

EARNINGS RELEASE
3T 2022

**AREZZO
&CO**



SCHUTZ | ALTO VERÃO 2023 @CANDICESWANPEOEL

**AREZZO
&CO**

AREZZO

SCHUTZ

ANACAPRI

BIRMAN

FIEVER

ALME

VANS
"OFF THE WALL"

ZZ'MALL

myshoes

AR&CO

Reserva

Reserva
mini

Oficina
RESERVA

ReservaGo

INK
Reserva

Baw®

TROC

CAROL BASSI

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 3T22

AREZZO
&CO

São Paulo, 08 de novembro de 2022. A Arezzo&Co (B3 - Brasil, Bolsa e Balcão: ARZZ3), maior *house of brands* de moda do Brasil, divulga os resultados do 3T22.

A Companhia atingiu novamente faturamento recorde em um trimestre - R\$ 1,4 bilhão (+47% vs o 3T21). Os resultados excepcionais e consistentes apresentados são consequência do nosso planejamento estratégico, diligência e disciplina de execução, e principalmente das entregas realizadas ao longo do trimestre pelo time aguerrido da Arezzo&Co.

DESTAQUES FINANCEIROS / OPERACIONAIS

- 1 - **R\$1,4BI** de Receita Bruta (+47% vs o 3T21 e +161% vs o 3T19);
- 2 - **R\$5,0BI** de Receita Bruta nos últimos doze meses;
- 3 - **R\$959MM** de *Sell Out* DTC (Franquias, WEB e Lojas Próprias) (+35% vs o 3T21 e +65% vs o 3T19);
- 4 - **+8,8MM** de produtos vendidos no 3T22 (+31% vs 3T21): **5,8MM** de calçados, **2,2MM** de peças de roupas e **826K** de bolsas;
- 5 - **43%** de crescimento das marcas *core* no Brasil vs o 3T21 (+66% vs o 3T19);
- 6 - **52,8%** de Margem Bruta, com crescimento de **60bps** vs o 3T21 (+730bps vs o 3T19);
- 7 - **R\$170MM** de EBITDA ajustado (excluindo efeitos não recorrentes) (+36% vs o 3T21 e +121% vs o 3T19) com Margem EBITDA Ajustada de **14,9%**. O EBITDA reportado foi **R\$164MM**. O EBITDA LTM ajustado totalizou **R\$652MM** (+64% vs período anterior) com expansão de Margem EBITDA LTM Ajustada (**16,2%** no período);
- 8 - **R\$103MM** de Lucro Líquido ajustado com crescimento de **+26%** vs 3T21 (+190% vs o 3T19). O Lucro Líquido reportado foi **R\$99MM**. O Lucro Líquido LTM ajustado totalizou **R\$394MM** com crescimento de **63%** vs o período anterior;
- 9 - **R\$297MM** de Receita Bruta AR&CO (+52% vs o 3T21 e +182% vs o 3T19);
- 10 - **R\$121MM** de Receita da Operação USA (+28% vs o 3T21 e +122% vs o 3T19).

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

09 de novembro de 2022
11h00 (Brasília) / 09h00 (Nova York)

Videoconferência em Português com
Tradução para o Inglês



COTAÇÃO E VALOR DE MERCADO

08 de novembro de 2022
Preço da Ação: R\$ 97,73
Market Cap: R\$ 10,7 bilhões

DESTAQUES OMNISCANALIDADE NO 3T22

1 - VENDAS WEB COMMERCE

- RECEITA TOTAL: **R\$ 278 MILHÕES** (+35% VS O 3T21, +400% VS O 3T19)
- TRÁFEGO TOTAL: **76 MILHÕES** (+32% VS O 3T21)
- RECEITA TOTAL RECORDE DOS APPS: **R\$122 MILHÕES** (+196% VS O 3T21)
- PARTICIPAÇÃO TOTAL DOS APPS NA RECEITA: **46%**
- TICKETS DO WEB COMMERCE: **+28%** VS O 3T21

2 - VENDAS OMNISCANAL

- PARTICIPAÇÃO DO DIGITAL NO SELL OUT DAS LOJAS FÍSICAS: **44%**
- RECEITA DE RETIRE E ENTREGA PELA LOJA: **+52%** VS O 3T21
- **6 MILHÕES** DE CONTATOS EXECUTADOS VIA APP NO 3T22 (RECEITA INFLUENCIADA)

3 - CRM* (AREZZO&CO)

- CRESCIMENTO NA BASE DE CLIENTES ATIVOS AREZZO&CO: **+21%** VS O 3T21
- CLIENTES CAPTADOS (NOVOS CLIENTES): **+14%** VS O 3T21
- FREQUÊNCIA DE COMPRAS DOS CLIENTES OMNI: **+111%** VS GERAL
- RETENÇÃO DE CLIENTES NA BASE ATIVA: **+15%** VS 3T21

*EXCLUI DADOS AR&CO



DESTAQUES MARCAS 3T22

AREZZO

- Receita Brasil: **R\$ 380,2MM**
- Crescimento: **+37,7%** vs o 3T21
- Receita Web: **R\$ 92,0MM**
- % WEB sobre Sell Out (DTC): **20,6%**
- Vendas OMNI: **R\$ 16,9MM**
- % OMNI sobre WEB: **18,4%**

SCHUTZ

- Receita Global: **R\$ 332,2MM**
- Crescimento: **+38,3%** vs o 3T21
- Receita Brasil: **R\$ 230,3MM**
- Receita Web: **R\$ 62,1MM**
- % WEB sobre Sell Out (DTC): **42,8%**
- Vendas OMNI: **R\$ 6,8MM**
- % OMNI sobre WEB: **11,0%**

AR&CO

- Receita Brasil: **R\$ 296,8MM**
- Crescimento: **+52,4%** vs o 3T21
- Receita Web: **R\$ 56,6MM**
- % WEB sobre Sell Out (DTC): **30,4%**
- Vendas OMNI: **R\$ 29,2MM**
- % OMNI sobre WEB: **58,7%**

*Dados Sell Out e OMNI AR&CO não consideram BAW

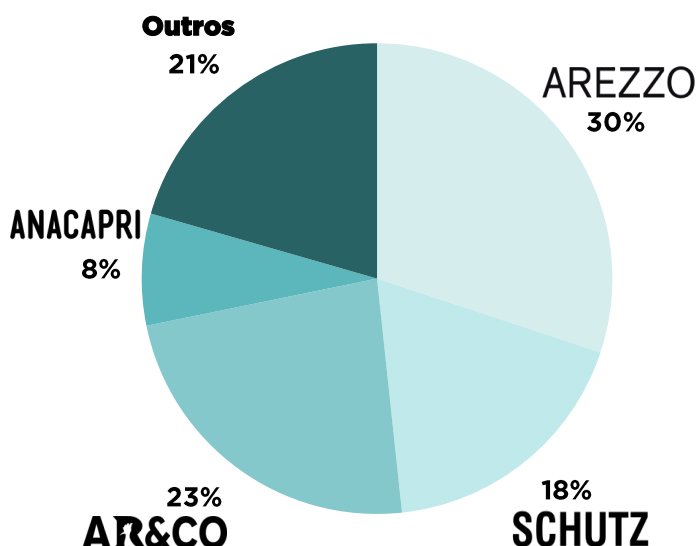
ANACAPRI

- Receita Brasil: **R\$ 96,9MM**
- Crescimento: **+30,6%** vs o 3T21
- Receita Web: **R\$ 16,3MM**
- % WEB sobre Sell Out (DTC): **18,1%**
- Vendas OMNI: **R\$ 2,5MM**
- % OMNI sobre WEB: **15,2%**

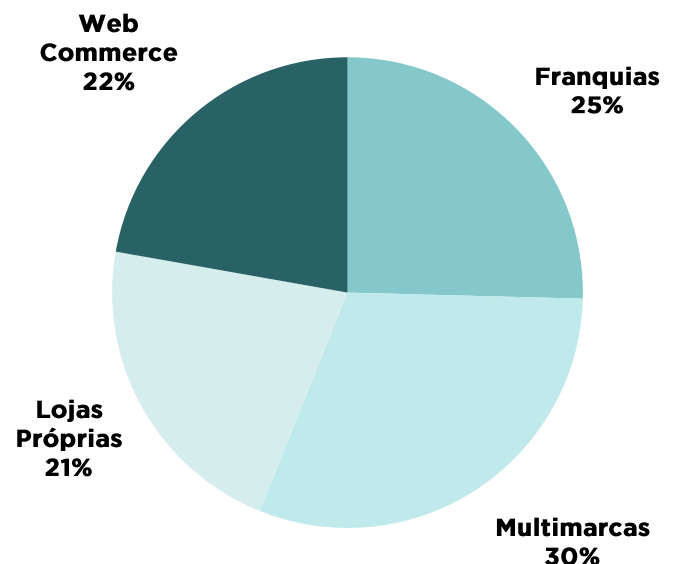
ALEXANDRE BIRMAN

- Receita Global: **R\$ 53,6MM**
- Crescimento: **+37,3%** vs o 3T21
- Receita Brasil: **R\$ 28,7MM**
- Receita Web: **R\$ 5,2MM**
- % WEB sobre Sell Out (DTC): **20,4%**
- % OMNI sobre WEB: **40,0%**

