

AREZZO
&CO

VIDEO CONFERÊNCIA DE RESULTADOS 3T21

AREZZO

SCHUTZ

ANACAPRI

BIRMAN

FIEVER

ALME

VANS
"OFF THE WALL"

Reserva

TROC

ZZ'MALL

Baw®

mySHOES

AGENDA

DO

CALL

- 1. MENSAGEM DE ABERTURA**
- 2. BREAKDOWN DIGITAL**
- 3. MARCAS E CANAIS**
- 4. NEGÓCIOS INTERNACIONAIS**
- 5. DESTAQUES FINANCEIROS**
- 6. Q&A**
- 7. ESG**
- 8. ANEXO - MARCAS**

MENSAGEM ABERTURA

MENSAGEM ABERTURA

- **CONSOLIDAÇÃO DE UM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO BEM ESTRUTURADO E DE UM MODELO DE NEGÓCIOS QUE TEM O CLIENTE COMO FOCO;**
- **GESTÃO VERTICALIZADA DE PRODUTO E CADEIA DE VALOR - ATRIBUTO ESSENCIAL PARA SUPERAR AS ADVERSIDADES DA PANDEMIA;**
- **PRIMEIRO TRIMESTRE SEM RESTRIÇÕES DO COVID-19 COM RESULTADOS ROBUSTOS;**
- **PERFORMANCE RESILIENTE DO CANAL ONLINE CONSIDERANDO FORTE BASE DE COMPARAÇÃO EM 2020 (+36% VS O 3T20 E +271% VS O 3T19);**
- **SUPERAÇÃO SUBSTANCIAL DAS METAS DO ANO – PAGAMENTO DE BÔNUS JÁ PROVISIONADO DOS RESULTADOS;**
- **ALTA CAPACIDADE DA AREZZO&CO EM FORMAR UM TIME AGUERRIDO;**
- **FATURAMENTO RECORDE NO MÊS DE OUTUBRO/21 – R\$ 393 MILHÕES EM APENAS UM MÊS;**
- **INDEPENDENTE DAS ADVERSIDADES MACROECONÔMICAS, A AREZZO&CO ESTÁ MUITO PREPARADA PARA SOLIDIFICAR SEU MARKET SHARE NO SEGMENTO DE MODA PREMIUM NO BRASIL.**

FORTE PERFORMANCE NO 3T21

R\$954MM

RECEITA BRUTA
CONSOLIDADA

+740bps

MARGEM
BRUTA

R\$125MM

EBITDA RECORDE DE
AJUSTADO

16,1%

MARGEM EBITDA
AJUSTADA

R\$82MM

LUCRO LÍQUIDO
AJUSTADO

R\$707MM

SELL OUT DTC
(FRQ, LPs e WEB)

R\$195MM

RECEITA BRUTA
AR&CO

R\$206MM

RECEITA BRUTA
WEB COMMERCE

24%

PARTICIPAÇÃO
WEB COMMERCE

FORTE PERFORMANCE NO 3T21

+5MM

PARES VENDIDOS
(3T21)

75%

REPRESENTATIVIDA DE
CALÇADOS NO MIX

+1MM

PEÇAS DE ROUPAS
VENDIDAS (3T21)

18%

REPRESENTATIVIDA DE
VESTUÁRIO NO MIX

+484K

BOLSAS VENDIDAS
(3T21)

7%

REPRESENTATIVIDA DE
BOLSAS NO MIX

CANAL DIGITAL

DESTAQUES OMNISCANALIDADE

VENDAS E-COMMERCE

- RECEITA: **R\$206MM** (+**36%** VS 3T20
+271% VS 3T19)

- TRÁFEGO TOTAL: **57MM** (+**1,7%** VS
3T20)

- DOWNLOADS TOTAIS APP AREZZO E
SCHUTZ: **827 MIL** (+**99%** VS 3T20)

- % APPS NA RECEITA: **22,5%**
(+**376BPS** VS 3T20)

- OTD (*ON TIME DELIVERY*): **97%**

- CONVERSÃO: **1,3%**



DESTAQUES OMNISCANALIDADE NO 3T21

VENDAS OMNISCANAL

- PART. % DIGITAL NO *SELL OUT* DAS LOJAS FÍSICAS: **39,5%**
- RETIRE E ENTREGA PELA LOJA: +**77%** VS 1T21
- CLIENTES COM COMPRAS DIGITAIS: +**207 MIL** VS 3T20
- **141MM** DE VENDA INFLUENCIADA DIGITAL

