

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS 4T23 | 2023

AREZZO & CO



AREZZO | NATAL 23 @SILVIABRAZ

AREZZO

SCHUTZ

ANACAPRI

ALEXANDRE
BIRMAN

ALME

VANS
"OFF THE WALL"

Reserva

Baw®

TROC

CAROL BASSI

Vicenza)

PARIS TEXAS

AGENDA DO CALL

1. MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO
2. HIGHLIGHTS
3. DESTAQUES MARCAS E CANAIS
4. DESTAQUES FINANCEIROS
5. Q&A
6. ANEXOS | MARCAS

DISCLAIMER

As declarações a respeito de perspectivas futuras sobre os negócios e projeções de resultados operacionais e financeiros da Companhia são meras estimativas e projeções e, como tal, estão sujeitas a diversos riscos e incertezas, incluindo, dentre outros, condições de mercado, desempenho econômico nacional e internacional de modo geral e do setor de atuação da Companhia. Tais riscos e incertezas não podem ser controlados ou suficientemente previstos pela administração da Companhia e poderão afetar de maneira significativa suas perspectivas, estimativas e projeções.

As declarações sobre perspectivas futuras, projeções e estimativas não representam e não devem ser interpretadas como garantia de desempenho. As informações operacionais aqui contidas, bem como informações não derivadas diretamente das demonstrações financeiras, não foram objeto de auditoria ou revisão especial pelos auditores independentes da Companhia e podem envolver premissas e estimativas adotadas pela administração, podendo estar sujeitas a alterações.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

- 2023 FOI MARCANTE PARA A AREZZO&CO. SUPERAMOS DESAFIOS E AVANÇAMOS NA NOSSA ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO.
- FATURAMOS R\$6,1 BI (+16,4% Y/Y), ATINGINDO NOVO RECORDE HISTÓRICO, MESMO COM A FORTE BASE DE 2022.
- REALIZAMOS AJUSTES NO NOSSO PORTFÓLIO DE MARCAS E REESTRUTURAMOS AS ÁREAS CORPORATIVAS DE APOIO, RESULTANDO EM MAIOR EFICIÊNCIA OPERACIONAL.
- REGISTRAMOS NO ANO EBITDA RECORRENTE DE R\$801 MM, COM MARGEM DE 16,5% E ROIC DE 27,4%.
- INVESTIMOS R\$235 MM EM PROJETOS ORGÂNICOS, R\$195 MM EM AQUISIÇÕES E DISTRIBUÍMOS R\$296 MILHÕES DE DIVIDENDOS E JCP.
- EM 2023, DESTAQUE PARA O CRESCIMENTO DE 27% NA MARCA VANS, 26% NA AR&CO, 14% NA AREZZO, E 21% NA ANACAPRI.
- MERCADO INTERNACIONAL IMPACTADO PELA RETRAÇÃO DAS LOJAS DE DEPARTAMENTO. ENCERRAMOS AS OPERAÇÕES DE DUAS LOJAS DA SCHUTZ EM DEZEMBRO DE 2023: NA MADISON (NY) E EM BEVERLY HILLS (CA).

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

- NO BRASIL, NO SEGMENTO DE CALÇADOS E BOLSAS A/B, ATINGIMOS 38,4% DE MARKET SHARE, UMA EXPANSÃO DE 3,5 P.P. EM RELAÇÃO A 2022.
- EM 2023, AVANÇAMOS NOSSO COMPROMETIMENTO COM A AGENDA ESG. PELO TERCEIRO ANO CONSECUTIVO INTEGRAMOS A CARTEIRA ISE, FOMOS RECONHECIDOS COMO UMA B CORP, RECEBEMOS NOTA A NO CDP E RECEBEMOS O PRÊMIO DE MELHOR RELATÓRIO ANUAL DE SUSTENTABILIDADE PELA ABRASCA.
- EM FEVEREIRO DE 2024, ANUNCIAMOS O ACORDO DE ASSOCIAÇÃO COM O GRUPO SOMA, CRIANDO A MAIOR PLATAFORMA DE MARCAS DA AMÉRICA LATINA.
- A NOVA EMPRESA ALCANÇA UM FATURAMENTO PRÓXIMO DE R\$12 BILHÕES E MARGEM EBITDA DE 15,6% (CONSIDERANDO 3TLTM), 34 MARCAS, 21,8 MIL FUNCIONÁRIOS, MAIS DE 2 MIL LOJAS, 21,5 MIL CLIENTES MULTIMARCA E UMA BASE ATIVA DE CLIENTES DE 11 MILHÕES DE CONSUMIDORES, SEM CONSIDERAR POTENCIAIS OVERLAPS.
- A ASSOCIAÇÃO PERMITIRÁ O AUMENTO DA PENETRAÇÃO NO SEGMENTO DE VESTUÁRIO AB+, UM MERCADO DE R\$97 BILHÕES, ALÉM DA GERAÇÃO DE GRANDES OPORTUNIDADES DE VALOR ADICIONAL ATRAVÉS DAS SINERGIAS, APRESENTADAS NO DIA 5 DE FEVEREIRO DE 2024.