RECEITA BRUTA MERCADO INTERNO



RECEITA BRUTA CANAIS



AREZZO
&CO

PRINCIPAIS INDICADORES

REVERSA

RECEITA BRUTA 3T22

Receita Bruta	3T22	Part%	3T21	Part%	Δ (%) 22 x 21	3T19	Part%	Δ (%) 22 x 19
Receita bruta total	1.404.967		953.609		47,3%	538.189		161,1%
Mercado externo	141.127	10,0%	104.835	11,0%	34,6%	71.552	13,3%	97,2%
Exportações	20.447	14,5%	10.670	10,2%	91,6%	17.139	24,0%	19,3%
Operação USA	120.680	85,5%	94.165	89,8%	28,2%	54.413	76,0%	121,8%
Mercado interno	1.263.840	90,0%	848.774	89,0%	48,9%	466.637	86,7%	170,8%
Por marca								
Arezzo	380.170	30,1%	276.042	32,5%	37,7%	250.569	53,7%	51,7%
Schutz ¹	230.340	18,2%	167.392	19,7%	37,6%	122.732	26,3%	87,7%
AR&CO ²	296.767	23,5%	194.732	22,9%	52,4%	-	-	182,4%
Anacapri	96.921	7,7%	74.204	8,7%	30,6%	71.793	15,4%	35,0%
Outros ³	259.642	20,5%	136.404	16,1%	90,3%	21.543	4,6%	1.105,2%
Por canal								
Franquias	318.129	25,2%	226.580	26,7%	40,4%	224.282	48,1%	41,8%
Multimarcas	384.122	30,4%	251.030	29,6%	53,0%	126.948	27,2%	202,6%
Lojas próprias	271.600	21,5%	163.534	19,3%	66,1%	59.301	12,7%	358,0%
Web Commerce	278.158	22,0%	206.382	24,3%	34,8%	55.628	11,9%	400,0%
Outros ⁴	11.831	0,9%	1.248	0,1%	848,2%	476	0,1%	2.385,5%

(1) Não inclui receitas provenientes da operação internacional.

(2) A AR&CO compreende as marcas: Reserva, Reserva Mini, Oficina Reserva, Reserva Go, INK, Simples, Reversa, Unbrand e BAW Clothing.

(3) Inclui as marcas Vans, A. Birman, Fiever, Alme, TROC, My Shoes e Carol Bassi, apenas no mercado interno, e outras receitas não específicas das marcas.

(4) Inclui receitas do mercado interno que não são específicas dos canais de distribuição.

INDICADORES OPERACIONAIS 3T22

Resumo de Resultados	3T22	3T21	Δ (%) 22 x 21	3T19	Δ (%) 22 x 19
Número de pares vendidos ('000)	5.758	5.030	14,5%	3.842	49,9%
Part. (%)	65,4%	74,7%	-9,3 p.p	89,5%	-24,1 p.p
Número de bolsas vendidas ('000)	826	484	70,8%	449	84,0%
Part. (%)	9,4%	7,2%	2,2 p.p	10,5%	-1,1 p.p
Número de peças de roupas vendidas ('000)¹	2.218	1.224	81,3%	-	-
Part. (%)	25,2%	18,2%	7,0 p.p	-	-
Número de funcionários	6.983	4.388	59,1%	2.463	183,5%
Número de lojas*	963	894	69	715	248
Próprias	174	146	28	51	123
Franquias	789	748	41	664	125
Outsourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	86,1%	90,5%	-4,4 p.p	90,3%	-4,2 p.p
Insourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	13,9%	9,5%	4,4 p.p	9,7%	4,2 p.p
Outsourcing Vestuário (% da produção total)	100,0%	100,0%	0,0 p.p	-	-
SSS² sell-in (franquias)	33,1%	40,9%	-7,8 p.p	1,2%	31,9 p.p
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	28,9%	43,4%	-14,5 p.p	1,1%	27,8 p.p

(1) Considera peças de roupas vendidas pelas marcas AR&CO, Vans, Schutz e Carol Bassi.

(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.

* Inclui lojas no exterior

RECEITA BRUTA 9M22

Receita Bruta	9M22	Part%	9M21	Part%	Δ (%) 22 x 21	9M19	Part%	Δ (%) 22 x 19
Receita bruta total	3.612.237		2.295.039		57,4%	1.490.201		142,4%
Mercado externo	395.516	10,9%	248.902	10,8%	58,9%	192.724	12,9%	105,2%
Exportações	44.048	11,1%	26.991	10,8%	63,2%	46.089	23,9%	(4,4%)
Operação USA	351.468	88,9%	221.912	89,2%	58,4%	146.636	76,1%	139,7%
Mercado interno	3.216.721	89,1%	2.046.136	89,2%	57,2%	1.297.477	87,1%	147,9%
Por marca								
Arezzo	999.364	31,1%	689.924	33,7%	44,9%	701.489	54,1%	42,5%
Schutz ¹	590.360	18,4%	413.178	20,2%	42,9%	352.345	27,2%	67,6%
AR&CO ²	744.890	23,2%	428.015	20,9%	74,0%	-	-	169,5%
Anacapri	247.216	7,7%	193.429	9,5%	27,8%	182.930	14,1%	35,1%
Outros ³	634.891	19,7%	321.590	15,7%	97,4%	60.713	4,7%	945,7%
Por canal								
Franquias	828.231	25,7%	549.726	26,9%	50,7%	629.132	48,5%	31,6%
Multimarcas	902.957	28,1%	587.123	28,7%	53,8%	330.850	25,5%	172,9%
Lojas próprias	732.227	22,8%	362.760	17,7%	101,8%	189.328	14,6%	286,8%
Web Commerce	739.461	23,0%	540.557	26,4%	36,8%	146.632	11,3%	404,3%
Outros ⁴	13.845	0,4%	5.970	0,3%	131,9%	1.533	0,1%	803,1%

(1) Não inclui receitas provenientes da operação internacional.

(2) A AR&CO compreende as marcas: Reserva, Reserva Mini, Oficina Reserva, Reserva Go, INK, Simples, Reversa, Unbrand e BAW Clothing.

(3) Inclui as marcas Vans, A. Birman, Fievers, Alme, TROC, My Shoes e Carol Bassi, apenas no mercado interno, e outras receitas não específicas das marcas.

(4) Inclui receitas do mercado interno que não são específicas dos canais de distribuição.

INDICADORES OPERACIONAIS 9M22

Resumo de Resultados	9M22	9M21	Δ (%) 22 x 21	9M19	Δ (%) 22 x 19
Número de pares vendidos ('000)	14.738	11.654	26,5%	10.180	44,8%
Part. (%)	66,0%	73,8%	-7,8 p.p	89,0%	-23,0 p.p
Número de bolsas vendidas ('000)	2.242	1.247	79,8%	1.262	77,7%
Part. (%)	10,0%	7,9%	2,1 p.p	11,0%	-1,0 p.p
Número de peças de roupas vendidas ('000)¹	5.354	2.899	84,7%	-	-
Part. (%)	24,0%	18,3%	5,7 p.p	-	-
Número de funcionários	6.983	4.388	59,1%	2.463	183,5%
Número de lojas*	963	894	69	715	248
Próprias	174	146	28	51	123
Franquias	789	748	41	664	125
Outsourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	86,9%	89,6%	-2,7 p.p	90,3%	-3,4 p.p
Insourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	13,1%	10,4%	2,7 p.p	9,7%	3,4 p.p
Outsourcing Vestuário (% da produção total)	100,0%	100,0%	0,0 p.p	-	-
SSS² sell-in (franquias)	42,9%	59,4%	-16,5 p.p	1,2%	41,7 p.p
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	45,2%	33,7%	11,5 p.p	3,0%	42,2 p.p

(1) Considera peças de roupas vendidas pelas marcas AR&CO, Vans, Schutz e Carol Bassi.

(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.

