

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS 1T23

AREZZO & CO



SCHUTZ | @HELENABORDON

AREZZO SCHUTZ ANACAPRI ALEXANDRE BIRMAN FEVER ALME VANS "OFF THE WALL" Reserva Baw® TROC CAROL BASSI (Vicenza) PARIS TEXAS

AGENDA DO CALL

1. HIGHLIGHTS
2. DESTAQUES MARCAS E CANAIS
3. DESTAQUES FINANCEIROS
4. Q&A

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.

**AREZZO
&CO**

HIGHLIGHTS

RESULTADOS 1T23

AREZZO & CO

+23%

CRESCIMENTO DE
RECEITA VS O 1T22

R\$1,3BI DE RECEITA BRUTA
(**+23,4%** VS 1T22);

R\$947MM DE SELL OUT DTC
(FRANQUIAS, WEB E LOJAS
PRÓPRIAS) (**+22%** VS 1T22)

5,5 MILHÕES DE CLIENTES
NA BASE ATIVA (**+19%** VS
1T22);

15% DE CRESCIMENTO DAS
MARCAS CORE NO BRASIL VS
1T22;



13% DE CRESCIMENTO DA
MARCA AREZZO VS 1T22;

R\$287MM DE RECEITA
BRUTA AR&CO (**+46%** VS
1T22);

52,4% DE MARGEM
BRUTA NO 1T23;

R\$164MM DE EBITDA
RECORRENTE (**+23%** VS 1T22),
COM MARGEM EBITDA
RECORRENTE DE **16,0%**.

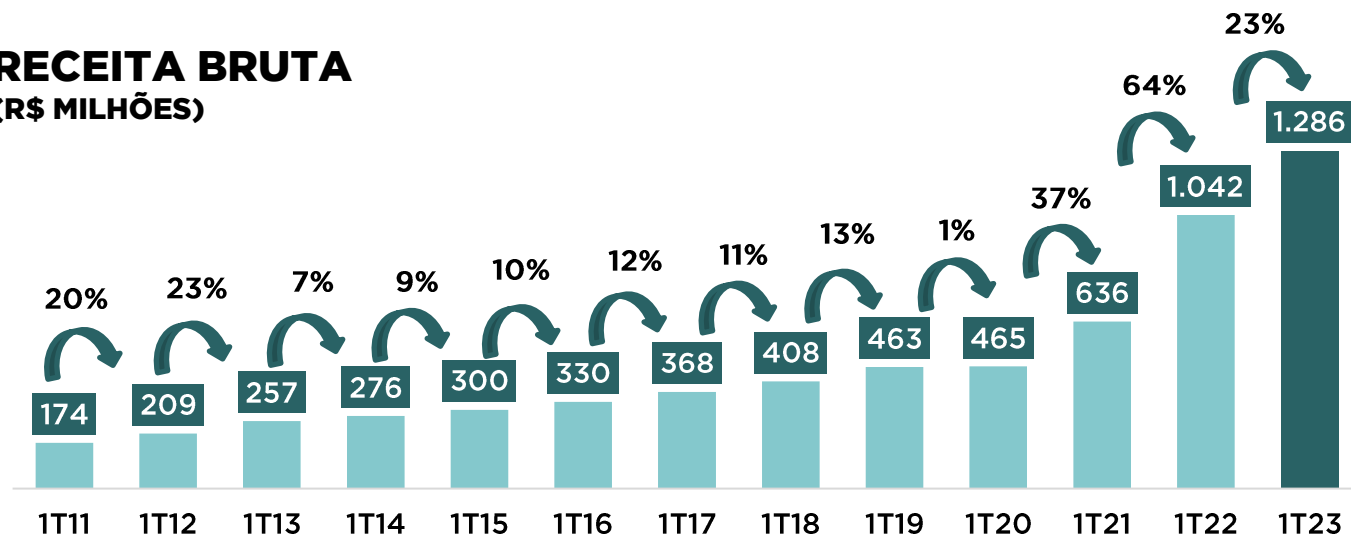
R\$73MM DE LUCRO LÍQUIDO
RECORRENTE, COM CRESCIMENTO
DE **+27%** VS 1T22.

27,2% DE ROIC RECORRENTE.