ALEXANDRE BIRMAN | CEO E CCO AREZZO&CO

**AREZZO
& CO**

HIGHLIGHTS

RESULTADOS

4T23

AREZZO
&CO

RECEITA BRUTA

R\$1,8BI

+11,3% VS 4T22

MARGEM BRUTA RECORRENTE

56,2% DE MARGEM BRUTA NO 4T23 (+240BPS)

LUCRO BRUTO DE R\$ 801MM, **+13,6%** VS 4T22

EBITDA RECORRENTE

R\$221MM (+16% VS 4T22) **MARGEM**

EBITDA DE **15,5%** EXPANSÃO DE +90BPS

MERCADO INTERNO

57,4% DE MARGEM BRUTA RECORRENTE NO
4T23 (+340BPS)

17,6% DE MARGEM EBITDA RECORRENTE
(+220BPS)

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE

R\$126MM DE LL **+22,5%** VS 4T22

ROIC

27,4% DE ROIC RECORRENTE

RESULTADOS 2023

AREZZO
& CO

RECEITA BRUTA

R\$6,1BI

+16,4% VS 2022

+66,9% VS 2021

MARGEM BRUTA RECORRENTE

54,5% DE MARGEM BRUTA (+60BPS)

LUCRO BRUTO DE R\$2,6BI **+15,6%** VS 2022

EBITDA RECORRENTE

R\$801MM (**+22%** VS 2022)

MARGEM EBITDA DE **16,5%**

EXPANSÃO DE +100BPS

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE

R\$420MM DE LL **+8,7%** VS 2022

INDICADORES OPERACIONAIS

5,6MM DE CLIENTES ATIVOS

1.062 LOJAS (LP E FRQ)

7.878 PONTOS MULTIMARCAS

20,6MM DE PARES VENDIDOS EM 2023

DESTAQUES

MARCAS E CANAIS

AREZZO
& CO



SCHUTZ | PRE FALL | @MALUBORGES

DESTAQUES MARCAS



AREZZO

4T23

- RECEITA: **R\$ 433MM**
- CRESC: **+13,4%**

2023

- RECEITA: **R\$ 1,6BI**
- CRESC: **+14,1%**



SCHUTZ

4T23

- RECEITA GLOBAL: **R\$ 291MM**
- RECEITA BRASIL: **R\$ 224MM**
- CRESC BRASIL: **+4,3%**

2023

- RECEITA GLOBAL: **R\$1,1BI**
- RECEITA BRASIL: **R\$ 841MM**
- CRESC BRASIL: **+4,4%**



ANACAPRI

4T23

- RECEITA: **R\$ 137MM**
- CRESC: **+12,6%**

2023

- RECEITA: **R\$ 446MM**
- CRESC: **+21,0%**



AR&CO

4T23

- RECEITA: **R\$ 525MM**
- CRESC: **+15,3%**

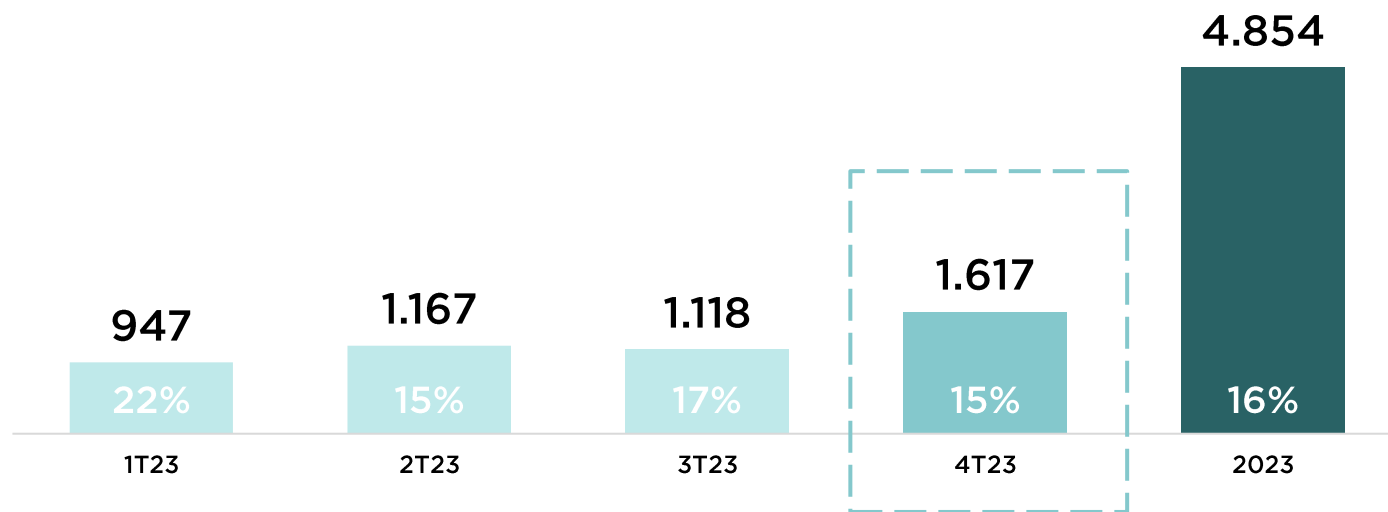
2023

- RECEITA: **R\$ 1,5BI**
- CRESC: **+26,3%**

CRESCIMENTO EXPRESSIVO NO *SELL OUT*

LOJAS FÍSICAS (FRANQUIAS E LOJAS PRÓPRIAS) + *E-COMMERCE* (R\$ - MM)