* Inclui lojas no exterior

PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS 3T22

Principais Indicadores Financeiros	3T22	3T22 Ajustado	3T21 Ajustado	Δ (%) 22 x 21	3T19 Ajustado	Δ (%) 22 x 19
Receita Bruta	1.404.967	1.404.967	953.609	47,3%	538.187	161,1%
Receita Líquida	1.137.985	1.137.985	777.949	46,3%	440.874	158,1%
CMV	(536.683)	(536.683)	(372.066)	44,2%	(240.204)	123,4%
Depreciação e amortização - Custo	(1.163)	(1.163)	(770)	51,0%	(748)	55,5%
Lucro bruto	601.302	601.302	405.883	48,1%	200.670	199,6%
Margem bruta	52,8%	52,8%	52,2%	0,6 p.p	45,5%	7,3 p.p
SG&A	(474.128)	(468.099)	(306.051)	52,9%	(145.857)	220,9%
% Receita	(41,7%)	(41,1%)	(39,3%)	(1,8 p.p)	(33,1%)	(8,0 p.p)
Despesas comerciais	(365.548)	(355.629)	(204.624)	73,8%	(92.052)	286,3%
Lojas próprias e Web Commerce	(150.841)	(143.201)	(98.073)	46,0%	(28.013)	411,2%
Venda, logística e suprimentos	(214.707)	(212.428)	(106.552)	99,4%	(64.039)	231,7%
Despesas gerais e administrativas	(71.758)	(75.648)	(74.364)	1,7%	(35.132)	115,3%
Outras (despesas) e receitas	(1.100)	(1.100)	(2.612)	57,9%	2.869	(138,3%)
Depreciação e amortização - Despesa	(35.722)	(35.722)	(24.450)	46,1%	(21.540)	65,8%
EBITDA	164.059	170.088	125.052	36,0%	77.101	120,6%
Margem EBITDA	14,4%	14,9%	16,1%	(1,2 p.p)	17,5%	(2,6 p.p)
Lucro líquido	98.849	102.828	81.775	25,7%	35.523	189,5%
Margem líquida	8,7%	9,0%	10,5%	(1,5 p.p)	8,1%	0,9 p.p

*A abertura dos ajustes não recorrentes que incidem no resultado das colunas "Ajustadas" está no quadro abaixo - Ajustes Não Recorrentes 3T22.

AJUSTES NÃO RECORRENTES 3T22

	3T22	3T21	3T19
EBITDA Consolidado	164.059	118.621	83.545
Itens Não-Recorrentes			
Mais Valia (Impacto no Lucro Bruto) ¹	-	(798)	-
Créditos Extemporâneos ²	3.890	(4.560)	5.869
Despesas Legais	-	(495)	574
Despesas M&A	(9.919)	(578)	-
Efeito Líquido dos Itens Não Recorrentes	(6.029)	(6.431)	6.444
EBITDA Consolidado Ajustado	170.088	125.052	77.101

- (1) Mais Valia - impacto no lucro bruto proveniente da amortização de mais valia dos estoques da AR&CO.
(2) Receitas provenientes do reconhecimento de créditos fiscais extemporâneos (inconstitucionalidade da inclusão do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS).

PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS 9M22

Principais Indicadores Financeiros	9M22	9M22 Ajustado	9M21 Ajustado	Δ (%) 22 x 21	9M19 Ajustado	Δ (%) 22 x 19
Receita Bruta	3.612.237	3.612.237	2.295.038	57,4%	1.490.199	142,4%
Receita Líquida	2.922.313	2.922.313	1.830.877	59,6%	1.211.583	141,2%
CMV	(1.343.664)	(1.343.664)	(877.264)	53,2%	(654.106)	105,4%
Depreciação e amortização - Custo	(3.163)	(3.163)	(2.262)	39,8%	(2.104)	50,3%
Lucro bruto	1.578.649	1.578.649	953.613	65,5%	557.477	183,2%
Margem bruta	54,0%	54,0%	52,1%	1,9 p.p	46,0%	8,0 p.p
SG&A	(1.167.401)	(1.216.209)	(752.920)	61,5%	(430.240)	182,7%
% Receita	(39,9%)	(41,6%)	(41,1%)	(0,5 p.p)	(35,5%)	(6,1 p.p)
Despesas comerciais	(935.670)	(908.989)	(493.885)	84,0%	(259.435)	250,4%
Lojas próprias e Web Commerce	(315.884)	(295.006)	(197.973)	49,0%	(86.060)	242,8%
Venda, logística e suprimentos	(619.786)	(613.983)	(295.912)	107,5%	(173.375)	254,1%
Despesas gerais e administrativas	(206.636)	(209.551)	(184.134)	13,8%	(115.182)	81,9%
Outras (despesas) e receitas	75.542	2.968	(3.899)	(176,1%)	2.324	27,7%
Depreciação e amortização - Despesa	(100.637)	(100.637)	(71.002)	41,7%	(57.947)	73,7%
EBITDA	515.048	466.240	273.957	70,2%	187.288	148,9%
Margem EBITDA	17,6%	16,0%	15,0%	1,0 p.p	15,5%	0,5 p.p
Lucro líquido	315.955	283.742	158.767	78,7%	94.147	201,4%
Margem líquida	10,8%	9,7%	8,7%	1,0 p.p	7,8%	1,9 p.p

*A abertura dos ajustes não recorrentes que incidem no resultado das colunas "Ajustadas" está no quadro abaixo – Ajustes Não Recorrentes 1S22.

AJUSTES NÃO RECORRENTES 9M22

	9M22	9M21	9M19
EBITDA Consolidado	515.048	396.737	207.116
Itens Não-Recorrentes			
Mais Valia (Impacto no Lucro Bruto) ¹	-	(5.631)	-
Créditos Extemporâneos ²	69.498	137.499	19.255
Despesas Legais	(1.509)	(7.147)	574
Despesas M&A	(19.182)	(1.941)	-
Efeito Líquido dos Itens Não Recorrentes	48.807	122.780	19.828
EBITDA Consolidado Ajustado	466.240	273.957	187.288

- (1) Mais Valia – impacto no lucro bruto proveniente da amortização de mais valia dos estoques da AR&CO.
(2) Receitas provenientes do reconhecimento de créditos fiscais extemporâneos (inconstitucionalidade da inclusão do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS).

AREZZO
& CO

PERFORMANCE DAS MARCAS



AREZZO | COLLAB AREZZO E PATBO

PERFORMANCE DAS MARCAS

O terceiro trimestre do ano é tradicionalmente marcado pela transição das coleções de inverno para verão nas lojas das marcas da Arezzo&Co. No mês de julho ocorre o período de remarcação de inverno em conjunto com a introdução das coleções de transição - *Cruise* e *Resort*. Nos meses seguintes, agosto e setembro, as marcas concentraram suas coleções de verão que contaram com campanhas de marketing extremamente assertivas e engajadoras.

Os resultados do trimestre de todas as marcas ficaram acima do esperado, demonstrando forte receptividade dos consumidores aos produtos da coleção de verão, sendo assim excelente termômetro para a estação seguinte - o alto verão.

No trimestre, a Arezzo&Co superou novamente todas as expectativas e atingiu a marca de R\$ 1,4 bilhão de receita bruta (47,3% vs o 3T21 e 161,1% vs o 3T19) - recorde de faturamento em um trimestre. No resultado acumulado dos últimos nove meses, a Companhia registrou faturamento de R\$ 3,6 bilhões, crescimento de 57,4% vs o 9M21. Já no acumulado dos últimos doze meses, a Arezzo&Co registrou a impressionante marca de R\$ 5,0 bilhões de receita bruta. Tal resultado é reflexo da assertividade dos produtos e coleções, aliada ao robusto planejamento estratégico da Companhia.



AREZZO

A marca Arezzo totalizou R\$ 380 milhões de receita bruta no 3T22, com crescimento de 37,7% em relação ao 3T21 e 51,7% vs o 3T19. Todos os canais de vendas apresentaram excelente desempenho no período, com destaque para os canais de *sell in* - franquias e multimarcas - que registraram crescimentos de 35,4% vs o 3T21 e 40,2% vs o 3T19, respectivamente.

Durante o período, a marca lançou coleções com performances acima do esperado. No mês de agosto, a Arezzo apresentou a coleção “*Première Verão 23*”, estrelada pela influenciadora Lívia Nunes, sendo um sucesso em termos de engajamento. Em poucos dias, os produtos apresentaram 52% de giro nas lojas.

O mês de setembro contou com um importante marco para a Arezzo: seu aniversário de 50 anos. A marca realizou diversas ações, sendo uma delas a abertura da Galeria Arezzo, na icônica *flagship* da rua Oscar Freire – SP. Além disto, a marca lançou uma coleção comemorativa que buscou retratar todas as décadas nas quais esteve presente na vida das suas consumidoras.

Outra ação marcante do período foi o lançamento do livro “Arezzo 50 anos”, que concentra os registros mais importantes da história da marca.



A BriZZa Arezzo – marca endossada pela Arezzo – iniciou o período do ano mais importante em termos de vendas para a marca – verão e alto verão –, devido às características de seus produtos.

No final do mês de agosto aconteceu o *sell in* da campanha de alto verão para os franqueados e multimarcas, iniciado no evento PulsAR. As vendas de *sell in* ficaram acima do esperado, e demonstraram excelente receptividade aos novos calçados injetados/emborrachados.

Como destaque no período, a BriZZa atingiu a marca de 1.800 clientes multimarcas, demonstrando sua relevância neste canal.

