AREZZO &CO



AREZZO

SCHUTZ

ANACAPRI

FIEVER

ALME



Reserva

TROC

ZZ'MALL



AR&CO

Reserva





Reserva Go





CAROL BASS

VISÃO GERAL SEÇÃOI

VISÃO GERAL DA COMPANHIA







5,3 MIL
COLABORADORES (1T22)



R\$ 771 MILHÕES SELL OUT DTC 1T22 (FRQ, LPs, E WEB)



7 MILHÕES
DE PRODUTOS VENDIDOS (SAPATOS,
BOLSAS E ROUPAS) NO 1T22



R\$ 1,8 BILHÕES

DE VENDAS DIGITAIS (LTM)



VALORIZAÇÃO DAS AÇÕES DESDE IPO (2011)



925 LOJAS 152 LOJAS PRÓPRIAS E 773 FRANQUIAS (1T22)

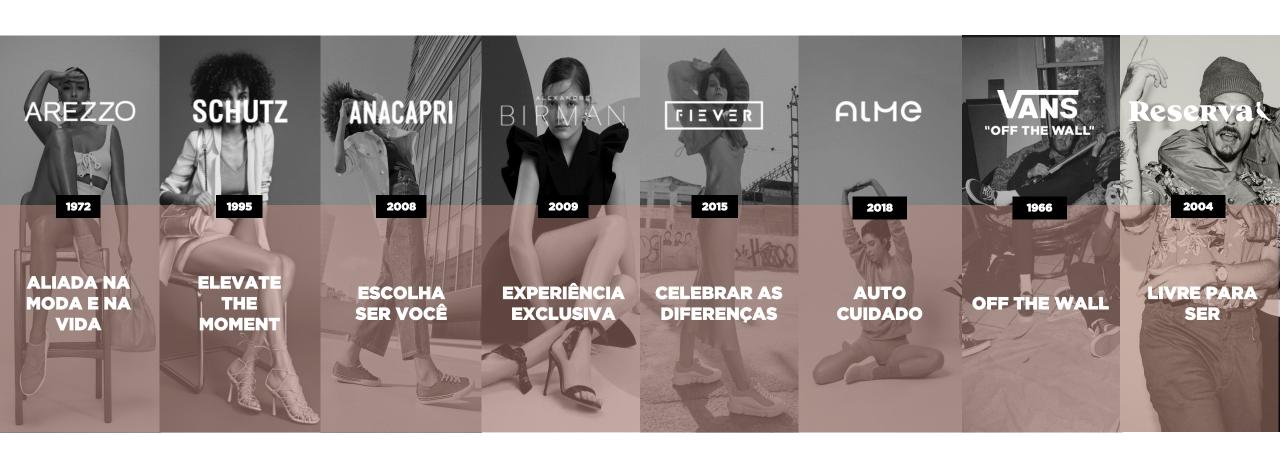


R\$ 9,3 BILHÕESVALOR DE MERCADO (05/05/2022)

AREZZO &CO

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

18,0 MILHÕES DE PARES (1)

2 MILHÕES DE BOLSAS (1)

4 MILHÕES DE ROUPAS (2)

MAIS DE 6.500 PONTOS DE VENDA

~30% DE MARKET SHARE NAS CLASSES AB (3)

MAIS DE 49 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 87,4% DA PRODUÇÃO OUTSOURCED NO 1T22 (4)

ROIC DE 25,6% NO 1T22

5.380 FUNCIONÁRIOS

CAGR DA RECEITA LÍQUIDA DE 17% (2015 - 2021)

CRESCENTE ALAVANCAGEM OPERACIONAL

NOTAS:

(3) REFERE-SE AO MERCADO BRASILEIRO DE CALÇADOS FEMININOS, BOLSAS, TÊNIS CASUAIS FEMININOS E MASCULINOS (FONTE: DADOS DA COMPANHIA). ESTIMADO PARA 2021

⁽¹⁾ DATA BASE - 2021

⁽²⁾ QUANTIDADE DE PEÇAS DE ROUPAS VENDIDAS PELAS MARCAS VANS E GRUPO RESERVA (2021)

HISTÓRICO DE EMPREENDEDORISMO E SUCESSO

AREZZO

MUDANÇAS CERTAS NA HORA CERTA MARCARAM O DESENVOLVIMENTO DA COMPANHIA

FUNDAÇÃO E **ESTRUTURAÇÃO**

- FUNDAÇÃO EM 1972
- FOCO EM PRODUTO E MARCA
- PRIMEIRA LOJA

ERA INDUSTRIAL

- MODELO INDUSTRIAL **VERTICALIZADO** LOCALIZADO EM MG
- 1,5 MILHÃO DE PARES POR ANO E 2.000 FUNCIONÁRIOS

- FOCO NO VAREJO
- P&D E PRODUÇÃO NO VALE DOS SINOS - RS
- EXPANSÃO DAS FRANQUIAS
- CONCEITO FAST FASHION

ERA CORPORATIVA

- MARCAS ESPECÍFICAS PARA CADA PÚBLICO ALVO
- EXPANSÃO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO
- OPERAÇÃO COMERCIAL EM SP . SUPPLY CHAIN EFICIENTE
 - IPO: FEV/2011