% VS ANO ANTERIOR



➤ CRESCIMENTO DE 15% SOBRE BASE DE COMPARAÇÃO DE +38% EM 2022 vs 2021

R\$ 1,6BI

SELL OUT DTC 4T23

15,0%

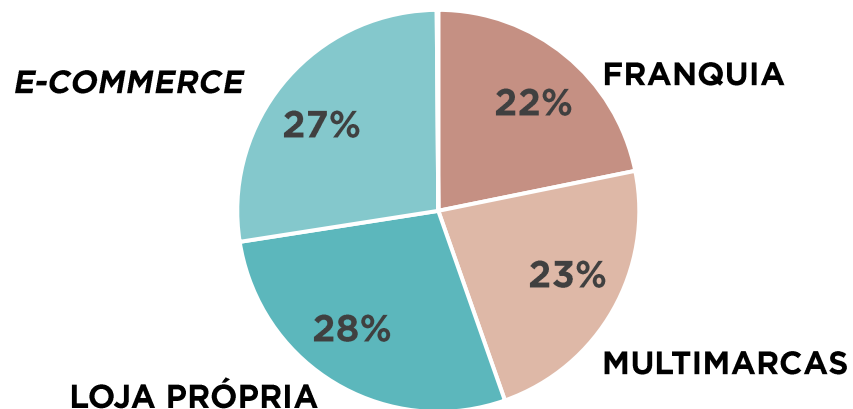
CRESCIMENTO NO
4T23 VS O 4T22

+16,0%

EM 2023

DESTAQUES CANAIS DE VENDA

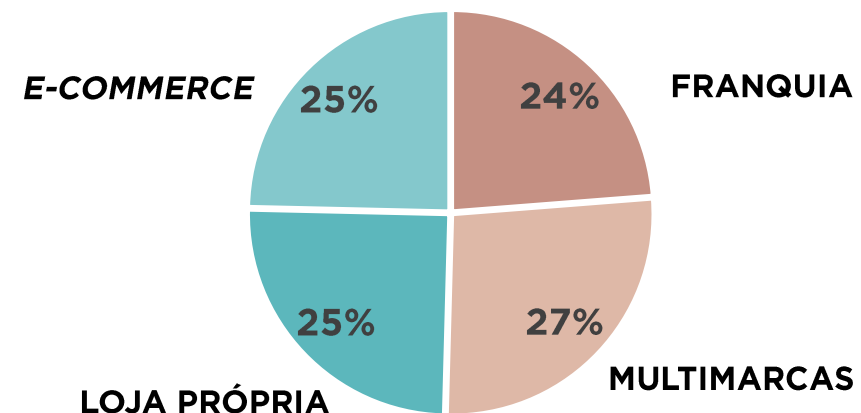
4T23



DESTAQUES 4T23

- ✓ **+15,1%** NA ROB DO **CANAL LOJAS PRÓPRIAS**
- ✓ **59 LOJAS ABERTAS** NO TRIMESTRE
- ✓ **+29,4%** DE CRESCIMENTO NA ROB DO **E-COMMERCE**
- ✓ **+29,7%** NA RECEITA TOTAL DOS **APPS**

2023



DESTAQUES 2023

- ✓ **+16,5%** DE CRESCIMENTO **CANAL MONOMARCA**
- ✓ **TOTAL DE 1.062 LOJAS** EM 2023
- ✓ **+24,7%** NA RECEITA DO **E-COMMERCE**
- ✓ **+14,9%** DE CRESCIMENTO NA ROB DE **MULTIMARCAS**

