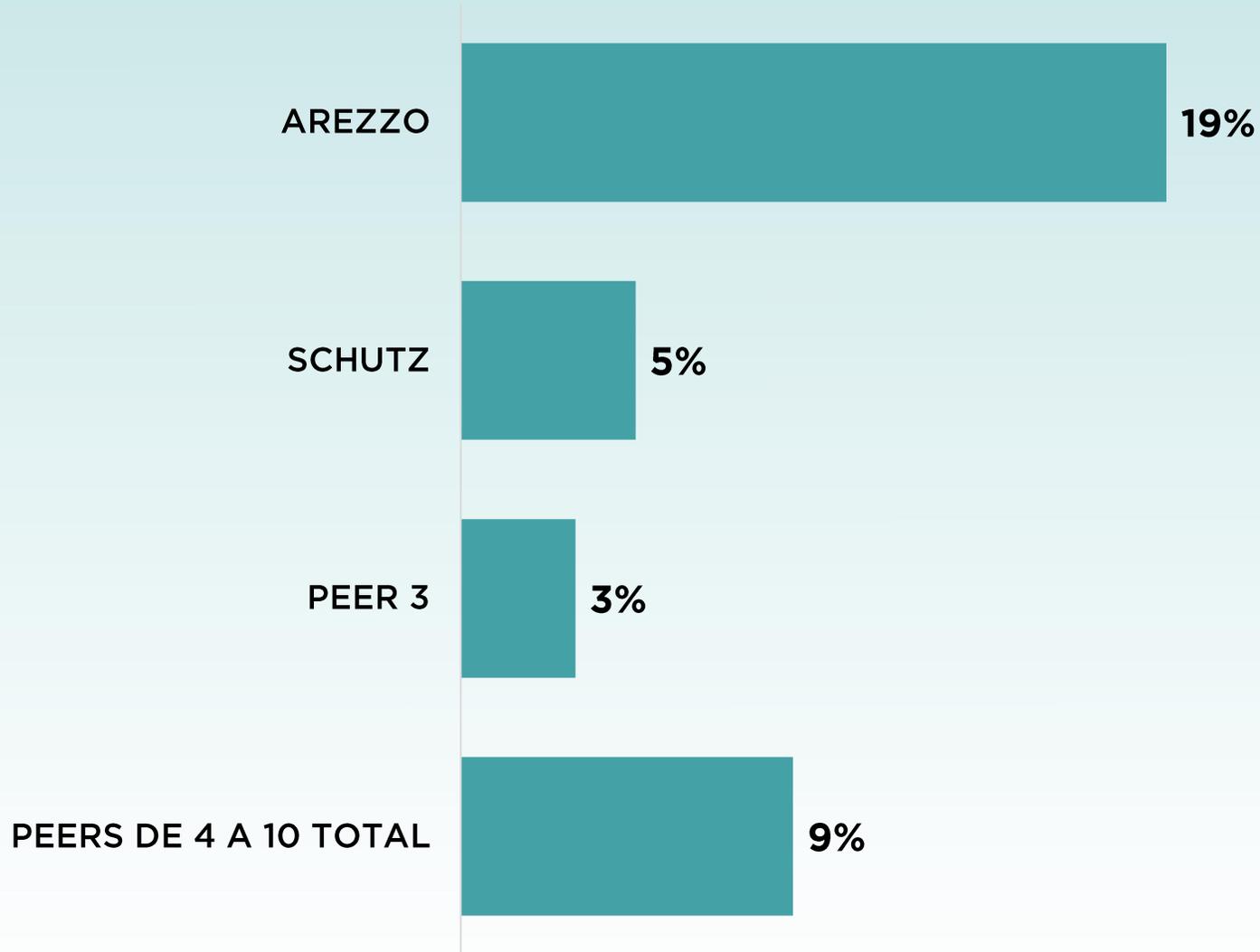
TAM VEST. FEM  
R\$ 34,5BI

VANS "OFF THE WALL"  
CAROL BASSI  
SCHUTZ  
Baw® Clothing

0,6%

MARKET SHARE  
R\$ 0,2BI  
SELL OUT

# TOP OF MIND



ANTES DE ESTIMULAR, QUAIS  
MARCAS FORAM CITADAS DE  
FORMA ESPONTÂNEA?