EMPRESA DE REFERÊNCIA NO SETOR

 CONSOLIDAR A POSIÇÃO **DE LÍDER DE MERCADO**

1972

DÉCADA DE 70

DÉCADA DE 80

DÉCADA DE 90

1º DÉCADA DE 2000

2011-2021

2154

PRIMEIRA FÁBRICA DE





PRIMEIRO MODELO DE SAPATO **DE SUCESSO NACIONAL**





ABERTURA DA FLAGSHIP STORE NA OSCAR FREIRE





SCHUTZ OSCAR FREIRE

FUSÃO 2007 AREZZO **SCHUTZ**

PARCERIA ESTRATÉGICA 2007

LANCAMENTO DAS MARCAS 2008 2009

INVESTIMENTOS

ANACAPRI BIRMAN

EXPANSÃO INTERNACIONAL

SCHUTZ BIRMAN

LANÇAMENTO DAS MARCAS

2015 2018

FIEVER ALME

LICENCIAMENTO E M&A

2019 VANS

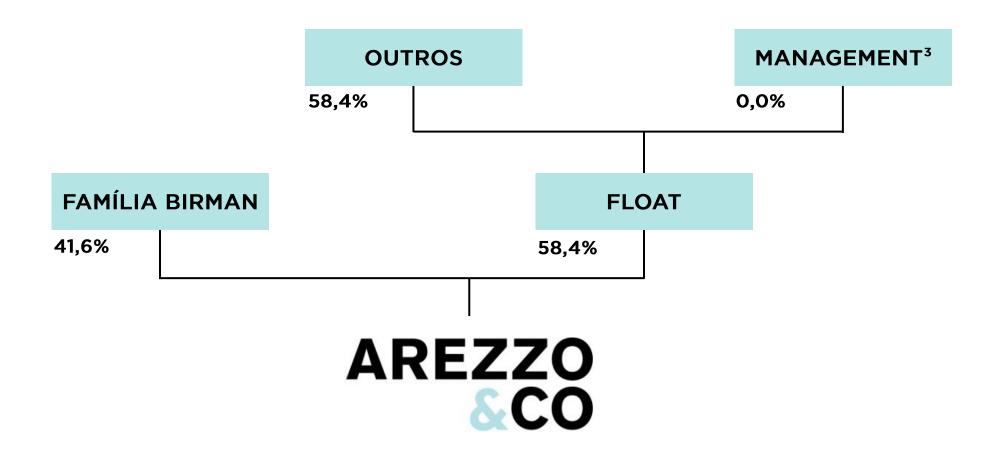
2020

Reserva **TROC**



COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA





NOTAS:

- 1 O CAPITAL SOCIAL DA COMPANHIA É COMPOSTO POR 109.796.219 AÇÕES ORDINÁRIAS, NOMINATIVAS, ESCRITURAIS E SEM VALOR NOMINAL.
- 2 POSIÇÃO EM 31/03/2022.
- 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

#17

#431

#1.703

#43 2%

53%

14%

RECEITA BRUTA WEB R\$ 266 MM (23%)

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

> RECEITA BRUTA R\$ 1,1 BI (29%)



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

#20 #62 #1.181 #72 #3 11% 11% 23% 3% 30%

> RECEITA BRUTA WEB R\$ 205 MM (21%)

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

> RECEITA BRUTA R\$ 990 MM (24%)







Reserva

- 2004 —

LIVRE PARA SER CLÁSSICOS SOCIAL COMFORT FEITO NO BRASIL

0 - 50 ANOS

LOJAS POR CANAL E PART. % DA RECEITA BRUTA

LP'S FRQ'S MM'S #82 #57 #897 46% 8% 21%

RECEITA BRUTA WEB R\$ 223 MM (25%)

PREÇO NO PONTO DE VENDA R\$ 170,00 / PEÇA

> RECEITA BRUTA R\$ 877 MM (21%)

1,5 MILHÃO SEGUIDORES



*AQUISIÇÃO EM DEZEMBRO 2020



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

#2 #204 #1.649 #21 3% 40% 37% 1,5%

> RECEITA BRUTA WEB R\$ 53 MM (17%)

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

> RECEITA BRUTA R\$ 312 MM (8%)



1,6 MILHÃO DE SEGUIDORES





ALEXANDRE

2009 -

DESIGN EXCLUSIVIDADE IDENTIDADE SEDUÇÃO

20 - 45 ANOS

LOJAS POR CANAL E PART. % DA RECEITA BRUTA

LP'S MM'S

> #2 #28

EUA

#8 **30% 3**% **58%**

RECEITA BRUTA WEB R\$ 12 MM (7%)

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

> **RECEITA BRUTA** R\$ 165 MM (4%)



413 MIL SEGUIDORES





$FI\Xi V \Xi R$

– 2015 *—*

CASUAL JOVEM URBANA MODERNA

15 - 30 ANOS

LOJAS POR CANAL E PART. % DA RECEITA BRUTA

LP'S

MM'S

#2

#247

16%

44%

RECEITA BRUTA WEB R\$ 9 MM (35%)

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

RECEITA BRUTA R\$ 24 MM (1%)



303 MIL SEGUIDORES





ALME

— 2018 —

CONFORTO

BEM-ESTAR BELEZA AUTOCUIDADO

30 - 60 ANOS

LOJAS POR CANAL E PART. % DA RECEITA BRUTA

LP'S

MM'S

#2

#1

33%

26%

RECEITA BRUTA WEB R\$ 2,4 MM (33%)

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

> RECEITA BRUTA R\$ 7,3 MM (0,2%)

85,6 MIL SEGUIDORES



MÚLTIPLOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO



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

767
FRANQUIAS
EM MAIS DE 270 CIDADES

147 LOJAS PRÓPRIAS NO BRASIL

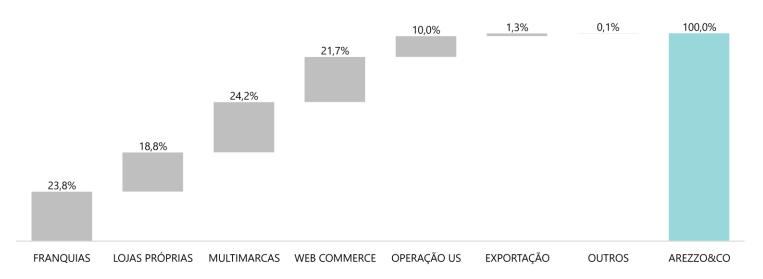
147 LOJAS MULTIMARCAS¹ EM MAIS DE 1.700 CIDADES

5.515 CLIENTES MULTIMARCAS¹ EM MAIS DE 1.700 CIDADES

DISTRIBUIÇÃO ABRANGENTE EM TODO BRASIL

LOJAS **FRANQUIAS MULTIMARCAS PRÓPRIAS AREZZO** 17 1.703 SCHUTZ 62 20 1.181 ANACAPRI 204 1.649 BIRMAN FIEVER247 ALME 1.481 Reserva 82 897 CAROL BASS

COMPOSIÇÃO DA RECEITA BRUTA



SEM OVERLAP ENTRE AS MARCAS (INCLUINDO GRUPO RESERVA)