DESTAQUES FINANCEIROS

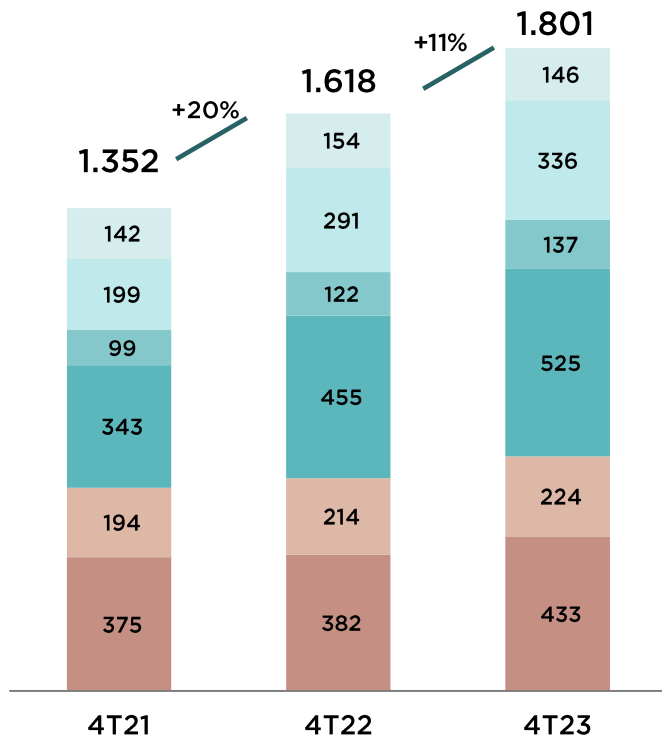
AREZZO
& CO



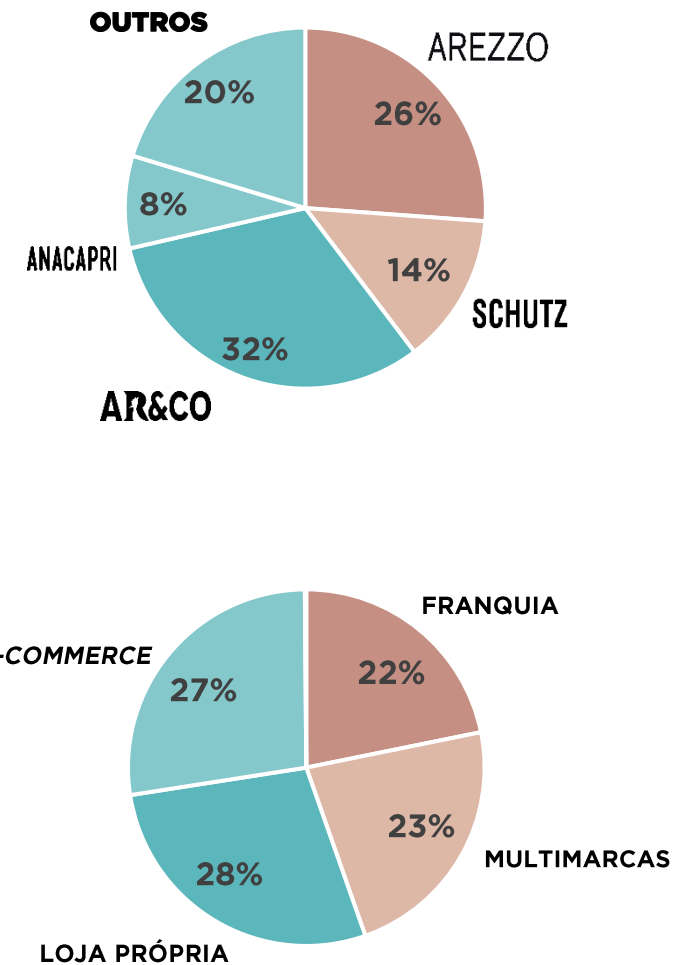
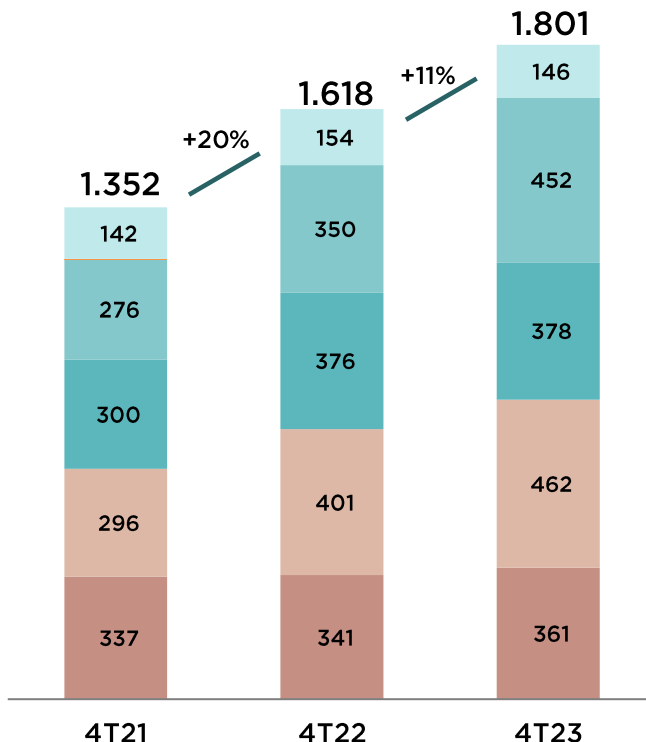
RECEITA BRUTA | MERCADO INTERNO

4T23

RECEITA BRUTA MARCAS (R\$ MM)



RECEITA BRUTA CANAIS (R\$ MM)