19%

TOP OF MIND DE AREZZO

AREZZO SE DESTACA COMO A  
MARCA MAIS LEMBRADA ENTRE  
TODAS DE CALÇADOS FEMININOS

# DESTAQUES MARCAS E CANAIS

## AREZZO

4T22	2022
- RECEITA: <b>R\$382MM</b>	<b>R\$ 1.4BI</b>
- CRESC: <b>+1,7%</b>	<b>+29,6%</b>
- % WEB / SELL OUT: <b>15,9%</b>	<b>18,0%</b>
- % OMNI / WEB: <b>17,3%</b>	<b>20,0%</b>

## SCHUTZ

4T22	2022
- RECEITA GLOBAL: <b>R\$ 326MM</b>	<b>R\$ 1.2BI</b>
- CRESCIMENTO: <b>+8,5%</b>	<b>+34,2%</b>
- RECEITA BRASIL: <b>R\$ 214MM</b>	<b>R\$ 805MM</b>
- % WEB / SELL OUT (DTC): <b>34,9%</b>	<b>38,4%</b>
- % OMNI / WEB: <b>13,0%</b>	<b>12,5%</b>

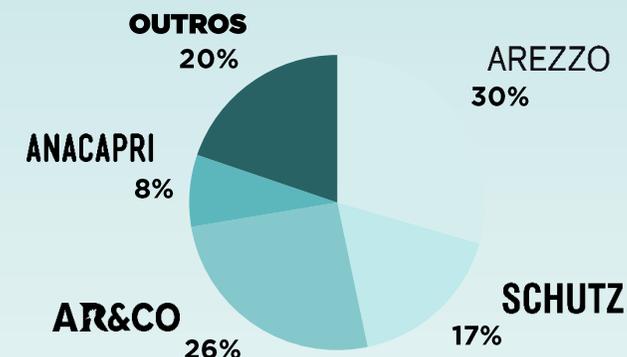
## AR&CO

4T22	2022
- RECEITA: <b>R\$455MM</b>	<b>R\$ 1.2BI</b>
- CRESC: <b>+32,9%</b>	<b>+55,7%</b>
- % WEB / SELL OUT: <b>33,9%</b>	<b>30,9%</b>
- % OMNI / WEB: <b>67,4%</b>	<b>62,4%</b>

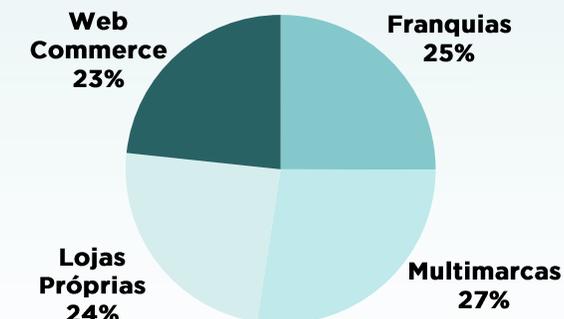
## ANACAPRI

4T22	2022
- RECEITA: <b>R\$122MM</b>	<b>R\$369MM</b>
- CRESC: <b>+23,4%</b>	<b>+26,3%</b>
- % WEB / SELL OUT: <b>12,1%</b>	<b>15,5%</b>
- % OMNI / WEB: <b>19,8%</b>	<b>17,0%</b>