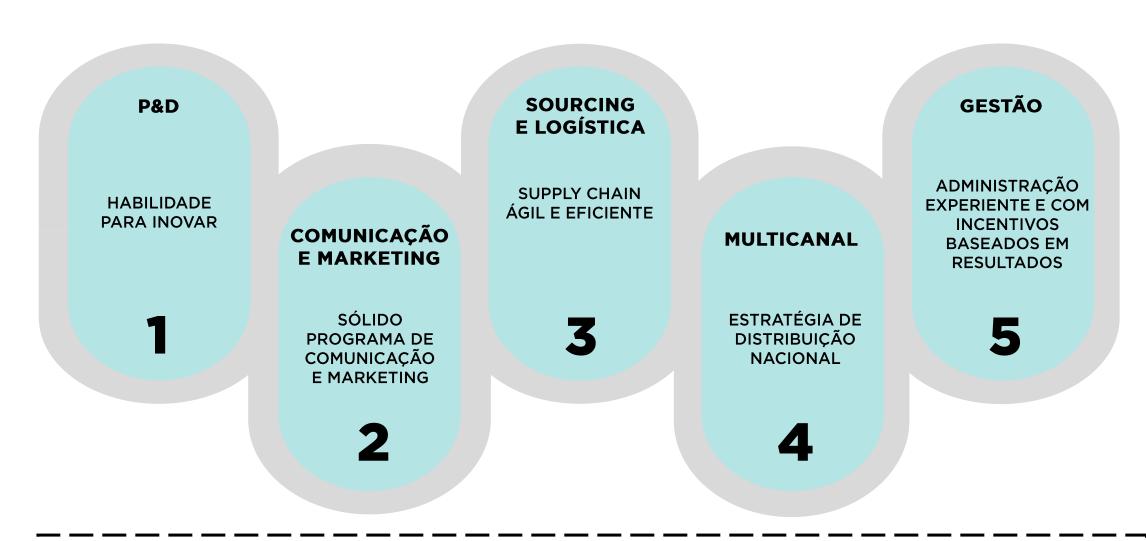
^{2.} LTM

MODELO DE NEGÓCIOS SEGLO 2

MODELO DE NEGÓCIO ÚNICO NO BRASIL



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



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 IMPRENSSA





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 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: 87% DA PRODUÇÃO É OUTSOURCED E 13% NAS FÁBRICAS AREZZO&CO

LOJAS FLAGSHIP NAS PRINCIPAIS REGIÕES DO BRASIL

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













TREINAMENTOS E MOTIVACIONAIS



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 INICIO 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

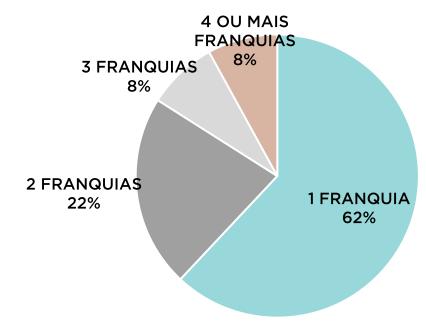
SELO DE EXCELÊNCIA EM FRANCHISING DA ABF

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:

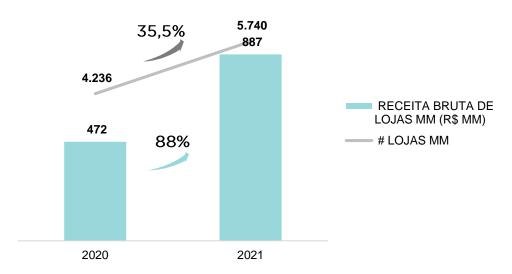
- 96% DOS FRANQUEADOS ATUAIS INDICARAM QUE ABRIRIAM UMA FRANQUIA CASO NÃO FOSSEM FRANQUEADOS
- 2. PARA UMA LOJA PADRÃO DA AREZZO COM FATURAMENTO ESTIMADO DE R\$ 2,2 MILHÕES, O INVESTIMENTO MÉDIO É DE APROXIMADAMENTE R\$ 670 MIL, INCLUINDO CAPEX DA LOJA, TAXA DE FRANQUIA, CAPITAL DE GIRO E ESTOQUE INICIAL.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

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 1.700 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:

. CONSIDERA APENAS O CANAL MULTIMARCA NO MERCADO INTERNO

2. CONSIDERA APENAS MULTIMARCAS AREZZO&CO

ESTRUTURA AREZZO&CO







- NOVA FORMA DE GESTÃO DE PROCESSOS E DESENVOLVIMENTO DO NEGÓCIO: MAIS LEVE E ÁGIL
- DNA E GESTÃO INDEPENDENTE DAS MARCAS
- INOVAÇÃO NA EXPERIÊNCIA E CONEXÃO COM CLIENTES
- PILARES CULTURAIS AREZZO&CO:
 - 1. AMBICÃO, SONHO GRANDE
 - 2. FOCO NO CLIENTE, ENGAJAMENTO, PAIXÃO
 - 3. AUTONOMIA AOS TIMES: COMBATE À INCUMBÊNCIA



MEISLER CEO AR&CO (VESTUÁRIO)



BIRMAN CCO CALÇADOS E **BOLSAS**



LUCIANA WODZIK MARCAS CORE

- AREZZO
- FIEVER
- ANACAPRI
- ALME
- FRANCHISING



MILENA PENTEADO INTERNATIONAL BRANDS

- SCHUTZ GLOBAL
- ALEXANDRE
- **BIRMAN GLOBAL**
- **MERCHANDISING**

FERNANDO

CALIGARIS

CEO (USA)

- VAREJO
- E-COMMERCE
- WHOLESALE
- LOGÍSTICA
- FINANCEIRO E TI
- RECURSOS **HUMANOS**



CASSIANO E CISSO OPERAÇÕES + INDUSTRIAL

- **PLANEJAMENTO** MARKETING E
 - ENGENHARIA DE **PRODUTO**
 - SOURCING
 - INDUSTRIAL
 - LOGÍSTICA



RAFAEL SACHETE ADM/FINANCEIRO. ESTRATÉGIA, M&A E **RELAÇÕES COM INVESTIDORES**

- ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA, CONTÁBIL
- JURÍDICO
- RISCOS
- VANS
- **EXPORTAÇÃO**
- **ESTRATÉGIA**
- DESENVOLVIMENTO DE NEGÓCIOS
- RELAÇÕES COM **INVESTIDORES**
- ZZ VENTURES



MARCO VIDAL G&G/EXPANSÃO/ **SUSTENTABILIDADE**

- GENTE
- GESTÃO
- SUSTENTABILIDADE
- **EXPANSÃO**
- RELAÇÕES
- **INSTITUCIONAIS**
- GOVERNANÇA



MAURICIO BASTOS TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

- E-COMMERCE (OMNI)
- TI / BI
- TRANSFORMAÇÃO DIGITAL
- CRM

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

ALTO ENGAJAMENTO COM O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA AREZZO&CO



ALESSANDRO CARLUCCI

- GRADUADO PELA FGV EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS;
- ATUOU NO COMANDO DA NATURA ATÉ 2014;
- ATUAL PRESIDENTE DO CONSELHO, MEMBRO DESDE 2017.