Nos próximos meses, a BriZZa inaugurará *pop up stores* de verão em praças estratégicas, como: Fortaleza, Recife, Salvador e Natal. E para o Alto Verão, a marca lançou forte campanha com duas das maiores celebridades brasileiras: Anitta e Bruna Marquezine.



SCHUTZ

A marca Schutz apresentou receita global de R\$ 332 milhões no terceiro trimestre, +38,3% acima do 3T21 e +97,9% vs o 3T19. No mercado interno, a marca registrou R\$ 230 milhões, com crescimento de 37,6% vs o 3T21 e 87,7% vs o 3T19.

A receita do mercado internacional já representa 31% do faturamento da marca.

Como destaque, o canal multimarcas registrou crescimento expressivo de receita bruta de 57,7%, tendo seus produtos distribuídos através de 1.284 clientes.

Já o canal *web commerce*, alcançou faturamento de R\$ 62 milhões no 3T22, crescimento de 22,1% vs o 3T21, reafirmando a Schutz como uma das marcas mais digitais do mercado de moda. Inclusive, o APP da marca registrou aumento de 123% no número de *downloads*.

Para a estação de alto verão, a Schutz lançou campanha inédita com a modelo global Candice Swanepoel.



AR&CO

A AR&CO registrou receita de R\$ 297 milhões no 3T22, 52,4% superior ao 3T21 e 182,4% acima do 3T19. No acumulado dos 9 meses de 2022, a AR&CO já alcançou R\$ 745 milhões. O Grupo Reserva (excluindo a BAW Clothing) apresentou crescimento de 57,7% vs o 3T22 e 174,3% vs o 3T19.

Em mais um período, o Grupo Reserva obteve forte performance, tanto nos canais de *sell in*, como nos de *sell out*. O canal de franquias registrou o expressivo crescimento de 110,1% vs o 3T21, e o canal lojas próprias, que representou 47% da receita total da marca no 3T22, cresceu 54,3% vs o 3T21.

O terceiro trimestre conta com uma das datas mais importantes do calendário de vendas da AR&CO, o Dia dos Pais. Para a data, a Reserva homenageou os pais com o Concerto Reserva®, regido pelo Maestro João Carlos Martins & Orquestra Bachiana no Theatro Municipal do Rio de Janeiro. A coleção “Pais Reserva” apresentou 52% de crescimento vs o mesmo período no ano anterior.

Na sequência, a Reserva lançou mais uma coleção colaborativa de sucesso NBA & Reserva. Com o *slogan* “A maior cesta de todos os tempos.”, a *collab* contou com jaquetas, *t-shirts* e bonés de alguns dos principais times do basquete mundial. Os produtos foram desenvolvidos a partir da releitura da marca, que adicionou suas características clássicas às peças.

As Reserva Go, *sublabel* de calçados da AR&CO, registrou faturamento de R\$ 42 milhões no 3T22, crescimento de 37,5% vs o 3T21 – resultado expressivo sobre forte base de comparação.





Em mais um trimestre, a Vans registrou forte performance de receita em todos os canais, com destaque para os de *sell out* – lojas próprias e *web commerce*.

No período, a Vans lançou no Brasil campanhas de alcance global, como a coleção de modelos com ilustrações originais do artista e músico Daniel Johnston, que levanta a bandeira da conscientização sobre saúde mental.

Além disto, a Vans lançou no trimestre a primeira de uma série de coleções colaborativas entre Vans & Sailor Moon - animação japonesa mundialmente conhecida. Os Influenciadores e atletas parceiros da marca promoveram a divulgação da *collab*, que ocupou espaço de destaque nas lojas Vans no período, e apresentou forte performance de vendas.





ANACAPRI

A Anacapri registrou R\$ 97 milhões de receita bruta no 3T22, com 30,6% de crescimento em relação ao 3T21 e 35,0% vs o 3T19. O canal de franquias representou 42% do faturamento total da marca no trimestre, e apresentou crescimento de 39,3% vs o mesmo período no ano anterior.

Para a estação de verão, a Anacapri lançou a primeira de uma série de campanhas estrelada pela nova garota propaganda da marca, a celebridade Julitte, que possui números recordes de engajamento no Instagram. Dentre os produtos mais relevantes em termos de volume de vendas, destacaram-se as papetes, além das *flatforms*, primeiro calçado com salto da marca.

Os lançamentos resultaram em crescimento de *sell out* em todos os meses, que encerrou o trimestre com crescimento de 35,9% vs o 3T21 e 38,9% vs o 3T19.

ALEXANDRE
BIRMAN

A marca Alexandre Birman atingiu receita global de R\$ 54 milhões, com crescimento de 37,3% vs o 3T21 e 88,9% em relação ao 3T19. No mercado interno, a marca registrou expansão de 112,5% vs o 3T21 e 184,7% vs o 3T19 – demonstrando forte ganho de *market share* no mercado de luxo brasileiro, que representou 54% receita total da marca no período.

Como destaque do trimestre, a Alexandre Birman, em continuidade ao seu plano de expansão, inaugurou uma nova loja em Goiânia, praça estratégica para a marca. Em seu primeiro mês de operação, a loja superou em mais de 40% a meta de vendas.

Além disso, a marca lançou o novo Clarita Sneaker, modelo *best-seller*, com a participação de nomes influentes na moda global na final do US Open, importante torneio de tênis disputado nos Estados Unidos.



CAROL BASSI

A Carol Bassi apresentou mais um forte trimestre. As lojas físicas da marca registraram crescimento de receita de 45,0% vs o mesmo período do ano anterior. Já o canal multimarcas também apresentou forte performance, com crescimento de receita de 23,4% vs o 3T21.

No mês de agosto, a Carol Bassi contou com importante marco em sua história - o lançamento do seu e-commerce próprio. Tal canal será essencial para o aumento de capilaridade da marca pelo Brasil. No primeiro mês de operação, o canal já superou sua meta.

Em continuidade ao seu plano de expansão, a Carol Bassi abrirá duas lojas físicas - a primeira no Rio de Janeiro e a segunda em Belo Horizonte -, ainda no mês de novembro.



my SHOES

No terceiro trimestre, a My Shoes contou com mais de 1.000 clientes ativos no canal multimarcas, reforçando forte receptividade de seus produtos neste canal. No período, a receita de multimarcas ultrapassou as expectativas.

Conforme abordado no último *Release* de Resultados, no mês de agosto a marca concluiu o projeto de internalização de seu *web commerce*, com o lançamento da nova plataforma aos consumidores.

Dentre as frentes prioritárias, o *e-commerce* da My Shoes visa oferecer a melhor experiência para seus consumidores, além de maximizar a rentabilidade da marca.

Os primeiros meses de operação apresentaram resultados animadores.

AREZZO &CO

FIEVER

A Fiever, *sneakerbrand* fundada pela Arezzo&Co em 2015, apresentou no terceiro trimestre de 2022 releituras de seus *sneakers* clássicos, o Fiever *Beats* e *Blink*, em novas combinações de cores para a estação de verão.

No período, os produtos da marca foram distribuídos através de aproximadamente 300 pontos de vendas do canal multimarcas.

FIEVER | COLLAB AREZZO+FIEVER





ALME

No trimestre, a Alme, marca sustentável do grupo Arezzo&Co, ampliou sua linha do tênis *best-seller* lume, com versões mais estruturadas e com cano alto. O modelo, que possui alta representatividade no mix, conta com sola de borracha sustentável, palmilha de EVA verde e cabedal de algodão reciclado. É um produto agênero, com calçados do tamanho 33 ao 44.

NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

A operação norte-americana registrou receita bruta de R\$ 121 milhões, crescimento de 28,2% vs o 3T21 e 121,8% vs o 3T19. Em dólares, o crescimento foi de 23,5% vs o 3T21.

O canal *web commerce* apresentou faturamento de R\$ 45 milhões, crescimento de 36,8% quando comparado ao 3T21, e de 36,2% em dólares - resultado positivo mesmo sobre fortes bases de comparação. Os indicadores de performance do canal refletiram o resultado expressivo do trimestre: a quantidade de pares vendidos cresceu 91%, o tráfego nos sites expandiu 65% e o número de pedidos apresentou crescimento de 75%, com expansão de 6% da taxa de conversão, que totalizou 1,7% no trimestre.

O canal *wholesale* registrou representatividade de 55% da receita bruta total da operação norte-americana no 3T22, o que reforça sua relevância estratégica nos negócios internacionais. A receita do canal registrou faturamento de R\$ 63 milhões, crescimento de 19,7% vs o 3T21 e, em dólares, crescimento de 20,2%.

Devido a uma retração das lojas de departamento, de forma deliberada, a Arezzo&Co decidiu incrementar os investimentos de custo de aquisição de novos clientes, o que no longo prazo tende a aumentar sua base, mas que no curto prazo impacta a rentabilidade.