## RECEITA BRUTA MARCAS 2022



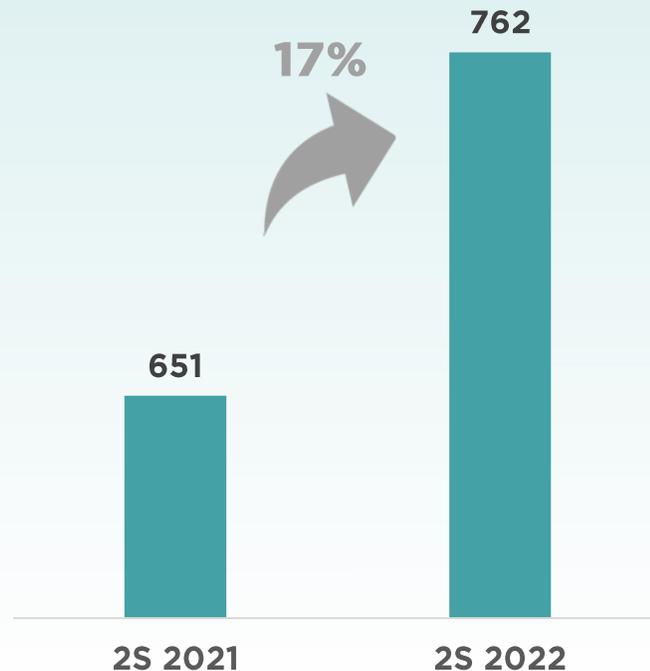
## RECEITA BRUTA CANAIS 2022



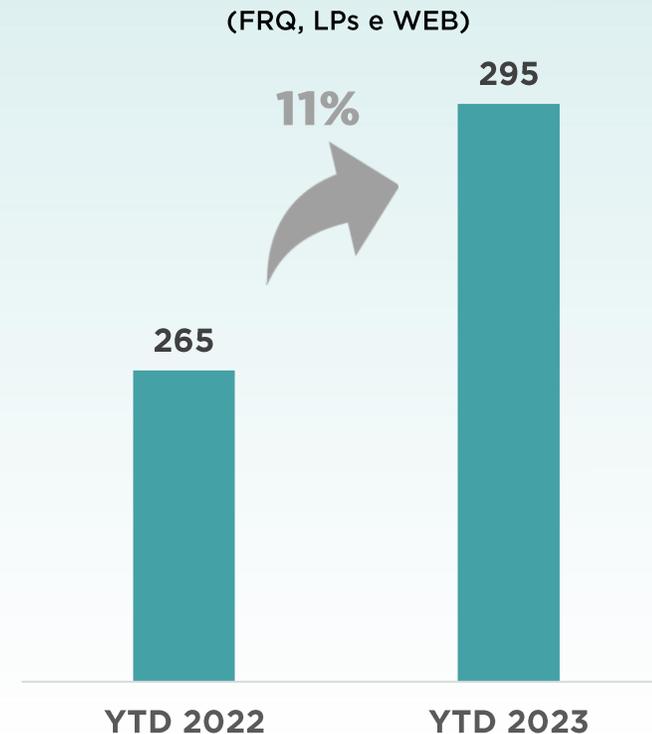
# MARCA AREZZO ENTREGA CONSISTÊNCIA E CRESCIMENTO

- A **MARCA DOBROU DE TAMANHO NOS ÚLTIMOS 10 ANOS**, INDO DE UM FATURAMENTO DE ~R\$680MM PARA ~R\$1,4BN EM 2022
- EXPURGANDO-SE O EFEITO DE DIVERGÊNCIA NO CALENDÁRIO DE VENDAS DE COLEÇÕES NOS ANOS DE 2022 E 2021, A **MARCA AREZZO CRESCEU 17% EM FATURAMENTO QUANDO COMPARADO O 2S22 VERSUS O 2S21.**

## ROB AREZZO 2S21 X 2S22 (R\$ MM)



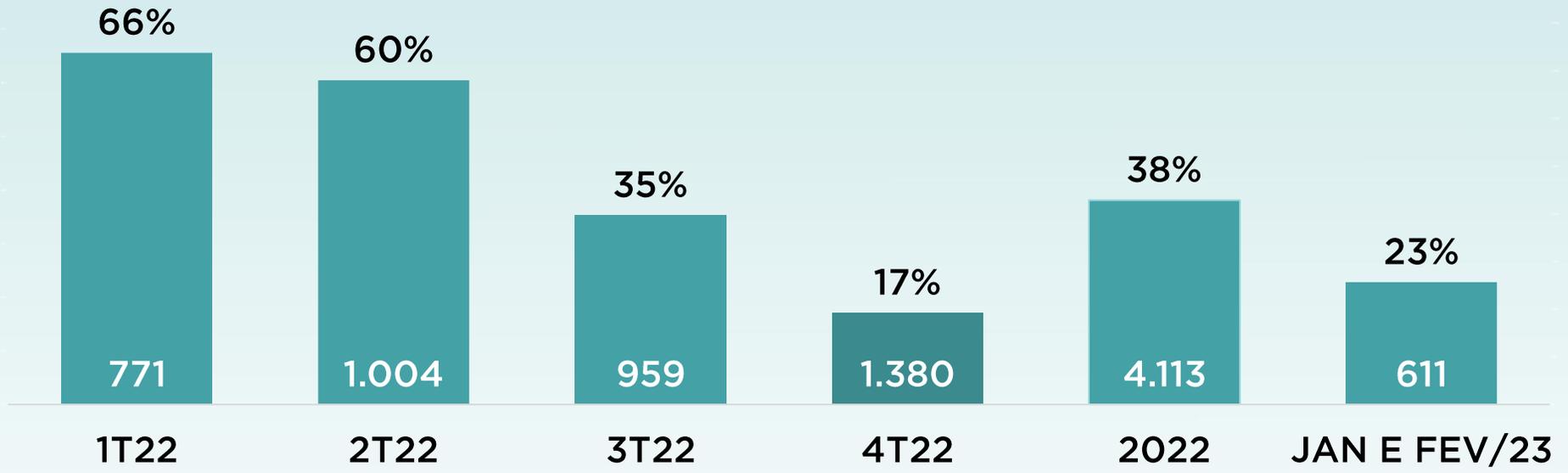
## SELL OUT AREZZO YTD 23 X 22 (R\$ MM)