JOSÉ BOLOGNA

- PÓS GRADUADO PELA PUC EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS E PSICOLOGIA;
- FUNDADOR E PRESIDENTE DA ETHOS SHAREWOODS;
- AUTOR, CONSULTOR E CONFERENCISTA;
- SEIS MANDATOS NA AREZZO&CO.



ALEXANDRE BIRMAN

- GRADUADO PELA FUMEC;
- CEO DA AREZZO&CO DESDE 2013;
- MAIS DE 25 ANOS DE EXPERIÊNCIA NO MERCADO CALCADISTA;
- FUNDADOR DE QUATRO MARCAS DO PORTFÓLIO AREZZO&CO.



GUILHERME FERREIRA

- GRADUADO PELA USP EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO;
- MEMBRO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA B3;
- JÁ ACOMPANHA A AREZZO&CO HÁ CINCO MANDATOS CONSECUTIVOS.



RENATA VICHI

- GRADUADA PELA FIAM EM PUBLICIDADE;
- DIRETORA PRESIDENTE DO GRUPO CRM – KOPENHAGEN, BRASIL CACAU E KOP COFFEE;
- ATUOU NAS ÁREAS DE MARKETING, COMERCIAL E EXPANSÃO.



RONY MEISLER

- GRADUADO PELA PUC RIO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO;
- FUNDADOR E DIRETOR PRESIDENTE DO GRUPO RESERVA.



JULIANA BUCHAIM

- GRADUADA PELA USP EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS;
- SÓCIA E GESTORA DA SUMAUMA CAPITAL:
- MEMBRO DA COMISSÃO DE INOVAÇÃO DO IBGC;
- MAIS DE 22 ANOS DE ATUAÇÃO NO MERCADO FINANCEIRO



ESTRATÉGIA E DIGITALIZAÇÃO



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 | FIEVER

CASUAL &

SOURCING E LOGÍSTICA 2.0

SCHUTZ BIRMAN

FASHION & LUXURY

ANACAPRI ALMO

COMFORT & FLATS

ACTION SPORTS



PESSOAS E CULTURA

GOVERNANÇA

CULTURA

EMPODERAMENTO DA LINHA DE FRENTE



TRANSFORMAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO

EVOLUÇÃO DE MERCHANDISING E SUPRIMENTO

EXPERIÊNCIA OMNICANAL DO CLIENTE

SUSTENTABILIDADE COMO NORMA

ENGINE 2: DIGITALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

MARKETPLACE **ZZ'MAL**L

CONTEÚDO E SERVIÇOS

ECONOMIA CIRCULAR TROC

ACELERAÇÃO DO ECOMMERCE



DADOS E TECNOLOGIA

DADOS E ANALYTICS

TECNOLOGIA



NOVAS MARCAS E SEGMENTOS BRASIL

M&A: CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO DE MODA AB

LICENCIAMENTO



ZZ VENTURES



NOVOS SEGMENTOS: MY SHOES, SCHUTZ VESTUÁRIO, BAMBINI, BRIZZA

AR&CO

INTEGRAR E ALAVANCAR A OPERAÇÃO

Reserva



CAROL BASS



MERCADO INTERNACIONAL

MERCADO AMERICANO

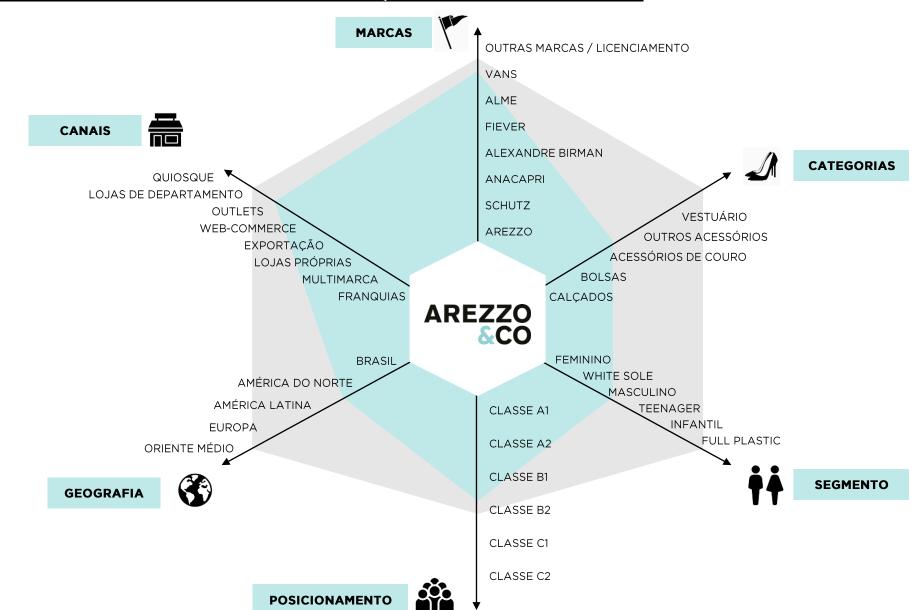


CORE

ADJACÊNCIAS



MODELO DE NEGÓCIO PERMITE MÚLTIPLAS OPÇÕES DE CRESCIMENTO



PLATAFORMA DE MODA AREZZO&CO

ATIVOS DO

ECOSSISTEMA



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

MARKETPLACE COM CURADORIA



DESTAQUES OMNICANALIDADE NO 1T22

VENDAS WEB COMMERCE

- RECEITA: **R\$223MM** (**+41%** VS 1T21 +439% VS 1T19)
- TRÁFEGO TOTAL: **70MM (+42%** VS 1T21)
- DOWNLOADS TOTAIS DOS APPS: **2,1 MM** (**+238%** VS 1T21)
- % APPS NA RECEITA: **28%**
- TICKETS DO WEB COMMERCE: +11,5% VS 1T21

O CANAL WEB COMMERCE
CRESCEU 41% VS 1T21,
MESMO SOBRE FORTES
BASES DE COMPARAÇÃO

PARTICIPAÇÃO DE 24%
VS. 10% EM 2019 NO TOTAL
DAS VENDAS

DESTAQUES OMNICANALIDADE Nº 1722

VENDAS OMNICANAL

- PART. % DIGITAL NO SELL OUT DAS LOJAS FÍSICAS: 42%

- RETIRE E ENTREGA PELA LOJA: +91% VS 1T21

- **6,0 MILHÕES** DE CONTATOS EXECUTADOS NO 1T21 (RECEITA INFLUENCIADA)

