VIDEO CONFERÊNCIA DE RESULTADOS 4T20















- 1. MENSAGEM DO CEO
- 2. TRANSFORMAÇÃO DA COMPANHIA
- 3. RESULTADOS OPERACIONAIS
- 4. DIGITALIZAÇÃO DO NEGÓCIO E OMNICANALIDADE
- 5. INTEGRAÇÃO RESERVA
- 6. INCORPORAÇÃO TROC
- 7. MERCADO NORTE-AMERICANO
- 8. PRIORIDADES 2021
- 9. Q&A COM ANALISTAS

TRANSFORMAÇÃO TOTAL DA COMPANHIA





RECEITA BRUTA CONSOLIDADA (R\$802 MILHÕES)

WEB COMMERCE



EBITDA AJUSTADO (R\$122 MILHÕES)



Lucro Líquido Ajustado

(R\$83,2 MILHOES)



RECEITA BRUTA WEB COMMERCE (R\$162 MILHÕES)

R\$
162MM
RECEITA BRUTA
WEB COMMERCE

+240bps
DE MARGEM
BRUTA

MULTIMARCAS



RECEITA BRUTA DEZ/20
GRUPO RESERVA

LUCRO LÍQUIDO

PARTICIPAÇÃO WEB COMMERCE



+240bps
DEMARGEM
BRUTA





R\$

162MM

RECEITA BRUTA

WEB COMMERCE

R\$
179MM
RECEITA BRUTA
MULTIMARCAS

R\$
83MM
LUCRO LÍQUIDO

22%
PARTICIPAÇÃO
WEB COMMERCE

RESULTADO SELLOUT

VERÃO E FESTAS

ACELERAÇÃO DA PERFORMANCE DE SELL OUT OMNI

AREZZO &CO

LOJAS ABERTAS E FECHADAS + CANAL WEB

PERFORMANCE DEZEMBRO VS 2019 +99,6%

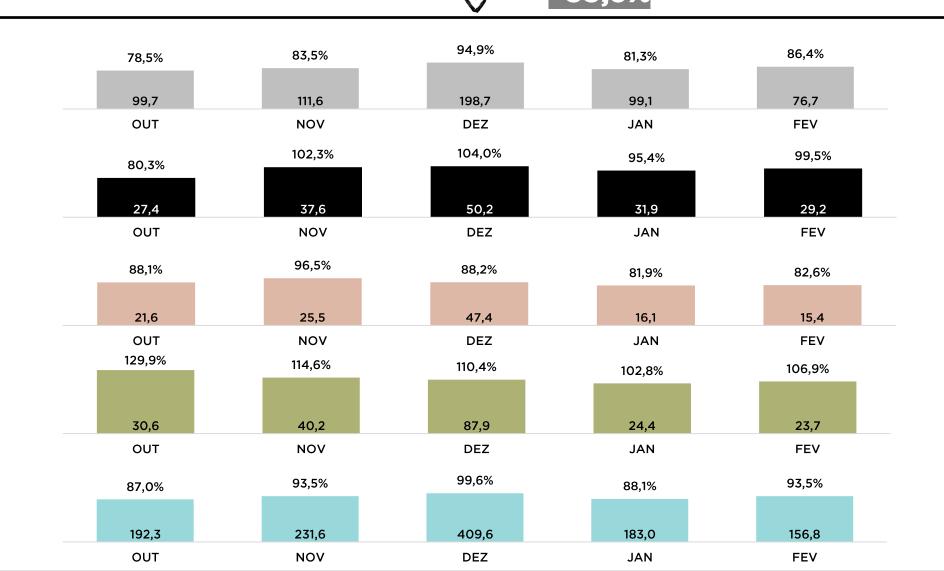
AREZZO

SCHUTZ

ANACAPRI

Reserva

AREZZO

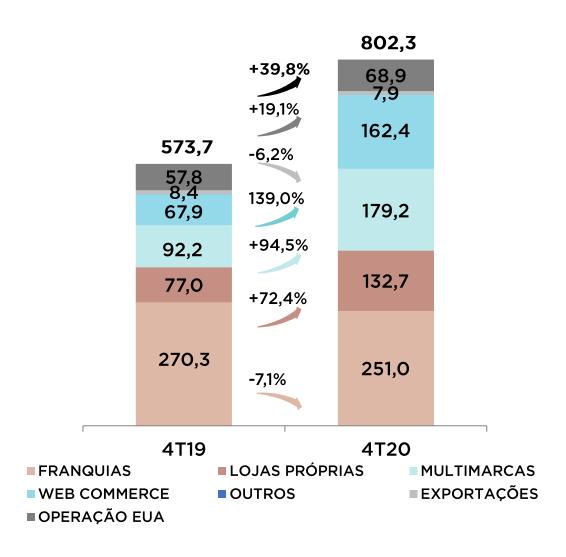


FINANCEIROS 4T20

RECEITA BRUTA 4T20



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

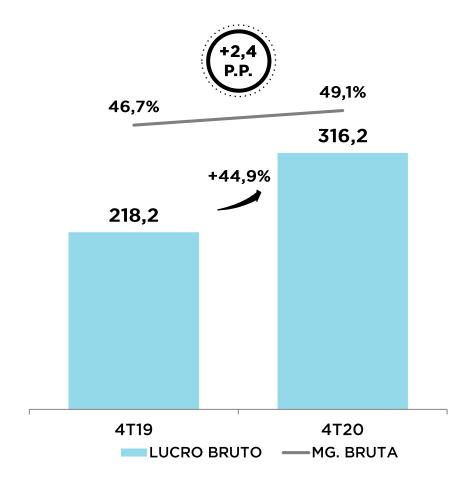


DESTAQUES

- A RECEITA BRUTA DO 4T20 FOI DE R\$ 802 MILHÕES, CRESCIMENTO DE 39,8% VS O ANO ANTERIOR
- EXCLUINDO O FATURAMENTO DA RESERVA, A RECEITA BRUTA NO MERCADO INTERNO APRESENTOU CRESCIMENTO DE 25,2%
- CRESCIMENTO DO WEB COMMERCE DE 139,0%, MAIS UM FATURAMENTO RECORDE EM UM TRIMESTRE: R\$ 162,4 MILHÕES
- O GRUPO RESERVA REGISTROU RECEITA BRUTA R\$ 90,3 MILHÕES EM DEZEMBRO
- CRESCIMENTO DE +94,5% NO CANAL MULTIMARCAS, COM IMPACTO POSITIVO DA MARCA VANS

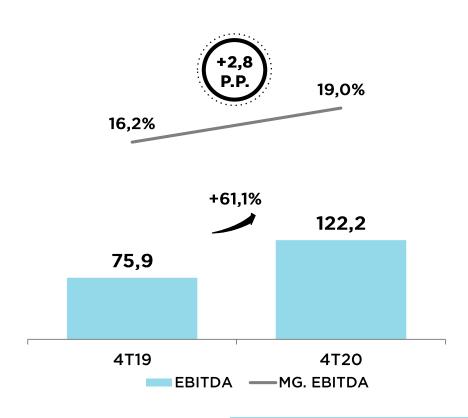
LUCRO BRUTO E EBITDA AJUSTADO 4T20







PONTOS NEGATIVOS: (I) MAIOR PARTICIPAÇÃO DO MULTIMARCAS E MENOR PARTICIPAÇÃO DE LOJAS PRÓPRIAS E (II) A MENOR MARGEM CONSOLIDADA NO EUA, DEVIDO AO MIX DE CANAIS, NOVO POSICIONAMENTO DE PREÇOS DA SCHUTZ E REMARCAÇÕES RESIDUAIS DE ESTOQUES ANTIGOS.