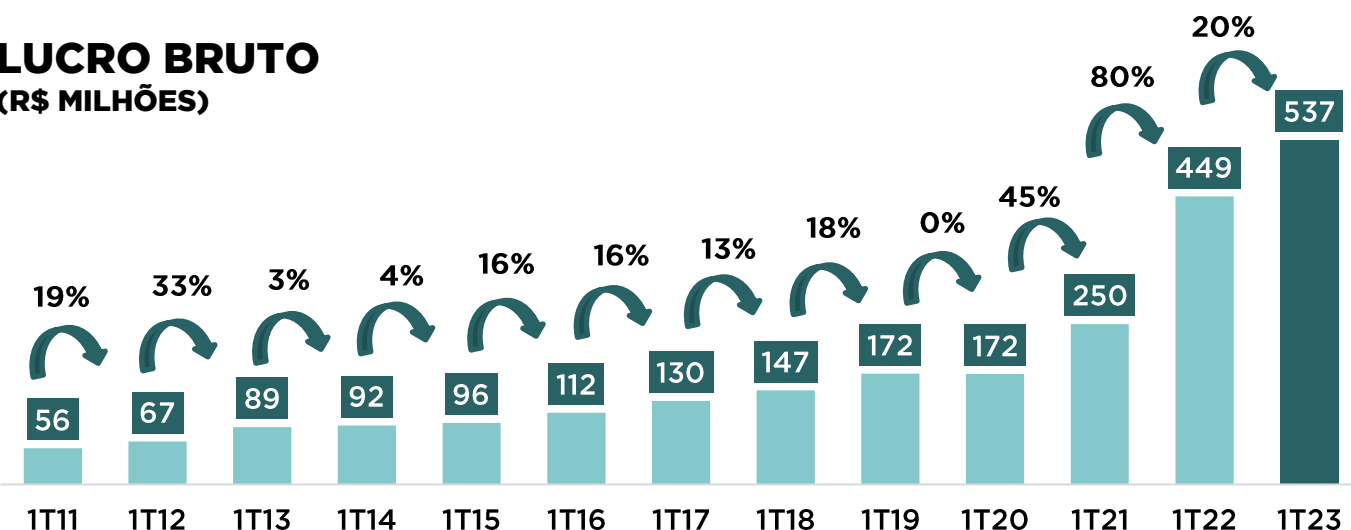


DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

RECEITA BRUTA (R\$ MILHÕES)



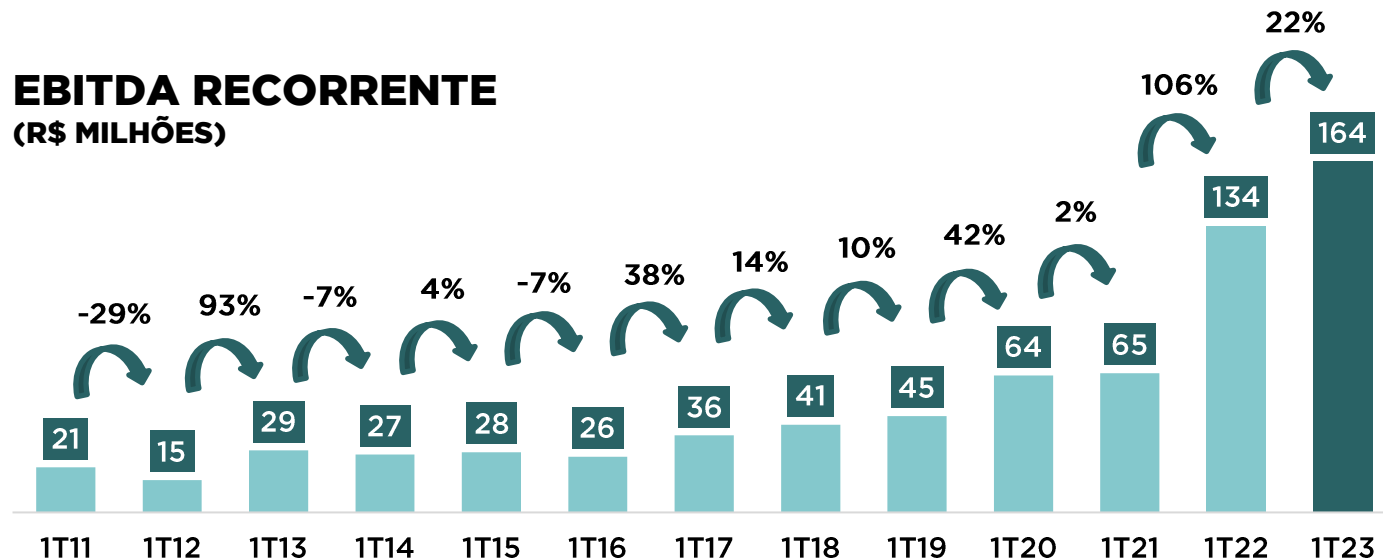
LUCRO BRUTO (R\$ MILHÕES)



DESDE O IPO, A AREZZO&CO DIVULGOU 50 TRIMESTRES COM 47 COM CRESCIMENTO DE RECEITA E 46 DE LUCRO BRUTO.

DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

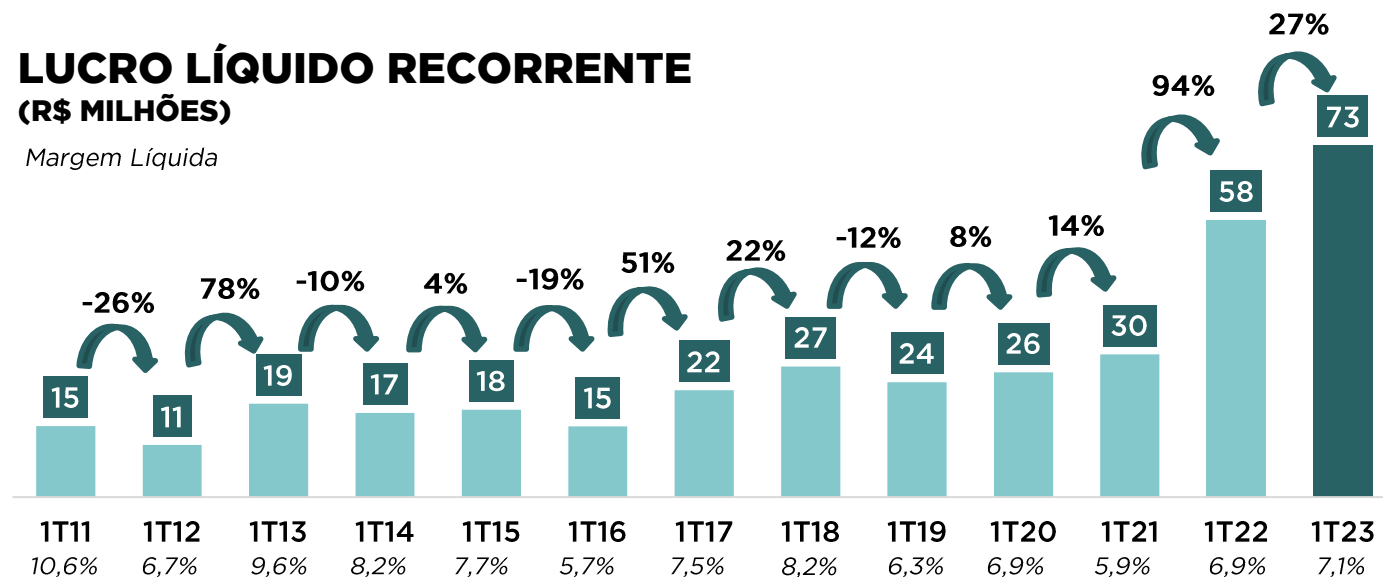
EBITDA RECORRENTE (R\$ MILHÕES)