R\$810MM





AREZZO &CO

OPERAÇÃO NORTE-AMERICANA SEÇÃO

TIMELINE OPERAÇÃO NORTE-AMERICANA

AREZZO



- LANÇAMENTO DA LOJA NY
- TENTATIVA DE **TRABALHAR** COM LOJAS DE DEPARTA.
- LANÇAMENTO E-COMMERCE
- SAÍDA DAS LOJAS DE **DEPARTAMENTO**

2014

RETORNO PARA LOJAS DE DEPARTAMENTO ONLINE

2015

- - LANÇAMENTO DA LOJA DE LOS ANGELES

2016

314 SCHUTZ

- **NOVO SHOWROOM**
- **RETORNO LOJAS DE DEPARTAMENTO**

2017

- E-COMMERCE **INTEGRADO**
- ABERTURA LOJA **AVENTURA MALL**
- INÍCIO DROPSHIP **COM WHOLESALE**

2018

ESTRATÉGIA DE **PRICING NA OPERAÇÃO**

2012

2013

 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



NOVA

2020

 ATINGIMENTO DO PATAMAR DE BREAKEVEN NO 3T20

OPERAÇÃO NORTE-AMERICANA



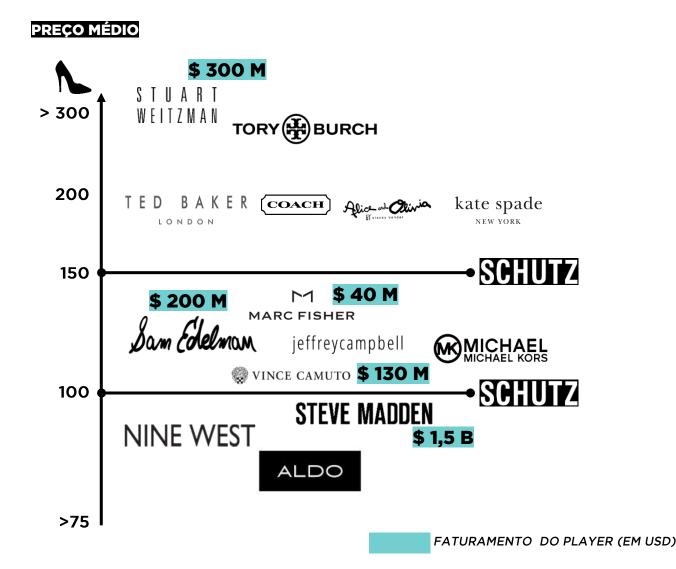
LEADTIME COMO NOSSA MAIOR VANTAGEM COMPETITIVA

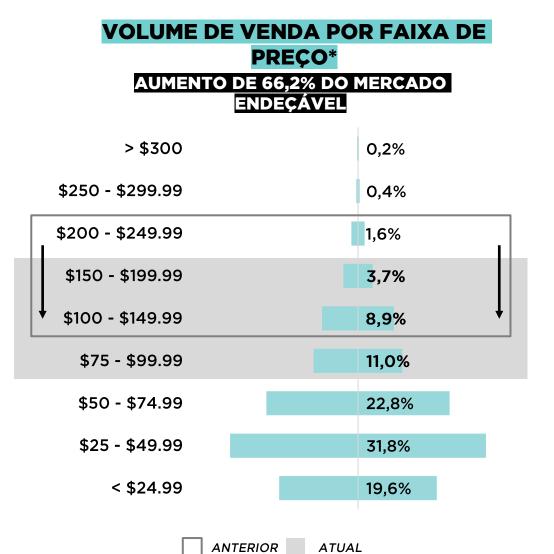


OPERAÇÃO NORTE-AMERICANA



GANHO DE COMPETITIVIDADE E AUMENTO DO MERCADO ENDEREÇÁVEL





NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

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

CRESCIMENTO EXPRESSIVO DE RECEITA BRUTA E MANUTENÇÃO DO BREAKEVEN DE EBITDA

RECEITA BRUTA DO 1T22 DE **R\$ 110MM**, **+104%** VS 1T21.

CRESCIMENTO DA RECEITA EM DÓLARES DE DE 117% VS 1T21

RESULTADO POSITIVO DE **R\$ 4,2MM** DE EBITDA NO 1T22;

CRESCIMENTO DE 83% DO CANAL WHOLESALE, COM AUMENTO SIGNIFICATIVO NAS VENDAS DE SELL IN DAS COLEÇÕES SPRING E SUMMER.

