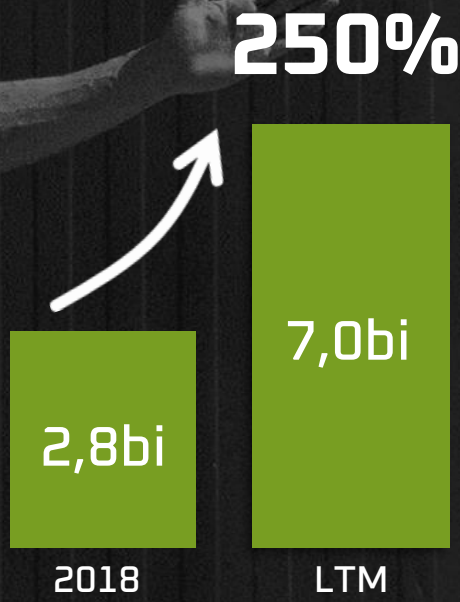
GRUPO SBF

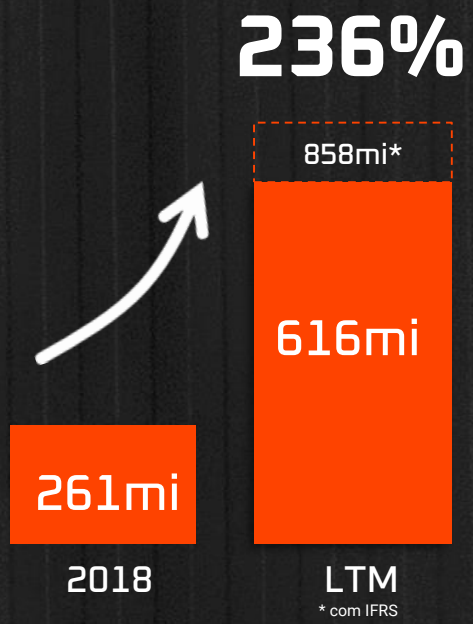


GRUPO SBF

RECEITA BRUTA
(em reais)



EBITDA
(em reais)



* com IFRS

ALÉM DO VAREJO



SÓCIO - TORCEDOR

INGRESSO



SUPER APP

NOTÍCIAS

FANTASY

CONTEÚDOS EXCLUSIVOS

APROXIMAÇÃO E RELACIONAMENTO



LEADS

CLIENTES


83M
INSCRITOS
NO YOUTUBE
1M+
USUÁRIOS
CADASTRADOS
4M
CLIENTES
CADASTRADOS
700k
PARTICIPAÇÕES
NOS EVENTOS
31M
CLIENTES
CADASTRADOS
15M
INSCRITOS
NO YOUTUBE
SBF VENTURES
NWB
Network Brasil
ONEFAN
FISIA
DISTRIBUIDORA OFICIAL NO BRASIL
X3m
CENTAURO
fit dance
+30M
CLIENTES
ECOSSISTEMA
GRUPO SBF

80mi
PRATICANTES NO BRASIL



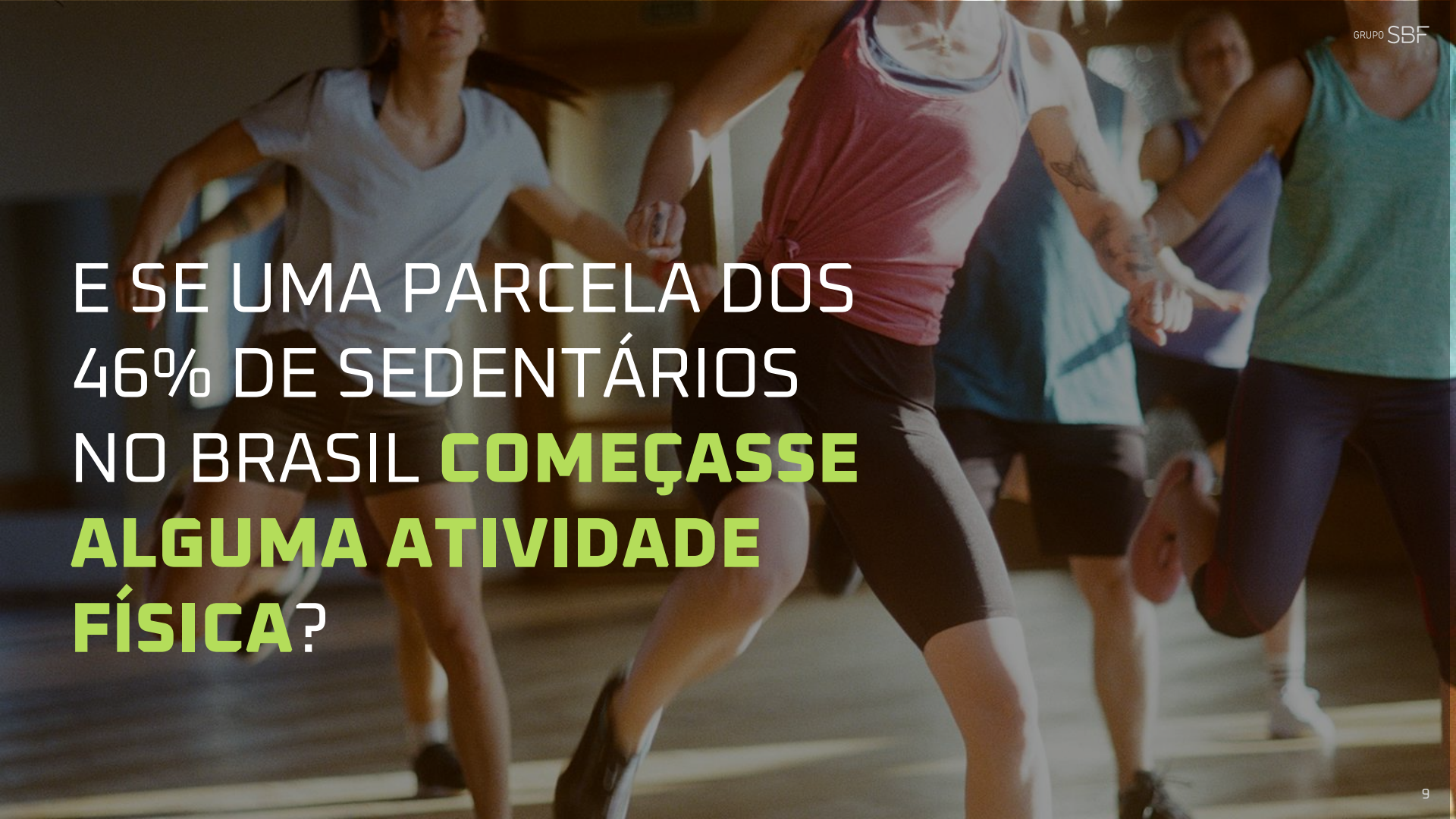
E SE TIVÉSSEMOS **MEMBERSHIP CAPAZ DE ENGAJAR** OS 80M DE PRATICANTES DO BRASIL??



35M
SEGUIDORES DE DANÇA

E SE TIVÉSSEMOS PARTE DOS 35M DE SEGUIDORES VENDENDO ROUPAS PARA A PRÁTICA DE DANÇA?

E PARA O DIA A DIA?


E SE UMA PARCELA DOS
46% DE SEDENTÁRIOS
NO BRASIL COMEÇASSE
ALGUMA ATIVIDADE
FÍSICA?

TEMOS ESPAÇO PARA CRESCER



+40bi
MERCADO ESPORTE

~130bi
MERCADO MODA CASUAL

Fonte: (1) Calculado pela companhia de acordo com as informações divulgadas em 2021 pela Euromonitor International Limited, pesquisa de varejo, edição 2022, vendas formais em valor ao consumidor final, valores nominais, deduzido impostos, moeda local, ano base 2021 (2) Mercado de vestuário e calçado, de acordo com as informações divulgadas em 2021 pela Euromonitor International Limited, pesquisa de vestuário e calçados, edição 2022, vendas formais em valor ao consumidor final, valores nominais, deduzido impostos, moeda local, ano base 2021.



+10mil

ATLETAS DO GRUPO SBF POR TODO O BRASIL

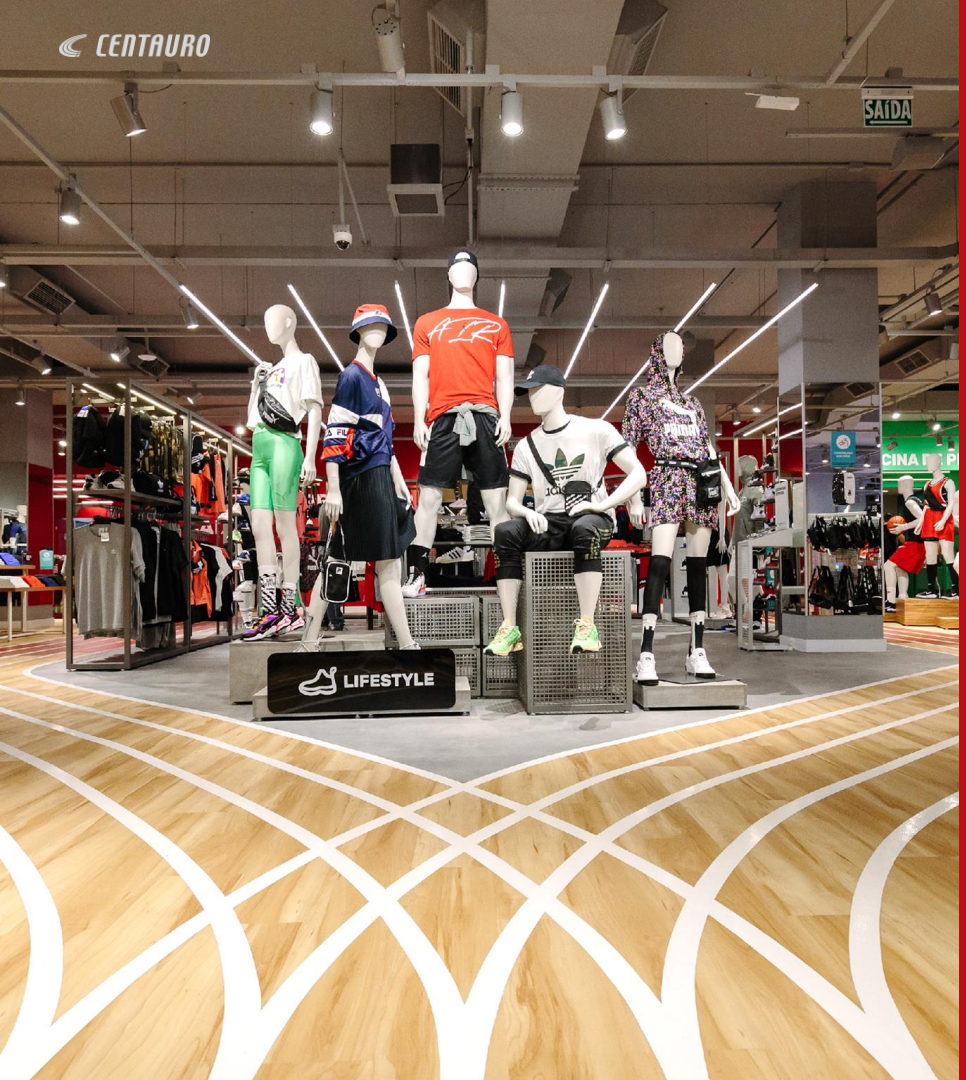
Great Place To Work.
Certificada
Mai/2022 - Mai/2023
BRASIL


SWOOSH
UNIVERSO SCCP
CENTAURO
FISIA
DISTRIBUIDORA OFICIAL NO BRASIL
Fit dance
NWB
Network Brasil
ONEFAN
X3m