DESDE O IPO, A AREZZO&CO DIVULGOU 50 TRIMESTRES COM 42 COM CRESCIMENTO DE EBITDA E 39 DE LUCRO LÍQUIDO.

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE (R\$ MILHÕES)

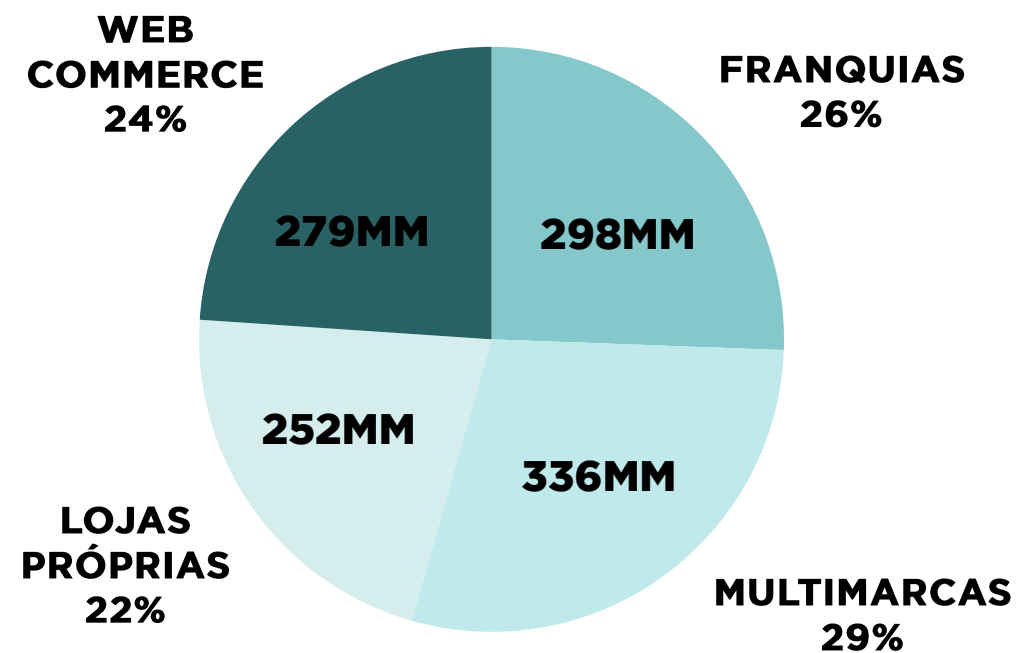
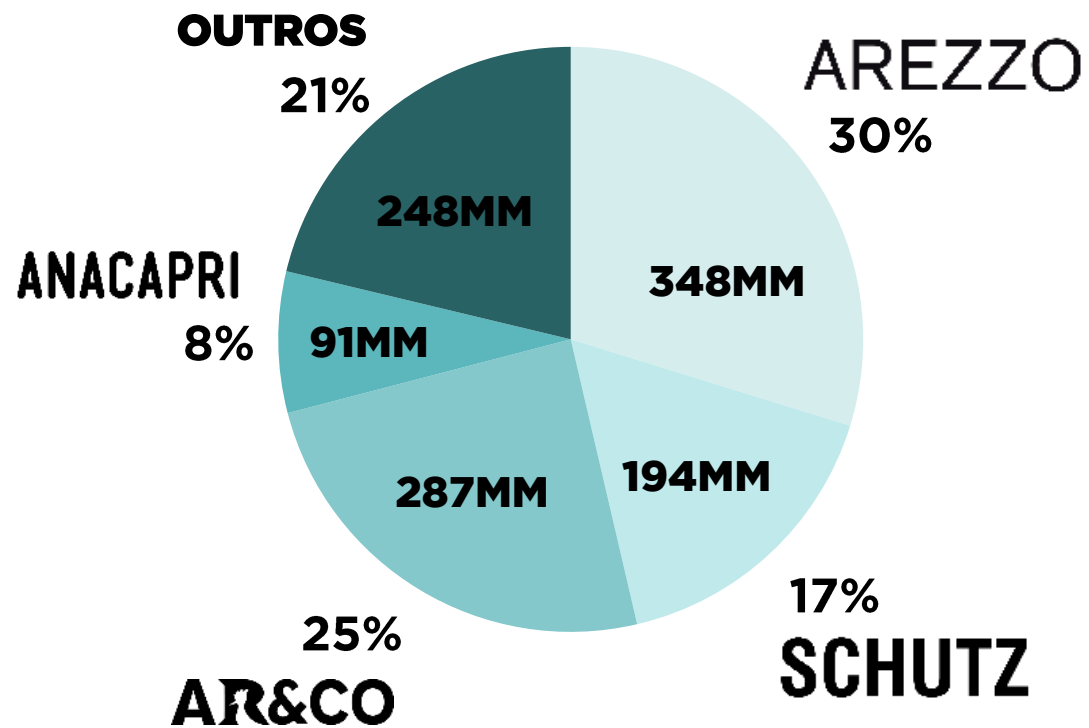
Margem Líquida