Variação % vs 4T22

- AREZZO +13,4%
- AR&CO +15,3%
- OUTROS +15,9%
- SCHUTZ +4,3%
- ANACAPRI +12,6%
- MERCADO EXTERNO -5,3%

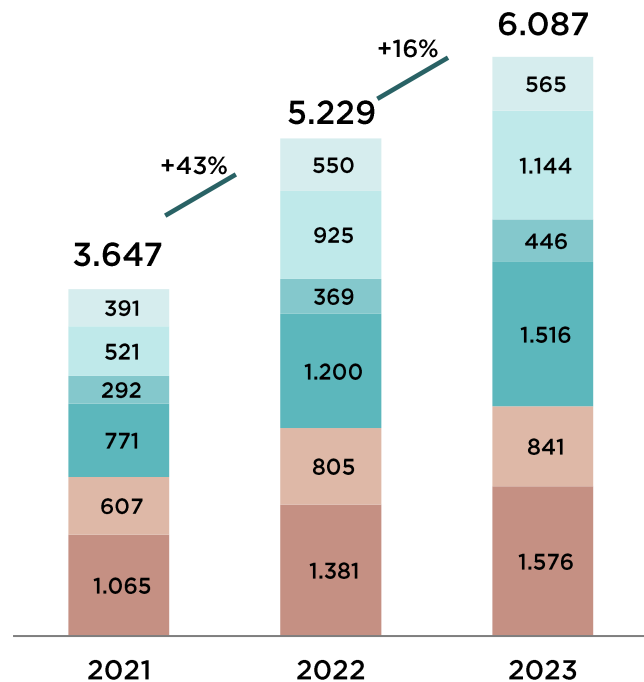
Variação % vs 4T22

- FRANQUIAS +5,7%
- MULTIMARCAS +0,5%
- MERCADO EXTERNO -5,3%
- LOJAS PRÓPRIAS +15,1%
- E-COMMERCE +29,4%

RECEITA BRUTA | MERCADO INTERNO

2023

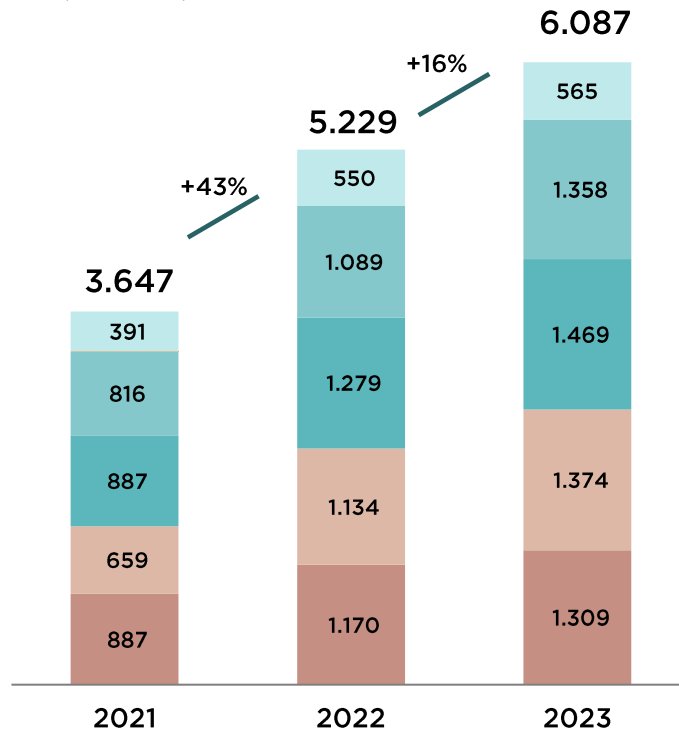
RECEITA BRUTA MARCAS (R\$ MM)



Variação % vs 2022

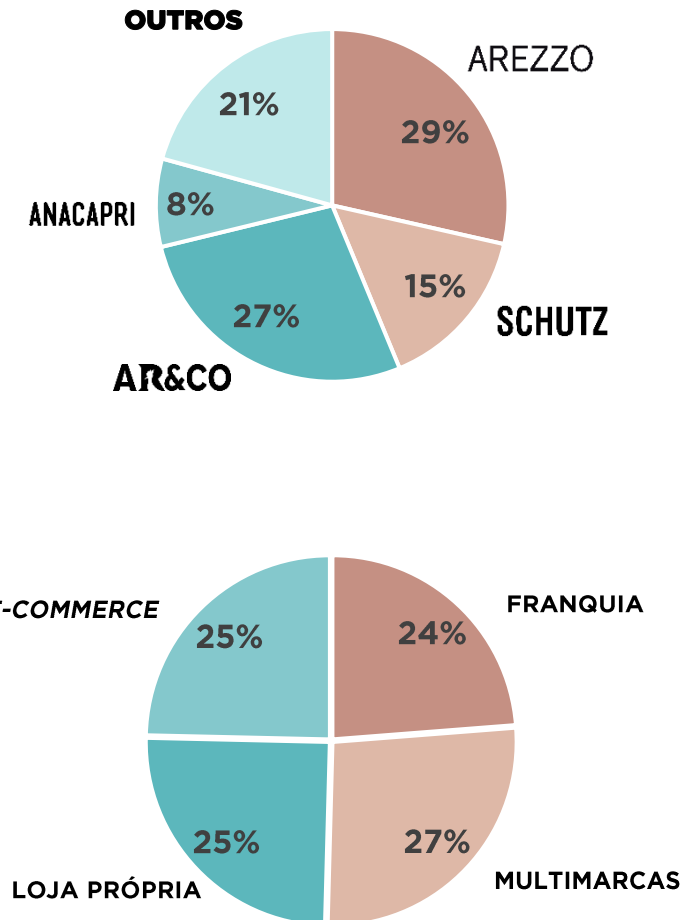
- AREZZO +14,1%
- AR&CO +26,3%
- OUTROS +23,7%
- SCHUTZ +4,4%
- ANACAPRI +21,0%
- MERCADO EXTERNO +2,7%

RECEITA BRUTA CANAIS (R\$ MM)