WEB COMMERCE

+141%REAIS vs 1T21

+153%DÓLARES vs 1T21

+85%TRÁFEGO DOS
SITES

1,6%TAXA DE CONVERSÃO

+122%
NÚMERO DE
PEDIDOS VS 1T21

+115%
NÚMERO DE PARES
VENDIDOS VS 1T21

41,4 MIL

CLIENTES QUE COMPRARAM NO TRIMESTRE,

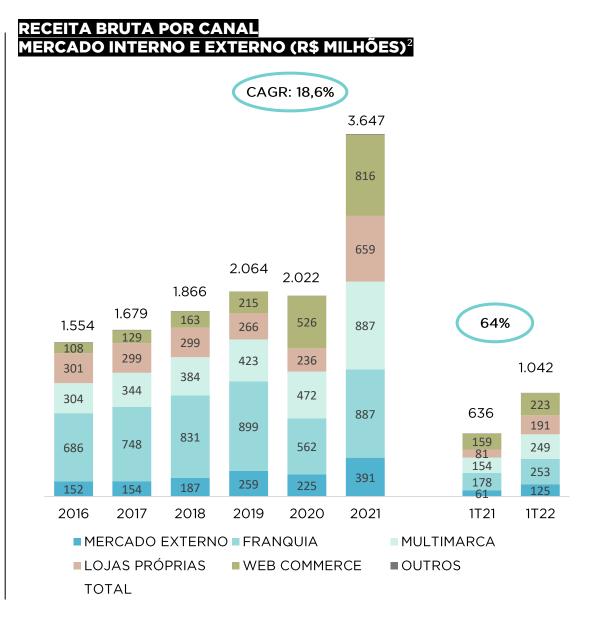
SENDO 67% NOVOS CLIENTES

DESTAQUES FINANCEIROS SEGÃOS

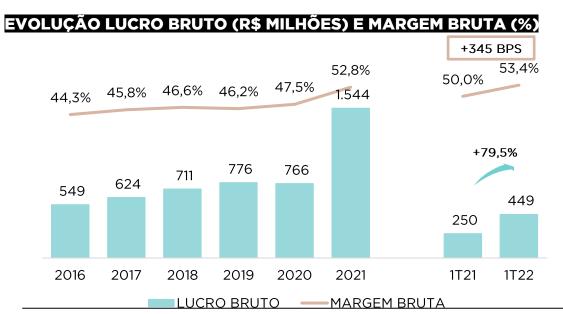


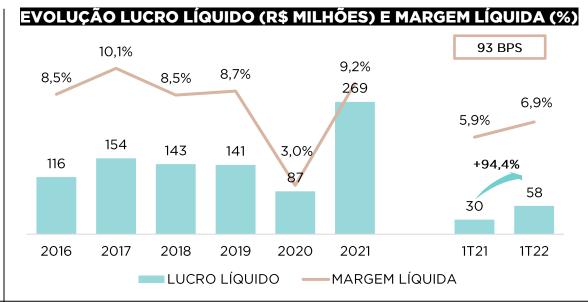
RECEITA BRUTA POR MARCA MERCADO INTERNO (R\$ MILHÕES)¹

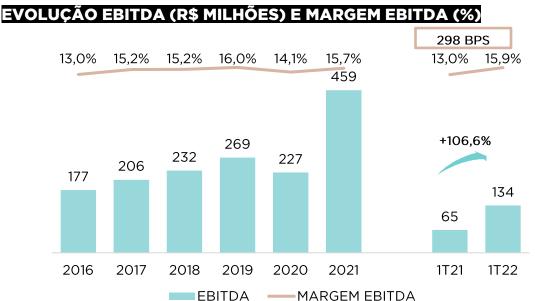


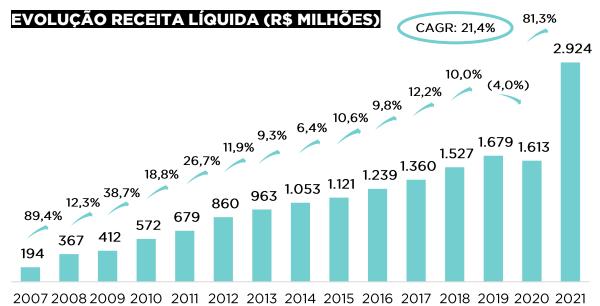






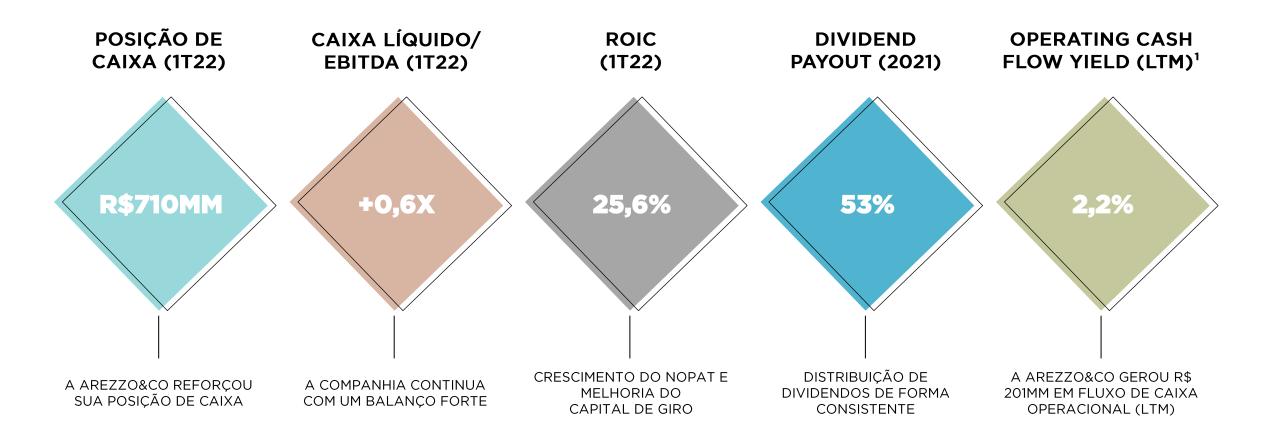








A AREZZO&CO POSSUI SÓLIDO BALANÇO COM SAUDÁVEL POSIÇÃO DE CAIXA LÍQUIDO ATRELADO A UMA FORTE CAPACIDADE DE GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL E PAGAMENTO DE DIVIDENDOS





ENDIVIDAMENTO

POSIÇÃO DE CAIXA E ENDIVIDAMENTO	1T22	4T21	1T21
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	710.309	262.559	570.746
DÍVIDA TOTAL	284.039	534.594	663.892
CURTO PRAZO	268.463	496.861	364.786
% DÍVIDA TOTAL	94,5%	92,9%	54,9%
LONGO PRAZO	15.576	37.733	299.106
% DÍVIDA TOTAL	5,5%	7,1%	45,1%
CAIXA LÍQUIDO	426.270	(272.035)	(93.146)
CAIXA LÍQUIDO/EBITDA	0,6X	-0,5X	-0,6X

- ENDIVIDAMENTO TOTAL DE R\$ 284 MILHÕES NO 1T22 ANTE R\$ 633,9 MILHÕES NO 1T21;
- CAIXA LÍQUIDO DE 0,6X
 FRENTE A DIVIDA LIQUIDA
 DE 0,6X EBITDA NO 1T21.

INDICADORES OPERACIONAIS

RESUMO DE RESULTADOS	1T22	1T21	△ (%) 22 X 21	1T19	△ (%) 22 X 19
NÚMERO DE PARES VENDIDOS ('000)	4.717	3.363	40,3%	3.153	49,6%
PART. (%)	67,5%	75,1%	-7,6 P.P	89,3%	-21,8 P.P
NÚMERO DE BOLSAS VENDIDAS ('000)	730	400	82,6%	376	94,1%
PART. (%)	10,5%	8,9%	1,6 P.P	10,7%	-0,2 P.P
NÚMERO DE PEÇAS DE ROUPAS VENDIDAS ('000) ¹	1.540	713	115,9%	-	-
PART. (%)	22,0%	15,9%	6,1 P.P	-	-
NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS	5.380	3.730	44,2%	2.477	117,2%
NÚMERO DE LOJAS*	925	883	42	690	235
PRÓPRIAS	152	134	18	52	100
FRANQUIAS	773	749	24	638	135
OUTSOURCING (% DA PRODUÇÃO TOTAL)	87,4%	90,7%	-3,3 P.P	90,0%	-2,6 P.P
SSS ² SELL-IN (FRANQUIAS)	42,8%	4,7%	38,1 P.P	1,1%	41,7 P.P
SSS ² SELL-OUT (LOJAS PRÓPRIAS + WEB + FRANQUIAS)	58,4%	-2,5%	60,9 P.P	3,8%	54,6 P.P

CAPEX

SUMÁRIO DE INVESTIMENTOS		Т22 1	T21
CAPEX TOTAL	40.835	12.545	225,5%
LOJAS - EXPANSÃO E REFORMAS	1.977	3.805	(48,0%)
CORPORATIVO	36.638	7.972	359,6%
OUTROS	2.220	768	189,1%

⁽I) CONSIDERA PEÇAS DE ROUPAS VENDIDAS PELA MARCA VANS E AR&CO (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.



