

AREZZO **&CO**

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL
2T20

VISÃO GERAL

SEÇÃO 1

VISÃO GERAL DA COMPANHIA



R\$ 2,1 BILHÕES
RECEITA BRUTA EM 2019



+ DE 200%
VALORIZAÇÃO DAS AÇÕES DESDE IPO (2011)



R\$ 214,6 MILHÕES
RECEITA BRUTA WEB COMMERCE EM 2019



R\$ 4,4 BILHÕES
VALOR DE MERCADO (30/06/2020)



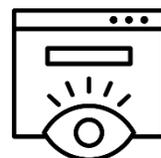
741 LOJAS
53 LOJAS PRÓPRIAS E 688 FRANQUIAS (2T20)



+ DE 10 MILHÕES
CLIENTES CADASTRADAS NA BASE DE CRM



2,0 MIL
COLABORADORES (2T20)



+ DE 74 MILHÕES
DE VISITAS NOS SITES DAS MARCAS EM 2019

PLATAFORMA DE MARCAS DE REFERÊNCIA

A AREZZO&CO É UMA COMPANHIA LÍDER NO SETOR DE CALÇADOS, BOLSAS E ACESSÓRIOS FEMININOS ATRAVÉS DE SUA PLATAFORMA DE MARCAS DE REFERÊNCIA



VISÃO GERAL DA COMPANHIA

A AREZZO&CO É UMA EMPRESA REFERÊNCIA NO VAREJO BRASILEIRO E POSSUI UM POSICIONAMENTO ÚNICO QUE ALINHA CRESCIMENTO COM ELEVADA GERAÇÃO DE CAIXA

EMPRESA LÍDER NO SETOR DE CALÇADOS, BOLSAS E ACESSÓRIOS COM PRESENÇA EM TODOS OS ESTADOS DO PAÍS

ACIONISTAS CONTROLADORES DE REFERÊNCIA NO SETOR

DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÕES COM EFICIENTE *SUPPLY CHAIN*

ASSET LIGHT: ALTA EFICIÊNCIA OPERACIONAL

FORTE GERAÇÃO DE CAIXA E ALTO CRESCIMENTO

14,5 MILHÕES DE PARES (1)

1,8 MILHÃO BOLSAS (1)

MAIS DE 3.000 PONTOS DE VENDA

~25% DE MARKET SHARE NAS CLASSES AB (2)

MAIS DE 47 ANOS DE EXPERIÊNCIA NO SETOR

AMPLO RECONHECIMENTO

11.500 MODELOS CRIADOS AO ANO

LEAD TIME MÉDIO DE 40 DIAS

MAIS DE 18 LANÇAMENTOS POR ANO

90,9% DA PRODUÇÃO OUTSOURCED

ROIC DE 25,1% NO 4T19

2.465 FUNCIONÁRIOS

CAGR DA RECEITA LÍQUIDA DE 10,6% (2015 - 2019)

CAGR DO LUCRO LÍQUIDO DE 7,9% (2015 - 2019)

CRESCENTE ALAVANCAGEM OPERACIONAL

NOTAS:

(1) DATA BASE - 2019

(2) REFERE-SE AO MERCADO BRASILEIRO DE CALÇADOS FEMININOS, BOLSAS, TÊNIS CASUAIS FEMININOS E MASCULINOS (FONTE: DADOS DA COMPANHIA). ESTIMADO PARA 2019.

HISTÓRICO DE EMPREENDEDORISMO E SUCESSO

MUDANÇAS CERTAS NA HORA CERTA MARCARAM O DESENVOLVIMENTO DA COMPANHIA

FUNDAÇÃO E ESTRUTURAÇÃO	ERA INDUSTRIAL	ERA VAREJO	ERA CORPORATIVA	EMPRESA DE REFERÊNCIA NO SETOR
<ul style="list-style-type: none"> FUNDAÇÃO EM 1972 FOCO EM PRODUTO E MARCA PRIMEIRA LOJA 	<ul style="list-style-type: none"> MODELO INDUSTRIAL VERTICALIZADO LOCALIZADO EM MG 1,5 MILHÃO DE PARES POR ANO E 2.000 FUNCIONÁRIOS 	<ul style="list-style-type: none"> FOCO NO VAREJO P&D E PRODUÇÃO NO VALE DOS SINOS - RS EXPANSÃO DAS FRANQUIAS OPERAÇÃO COMERCIAL EM SP CONCEITO FAST FASHION 	<ul style="list-style-type: none"> MARCAS ESPECÍFICAS PARA CADA PÚBLICO ALVO EXPANSÃO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO SUPPLY CHAIN EFICIENTE IPO: FEV/2011 	<ul style="list-style-type: none"> CONSOLIDAR A POSIÇÃO DE LÍDER DE MERCADO



1972

DÉCADA DE 70

DÉCADA DE 80

DÉCADA DE 90

1ª DÉCADA DE 2000

2011-2020

2154

PRIMEIRA FÁBRICA DE SAPATOS MASCULINOS



PRIMEIRO MODELO DE SAPATO DE SUCESSO NACIONAL

ABERTURA DA FLAGSHIP STORE NA OSCAR FREIRE



SCHUTZ OSCAR FREIRE

FUSÃO

2007

AREZZO SCHUTZ

PARCERIA ESTRATÉGICA

2007

TARPON INVESTIMENTOS

LANÇAMENTO DAS MARCAS

2008

2009

ANACAPRI BIRMAN

EXPANSÃO INTERNACIONAL

2012

SCHUTZ BIRMAN

LANÇAMENTO DAS MARCAS

2015

2018

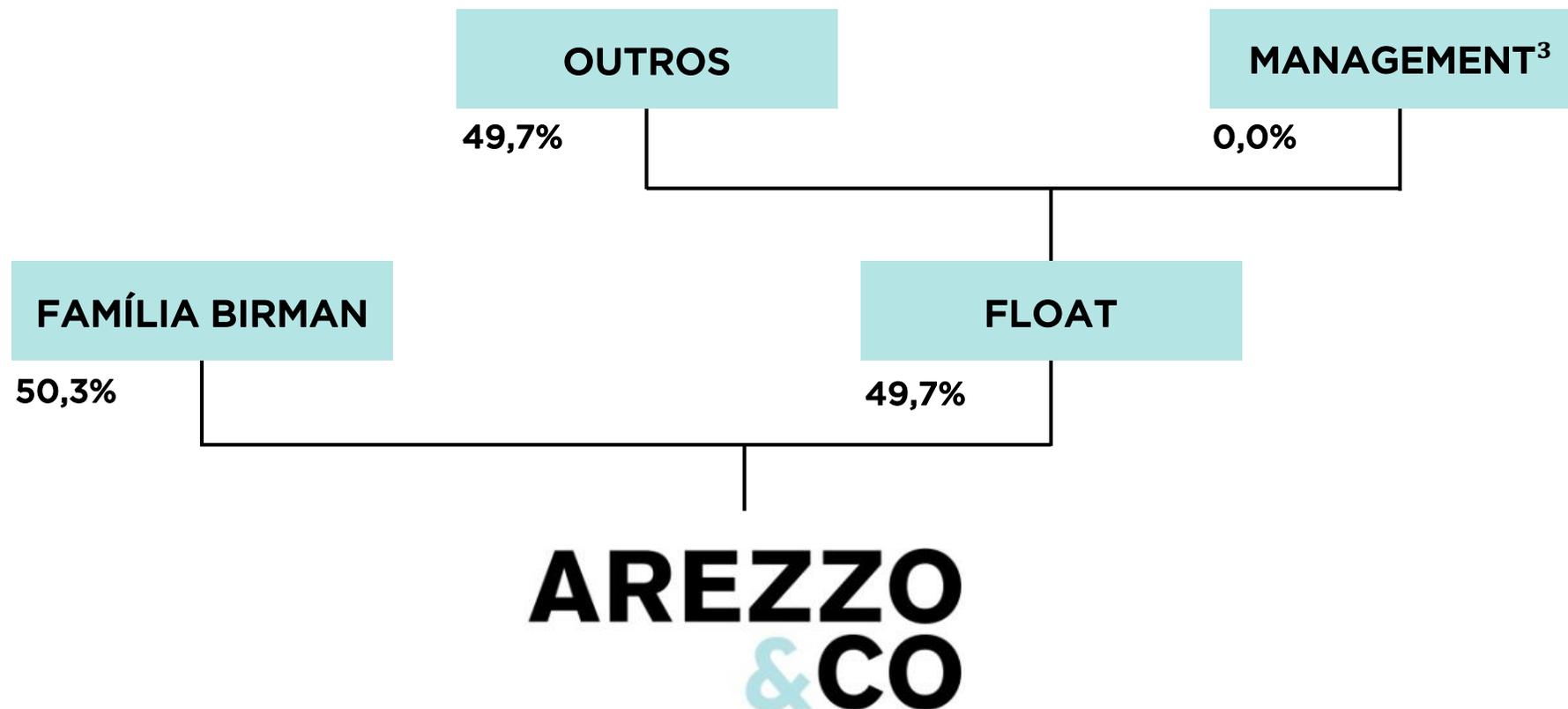
FEVER ALME

EXCLUSIVIDADE DISTRIBUIÇÃO

2019

VANS "OFF THE WALL"

COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA



NOTAS:

1 - O CAPITAL SOCIAL DA COMPANHIA É COMPOSTO POR 90.954.280 AÇÕES ORDINÁRIAS, NOMINATIVAS, ESCRITURAIS E SEM VALOR NOMINAL.

2 - POSIÇÃO EM 30/06/2020.

3 - INCLUI ILP - EXECUTIVOS AREZZO&CO.



AREZZO

— 1972 —

TRENDY
NOVO
FÁCIL DE USAR
ECLÉTICO

16 - 60 ANOS

LOJAS POR CANAL E
PART. % DA RECEITA BRUTA

LP'S	FRQ'S	MM'S	EXP
#9	#428	#1.228	#89
8%	59%	13%	1%

RECEITA BRUTA WEB
R\$ 152,0 MM (19%)

PREÇO NO PONTO DE VENDA
R\$ 240,00 / PAR

RECEITA BRUTA
R\$ 804,1 MM (44,5%)



5,6 MILHÕES DE SEGUIDORES





SCHUTZ

— 1995 —

FASHION
UP TO DATE
OUSADA
PROVOCATIVA

18 - 40 ANOS

LOJAS POR CANAL E
PART. % DA RECEITA BRUTA

LP'S	FRQ'S	MM'S	EXP	EUA
#16	#68	#1.106	#101	#3
15%	15%	23%	3%	24%

RECEITA BRUTA WEB
R\$ 111,2 MM (20%)

PREÇO NO PONTO DE VENDA
R\$ 380,00 / PAR

RECEITA BRUTA
R\$ 560,4 MM (31,0%)



4,4 MILHÕES DE SEGUIDORES





ANACAPRI

— 2008 —

POP
SAPATOS FLAT
ACESSÍVEL
DESCOMPLICADA

12 - 60 ANOS

LOJAS POR CANAL E
PART. % DA RECEITA BRUTA

LP'S	FRQ'S	MM'S	EXP
#3	#179	#1.696	#85
4%	49%	33%	0%

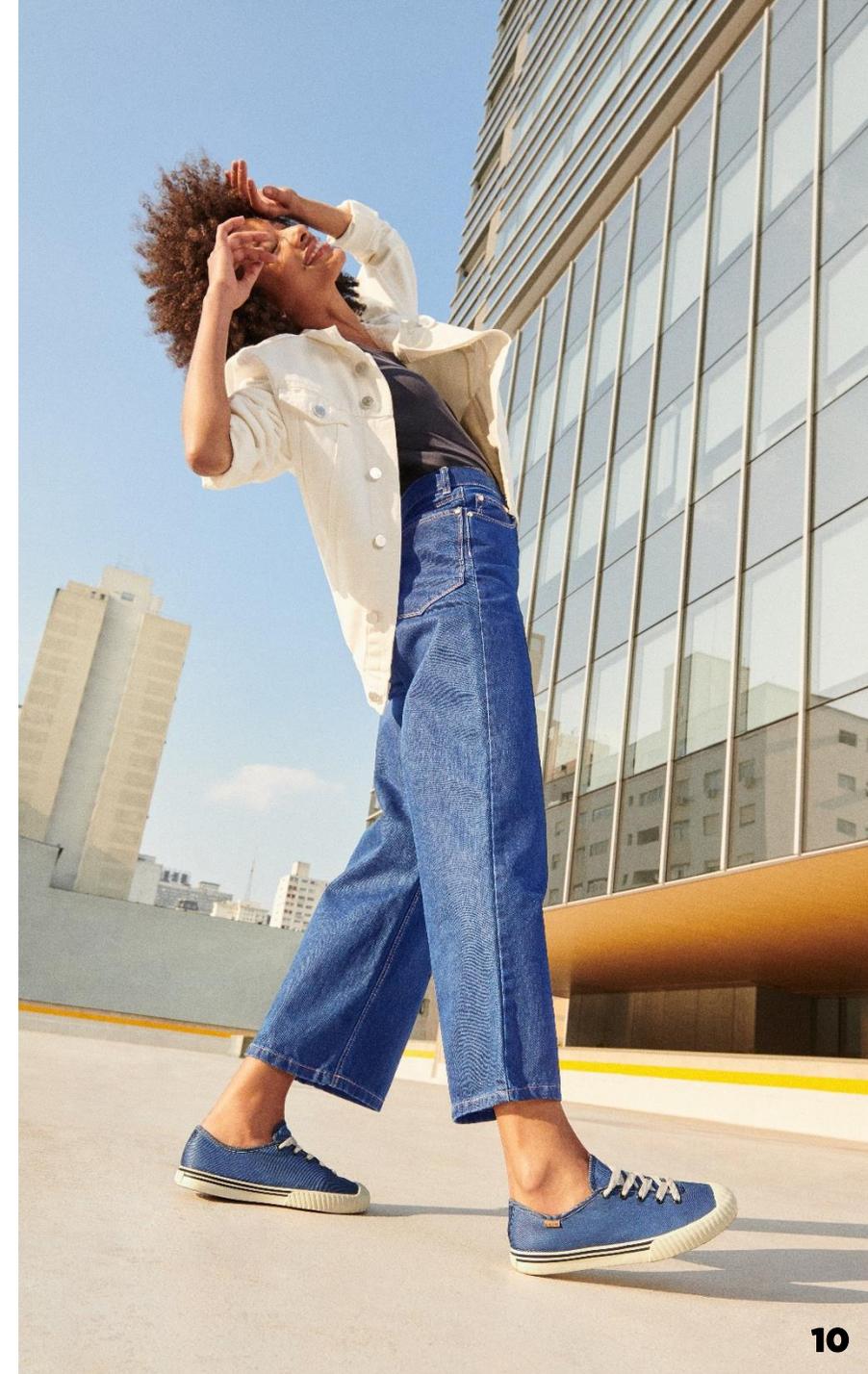
RECEITA BRUTA WEB
R\$ 30,6 MM (14%)