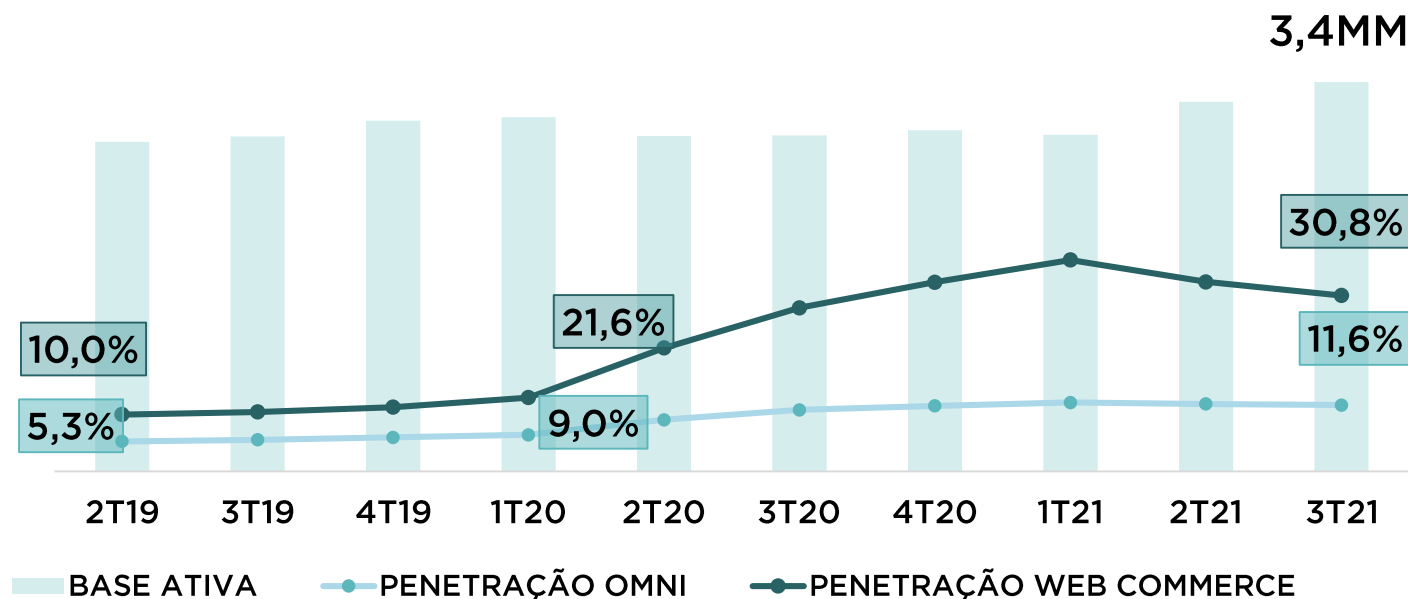


DESTAQUES OMNICALIDADE NO 3T21

BASE ATIVA DE CLIENTES ONLINE RECORDE - **3,4MM**;

30,8% DOS CLIENTES DA AREZZO&CO COMPRAM NO CANAL ONLINE;

11,6% DOS CLIENTES SÃO OMNICHANNEL (COMPRAM NO FÍSICO E NO ONLINE).