NO 1T22, O LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE APRESENTOU REPRESENTATIVIDADE DE 15% DO LUCRO LÍQUIDO CONSOLIDADO DE 2022 (R\$ 386 MILHÕES).

RECEITA BRUTA | MERCADO INTERNO

MULTIMARCAS E MULTICANAIS



AREZZO
&CO

DESTAQUES
MARCAS E
CANAIS



DESTAQUES

MARCAS E CANAIS



AREZZO

1T23

- RECEITA: **R\$ 348MM**
- CRESC: **+13,4%**
- % WEB / SELL OUT: **19,4%**
- % OMNI / WEB: **22,1%**



SCHUTZ

1T23

- RECEITA GLOBAL: **R\$ 272MM**
- CRESC: **+2,5%**
- RECEITA BRASIL: **R\$ 194MM**
- % WEB / SELL OUT (DTC): **40,2%**
- % OMNI / WEB: **17,3%**



ANACAPRI

1T23

- RECEITA: **R\$ 91,2MM**
- CRESC: **22,8%**
- % WEB / SELL OUT: **17,2%**
- % OMNI / WEB: **17,6%**



ALEXANDRE BIRMAN

1T23

- RECEITA GLOBAL: **R\$ 49MM**
- CRESC: **+4,7%**
- RECEITA BRASIL: **R\$ 28MM**
- % WEB / SELL OUT (DTC): **22,5%**
- % OMNI / WEB: **61,8%**



AR&CO

1T23

- RECEITA: **R\$ 287MM**
- CRESC: **+45,8%**
- % WEB / SELL OUT: **37,6%**
- % OMNI / WEB: **55,7%**

MARCAS CORE

AREZZO
SCHUTZ
ANACAPRI
ALEXANDRE
BIRMAN
ALME



MARCAS CORE

AREZZO E SCHUTZ



SÓLIDO CRESCIMENTO DE +13,4% VS 1T22

VS FORTE BASE DE COMPARAÇÃO: +37,4%

DESTAQUE PARA CRESCIMENTO NOS CANAIS DE *SELL OUT*: +41,2%
NO CANAL DE LOJAS PRÓPRIAS E +21,8% NO CANAL DE
MULTIMARCAS

LANÇAMENTO DA CAMPANHA DE INVERNO "MY TURN" COM GISELE
BUNDCHEN: 22% DE GIRO E R\$ 2MM DE RECEITA EM APENAS 15 DIAS.

BRIZZA: CRESCIMENTO DE 50% NO CANAL MULTIMARCAS COM MAIS
DE 1.500 CLIENTES



CRESCIMENTO DE +8,6% VS 1T22

VS FORTE BASE DE COMPARAÇÃO: +40,8%

DESTAQUE PARA O CANAL DE FRANQUIAS (+17,3%) E O CANAL DE
MULTIMARCAS (+12,7%).

MAIS DE 1.200 CLIENTES MULTIMARCAS.

LANÇAMENTO DA CAMPANHA DE INVERNO COM A MODELO
GLOBAL CANDICE SWANEPOEL.

MARCAS CORE

ANACAPRI, ALEXANDRE BIRMAN E ALME



CRESCIMENTO DE +22,8% VS 1T22

DESTAQUE PARA O CANAL ONLINE QUE REPRESENTOU 17,1% DA RECEITA E CRESCEU 18,3% VS 2022

CAMPANHA DE INVERNO LANÇADA NOVAMENTE COM A CELEBRIDADE JULIETTE, QUE CONTA COM NÚMEROS RECORDES DE ENGAJAMENTO NO INSTAGRAM.



CRESCIMENTO DE +65,5% NO BRASIL

MERCADO INTERNO JÁ REPRESENTA 57,1% DO FATURAMENTO DA MARCA

RELEVANTE GANHO DE MARKET SHARE NO MERCADO DE LUXO BRASILEIRO



LANÇAMENTOS ALINHADOS AO SEU POSICIONAMENTO DE SUSTENTABILIDADE.

PAPETE "SELVA" - NOVA CATEGORIA DE CALÇADOS PARA A ALME. PRODUZIDA COM MATÉRIAS PRIMAS DE BAIXO IMPACTO AMBIENTAL.

O PRODUTO REGISTROU 63% DE GIRO NO PRIMEIRO MÊS DE VENDAS.