Em adição à receita do mercado externo, o canal de Exportações - vendas para os demais países do mundo, exceto Estados Unidos, registrou receita bruta de R\$ 20 milhões no 3T22, crescimento de 91,6% vs o 3T21 e 19,3% vs o 3T19, indicando a retomada no ritmo de vendas do canal.

**AREZZO
&CO**

PERFORMANCE DOS CANAIS

ALEXANDRE BIRMAN | RESORT 2023



CANAIS

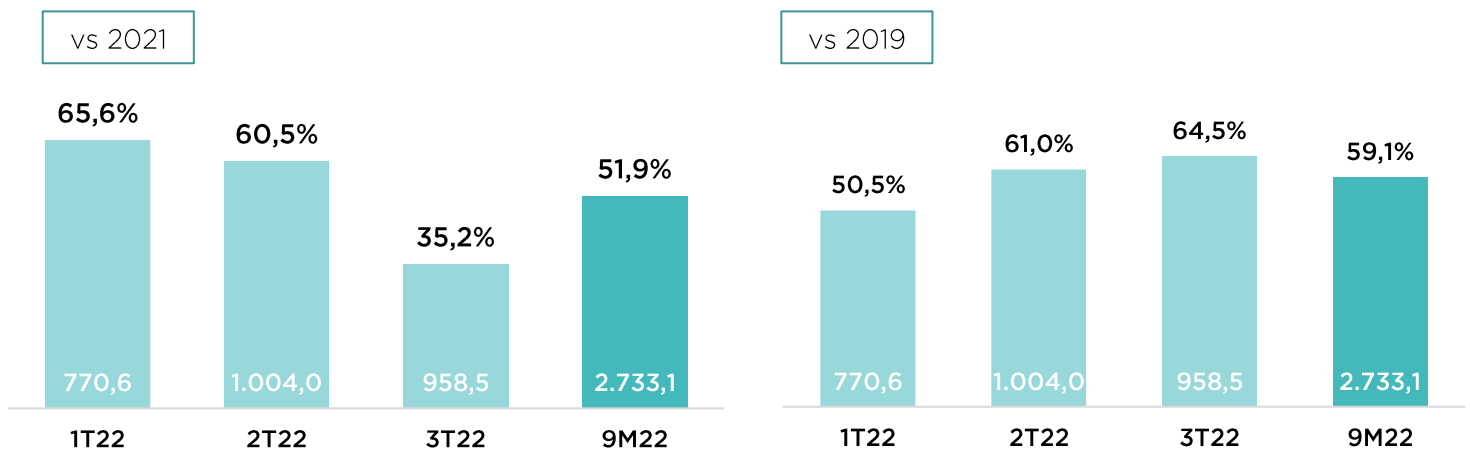
Sell Out – Franquias, Lojas Próprias e Web Commerce

O *sell out* DTC (Lojas Próprias + Franquias + Web Commerce) totalizou R\$ 959 milhões no 3T22 – crescimento expressivo de 35,2% vs o 3T21 e 64,5% vs o 3T19. No acumulado dos nove meses de 2022, o *sell out* totalizou R\$ 2,7 bilhões. As lojas físicas (franquias + lojas próprias) registraram *sell out* de R\$ 693 milhões, crescimento de 35,6% vs o 3T21 e 32,5% vs o 3T19. O canal online também apresentou excelentes resultados, com crescimento de receita de 42,9%.

Em relação à performance das marcas, destaca-se a AR&CO, que novamente apresentou resultados surpreendentes: 55,7% de crescimento de *sell out* vs o 3T21. As marcas Anacapri e Arezzo também apresentaram fortes resultados - 35,9% e 25,5% de crescimento vs o 3T21, respectivamente.

É importante reforçar que o segundo semestre de 2022 possui forte base de comparação dado os resultados alcançados em 2021, e, mesmo assim, a Arezzo&Co apresentou alto patamar de crescimento em todas as suas marcas no terceiro trimestre.

Crescimento Sell Out Arezzo&Co + AR&CO (Franquias, Lojas Próprias e Web Commerce)



+35%
CRESCIMENTO
DE SELL OUT
vs 3T21

+65%
CRESCIMENTO
DE SELL OUT
vs 3T19

R\$959MM
SELL OUT
DTC
NO 3T22

CANAIS

Monomarca – Franquias e Lojas Próprias

Os canais físicos monomarca da Companhia apresentaram forte performance no terceiro trimestre de 2022. O canal de franquias registrou crescimento de receita de 40,4% vs o 3T21, e o canal de lojas próprias 66,1%.

No mês de agosto, a Companhia realizou de forma inédita o seu primeiro evento de *sell in* com todas as marcas do grupo - o PulsAR. Além de ter representado um importante marco no cenário da moda brasileira, o PulsAR foi essencial para reforçar o posicionamento da Arezzo&Co como maior *house of brands* do Brasil. Vale destacar que as metas de vendas de *sell in* foram atingidas no período.

Já o canal de lojas próprias teve seu resultado impulsionado pela AR&CO, que apresentou crescimento de 54,3% vs o 3T21, e pela marca Schutz, que cresceu 25,4%. A marca Vans também registrou forte performance no período neste canal, contribuindo para os resultados apresentados no trimestre.

Multimarcas

O canal multimarcas apresentou mais um trimestre de resultados expressivos. A receita bruta totalizou R\$ 384 milhões – crescimento de 53,0% vs o 3T21 e 202,6% vs o 3T19 -, e representou 30,4% na receita total da Companhia no mercado interno. As marcas da Arezzo&Co foram distribuídas através de 6.166 pontos de vendas no 3T22, crescimento de 18,2% ante o 3T21.

O canal permanece apresentando resultados sólidos e consistentes, mesmo sobre fortes bases de comparação. É importante ressaltar que todas as marcas do grupo registraram expansão de receita no trimestre, com destaque para as marcas Schutz, Reserva, Vans e Arezzo, que juntas correspondem por mais de 80% da receita do canal.

Web Commerce

O canal *web commerce* da Companhia registrou R\$ 278 milhões de receita bruta no trimestre (+34,8% vs o 3T21), crescimento extremamente resiliente dada a performance de 2021. Como destaque no período, a AR&CO e a marca Arezzo registraram os crescimentos de 41,4% e 34,8% vs o 3T21, respectivamente.

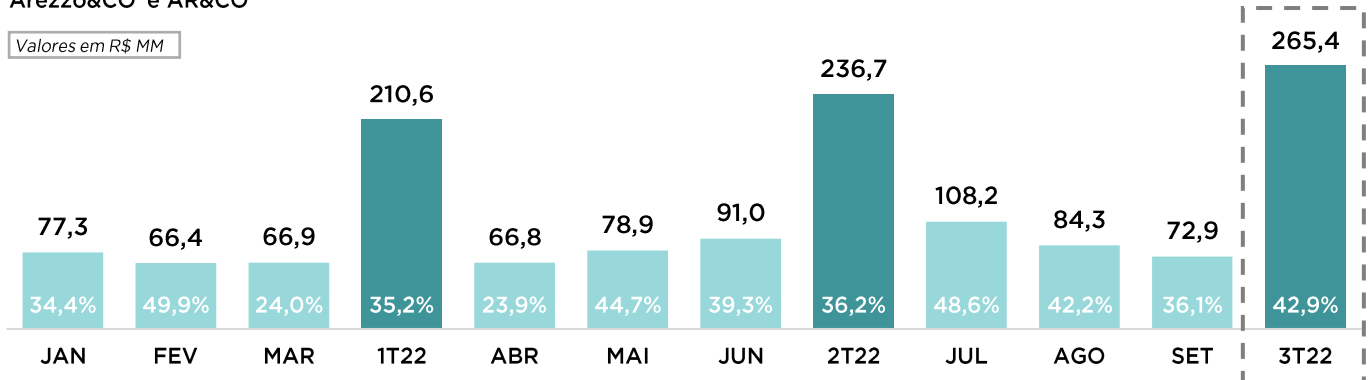
Os aplicativos das marcas da Arezzo&Co totalizaram receita recorde de R\$ 122 milhões no terceiro trimestre. A participação dos APPs nas vendas do canal online vem ganhando forte relevância nos últimos períodos. A quantidade de *downloads* dos APPs apresentou expansão de 161,8% quando comparado ao 3T21, o que demonstra a sólida expansão na base de usuários.

CANAIS

Evolução *Sell Out Web Commerce*

Arezzo&CO e AR&CO

Valores em R\$ MM



Transformação Digital

As vendas através das ferramentas digitais e do canal *web commerce*, atingiram R\$ 2,1 bilhões de *sell out* nos últimos doze meses – patamar recorde. A representatividade das vendas via ferramentas digitais foi de 44,4% sobre o *sell out* das lojas físicas no período. Como destaque, a receita das ferramentas “entregue pela loja” e “retire na loja” apresentaram, juntas, crescimento de 52,1% vs o 3T21, demonstrando o potencial das ferramentas OMNI.