PREÇO NO PONTO DE VENDA
R\$ 140,00 / PAR

RECEITA BRUTA
R\$ 222,7 MM (12,3%)



1,3 MILHÃO DE SEGUIDORES





ALEXANDRE
BIRMAN

— 2009 —

DESIGN
EXCLUSIVIDADE
IDENTIDADE
SEDUÇÃO

20 - 45 ANOS

LOJAS POR CANAL E
PART. % DA RECEITA BRUTA

LP'S	MM'S	EXP	EUA
#6	#28	#17	#2
26%	4%	9%	54%

RECEITA BRUTA WEB
R\$ 6,2 MM (7%)

PREÇO NO PONTO DE VENDA
R\$ 1.500,00 / PAR

RECEITA BRUTA
R\$ 94,4 MM (5,2%)



335 MIL SEGUIDORES





FIEVER

— 2015 —

CASUAL
JOVEM
URBANA
MODERNA

15 - 30 ANOS

**LOJAS POR CANAL E
PART. % DA RECEITA BRUTA**

LP'S	FRQ'S	MM'S	EXP
#5	#1	#499	#22
33%	1%	41%	0%

RECEITA BRUTA WEB
R\$ 6,4 MM (25%)

PREÇO NO PONTO DE VENDA
R\$ 320,00 / PAR

RECEITA BRUTA
R\$ 26,4 MM (1,5%)



231 MIL SEGUIDORES





ALME

— 2018 —

CONFORTO
BEM-ESTAR
BELEZA
AUTOCUIDADO

30 - 60 ANOS

**LOJAS POR CANAL E
PART. % DA RECEITA BRUTA**

LP'S	FRQ'S	MM'S	EXP
#3	#3	#287	#68
27%	9%	40%	0%

RECEITA BRUTA WEB
R\$ 3,4 MM (24%)

PREÇO NO PONTO DE VENDA
R\$ 230,00 / PAR

RECEITA BRUTA
R\$ 14,2 MM (0,8%)



70 MIL SEGUIDORES





VANS

"OFF THE WALL"

1966

OFF THE WALL
ACTION SPORTS
LIFESTYLE
STREET CULTURE

16 - 24 ANOS

LOJAS POR CANAL E
PART. % DA RECEITA BRUTA

LP'S	FRQ'S	MM'S
#6	#3	#1.279
8%	59%	13%

RECEITA BRUTA WEB
R\$ 26,4 MM (32%)

PREÇO NO PONTO DE VENDA
R\$ 290,00 / PEÇA

RECEITA BRUTA
R\$ 83,6 MM (4,6%)



646 MIL SEGUIDORES



MÚLTIPLOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

PLATAFORMA FLEXÍVEL ATRAVÉS DE DIFERENTES CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO COM ESTRATÉGIAS DIFERENCIADAS, MAXIMIZANDO O RETORNO À COMPANHIA

682
FRANQUIAS
EM MAIS DE
250 CIDADES

+

48 LOJAS
PRÓPRIAS
NO BRASIL

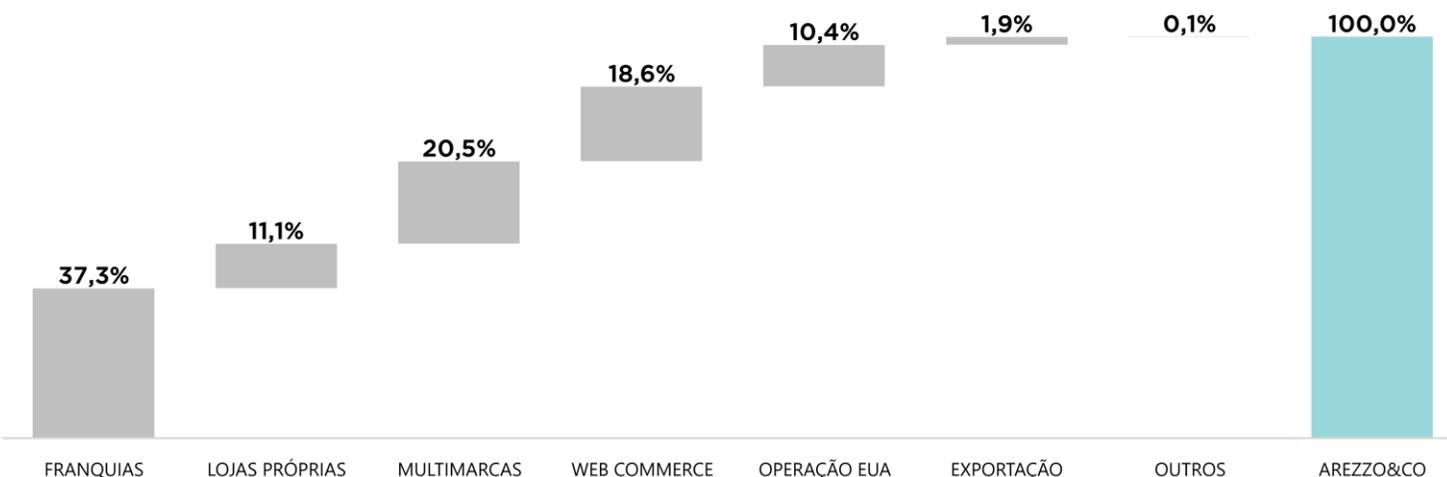
+

3.968 CLIENTES
MULTIMARCAS¹ EM
MAIS DE 2.689
CIDADES



DISTRIBUIÇÃO
ABRANGENTE
EM TODO BRASIL

COMPOSIÇÃO DA RECEITA BRUTA (R\$ MILHÕES)



	FRANQUIAS	LOJAS PRÓPRIAS	MULTIMARCAS
AREZZO	428	9	1.228
SCHUTZ	68	16	1.106
ANACAPRI	179	3	1.696
ALEXANDRE BIRMAN	-	6	28
FEVER	1	5	499
ALME	3	3	287
VANS "OFF THE WALL"	3	6	1.279

1. SEM OVERLAP ENTRE AS MARCAS.
2. LTM
3. APENAS MERCADO DOMÉSTICO - MULTIMARCA SEM OVERLAP.

MODELO DE NEGÓCIOS

SEÇÃO 2

MODELO DE NEGÓCIO ÚNICO NO BRASIL

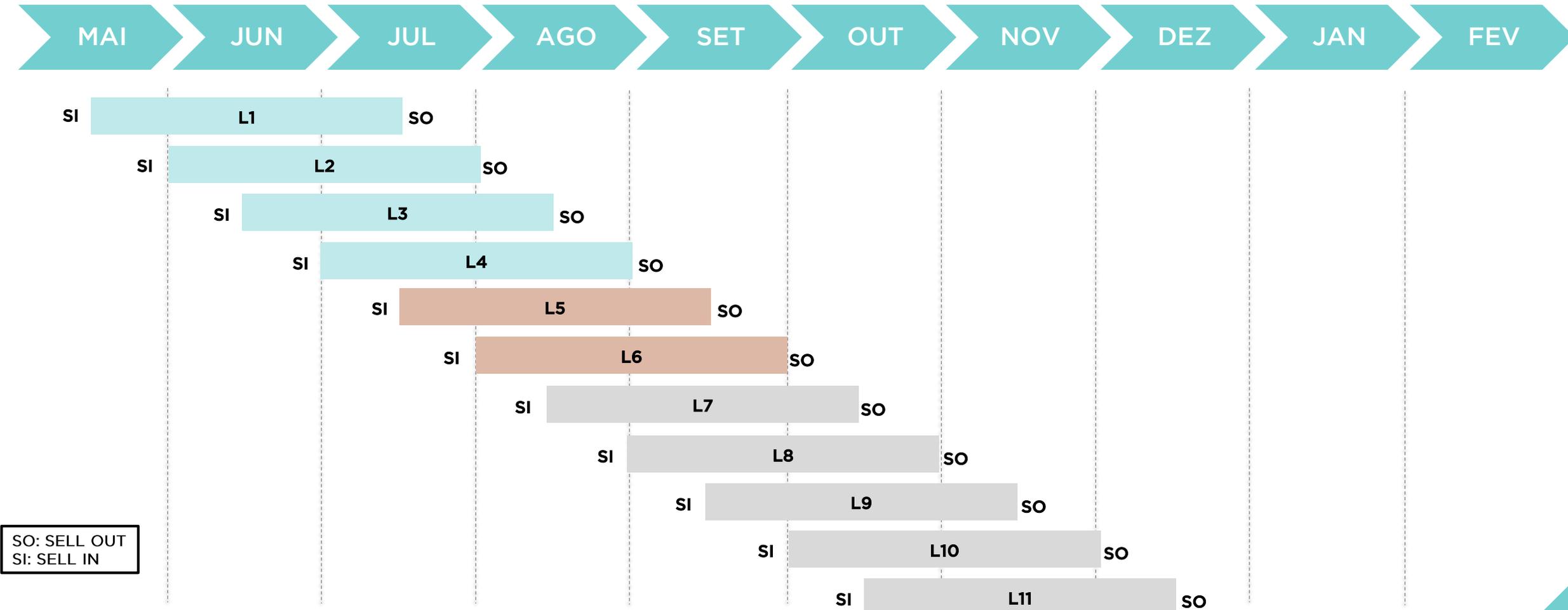
FOCO NO CLIENTE: BUSCAMOS ANTECIPAR O DESEJO DE CONSUMO DA MULHER BRASILEIRA



MARCAS DE REFERÊNCIA

CALENDÁRIO DE LANÇAMENTOS DE VERÃO ATRAVÉS DE CICLOS QUINZENAIS, COM FORTE GERAÇÃO DE BEST SELLERS

A CADA DUAS SEMANAS FAZEMOS OS PEDIDOS DE UM LANÇAMENTO (“COLEÇÃO-CÁPSULA”), QUE SERÁ ATIVADO NOS CANAIS DIGITAIS E NAS LOJAS



SO: SELL OUT
SI: SELL IN

PLANO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

A MARCAS CONTAM COM UMA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA E EXPRESSIVA, DESDE A CRIAÇÃO DAS CAMPANHAS ATÉ O PONTO DE VENDA

FORTE PRESENÇA NAS REDES SOCIAIS E MÍDIA DIGITAL E IMPRENSA



LIVE MARKETING E EXPERIÊNCIA NO PONTO DE VENDA



COMUNICAÇÃO DIGITAL



PR



COMUNICAÇÃO E MARKETING REFLETIDOS EM LOJA

LOJAS CONSTANTEMENTE MODIFICADAS A FIM DE INCORPORAR O CONCEITO DE CADA NOVA COLEÇÃO E INSPIRAR NOVOS DESEJOS DE COMPRA

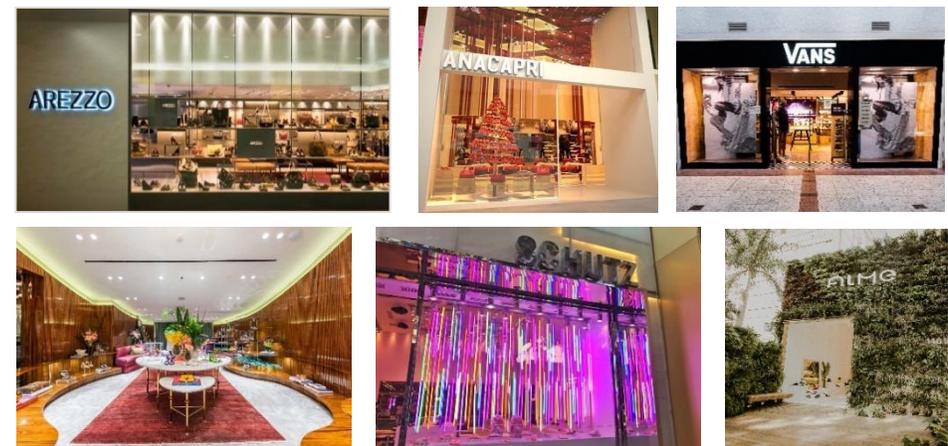
CAMPANHAS



VITRINES E VISUAL MERCHANDISING



LOJAS "FLAGSHIPS"



PROCESSO DE PRODUÇÃO FLEXÍVEL

AGILIDADE, FLEXIBILIDADE E ESCALABILIDADE DE PRODUÇÃO GARANTEM O CRESCIMENTO ESPERADO PELA AREZZO&CO

MODELO DE ABASTECIMENTO FLEXÍVEL

FÁBRICA PRÓPRIA COM CAPACIDADE DE PRODUÇÃO ANUAL DE 1,1 MILHÕES DE PARES E FORTE RELACIONAMENTO COM O CLUSTER DE PRODUÇÃO DO VALE DOS SINOS, PRINCIPAL REGIÃO DE OUTSOURCING.

CERTIFICAÇÃO E AUDITORIA DE FORNECEDORES

CERTIFICAÇÃO INTERNA E AUDITORIA ASSEGURAM QUALIDADE E PONTUALIDADE (ISO 9001 CERTIFICAÇÃO EM 2008)

NOVO CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO - ESPÍRITO SANTO



GANHOS DE ESCALA

O PORTE E A ESTRUTURA DA AREZZO&CO PROPORCIONA FLEXIBILIDADE PARA TERCEIRIZAR A PRODUÇÃO DE UM GRANDE NÚMERO DE SKU'S A PARTIR DE VÁRIAS FÁBRICAS EM UM CURTO ESPAÇO DE TEMPO, A PREÇOS COMPETITIVOS



COMPRA EM REDE

NEGOCIAÇÃO DE MATÉRIA-PRIMA EM CONJUNTO COM FORNECEDORES LOCAIS

CONSOLIDAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO SIMULTÂNEA EM ESCALA NACIONAL

RECEBIMENTO:
100.000
PEÇAS/ DIA

ARMAZENAGEM:
100.000
PEÇAS/ DIA

SEPARAÇÃO:
150.000 PEÇAS/
DIA

FATURAMENTO E
ETIQUETAGEM:
200.000 PEÇAS/
DIA

OUTSOURCING: 90% DA PRODUÇÃO É OUTSOURCED E 10% NAS FÁBRICAS AREZZO&CO

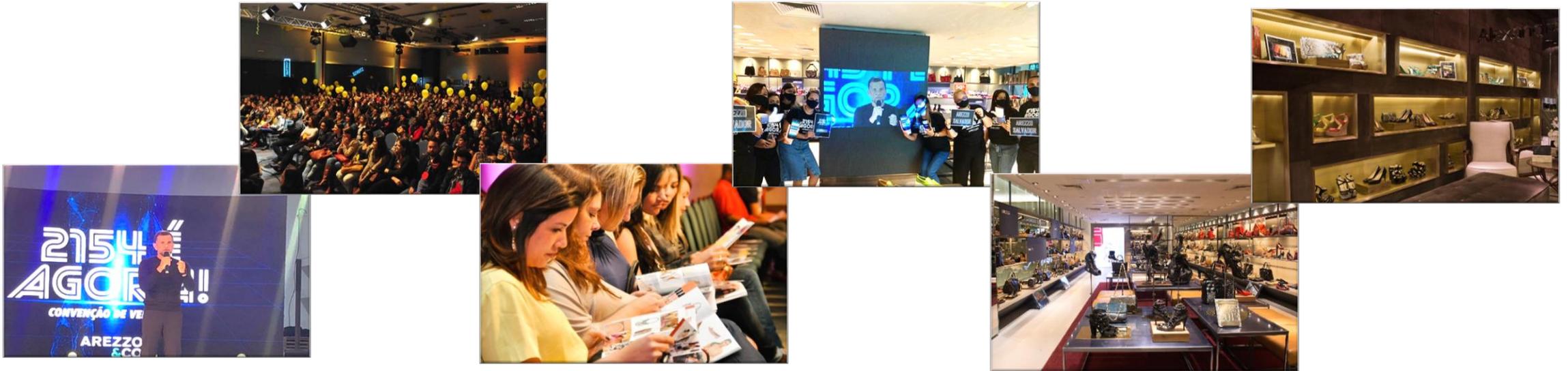
LOJAS FLAGSHIP NAS PRINCIPAIS REGIÕES DO BRASIL