# CRESCIMENTO EXPRESSIVO DE SELL OUT

LOJAS FÍSICAS + WEB COMMERCE

VS 2021



**17%**  
CRESCIMENTO NO  
4T22 VS O 4T21

**R\$4,1BI**  
SELL OUT DTC  
2022

**23%**  
CRESCIMENTO SELL  
OUT EM JANEIRO E  
FEVEREIRO DE 2023

\*NA PRIMEIRA SEMANA DE MARÇO, A AREZZO&CO REGISTROU CRESCIMENTO DE SELL OUT DE 30%.

# DESTAQUES OMNISCANALIDADE

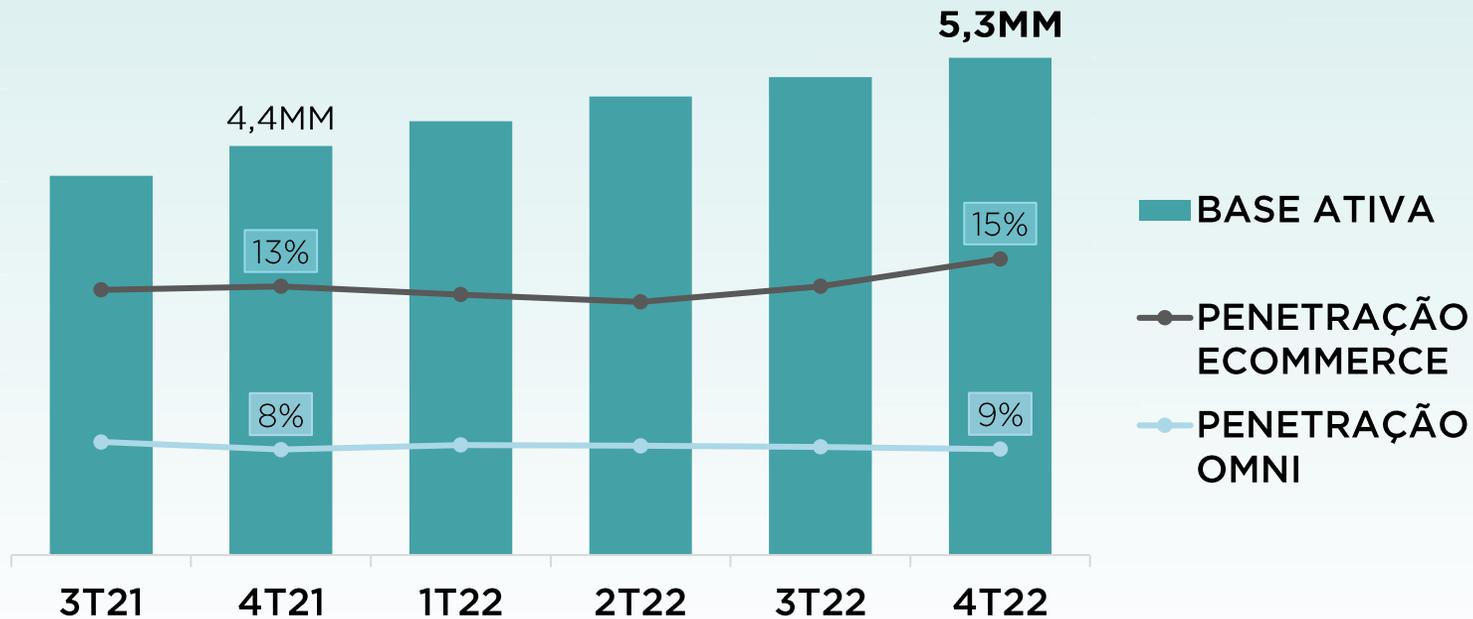
- VENDAS WEB COMMERCE
- RECEITA TOTAL **R\$350MM, +27%** VS 4T21
- CAGR DE CRESCIMENTO (2019-2022): **72%**
- RECEITA TOTAL DOS APPS **R\$101MM, +90%** VS 4T21
- **+30%** DE PARTICIPAÇÃO DOS APPS NA RECEITA
- CRESCIMENTO DE **45%** EM TICKETS DO WEB COMMERCE VS 4T21
- **89MM** TRÁFEGO TOTAL NO 4T22