- IMPACTO POSITIVO DEVIDO A ASSERTIVIDADE DAS CAMPANHAS DE ALTO VERÃO E CRESCIMENTO DE SG&A INFERIOR AO CRESCIMENTO DA RECEITA;
- IMPACTO POSITIVO DA (I) INCORPORAÇÃO DO GRUPO RESERVA NO MONTANTE DE R\$ 27,9 MILHÕES E (II) OPERAÇÃO EUA, QUE ATINGIU EBITDA DE R\$ 6,7 MILHÕES NO PERÍODO, COM MARGEM DE 11,6%.

PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS 4T20



PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS	4T20 AJUSTADO	4T19 AJUSTADO	△ (%) 20 X 19
RECEITA BRUTA	802.283	573.729	39,8%
RECEITA LÍQUIDA	644.615	467.652	37,8%
CMV	(328.421)	(249.435)	31,7%
DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO - CUSTO	(821)	(664)	23,6%
LUCRO BRUTO	316.194	218.217	44,9%
MARGEM BRUTA	49,1%	46,7%	2,4 P.P
SG&A	(212.057)	(160.138)	32,4%
% RECEITA	(32,9%)	(34,2%)	1,3 P.P
DESPESAS COMERCIAIS	(145.351)	(108.582)	33,9%
LOJAS PRÓPRIAS E WEB COMMERCE	(61.318)	(33.064)	85,5%
VENDA, LOGÍSTICA E SUPRIMENTOS	(84.033)	(75.518)	11,3%
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(49.284)	(35.462)	39,0%
OUTRAS (DESPESAS) E RECEITAS	(131)	1.034	(112,6%)
DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO - DESPESA	(17.291)	(17.128)	1,0%
EBITDA	122.249	75.871	61,1%
MARGEM EBITDA	19,0%	16,2%	2,8 P.P
LUCRO LÍQUIDO	83.208	46.803	77,8%
MARGEM LÍQUIDA	12,9%	10,0%	2,9 P.P

ESFORÇO CONTÍNUO PARA PRESERVAÇÃO DE CAIXA, REDUÇÃO DE DESPESAS E EXPANSÃO DE MARKET SHARE,

DESPESAS FIXAS CONTINUARÃO EM PATAMARES INFERIORES AOS APRESENTADOS NOS ÚLTIMOS TRIMESTRES

- DESPESAS COM VENDAS, LOGÍSTICA E SUPRIMENTOS:
 - REDUÇÃO DE 27,1% NA OPERAÇÃO NORTE-AMERICANA (R\$ 6,0 MILHÕES)
 - REDUÇÃO DE 15,5% NA OPERAÇÃO BRASILEIRA ORGÂNICA, DESCONSIDERANDO OS FORTES INVESTIMENTOS EM MARKETING DO TRIMESTRE
- DESPESAS GERAIS E ADMNISTRATIVAS
 - REDUÇÃO DE R\$ 35,3 MILHÕES (-26,8%)
 DESCONSIDERANDO A MARCA VANS E
 INCORPORAÇÃO DO GRUPO RESERVA
- INCREMENTO DAS DESPESAS COMERCIAIS DE APENAS

 3,6% NO 4T20, DESCONSIDERANDO A MARCA VANS E O
 GRUPO RESERVA

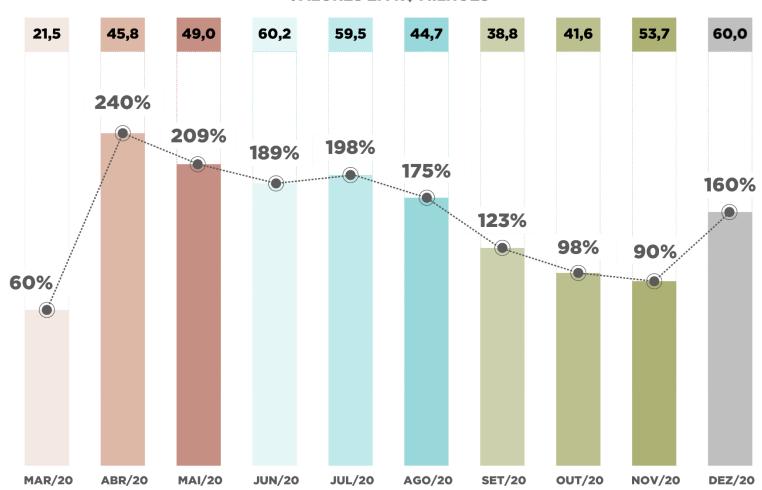
DIGITALIZAÇÃO DO NEGOCIO E OMNICANALIDADE

DIGITALIZAÇÃO DOS NEGÓCIOS E OPERAÇÕES

CRESCIMENTO EXPRESSIVO DO E-COMMERCE

SSS DO CANAL WEB COMMERCE INCLUINDO A MARCA VANS

VALORES EM R\$ MILHÕES



NO ANO DE 2020, NOSSAS MARCAS FATURARAM **145,3%** ACIMA DE 2019 NA WEB

R\$ 526,4 MILHÕES

*INCLUINDO AS MARCAS VANS E RESERVA (DEZEMBRO)

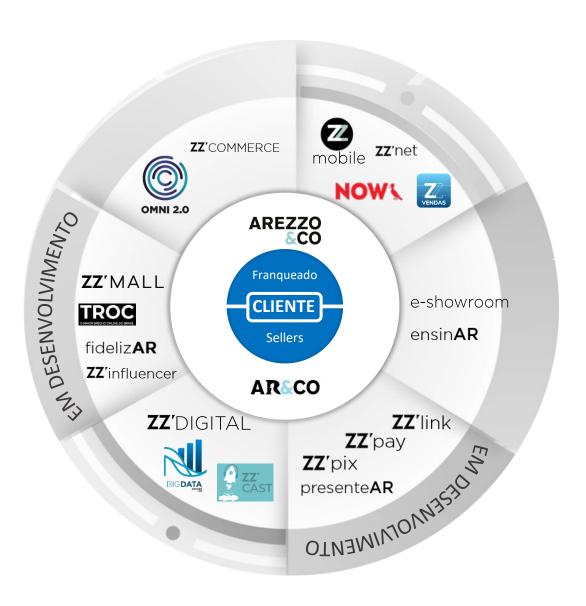


CLIENTES CAPTADOS ATRAVÉS DO WEB COMMERCE



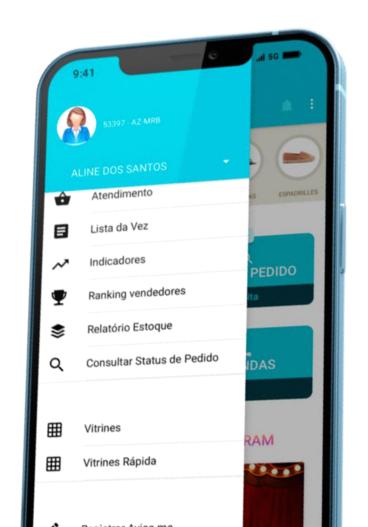
CLIENTES REATIVADAS (QUE NÃO COMPRAVAM HÁ MAIS DE UM ANO)