**AREZZO
& CO**

LOJAS PRÓPRIAS SÃO ESSENCIAIS PARA O DESENVOLVIMENTO DE KNOW-HOW E AUMENTO CONTÍNUO DE VISIBILIDADE DA MARCA EM REGIÕES COMO SÃO PAULO



ESTRUTURA APLICADA AO VAREJO A FIM DE ALCANÇAR MELHORES RESULTADOS DE VENDAS E MARGENS, BEM COMO INTEGRAÇÃO E CONEXÃO DO SUPORTE DA TODAS AS LOJAS MONOMARCA



GRANDE FOCO NA PERFORMANCE DE FRANQUIAS E LOJAS PRÓPRIAS

- TODO O TIME DE VENDAS (4000+) PARTICIPA ATRAVÉS DE TRANSMISSÃO VIA INTERNET DE 3 CONVENÇÕES DE VENDAS POR ANO, ALINHANDO O DISCURSO DE VENDAS E A GRANDE MOTIVAÇÃO ANTES DO INÍCIO DE CADA COLEÇÃO
- AMPLO PROGRAMA DE SERVIÇOS PARA AUXILIAR OS FRANQUEADOS EM METAS DE VENDAS E RENTABILIDADE
- PROGRAMAS DE TREINAMENTO RECORRENTES EM PRODUTOS, TENDÊNCIAS DE MODA, TÉCNICAS DE VENDAS, GERENCIAMENTO DE LOJA, TI, ENTRE OUTROS
- FORTE VISUAL MERCHANDISING, TRADE MARKETING E INVESTIMENTOS EM AMBIENTAÇÃO E TREINAMENTO

EFICIENTE GESTÃO DA REDE DE FRANQUIAS

MODELO PERMITE RÁPIDA EXPANSÃO COM BAIXO INVESTIMENTO

PARCERIA DE SUCESSO: “GANHA-GANHA”

- INTENSO TREINAMENTO DE VAREJO
- SUPORTE CONSTANTE: MÉDIA DE 6 LOJAS POR CONSULTORA E 22 VISITAS POR LOJA/ANO
- SÓLIDO RELACIONAMENTO E SUPORTE CONSTANTE AO FRANQUEADO
- INTEGRAÇÃO DE SISTEMAS DE TI ALCANÇA 100% DA REDE
- SENDO LOJAS MONO MARCA, AS FRANQUIAS REFORÇAM O BRANDING EM CADA CIDADE NAS QUAIS ESTÃO LOCALIZADAS

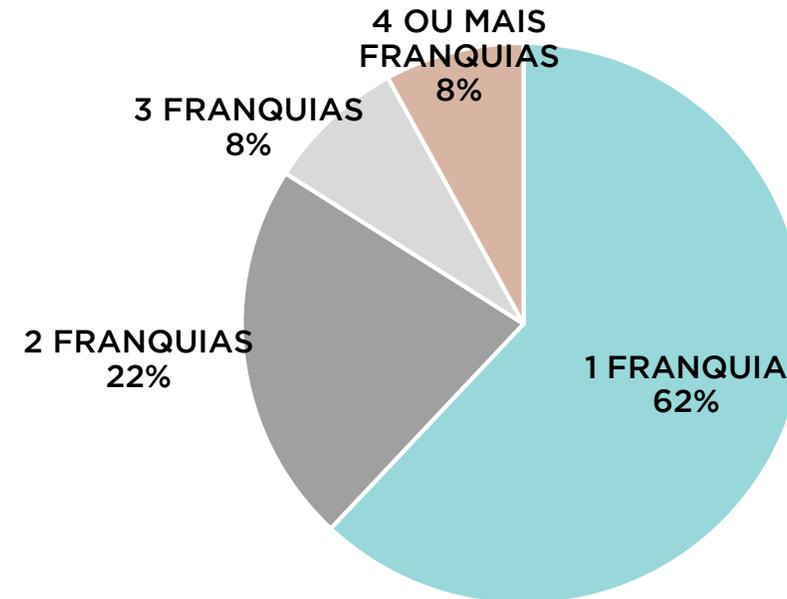
SELO DE EXCELÊNCIA EM FRANCHISING DA ABF

96% DE SATISFAÇÃO DOS FRANQUEADOS¹

CONTRATO DE 5 ANOS PAYBACK MÉDIO DE 36 A 48 MESES²

CONCENTRAÇÃO DAS FRANQUIAS POR OPERADOR

(QUANTIDADE DE OPERADORES POR QUANTIDADE DE FRANQUIAS DETIDAS)



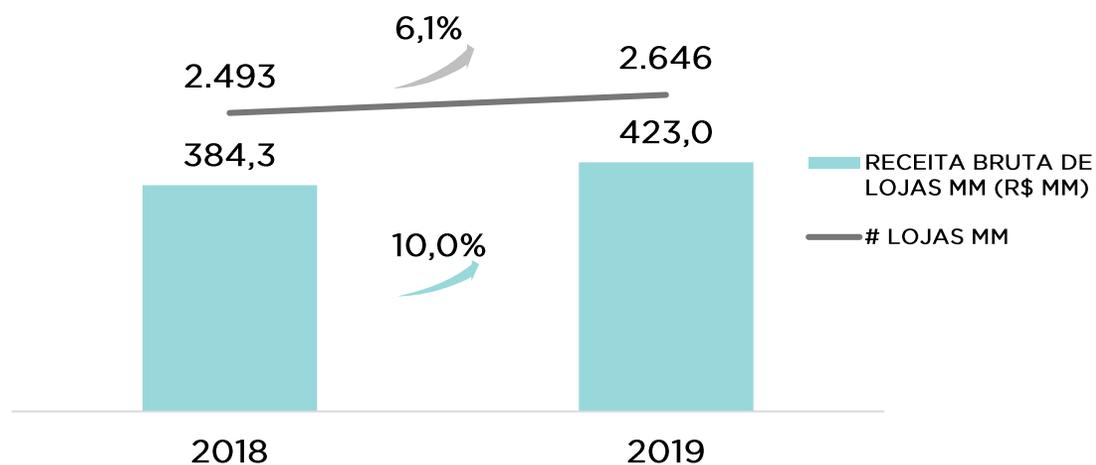
NOTAS:

1. 96% DOS FRANQUEADOS ATUAIS INDICARAM QUE ABRIRIAM UMA FRANQUIA CASO NÃO FOSSEM FRANQUEADOS
2. PARA UMA LOJA PADRÃO DA AREZZO COM FATURAMENTO ESTIMADO DE R\$ 2,2 MILHÕES, O INVESTIMENTO MÉDIO É DE APROXIMADAMENTE R\$ 670 MIL, INCLUINDO CAPEX DA LOJA, TAXA DE FRANQUIA, CAPITAL DE GIRO E ESTOQUE INICIAL.

MULTIMARCAS SÃO FERRAMENTAS DE AUMENTO DE CAPILARIDADE

LOJAS MULTIMARCAS AMPLIAM A CAPILARIDADE DA DISTRIBUIÇÃO E VISIBILIDADE DAS MARCAS, RESULTANDO EM FORTE PRESENÇA NO VAREJO

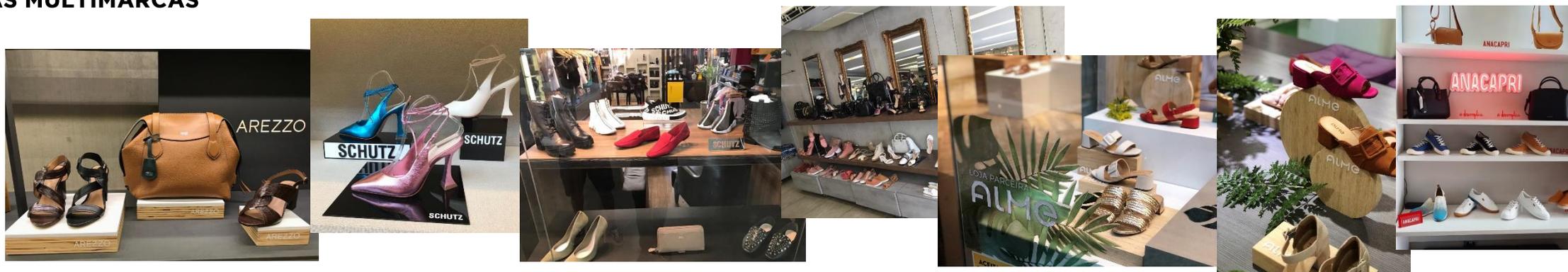
RECEITA BRUTA¹ E NÚMERO DE LOJAS MULTIMARCAS (R\$ MILHÕES)



AUMENTO DA DISTRIBUIÇÃO E VISIBILIDADE

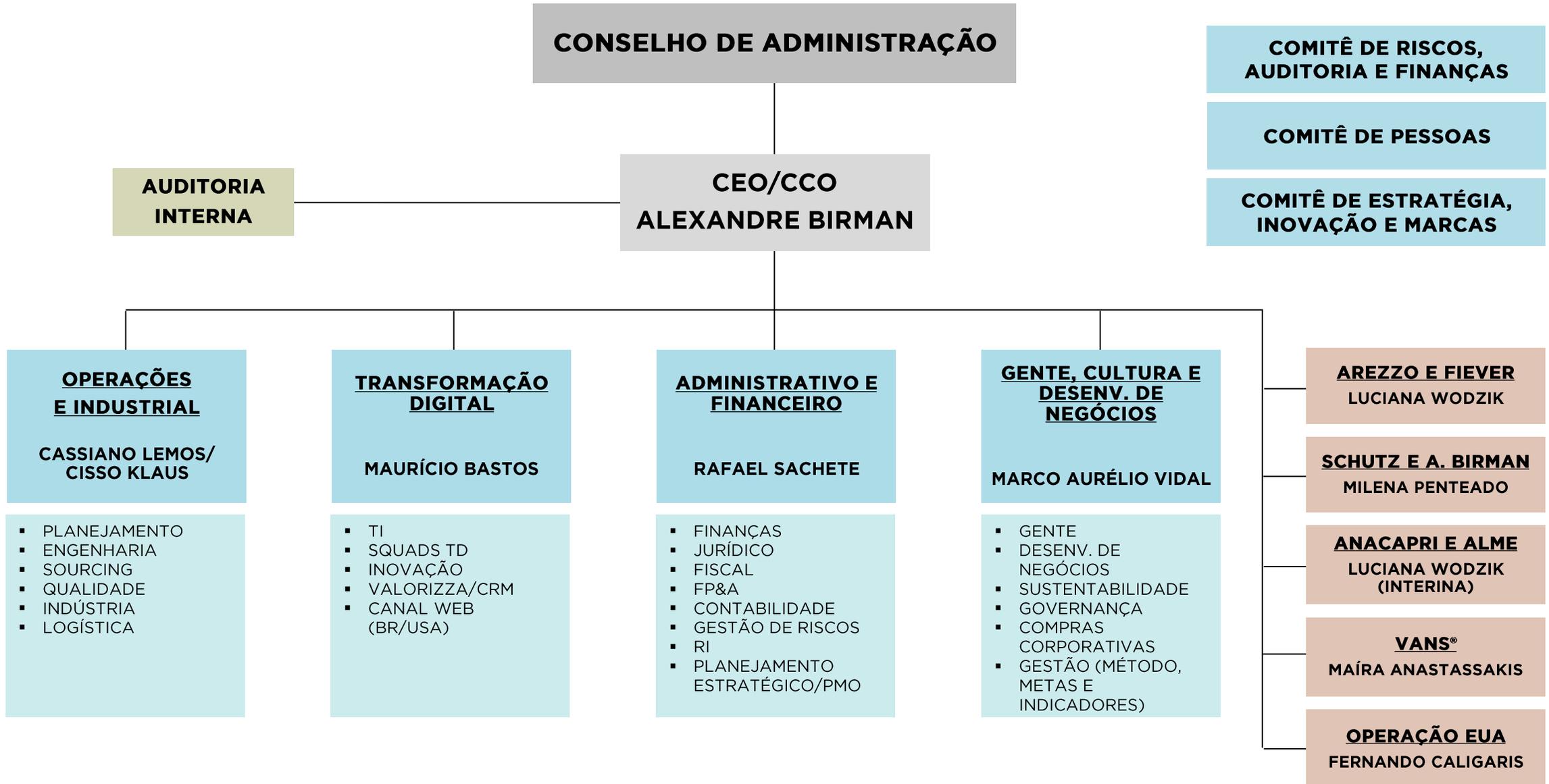
- AUMENTO DA CAPILARIDADE DA MARCA
- PRESENÇA EM MAIS DE 2.590 CIDADES
- RÁPIDA EXPANSÃO DA MARCA COM BAIXO INVESTIMENTO E RISCO
- FOCO PRINCIPAL: *SHARE OF WALLET*, ATRAVÉS DA VENDA DE MAIS MARCAS NO MESMO PONTO DE VENDAS E AUMENTO DE BOLSAS NO MIX.
- IMPORTANTE CANAL DE VENDAS PARA CIDADES MENORES E DE INTERIOR.
- OTIMIZAÇÃO DO TIME DE VENDAS: TIME INTERNO E REPRESENTANTES DE VENDA COMISSIONADOS

LOJAS MULTIMARCAS



NOTA:
1. CONSIDERA APENAS O CANAL MULTIMARCA NO MERCADO INTERNO

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL



GOVERNANÇA CORPORATIVA

O CONSELHO É COMPOSTO POR 7 MEMBROS, DOS QUAIS 5 SÃO INDEPENDENTES, E POSSUEM ALTO ENGAJAMENTO COM O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA AREZZO&CO

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

ALESSANDRO CALUCCI PRESIDENTE INDEPENDENTE	CEO DA NATURA POR MAIS DE UMA DÉCADA E EX MEMBRO DO CONSELHO DA RENNER, REDECARD, ALCOA LATAM E ITAÚ-UNIBANCO.	ALEXANDRE BIRMAN CONSELHEIRO	ATUAL CEO DA AREZZO&CO E PARTE DO GRUPO DE CONTROLE. FUNDADOR DA MARCA SCHUTZ, COM MAIS DE 18 ANOS DE EXPERIÊNCIA NA INDÚSTRIA CALÇADISTA.
JOSÉ BOLONHA VICE PRESIDENTE	FUNDADOR E PRESIDENTE DA “ETHOS DESENVOLVIMENTO HUMANO E ORGANIZACIONAL”; MEMBRO DO CONSELHO DO CIES (ONU, OMS).	JULIANA ROZENBAUM CONSELHEIRO INDEPENDENTE	13 ANOS DE EXPERIÊNCIA EM SELL SIDE EQUITY RESEARCH, COM FOCO EM EMPRESAS DO SETOR DE CONSUMO E VAREJO.
LUIZA TRAJANO CONSELHEIRO INDEPENDENTE	PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA MAGAZINE LUÍZA E LUIZACRED, EX-MEMBRO DO CONSELHO DA SADIA SA.	LUIZ FERNANDO GIORGI CONSELHEIRO INDEPENDENTE	28 ANOS DE EXPERIÊNCIA EM GESTÃO E LIDERANÇA. MEMBRO DO COMITÊ DE PESSOAS DO SANTANDER, SUL AMÉRICA E GRUPO MARTINS.
GUILHERME A. FERREIRA CONSELHEIRO INDEPENDENTE	PRESIDENTE DA BAHEMA PARTICIPAÇÕES, MEMBRO DO CONSELHO DO PÃO DE AÇÚCAR, BANCO SIGNATURA LAZARD, ETERNIT, TAVEX E RIO BRAVO INVESTIMENTOS.		