CENTAURO



MAIOR VAREJISTA DE ESPORTE DA AMÉRICA LATINA



Multimodalidades

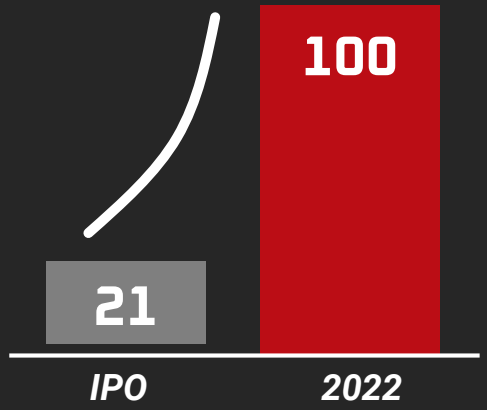
Multimarcas

Multicanal

IPO ATÉ HOJE

Modelo vencedor de loja



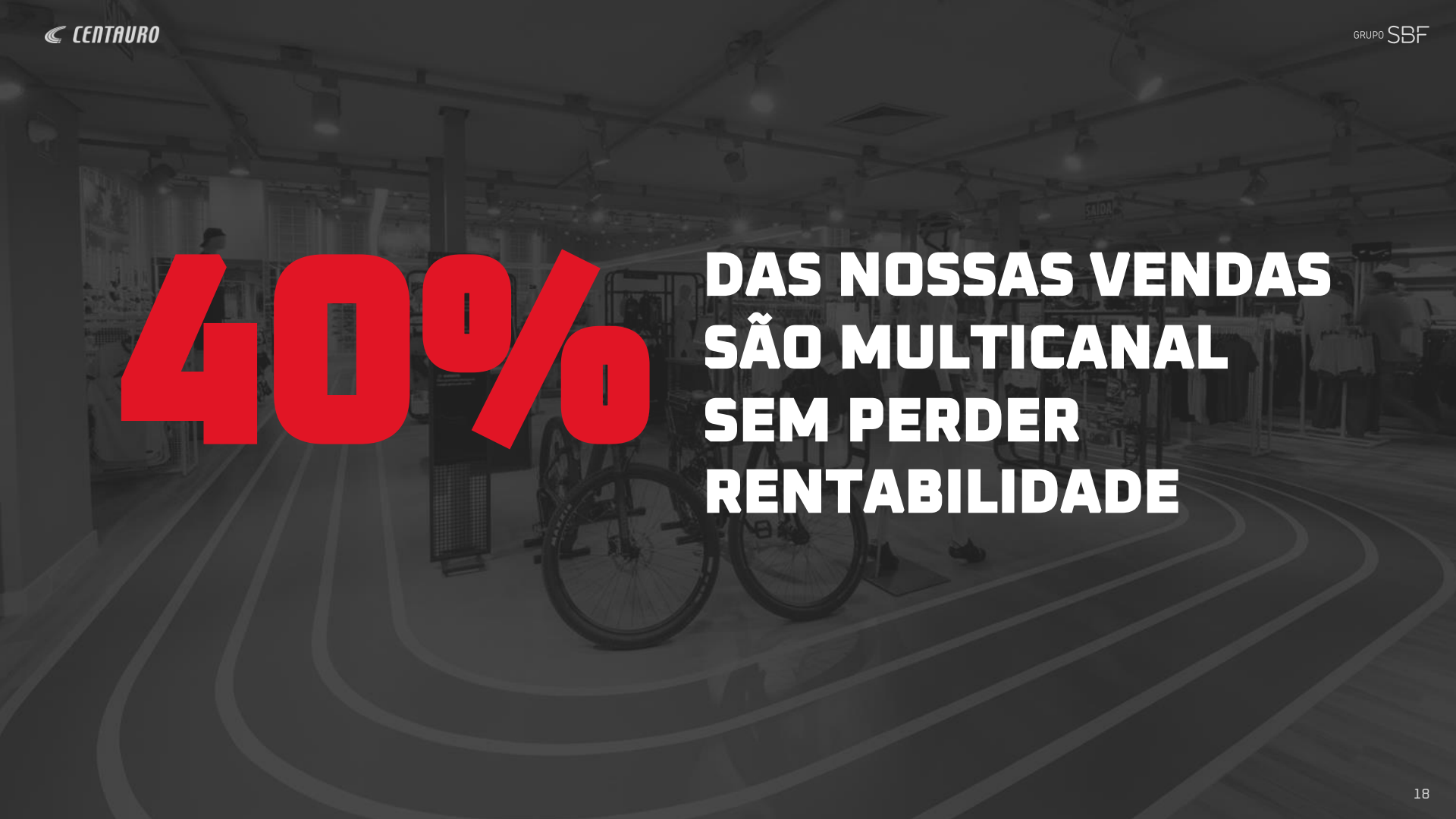




14% mais vendas que a base



Cliente satisfeito **com 90 de NPS**



40% DAS NOSSAS VENDAS SÃO MULTICANAL SEM PERDER RENTABILIDADE

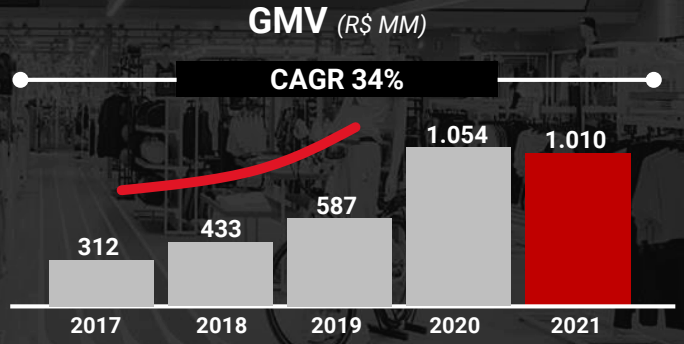


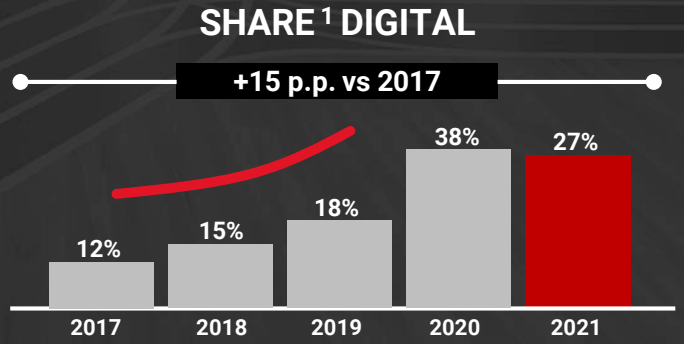
LOJAS EM NOVAS PRAÇAS = MAIS CRESCIMENTO DIGITAL NA REGIÃO

+32%
vendas online

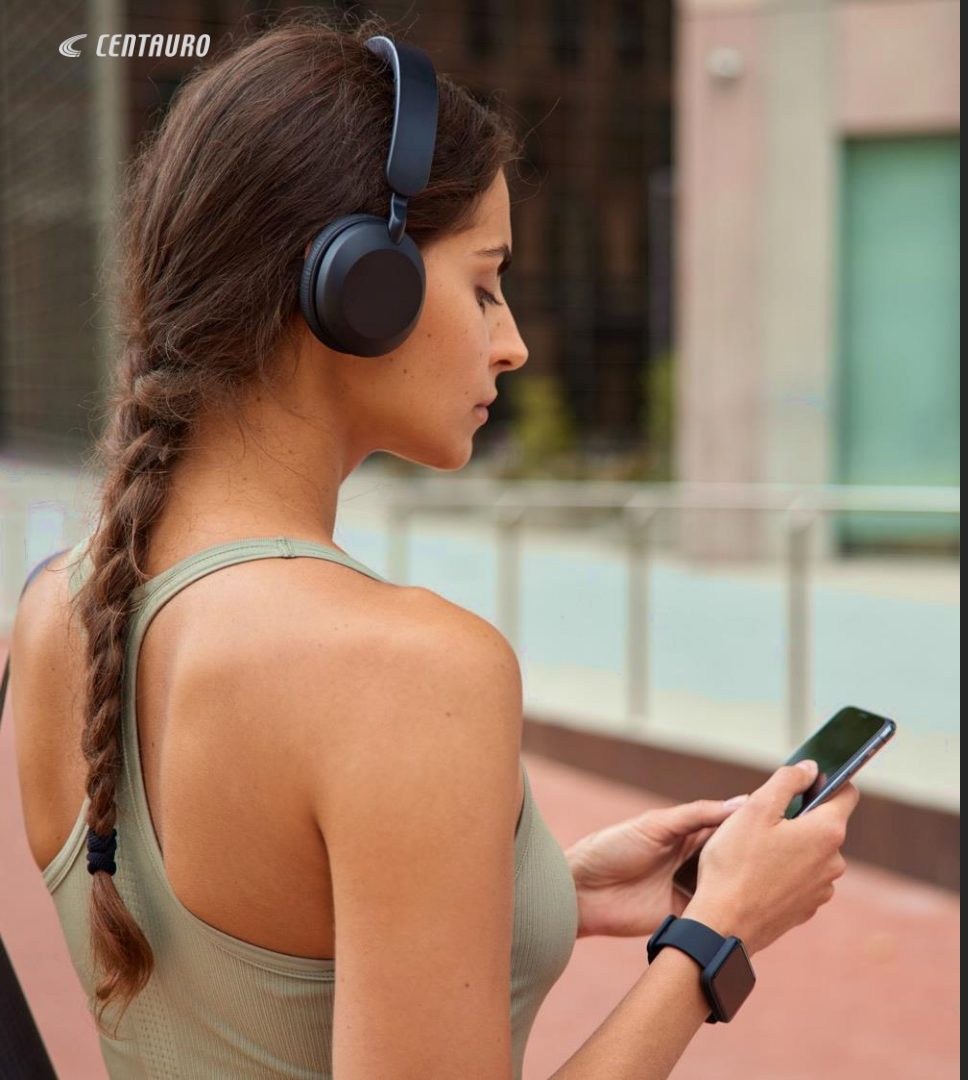
+47%
pedidos

Aprendizados do varejo físico extrapolam para o **resultado do digital**





(1) Share Venda Digital nas vendas totais

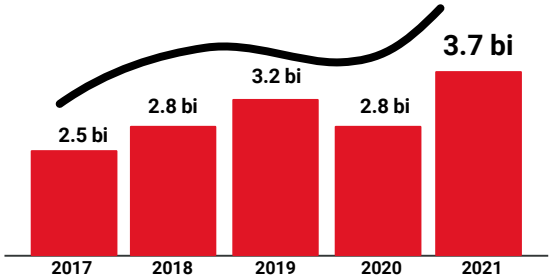


É só o começo...
50% das vendas do digital no app
e com potencial de estar nas mãos de **mais clientes**

Crescimento com consistência em faturamento e rentabilidade

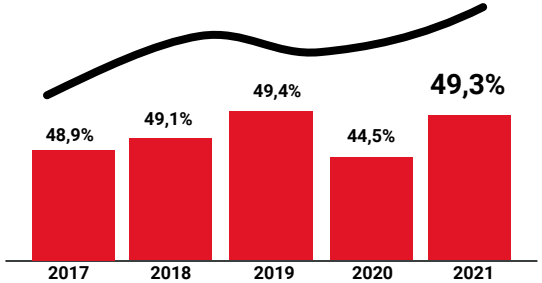
RECEITA BRUTA TOTAL

CAGR 10%



MARGEM BRUTA

+0,4 p.p.






SAIR DO **TRANSACIONAL**
PARA O **RELACIONAL.**

Conhecer para entender e orientar melhor o cliente

+ 130 mi
de consumidores visitam as LOJAS FÍSICAS por ano

+400 mi
de visitas por ano na PLATAFORMA DIGITAL

+30 mi
de clientes na base da Centauro

Relevantes para os clientes, ESSENCIAIS PARA A INDÚSTRIA.

1 a cada 4 produtos NIKE no Brasil é comprado na Centauro

1 a cada 4 produtos ADIDAS no Brasil é comprado na Centauro

1 a cada 3 produtos ASICS no Brasil é comprado na Centauro

Quase **2 a cada 5** produtos PUMA no Brasil são comprados na Centauro

Queremos estar na jornada esportiva do consumidor



E NÓS JÁ ESTAMOS FAZENDO ISSO

Eventos em lojas



Eventos em lojas





Arena Centauro



Parque do Ibirapuera

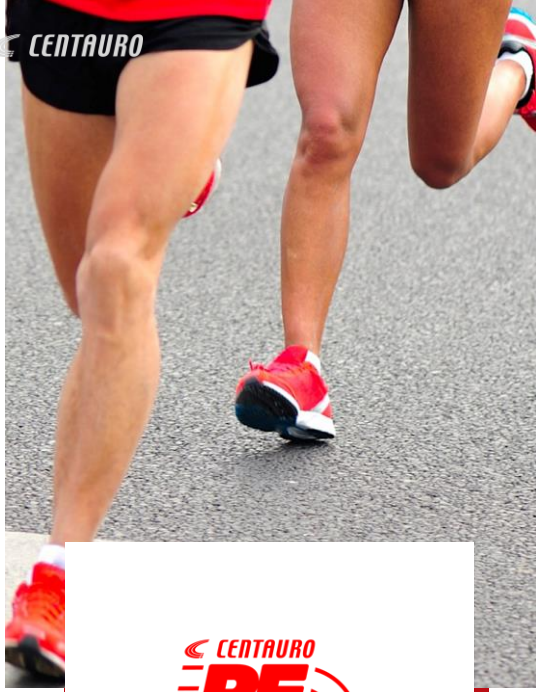




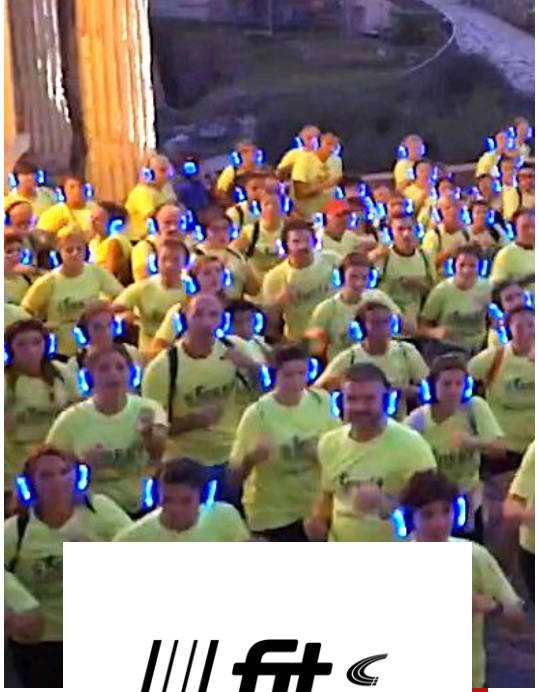
Transforma

Corrida na veia





CENTAURO
REVEZA



fit festival
O QUE O FITNESS TEM DE MELHOR



CENTAURO
BLACK FRIDAY RACE



+ próximos dos clientes

+ relevante para as marcas



Líderes com 7% do mercado e com espaço para crescer



Pós pandemia **39% começou a praticar um novo esporte**



Formal deu espaço para **casual**

Fonte: Pesquisa Google + Sport Track



O QUE ESTÁ POR VIR?