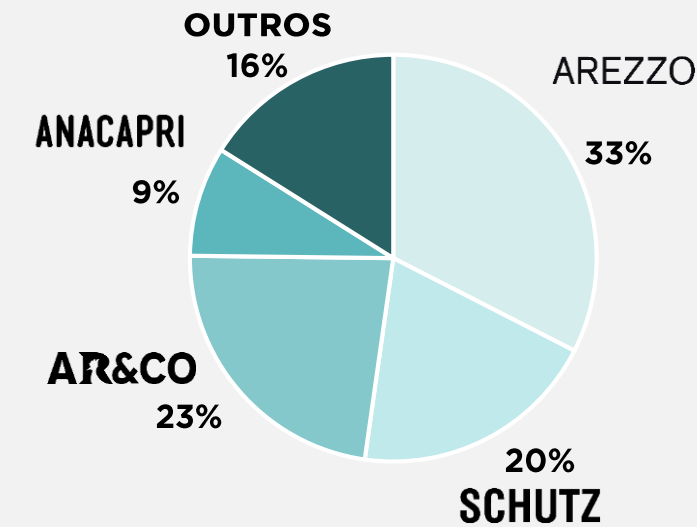


- FREQUÊNCIA DE COMPRA **128%** MAIS ALTA DOS CLIENTES OMNI
- **41%** DA BASE DE CLIENTES COMPRADORES FORAM REATIVADOS NO 9M21 VS 9M20;
- MELHORA CONTÍNUA NA TAXA DE REATIVAÇÃO DE CLIENTES;
- AUMENTO DE **33%** DA BASE DE CLIENTES “HEAVY USERS” QUE REPRESENTARAM UM CRESCIMENTO DE 49% DE RECEITA VS 3T20;
- FORTE AUMENTO NA FREQUÊNCIA DE CLIENTES YTD VS. 2020 **(+5,9%)**.

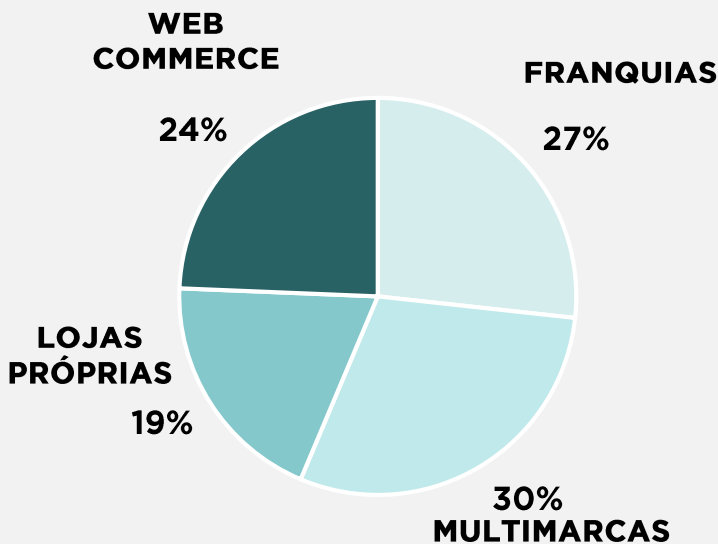
MARCAS E CANAIS

DESTAQUE MARCAS E CANAIS

RECEITA BRUTA MARCAS



RECEITA BRUTA CANAIS



AREZZO

- RECEITA BRASIL: **R\$ 276,0MM**
- CRESCIMENTO: **+10,2%** VS O 3T19
- % WEB SOBRE SELL OUT (DTC): **19,8%**
- % OMNI SOBRE WEB: **19,8%**

SCHUTZ

- RECEITA GLOBAL: **R\$ 240,4MM**
- CRESCIMENTO: **+43,0%** VS O 3T19
- RECEITA BRASIL: **R\$ 167,4MM**
- % WEB SOBRE SELL OUT (DTC): **40,8%**
- % OMNI SOBRE WEB: **14,9%**

AR&CO

- RECEITA BRASIL: **R\$ 194,7MM**
- CRESCIMENTO: **+85,3%** VS O 3T19
- % WEB SOBRE SELL OUT (DTC): **25,9%**
- % OMNI SOBRE WEB: **50,2%**