COMITÊS

RISCOS, AUDITORIA E FINANÇAS

GUILHERME A. FERREIRA (COORDENADOR)

MEMBROS: ALESSANDRO CARLUCCI, GUILHERME A. FERREIRA E EDWARD RUIZ

ESTRATÉGIA, INOVAÇÃO E MARCAS

JULIANA ROZENBAUM (COORDENADOR)

MEMBROS: ALEXANDRE BIRMAN, LUIZA TRAJANO, JULIANA ROZENBAUM E SILVIO MEIRA

PESSOAS

JOSÉ BOLONHA (COORDENADOR)

MEMBROS: LUIZ FERNANDO GIORGI, JOSÉ BOLONHA E CLAUDIA FALCÃO

ESTRATÉGIA MULTIMARCA E MULTICANAL

CRESCIMENTO ORGÂNICO ALAVANCADO PELA ESTRATÉGIA MULTIMARCA E MULTICANAL EM CALÇADOS E BOLSAS

	AREZZO	SCHUTZ	ANACAPRI	ALEXANDRE BIRMAN	FEVER	ALME	VANS "OFF THE WALL"	RECEITA BRUTA LTM 1,2
 FRANQUIAS	FOCO NO SSS BOLSAS SEGMENTAÇÃO OMNI	NOVAS CATEGORIAS FOCO NO SSS E LIFESTYLE	ROLL-OUT DE FRANQUIAS NO BRASIL	NÃO É FOCO ATUAL	ABERTURAS DE FRANQUIAS NO BRASIL	ABERTURAS DE FRANQUIAS NO BRASIL	ABERTURAS DE FRANQUIAS NO BRASIL	37,3% R\$ 674,4 MM
 MULTIMARCAS	CROSS-SELL DE BOLSAS ATIVAÇÃO MKT PDV	AUMENTO DE SHARE OF WALLET NOS PDV'S EXISTENTES	AUMENTAR CAPILARIDADE	VENDA EM PONTOS SELECIONADOS E ALINHADOS COM O BRANDING	EXPANSÃO EM NOVOS PONTOS DE VENDA	EXPANSÃO EM NOVOS PONTOS DE VENDA	RETENÇÃO DA BASE ATUAL E EXPANSÃO PARA NOVOS CLIENTES	20,5% R\$ 371,0 MM
 LOJAS PRÓPRIAS	FOCO NO SSS DAS LOJAS FLAGSHIPS	FOCO NO SSS DAS LOJAS FLAGSHIPS	FOCO NO SSS DAS LOJAS FLAGSHIPS	FOCO NO SSS E NA EXPERIÊNCIA DE COMPRA ÚNICA	FOCO NO SSS DAS LOJAS FLAGSHIPS	FOCO NO SSS DAS LOJAS FLAGSHIPS	ABERTURA DE FLAGSHIPS COM FOCO NA EXPERIÊNCIA DE COMPRA	11,1% R\$ 200,4 MM
 WEB COMMERCE	CRESCIMENTO IMPULSIONADO PELAS INICIATIVAS OMNI	CRESCIMENTO IMPULSIONADO PELAS INICIATIVAS OMNI	CRESCIMENTO IMPULSIONADO PELAS INICIATIVAS OMNI	CRESCIMENTO IMPULSIONADO PELAS INICIATIVAS OMNI	CRESCIMENTO IMPULSIONADO PELAS INICIATIVAS OMNI	CRESCIMENTO IMPULSIONADO PELAS INICIATIVAS OMNI	CRESCIMENTO IMPULSIONADO PELAS INICIATIVAS OMNI	18,6% R\$ 336,2 MM
 EXTERNO	NÃO É FOCO ATUAL	OPERAÇÃO EUA COM FOCO NO DIGITAL/OMNI	NÃO É FOCO ATUAL	OPERAÇÃO EUA COM FOCO NO DIGITAL/OMNI	NÃO É FOCO ATUAL	NÃO É FOCO ATUAL	LICENÇA RESTRITA AO BRASIL	12,4% R\$ 223,1 MM
PARTICIPAÇÃO POR MARCA (LTM) 2	44,5% R\$ 804,1 MM	31,0% R\$ 560,4 MM	12,3% R\$ 222,7 MM	5,2% R\$ 94,4 MM	1,5% R\$ 26,4 MM	0,8% R\$ 14,2 MM	4,6% R\$ 183,6 MM 3	100% R\$ 1,8 BI

NOTAS:
 1. % RECEITA BRUTA (LTM) NÃO INCLUI AS OUTRAS RECEITAS (NÃO PRODUZIDA PELAS 6 MARCAS).
 2. RECEITA BRUTA LTM DAS MARCAS: INCLUI MERCADO EXTERNO; NÃO INCLUI OUTRAS RECEITAS (NÃO PROVENIENTES DAS 7 MARCAS). BASE: LTM
 3. CONSIDERA O 1º SEMESTRE DE 2020.

ESTRATÉGIA E DIGITALIZAÇÃO

SEÇÃO 3

MAPA ESTRATÉGICO - PILARES E ALAVANCAS

NOSSOS 7 PILARES DE ATUAÇÃO PERMANECEM OS MESMOS PÓS PANDEMIA, COM ADIÇÃO OU INTENSIFICAÇÃO DE ALGUMAS FRENTES



CRESCIMENTO DO CORE / EXPANSÃO DAS MARCAS ATUAIS

AREZZO **FEVER**

CASUAL &
DEMOCRATIC

SCHUTZ ALEXANDRE
BIRMAN

FASHION & LUXURY

ANACAPRI ALME

COMFORT & FLATS

VANS
"OFF THE WALL"