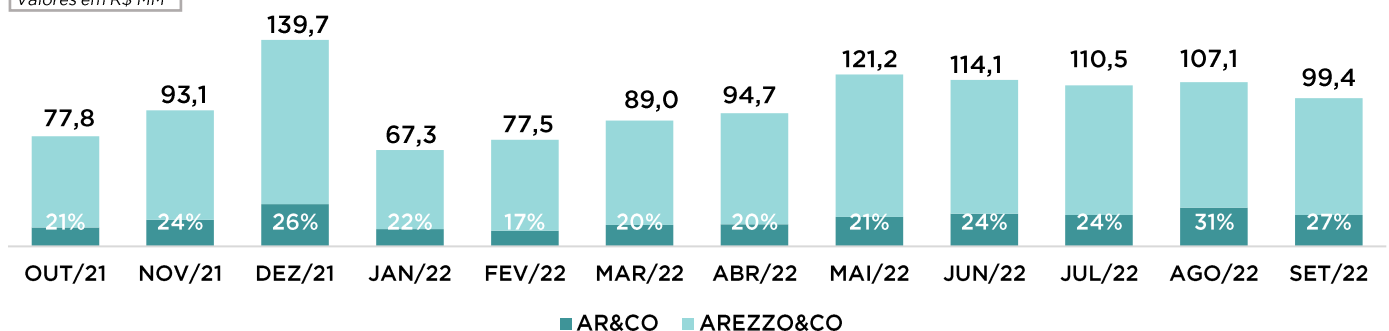
A receita influenciada pelo aplicativo da vendedora registrou R\$ 243 milhões no terceiro trimestre, crescimento de 72,4% quando comparado ao mesmo período no ano anterior. O APP se tornou a principal ferramenta de auxílio à rotina dos vendedores. No período, as ações de melhorias do APP tiveram como objetivo principal o ganho de eficiência e evolução nas integrações. Foram desenvolvidas 77 novas funcionalidades, visando o aumento de produtividade para os times de vendas da Companhia.

Os contatos realizados via WhatsApp superaram a marca de 19 milhões nos nove meses de 2022.

Receita Digital Grupo Arezzo&Co

Receita Ferramentas Digitais + APP Da Vendedora (Proprietário)

Valores em R\$ MM



R\$953MM
SELL OUT WEB
COMMERCE (LTM)

R\$1,2BI
RECEITAS DIGITAIS
(LTM)

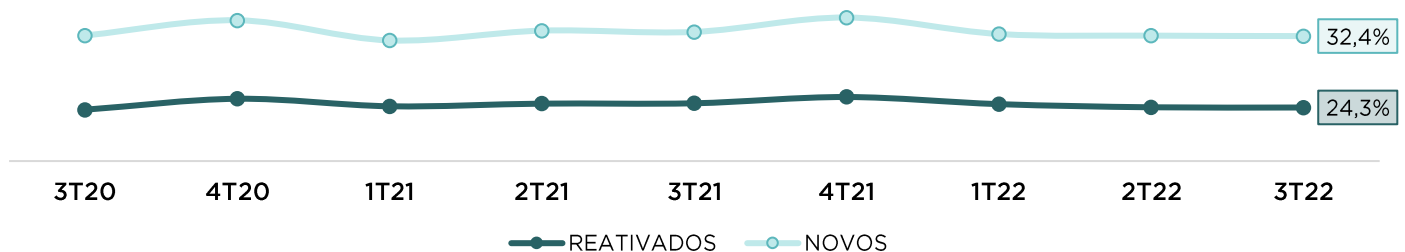
R\$2,1 BI
SELL OUT WEB +
FERRAMENTAS
DIGITAIS (LTM)

CANAIS

Transformação Digital

Captação e Retenção de Cliente*

- Volume recorde de clientes na base ativa da Arezzo&Co no trimestre: **4,2 milhões**;
- A quantidade dos clientes OMNI cresceu **19%** vs o 3T21, e resultou em um aumento de receita de **42%** nas vendas destes;
- Os clientes OMNI apresentaram alta frequência de compra no período, sendo **111%** maior que a frequência geral.



*Dados excluindo AR&CO

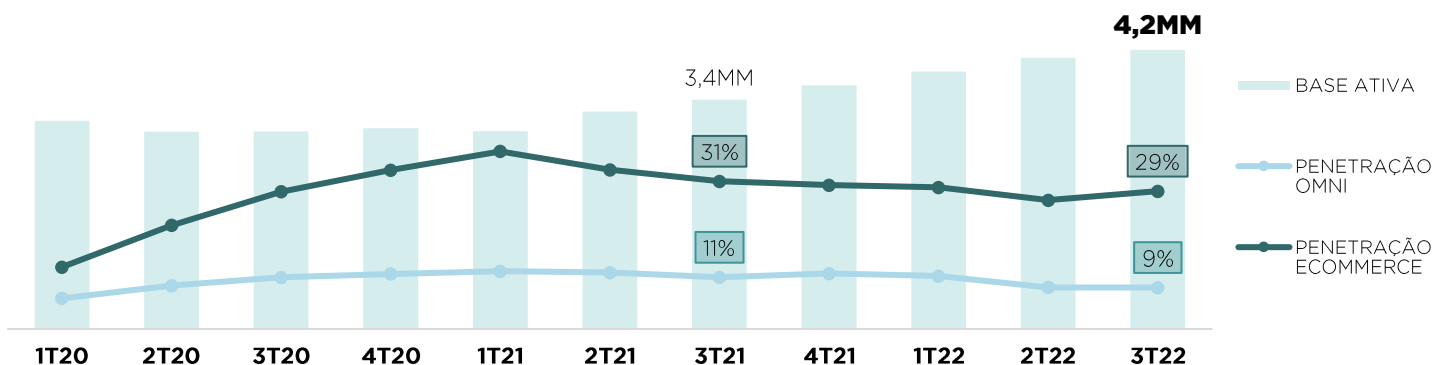
+14%
CLIENTES CAPTADOS

+15%
CLIENTES RETIDOS

*Dados 3T22 vs 3T21

Penetração do Canal Online*

- A base ativa de clientes online da Arezzo&Co se manteve estável no período;
- **29%** dos clientes da Arezzo&Co compram no canal online;
- **9%** dos clientes são omnichannel (compram no físico e no online).



*Dados excluindo AR&CO

REDE MONOMARCA

A Companhia encerrou o terceiro trimestre de 2022 com 963 lojas, sendo 952 no Brasil e 11 no exterior, considerando todas as marcas do grupo.

No período, a Arezzo&Co abriu 13 lojas líquidas, movimento alinhado ao planejamento estratégico e de expansão do *footprint* da Companhia. As aberturas foram concentradas nas marcas da AR&CO (6), Anacapri (5), Alexandre Birman (1) e Arezzo (1).

No acumulado dos nove meses de 2022, a Companhia abriu 22 lojas líquidas, sendo 15 lojas próprias e 7 franquias.

Histórico de lojas	3T21	4T21	1T22	2T22	3T22
Área de venda ^{1,3} - Total (m²)	59.917	64.182	64.172	65.904	66.406
Área de venda - franquias (m²)	44.711	47.844	47.378	47.901	47.996
Área de venda - lojas próprias ² (m²)	15.206	16.337	16.795	18.002	18.410
Total de lojas no Brasil	883	930	914	939	952
Número de franquias	742	776	766	776	783
Arezzo	429	433	431	430	431
Schutz	64	64	62	62	62
Anacapri	193	207	204	210	215
Fiever	1	1	-	-	-
Alme	2	2	-	-	-
Vans	9	12	12	12	12
AR&CO	44	57	57	62	63
Número de lojas próprias	141	154	148	163	169
Arezzo	18	18	17	18	18
Schutz	20	20	20	22	22
Alexandre Birman	8	8	8	10	11
Anacapri	3	2	2	2	2
Fiever	2	2	2	2	2
Alme	2	2	2	2	2
Vans	10	13	13	16	16
AR&CO	78	89	82	89	94
Carol Bassi	-	-	2	2	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 vinte lojas do tipo Outlets cuja área total é de 3.635 m²

(3) Inclui metragens de lojas ampliadas

(4) 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.

**AREZZO
& CO**

INDICADORES FINANCEIROS



SCHUTZ | ALTO VERÃO 2023 @CANDICESWANEPOEL

LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

A Arezzo&Co registrou lucro bruto de R\$ 601 milhões no terceiro trimestre, e margem bruta de 52,8% - expansão de 60 bps vs o 3T21 e 730 bps vs o 3T19.

Dentre os fatores responsáveis, destacam-se (i) o aumento da representatividade do canal de lojas próprias no mix de receita, bem como a expansão da sua margem devido ao crescimento nas vendas *full price* no período e (ii) a melhora na margem do canal de franquias, influenciada pelo crescimento da categoria de vestuário nas vendas do canal, que, por natureza, possui margem superior à categoria de calçados.