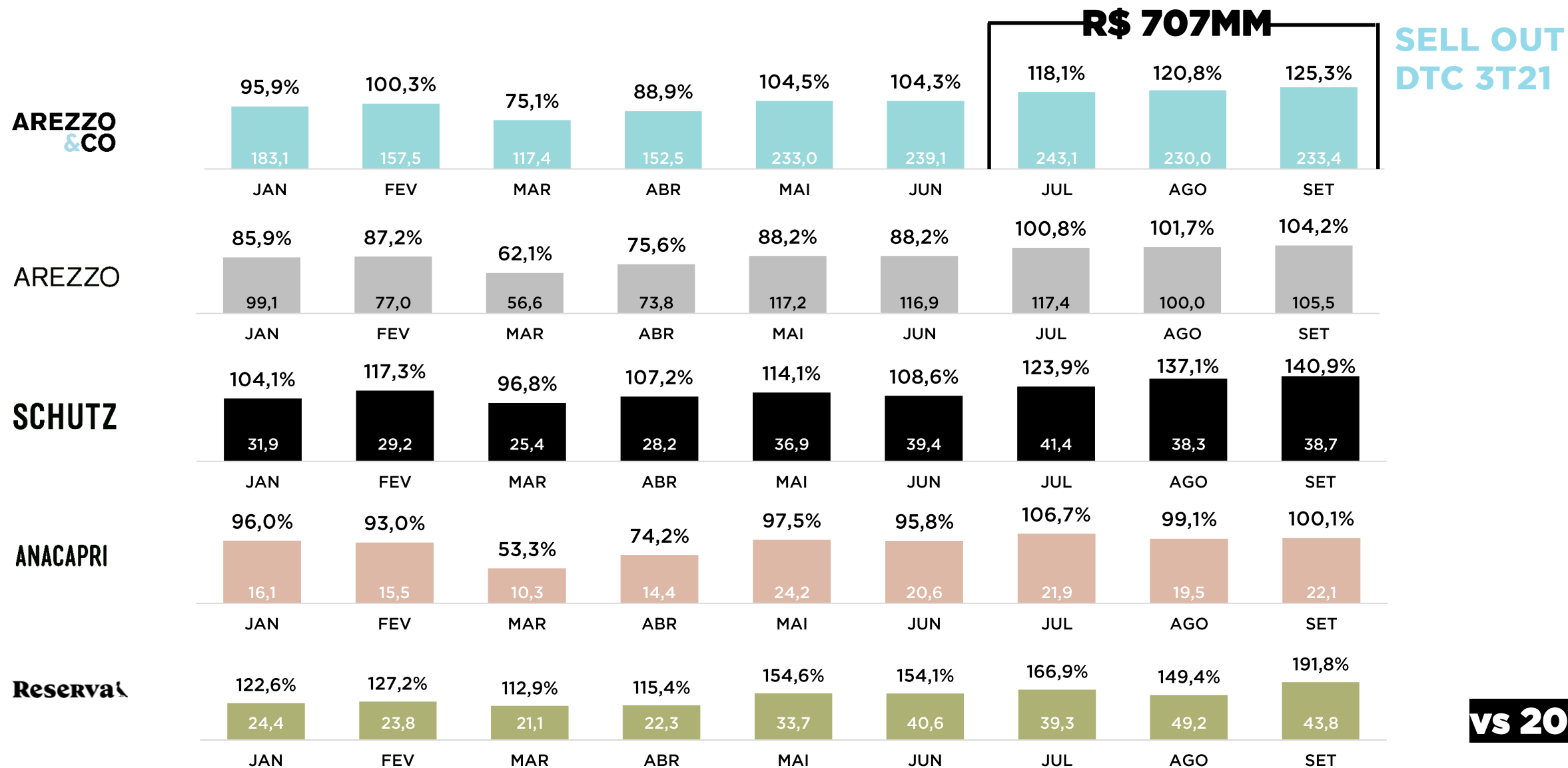
ANACAPRI

- RECEITA BRASIL: **R\$ 74,2MM**
- CRESCIMENTO: **+3,4%** VS O 3T19
- % WEB SOBRE SELL OUT (DTC): **18,4%**
- % OMNI SOBRE WEB: **18,7%**

ACELERAÇÃO DA PERFORMANCE DE SELL OUT

AREZZO
&CO

LOJAS FÍSICAS + CANAL WEB



vs 2019

MULTIMARCAS

CRESCIMENTO CONSISTE DO CANAL MULTIMARCAS COM AUMENTO DE SHARE OF WALLET E PONTOS DE VENDAS

- ASSERTIVIDADE NAS COLEÇÕES, AGILIDADE NAS REPOSIÇÕES E FORÇA DOS PRODUTOS CLÁSSICOS E BEST-SELLERS DA AREZZO&CO;
- AUMENTO SIGNIFICATIVO DAS MARCAS DO GRUPO RESERVA E DA VANS NO CANAL;
- CANAL BENEFICIADO PELA ALTERAÇÃO DO FORMATO DE SHOWROOM PRESENCIAL (FEIRAS) PARA 100% ONLINE;
- AUMENTO DE VOLUME EM CLIENTES MENORES QUE NÃO COMPRAVAM PRESENCIALMENTE ANTES DA PANDEMIA.