# CLIENTES

**BASE ATIVA\* DE CLIENTES ONLINE RECORDE: 5,3MM;**

**9% DOS CLIENTES SÃO OMNICHANNEL (COMPRAM NO FÍSICO E NO ONLINE).**



- **+22%** DE EXPANSÃO DA BASE ATIVA;
- **+42%** DA BASE ATIVA DE CLIENTES ONLINE (COMPRAM APENAS NO E-COMMERCE);
- CLIENTES OMNI COM FREQUÊNCIA DE COMPRA **2,1x** MAIOR QUE DO QUE A GERAL;

DIRETRIZES  
**ESTRATÉGICAS**  
**2023**

# DIRETRIZES ESTRATÉGICAS 2023

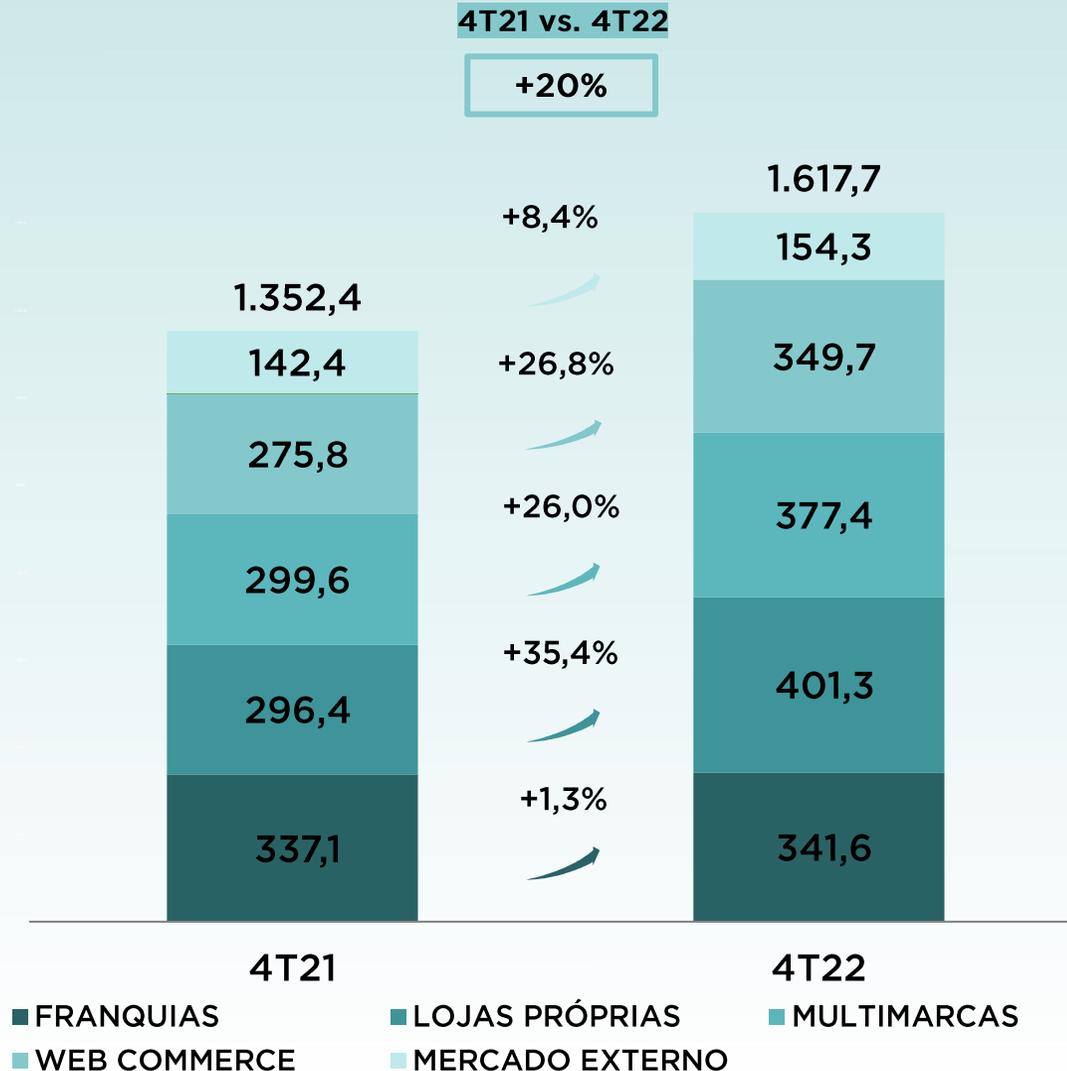
- 1. CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL E INOVAÇÃO CONTÍNUA DAS MARCAS CORE;**
- 2. EXPANSÃO DILIGENTE DO PORTFÓLIO DE MARCAS, AMPLIANDO NOSSO MERCADO ENDEREÇÁVEL;**
- 3. CONTINUIDADE DA EXPANSÃO DA AR&CO, COM SUAS *SUBLABELS*, ALGUMAS EM ESTÁGIO AVANÇADO COMO A MARCA RESERVA E A RESERVA GO, E OUTRAS EM ESTÁGIO EMBRIONÁRIO;**
- 4. AMPLIAÇÃO DO VESTUÁRIO FEMININO DENTRO DO PORTFÓLIO DO GRUPO, ATRAVÉS DO INVESTIMENTO NAS MARCAS ATUAIS - CAROL BASSI, SCHUTZ E REVERSA;**
- 5. 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.**