MARCAS ADQUIRIDAS

Reserva

**Reserva
mini**

ReservaGo

Oficina
RESERVA

Baw

VANS

CAROL BASSI



RESERVA GO

MARCAS ADQUIRIDAS

RESERVA E VANS

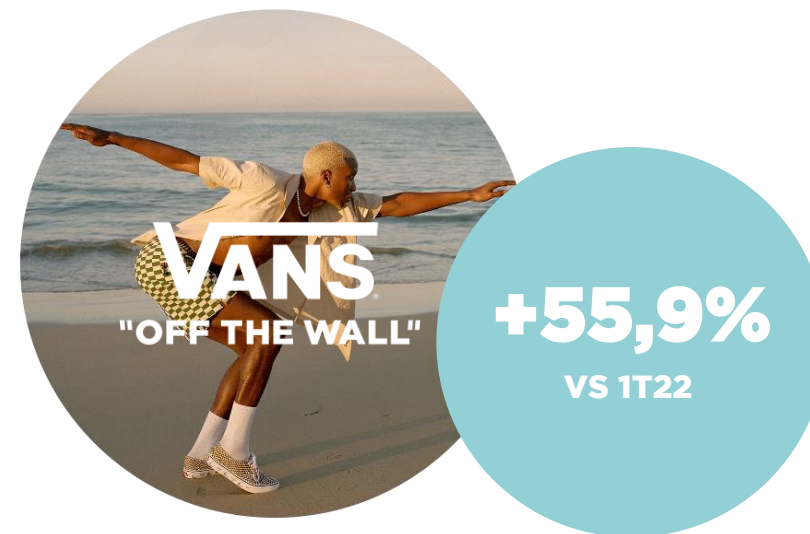


CRESCIMENTO DE +45,8% VS 1T22

VS FORTE BASE DE COMPARAÇÃO: +118,3%

DESTAQUE PARA CRESCIMENTO NOS CANAIS DE MULTIMARCAS (+78,0%) E DIGITAL (+65,5%) QUE JÁ REPRESENTA 28,5% DAS VENDAS DA MARCA.

LANÇAMENTO DA LINHA PRAIA: OS PRODUTOS BEST SELLERS DA COLEÇÃO FORAM OS SHORTS PARA USAR NA PRAIA E NA CIDADE. NO FINAL DO MÊS DE MARÇO, A LINHA PRAIA REGISTROU SELL OUT DE R\$ 2,4 MILHÕES.



CRESCIMENTO DE +55,9% VS 1T22

A MARCA REGISTROU CRESCIMENTO EM TODOS OS CANAIS - FRANQUIAS, MULTIMARCAS, E-COMMERCE E LOJAS PRÓPRIAS.

DESTAQUE PARA O CANAL DIGITAL QUE JÁ REPRESENTA 22,4% DAS VENDAS.

MARCAS ADQUIRIDAS

CAROL BASSI, GO, MINI, OFICINA E BAW



CRESCIMENTO EM TODOS OS CANAIS

CANAL MULTIMARCAS REGISTROU CRESCIMENTO DE 56,2% NO 1T23, 23,1% DO FATURAMENTO DA MARCA, DEMONSTRANDO O CRESCENTE POTENCIAL DA CAROL BASSI NESTE CANAL.

LANÇAMENTO NO INÍCIO DE ABRIL SUA COLEÇÃO DE OUTONO/INVERNO BATIZADA DE "MULHERES",



RESERVA GO: R\$ 175MM DE RECEITA NO ENCERRAMENTO DE 2022.

OFICINA: R\$ 100MM DE RECEITA NO ENCERRAMENTO DE 2022.

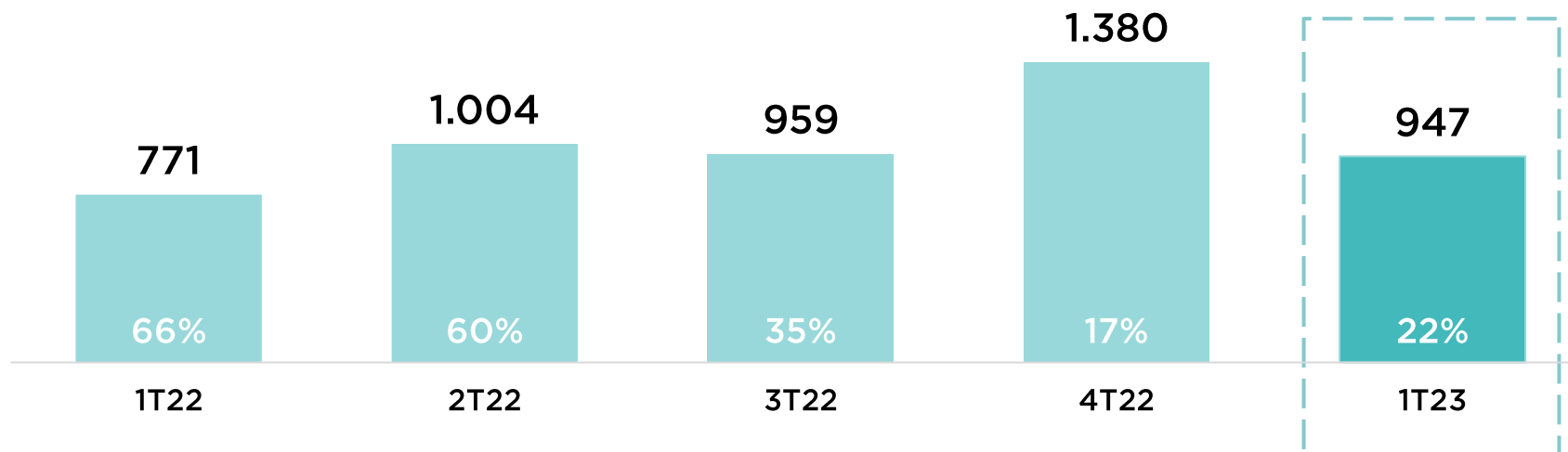
RESERVA MINI: LINHA INFANTIL - LANÇAMENTO EM MARÇO DE COLLAB COM CAVERNA DO DRAGÃO.