Variação % vs 2022

- FRANQUIAS +11,9%
- MULTIMARCAS +14,9%
- MERCADO EXTERNO +2,7%
- LOJAS PRÓPRIAS +21,2%
- E-COMMERCE +24,7%



Principais Indicadores Financeiros	4T23	4T23 Recorrente	4T22 Recorrente	Δ (%) 23 x 22
Receita Bruta	1.801.249	1.801.249	1.617.670	11,3%
Receita Líquida	1.424.631	1.424.631	1.311.413	8,6%
CMV	(627.634)	(624.071)	(606.428)	2,9%
Depreciação e amortização - Custo	(1.324)	(1.324)	(1.225)	8,0%
Lucro bruto	796.997	800.560	704.985	13,6%
<i>Margem bruta</i>	55,9%	56,2%	53,8%	2,4 p.p
SG&A	(643.709)	(640.280)	(571.986)	11,9%
<i>% Receita</i>	(45,2%)	(44,9%)	(43,6%)	(1,3 p.p)
Despesas comerciais	(487.704)	(474.008)	(423.504)	11,9%
Lojas próprias e E-Commerce	(244.203)	(242.953)	(183.696)	32,3%
Venda, logística e suprimentos	(243.501)	(231.055)	(239.808)	(3,6%)
Despesas gerais e administrativas	(106.210)	(103.169)	(93.244)	10,6%
Outras (despesas) e receitas	10.030	(3.278)	1.414	331,8%
Depreciação e amortização - Despesa	(59.825)	(59.825)	(56.653)	5,6%
EBITDA	214.437	221.428	190.877	16,0%
<i>Margem EBITDA</i>	15,1%	15,5%	14,6%	0,9 p.p
Resultado Financeiro	(51.465)	(51.465)	(37.716)	36,5%
Lucro líquido	121.168	125.782	102.702	22,5%
<i>Margem líquida</i>	8,5%	8,8%	7,8%	1,0 p.p

DESTAQUES 4T23 VS 4T22

• CRESCIMENTO DE 11,3% NA RECEITA BRUTA

- DESTAQUE PARA OS CANAIS ECOMMERCE (+29,4%) E LP (+15,1%)
- DESTAQUE PARA AS MARCAS AREZZO (+13,4%); ANACAPRI (+12,6%) E AR&CO (+15,3%)

• MARGEM BRUTA RECORRENTE: +240BPS

- IMPACTO POSITIVO PELO AUMENTO DA REPRESENTATIVIDADE DOS CANAIS B2C E CRESCIMENTO DAS VENDAS A *FULL PRICE*
- IMPACTO NEGATIVO PELA OPERAÇÃO NORTE-AMERICANA

• MARGEM EBITDA RECORRENTE: +90BPS

- IMPACTO POSITIVO PELA EXPANSÃO DA MARGEM BRUTA
- IMPACTO NEGATIVO DA ARZZ
- IMPORTANTE RESSALTAR QUE A MG EBITDA NO MI EXPANDIU +220BPS NO 4T23 VS 4T22

• MARGEM LÍQUIDA RECORRENTE: +100BPS

- IMPACTO NEGATIVO PELO RESULTADO FINANCEIRO E PELA VARIAÇÃO CAMBIAL NO PERÍODO

Resultado Operacional	4T23 Contábil	4T23 Recorrente	4T22 Contábil	4T22 Recorrente	Δ 23 x 22 Ajust. (%)
EBIT (LTM)	558.783	588.319	550.128	495.360	18,8%
+ IR e CS (LTM)	22.732	22.194	(50.333)	(41.311)	(153,7%)
NOPAT (LTM)	581.515	610.513	499.795	454.049	34,5%
Capital de giro¹	816.029	879.452	737.848	737.848	19,2%
Contas a receber	1.125.449	1.125.449	849.590	849.590	32,5%
Estoques	828.557	823.180	772.060	772.060	6,6%
Fornecedores	(834.464)	(834.464)	(671.660)	(671.660)	24,2%
Outros	(303.513)	(234.713)	(212.142)	(212.142)	10,6%
Ativo permanente	2.457.027	1.245.122	1.958.154	976.712	27,5%
Outros ativos de longo prazo²	410.741	410.741	198.393	198.393	107,0%
Capital empregado	3.683.799	2.535.316	2.894.396	1.912.953	32,5%
Média do capital empregado³	3.289.097	2.224.134	2.470.199	1.597.534	39,2%
ROIC⁴	17,7%	27,4%	20,2%	28,4%	

• ROIC RECORRENTE DE 27,4% NO TRIMESTRE

- IMPACTO POSITIVO DO CRESCIMENTO DE 34,5% DO NOPAT VS 4T22
- IMPACTO NEGATIVO DO MAIOR CAPITAL EMPREGADO, EM DECORRÊNCIA DOS MAIORES INVESTIMENTOS E CAPITAL DE GIRO
- VALE DESTACAR AUMENTO DE DIAS DE CONTAS A PAGAR (+5 DIAS VS 4T22 E +19 DIAS VS 3T23) E REDUÇÃO DE DIAS ESTOQUES (-2 DIAS VS 4T22).

(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.

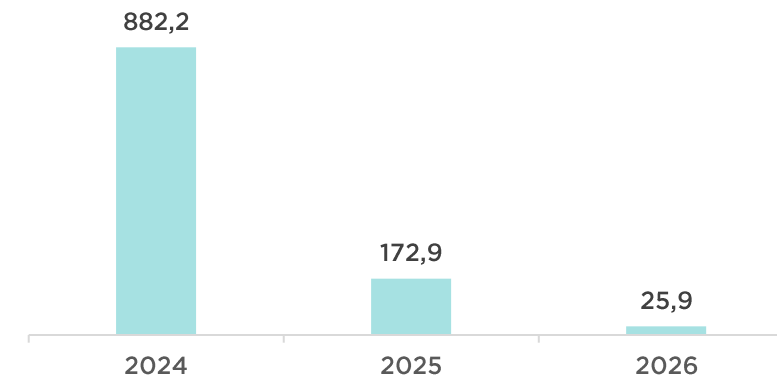
(4) ROIC: NOPAT dos últimos 12 meses dividido pelo capital empregado médio.