DESTAQUES  
**FINANCEIROS**

# RECEITA BRUTA 4T22

POR CANAL - MERCADO INTERNO E EXTERNO

(R\$ MILHÕES)



## DESTAQUES

- RECEITA BRUTA DE R\$ 1,6BI, +20% VS COM CRESCIMENTO EM TODAS AS MARCAS DO GRUPO
- CRESCIMENTO DE 8% DAS MARCAS ORGÂNICAS VS 4T21
- CRESCIMENTO DO WEB COMMERCE DE 27% VS 4T21, MANTENDO PATAMAR ELEVADO DE RECEITA NO TRIMESTRE DE R\$ 350MM
- CRESCIMENTO DO CANAL DE LOJAS PRÓPRIAS DE 35% VS 4T21, COM RECEITA NO TRIMESTRE DE R\$ 401MM

# DRE 2022 E 4T22

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

## DESTAQUES

- **LUCRO BRUTO: INCREMENTO DE MARGEM DE 110BPS NO ANO E PATAMAR ESTÁVEL NO TRIMESTRE. IMPACTO POSITIVO DO AUMENTO DA REPRESENTATIVIDADE DOS CANAIS DE SELL OUT E CRESCIMENTO DA AR&CO.**
- **EBITDA: MARGEM ESTÁVEL NO ANO E PRESSÃO DE 240BPS NO TRIMESTRE DEVIDO A INVESTIMENTOS ESTRATÉGICOS. O SG&A CONTOU COM MAIORES INVESTIMENTOS EM LOJAS PRÓPRIAS E FOCO NO DESENVOLVIMENTO DAS MARCAS.**
- **LUCRO LÍQUIDO: MARGEM LÍQUIDA ESTÁVEL NO ANO E TRIMESTRE IMPACTADO POR MAIOR JUROS SOBRE ARRENDAMENTO.**