+79%
VS 3T20

+98%
VS 3T19

+38%
VS 3T19
(EX-AR&CO E VANS)

+9%
VS 3T19
(EX-AR&CO E VANS)

5.217
PONTOS DE
VENDAS NO
BRASIL

+23%
DE PONTOS DE
VENDAS VS 3T20

NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

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

MAIOR NÍVEL DE RECEITA DA HISTÓRIA DA OPERAÇÃO

RECEITA BRUTA DO 3T21 DE **R\$ 94,2 MM**,
+73,1% VS 2019

CRESCIMENTO DE **91,3%** EXCLUINDO O
CANAL DE LOJAS FÍSICAS

BREAKEVEN DE EBITDA: RESULTADO
POSITIVO DE **R\$ 12,3 MM** NO 3T21

CRESCIMENTO DE **37,6%** DO CANAL WHOLESALE
IMPULSIONADO PELO CRESCIMENTO DE “DOORS” -
116 NO 3T21 VS 74 NO 3T19.

WEB COMMERCE

+344,5%

REAIS vs 3T19

+238,5%

DÓLARES vs 3T19

648 MIL

ACESSOS NO SITE

1,9%

TAXA DE CONVERSÃO

+62%

NÚMERO DE
PEDIDOS

+52%

NÚMERO DE PARES
VENDIDOS

1,5 MIL

CLIENTES QUE COMPRARAM NO MÊS,

SENDO **70%** NOVOS CLIENTES

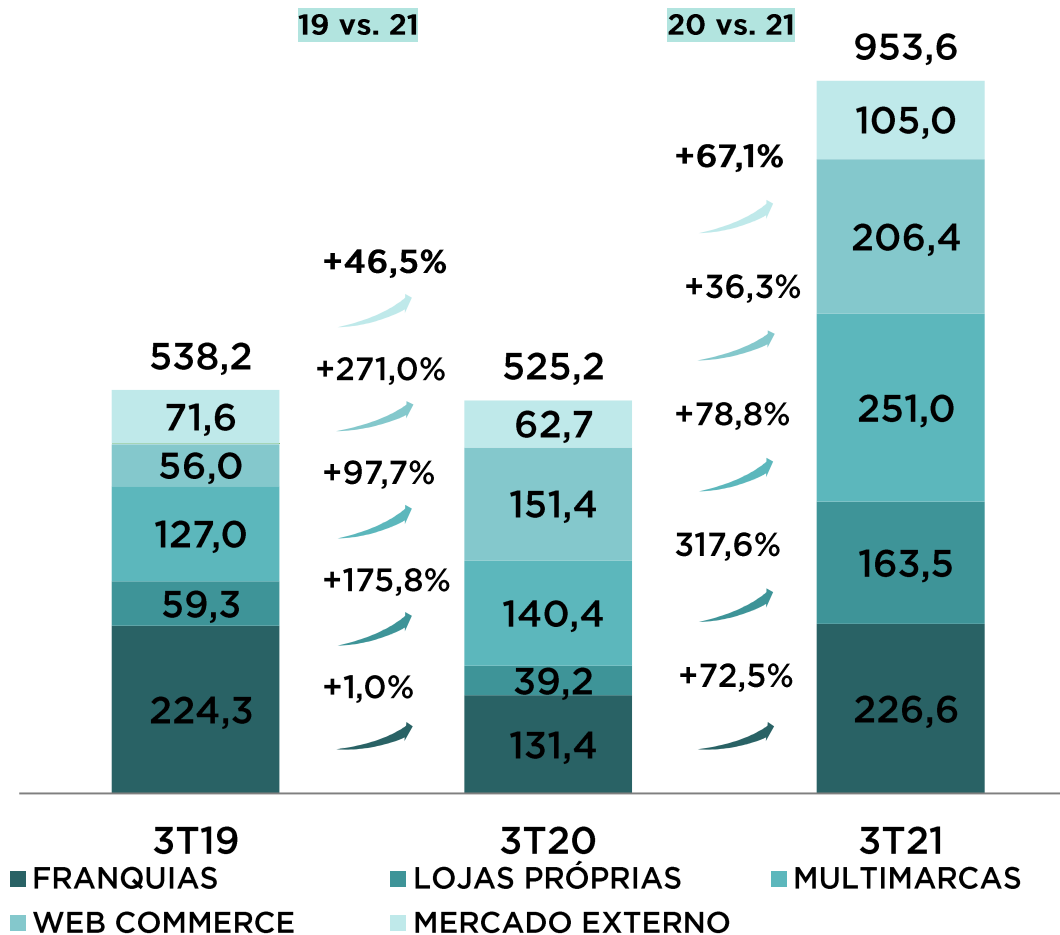
DESTAQUES

FINANCEIROS

3T21

RECEITA BRUTA 3T21

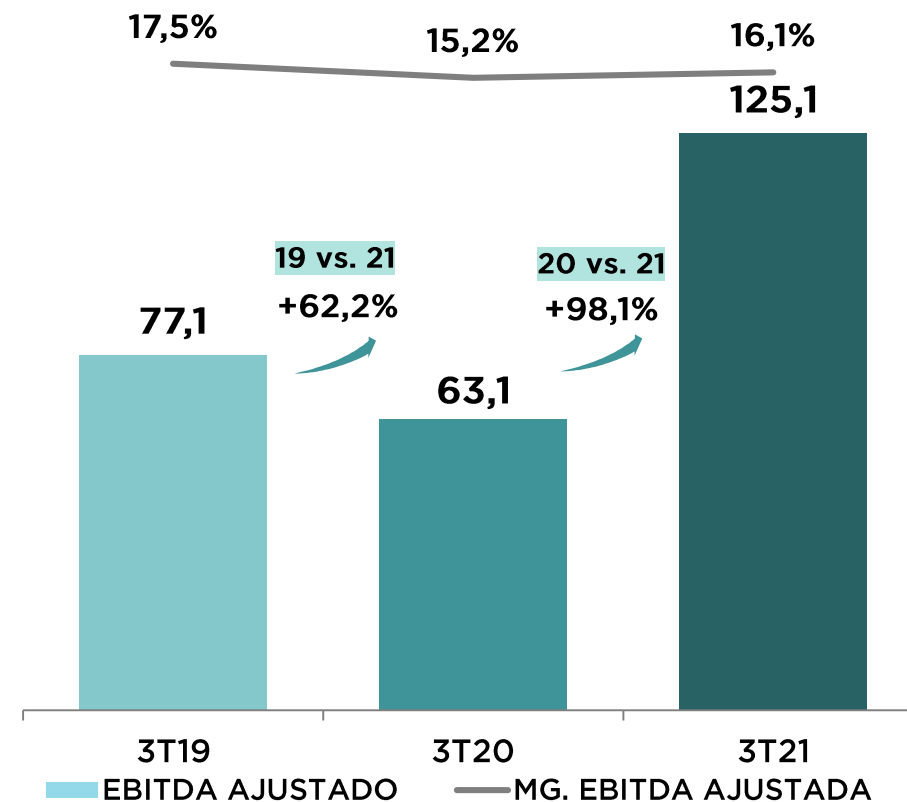
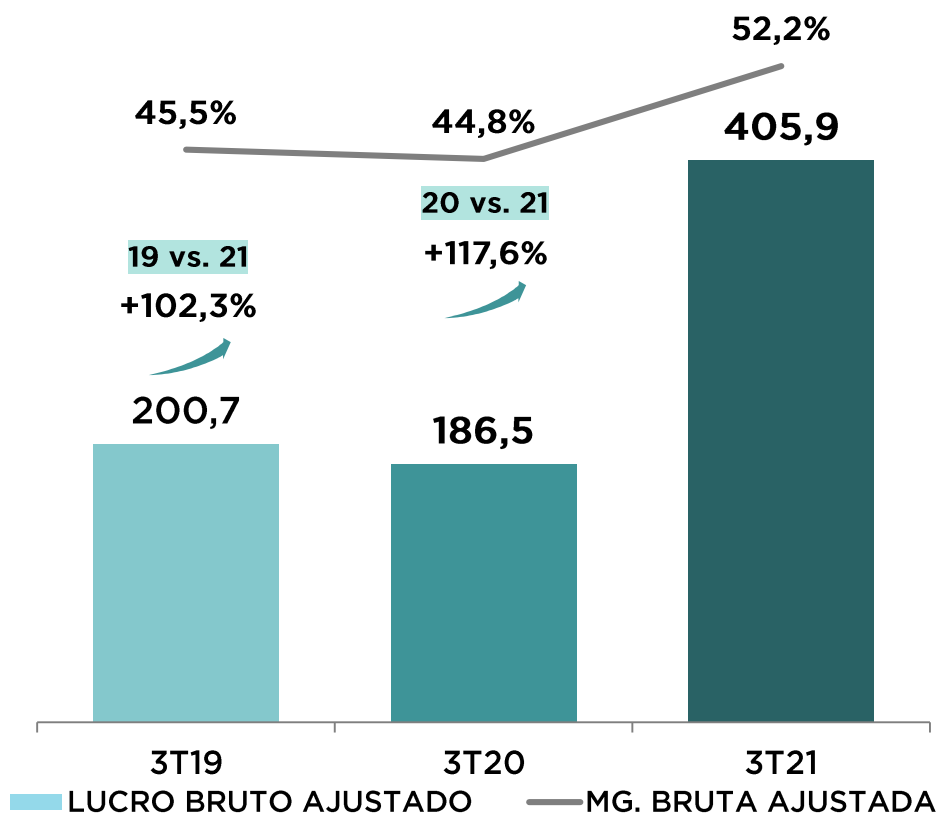
POR CANAL – MERCADO INTERNO E EXTERNO
(R\$ MILHÕES)