ACTION SPORTS



TRANSFORMAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO

EVOLUÇÃO DE MERCHANDISING E SUPRIMENTO

SOURCING E LOGÍSTICA 2.0

EXPERIÊNCIA OMNICANAL DO CLIENTE

SUSTENTABILIDADE COMO NORMA



ENGINE 2: DIGITALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

MARKETPLACE - MARCAS PRÓPRIAS E 3P

CONTEÚDO E SERVIÇOS

REVENDEDORAS

ECONOMIA CIRCULAR

ACELERAÇÃO DO ECOMMERCE



NOVAS MARCAS BRASIL

CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO DE MODA AB

MARCAS INSURGENTES



PESSOAS E CULTURA

GOVERNANÇA

CULTURA

EMPODERAMENTO DA
LINHA DE FRENTE



DADOS E TECNOLOGIA

DADOS E ANALYTICS

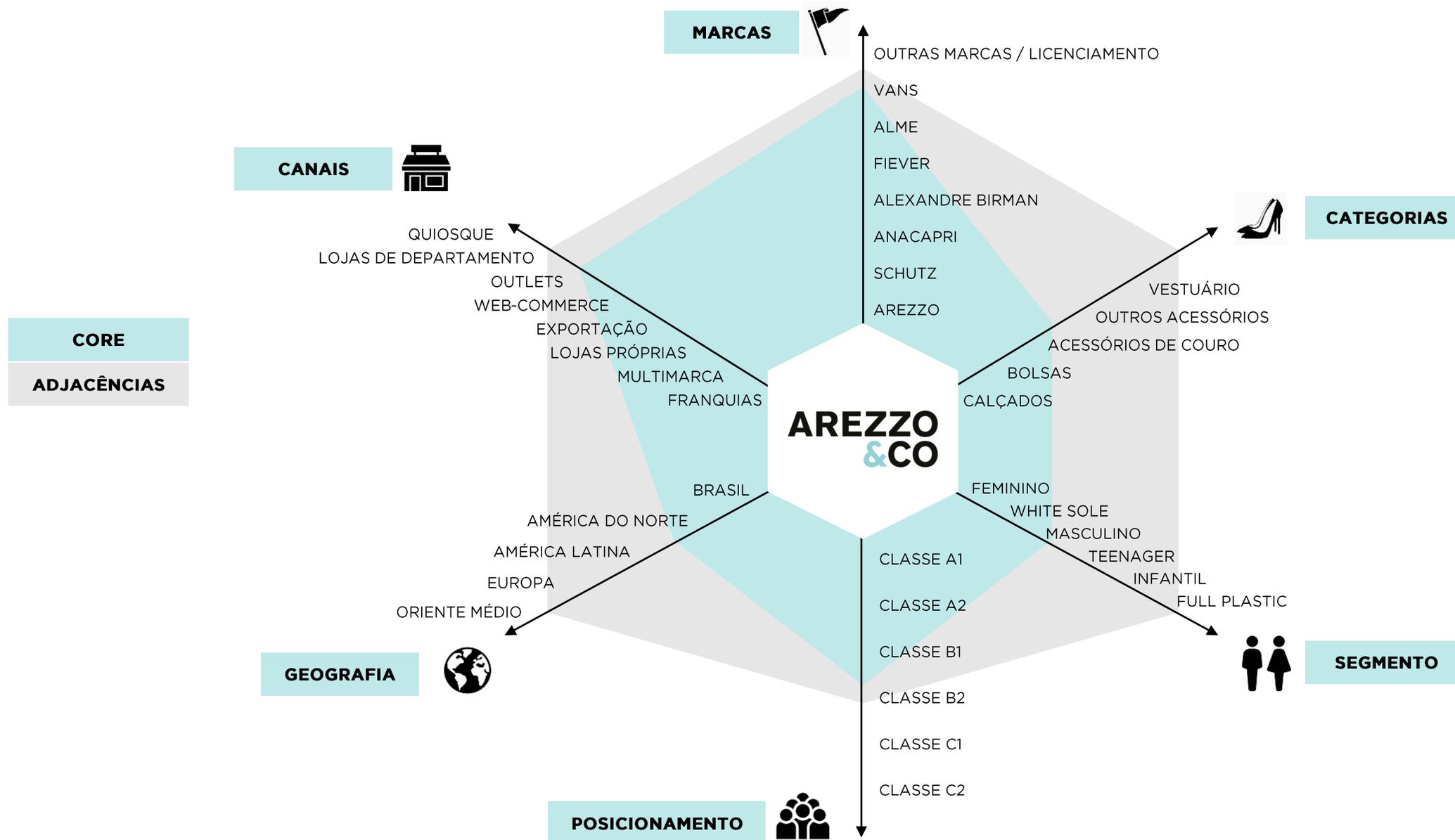
TECNOLOGIA



MERCADO INTERNACIONAL

MERCADO AMERICANO

MODELO DE NEGÓCIO PERMITE MÚLTIPLAS OPÇÕES DE CRESCIMENTO



MARKETPLACE COM CURADORIA DAS MELHORES MARCAS, ALÉM DE CONTEÚDO E SERVIÇOS COMO PARTE DOS ATIVOS DO ECOSISTEMA

MARKETPLACE COM CURADORIA



ACELERAÇÃO DOS CANAIS DIGITAIS

CRESCIMENTO EXPRESSIVO DO E-COMMERCE

RITMO DE CRESCIMENTO CONSISTENTE MESMO COM A ABERTURA DE GRANDE PARTE DAS LOJAS FÍSICAS EM 2020

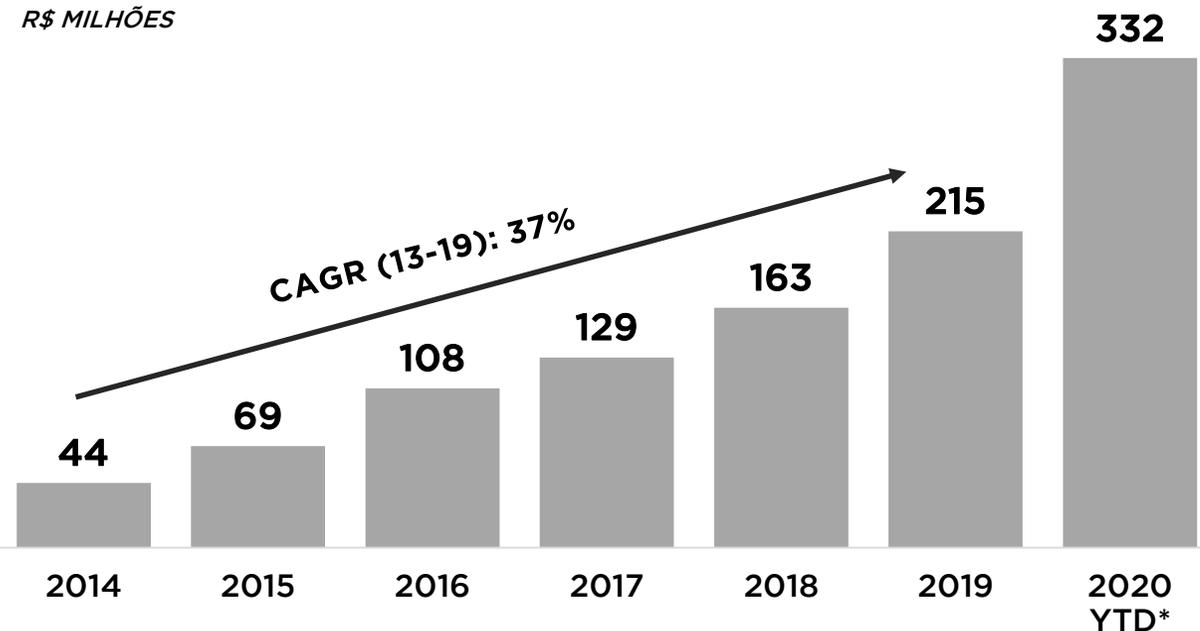
HISTÓRICO DE EVOLUÇÃO ANUAL DO CANAL

*2020 YTD: VALORES ATÉ AGOSTO/2020

PART. % ROB MERCADO INTERNO

3%	5%	8%	8%	10%	12%
----	----	----	----	-----	-----

R\$ MILHÕES

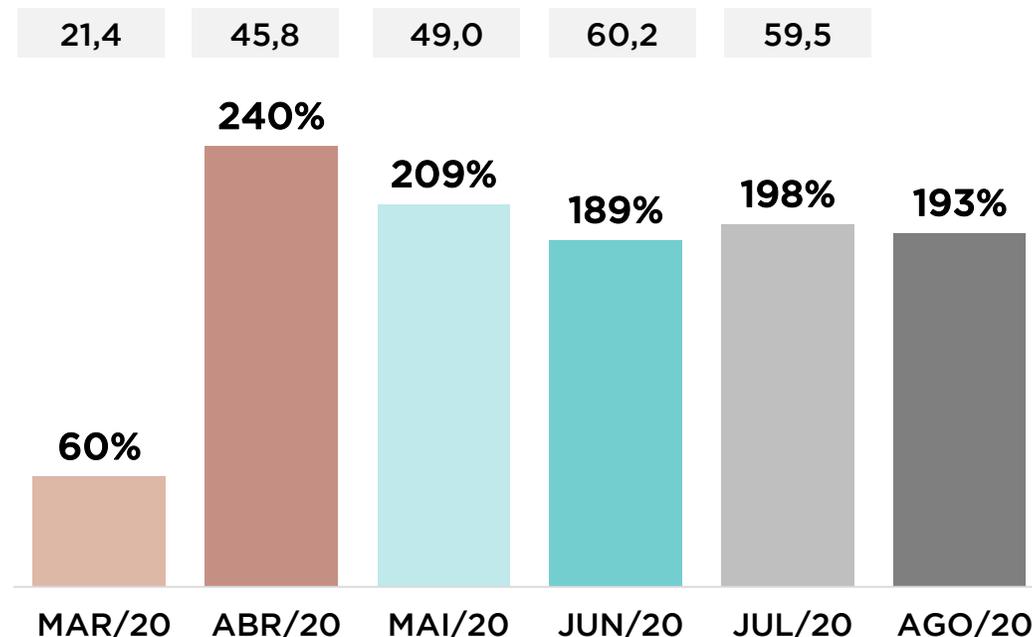


EVOLUÇÃO DO CANAL EM 2020

DATA BASE: 09/08/2020

SSS DO CANAL WEB COMMERCE INCLUNDO A MARCA VANS

R\$ MILHÕES



INICIATIVAS DE INTEGRAÇÃO DE CANAIS

ENTREGA PELA LOJA

INICIATIVA QUE INTEGRA O ESTOQUE DAS LOJAS FÍSICAS COM O DO WEB-COMMERCE. DURANTE A COMPRA ONLINE, A CONSUMIDORA PODE ESCOLHER A OPÇÃO DE ENTREGA PELA LOJA - REDUZINDO O PRAZO DE ENTREGA

Simulação para o CEP

Sandália Preta
Tranças Plataforma
Tamanho: 37
A1171700010001U37

Receber em casa

Expresso
Em até 3 dias úteis R\$ 9,90

Entrega pela Loja
Em até 3 dias úteis **Grátis**

Econômico
Em até 6 dias úteis R\$ 9,90

Retirar na loja

Retire na loja
Em até 1 dia útil **Grátis**

RETIRE NA LOJA

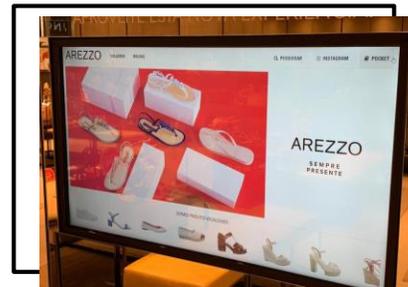
ATIVAÇÃO QUE PERMITE QUE A CONSUMIDORA EFETUE A COMPRA NO WEB-COMMERCE E RETIRE NA LOJA EM 1 DIA ÚTIL

VENDA LINK



ATIVAÇÃO QUE PERMITE QUE A CONSUMIDORA EFETUE A COMPRA COM A VENDEDORA PELO WHATSAPP, POR MEIO DE UM LINK DE PAGAMENTO DA CIELO 100% SEGURO

PRATELEIRA INFINITA



TELA TOUCH NA LOJA FÍSICA QUE PERMITE QUE A CONSUMIDORA, COM O AUXÍLIO DA VENDEDORA, TENHA ACESSO À TODO O ESTOQUE DO CANAL WEB-COMMERCE, AUMENTANDO A DISPOIBILIDADE DE PRODUTOS

CUPOM VENDEDORA

JUNTOS1091 - Desconto - VICTORIA	×
FRETE GRÁTIS	
Subtotal	R\$ 299,90
Desconto	R\$ 15,00
Total	R\$ 284,90

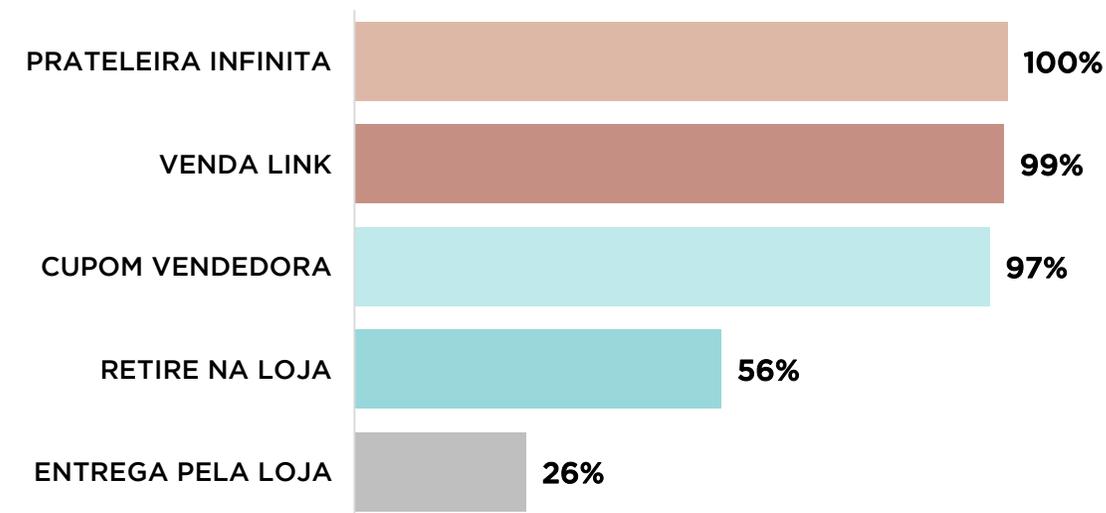
DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19, A INICIATIVA FOI IMPLEMENTADA, A FIM DE SUBSTITUIR A COMISSÃO EM LOJA. O CONSUMIDOR GANHA 5% DE DESCONTO NO CARRINHO DO WEB-COMMERCE APLICANDO O CUPOM DA VENDEDORA.

ACELERAÇÃO DOS CANAIS DIGITAIS

FORTALECIMENTO DA INTEGRAÇÃO DE CANAIS

- ✓ ACELERAÇÃO DOS CANAIS DIGITAIS;
- ✓ VENDA LINK E POR WHATSAPP, RETIRADA AGENDADA, ENTREGA PELA LOJA E PRATELEIRA INFINITA;
- ✓ FORTE TREINAMENTO DE FRANQUEADOS E VENDEDORAS;
- ✓ MAISQUEVENDAS - **VENDA PELOS COLABORADORES** COM GRANDE ENGAJAMENTO;
- ✓ **LOGÍSTICA E CD COM FORTE ADAPTAÇÃO** PARA ATENDER CLIENTES FINAIS, NOS PRAZOS PRÉ DETERMINADOS;

LOJAS HABILITADAS COM INICIATIVAS OMNI (% LOJAS)



19%

PENETRAÇÃO DA
VENDA LINK NO SELL
OUT DAS LOJAS

908%

CRESCIMENTO
VENDA LINK
NO 2T20

440%

CRESCIMENTO
ENTREGUE PELA LOJA
NO 2T20

21,4%

NOVOS CLIENTES
NA WEB

69 MIL

CLIENTES REATIVADAS
(SEM COMPRAR
HÁ 12 MESES)

FRENTES DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL EM 5 PRINCIPAIS BATALHAS:

ACELERAÇÃO DO E-COMMERCE



PANDEMIA ACELEROU A DEMANDA POR COMPRAS ONLINE E REFORÇOU A RELEVÂNCIA DO CANAL PARA AREZZO&CO.

+ VISÃO DE NEGÓCIO

GANHAR EFICIÊNCIA E CONSTRUIR MELHORIAS NECESSÁRIAS PARA ATINGIR NOVO PATAMAR.

+ OBJETIVO

ESCALAR ULTRAPASSANDO A MARCA DE R\$500 MILHÕES DE RECEITA EM 2020.

REVENDEDORA DIGITAL



A FORÇA DAS INFLUENCIADORAS E O DIGITAL COMO FERRAMENTA DE TRABALHO CADA VEZ MAIS PRESENTE.

+ VISÃO DE NEGÓCIO

CRIAR UM NOVO CANAL DE VENDAS COM CAPACIDADE DE RÁPIDA ESCALADA, AUMENTANDO A VISIBILIDADE DAS MARCAS E IMPULSIONANDO SELL OUT.

+ OBJETIVO

DISPONIBILIZAR PLATAFORMAS QUE POSSIBILITEM PESSOAS AUTÔNOMAS A VENDEREM NOSSAS MARCAS.

PLATAFORMA DE MODA



MARKETPLACE COMO PRINCIPAL ALAVANCA DO CRESCIMENTO DO E-COMMERCE NO PAÍS E PORTA DE ENTRADA PARA NOVAS MARCAS.

+ VISÃO DE NEGÓCIO

criação de plataforma proprietária 1P + 3P OFERECENDO UMA EXPERIÊNCIA INÉDITA NO BRASIL E AMPLIANDO A OFERTA DE CATEGORIAS.

+ OBJETIVO

SER UMA PLATAFORMA DE REFERÊNCIA NA MODA, TRABALHANDO PILARES FORTES DE CONTEÚDO, SERVIÇOS E OUTROS DIFERENCIAIS DIGITAIS.

ECONOMIA CIRCULAR



APENAS NOS EUA MERCADO SECOND HAND DEVE ATINGIR VALOR DE USD 51 BILHÕES EM 2023. REVENDA DE PEÇAS USADAS CRESCEU 21X MAIS DO QUE ROUPAS NOVAS NOS ÚLTIMOS 3 ANOS.

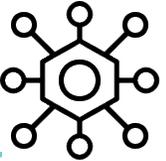
+ VISÃO DE NEGÓCIO

UTILIZAR 2ND HAND PARA ALIMENTAR A VENDA DE PRODUTOS NOVOS, GERAR IMPACTO POSITIVO E CAPTURAR NOVA FONTE DE SELL OUT.

+ OBJETIVO

CRIAR SITES DE RECOMMERCE ATRELADO ÀS NOSSAS MARCAS E À NOSSA PLATAFORMA. DOMINAR TERRITÓRIO JÁ EXISTENTE.

OMNI E FUTURO DO VAREJO



O VAREJO MUDOU. FÍSICO E DIGITAL JÁ NÃO SE DISTINGUEM MAIS. VIVEMOS A ERA DA EXPERIÊNCIA ONDE O FOCO PRECISA SER NO RELACIONAMENTO.

+ VISÃO DE NEGÓCIO

CICLOS RÁPIDOS DE DESENVOLVIMENTO DE NOVAS SOLUÇÕES QUE ATENDAM DE PONTA A PONTA A JORNADA DE NOSSOS CLIENTES.

+ OBJETIVO

CONSTRUIR UM ECOSISTEMA INTEGRADO DE SOLUÇÕES DE CRM, RELACIONAMENTO DIGITAL E TRANSAÇÕES OMNI-CHANNEL, FORTALECENDO O UNIVERSO DE FRANQUIAS E AMPLIANDO NOSSO MARKET SHARE.

OPERAÇÃO
NORTE-AMERICANA
SEÇÃO 4

TIMELINE OPERAÇÃO NORTE-AMERICANA

SCHUTZ



- LANÇAMENTO DA LOJA NY
- TENTATIVA DE TRABALHAR COM LOJAS DE DEPARTA.

- LANÇAMENTO E-COMMERCE

- SAÍDA DAS LOJAS DE DEPARTAMENTO

- RETORNO PARA LOJAS DE DEPARTAMENTO ONLINE

- LANÇAMENTO DA LOJA DE LOS ANGELES

- NOVO SHOWROOM
- RETORNO LOJAS DE DEPARTAMENTO
- E-COMMERCE INTEGRADO

- ABERTURA LOJA AVENTURA MALL
- INÍCIO DROPSHIP COM WHOLESALE

- NOVA ESTRATÉGIA DE PRICING NA OPERAÇÃO

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018

2020

- INÍCIO WHOLESALE AINDA SEM UM SHOWROOM

- SHOWROOM NY



- ABERTURA DE LINHA FOCADA NA FÁBRICA PRÓPRIA

- MELHORIA DE ENTREGA
- LANÇAMENTO CLARITA



- CRESCIMENTO LOJAS DE DEPARTAMENTO
- CLARITA SE TORNA UM PRODUTO ESTRELA

- ABERTURAS DAS LOJAS MADISON AVENUE & BAL HARBOUR
- INÍCIO DROPSHIP COM WHOLESALE



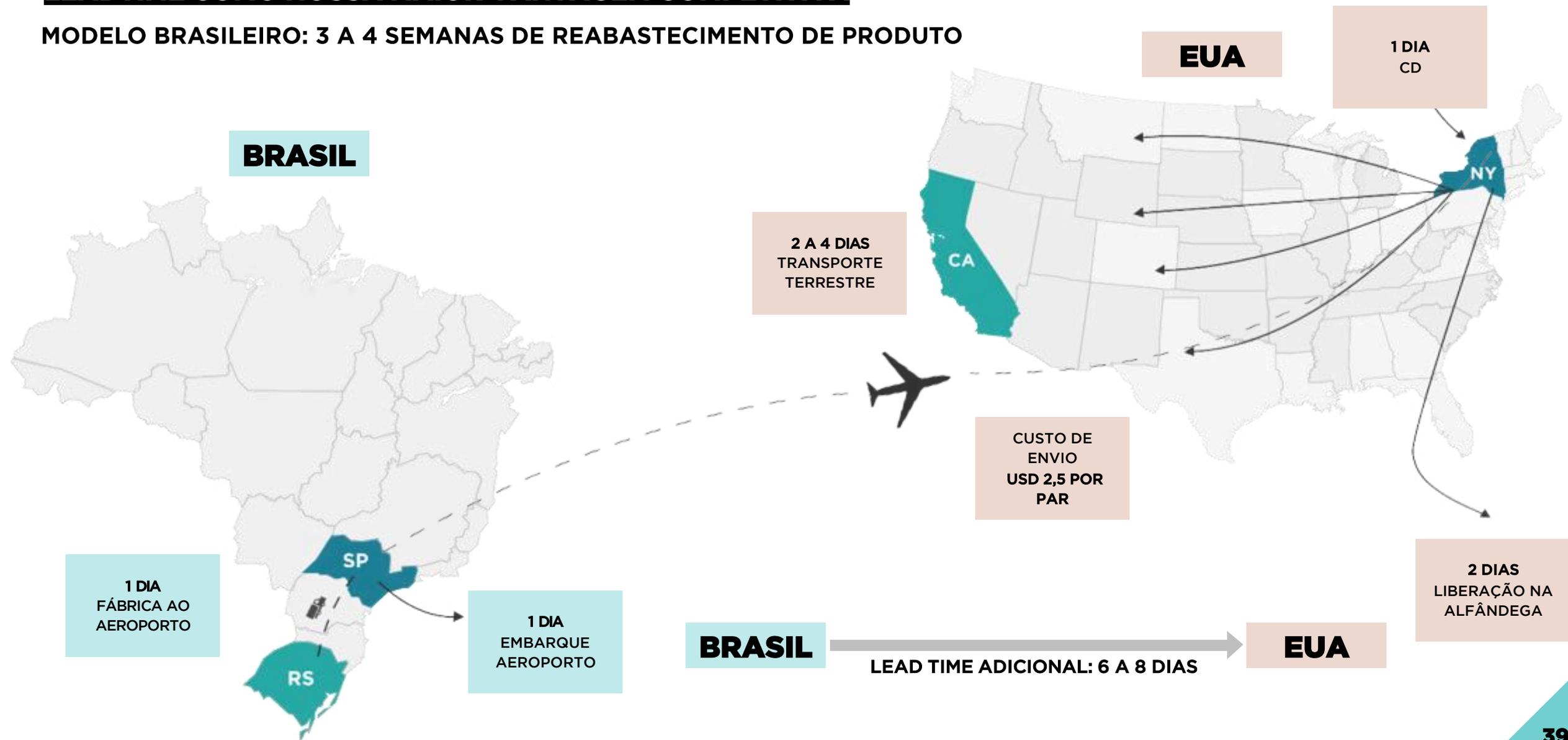
- ATINGIMENTO DO PATAMAR DE BREAK-EVEN NO 3T20