ECOSSISTEMA AREZZO&CO



FERRAMENTAS DIGITAIS

ARSENAL DA OMNICANALIDADE







PRATELEIRA
INFINITA + SOCIAL SELLING



RETIRE E ENTREGA PELA LOJA



VENDA LINK





O QUE É?

O APP DO VENDEDOR COLOCA NA
PALMA DA MÃO DE QUALQUER
VENDEDOR AS INFORMAÇÕES
MAIS RELEVANTES SOBRE
PRODUTOS, COLEÇÕES E
CLIENTES.

NELE É POSSÍVEL REALIZAR
VENDAS DIGITAIS, ENVIAR
SUGESTÕES PARA CLIENTES,
CONSULTAR ESTOQUES, DETALHES
DE PRODUTOS, LISTA DA VEZ,
VITRINE VIRTUAL E CONSULTA DE
PEDIDOS

A JORNADA DE CONSUMO MUDOU!



UTILIZAR VITRINE VIRTUAL

ACEITAR E ORGANIZAR PEDIDOS DE RETIRE E ENTREGA

PÓS VENDA APÓS ACEITAR PEDIDO, ENTRAR EM CONTATO COM A CLIENTE E DEIXAR NF PRONTA ENGAJAR E DAR SUPORTE AO TIME DE LOJA



CONSULTORES DIGITAIS

DIVULGAR VOUCHERS EM TODAS AS REDES SOCIAIS EXECUTAR LISTA DE CONTATOS COM PERSONALIZAÇÃO E LIGAÇÃO TODOS OS DIAS

NÃO DEIXAR
NENHUMA CLIENTE
FICAR SEM RESPOSTA
NO WHATSAPP OU
INSTAGRAM

CRIAÇÃO DE METAS E MOTIVACIONAIS PARA AS FERRAMENTAS DIGITAIS

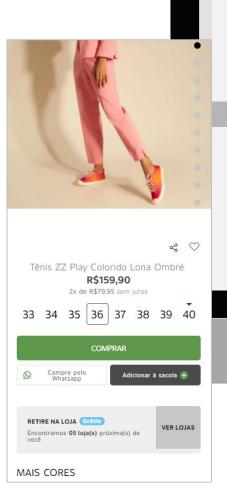


PRODUTOS DIGITAIS

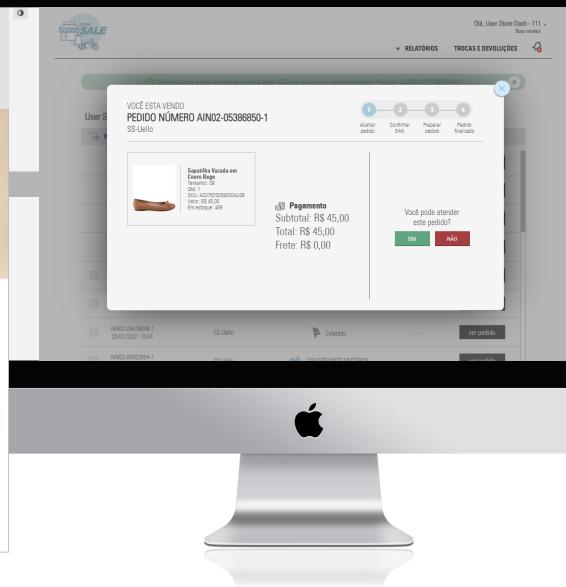
RETIRE E ENTREGA PELA LOJA









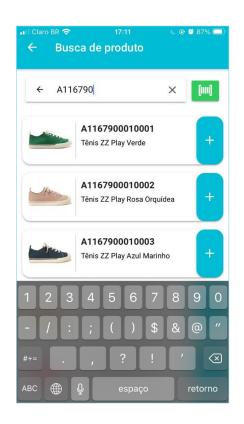








DE DISTÂNCIA



PESQUISA RÁPIDA POR SKUS DA LOJA



PEDIDOS EXCLUSIVOS DE LOJA OU OMNI



SIMPLICIDADE NA GESTÃO DE PEDIDOS



PRODUTOS DIGITAIS

AREZZO &CO

ZZ LINK PARA VENDAS NÃO-PRESENCIAIS









VISÃO CLIENTE

AREZZO &CO

ZZ VENDAS: REVENDEDORES DIGITAIS



O QUE É?

MODELO PERMITE QUE UM
REVENDEDOR AUTÔNOMO
REALIZE VENDAS NÃO
PRESENCIAIS ATRAVÉS DE
VITRINES PERSONALIZADAS.

HAVENDO INTERESSE POR UM
PRODUTO, O REVENDEDOR GERA
UM LINK DE PAGAMENTO E, VIA
LOJA FÍSICA OU WEB, O PRODUTO
É ENTREGUE DIRETAMENTE NA
CASA DO CLIENTE. A CADA VENDA
EFETUADA O REVENDEDOR É
COMISSIONADO.

PRODUTOS DIGITAIS

ARSENAL DE OMNICANALIDADE

AREZZO &CO

APP DO VENDEDOR

- PRINCIPAL FERRAMENTA DE TRABALHO
- VITRINE VIRTUAL;
- EXECUÇÃO DE CONTATOS POR WHATSAPP;
- RECEITA INFLUENCIADA POR WHATSAPP
 JÁ REPRESENTA 20% DO RESULTADO DAS
 LOJAS;



ENTREGA E RETIRE PELA LOJA

- 29% DE PARTICIPAÇÃO SELL OUT WEB DE SÃO PAULO (Q4)
- PROJETO DE AMPLIAÇÃO DE ESTOQUES;
- MAIS DE 100MIL PEDIDOS EM 2020:
- 6,3% DE PARTICIPAÇÃO SELL OUT WEB NO BRASIL (Q4)



PRATELEIRA INFINITA + SOCIAL SELLING

- 32MM TRANSACIONADOS,
 REPRESENTANDO 6% DO SELL OUT WEB.
- CRIAÇÃO DOS VOUCHERS PARA VENDEDORES;
- MELHORIA NA EXPERIÊNCIA DA FORÇA DE VENDAS.