APÊNDICE







PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS	1T22	1T22 AJUSTADO	1T21 AJUSTADO	△ (%) 22 X 21	1T19	△ (%) 22 X 19
RECEITA BRUTA	1.042.083	1.042.083	635.802	63,9%	462.530	125,3%
RECEITA LÍQUIDA	839.576	839.576	499.952	67,9%	377.163	122,6%
СМУ	(390.836)	(390.836)	(250.027)	56,3%	(204.687)	90,9%
DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO - CUSTO	(978)	(978)	(746)	31,1%	(613)	59,5%
LUCRO BRUTO	448.740	448.740	249.925	79,5%	172.476	160,2%
MARGEM BRUTA	53,4%	53,4%	50,0%	3,4 P.P	45,7%	7,7 P.P
SG&A	(287.588)	(347.796)	(209.079)	66,3%	(135.789)	156,1%
% RECEITA	(34,3%)	(41,4%)	(41,8%)	0,4 P.P	(36,0%)	(5,4 P.P)
DESPESAS COMERCIAIS	(262.982)	(249.091)	(133.516)	86,6%	(83.372)	198,8%
LOJAS PRÓPRIAS E WEB COMMERCE	(87.205)	(73.968)	(47.811)	54,7%	(29.038)	154,7%
VENDA, LOGÍSTICA E SUPRIMENTOS	(175.777)	(175.124)	(85.705)	104,3%	(54.334)	222,3%
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS	(68.055)	(66.546)	(52.396)	27,0%	(36.562)	82,0%
OUTRAS (DESPESAS) E RECEITAS	75.309	(299)	(15)	1.891,0%	1.427	(120,9%)
DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO - DESPESA	(31.860)	(31.860)	(23.152)	37,6%	(17.282)	84,4%
EBITDA	193.990	133.782	64.744	106,6%	54.582	145,1%
MARGEM EBITDA	23,1%	15,9%	13,0%	2,9 P.P	14,5%	1,4 P.P
LUCRO LÍQUIDO	97.285	57.548	29.608	94,4%	23.141	148,7%
MARGEM LÍQUIDA	11,6%	6,9%	5,9%	1,0 P.P	6,1%	0,8 P.P

HISTÓRICO DE LOJAS



HISTÓRICO DE LOJAS	1T21	2T21	3T21	4T21	1T22
ÁREA DE VENDA ^{1,3} - TOTAL (M²)	56.906	58.199	59.917	64.182	64.172
ÁREA DE VENDA - FRANQUIAS (M²)	42.621	43.818	44.711	47.844	47.378
ÁREA DE VENDA - LOJAS PRÓPRIAS ² (M ²)	14.285	14.381	15.206	16.337	16.795
TOTAL DE LOJAS NO BRASIL	872	879	883	930	914
NÚMERO DE FRANQUIAS	743	746	743	777	767
AREZZO	441	437	429	433	431
SCHUTZ	67	62	64	64	62
ANACAPRI	187	192	193	207	204
FIEVER	1	1	1	1	-
ALME	3	3	2	2	-
VANS	7	9	10	13	13
AR&CO	37	42	44	57	57
NÚMERO DE LOJAS PRÓPRIAS	129	133	140	153	147
AREZZO	15	15	18	18	17
SCHUTZ	17	20	20	20	20
ALEXANDRE BIRMAN	8	8	8	8	8
ANACAPRI	3	3	3	2	2
FIEVER	2	2	2	2	2
ALME	2	2	2	2	2
VANS	7	7	9	12	12
AR&CO	75	76	78	89	82
CAROL BASSI	-	-	-	-	2
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 ONZE LOJAS DO TIPO OUTLETS CUJA ÁREA TOTAL É DE 2.450 M²

⁽³⁾ INCLUI METRAGENS DE LOJAS AMPLIADAS

⁽³⁾ 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	1T22	4T21	1T21
ATIVO CIRCULANTE	2.109.403	1.646.786	1.523.157
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	106.747	33.750	222.598
APLICAÇÕES FINANCEIRAS	603.562	228.809	348.148
CONTAS A RECEBER DE CLIENTES	631.278	790.302	477.929
ESTOQUES	556.685	450.487	348.041
IMPOSTOS A RECUPERAR	130.015	73.852	90.134
OUTROS CRÉDITOS	80.601	68.230	36.307
INSTRUMENTOS FINANCEIROS - DERIVATIVOS	515	1.356	0
ATIVO NÃO CIRCULANTE	1.914.810	1.719.540	1.312.474
REALIZÁVEL A LONGO PRAZO	315.470	297.892	132.552
CONTAS A RECEBER	3.589	4.276	3.855
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL DIFERIDOS	83.870	90.225	84.364
INSTRUMENTOS FINANCEIROS - DERIVATIVOS	0	6.427	0
DEPÓSITOS JUDICIAIS	55.487	54.390	41.340
IMPOSTOS A RECUPERAR	158.128	127.635	0
OUTROS VALORES A RECEBER	14.396	14.939	2.993
PROPRIEDADES PARA INVESTIMENTO	2.860	2.460	0
INVESTIMENTOS	0	402	2.275
IMOBILIZADO	446.326	403.868	313.409
INTANGÍVEL	1.150.154	1.014.918	864.238
TOTAL DO ATIVO	4.024.213	3.366.326	2.835.631