POSIÇÃO DE CAIXA E ENDIVIDAMENTO

- **DÍVIDA LÍQUIDA 4T23:** R\$331 MILHÕES COM ALAVANCAGEM LÍQUIDA DE 0,4X
- **POSIÇÃO DE CAIXA BRUTO 4T23:** R\$750 MILHÕES, O CAIXA FOI POSITIVAMENTE IMPACTADO PELO RESULTADO OPERACIONAL E PELA MELHORA DO CAPITAL DE GIRO
- **AGING DA DÍVIDA:** AUMENTO NA DÍVIDA DE LONGO PRAZO, INDO DE 0,5% NO 3T23 PARA 18,4% DA DÍVIDA TOTAL NO 4T23

Posição de Caixa e Endividamento	4T23	3T23	4T22
Caixa e Equivalentes de Caixa	749.714	643.566	476.434
Dívida total	1.081.124	1.092.501	401.873
Curto prazo	882.205	1.087.400	392.254
% <i>dívida total</i>	81,6%	99,5%	97,6%
Longo prazo	198.919	5.101	9.619
% <i>dívida total</i>	18,4%	0,5%	2,4%
Dívida Líquida	331.410	448.935	(74.561)
Dívida Líquida/EBITDA	0,4x	0,6x	-0,1x

CRONOGRAMA DE VENCIMENTO DA DÍVIDA COM JUROS (R\$ MM)



**AREZZO
&CO**

Q&A

MARCAS

CORE

AREZZO
SCHUTZ
ANACAPRI
ALEXANDRE
BIRMAN
ALME



MARCAS CORE

AREZZO E SCHUTZ



SÓLIDO CRESCIMENTO DE +14,1% VS 2022

VS FORTE BASE DE COMPARAÇÃO: +29,6% (2022 VS 2021)

TODOS OS **CANAIS DE VENDA** REGISTRARAM **CRESCIMENTO**, COM DESTAQUE PARA CRESCIMENTO DO CANAL DE **MULTIMARCAS** (+16,1%) E **LOJAS PRÓPRIAS** (+53,8%)

LANÇAMENTO DA CAMPANHA DE ALTO VERÃO “**SOLARE**” COM INFLUENCIADORA DIGITAL LIVIA NUNES - GANHOS EM GIRO E VENDA A **FULL PRICE**

EM DEZ/23, LANÇAMENTO DE CAMPANHA INÉDITA DE NATAL COM A INFLUENCIADORA DIGITAL SILVIA BRAZ. AS LOJAS PRÓPRIAS REGISTRARAM SSS (SAME STORE SALES) DE 21% EM DEZEMBRO



CRESCIMENTO DE 4,4% NO BRASIL VS 2022

VS FORTE BASE DE COMPARAÇÃO: +38% (2022 vs 2021)

NO 4T23, DESTAQUE PARA O **CANAL DE FRANQUIAS**, COM **CRESCIMENTO DE 23,2%** VS 4T22

DESTAQUE PARA A CONSOLIDAÇÃO DO NOVO **BEST SELLER** SNEAKER ST-001, QUE APRESENTOU **SOLD OUT**

FORTELECIMENTO DA **IDENTIDADE DA MARCA** - PARCERIA COM A EMBAIXADORA MALU BORGES PARA O LANÇAMENTO DA COLEÇÃO EXCLUSIVA DE **PUMPS ITALIANOS**

MARCAS CORE

ANACAPRI, ALEXANDRE BIRMAN E ALME



CRESCIMENTO DE +21,0% VS 2022

TODOS OS CANAIS COM EXPANSÃO DE DOIS DÍGITOS VS 2022, E CANAL **E-COMMERCE** COM CRESCIMENTO DE **35,7%** NO 4T23 VS 4T22

INAUGURAÇÃO DA **ESTAÇÃO ANACAPRI**, ESPAÇO COM MAIS DE 1.500 M², QUE CONTA COM **FLAGSHIP** DA MARCA, CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO OMNI, **SHOWROOM** E ESPAÇO DE ESCRITÓRIO - **FORTALECIMENTO DA CULTURA E IDENTIDADE DA MARCA**

CRESCIMENTO DE +34,1% NO BRASIL

DESTAQUE PARA O **CANAL E-COMMERCE** QUE APRESENTOU **EXPANSÃO DE 54,6%** NO PERÍODO E O MULTIMARCAS COM CRESCIMENTO DE **37,4%** VS 2022

LANÇAMENTO DA **COLEÇÃO "HANDCRAFTED IN ITALY"**, COM CALÇADOS INTEIRAMENTE PRODUZIDOS NA ITÁLIA, MOVIMENTO QUE TRAZ DIFERENCIAÇÃO PARA A MARCA - SINÔNIMO DE **INSPIRAÇÃO, DESIGN E DESEJO**.