VENDA LINK

- 119MM DE RECEITA EM LOJAS INFLUENCIADA POR CONTATOS DOS VENDEDORES INICIADOS VIA WHATSAPP EM Q4
- 15% DE RECEITA EM LOJA INFLUENCIADAS PELO RELACIONAMENTO DIGITAL EM 2020.



PRODUTOS DIGITAIS



96,9M

RECEITA DIGITAL AREZZO&CO E AR&CO (EX WEB)

AREZZO&CO

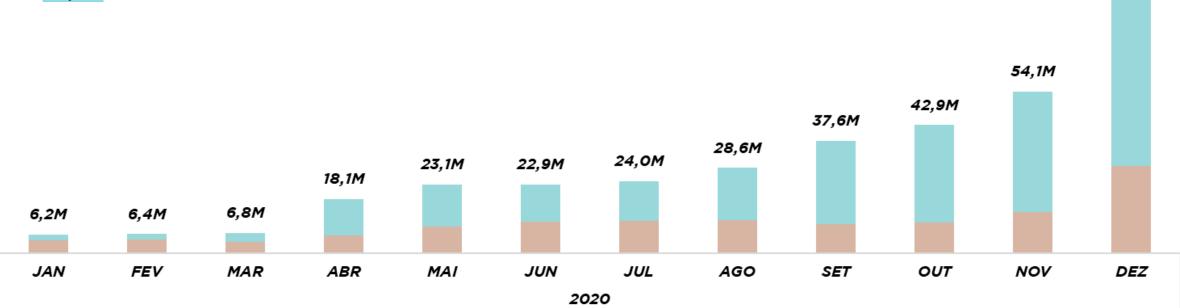
✓ **26,5%** DO SELL OUT LOJAS FÍSICAS NO 4T20

RESERVA

✓ **44,4%** DO SELL OUT LOJAS FÍSICAS NO 4T20







■ Total Reserva ■ Total Arezzo





ZZ'MALL



PLATAFORMA DE MODA AREZZO&CO

MAIS QUE UM MARKET PLACE, O ZZ MALL É A PLATAFORMA DE MODA AREZZO&CO, UNINDO CURADORIA COM SERVIÇOS E CONTEÚDO.



ZZ MALL: APP COM **EXPERIÊNCIA DE MARCA**

%

DOS COMPRADORES NOS ÚLTIMOS 30 DIAS SÃO NOVOS CLIENTES AREZZO&CO 7/4 mi

DOWNLOADS DESDE O LANÇAMENTO DA PLATAFORMA

35/100

NET PROMOTER SCORE DA PLATAFORMA EM LINHA COM AS MARCAS AREZZO&CO **30**%

DAS TRANSAÇÕES DE ZZ MALL SÃO ORIUNDAS DO APLICATIVO



AREZZO

41 MARCAS

VESTUÁRIO

CALÇADOS

ACESSÓRIOS

Reservat evo



Reserva\.





.]∩|| || newbeach olympiah STANCE ⊗





HOPE



DSNTA

TRIVA ZINZANE alto Giro

BARTHELEMY

LENNY NIEMEYER







AREZZO **SCHUTZ**

ALME



ANACAPRI









AREZZO &CO

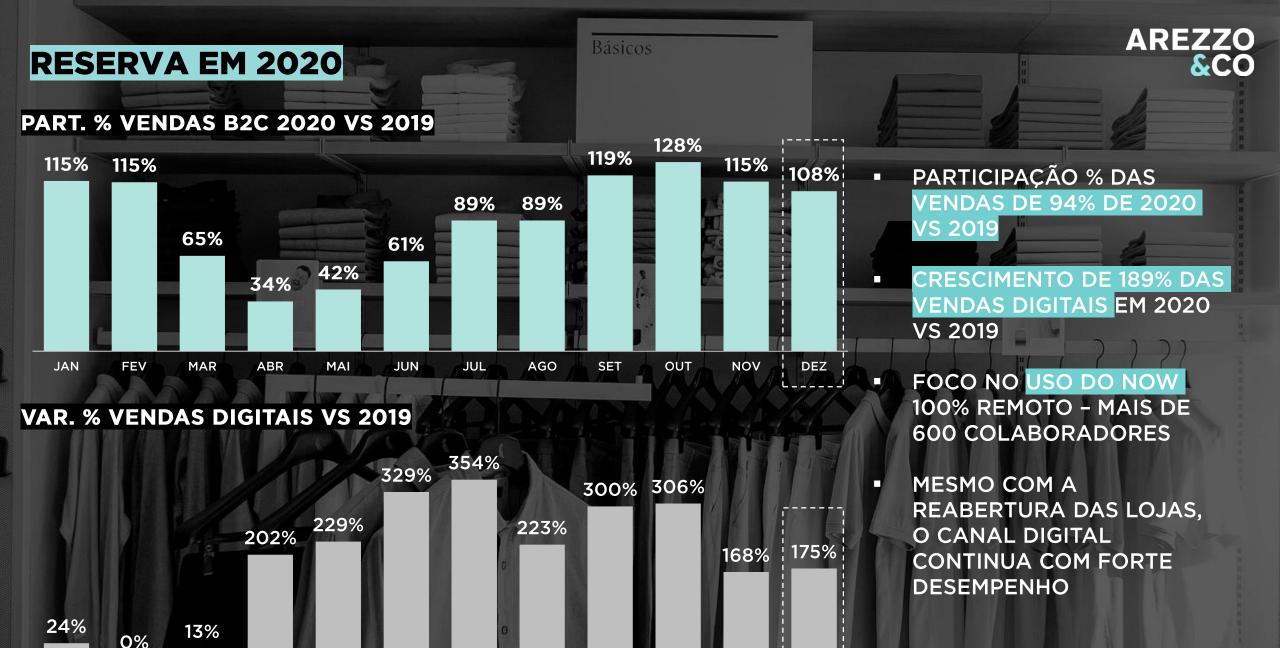
CAMPANHA INVERNO

P L U R A L ' 2 1



MARCAS PRESENTES NA FOTO: Alexandre Birman, Arezzo, Baw, Eva, Fiever, Jack Vartanian, Lalibela, Le Molleton, Lenny Niemeyer, Oficina Reserva, Olympiah, Reserva, Schutz, Triya, TVZ, Vivara, Zapalla, Zinzane

INTEGRASAO DA RESERVA



JAN

FEV

MAR

ABR

MAI

JUN

JUL

AGO

SET

OUT

NOV

DEZ

PROCESSO DE INTEGRAÇÃO A TODO VAPOR

INTEGRAÇÃO OPERACIONAL

RAFAEL SACHETE/ JAYME NIGRI

- TRANSIÇÃO DAS ÁREAS DE APOIO PARA O CSC AREZZO&CO
- PRIMEIRA ONDA DE GANHOS DE SINERGIA OPERACIONAL
- FATURAMENTO VIA
 CD ESPÍRITO
 SANTO
 (CALÇADOS)