PASSIVO	1T22	4T21	1T21
PASSIVO CIRCULANTE	1.269.341	1.519.000	983.446
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	268.463	496.861	364.786
ARRENDAMENTO	58.229	57.017	50.749
FORNECEDORES	588.706	574.713	376.757
OUTRAS OBRIGAÇÕES	353.943	390.409	191.154
PASSIVO NÃO CIRCULANTE	256.621	255.320	480.772
EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	15.576	37.733	299.106
OUTRAS OBRIGAÇÕES	66.259	35.204	15.939
ARRENDAMENTO	168.765	174.879	161.669
OUTROS VALORES A PAGAR	2.057	1.813	4.058
PARCELAMENTO DE IMPOSTOS	1.008	197	0
IMPOSTOS DIFERIDOS	2.943	5.441	0
RECEITAS DIFERIDAS	13	53	0
PATRIMONIO LÍQUIDO ATRIBUÍVEL AOS ACIONISTAS CONTROLADORES	2.497.592	1.590.580	1.371.413
CAPITAL SOCIAL	1.645.467	811.284	808.715
RESERVA DE CAPITAL	163.585	196.925	208.866
RESERVAS DE LUCROS	541.478	541.478	107.895
RESERVA DE INCENTIVOS FISCAIS	0	0	227.937
AJUSTE DE AVALIAÇÃO PATRIMONIAL	-991	-9.107	-11.776
RESULTADO DO PERÍODO	98.053	0	29.776
DIVIDENDOS ADICIONAIS PROPOSTOS	50.000	50.000	0
TOTAL DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO	2.498.250	1.592.006	1.371.413
PARTICIPAÇÃO DE NÃO CONTROLADORES	658	1.426	0
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	4.024.212	3.366.326	2.835.631





		1T21	VAR.%
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	839.576	499.952	67,9%
CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS	(390.836)	(250.027)	56,3%
LUCRO BRUTO	448.740	249.925	79,5%
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS:	(287.588)	(208.824)	37,7%
COMERCIAIS	(289.081)	(155.629)	85,8%
ADMINISTRATIVAS E GERAIS	(73.816)	(53.433)	38,1%
OUTRAS RECEITAS OPERACIONAIS, LÍQUIDAS	75.309	238	31542,4%
LUCRO ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	161.152	41.101	292,1%
RESULTADO FINANCEIRO	(20.407)	(8.616)	136,9%
LUCRO ANTES DO IR E CS	140.745	32.485	333,3%
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(43.460)	(2.709)	1504,3%
CORRENTE	(39.603)	(6.441)	514,9%
DIFERIDO	(3.857)	3.732	-203,3%
LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO	97.285	29.776	226,7%
RESULTADO ATRIBUÍDO AOS:			
ACIONISTAS CONTROLADORES	98.053	29.776	229,3%
ACIONISTAS NÃO CONTROLADORES	(768)	_	
LUCRO LÍQUIDO DO PERÍODO	97.285	29.776	226,7%





DFC	1T22	1T21
DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
LUCRO LÍQUIDO	97.285	29.776
AJUSTES PARA CONCILIAR O RESULTADO ÀS DISPON. GERADAS PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS:	45.848	55.611
DEPRECIAÇÕES E AMORTIZAÇÕES	33.433	24.865
RENDIMENTO DE APLICAÇÃO FINANCEIRA	(10.672)	(1.559)
JUROS E VARIAÇÃO CAMBIAL	(39.504)	18.324
IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	51.387	2.709
OUTROS	11.204	11.272
DECRÉSCIMO (ACRÉSCIMO) EM ATIVOS		
CONTAS A RECEBER DE CLIENTES	157.533	117.398
ESTOQUES	(106.509)	(64.383)
IMPOSTOS A RECUPERAR	(85.059)	(10.302)
VARIAÇÃO DE OUTROS ATIVOS	(4.431)	(9.838)
DEPÓSITOS JUDICIAIS	(1.097)	(10.370)
(DECRÉSCIMO) ACRÉSCIMO EM PASSIVOS		
FORNECEDORES	13.993	(17.206)
OBRIGAÇÕES TRABALHISTAS	(30.972)	(12.469)
OBRIGAÇÕES FISCAIS E SOCIAIS	(20.917)	(11.592)
VARIAÇÃO DE OUTROS PASSIVOS	(40.325)	(20.252)
PAGAMENTO DE IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	(22.687)	(603)
PAGAMENTO DE JUROS SOBRE EMPRESTIMOS	(7.178)	(2.813)
DISPONIBILIDADES LÍQUIDAS GERADAS PELAS ATIVIDADES OPERACIONAIS	(4.516)	42.957

FLUXO DE CAIXA - IFRS



DFC	1T22	1T21
DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
RESULTADO DA VENDA DE IMOBILIZADO E INTANGIVEL	-	175
AQUISIÇÕES DE IMOBILIZADO E INTANGÍVEL	(40.835)	(12.545)
APLICAÇÕES FINANCEIRAS	(1.327.994)	(457.467)
RESGATE DE APLICAÇÕES FINANCEIRAS	972.588	634.097
AQUISIÇÃO DE CONTROLADA, LÍQUIDO DO CAIXA OBTIDO NA AQUISIÇÃO	(49.983)	(11.328)
CAIXA LÍQUIDO UTILIZADO PELAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO	(446.224)	152.932
DAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO		
CAPTAÇÕES DE EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS	26.327	65.612
PAGAMENTOS DE EMPRÉSTIMOS	(230.200)	(51.508)
CONTRAPRESTAÇÃO DE ARRENDAMENTO	(17.914)	(21.886)
JCP E DISTRIBUIÇÃO DE LUCROS	(60.000)	-
CRÉDITOS (DÉBITOS) COM SÓCIOS	-	1.000
RECURSOS PROVENIENTES DE EMISSÃO DE AÇÕES	833.794	-
GASTOS NA EMISSÃO DE AÇÕES	(36.776)	-
RECURSOS PROVENIENTES DO EXERCÍCIO DE OPÇÕES DE AÇÕES	390	-
CAIXA LÍQUIDO USADO NAS ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	515.621	(6.782)
AUMENTO (REDUÇÃO) DAS DISPONIBILIDADES	64.881	189.107
DISPONIBILIDADES		
EFEITO DA VARIAÇÃO CAMBIAL SOBRE O CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA	8.116	(4.806)
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA - SALDO INICIAL	33.750	38.297
CAIXA E EQUIVALENTES DE CAIXA - SALDO FINAL	106.747	222.598
AUMENTO (REDUÇÃO) DAS DISPONIBILIDADES	64.881	189.107

CONTATOS:

DIRETOR FINANCEIRO E DE RI

RAFAEL SACHETE

GERENTE DE RI
VICTORIA MACHADO

ESPECIALISTA DE RI MARIA LUCIA REMIGIO

ANALISTA DE RI LARISSA CRISTOVÃO

RI@AREZZO.COM.BR RI.AREZZOCO.COM.BR