ALEXANDRE
BIRMAN

OPERAÇÃO NORTE-AMERICANA

LEADTIME COMO NOSSA MAIOR VANTAGEM COMPETITIVA

MODELO BRASILEIRO: 3 A 4 SEMANAS DE REABASTECIMENTO DE PRODUTO

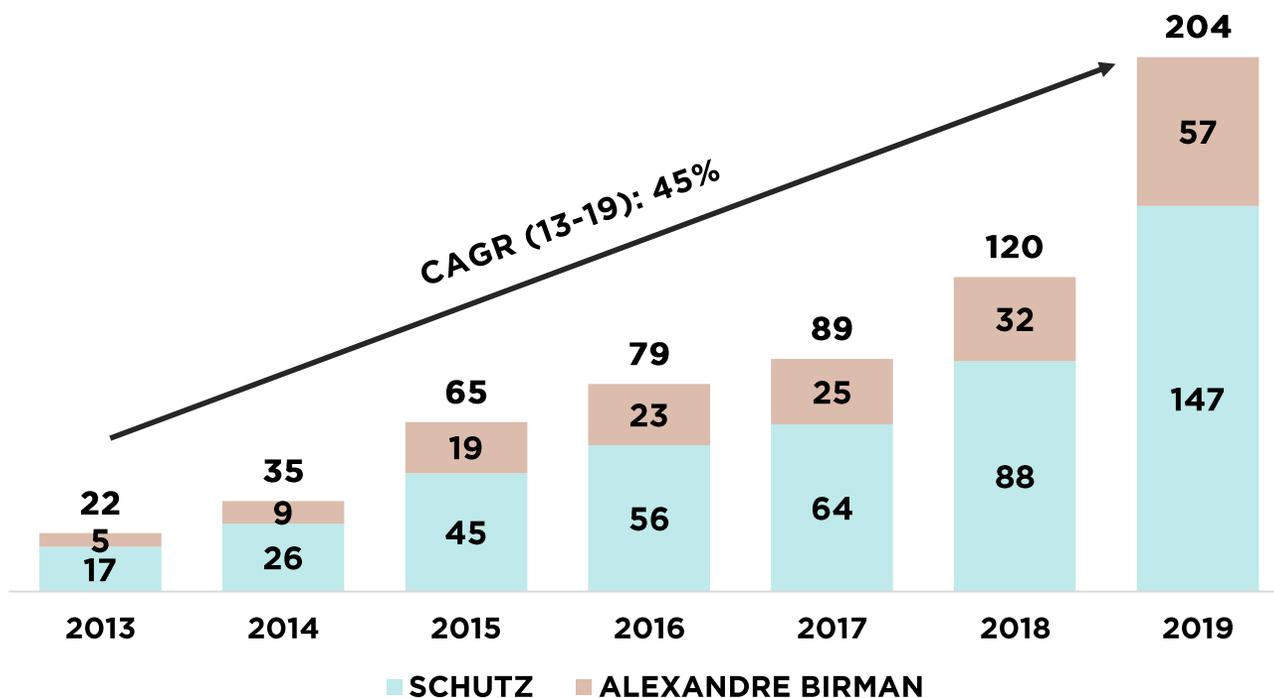


OPERAÇÃO NORTE-AMERICANA

EVOLUÇÃO DA RECEITA BRUTA

- CONSISTÊNCIA NO CRESCIMENTO DE RECEITA: CAGR 13-19: 45%
- MARCA SCHUTZ REPRESENTA 72% E ALEXANDRE BIRMAN 28%

RECEITA BRUTA (R\$ MILHÕES)



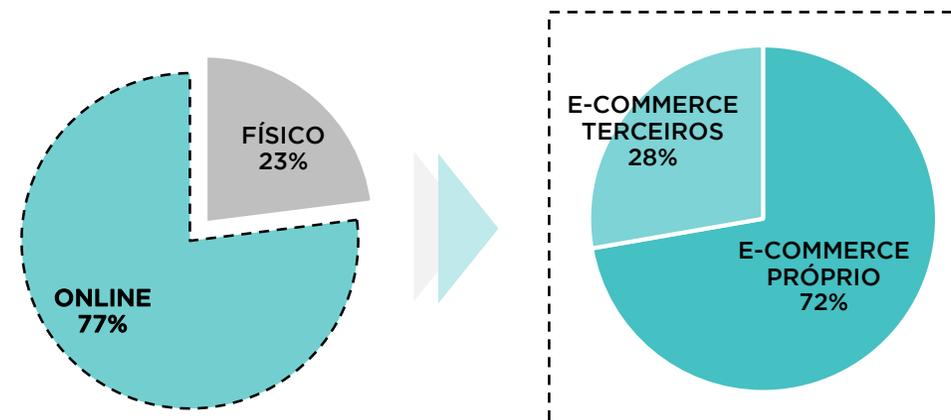
OPERAÇÃO NORTE-AMERICANA

MUDANÇAS ESTRUTURAIS VIABILIZANDO BREAKEVEN

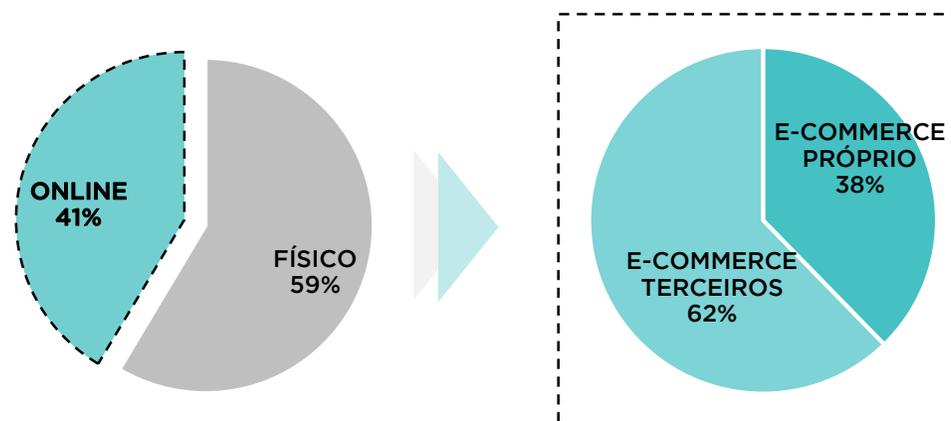
+41,3% BRL DE CRESCIMENTO EM JULHO

- **REVISITAÇÃO DA ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO** - CADA VEZ MAIS ORIENTADA AO CANAL DIGITAL (FECHAMENTO DE 5 LOJAS);
- **NOVO POSICIONAMENTO NA MARCA SCHUTZ** - AUMENTANDO O MERCADO ENDEREÇÁVEL;
- **REESTRUTURAÇÃO ORGANIZACIONAL** - UNIFICAÇÃO DA LIDERANÇA (BRASIL/EUA), SIMPLIFICAÇÃO DE PROCESOS E MIGRAÇÃO DE POSIÇÕES OPERACIONAIS PARA O BRASIL;
- **REVISITAÇÃO DO CALENDÁRIO DE SELL IN** COM ALAVANCAGEM NA ESTRUTURA BRASILEIRA E REDUÇÃO DO LEADTIME.
- **FORTE ADERÊNCIA DAS LOJAS DE DEPARTAMENTO AO NOVO PRICING PROPOSTO**, COM AUMENTO EXPRESSIVO DAS VENDAS DE SELL IN JUNTO AOS MAIORES CLIENTES DO CANAL WHOLESALE.

PARTICIPAÇÃO DA RECEITA BRUTA OPERAÇÃO EUA 2T20



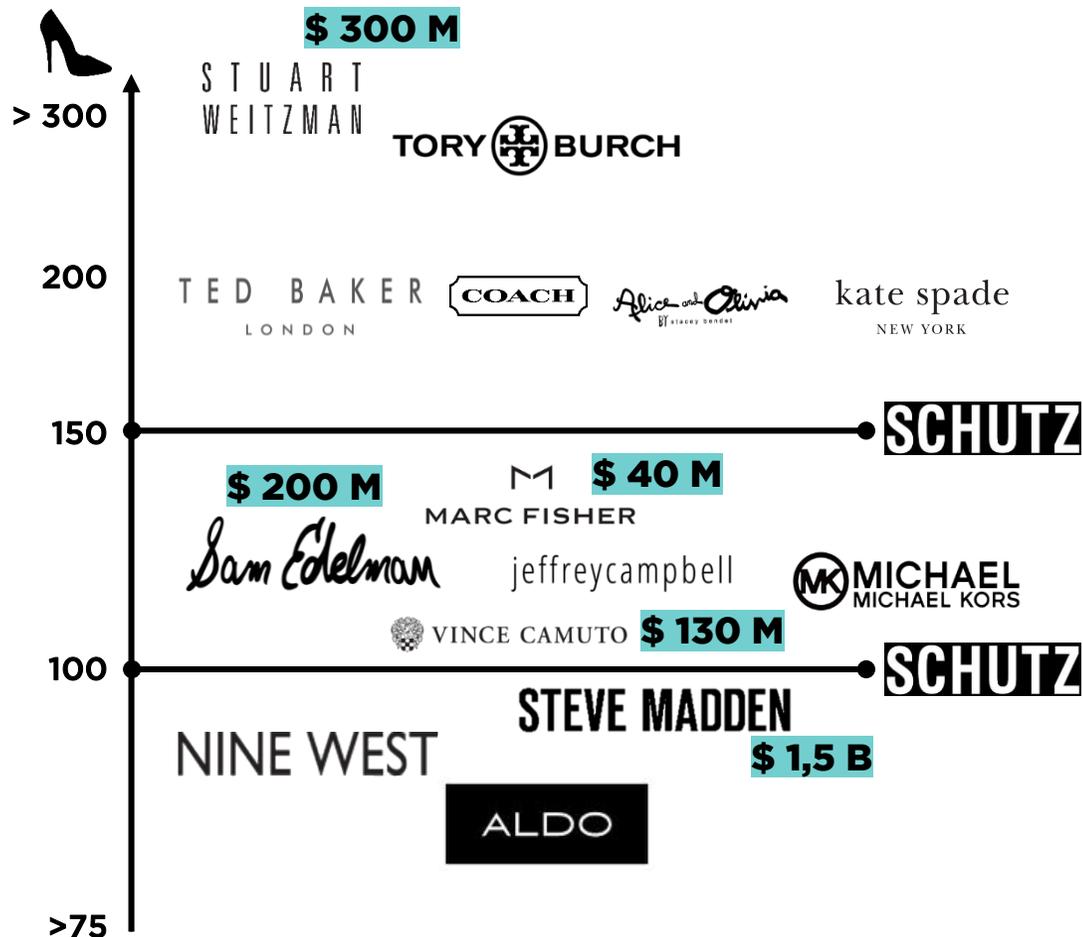
PARTICIPAÇÃO DA RECEITA BRUTA OPERAÇÃO EUA 2019



OPERAÇÃO NORTE-AMERICANA

GANHO DE COMPETITIVIDADE E AUMENTO DO MERCADO ENDEREÇÁVEL

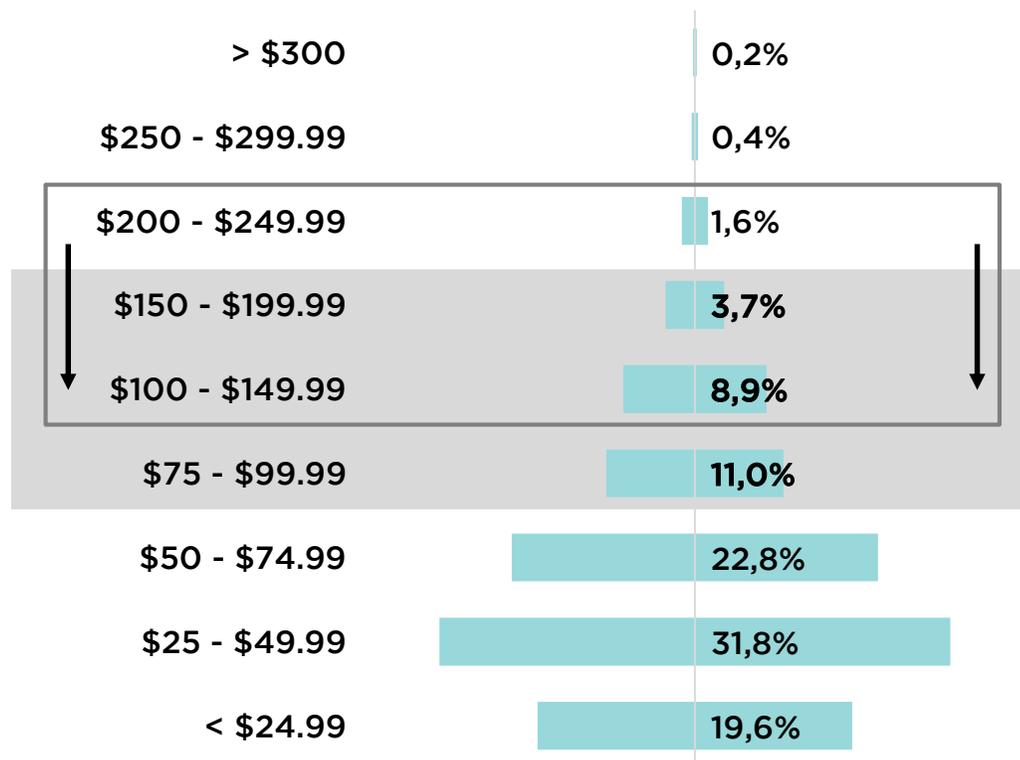
PREÇO MÉDIO



FATURAMENTO DO PLAYER (EM USD)

VOLUME DE VENDA POR FAIXA DE PREÇO*

AUMENTO DE 66,2% DO MERCADO ENDEÇÁVEL



□ ANTERIOR □ ATUAL

NOVA ESTRATÉGIA DE PRICING

ATRELADA À NOVA CAMPANHA GLOBAL DA MARCA SCHUTZ

AREZZO
& CO



SCHUTZ

NEW BOOTS SANDALS SNEAKERS PUMPS MULES FLATS FEATURED INSTAGRAM SALE

Q [User Icon] [Flag Icon] [Cart Icon]

SAME SCHUTZ, NEW PRICE

FROM DESIGNS TO PRICES, SCHUTZ FITS.