BAW: LANÇAMENTO COLLAB "BAW+SMILEY" E DA CAMPANHA LOGOMANIA MONOGRAM '23.

CRESCIMENTO EXPRESSIVO DE SELL OUT

LOJAS FÍSICAS + WEB COMMERCE

+ R\$ 176 MILHÕES DE SELL OUT VS 2022



CRESCIMENTO DE 22% SOBRE BASE DE COMPARAÇÃO DE 66%

22%

CRESCIMENTO NO
1T23 VS O 1T22

R\$ 947MM

SELL OUT DTC 1T23

+48%

NA MARCA VANS

+44%

NA AR&CO

CRESCIMENTO EXPRESSIVO EM TODOS OS CANAIS DE VENDA

MONOMARCA

FRANQUIAS: **R\$298MM** (+18% VS 1T22) E **R\$ 1,2BI** NO LTM

LOJAS PRÓPRIAS: **R\$252MM** (+32% VS 1T22) E **R\$ 1,2BI** NO LTM

- FRANQUIAS DA AREZZO REGISTROU O SÓLIDO CRESCIMENTO DE 10,0% VS 1T22.
- O CANAL DE LOJAS PRÓPRIAS FOI IMPULSIONADO, PRINCIPALMENTE, PELAS MARCAS VANS, AREZZO E ANACAPRI, QUE APRESENTARAM RESULTADO SUPERIOR AO 1T22 DE, RESPECTIVAMENTE, 57,3%, 41,1% E 24,4%.

MULTIMARCAS

R\$335MM (+35% VS 1T22) E **R\$ 1,4BI** NO LTM

- TODAS AS MARCAS DO GRUPO APRESENTARAM CRESCIMENTO, COM DESTAQUE PARA A AR&CO (+84,1%), AREZZO (+21,8%) E PARA A ANACAPRI (+20,1%).
- MAIORES REPOSIÇÕES, COM DESTAQUE PARA A CATEGORIA DE BOLSAS NAS MARCAS AREZZO E SCHUTZ.

DESTAQUES
OMNICANALIDADE
VENDAS WEB COMMERCE

RECEITA TOTAL: **R\$279MM** (+25% VS 1T22) E **R\$ 1,1BI** NO LTM

TRÁFEGO TOTAL: **74MM** (5% VS O 1T22)

RECEITA TOTAL DOS APPS: **R\$82MM** (+40% VS O 1T22)

PARTICIPAÇÃO TOTAL DOS APPS NA RECEITA: **31%**

TICKETS DO WEB COMMERCE: **+27%** VS O 1T22

R\$235MM

VENDA INFLUENCIADA
(+42% VS O 1T22)