PRODUTO, SUPRIMENTO E LOJA

RONY MEISLER/ CASSIANO LEMOS

- INTERNALIZAÇÃO DE CALÇADOS RESERVA
- REVISÃO DO CALENDÁRIO DE COLEÇÕES
- NOVO MODELO DE SELL IN, VIA E-SHOWROOM
- PROJETO LINHA FEMININA DA RESERVA

FULL POTENTIAL

RONY MEISLER/ CASSIANO LEMOS

- NOVO PROJETO ARQUITETÔNICO DE LOJA
- PLANO DE EXPANSÃO
- PLANO DE REFORMA DE LOJAS
- PIPELINE DE NOVOS FRANQUEADOS

FRENTE TI E SISTEMAS

MAURÍCIO BASTOS/ JOSÉ ALBERTO

- PRIMEIRA
 INTEGRAÇÃO BEM
 SUCEDIDA
 (CALÇADOS)
- PRIMEIRO EVENTO DE SELLIN POR E-SHOWROOM EM 11/03
- MAPEAMENTO DA
 ARQUITETURA DE
 SISTEMAS E
 PLANEJAMENTO DA
 INTEGRAÇÃO

MODELO DE GESTÃO E PESSOAS

MARCO VIDAL/ JAYME NIGRI

- ESTRUTURA ORGANIZACIONAL
- GOVERNANÇA E RITOS DE GESTÃO AR&CO
- ALINHAMENTO DE METAS
- CONTRATAÇÃO
 CONSULTORIA
 FALCONI (2º SEM)

PROCESSO DE INTEGRAÇÃO A TODO VAPOR: GESTÃO INTEGRADA DA CADEIA

IMERSÃO EM SANTA CATARINA - VALE DO ITAJAÍ - EM FEVEREIRO/2021

11 FÁBRICAS VISITADAS EM 5 CIDADES

OBJETIVOS

- APROFUNDAR CONHECIMENTO SOBRE A CADEIA PRODUTIVA DE VESTUÁRIO
- FORTALECER CONEXÃO COM NOSSOS PRINCIPAIS PARCEIROS NESSE PÓLO;
- MAPEAR OPORTUNIDADES DE MELHORIA, EM ESPECIAL DE REDUÇÃO DE LEAD-TIME.

CONCLUSÕES

- TER UM CLUSTER DE PRODUÇÃO EM UM GRANDE MERCADO INTERNO = ENORME OPORTUNIDADE
- ASSIM COMO CRIAMOS UMA "FÁBRICA DE SOFTWARE DE SAPATOS" NO VALE DOS SINOS, ORQUESTRANDO A CADEIA PRODUTIVA PARA ATENDER RAPIDAMENTE AS NECESSIDADES DAS CONSUMIDORAS, A AR&CO IRÁ CRIAR UMA "FÁBRICA DE SOFTWARE DE MALHARIA" NO VALE DO ITAJAI (SC)
- MUDAREMOS O PADRÃO ATUAL DE NOVAS COLEÇÕES PARA LANÇAMENTOS MENORES E MAIS FREQUENTES
- OPORTUNIDADE DE DESENVOLVER UM PROGRAMA DE RESPOSTA RÁPIDA PARA ITENS BÁSICOS



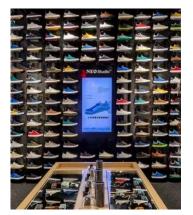


DE MALHAS (CORE DA RESERVA)

CLUSTER DE PRODUÇÃO

VALE DOS SINOS (RS)

CLUSTER DE PRODUÇÃO DE CALÇADOS PROCESSO DE INTEGRAÇÃO A TODO VAPOR: EXPANSÃO E NOVOS FORMATOS DE LOJA











2021

- NOVO MODELO ARQUITETÔNICO DE LOJA
- CERCA DE 40-45 ABERTURAS
- CERCA DE 20-25 REFORMAS
- LOJAS PERFORMAM SIGNIFICATIVAMENTE ACIMA APÓS REFORMAS

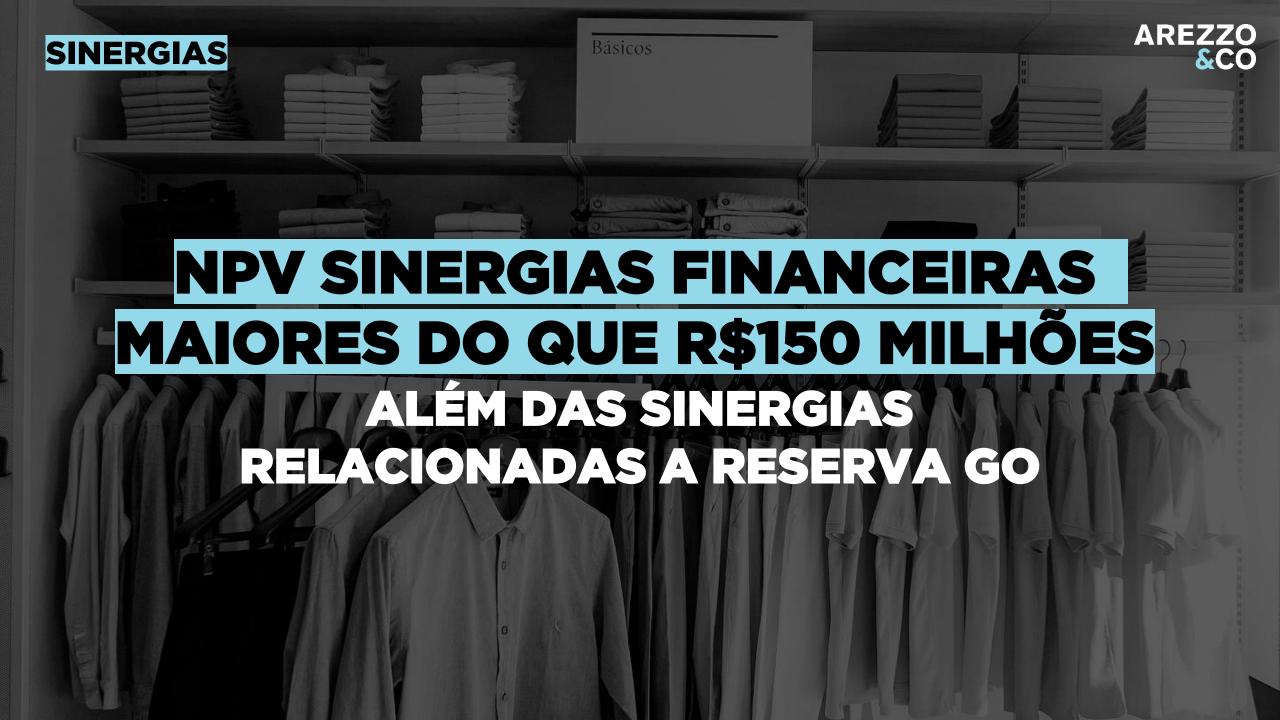
Aqui você compra de consciência tranquila:

a Reserva é uma Empresa B. CO

Fazemos parte de uma rede de empresas e organizações que associam crescimento econômico à promoção do bem-estar social e ambiental. Assim, fortalecemos nosso compromisso com a sustentabilidade.