DESPESAS OPERACIONAIS AJUSTADAS

A Arezzo&Co apresentou crescimento expressivo de receita no trimestre. Visando impulsionar este crescimento, a Companhia alocou os investimentos nas marcas de forma extremamente diligente, e em linha com o seu planejamento estratégico.

Em adição aos investimentos para o crescimento de vendas e novas marcas, a Companhia permanece diligente aos custos fixos e operacionais, com objetivo contínuo de alavancagem de sua margem EBITDA.

Despesas Comerciais Ajustadas

No terceiro trimestre de 2022, as despesas comerciais ajustadas da Arezzo&Co totalizaram R\$ 356 milhões, crescimento de 73,8% vs 2021. Dentre os fatores que influenciaram este aumento, destacam-se o crescimento acelerado da AR&CO, o aumento no número de lojas próprias e os investimentos nos projetos estratégicos e novas marcas da Companhia.

- i. As despesas de lojas próprias e *web commerce* (canais de *sell out*) da Arezzo&Co totalizaram R\$ 143 milhões - aumento de 46,0%. O crescimento de receita bruta dos dois canais combinados foi de 48,6% vs 2021, superior ao aumento das despesas. Dentre os principais impactos, destacam-se as despesas com pessoal e ocupação, diretamente relacionados à abertura de 28 lojas próprias em comparação a 2021 - seguindo o plano de expansão da Companhia. O canal *web commerce* também contribuiu para o crescimento das despesas comerciais no período, sendo as principais de natureza variável - *marketing* digital e fretes.

DESPESAS OPERACIONAIS AJUSTADAS

ii. As despesas de Vendas, Logística e Suprimentos da Arezzo&Co totalizaram R\$ 212 milhões no trimestre – crescimento de 99,4% vs o 3T21. Dentre os fatores que contribuíram para a expansão no período, destacam-se os investimentos na operação da AR&CO, diretamente relacionados ao ritmo acelerado de crescimento das marcas do Grupo Reserva. Vale ressaltar a inauguração do seu novo centro de distribuição, o aumento do time comercial de multimarcas, os investimentos em marketing de performance no canal *web commerce* e os investimentos em TI - também relacionados ao canal online.

As despesas de Vendas, Logística e Suprimentos nos Estados Unidos totalizaram R\$ 49 milhões no período, aumento de 89,6% vs o 3T21. A expansão da operação norte-americana é uma das prioridades estratégicas da Companhia, e a alocação dos investimentos tem como objetivo impulsionar este crescimento, principalmente na frente de aquisição de clientes.

Despesas Gerais e Administrativas Ajustadas

No 3T22, as despesas gerais e administrativas ajustadas da Arezzo&Co totalizaram R\$ 76 milhões, e mantiveram o mesmo patamar apresentado no terceiro trimestre do ano anterior (crescimento de 1,7%). A manutenção do nível das despesas G&A refletem a diligência da Companhia em relação aos seus custos fixos.

EBITDA AJUSTADO E MARGEM EBITDA AJUSTADA

A Companhia atingiu EBITDA ajustado de R\$ 170 milhões, crescimento de 36,0% vs o 3T21 e 120,6% vs o 3T19, totalizando a margem ajustada de 14,9% no período.

Dentre os fatores que impactaram positivamente a margem EBITDA ajustada no trimestre, destacam-se a receita bruta recorde em um terceiro trimestre, com crescimento de 47,3% vs o período anterior, o crescimento de receita nos canais multimarcas e *web commerce*, mesmo sobre fortes bases de comparação, e a expansão da margem bruta, impactada pela melhora nas margens dos canais lojas próprias e franquias. Em contrapartida, a margem da operação norte-americana contribuiu negativamente para o EBITDA ajustado do período. Devido a uma retração das lojas de departamento, de forma deliberada, a Arezzo&Co decidiu incrementar os investimentos de custo de aquisição de novos clientes, o que no longo prazo tende a aumentar sua base, mas que no curto prazo impacta a rentabilidade.

	EBITDA 3T22			EBITDA 3T21			EBITDA 3T19		
	&Co	Brasil	EUA	&Co	Brasil	EUA	&Co	Brasil	EUA
Receita Líquida	1.138,0	1.045,8	92,2	777,9	701,8	76,1	440,9	394,5	46,4
EBITDA Ajustado	170,1	172,4	-2,3	125,1	112,8	12,3	77,1	84,6	(7,5)
Mg. EBITDA Ajustada	14,9%	16,5%	(2,5%)	16,1%	16,1%	16,1%	17,5%	21,5%	-

Valores em R\$ MM // Valores de acordo com a adoção do IFRS 16 / CPC 06 (R2)

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA AJUSTADA

A Companhia apresentou lucro líquido ajustado no período de R\$ 103 milhões, crescimento de 25,7% vs o 3T21 e 189,5% vs o 3T19, e margem líquida de 9,0%.

O lucro líquido foi impactado positivamente pela forte performance operacional da Arezzo&Co no período, e também pelo aumento das receitas financeiras, proveniente de um maior volume de aplicações financeiras, devido a posição de caixa alcançada pela Companhia após o processo de *follow-on* (fevereiro de 2022).

ROIC - RETORNO SOBRE O CAPITAL INVESTIDO

O retorno sobre o capital investido (ROIC) ajustado - ou seja, desconsiderando o ágio proveniente das últimas aquisições da Arezzo&Co (AR&CO, Carol Bassi e BAW), bem como créditos extemporâneos e elementos de caráter não recorrente - atingiu 29,7%, vs 27,6% no 3T21. É importante ressaltar que o ROIC é um dos KPIs mais importantes analisados pela administração da Arezzo&Co.

O ROIC contábil atingiu o patamar de 20,6% no 3T22. Entre os fatores responsáveis pela forte performance está o crescimento do NOPAT em 28,1% ante o 3T21. Em contrapartida, vale destacar que a dinâmica das linhas de capital de giro (estoques, fornecedores e contas a receber) foi alterada com a entrada da AR&CO em dezembro de 2020.

Resultado Operacional	3T22 Contábil	3T22 Ajustado	3T21	3T19	Δ 22 x 21 (%)	Δ 22 x 19 (%)
EBIT (LTM)	556.299	517.422	418.276	198.182	23,7%	161,1%
+ IR e CS (LTM)	(72.372)	(65.026)	(40.399)	(35.598)	61,0%	82,7%
NOPAT (LTM)	483.927	452.396	377.877	162.584	19,7%	178,3%
Capital de giro¹	709.669	789.663	396.752	399.559	99,0%	97,6%
Contas a receber	722.016	722.016	605.881	415.431	19,2%	73,8%
Estoques	755.060	755.060	448.212	180.736	68,5%	317,8%
Fornecedores	(637.508)	(637.508)	(457.912)	(148.756)	39,2%	328,6%
Outros	(129.899)	(49.905)	(199.429)	(47.852)	(75,0%)	4,3%
Ativo permanente	1.837.381	863.646	1.345.839	383.202	(35,8%)	125,4%
Outros ativos de longo prazo²	209.642	209.642	200.135	37.149	4,8%	464,3%
Capital empregado	2.756.692	1.862.951	1.942.726	819.910	(4,1%)	127,2%
Média do capital empregado³	2.349.709	1.520.895	1.371.392		10,9%	
ROIC⁴	20,6%	29,7%	27,6%			

(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.

INVESTIMENTOS - CAPEX

No 3T22, a Arezzo&Co investiu R\$ 64 milhões em CAPEX, em linha com o realizado no mesmo período do ano anterior (crescimento de 1,5%), com destaque para:

- Lojas
 - Investimento em novas lojas das marcas AR&CO, Carol Bassi e Vans;
 - Reformas de lojas da Reserva para adequação ao novo modelo arquitetônico.
- Corporativo
 - *Squads* – frentes de tecnologia voltadas aos projetos de vendas digitais;
 - Desenvolvimento e implementação de melhorias no canal *web commerce*;
 - Ampliação do CD Cariacica.
- Outros
 - Investimentos relacionados à aquisição de maquinário para as novas fábricas.

Sumário de investimentos	3T22	3T21	Δ 22 x 21 (%)	9M22	9M21	Δ 22 x 21 (%)
CAPEX total	63.697	62.738	1,5%	160.536	104.837	53,1%
Lojas - expansão e reformas	31.062	31.014	0,2%	65.276	45.944	42,1%
Corporativo	24.191	24.112	0,3%	79.144	48.961	61,6%
Outros	8.444	7.612	10,9%	16.116	9.932	62,3%

POSIÇÃO DE CAIXA E ENDIVIDAMENTO

A Companhia encerrou o 3T22 com caixa líquido de R\$ 135 milhões. No período, destacam-se:

- **Posição de caixa de R\$ 546 milhões;**
- Endividamento total de R\$ 411 milhões, ante R\$ 568 milhões no 3T21;
- Relação Caixa Líquido/EBITDA de 0,2x.