RESULTADO OPERACIONAL	4T22 CONTÁBIL	4T22 AJUSTADO	4T21	4T19	Δ 22 X 21 (%)	Δ 22 X 19 (%)
EBIT (LTM)	550.127	495.359	468.524	223.102	5,7%	122,0%
+ IR E CS (LTM)	(50.333)	(41.311)	(60.134)	(42.787)	(31,3%)	(3,4%)
<b>NOPAT (LTM)</b>	<b>499.794</b>	<b>454.048</b>	<b>408.390</b>	<b>180.315</b>	<b>11,2%</b>	<b>151,8%</b>
<b>CAPITAL DE GIRO<sup>1</sup></b>	<b>737.847</b>	<b>737.847</b>	<b>416.694</b>	<b>419.220</b>	<b>77,1%</b>	<b>76,0%</b>
<b>CONTAS A RECEBER</b>	849.590	849.590	790.302	413.412	7,5%	105,5%
<b>ESTOQUES</b>	772.060	772.060	450.487	179.499	71,4%	330,1%
<b>FORNECEDORES</b>	(671.662)	(671.662)	(574.713)	(134.967)	16,9%	397,6%
<b>OUTROS</b>	(212.141)	(212.141)	(249.382)	(38.724)	(14,9%)	447,8%
<b>ATIVO PERMANENTE</b>	1.958.156	976.712	1.421.648	382.146	(31,3%)	155,6%
<b>OUTROS ATIVOS DE LONGO PRAZO<sup>2</sup></b>	198.393	198.393	207.667	34.756	(4,5%)	470,8%
<b>CAPITAL EMPREGADO</b>	<b>2.894.396</b>	<b>1.912.952</b>	<b>2.046.009</b>	<b>836.122</b>	<b>(6,5%)</b>	<b>128,8%</b>
<b>MÉDIA DO CAPITAL EMPREGADO<sup>3</sup></b>	<b>2.470.203</b>	<b>1.597.537</b>	<b>1.782.411</b>		<b>(10,4%)</b>	
<b>ROIC<sup>4</sup></b>	<b>20,2%</b>	<b>28,4%</b>	<b>22,9%</b>			

- **ROIC AJUSTADO DE 28,4% NO TRIMESTRE;**
- **UM DOS MAIS IMPORTANTES KPIS ANALISADOS PELA ADMINISTRAÇÃO DA AREZZO&CO;**
- **DENTRE OS FATORES RESPONSÁVEIS, DESTACAM-SE: CRESCIMENTO DO NOPAT EM 22,4% VS O 4T21;**
- **REDUÇÃO DE 24,8% NO ENDIVIDAMENTO TOTAL VS O 4T21.**

(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.