Vamos continuar crescendo



Mais modalidades esportivas

- 80% do nosso faturamento é feito em 4 modalidades
- 40 modalidades potenciais

Mais mulheres envolvidas no esporte

- 25% das vendas da Centauro são artigos femininos





Mais lojas físicas

- 160 shoppings mapeados
- 20 cidades com potencial de market share
- 100 cidades sem shopping

Mais digital

- Melhor experiência no digital
- Mais sortimento especializado
- Mais experiência multicanal





Esporte está além da performance,
a Centauro acredita que o esporte é para todos

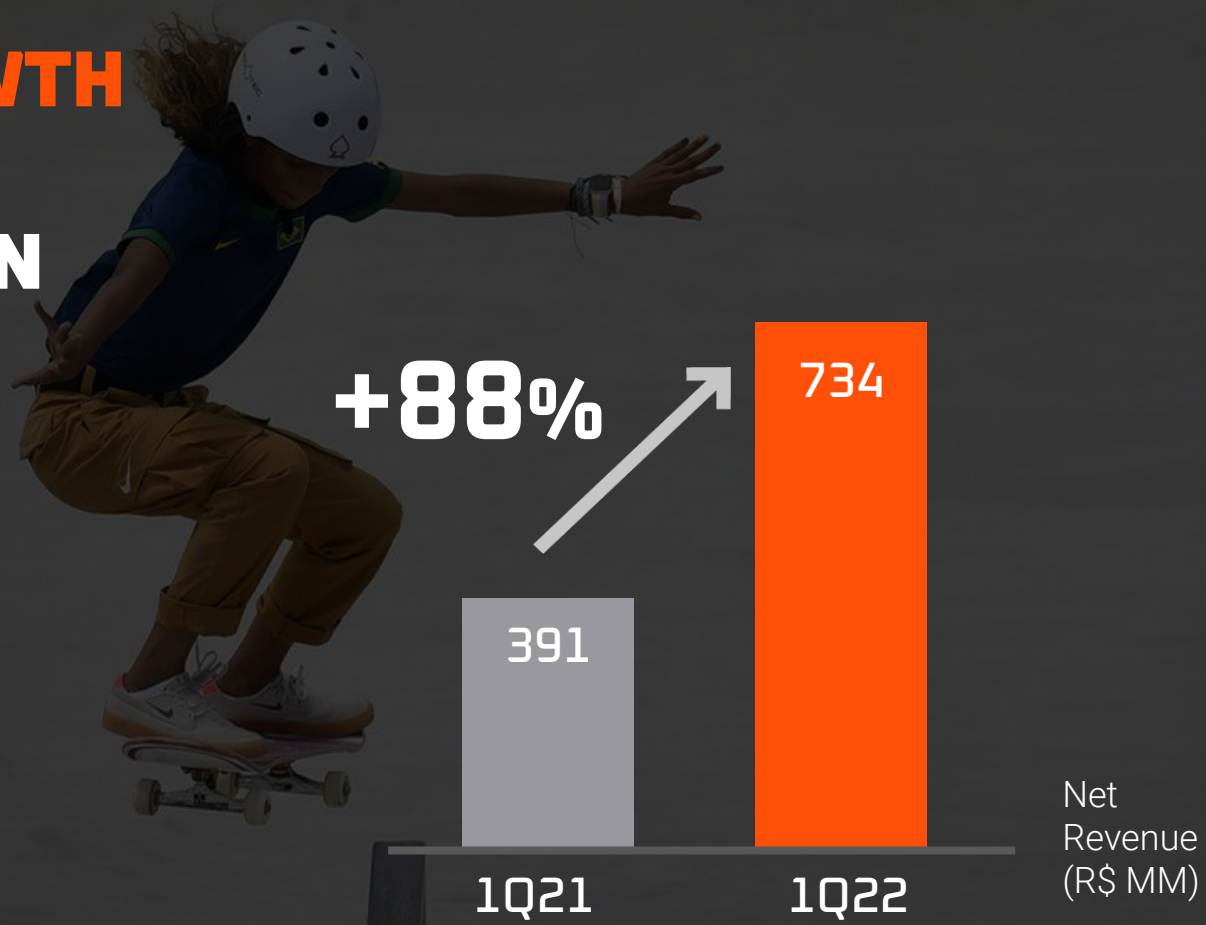


O ESPORTE ESTÁ EM MOVIMENTO. E NÓS NÃO VAMOS PARAR.

FISIA

DISTRIBUIDORA OFICIAL NO BRASIL

FISIA GROWTH SINCE SBF TRANSITION

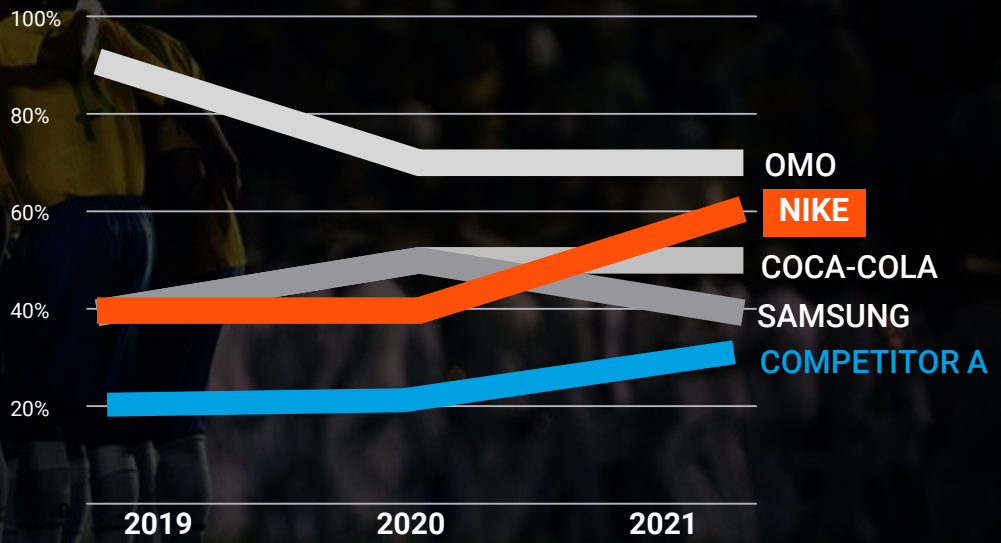


NIKE IS BY FAR THE LEADING SPORTS BRAND IN BRAZIL

Nike #1 Top of mind Sports brand in Brazil

- 2x closest Competitor
- #2 across all categories
- Just overtook Coca Cola

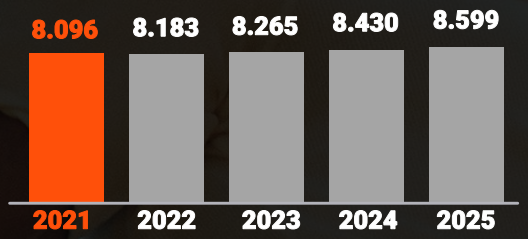
TOP OF MIND BRAZIL



Source: Folha de São Paulo

OPERATING IN A VERY ATTRACTIVE MARKET

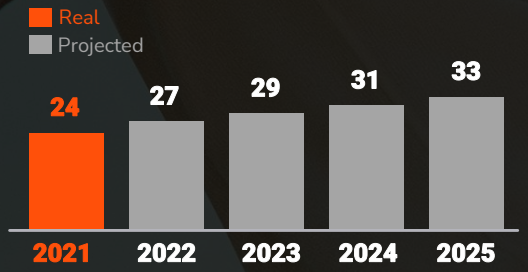
GDP (R$Bn)



CAGR (22-25)

1%

Sportswear market (R$Bn)[1]



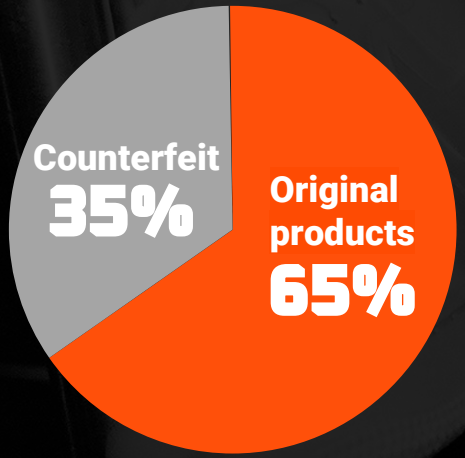
8%

Entering new market
~R$130BN Fashion/Casual[2]

(1) De acordo com as informações divulgadas em 2021 pela Euromonitor International Limited, pesquisa de varejo, edição 2022, vendas formais em valor ao consumidor final, valores nominais, deduzido impostos, moeda local, ano base 2021.
(2) De acordo com as informações divulgadas em 2021 pela Euromonitor International Limited, pesquisa de vestuário e calçados, edição 2022, vendas formais em valor ao consumidor final, valores nominais, deduzido impostos, moeda local, ano base 2021.

INCREASE MARKET SIZE
BY REDUCING COUNTERFEIT

BRAZIL ORIGINAL VS COUNTERFEIT MARKET



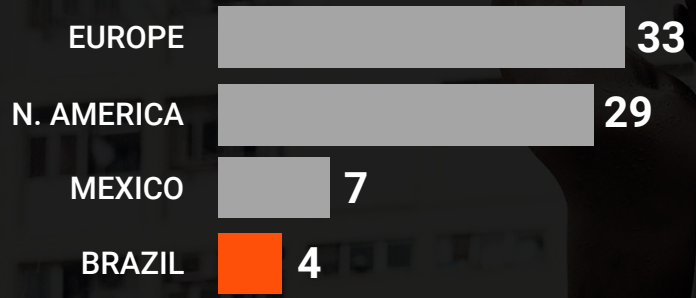
STRATEGY TO REDUCE COUNTERFEIT

- Through Sports Association (APICE) & Brand Protection Group (BPG)
- Cooperation with Nike Inc

NIKE UNDERPENETRATED IN BRAZIL IN INTERNATIONAL COMPARISON

NIKE MARKET PENETRATION

NIKE $/CAPITA

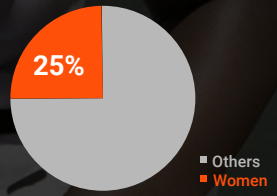


NIKE VS COMPETITORS

NIKE vs Competitor A

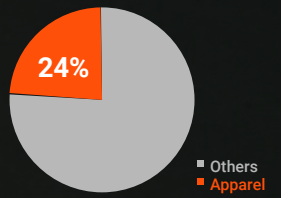


NIKE UNDERPENETRATED IN SEVERAL SEGMENTS



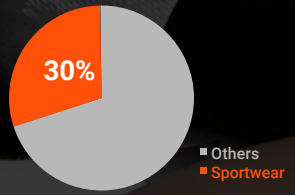
Women's

- Comprehensive Women's strategy (Brand, Product, Distribution)



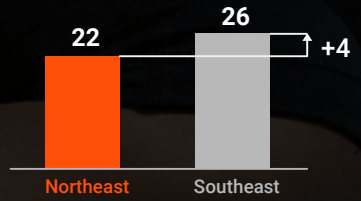
Apparel

- Growth initiatives (L4L, Nike stores, partners)



Casual

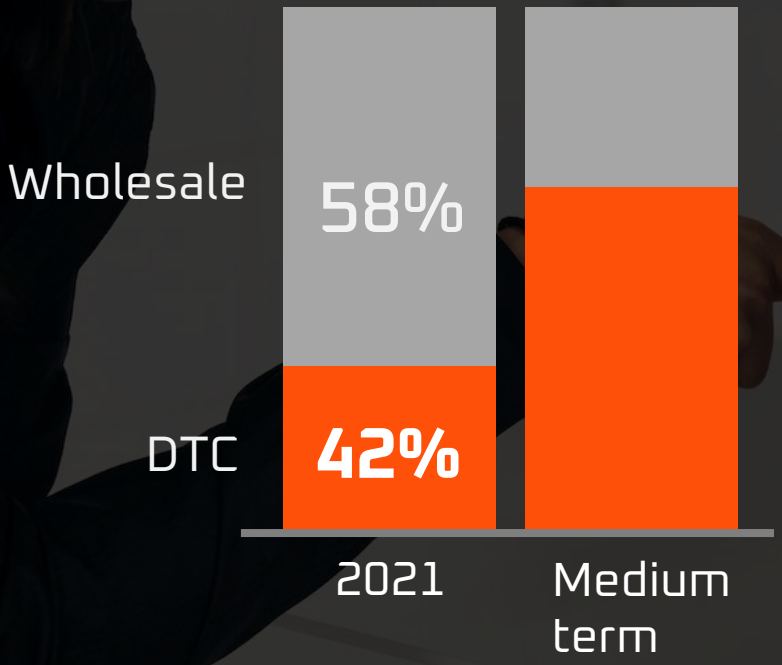
- Athleisure trend
- Distribution strategies