RESERVA GO

UMA DAS PRINCIPAIS FONTES DE SINERGIA

SEGUNDA CATEGORIA MAIS VENDIDA NO WEB-COMMERCE

FORTE POTENCIAL NO CANAL MULTIMARCAS

• ABERTURA DE LOJAS STAND ALONE DE CALÇADOS

 INTERNALIZAÇÃO DO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO E GESTÃO DA PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DOS CALÇADOS (VS LICENCIAMENTO ANTERIOR)

NOVO CALENDÁRIO DE COLEÇÕES E MODELO DE SELL IN

• LANÇAMENTO DA LINHA FEMININA DE TÊNIS

• RECEITA INTERNALIZADA CERCA DE 45MM DE FATURAMENTO EM 2019

AS VENDAS DE CALÇADOS CRESCERAM 25% NAS LOJAS
PRÓPRIAS E 30% NO WEB-COMMERCE NO 4T20



NOVO MODELO DE OPERAÇÃO PARA CALÇADOS



PRODUTOS PASSAM A SER DISTRIBUIÍDOS A PARTIR DO CD AREZZO&CO NO ESPÍRITO SANTO OPERAÇÃO DEIXA DE SER LICENCIADA – FATURAMENTO É INTERNALIZADO, COM MELHOR MARGEM

MULTIMARCA/FRANQUIAS

MODELO ANTERIOR

WEB/LOJAS PRÓPRIAS

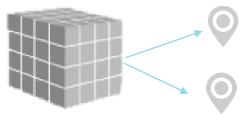


LOJAS FRANQUEADAS

CLIENTES MULTIMARCA







LOJAS PRÓPRIAS

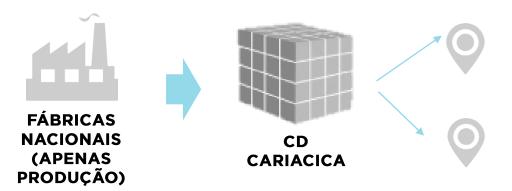
WEB COMMERCE

CD RSV PUSH&PULL

MULTIMARCA/FRANQUIAS

NOVO MODELO DE OPERAÇÃO INÍCIO FATURAMENTO DIRETO 01/MARÇO

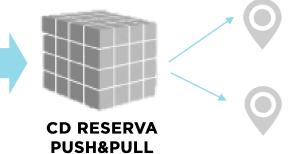
WEB/LOJAS PRÓPRIAS



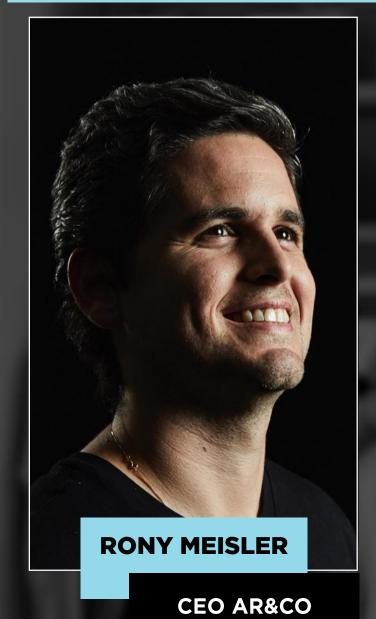




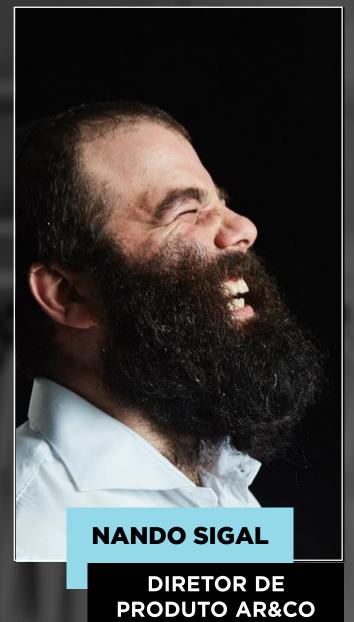




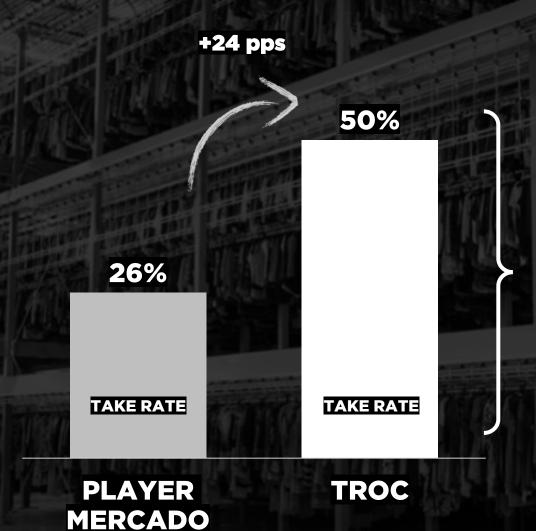
AREZZO &CO







INCORPORAÇÃO TROC



- **+ VALOR AGREGADO**
- + CONVENIÊNCIA
- = + RECORRÊNCIA!

3,7X CAC/LTV TAKE RATE 12M

- EXPERIÊNCIA TROC
- SISTEMA LOGÍSTICO INTEGRADO
- SISTEMA DE ANÁLISE
 INDIVIDUAL DOS ITENS E
 PRECIFICAÇÃO INTELIGENTE
- SISTEMA OPERACIONAL
 PROPRIETÁRIO E ESCALÁVEL
- SISTEMA AUTOMATIZADO DE FOTOGRAFIA, TRATAMENTO E UPLOAD DE FOTOS

INDICADORES

PERSPECTIVAS PARA 2021



TRÁFEGO
(USUÁRIOS/ANO)

TAKE RATE

APROX.