Q&A

**Q&A**

MENSAGEM  
**FINAL**

ANEXOS  
**ANEXOS**

MARCAS  
**MARCAS**

**R\$ 1,4BI**

RECEITA BRUTA EM 2022

**+30%** VS 2021

**R\$ 1,8BI**

SELL OUT DTC EM 2022

**+27%** VS 2021

DESTAQUE PARA CRESCIMENTO  
NOS CANAIS DE SELL OUT

**+23%**

NO CANAL WEB  
COMMERCE VS  
4T21

**+18%**

NO CANAL DE  
LOJAS PRÓPRIAS  
VS 4T21

**SCHUTZ**

**AREZZO  
&CO**

**R\$ 1,2BI**

FATURAMENTO  
GLOBAL EM 2022

**+34%** VS 4T21

**+21%**

CRESCIMENTO DE  
RECEITA BRUTA NO  
CANAL MULTIMARCAS

**R\$ 214MM**

RECEITA BRUTA BRASIL

**+10%** VS 4T21

**+21%**

CRESCIMENTO DE  
DOWNLOADS NO APP  
DA MARCA

**+11%**

EXPANSÃO DO WEB  
COMMERCE



**AR&CO**

**AREZZO  
&CO**

**RECEITA DO QUARTO  
TRIMESTRE SUPERIOR AO ANO  
CONSOLIDADO DE 2019**

**R\$ 455MM**

RECEITA BRUTA AR&CO 4T22

**+33%** VS 4T21

PATAMAR HISTÓRICO DE  
RECEITA BRUTA EM 2022 DE

**R\$ 1,2BI**



**ANACAPRI**

**AREZZO  
&CO**

**R\$ 369MM**

RECEITA BRUTA EM 2022

**+26%** VS 2021

**R\$ 122MM**

RECEITA BRUTA NO 4T22

**+23%** VS 4T21

**+26%**

CANAL FRANQUIAS E  
MULTIMARCAS

19 ABERTURAS LÍQUIDAS NO 4T22



**VANS**

**AREZZO  
&CO**

**EXPANSÃO DE RECEITA ACIMA DO  
ESPERADO EM TODOS OS CANAIS DE  
VENDAS**

**DESTAQUE PARA A PERFORMANCE DOS  
CANAIS DE FRANQUIAS E LOJAS PRÓPRIAS**

**ABERTURA DE QUATRO NOVAS  
LOJAS FÍSICAS NO 4T21**

**RECIFE, VITÓRIA, SÃO CAETANO  
DO SUL E SANTOS**

# VICENZA

**A VICENZA ATUA HÁ 30 ANOS NO MERCADO DE CALÇADOS;**

**FUNDADA POR ARIOVALDO E RAFAELA FURLANETTO - VASTA EXPERTISE NO SEGMENTO DE CALÇADOS;**

**PRESENTE EM MAIS DE 400 LOJAS MULTIMARCAS NO BRASIL;**

**OPORTUNIDADE DE FORTALECIMENTO NO CANAL MULTIMARCAS E EXPANSÃO NO DTC (LOJAS FÍSICAS E E-COMMERCE);**

**RITMO DE CRESCIMENTO DE 30% NOS ÚLTIMOS ANOS, COM RECEITA DE R\$ 80 MILHÕES EM 2022;**

**ABERTURA DA PRIMEIRA LOJA FÍSICA (POP-UP) NO SHOPPING JK EM SÃO PAULO NO DIA 13/MARÇO.**

**AREZZO  
&CO**



**MY SHOES**

**AREZZO  
&CO**

**RECORDE DE  
FATURAMENTO ONLINE**

**+R\$ 1MM  
FATURADOS NA  
BLACK FRIDAY**

1 ANO DO RELANÇAMENTO DA MYSHOES

ALTO POTENCIAL DA MARCA EM SEU  
MERCADO ENDEREÇÁVEL



**ALEXANDRE BIRMAN**

**AREZZO  
&CO**

**R\$ 68MM**

RECEITA BRUTA GLOBAL

**+35%** vs 4T21

FORTE GANHO DE AWARENESS NO BRASIL

**+58%**

EXPANSÃO NO  
MERCADO INTERNO

**+44%**

DE REPRESENTATIVIDADE  
NA RECEITA TOTAL



# CAROL BASSI

AREZZO  
&CO

**FORTE CRESCIMENTO DE  
RECEITA NOS CANAIS**

**EXCELENTES RESULTADOS  
NO NOVO WEB COMMERCE**

**R\$ 1MM**  
EM APENAS UM MÊS

**INAUGURAÇÃO DE QUATRO LOJAS NO  
TRIMESTRE (2 POP UPS)**

DESTAQUE PARA FORTE PERFORMANCE DA  
FLAGSHIP DA MARCA - SHOPPING CIDADE JARDIM

**+75% vs 4T21**



# PARIS TEXAS

**PRIMEIRA AQUISIÇÃO FORA DO BRASIL - ACELERAÇÃO  
INTERNACIONALIZAÇÃO DA AREZZO&CO;**

**CRIAÇÃO DE UMA PLATAFORMA GLOBAL DO MERCADO DE  
CALÇADOS DE LUXO;**

**AQUISIÇÃO DE 65% DO CAPITAL - FUNDADORES PERMANECEM  
COM 35% DO NEGÓCIO À FRENTE DA GESTÃO;**

**EXPANSÃO PARA O MERCADO NORTE-AMERICANO, NO QUAL A  
MARCA TEM GRANDE AWARENESS MAS BAIXA PENETRAÇÃO;**

**ABERTURA DE PORTAS PARA A AREZZO&CO NO MERCADO  
EUROPEU;**

**CRESCIMENTO DE 65% EM 2022 COM 15 MILHÕES DE EUROS DE  
RECEITA BRUTA, E MARGEM EBITDA DE 16,6%.**



OBRIGADO!

**#RUMOA2154**