Regions: Northeast

- Regional expansion Nike Value Stores, Nike Stores, Partners

FISIA DIGITALLY & DTC DRIVEN GROWTH STRATEGY



1 ACCELERATE DIGITAL

2 LAUNCH NIKE STORES

3 EXPAND NIKE VALUE STORES

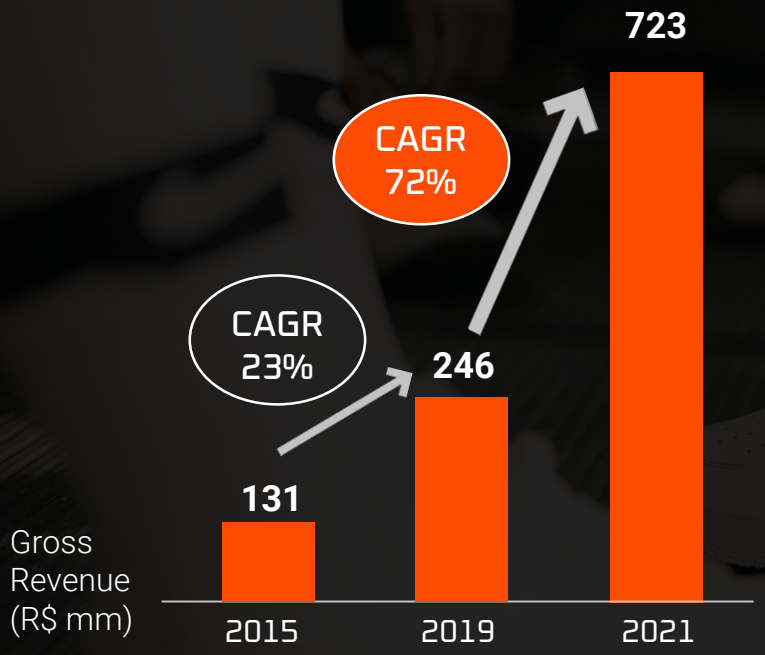
4 CONSOLIDATE WHOLESALE



1

ACCELERATE DIGITAL

TRIPLED GROWTH SINCE SBF TRANSITION



GROWTH DRIVERS SINCE SBF TRANSITION (2019)

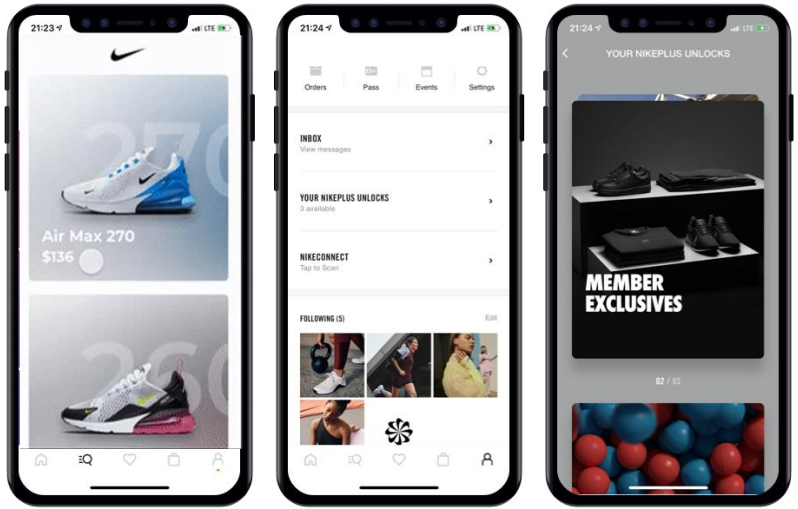
- CREATION OF 3P BUSINESS
- GROWTH OF SNKRS BUSINESS
- EXPANSION OF ASSORTMENT
- BEST PRACTICE PERFORMANCE MARKETING APPROACH



GOING FORWARD...

LAUNCH NIKE.COM APP

- **1ST NIKE APP IN SOUTH AMERICA**
- **THRILLING CONSUMER EXPERIENCES**
  - EXCLUSIVE BENEFITS
  - PERSONALIZATION
  - WORLD CLASS CONTENT
- **STRONG ECONOMICS**
  - 15-30% PARTICIPATION
  - REBUY RATE +30%
  - AVG SPEND +30%



EXPAND 3P MARKETPLACE

1. GROW WITH EXISTING PARTNERS
2. CONNECT WITH ADDITIONAL SPORTS RETAILERS
3. CONSIDER OTHER GENERAL MARKETPLACES
4. EXPLORE FASHION & OTHER PLAYERS



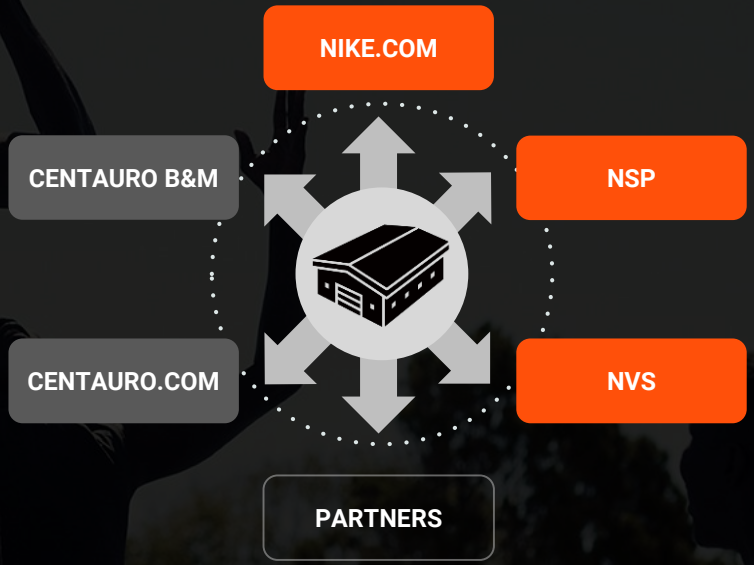
CENTAURO
NETSHOES
DAFITI

MERCADO LIVRE

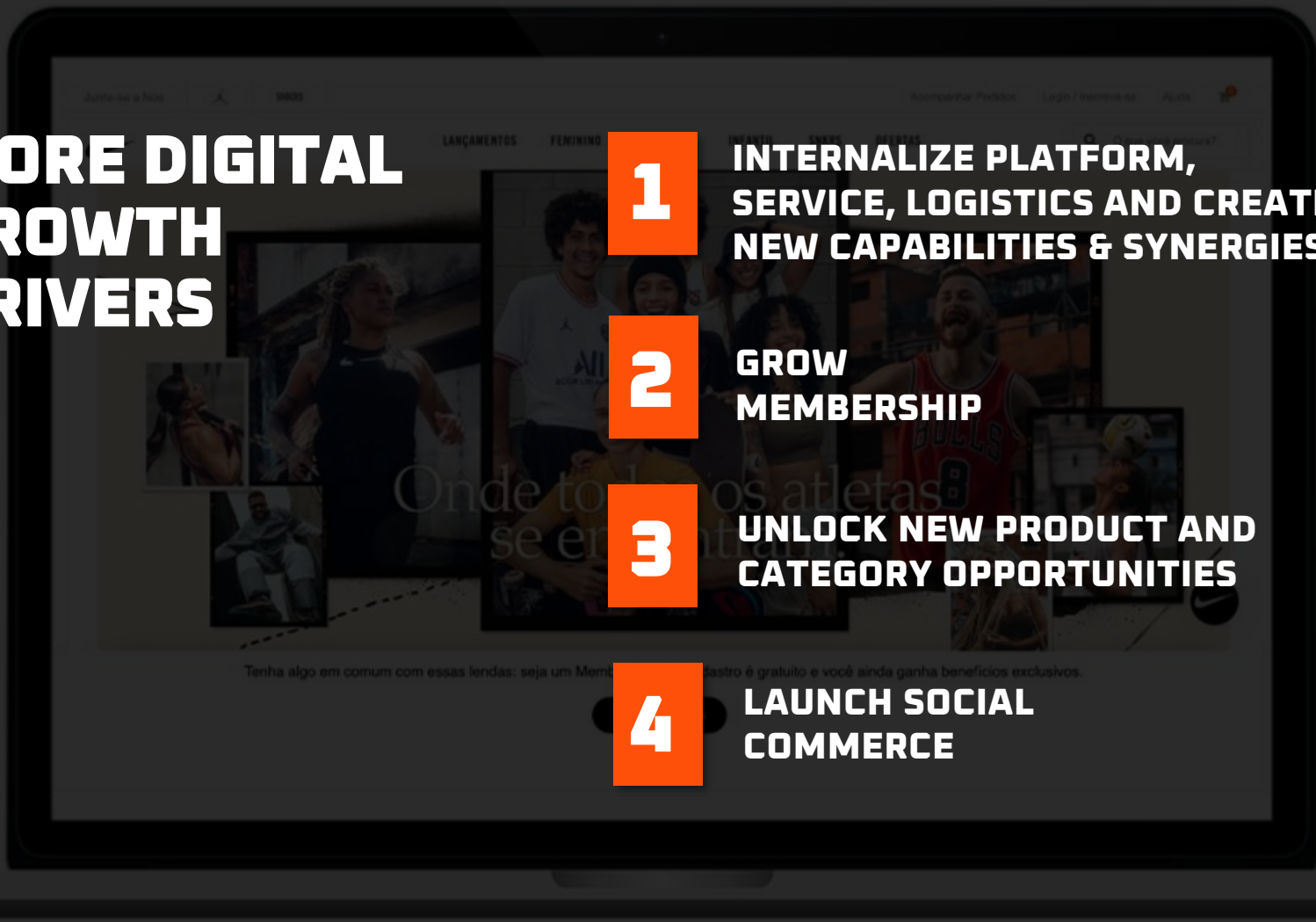
DRIVE OMNICHANNEL CONNECTIVITY

- CREATE CONNECTIVITY
  - FISIA
  - GRUPO SBF
  - ECOSYSTEM/MARKET
- SEAMLESS OMNICHANNEL SERVICES
- UNIQUE CONSUMER VISION, CONNECTED DATA & INVENTORY
- AVG SPEND +20%

OMNICHANNEL



MORE DIGITAL GROWTH DRIVERS



1. INTERNALIZE PLATFORM, SERVICE, LOGISTICS AND CREATE NEW CAPABILITIES & SYNERGIES
2. GROW MEMBERSHIP
3. UNLOCK NEW PRODUCT AND CATEGORY OPPORTUNITIES
4. LAUNCH SOCIAL COMMERCE



2

LAUNCH NIKE STORES

NIKE STORES



NIKE STORES IN RISE CONCEPT

- AAA locations with high-income profile
- Focus on women, apparel, casual
- Consumer experiences, services, personalization
- Avg 700 sqm (2x)
- Omnichannel hub
- Very high margins

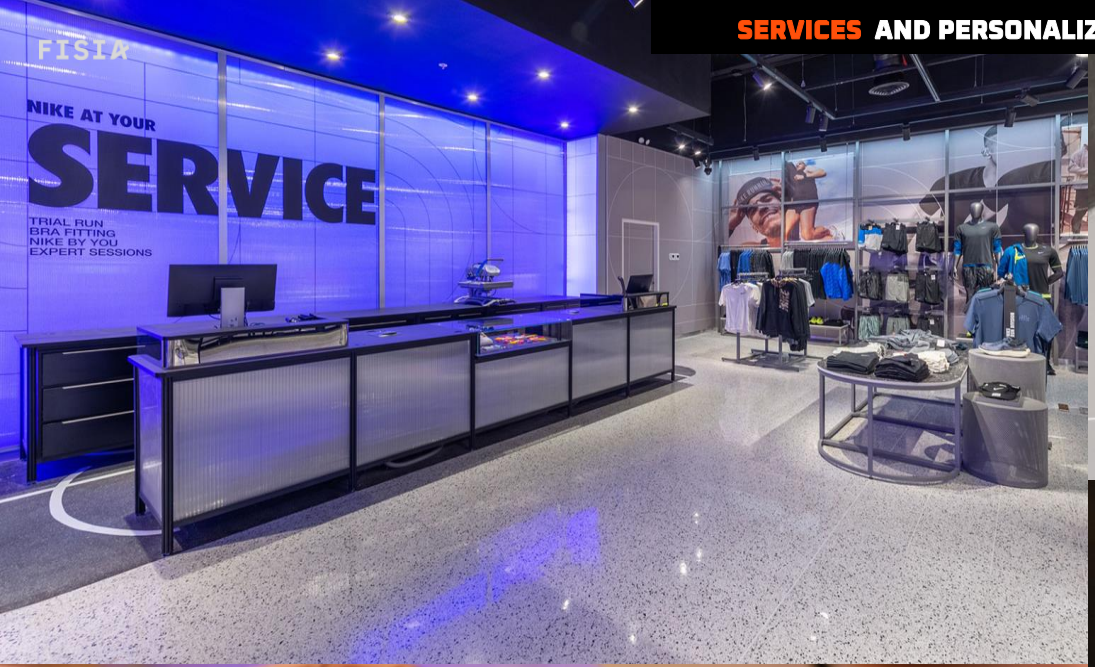
MEDELLIN - FIRST NIKE RISE IN SOUTH AMERICA