230%

+ 200%

50%



+900%



COM A FORÇA DAS MARCAS DA AREZZO&CO, SERÁ POSSÍVEL UMA REDUÇÃO SIGNIFICATIVA NO **CAC DA TROC E UM GRANDE AUMENTO NO LTV DA MESMA.**

OPORTUNIDADES MAPEADAS 2021



RAAS "RESALE AS A SERVICE"

PARCERIAS COM GRANDES MARCAS PARA SER CANAL

OFICIAL NA VENDA DE PRODUTOS USADOS

MAIS DE 10 MARCAS JÁ CONFIRMADAS



ATUAR COMO CANAL DE ESCOAMENTO DE ESTOQUE DE COLEÇÕES

PASSADAS PARA VAREJISTAS MONO E MULTIMARCAS

INICIO EM ABRIL/21 COM MARCA AREZZO&CO



CRIAÇÃO DE POP-UP STORES EM SHOPPINGS ATUAÇÃO COMO POSTO AVANÇADO DE COLETA DE PEÇAS USADAS

APOIO À CAPTAÇÃO DE NOVAS SELLERS E BUYERS COM AUMENTO DE AWARENESS

CONCESSÃO DE BENEFÍCIOS A MARCAS E LOJISTAS (USO DE CRÉDITOS)

CONVERSAS INICIADAS COM OPERADORAS

DE SHOPPINGS

ATIVAÇÕES

DESDE O ANÚNCIO DA PARCERIA COM A TROC, REFORÇAMOS OS INVESTIMENTOS EM MÍDIAS SOCIAIS E ATIVAÇÕES COM GRANDES INFLUENCIADORAS E FORMADORAS DE OPINIÃO





















5,6 M

4,4 M

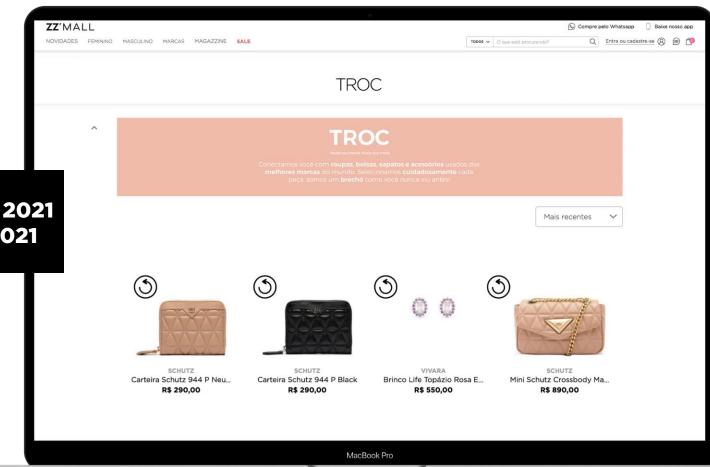
4,0 M

1,4 M

1,3 M

TROC + ZZMALL

TROC IRÁ COMPOR O ZZ MALL NA CATEGORIA MARCAS, GERANDO ECONOMIA CIRCULAR E SUSTENTABILIDADE NA NOSSA PLATAFORMA DE MODA. AREZZO &CO



INTEGRAÇÃO PARCIAL: MARÇO / 2021 INTEGRAÇÃO TOTAL: 2º SEM / 2021

ZZ

NGRIE NORTE AMERICANO

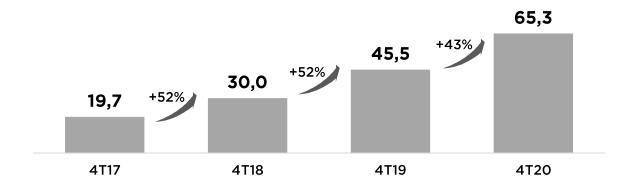
OPERAÇÃO NORTE-AMERICANA MUDANÇAS REALIZADAS VIABILIZAM CONSISTÊNCIA DE BREAKEVEN

R\$6,7MM DE EBITDA NO 4T20 (IFRS 16)

DESTAQUES 4º TRIMESTRE:

- RECUPERAÇÃO DO PATAMAR DE RECEITA DE 2019 COM CRESCIMENTO DE 19.1% DA RECEITA BRUTA EM REAIS
- PERCEPÇÃO POSITIVA CONTÍNUA SOBRE NOVO POSICIONAMENTO DE PREÇO NA MARCA SCHUTZ
- +55% DE CRESCIMENTO NO FATURAMENTO NO WEB COMMERCE PRÓPRIO + 70% NO TRÁFEGO
- + 33% DE CRESCIMENTO NO SELL IN PARA WHOLESALE

RECEITA BRUTA OPERAÇÃO EUA (EX-CANAL RETAIL) R\$ MILHÕES





NOVA ESTRATÉGIA DE PREÇOS

A COMUNICAÇÃO COM FOCO NO DIFERENCIAL DE PREÇO GEROU AWARENESS E SUSTENTOU NÍVEL DE VENDAS DO DTC, MAXIMIZANDO O GIRO DO PRODUTO A PREÇO CHEIO MESMO EM ÉPOCA DE DOMINANCIA PROMOCIONAL







AREZZO &CO

OUTUBRO



NOVEMBRO (BFCM)



DEZEMBRO





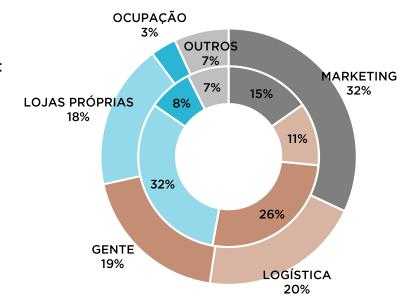
MUDANÇA NOS INVESTIMENTOS AREZZO MINIMIZANDO DESPESAS FIXAS

REDUÇÃO DE 42% NO SG&A, AUMENTANDO 21% OS GASTOS COM MARKETING

DESTAQUES:

- INVESTIMENTO CRESCENTE EM MARKETING COMO % DA RECEITA (32% vs. 15%)
- EXPANSÃO DO GASTO LOGÍSTICO COMO % DA RECEITA (20% vs. 11%) IMPULSIONADO PELA MAIOR PARTICIPAÇÃO DO DTC E PELA REDUÇÃO DE **PREÇOS**
- QUEDA NAS DESPESAS FIXAS (GERAIS E ADMINISTRATIVAS) DE 73% PARA 48%

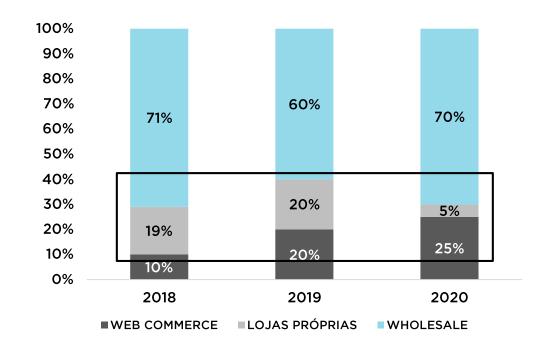
DISTRIBUIÇÃO DAS **DESPESAS 4T20 E 4T19:**



RESULTADOS ALCANÇADOS E VISÃO DE FUTURO

CONTÍNUO ESFORÇO DE REDUÇÃO DE DESPESAS FIXAS E AUMENTO NO INVESTIMENTO EM VENDAS E MARKETING

- MUDANÇA NA OPERAÇÃO LOGÍSTICA PARA REDUZIR CUSTOS OPERACIONAIS
- MANUTENÇÃO DO BREAKEVEN
- REDUÇÃO DA DEPENDÊNCIA DO VAREJO FÍSICO, COM EXPANSÃO DO E-COMMERCE E MANUTENÇÃO DE WHOLESALE