R\$82MM

RECEITA TOTAL DOS
APPS NAS MARCAS
AREZZO&CO E AR&CO

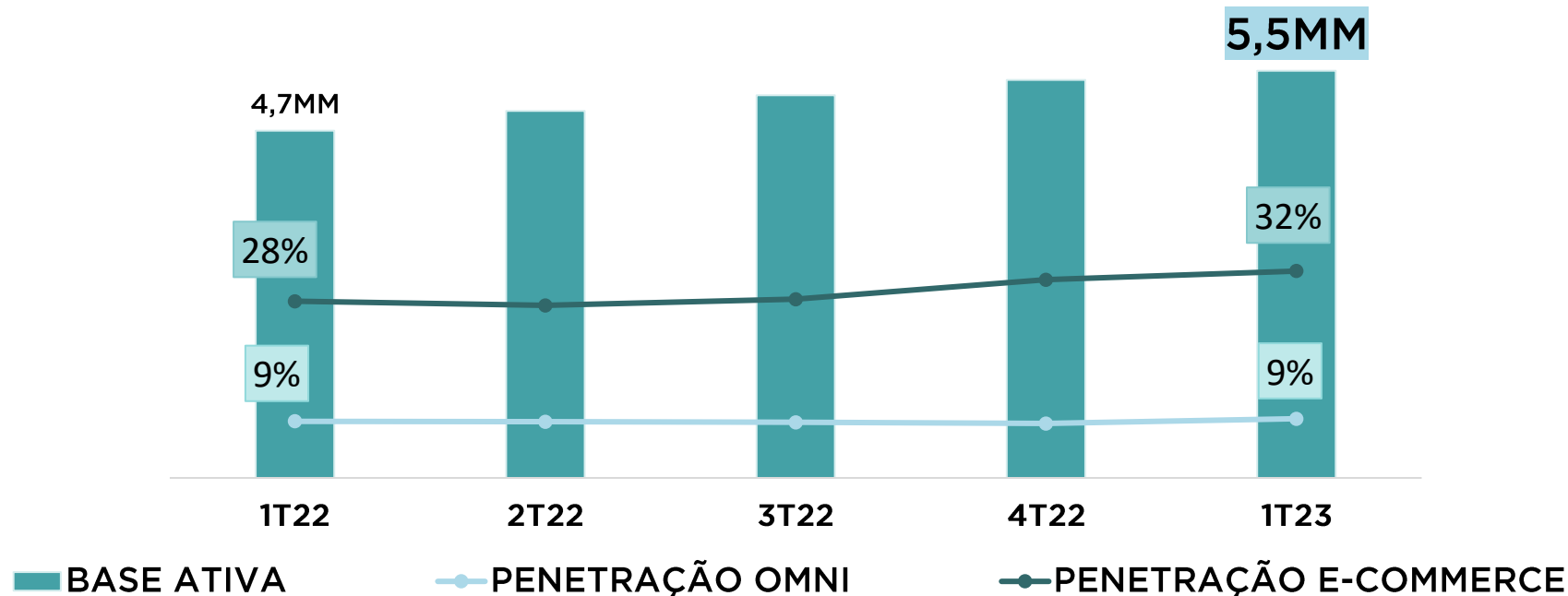
VOLUME RECORDE DE

5,5MM

CLIENTES ATIVOS NA BASE
(BASE ATIVA: COMPRA NOS
ÚLTIMOS 12 MESES)

CLIENTES

VOLUME RECORDE DE CLIENTES NA BASE ATIVA*: 5,5MM



- **9%** DOS CLIENTES SÃO OMNICHANNEL (COMPRAM NO FÍSICO E NO ONLINE)
- **22%** DA BASE ATIVA É COMPOSTA POR NOVOS CLIENTES E **10%** POR CLIENTES REATIVADOS
- **32%** DA BASE ATIVA DE CLIENTES ONLINE (COMPRAM APENAS NO E-COMMERCE)x'
- **+21%** DE CRESCIMENTO DE CLIENTES OMNI E AUMENTO DE RECEITA DE **+28%** NAS VENDAS DESTES



AREZZO
&CO

DESTAQUES FINANCEIROS

Principais Indicadores Financeiros	1T23	1T23 Ajustado	1T22 Ajustado	Δ (%) 23 x 22
Receita Bruta	1.285.947	1.285.947	1.042.083	23,4%
Receita Líquida	1.025.291	1.025.291	839.576	22,1%
CMV	(488.467)	(488.467)	(390.836)	25,0%
Depreciação e amortização - Custo	(1.346)	(1.346)	(978)	37,6%
Lucro bruto	536.824	536.824	448.740	19,6%
<i>Margem bruta</i>	52,4%	52,4%	53,4%	(1,0 p.p)
SG&A	(432.000)	(419.914)	(347.796)	20,7%
<i>% Receita</i>	(42,1%)	(41,0%)	(41,4%)	0,4 p.p
Despesas comerciais	(309.724)	(304.484)	(249.091)	22,2%
Lojas próprias e Web Commerce	(142.092)	(140.392)	(73.968)	89,8%
Venda, logística e suprimentos	(167.632)	(164.092)	(175.124)	(6,3%)
Despesas gerais e administrativas	(74.518)	(70.539)	(66.546)	6,0%
Outras (despesas) e receitas	(1.726)	1.141	(299)	482,2%
Depreciação e amortização - Despesa	(46.032)	(46.032)	(31.860)	44,5%
EBITDA	152.202	164.288	133.782	22,8%
<i>Margem EBITDA</i>	14,8%	16,0%	15,9%	0,1 p.p
Lucro líquido	63.385	73.088	57.548	27,0%
<i>Margem líquida</i>	6,2%	7,1%	6,9%	0,2 p.p

DESTAQUES

- CRESCIMENTO DE 23,4% DE RECEITA
- MARGEM BRUTA: -100BPS
IMPACTO PELO CRESCIMENTO DOS CANAIS DE SELL OUT, E PRINCIPALMENTE PELA REDUÇÃO DA MARGEM BRUTA NA OPERAÇÃO INTERNACIONAL;
- MARGEM EBITDA: +10BPS
IMPACTO POSITIVO RESULTANTE DA REDUÇÃO DE SG&A COMO PERCENTUAL DA RECEITA E FORTE DILIGÊNCIA EM DESPESAS DA AREZZO&CO.
- MARGEM LÍQUIDA: +20BPS
DECORRENTE DA BOA ALAVANCAGEM DE EBITDA OPERACIONAL E IMPACTADA NEGATIVAMENTE POR MAIORES DESPESAS FINANCEIRAS.

RECONCILIAÇÃO EBITDA E LL

A RECONCILIAÇÃO DO EBITDA E LUCRO LÍQUIDO COMPREENDE OS EFEITOS NÃO RECORRENTES RECONHECIDOS NO PRIMEIRO TRIMESTRE, BEM COMO OS EFEITOS CONTÁBEIS DO IFRS 16.

VALE DESTACAR QUE NO 1T22 O RESULTADO FOI IMPACTADO POSITIVAMENTE NO MONTANTE DE R\$ 64,1 MILHÕES, DECORRENTE DA APROPRIAÇÃO DE CRÉDITOS EXTEMPORÂNEOS (ONE OFFS) DE PIS/COFINS SOBRE DETERMINADAS DESPESAS DE MARKETING, SOFTWARES, DENTRE OUTRAS, INCORRIDAS PELA COMPANHIA NO DESENVOLVIMENTO DO SEU OBJETO SOCIAL.