STUNNING EXPERIENCES



SERVICES AND PERSONALIZATION









5 STORES CONFIRMED FOR 2022



NIKE STORES

São Paulo
Shopping Ibirapuera

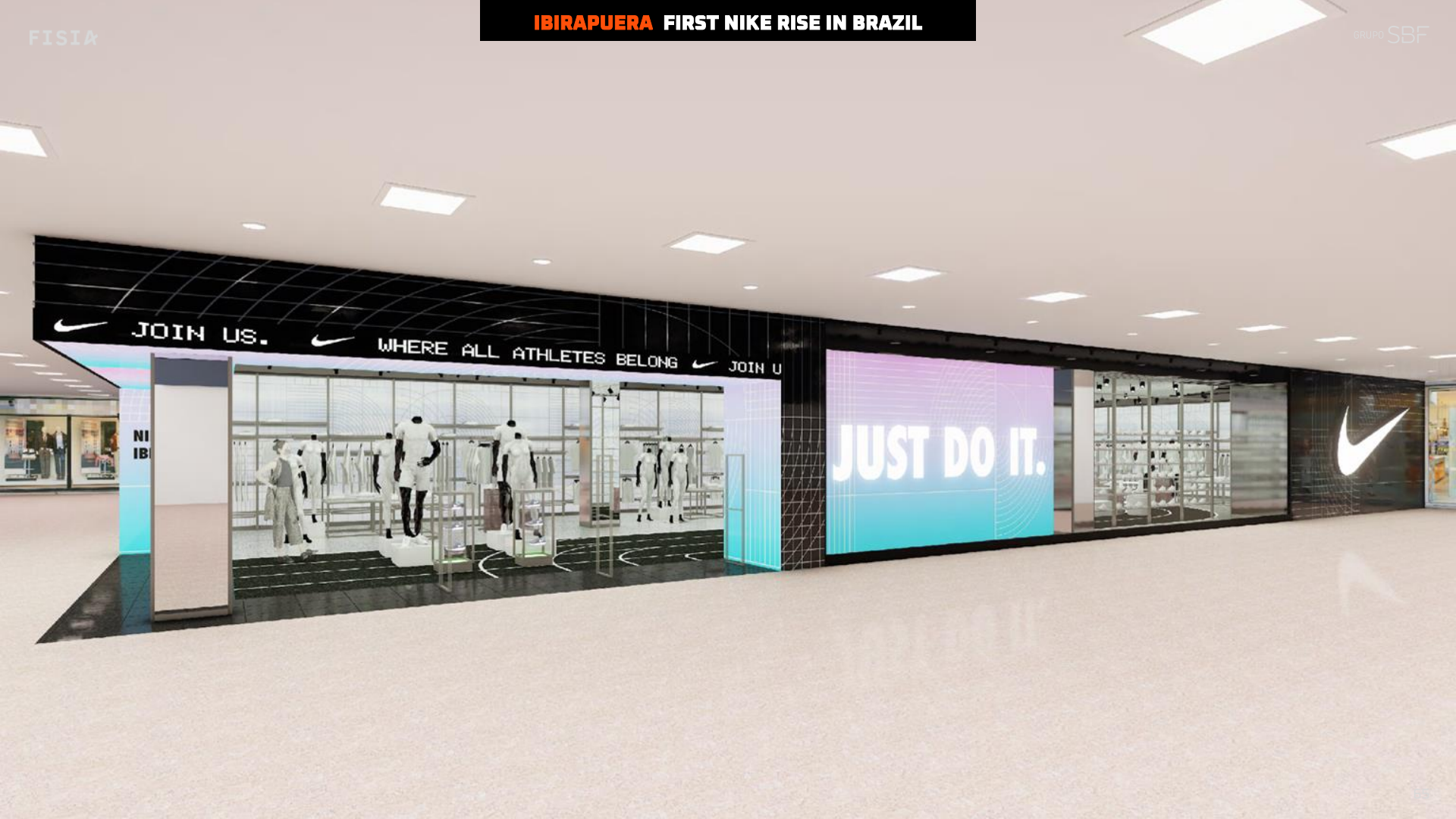
Ceará
Iguatemi Fortaleza

Espírito Santo
Shopping Vitória

Rio Grande do Sul
Iguatemi Porto Alegre

Goiás
Shopping Flamboyant

IBIRAPUERA **FIRST NIKE RISE IN BRAZIL**





3

EXPAND NIKE VALUE STORES

NIKE VALUE STORES



NVS VS PRECIOUS CONCEPT

- Different consumer proposition: democratic concept to create access to the brand
- Bigger potential: high traffic locations (malls & high street)
- More profitable: high margins & learn cost structure

EFFICIENT SELF SERVICE CONCEPT



ACCESSIBLE SERVICES





2022 NVS EXPANSION PLAN

São Paulo
- Shopping SP Market
- Litoral Plaza
- Vale Sul (realocação)
- Center Norte
- Shopping Aricanduva

Rio de Janeiro
Metropolitano Barra

Minas Gerais
Bh Outlet

Maranhão
Shopping da Ilha

Piauí
Shopping Rio Poty

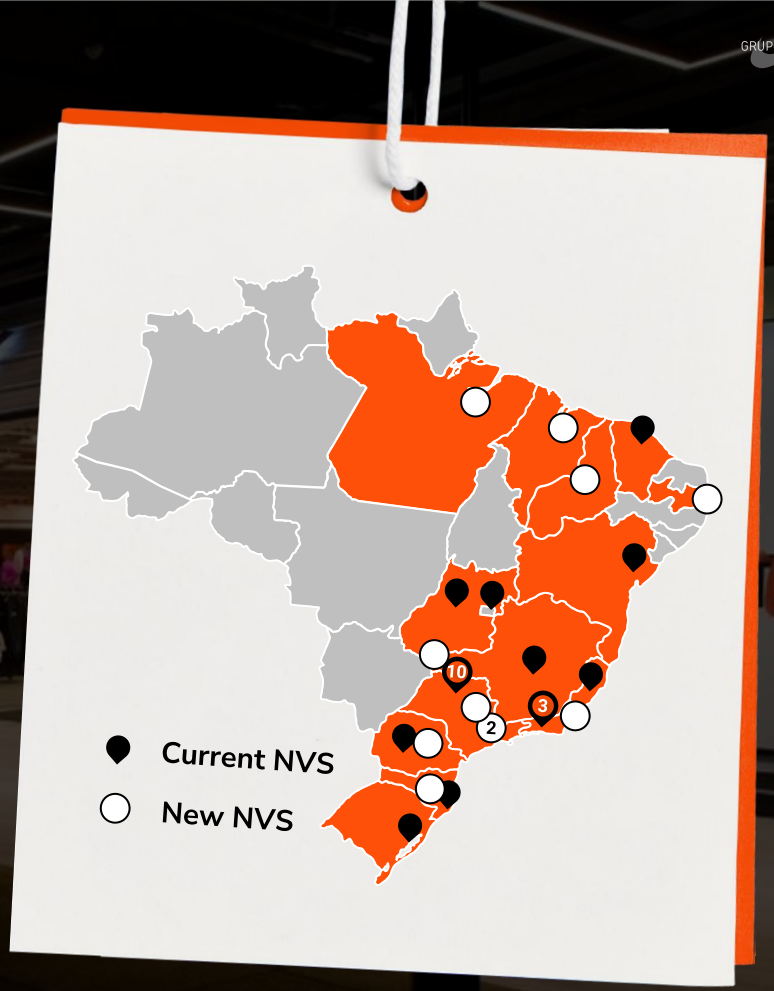
Pará
Sh.Metrópole Ananindeua

Santa Catarina OPEN
I Fashion Outlet SC

Paraná
City Center Outlet

Goiás
Sh. Passeio das Águas

Paraíba
Shopping Mangabeira





4

CONSOLIDATE WHOLESALE



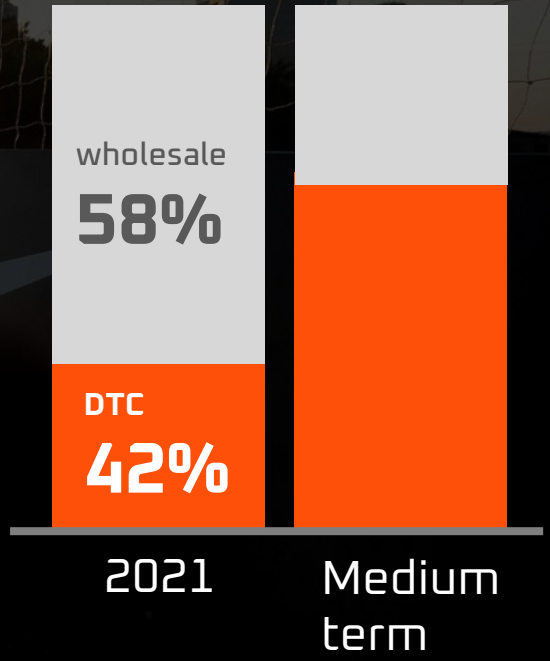
WHOLESALE BUSINESS

MULTIBRAND PARTNERS PLAY IMPORTANT ROLE IN THE INTEGRATED MARKETPLACE

- Focus on strategic accounts
- Support market consolidation
- New partners to serve underpenetrated segments

CHANNEL STRATEGY IS MARGIN ACCRETIVE

2X GROSS MARGIN





FOR FISIA THE SKY IS THE LIMIT



SBF VENTURES
API DE NEGÓCIOS

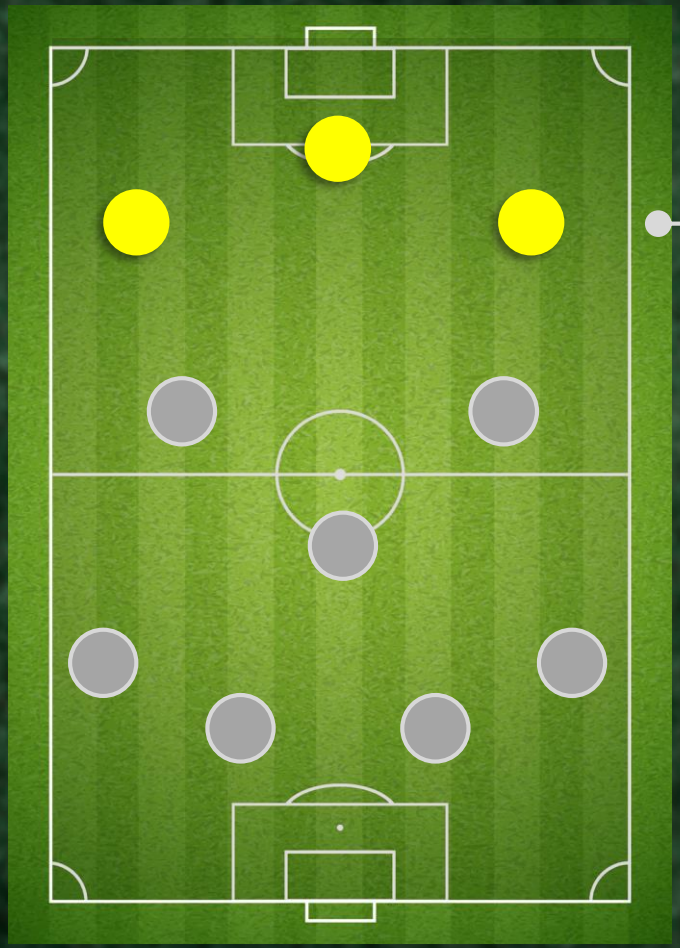
COMO POSSO AMPLIAR

O MERCADO ENDEREÇÁVEL

E CRIAR UM

MODELO DE NEGÓCIOS

ALTAMENTE ESCALÁVEL?