PRORIDADES 2021



SEGUIMOS DISPOSTOS A APROFUNDAR NOSSA ATUAÇÃO NOS SEGUINTES SEGMENTOS:



Reserva

EXPANSÃO PARA
NOVAS CATEGORIAS
DE PRODUTO E
PÚBLICOS-ALVO
EX: VESTUÁRIO FEMININO

CONSOLIDAÇÃO DE SETOR: AUMENTO DE MARKET SHARE, SINERGIAS E ESCALA

OBTENÇÃO
DE NOVAS
TECNOLOGIAS OU
EXPERTISES

Reservat
TROC

MARCAS
INSURGENTES E
NOVOS NEGÓCIOS

ZZ VENTURES

APÓS 2 MESES DA INCORPORAÇÃO DA RESERVA, NOS SENTIMOS CONFIANTES PARA ATUAR COM MAIOR EMPENHO EM NOSSA FRENTE INORGÂNICA

OPORTUNIDADES PARA CRESCIMENTO ORGÂNICO FORAM AMPLIADAS

ALGUMAS FRENTES EM DISCUSSÃO:



DESTAQUES 2021YTD

- · CRESCIMENTO SIGNIFICATIVO DE RECEITA BRUTA (>45%)
- CRESCIMENTO DE DUPLO DÍGITO DA OPERAÇÃO EUA COM RENTABILIDADE
- PIPELINE FORTE DE ABERTURA DE LOJAS
- ESTOQUES DE LOJAS FÍSICAS ADEQUADOS AO PATAMAR DE VENDAS EXPANSÃO DE MARGEM BRUTA

RESUMO PROTOCOLO DE MEDIDAS

MANUTENÇÃO SAÚDE DO NEGÓCIO DURANTE A PANDEMIA

- CUIDADO COM A SAÚDE DE NOSSOS COLABORADORES
- CRESCIMENTO EXPONENCIAL DE VENDAS OMNI E IMPLEMENTAÇÃO DE FERRAMENTAS

 QUE POSSIBILITEM OPERAÇÃO DE LOJAS FECHADAS
- EQUILÍBRIO DA RELAÇÃO ESTOQUE/VENDAS E AUMENTO DO GIRO DE PRODUTOS
- AUMENTO DA FREQUÊNCIA DE LANÇAMENTOS
- REDUÇÃO DAS DESPESAS FIXAS NÃO ESSENCIAIS
- MANUTENÇÃO DA SAÚDE FINANCEIRA DA CADEIA DE VALOR (FORNECEDORES E FRANQUEADOS)





ANIVERSÁRIO IPO AREZZO&CO



Pai.

Hoje completamos 10 anos do nosso IPO e você seus 67 anos de idade.

Motivo para agradecer e celebrar.

Imagino a emoção ao ver a construção do seu legado ao longo dessa jornada.

Para quem nasceu em Manhuaçu - MG e, aos 8 anos de idade, vendia "os ovos quentinhos da galinha da vovó" e, aos 18 anos, com seu irmão e seu pai, começou a fazer sapatos em uma garagem, criando uma marca e pesquisando nomes de cidades italianas, chegar até aqui não foi uma tarefa fácil.

Nossas conquistas são fruto de muito trabalho e de muita dedicação, regados de muita paixão que, baseados nos nossos inabaláveis princípios de envolvimento, transparência, paixão, união, flexibilidade, desafio e contando com a dedicação de um time aguerrido que não foge à luta, foi capaz de gerar resultados incríveis.

O valor que geramos vai muito além dos números. Imagine quantos passos femininos foram dados nos últimos 10 anos, nos mais de 150 milhões de pares vendidos. Quantos casamentos, batizados, viagens e passeios proporcionamos para as nossas fiéis clientes.

Desde a abertura do nosso capital na B3, a bolsa do Brasil, nossa ação ARZZ3 valorizou 325%, enquanto o IBOV valorizou 79,4%. Tivemos 37 trimestres de crescimento, passamos de 303 lojas monomarca para 808, ampliamos o canal multimarcas de 1.573 clientes para 5.527 clientes e, o melhor, tínhamos 705 acionistas e hoje temos 34 mil sócios.

Em 2020, nossa competência e resiliência foram colocadas em xeque e, mais uma vez, demonstramos nossa capacidade, além de resultados surpreendentes, a família cresceu. Agora, nossos sapatos e bolsas ganharam novos companheiros camisetas, bermudas, calças - com o Pica-Pau mais charmoso do mundo e novas mentes brilhantes que têm, como base da motivação, a ambição de construir um mundo melhor. E iremos!

Meus parabéns por tudo o que você é e, em nome de todos, meu muito obrigado pelo seu exemplo e seus ensinamentos!

Aos nossos fornecedores, clientes, consumidores, colaboradores, investidores, analistas, nossa gratidão pela confiança ao longo dessa caminhada.

Que possamos, a cada dia, fortalecer nossas raízes para nunca esquecer nosso passado e crescer nossas asas (agora que temos um Pica-Pau kkkk) para voar ainda mais alto! Rumo a 2154!

Te amo, pai!

PS: meu muito obrigado à B3 por ser palco desse show e apoiar o empreendedorismo no Brasil!

AREZZO SCHUTZ ANACAPRI BIRMAN FIEVER ALMO VANS ZZ'MALL Reservat Reservat Go Oficina OV TROC









A AREZZO&CO COMPLETOU 10 ANOS DA ABERTURA DE CAPITAL

- R\$ 700 MILHÕES DE RECEITA (2010) PARA R\$ 2 BILHÕES (2020);
- CAGR ARZZ3 AO ANO +15,6% VS CARG IBOV DE +6,0% NO PERÍODO;
- VALORIZAÇÃO ARZZ3 NOS 10 ANOS + 325% VS 79,4% DO IBOV NO PERÍODO;
- 40 RESULTADOS DIVULGADOS COM 37 COM CRESCIMENTO DE RECEITA E 32 COM CRESCIMENTO DE EBITDA;
- BASE DE ACIONISTAS DE 705 ACIONISTAS PARA MAIS DE 34 MIL ACIONISTAS;
- + DE 840 MILHÕES PAGOS EM DIVIDENDOS.

NOSSO MUITO OBRIGADO!

HENSAGEM FINAL

MENSAGEM FINAL

- 2021 MARCA UM NOVO MOMENTO DA COMPANHIA; GUINADA APÓS PANDEMIA
- ACELERAÇÃO DAS VENDAS 4T20 E 1T21
- FORTE DIGITALIZAÇÃO DO NEGÓCIO E VISÃO DE ECOSSISTEMA
- INTEGRAÇÃO DA RESERVA A TODO VAPOR E PERFORMANCE DE VENDAS ACIMA DO PREVISTO
- APETITE POR NOVAS MARCAS E NEGÓCIOS RUMO A LIDERANÇA TOTAL DO MERCADO DE MODA BRASILEIRO

RUMO À 2154!!



OBRIGADO! #RUMOA2154