NEW PRICES STARTING AT:

- SNEAKERS \$78
- SANDALS \$98
- BOOTS \$158

SHOP NOW

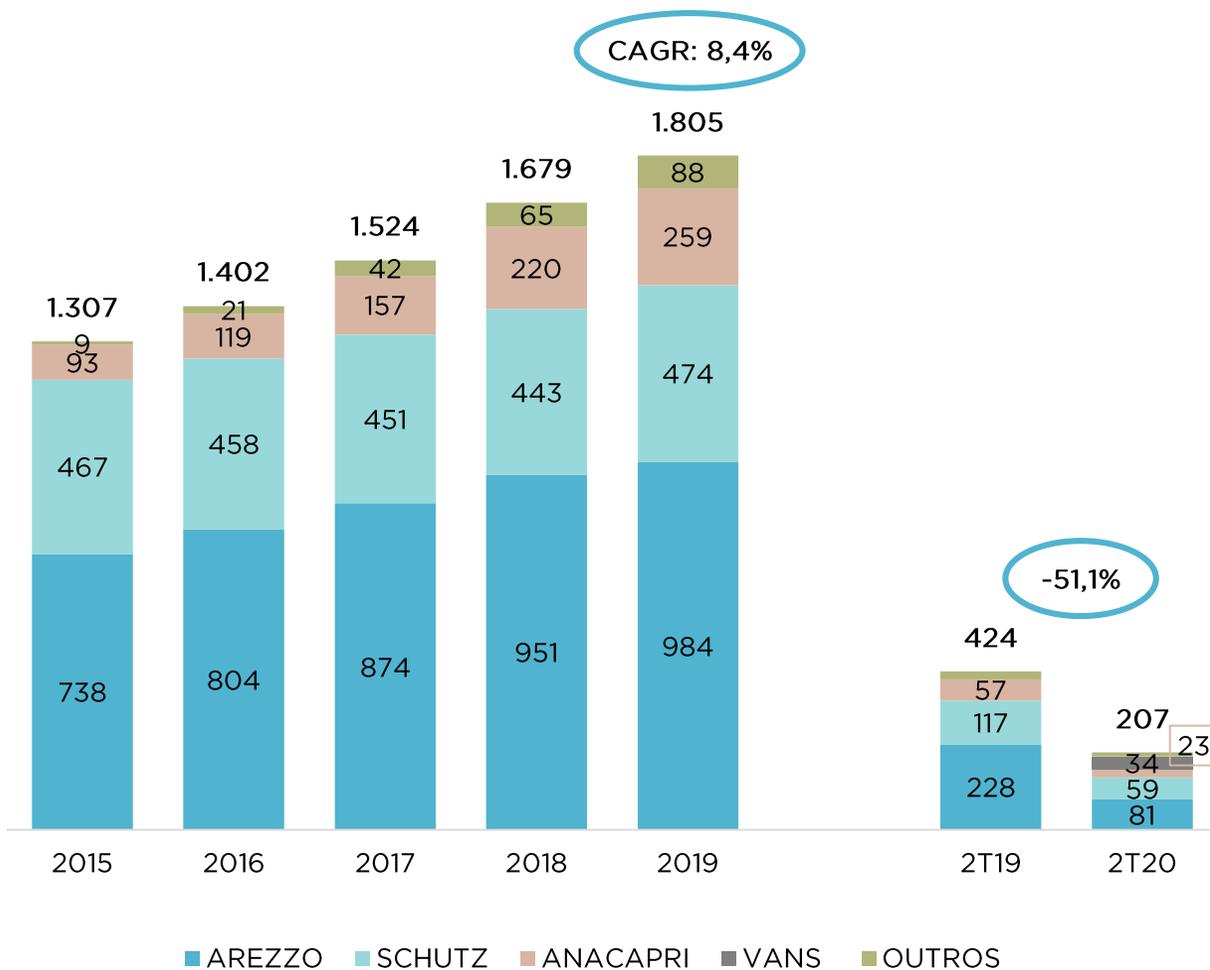


DESTAQUES FINANCEIROS

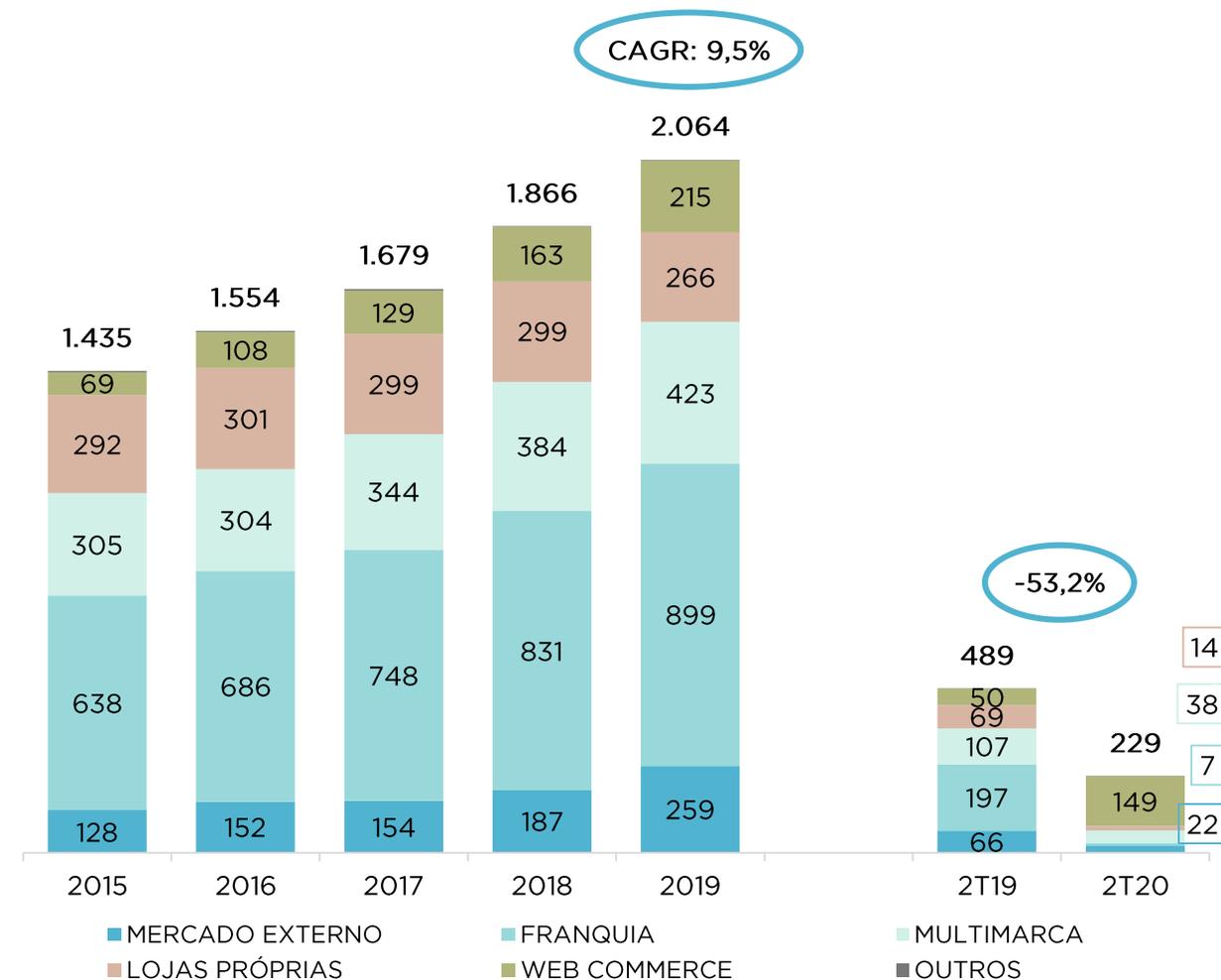
SEÇÃO 5

DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

**RECEITA BRUTA POR MARCA
MERCADO INTERNO (R\$ MILHÕES)¹**



**RECEITA BRUTA POR CANAL
MERCADO INTERNO E EXTERNO (R\$ MILHÕES)²**

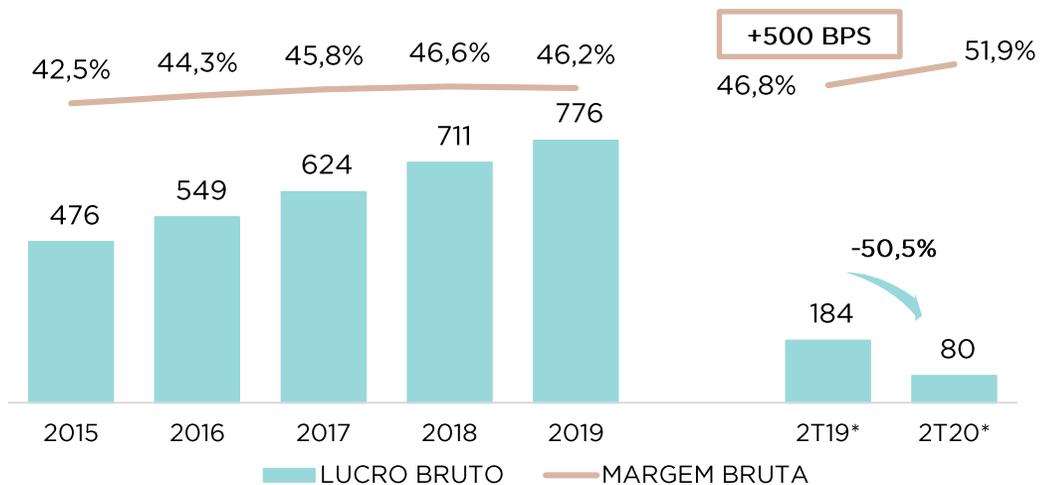


¹OUTROS: INCLUI AS MARCAS A. BIRMAN, FIEVER E ALME APENAS NO MERCADO INTERNO E OUTRAS RECEITAS NÃO ESPECÍFICAS DAS MARCAS.

²OUTROS: INCLUI RECEITAS DAS MARCAS QUE NÃO SÃO ESPECÍFICAS DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO.

DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

EVOLUÇÃO LUCRO BRUTO (R\$ MILHÕES) E MARGEM BRUTA (%)



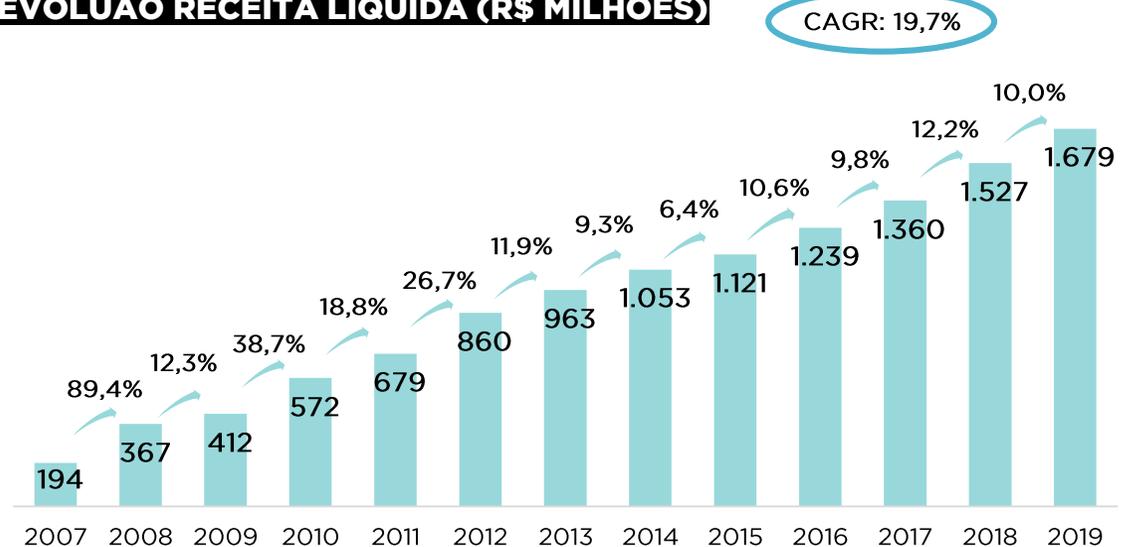
EVOLUÇÃO LUCRO LÍQUIDO (R\$ MILHÕES) E MARGEM LÍQUIDA (%)



EVOLUÇÃO EBITDA (R\$ MILHÕES) E MARGEM EBITDA (%)



EVOLUÇÃO RECEITA LÍQUIDA (R\$ MILHÕES)



* RESULTADOS AJUSTADOS (EXCLUEM EFEITOS NÃO RECORRENTES).

DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

A AREZZO&CO POSSUI SÓLIDO BALANÇO COM SAUDÁVEL POSIÇÃO DE CAIXA LÍQUIDO ATRELADO A UMA FORTE CAPACIDADE DE GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL E PAGAMENTO DE DIVIDENDOS

POSIÇÃO DE
CAIXA (2T20)

R\$566MM

A AREZZO&CO REFORÇOU
SUA POSIÇÃO DE CAIXA

DÍVIDA LÍQUIDA/
EBITDA (2T20)

0,2X

A COMPANHIA CONTINUA
COM UM BALANÇO FORTE

ROIC
(2019)

25,1%

CRESCIMENTO DO NOPAT E
MELHORIA DO
CAPITAL DE GIRO

DIVIDEND
PAYOUT (2019)

+65%

DISTRIBUIÇÃO DE
DIVIDENDOS DE FORMA
CONSISTENTE

OPERATING CASH
FLOW YIELD (LTM)

2,3%

A AREZZO&CO GEROU R\$
109 MM EM FLUXO DE CAIXA
OPERACIONAL (LTM)

ENDIVIDAMENTO

POSIÇÃO DE CAIXA E ENDIVIDAMENTO	2T20	1T20	2T19
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	565.619	619.181	257.135
DÍVIDA TOTAL	601.347	615.959	175.957
CURTO PRAZO	292.424	307.081	153.533
% DÍVIDA TOTAL	48,6%	49,9%	87,3%
LONGO PRAZO	308.923	308.878	22.424
% DÍVIDA TOTAL	51,4%	50,1%	12,7%
DÍVIDA LÍQUIDA	35.728	(3.222)	(81.178)
DÍVIDA LÍQUIDA/EBITDA	0,2X	0,0X	-0,3X

- ENDIVIDAMENTO TOTAL DE R\$ 601,3 MILHÕES NO 2T20 ANTE R\$ 176 MILHÕES NO 2T19;
- DÍVIDA LÍQUIDA DE 0,2X FRENTE A -0,3X EBITDA NO 2T19.