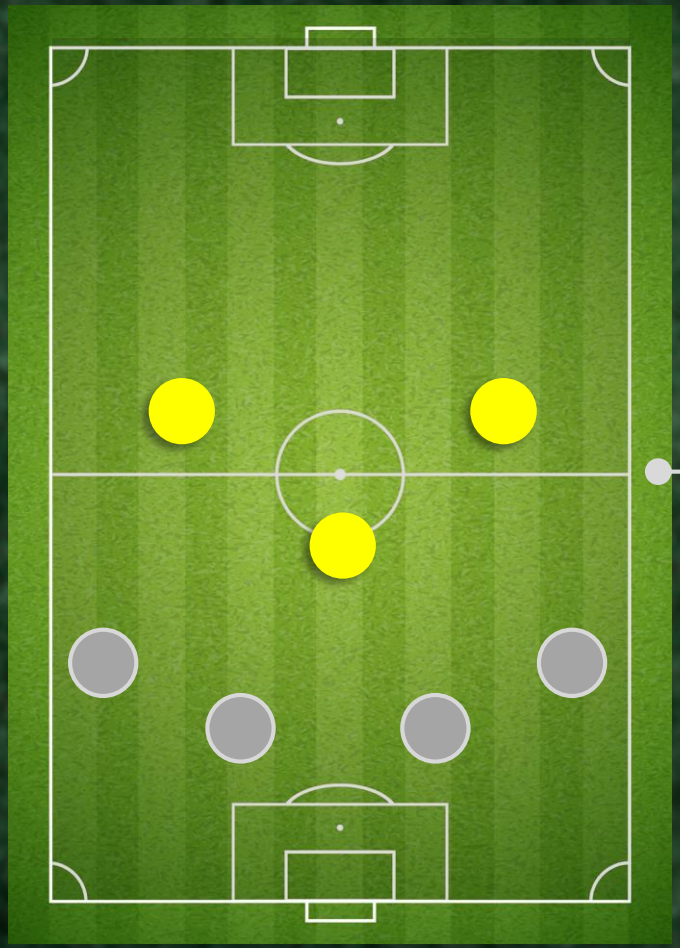
ATAQUE

MAPEAR O MERCADO

CRIAR AS TESES DE INVESTIMENTO

CONDUZIR O DEAL

GRUPO SBF



MEIO-CAMPO

CAPTURAR SINERGIAS

APOIAR ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO

GRUPO SBF



DEFESA

INTEGRAR PROCESSOS DE BACKOFFICE


NWB
Network Brasil
ONEFAN
X3m
fit dance


Fit
dance

O PODER DA DANÇA



LIFESTYLE



A IRMÃ DA MÚSICA



COMUNIDADE



DANCE É POP



DEMOCRÁTICA



TENDÊNCIA

PARIS 2024





CAMINHO DA GERAÇÃO DE VALOR

BRANDING
CONCEITO

Fit dance

COMUNIDADE
PAIXÃO



CONTEÚDO



PRODUTOS E FONTES DE RECEITA



A MAIOR AUDIÊNCIA MENSAL DE DANÇA DO MUNDO



+1/3 DAS PESSOAS NO YOUTUBE JÁ VIRAM VÍDEOS DA FITDANCE

10 BILHÕES VIEWS TOTAIS

35 MILHÕES SEGUIDORES

1 MILHÃO
ALUNOS PRATICAM FITDANCE NAS ACADEMIAS

20 MIL
ACADEMIAS OFERECEM AULAS FITDANCE NO BRASIL


ONEFAN

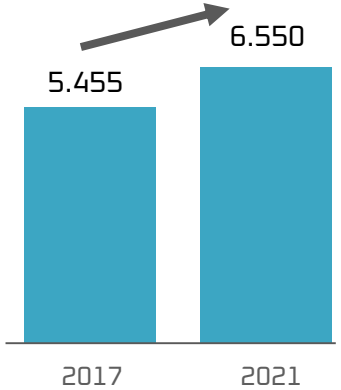


O MAIOR ESPETÁCULO NA TERRA

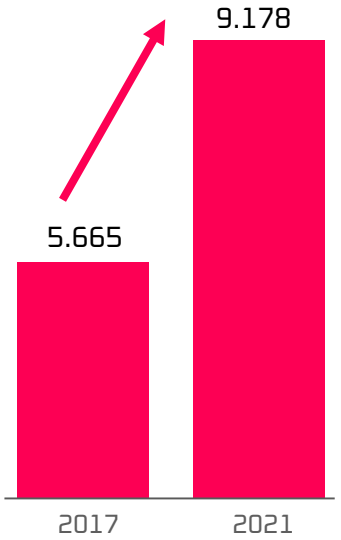
O DESAFIO DOS CLUBES

- Receita se manteve constante
- Dívida dos clubes **praticamente dobrou**

Receita (R$ MM)



Dívida (R$ MM)



Fonte: Relatório "Convocados" - XP - Clubes Série A

ONEFAN.

SISTEMA OPERACIONAL DO FUTEBOL



ONEFAN.

SISTEMA OPERACIONAL DOS CLUBES

CLUBES PARCEIROS



+1 MILHÃO

BASE INSTALADA

100K
USUÁRIOS SEMANAIS

7 MINUTOS
MÉDIA POR ACESSO

4 ACESSOS
POR SEMANA

ONEFAN.

SUPERAPP OFICIAL DOS CLUBES

- ENQUETES
- AR/VR
- FANTASY GAMES
- CONTEÚDO EXCLUSIVO

FREE



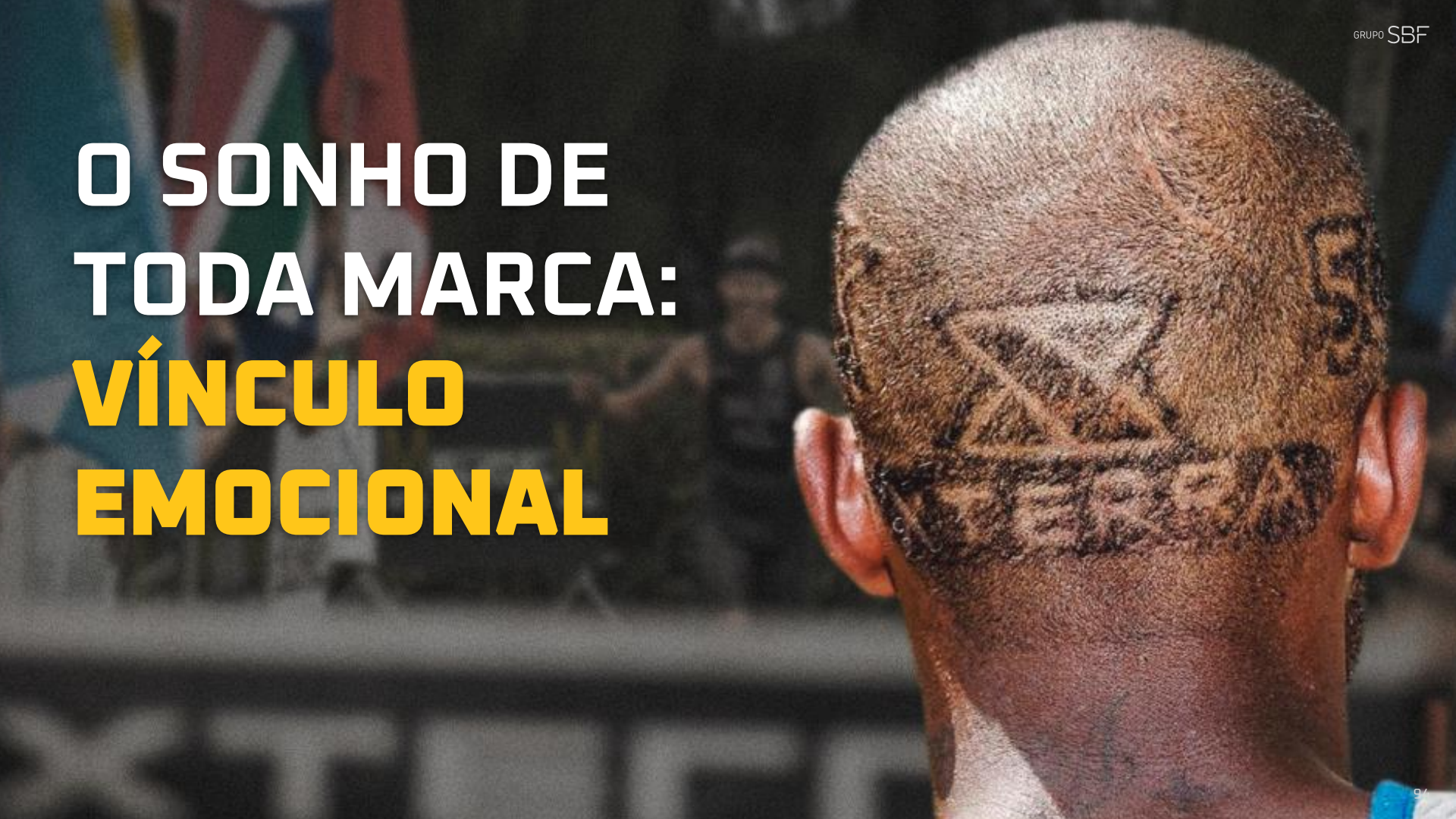
PAGO

- NFT
- TICKETEIRA
- SÓCIO TORCEDOR
- TRANSMISSÃO



MAIOR PARCEIRO
ESTRATÉGICO DOS CLUBES


X3M



O SONHO DE TODA MARCA: VÍNCULO EMOCIONAL

EXPERIÊNCIA E KNOW-HOW PARA FAZER



MARCAS DE EVENTOS PROPRIETÁRIOS

XTERRA

UPHILL 22 MARATHON



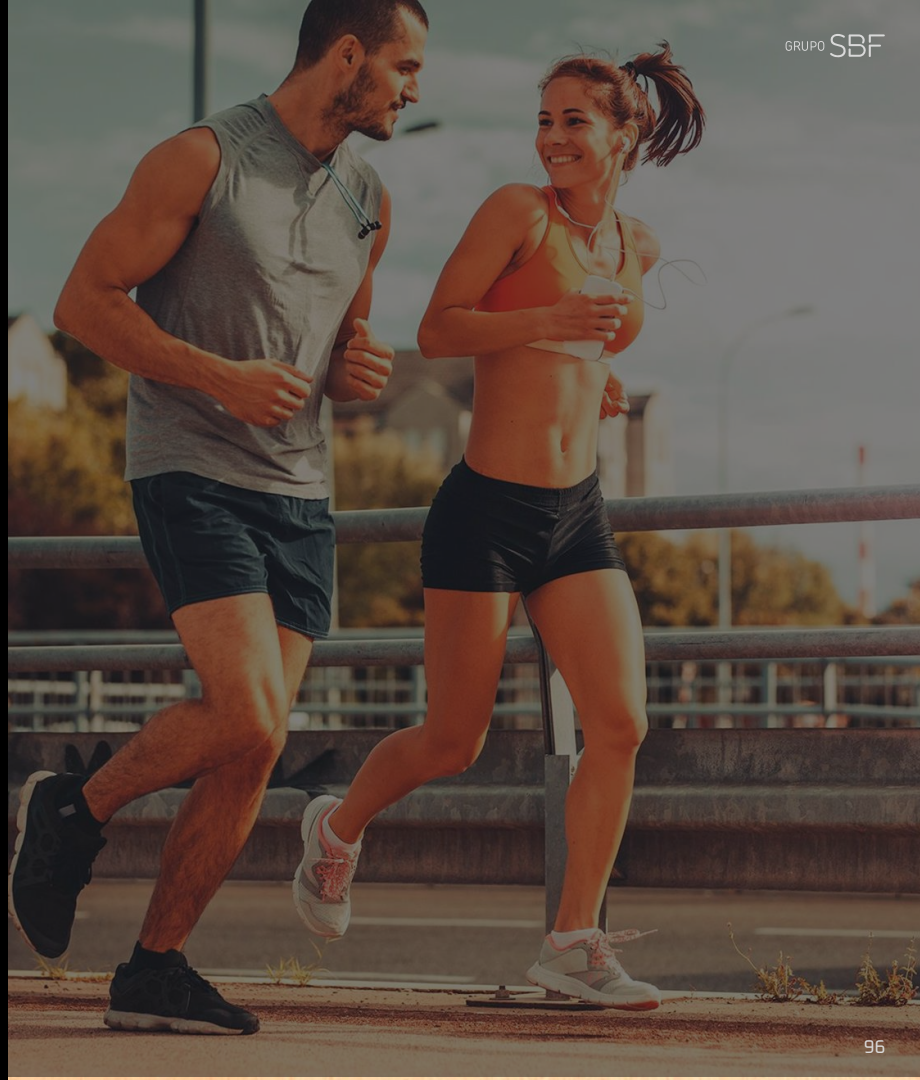
CAPACIDADE DE CRIAR EVENTOS MEMORÁVEIS PARA MARCAS



PRODUTOS DIGITAIS QUE CONECTAM CORREDORES

OPORTUNIDADES DE CONEXÃO

- REALIZAÇÃO DE EVENTOS CENTAURO E NIKE
- DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS DAS MARCAS X3M NO VAREJO



O SONHO DE TODA MARCA: VÍNCULO EMOCIONAL

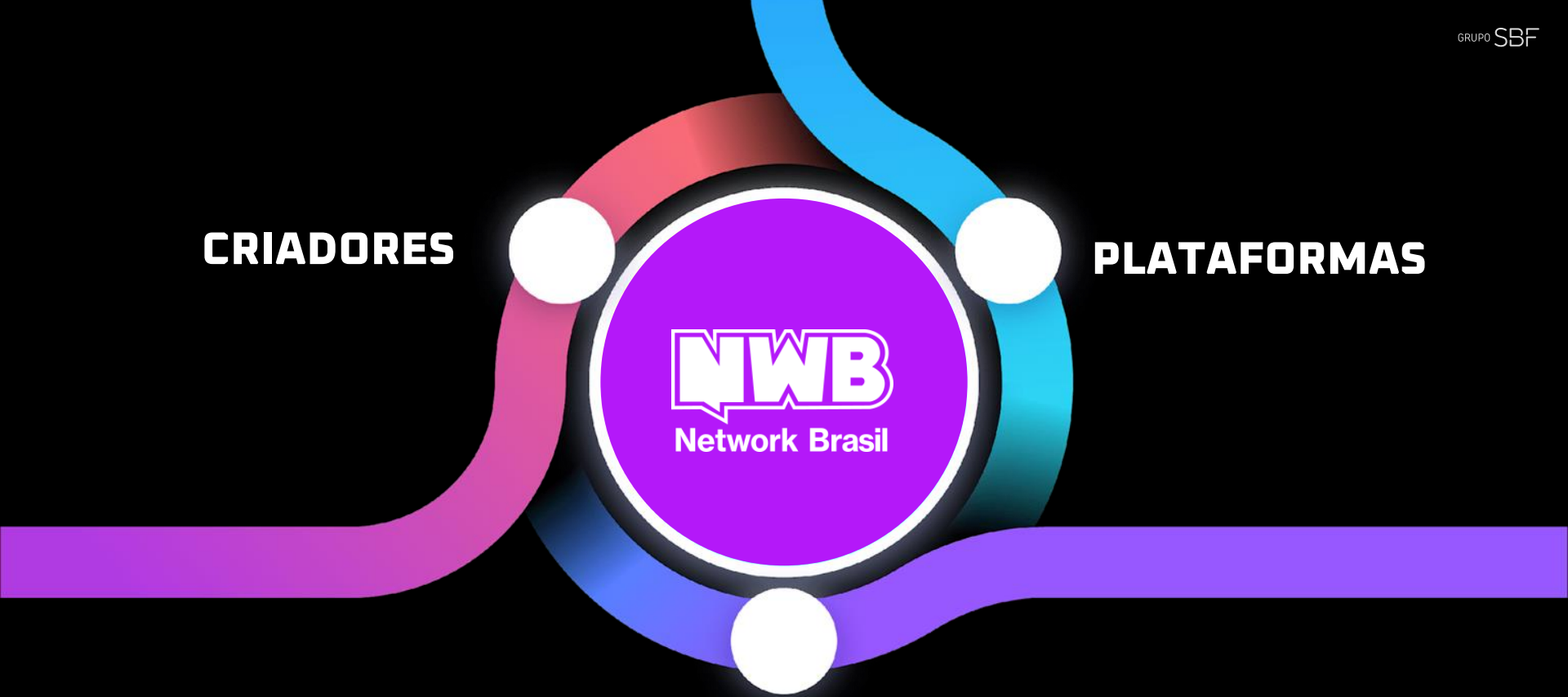





NWB
Network Brasil

CRIADORES

PLATAFORMAS



MARCAS

LIDERANÇA EM ESPORTE NO DIGITAL

87 mi DE INSCRITOS NO YOUTUBE

12 bi VIEWS TOTAIS NO YOUTUBE

140 CANAIS AFILIADOS





E AINDA TEM MAIS POR VIR!