Posição de Caixa e Endividamento	3T22	2T22	3T21
Caixa e Equivalentes de Caixa	546.122	715.247	297.205
Dívida total	411.486	355.286	568.258
Curto prazo	401.433	345.023	271.040
% dívida total	97,6%	97,1%	47,7%
Longo prazo	10.053	10.263	297.218
% dívida total	2,4%	2,9%	52,3%
Caixa Líquido	134.636	359.961	(271.053)
Caixa Líquido/EBITDA	0,2x	0,6x	-0,5x

BALANÇO PATRIMONIAL

Ativo	3T22	2T22	3T21
Ativo circulante	2.291.856	2.192.913	1.495.473
Caixa e equivalentes de caixa	74.933	81.682	49.047
Aplicações financeiras	471.189	633.565	248.158
Contas a receber de clientes	722.016	613.690	605.881
Estoques	755.060	651.730	448.212
Impostos a recuperar	183.431	161.845	87.897
Outros créditos	85.227	50.401	54.654
Instrumentos financeiros - derivativos	0	0	1.624
Ativo não circulante	2.144.565	2.001.494	1.629.771
Realizável a longo Prazo	307.184	319.559	283.932
Contas a receber	1.927	2.952	5.200
Imposto de renda e contribuição social diferidos	97.542	98.305	83.797
Depósitos judiciais	64.942	54.788	51.209
Impostos a recuperar	127.954	148.494	126.434
Outros valores a receber	14.819	15.020	17.292
Propriedades para Investimento	3.162	2.860	7.078
Imobilizado	586.250	492.475	348.244
Intangível	1.247.969	1.186.600	990.517
Total do ativo	4.436.421	4.194.407	3.125.244

Passivo	3T22	2T22	3T21
Passivo circulante	1.501.072	1.433.019	1.070.932
Empréstimos e financiamentos	401.433	345.023	271.040
Arrendamento	72.314	62.079	52.351
Fornecedores	637.508	566.002	457.912
Outras obrigações	389.817	459.915	289.629
Passivo não circulante	320.468	268.927	506.137
Empréstimos e financiamentos	10.053	10.263	297.218
Outras obrigações	67.580	72.465	17.758
Arrendamento	236.822	180.107	155.314
Outros valores a pagar	2.510	3.405	30.597
Impostos Diferidos	3.503	2.687	5.250
Patrimônio líquido atribuível aos acionistas controladores	2.614.130	2.492.432	1.546.535
Capital social	1.671.716	1.645.467	808.715
Reserva de capital	161.596	163.046	198.491
Reservas de lucros	541.478	541.478	107.895
Reserva de Incentivos Fiscais	0	0	227.937
Ajuste de avaliação patrimonial	-8.674	-6.379	-8.183
Resultado do período	248.014	148.820	211.512
Resultados abrangentes	0	0	168
Total do patrimônio líquido	2.614.881	2.492.461	1.548.175
Participação de não controladores	751	29	1.640
Total do passivo e patrimônio líquido	4.436.421	4.194.407	3.125.244

DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

DRE	3T22	3T21	Var.%	9M22	9M21	Var.%
Receita operacional líquida	1.137.985	777.949	46,3%	2.922.313	1.830.877	59,6%
Custo dos produtos vendidos	(536.683)	(372.864)	43,9%	(1.343.664)	(882.895)	52,2%
Lucro bruto	601.302	405.085	48,4%	1.578.649	947.982	66,5%
Receitas (despesas) operacionais:	(474.127)	(311.684)	52,1%	(1.167.400)	(624.508)	86,9%
Comerciais	(394.178)	(225.874)	74,5%	(1.016.874)	(554.440)	83,4%
Administrativas e gerais	(78.850)	(78.638)	0,3%	(226.068)	(203.669)	11,0%
Outras receitas operacionais, líquidas	(1.099)	(7.172)	-84,7%	75.542	133.601	-43,5%
Lucro antes do resultado financeiro	127.175	93.401	36,2%	411.249	323.474	27,1%
Resultado Financeiro	(12.480)	(12.754)	-2,1%	(39.542)	(40.158)	-1,5%
Lucro antes do IR e CS	114.695	80.647	42,2%	371.707	283.316	31,2%
Imposto de renda e contribuição social	(15.846)	(3.117)	408,4%	(55.752)	(43.514)	28,1%
Corrente	(14.267)	(20.373)	-30,0%	(65.007)	(41.429)	56,9%
Diferido	(1.579)	17.256	-109,2%	9.255	(2.085)	-543,9%
Lucro líquido do período	98.849	77.530	27,5%	315.955	239.802	31,8%
Resultado atribuído aos:						
Acionistas controladores	99.194	78.044	27,1%	317.697	241.101	31,8%
Acionistas não controladores	(345)	(514)	-	(1.742)	(1.299)	-
Lucro líquido do período	98.849	77.530	27,5%	315.955	239.802	31,8%

FLUXO DE CAIXA

DFC	3T22	3T21	9M22	9M21
Das atividades operacionais				
Lucro líquido	98.849	77.530	315.955	239.802
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	99.083	57.813	158.455	9.287
Depreciações e amortizações	38.019	24.872	106.265	74.879
Rendimento de aplicação financeira	(14.849)	(3.957)	(41.369)	(9.657)
Encargos financeiros e variação cambial sobre financiamentos	17.393	27.583	13.771	22.747
Imposto de renda e contribuição social	15.846	3.115	55.752	43.512
Outros	42.674	6.200	24.036	(122.194)
Decréscimo (acrécimo) em ativos				
Contas a receber de clientes	(103.350)	(149.555)	83.514	(14.395)
Estoques	(98.459)	(88.914)	(297.326)	(163.155)
Impostos a recuperar	4.776	2.001	(33.610)	(4.903)
Variação de outros ativos	(33.031)	(25.949)	(16.133)	(37.086)
Depósitos judiciais	(9.698)	(2.778)	(10.096)	(20.240)
(Decréscimo) acréscimo em passivos				
Fornecedores	65.916	114.105	56.144	64.506
Obrigações trabalhistas	7.823	24.349	(20.498)	18.925
Obrigações fiscais e sociais	(8.266)	18.244	(42.067)	(6.514)
Variação de outros passivos	3.184	14.307	(58.508)	34.485
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(21.426)	(2.431)	(70.805)	(4.236)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(1.110)	(3.524)	(9.577)	(11.951)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	4.291	35.198	55.448	104.525
Das atividades de investimento				
Resultado da venda de imobilizado e intangível	-	47	-	435
Aquisições de imobilizado e intangível	(63.697)	(62.738)	(160.536)	(104.837)
Aplicações financeiras	(775.207)	(513.529)	(2.992.981)	(1.607.726)
Resgate de aplicações financeiras	941.424	584.618	2.775.878	1.889.528
Aquisição de controlada, líquido do caixa obtido na aquisição	(32.352)	(85.010)	(89.135)	(96.321)
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	70.168	(76.612)	(466.774)	81.079
Das atividades de financiamento				
Captações de empréstimos e financiamentos	78.378	62.558	188.320	128.180
Pagamentos de empréstimos	(41.132)	(27.856)	(318.294)	(204.986)
Contraprestação de arrendamento	(20.897)	(18.628)	(57.344)	(55.038)
Pagamento de dividendos e JCP	(69.683)	(32.172)	(129.683)	(32.172)
Créditos (débitos) com sócios	-	-	-	1.000
Recursos Provenientes de emissão de ações	-	-	833.794	-
Gastos na emissão de ações	(46)	40.190	(40.799)	40.190
Recompra de ações	(26.057)	-	(26.057)	(51.356)
Recursos provenientes do exercício de opções de ações	1.291	-	1.680	-
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(78.146)	24.092	451.617	(174.182)
Aumento (redução) das disponibilidades	(3.687)	(17.322)	40.291	11.422
Disponibilidades				
Efeito Da Variação Cambial Sobre O Caixa E Equivalentes De Caixa	(3.062)	(3.256)	892	(672)
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	81.682	69.625	33.750	38.297
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	74.933	49.047	74.933	49.047
Aumento (redução) das disponibilidades	(3.687)	(17.322)	40.291	11.422

EARNINGS RELEASE
3T 2022

**AREZZO
&CO**

house
of
brands

#



Brizga



AnaCapri



Vans



Schutz



Arezzo



Alexandre Birman



Reserva



Troc

MyShoes



Baw



Bambini



Fiever



Alme



Carol Bassi

2022

**AREZZO
&CO**

AREZZO

SCHUTZ

ANACAPRI

ALEXANDRE
BIRMAN

FIEVER

ALME

VANS
"OFF THE WALL"

ZZ'MALL

myshoes

AR&CO

Reserva

Reserva
mini

Oficina
RESERVA

ReservaGo

INK
Reserva

Baw®

TROC

CAROL BASSI