INDICADORES OPERACIONAIS

INDICADORES OPERACIONAIS	2T20	2T19	Δ (%) 20 X 19
NÚMERO DE PARES VENDIDOS ('000)	1.079	3.185	-66,1%
NÚMERO DE BOLSAS VENDIDAS ('000)	185	436	-57,5%
NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS	2.029	2.515	-19,3%
NÚMERO DE LOJAS*	741	696	45
PRÓPRIAS	53	54	-1
FRANQUIAS	688	642	46
OUTSOURCING (% DA PRODUÇÃO TOTAL)	90,9%	90,3%	0,6 P.P
SSS ² SELL-IN (FRANQUIAS)	-90,7%	1,3%	-92,0 P.P
SSS ² SELL-OUT (LOJAS PRÓPRIAS + WEB + FRANQUIAS)	-50,5%	4,1%	-54,6 P.P

* CONSIDERA LOJAS NO EXTERIOR

CAPEX

SUMÁRIO DE INVESTIMENTOS	2T20	2T19	Δ 20 X 19 (%)
CAPEX TOTAL	7.361	17.486	(57,9%)
LOJAS - EXPANSÃO E REFORMAS	955	2.209	(56,8%)
CORPORATIVO	5.831	4.280	36,2%
OUTROS	575	10.997	(94,8%)

APÊNDICE

SEÇÃO 6

PRINCIPAIS INDICADORES DE DESEMPENHO

PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS	2T20	AJUSTES NÃO RECORRENTES	2T20 AJUSTADO	2T19 AJUSTADO	Δ (%) 20 X 19 AJ.
RECEITA BRUTA	228.849	4.671	233.520	489.482	(52,3%)
RECEITA LÍQUIDA	154.443	21.547	175.990	393.546	(55,3%)
CMV	(74.283)	(10.396)	(84.679)	(209.215)	(59,5%)
DEPRECIÇÃO E AMORTIZAÇÃO - CUSTO	(817)		(817)	(743)	10,0%
LUCRO BRUTO	80.160		91.311	184.331	(50,5%)
MARGEM BRUTA	51,9%		51,9%	46,8%	5,1 P.P
SG&A	(171.328)	66.502	(104.826)	(142.801)	(26,6%)
% RECEITA	(110,9%)		(59,6%)	(36,3%)	(23,3 P.P)
DESPESAS COMERCIAIS	(118.765)	56.797	(61.968)	(84.011)	(26,2%)
LOJAS PRÓPRIAS E WEB COMMERCE	(31.401)	4.879	(26.522)	(29.009)	(8,6%)
VENDA, LOGÍSTICA E SUPRIMENTOS	(87.364)	51.917	(35.447)	(55.002)	(35,6%)
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(33.793)	9.011	(24.782)	(37.842)	(34,5%)
OUTRAS (DESPESAS) E RECEITAS	(514)	694	180	(1.822)	(109,9%)
DEPRECIÇÃO E AMORTIZAÇÃO - DESPESA	(18.256)		(18.256)	(19.125)	(4,5%)
EBITDA	(72.095)		5.558	61.398	(90,9%)
MARGEM EBITDA	-46,7%		3,2%	15,6%	(12,4 P.P)
LUCRO LÍQUIDO	(82.299)		(31.048)	35.558	(187,3%)
MARGEM LÍQUIDA	(53,3%)		(17,6%)	9,0%	(26,6 P.P)

RESULTADOS AJUSTADOS: NÃO CONSIDERAM R\$ 77,7 MILHÕES NO 2T20 RELACIONADOS AOS “ONE OFFS” (ELEMENTOS DE NATUREZA NÃO RECORRENTE), A SEREM EXPLICADOS AO LONGO DESTA DOCUMENTO. TAMBÉM FORAM EXCLUÍDOS EVENTOS NÃO RECORRENTES E EFEITOS DE CRÉDITOS EXTEMPORÂNEOS NO 1T20 (R\$ 28,3 MILHÕES), NO 2T19 (R\$ 7,6 MILHÕES) E 1T19 (R\$ 0,1 MILHÃO).

HISTÓRICO DE LOJAS

HISTÓRICO DE LOJAS	2T19	3T19	4T19	1T20	2T20
ÁREA DE VENDA ^{1,3} - TOTAL (M ²)	44.322	44.835	45.925	46.265	45.544
ÁREA DE VENDA - FRANQUIAS (M ²)	37.768	38.739	39.752	39.794	39.302
ÁREA DE VENDA - LOJAS PRÓPRIAS ² (M ²)	6.553	6.096	6.173	6.472	6.242
TOTAL DE LOJAS NO BRASIL	681	700	737	739	730
NÚMERO DE FRANQUIAS	636	658	693	693	682
AREZZO	406	419	432	432	428
SCHUTZ	73	73	72	70	68
ANACAPRI	157	165	185	184	179
FIEVER	-	-	1	1	1
ALME	-	1	3	3	3
VANS	-	-	-	3	3
NÚMERO DE LOJAS PRÓPRIAS	45	42	44	46	48
AREZZO	14	10	10	9	9
SCHUTZ	17	17	17	16	16
ALEXANDRE BIRMAN	4	4	6	6	6
ANACAPRI	3	3	3	3	3
FIEVER	5	5	5	5	5
ALME	2	3	3	3	3
VANS	-	-	-	4	6
TOTAL DE LOJAS NO EXTERIOR	15	15	15	15	11
NÚMERO DE FRANQUIAS	6	6	6	6	6
NÚMERO DE LOJAS PRÓPRIAS ⁴	9	9	9	9	5

(1) INCLUI METRAGENS DAS LOJAS NO EXTERIOR

(2) INCLUI ONZE LOJAS DO TIPO OUTLETS CUJA ÁREA TOTAL É DE 2.450 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.

BALANÇO PATRIMONIAL - IFRS

ATIVO	2T20	1T20	2T19
ATIVO CIRCULANTE	1.276.801	1.416.747	877.448
CAIXA E BANCOS	12.965	7.597	7.842
APLICAÇÕES FINANCEIRAS	552.654	611.584	249.293
CONTAS A RECEBER DE CLIENTES	283.071	400.136	370.837
ESTOQUES	271.321	253.412	163.368
IMPOSTOS A RECUPERAR	124.430	121.500	57.554
OUTROS CRÉDITOS	32.360	22.518	28.554
ATIVO NÃO CIRCULANTE	453.891	488.433	426.667
REALIZÁVEL A LONGO PRAZO	79.656	55.003	60.003
CONTAS A RECEBER DE CLIENTES	8.416	9.377	10.948
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL DIFERIDOS	42.011	16.356	20.811
OUTROS CRÉDITOS	29.229	29.270	28.244
PROPRIEDADES PARA INVESTIMENTO	3.484	3.074	3.314
IMOBILIZADO	293.326	354.778	299.640
INTANGÍVEL	77.425	75.578	63.710
TOTAL DO ATIVO	1.730.692	1.905.180	1.304.115

PASSIVO	2T20	1T20	2T19
PASSIVO CIRCULANTE	576.827	628.035	420.301
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	292.424	307.081	153.533
ARRENDAMENTO	44.836	47.995	36.390
FORNECEDORES	128.762	178.376	111.810
OUTRAS OBRIGAÇÕES	110.805	94.583	118.568
PASSIVO NÃO CIRCULANTE	484.398	521.650	204.966
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	308.923	308.878	22.424
PARTES RELACIONADAS	2.040	1.937	1.428
OUTRAS OBRIGAÇÕES	10.000	9.607	9.715
ARRENDAMENTO	163.435	201.228	171.399
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	669.467	755.495	678.848
CAPITAL SOCIAL	352.715	352.715	352.715
RESERVA DE CAPITAL	49.330	48.634	49.035
RESERVAS DE LUCROS	122.118	122.118	90.033
RESERVA DE INCENTIVOS FISCAIS	213.880	213.880	136.443
OUTROS RESULTADOS ABRANGENTES	-12.165	-7.740	7.257
LUCROS ACUMULADOS	-56.411	25.888	43.365
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.730.692	1.905.180	1.304.115

DRE	2T20	2T19	VAR.%	1S20	1S19	VAR.%
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	154.443	393.546	-60,8%	529.914	770.709	-31,2%
CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS	(74.283)	(209.215)	-64,5%	(277.382)	(413.902)	-33,0%
LUCRO BRUTO	80.160	184.331	-56,5%	252.532	356.807	-29,2%
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS:	(171.328)	(135.210)	26,7%	(299.682)	(270.999)	10,6%
COMERCIAIS	(132.379)	(97.908)	35,2%	(249.502)	(194.008)	28,6%
ADMINISTRATIVAS E GERAIS	(38.435)	(48.717)	-21,1%	(77.793)	(89.833)	-13,4%
OUTRAS RECEITAS OPERACIONAIS, LÍQUIDAS	(514)	11.415	-104,5%	27.613	12.842	115,0%
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	(91.168)	49.121	-285,6%	(47.150)	85.808	-154,9%
RESULTADO FINANCEIRO	(9.075)	(4.403)	106,1%	(9.847)	(9.650)	2,0%
LUCRO ANTES DO IR E CS	(100.243)	44.718	-324,2%	(56.997)	76.158	-174,8%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	17.944	(4.150)	-532,4%	586	(12.449)	-104,7%
CORRENTE	(7.711)	(5.381)	43,3%	(25.743)	(17.450)	47,5%
DIFERIDO	25.655	1.231	1984,1%	26.329	5.001	426,5%
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	(82.299)	40.568	-302,9%	(56.411)	63.709	-188,5%

DFC	2T20	2T19	1S20	1S19
DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS				
LUCRO LÍQUIDO	(82.299)	40.568	(56.411)	63.709
AJUSTES PARA CONCILIAR O RESULTADO ÀS DISPON. GERADAS PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS:	37.764	24.683	128.054	56.463
DEPRECIAÇÕES E AMORTIZAÇÕES	20.316	19.868	40.595	37.763
RENDIMENTO DE APLICAÇÃO FINANCEIRA	(4.021)	(3.478)	(6.582)	(7.193)
PAGAMENTOS DE JUROS SOBRE EMPRÉSTIMOS	(3.949)	(190)	(5.367)	(1.007)
JUROS E VARIAÇÃO CAMBIAL	8.852	207	57.233	6.208
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(17.943)	4.150	(585)	12.449
OUTROS	34.509	4.126	42.760	8.243
DECRÉSCIMO (ACRÉSCIMO) EM ATIVOS				
CONTAS A RECEBER DE CLIENTES	106.749	23.388	119.551	10.742
ESTOQUES	(19.578)	(1.064)	(96.873)	(13.930)
IMPOSTOS A RECUPERAR	(16.306)	(14.305)	(47.117)	(7.579)
VARIAÇÃO DE OUTROS ATIVOS CIRCULANTES	(15.566)	1.689	(41.510)	(6.561)
DEPÓSITOS JUDICIAIS	(129)	466	(4.364)	(4.302)
(DECRÉSCIMO) ACRÉSCIMO EM PASSIVOS				
FORNECEDORES	(49.496)	(36.638)	(2.905)	5.308
OBRIGAÇÕES TRABALHISTAS	(3.061)	6.528	(25.134)	(4.189)
OBRIGAÇÕES FISCAIS E SOCIAIS	2.753	3.396	1.454	(1.067)
VARIAÇÃO DE OUTRAS OBRIGAÇÕES	23.185	6.782	27.969	6.923
PAGAMENTO DE IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(1.118)	(14.309)	(14.000)	(21.414)
ARRENDAMENTO	-	-	-	-
DISPONIBILIDADES LÍQUIDAS GERADAS PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	(17.102)	41.184	(11.286)	84.103

DFC	2T20	2T19	1S20	1S19
DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO				
ALIENAÇÃO DE IMOBILIZADO E INTANGÍVEL	656	987	338	987
AQUISIÇÕES DE IMOBILIZADO E INTANGÍVEL	(7.361)	(17.486)	(21.436)	(26.120)
APLICAÇÕES FINANCEIRAS	(250.324)	(243.012)	(1.029.143)	(530.109)
RESGATE DE APLICAÇÕES FINANCEIRAS	312.690	290.187	746.004	513.814
CAIXA LÍQUIDO UTILIZADO PELAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO	55.661	30.676	(304.237)	(41.428)
DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO COM TERCEIROS				
CAPTAÇÕES	50.000	6.358	455.241	79.965
PAGAMENTOS DE EMPRÉSTIMOS	(69.951)	(2.227)	(86.979)	(15.677)
CONTRAPRESTAÇÃO DE ARRENDAMENTO	(13.343)	(10.410)	(28.813)	(23.369)
CAIXA LÍQUIDO UTILIZADO PELAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO COM TERCEIROS	(33.294)	(6.279)	339.449	40.919
DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO COM ACIONISTAS				
JCP E DISTRIBUIÇÃO DE LUCROS	-	(75.000)	(22.675)	(95.847)
CRÉDITOS (DÉBITOS) COM SÓCIOS	103	(24)	538	(16)
RECOMPRA DE AÇÕES	-	-	(2.632)	-
CAIXA LÍQUIDO USADO NAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	103	(63.382)	(24.769)	(84.221)
AUMENTO (REDUÇÃO) DAS DISPONIBILIDADES	5.368	2.199	(843)	(627)
DISPONIBILIDADES				
EFEITO DA VARIAÇÃO CAMBIAL SOBRE O CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	-	(48)	-	(32)
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA - SALDO INICIAL	7.597	5.691	13.808	8.501
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA - SALDO FINAL	12.965	7.842	12.965	7.842
AUMENTO (REDUÇÃO) DAS DISPONIBILIDADES	5.368	2.199	(843)	(627)

CONTATOS:

CFO

RAFAEL SACHETE

DIRETORA DE RI, ESTRATÉGIA E M&A

ALINE PENNA

GERENTE DE RI

VICTORIA MACHADO

ESPECIALISTA DE RI, ESTRATÉGIA E M&A

MARCOS BENETTI

TELEFONE: +55 11 2132-4300

RI@AREZZOCO.COM.BR

RI.AREZZOCO.COM.BR

AREZZO
&CO