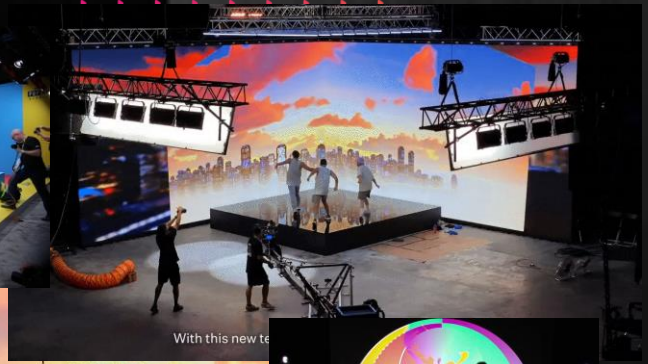
Super Space

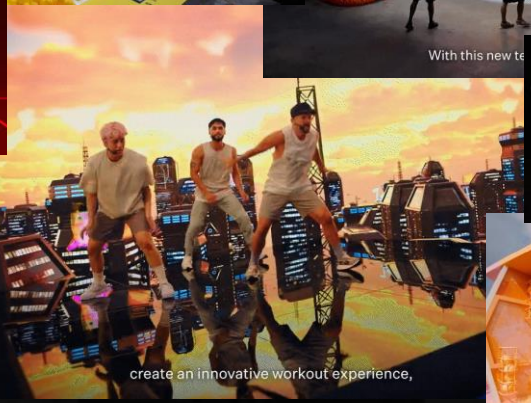
O maior espaço para criação de conteúdo digital da américa latina

Super Space













4.500 *m²*

200 *estações de trabalho*

+10 *estúdios*

+100 *cenários*

1.000 *áreas de eventos*

Live *live commerce area*

PLATAFORMA DE MÍDIA DE ESPORTE









PROGRAMA DE CRIADORES

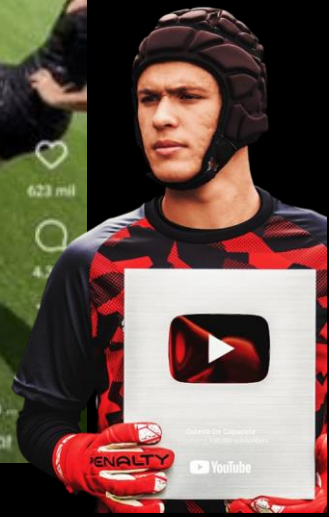


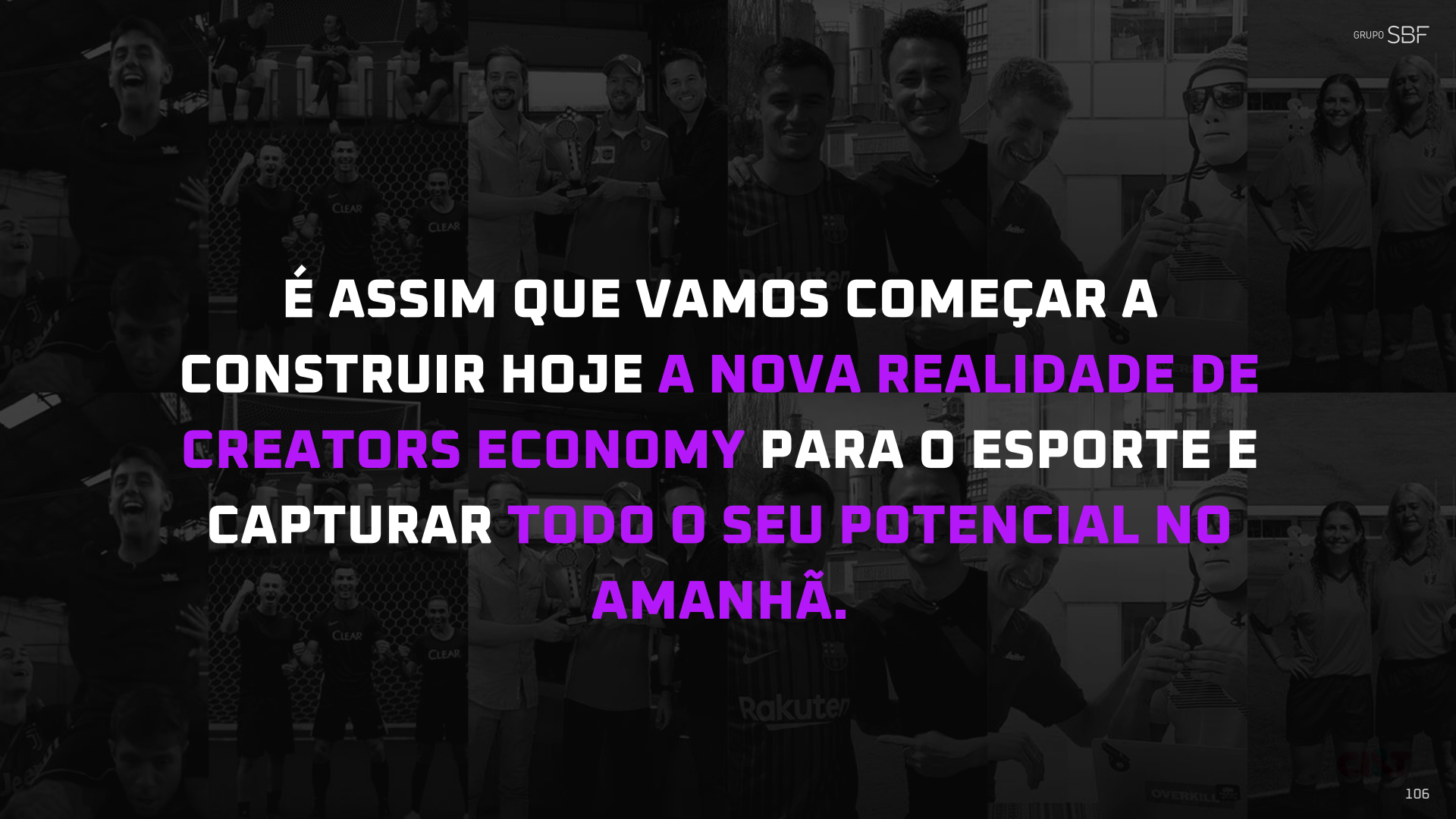
BANHEIRISTAS

RAQUEL FREESTYLE

GOLEIRO DE CAPACETE







É ASSIM QUE VAMOS COMEÇAR A CONSTRUIR HOJE A NOVA REALIDADE DE CREATORS ECONOMY PARA O ESPORTE E CAPTURAR TODO O SEU POTENCIAL NO AMANHÃ.

ESSAS EMPRESAS JUNTAS HOJE JÁ TÊM UM FATURAMENTO ORGÂNICO DE MAIS DE

R$ 100M

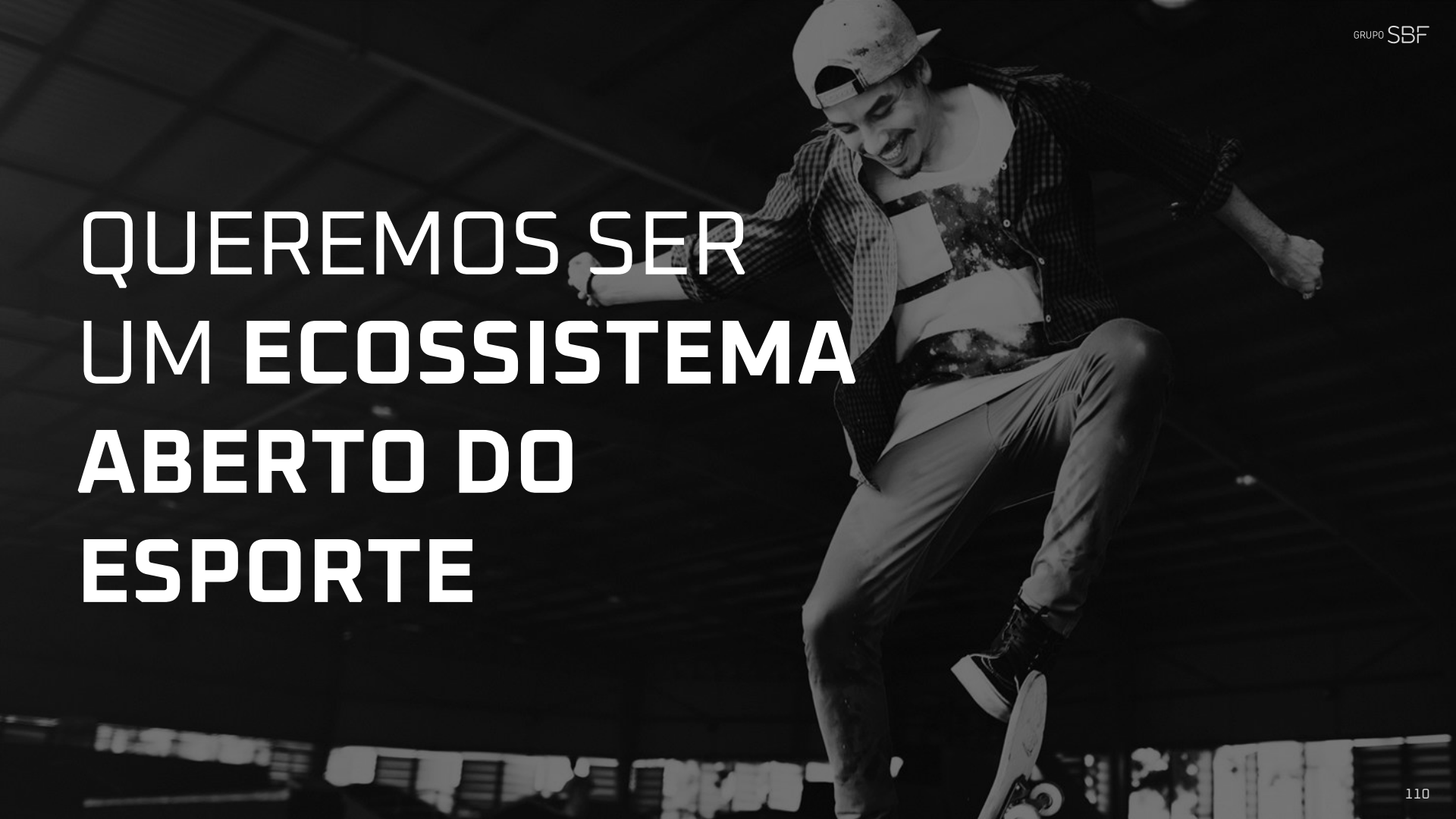
COM SEUS MODELOS DE NEGÓCIOS NÃO CONVENCIONAIS



GRUPO SBF



QUEREMOS CONSTRUIR MAIS HISTÓRIAS SOBRE ESPORTE E TRAZER MAIS PESSOAS PARA A PRÁTICA DE ATIVIDADE FÍSICA



QUEREMOS SER UM **ECOSSISTEMA ABERTO DO ESPORTE**

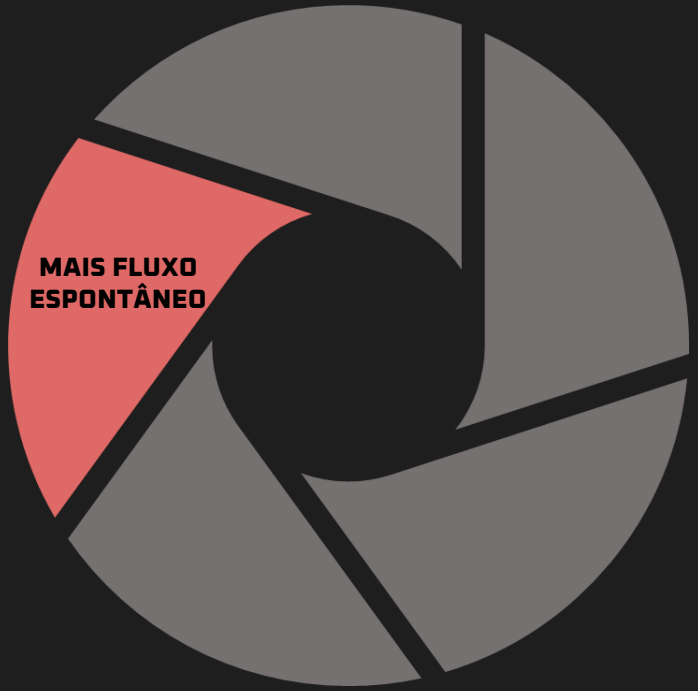
ESTRATÉGIA


VENDER MAIS POR CLIENTES
ATRAIR NOVOS CLIENTES
ATRAIR AGENTES DO ESPORTE
MAIS PESSOAS VIVENDO ESPORTES
MAIS FLUXO ESPONTÂNEO
MAIS CONSUMIDORES PREFERINDO NOSSO ECOSSISTEMA