DESTAQUES

- RECEITA BRUTA DE R\$ 953,6MM, +81,6% VS 3T20 E +77,2% VS 3T19 COM CRESCIMENTO EM TODAS AS MARCAS DO GRUPO
- CRESCIMENTO DE 20,0% DAS MARCAS ORGÂNICAS
- CRESCIMENTO DO WEB COMMERCE DE 36,3% VS 3T20 E 271,0% VS 3T19, MANTENDO PATAMAR ELEVADO DE RECEITA NO TRIMESTRE: R\$ 206,4MM
- CRESCIMENTO DO MULTIMARCAS DE 78,8% VS 3T20 E 97,7% VS 3T19, MANTENDO PATAMAR ELEVADO DE RECEITA NO TRIMESTRE: R\$ 251,0MM

LUCRO BRUTO E EBITDA AJUSTADO 3T21



DESTAQUES

- **INCLUSÃO DA AR&CO**, DEVIDO AO MIX PELA MAIOR REPRESENTATIVIDADE DAS LOJAS PRÓPRIAS (MAIOR MG. BRUTA)
- MAIOR PARTICIPAÇÃO DO **WEB COMMERCE** NO MIX CONSOLIDADO (11,9% EM 2019 VS. 24,3% EM 2020)
- PERFORMANCE POSITIVA DAS MARCAS DEVIDO A **ASSERTIVIDADE DAS COLEÇÕES E FORTES CAMPANHAS DE MARKETING**;
- IMPACTO POSITIVO DA (I) ADIÇÃO DA AR&CO E MARCA VANS E (II) PATAMAR POSITIVO EBITDA DA **OPERAÇÃO NORTE-AMERICANA**.

Resultado Operacional	3T21 Ajustado	3T20	3T19	Δ 21 x 20 (%)	Δ 21 x 19 (%)
EBIT (LTM)	303.708	73.343	198.182	314,1%	53,2%
+ IR e CS (LTM)	(47.587)	(21.827)	(35.598)	118,0%	33,7%
NOPAT (LTM)	256.121	51.516	162.584	397,2%	57,5%
Capital de giro¹	470.638	400.004	399.559	17,7%	17,8%
Contas a receber	605.881	406.902	415.431	48,9%	45,8%
Estoque	442.101	241.895	180.736	82,8%	144,6%
Fornecedores	(457.912)	(226.053)	(148.756)	102,6%	207,8%
Outros	(119.432)	(22.740)	(47.852)	425,2%	149,6%
Ativo permanente	401.097	365.246	383.202	9,8%	4,7%
Outros ativos de longo prazo²	73.701	34.807	37.149	111,7%	98,4%
Capital empregado	945.436	800.057	819.910	18,2%	15,3%
Média do capital empregado³	872.747	809.984		7,7%	
ROIC⁴	29,3%	6,4%			

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

(2) DESCONTADOS DO IR E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL DIFERIDOS.