CANAL **E-COMMERCE** COM CRESCIMENTO DE **46,1%** VS 2022

LANÇAMENTO DA **COLLAB INÉDITA** COM A MARCA AREZZO, COM DESTAQUE PARA O **TÊNIS LUME**, ÍCONE ALME PRODUZIDO COM **ALGÔDÃO E BORRACHA RECICLADOS**

PRIMEIRO MODELO DE QUIOSQUE INAUGURADO EM FLORIANÓPOLIS - CAPITAL CONECTADA AO **LIFESTYLE CONSCIENTE E TECNOLÓGICO**

MARCAS ADQUIRIDAS

Reserva

**Reserva
mini**

ReservaGo

Oficina
RESERVA

Baw

VANS

CAROL BASSI

Vicenza)

PARIS TEXAS



PARIS

TEXAS

MARCAS ADQUIRIDAS

RESERVA E VANS



R\$1,5BI

RECEITA BRUTA
2023

CRESCIMENTO DE 26,0% VS 2022

NO 4T23, CRESCIMENTO DE 15% NA RECEITA BRUTA, COM DESTAQUE PARA O B2C, QUE ATINGIU CRESCIMENTO DE 30% VS 4T22

LANÇAMENTO DA LINHA RESERVA PRAIA, COM PRODUTOS EXCLUSIVOS E PENSADOS PARA CIDADES BALNEÁRIAS, HOTÉIS E RESORTS, COM A PRIMEIRA LOJA INAUGURADA NO HOTEL FAIRMONT COPACABANA

INAUGURAÇÃO DA 1ª CASA RESERVA NO SHOPPING MORUMBI, ESPAÇO QUE REÚNE TODAS AS MARCAS PICA-PAU



26,5%

AUMENTO ROB
2023 VS 2022

CRESCIMENTO DE 17,1% NA ROB 4T23 VS 4T22

ABERTURA DE LOJAS, ATINGINDO TOTAL DE 41 LOJAS EM 2023

CANAL E-COMMERCE COM CRESCIMENTO DE 28,6% NO 4T23 VS 4T22

EM NOV/23, MARCA ATINGIU 1MM DE SEGUIDORES NO INSTAGRAM

LANÇAMENTO DE COLEÇÕES: COM A DISNEY, CELEBRANDO 100 ANOS DE HISTÓRIAS; E COM O SKATISTA BRASILEIRO PEDRO BARROS

CRESCIMENTO NO SELL OUT DA MARCA NO MERCADO NACIONAL COM O NEO VR3 E RELANÇAMENTO DO CLÁSSICO DOS ANOS 90 KNUL SKOOL

MARCAS ADQUIRIDAS

VICENZA E NEGÓCIOS INTERNACIONAIS



MAIS DE 30 ANOS DE HISTÓRIA

MARCA ADQUIRIDA NO INÍCIO DE 2023, PRESENTE EM MAIS DE 50 PAÍSES E EM MAIS DE 470 MULTIMARCAS NO BRASIL

ATINGIU RECEITA DE R\$26MM NO 4T23, COM DESTAQUE PARA O CANAL E-COMMERCE QUE REPRESENTOU 15,4% DA RECEITA

LANÇAMENTO DA PRIMEIRA E BEM-SUCEDIDA MARCA DE BOLSAS

INAUGURAÇÃO DA PRIMEIRA FLAGSHIP NA OSCAR FREIRE 903



ARZZ IMPACTADA PELO CANAL WHOLESALE

AQUISIÇÃO DA PARIS TEXAS - PRIMEIRO M&A INTERNACIONAL DA AREZZO&CO: MARCA FUNDADA EM 2015, EM MILÃO

EM SETEMBRO, A MARCA AREZZO ENTROU NO MERCADO AMERICANO ATRAVÉS DAS GRANDES MULTIMARCAS MACY'S E BELK. DEVIDO AO SUCESSO DE VENDAS, É PREVISTO AUMENTO NO NUMERO DE PORTAS PARA 2024.

O LANÇAMENTO TEVE GRANDE REPERCUSSÃO, COM EVENTO EM MIAMI, COM A PRESENÇA "ORGÂNICA" DE RENOMADAS CELEBRIDADES, TAIS COMO, VICTORIA BECKHAM, ANTONELA MESSI, E CAMILA COELHO, COM UM ALCANCE POTENCIAL DE 100 MILHÕES DE PESSOAS.

MARCAS ADQUIRIDAS

CAROL BASSI



ABERTURA ESTRATÉGICA DE LOJAS EM 2023

PRIMEIRA *BLACK FRIDAY* DA MARCA OPERADA NO *E-COMMERCE*, COM RECORDE DE RECEITA

ANO MARCADO POR **ABERTURAS ESTRATÉGICAS** DE LOJAS:

- I. SEGUNDA LOJA NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, NO SHOPPING LEBLON;
- II. PRIMEIRA LOJA EM CURITIBA, NO PÁTIO BATEL
- III. PRIMEIRO OUTLET DA MARCA, NO SHOPPING SANTA CATARINA

EM 2024, A MARCA CAROL BASSI COMEMORA **10 ANOS DE EXISTÊNCIA**

**AREZZO
&CO**

OBRIIGADO!

#RUMOA2154