Reconciliação EBITDA	1T23	1T22	2022	Reconciliação Lucro Líquido	1T23	1T22	2022
EBITDA	152.202	193.990	711.805	Lucro Líquido	63.385	97.285	422.538
<i>Mg. EBITDA (Pós IFRS)</i>	<i>14,8%</i>	<i>23,1%</i>	<i>16,8%</i>	<i>Mg. Líquida</i>	<i>6,2%</i>	<i>11,6%</i>	<i>10,0%</i>
Créditos Extemporâneos (one offs)	3.166	65.608	72.040	Efeito Líquido Itens Não Recorrentes	(9.702)	39.737	36.094
Despesas Legais	(2.015)	(1.509)	(2.911)	Lucro Líquido Ajustado (IFRS 16)	73.087	57.548	386.444
Despesas M&A	(4.874)	(3.891)	(21.050)	<i>Mg. Líquida Ajustada (IFRS 16)</i>	<i>7,1%</i>	<i>6,9%</i>	<i>9,1%</i>
Despesas Logísticas (CD ES)*	(2.659)	-	-	Lucro Líquido Ajustado (Pré IFRS 16)	72.741	58.962	394.772
Ágio Incorporação HG	(5.413)	-	6.608	<i>Mg. Líquida Ajustada (Pré IFRS 16)</i>	<i>7,1%</i>	<i>7,0%</i>	<i>9,3%</i>
Outros ajustes	(290)	-	-				
Efeito Líquido Itens Não Recorrentes	(12.086)	60.208	54.687				
EBITDA Ajustado (IFRS 16)	164.288	133.782	657.118				
<i>Mg. EBITDA Ajustada (IFRS 16)</i>	<i>16,0%</i>	<i>15,9%</i>	<i>15,5%</i>				
Arrendamento SG&A (IFRS 16)	28.470	16.615	99.982				
Arrendamento CMV (IFRS 16)	506	415	1.782				
EBITDA Ajustado (Pré IFRS)	135.312	116.752	555.354				
<i>Mg. EBITDA Ajustada (Pré IFRS)</i>	<i>13,2%</i>	<i>13,9%</i>	<i>13,1%</i>				

* Despesas de logística em duplicidade relativas à ampliação do Centro de Distribuição em Cariacica.

- ROIC RECORRENTE DE **27,2%** NO TRIMESTRE;
- UM DOS MAIS IMPORTANTES KPIs ANALISADOS PELA ADMINISTRAÇÃO DA AREZZO&CO;

Resultado Operacional	1T23 Contábil	1T23 Ajustado	1T22 Contábil	1T22 Ajustado	Δ 23 x 22 Ajust. (%)
EBIT (LTM)	493.799	511.407	588.576	416.622	22,8%
+ IR e CS (LTM)	(8.721)	(10.289)	(100.885)	(74.647)	(86,2%)
NOPAT (LTM)	485.078	501.118	487.691	341.975	46,5%
Capital de giro ¹	1.007.563	1.007.566	421.327	521.327	93,3%
Contas a receber	743.011	743.011	631.278	631.278	17,7%
Estoques	842.526	842.526	556.685	556.685	51,3%
Fornecedores	(571.535)	(571.535)	(588.706)	(588.706)	(2,9%)
Outros	(6.436)	(6.436)	(177.930)	(77.930)	(91,7%)
Ativo permanente	2.143.553	1.076.747	1.599.340	674.878	59,5%
Outros ativos de longo prazo ²	170.753	170.753	231.600	231.599	(26,3%)
Capital empregado	3.321.869	2.255.066	2.252.267	1.427.804	57,9%
Média do capital empregado³	2.787.068	1.841.435	1.908.355	1.114.179	65,3%
ROIC⁴	17,4%	27,2%	25,6%	30,7%	

(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

- IMPACTO AQUISIÇÕES: R\$ 199 MILHÕES (PARIS TEXAS, CAROL BASSI E HG);
- IMPACTO DO PAGAMENTO DE JUROS SOBRE CAPITAL PRÓPRIO EM JAN/23 DE R\$ 72 MILHÕES;
- EXCLUINDO ESTES EFEITOS NÃO OPERACIONAIS, A DÍVIDA LÍQUIDA SERIA DE **R\$6MM**;
- PATAMAR DE ENDIVIDAMENTO FOI ALTERADO DEVIDO A CAPTAÇÃO PREVENTIVA DADO O CENÁRIO MACROECONÔMICO, TAIS LINHAS NÃO ALTERARAM O CUSTO TOTAL DA DÍVIDA DE FORMA SIGNIFICATIVA.

Posição de Caixa e Endividamento	1T23	4T22	1T22
Caixa e Equivalentes de Caixa	783.068	476.434	710.309
Dívida total	1.060.093	401.873	284.039
Curto prazo	663.004	392.254	268.463
% dívida total	62,5%	97,6%	94,5%
Longo prazo	397.089	9.619	15.576
% dívida total	37,5%	2,4%	5,5%
Dívida Líquida	277.025	(74.561)	(426.270)
Dívida Líquida/EBITDA	0,4x	-0,1x	-0,6x

Q&A

AREZZO
&CO

OBRIIGADO!

#RUMOA2154