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

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

- **ROIC AJUSTADO DE 29,3% NO TRIMESTRE VS 6,4% NO 3T20;**
- **ALÉM DO MENOR NOPAT, O CAPITAL DE GIRO FOI IMPACTO PELA INCORPORAÇÃO DA AR&CO, REALIZADA EM DEZEMBRO DE 2020;**
- **AUMENTO DO ATIVO PERMANENTE QUE INCLUI ELEMENTOS COMO O ÁGIO PROVENIENTE DA TRANSAÇÃO - A SER AMORTIZADO AO LONGO DOS PRÓXIMOS EXERCÍCIOS.**

ESG
ESG

DESTAQUES ESG

- ASSINATURA DE COMPROMISSO COM A ONU PARA REDUÇÃO DAS EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA - BUSINESS AMBITION FOR 1.5 CAMPAIGN
- PROJETO ALME (LANÇAMENTO 11/11):
 - RASTREABILIDADE
 - MATÉRIAS-PRIMAS DE MENOR IMPACTO
 - ANÁLISE DE CICLO DE VIDA DE 100% DOS PRODUTOS
 - 100% CARBONO NEUTRO
 - LOGÍSTICA REVERSA PÓS-CONSUMO
- FÁBRICAS PRÓPRIAS COM CERTIFICAÇÃO SELO OURO NA ABVTEX
- FASE FINAL DA CERTIFICAÇÃO DO SISTEMA B



Q&A

Q&A

OBRIGADO!
#RUMOA2154

ANEXOS

MARCAS

RESULTADOS EXCELENTES EM TODOS OS MESES DO TRIMETRE (+67% EM JULHO, +92% EM AGOSTO E +47% EM SETEMBRO)

CONTINUIDADE DA TENDÊNCIA FORTE EM OUTUBRO – 100% DE CRESCIMENTO NO MÊS

LANÇAMENTO DE COLEÇÕES QUINZENAIS

ABERTURA DE 4 LOJAS NO TRIMESTRE

ABERTURA DA NOVA SEDE NO RIO DE JANEIRO EM NOVEMBRO/21



**RESULTADOS SURPREENDENTES
- 4X VS 2019**

**A RESERVA GO JÁ REPRESENTA + 20% DO
FATURAMENTO DA MARCA (VS. 12% EM 2020)**

**META DO ANO SUPERADA NOS PRIMEIROS 5
MESES DO ANO**

**PROGRESSÃO CONTÍNUA DE EXPANSÃO
E FORTALECIMENTO DO NEGÓCIO**

**PRESENTE EM 1.440 PONTOS DE
VENDAS MULTIMARCAS**

**LANÇAMENTO DE 8 COLEÇÕES EM
2021 VS 2 COLEÇÕES EM 2019**



**CIRCUITO DE BEACH TENNIS NAS PRINCIPAIS
CAPITAIS COMO ATIVAÇÃO NO VERÃO 2022**

+150 ATLETAS DA MODALIDADE

ÁREAS DE CUSTOMIZAÇÃO DAS SANDÁLIAS

VENDING MACHINE

ÁREAS DE EXPERIÊNCIAS DE MARCA

ESTRATÉGIA VERÃO 2022

**+ 900 MIL PARES VENDIDOS NO SELL IN
+ R\$ 50 MILHÕES**

**AÇÕES DE REVEILLON NOS PRINCIPAIS DESTINOS -
TRANCOSO, MILAGRES E NORONHA**

ABERTURA DE QUIOSQUES TEMPORÁRIOS



SCHUTZ

AREZZO
&CO

**FORTE CRESCIMENTO DA SCHUTZ NO TRIMESTE
R\$ 240MM GLOBAL (+43% VS 2019)
R\$ 167MM BRASIL (36% VS 2019)**

**ESTRELADA POR MARINA RUY BARBOSA, A CAMPANHA
DE ALTO VERÃO SCHUTZ 2022 CONTA COM UM MOOD
JOVEM E CHEIO DE TENDÊNCIAS DE MODA - AS FOTOS
MOSTRAM A ESTRELA SENDO SEGUIDA POR UM
PAPARAZZI PELAS RUAS DO RIO DE JANEIRO**

**LANÇAMENTO DO "SCHUTZCIETY" - CLUBE DE
ASSINATURAS QUE OFERECERÁ PRODUTOS
PERSONALIZADOS, LANÇAMENTOS ANTECIPADOS
EXPERIÊNCIAS DIGITAIS AS ASSINANTES**

FORTE CRESCIMENTO DE RECEITA NO PERÍODO, COM DESTAQUE PARA O CANAL ONLINE

ABERTURA DE 3 LOJAS, INCLUINDO A PRIMEIRA BRAND SHOWCASE STORE NA AVENIDA PAULISTA COM 250M2.

NO PRIMEIRO MÊS, A LOJA REGISTROU R\$ 1,3MM COM PROJEÇÃO DE FATURAMENTO DE R\$ 15MM POR ANO.