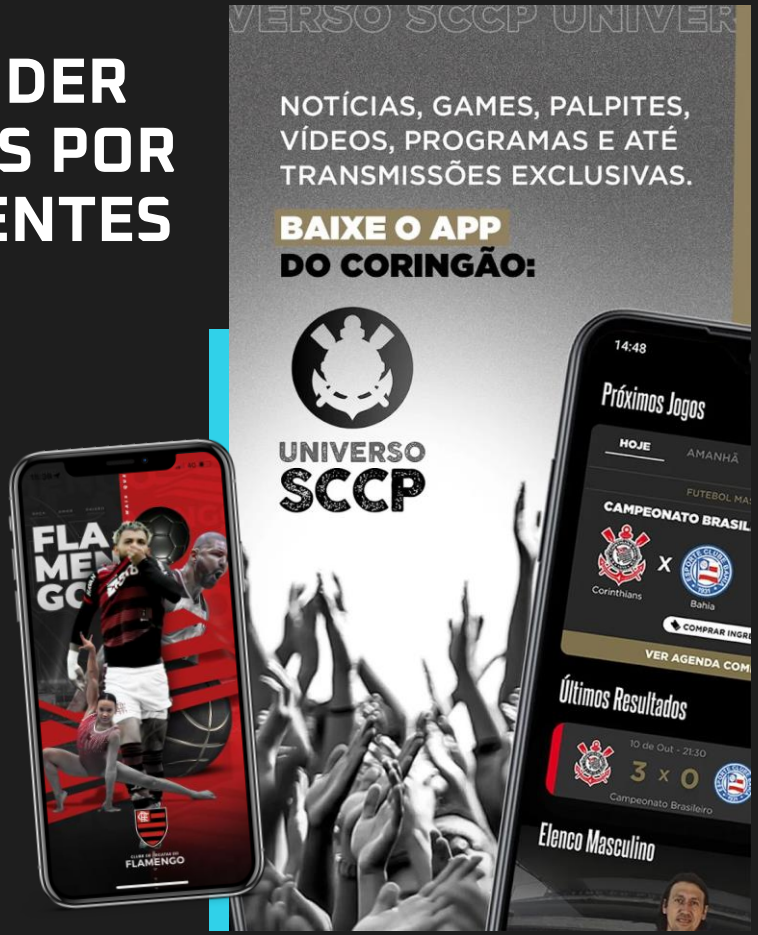
MAIS FLUXO ESPONTÂNEO





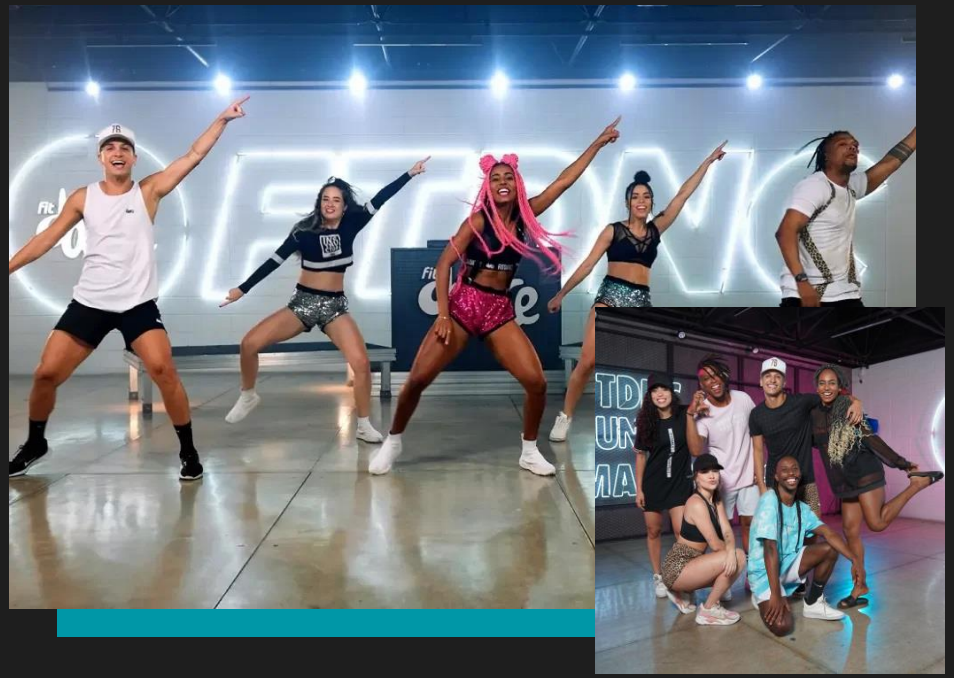


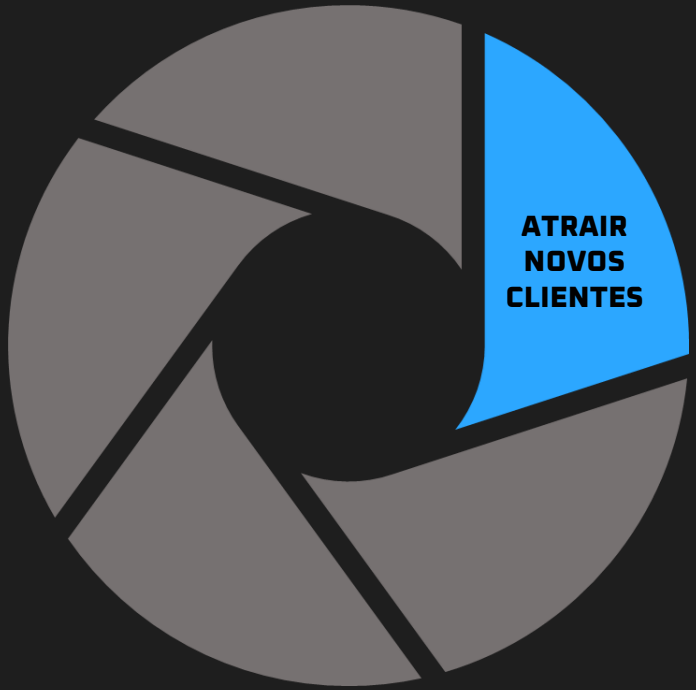
VENDER MAIS POR CLIENTES



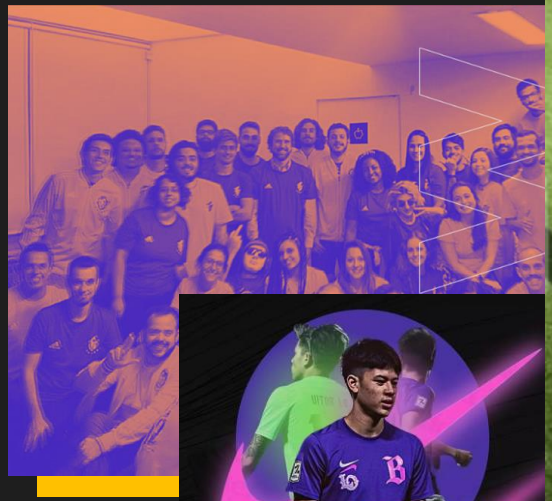


ATRAIR NOVOS CLIENTES





ATRAIR AGENTES DO ESPORTE







MAIS PESSOAS VIVENDO ESPORTES








VENDER MAIS POR CLIENTES
ATRAIR NOVOS CLIENTES
ATRAIR AGENTES DO ESPORTE
MAIS PESSOAS VIVENDO ESPORTES
MAIS FLUXO ESPONTÂNEO
MAIS CONSUMIDORES PREFERINDO NOSSO ECOSSISTEMA

CONSOLIDAMOS CAPABILITIES

1 OPERAÇÃO ECOMMERCE E LOJAS MULTICANAL

2 SERVIÇO DE ATACADO 9 MIL PORTAS NO BRASIL

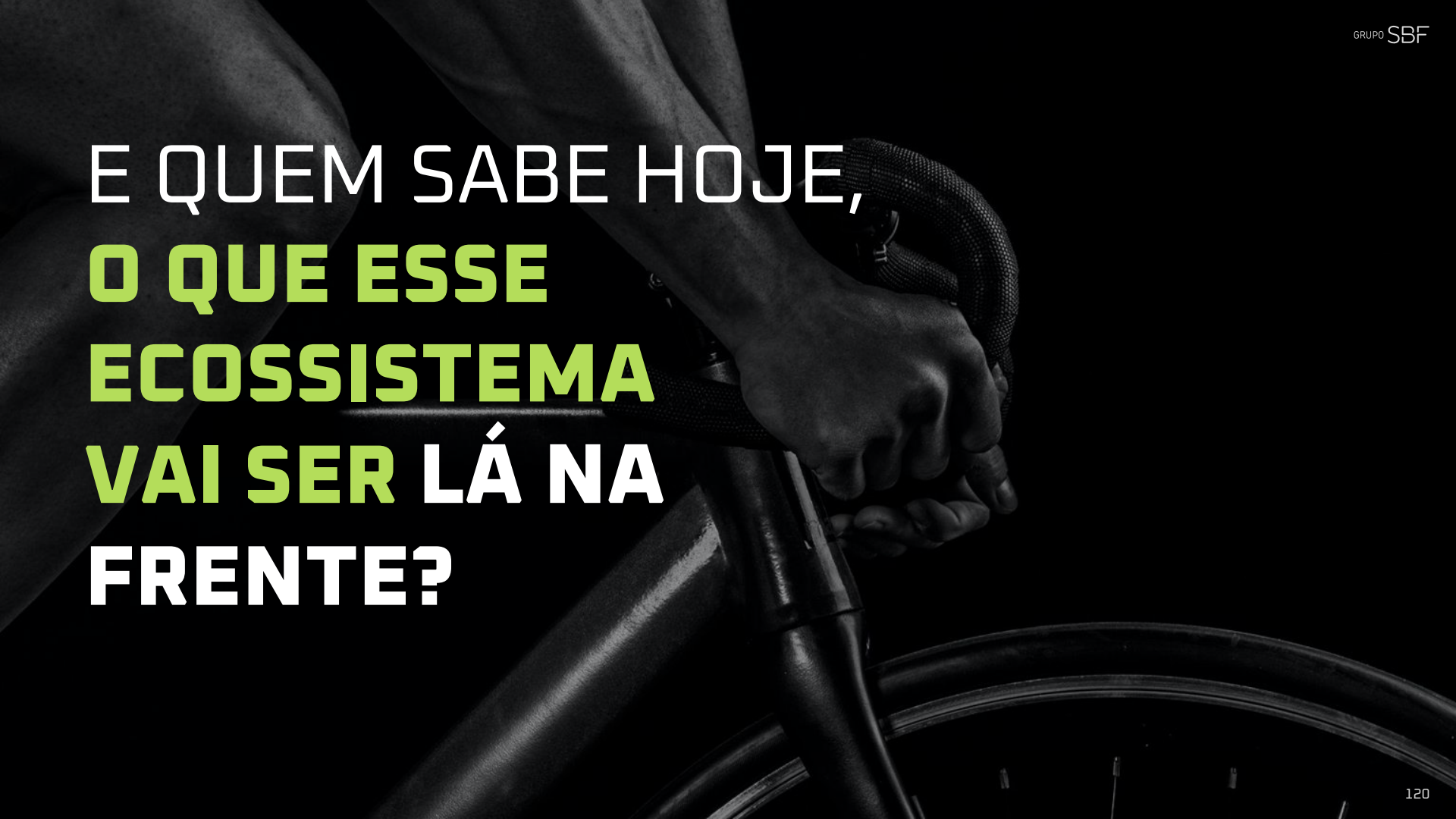
3 OPERAÇÃO LOGÍSTICA

4 GESTÃO DE MARCAS

E MAIS...



OLHANDO PARA FRENTE



E QUEM SABE HOJE, **O QUE ESSE ECOSSISTEMA VAI SER LÁ NA FRENTE?**

GRUPO SBF



ri.gruposbf.com.br | ri@gruposbf.com.br

SBFG
B3 LISTED NM

Disclaimer

This presentation should not be considered a complete document and should be analyzed together with the other documents made available by the Company. Any forecasts contained in this document or any statements that may be made about future events, business perspectives, among others, constitute mere beliefs and expectations of Grupo SBF's Management based on currently available information, considering market analysis and economic environment. Such statements involve risks and uncertainties and, therefore, depend on circumstances that may or may not occur.

Investors should understand that general economic conditions, industry and other operating factors may affect the future performance of Grupo SBF and lead to results that differ materially from those expressed in such forward-looking statements. The information and opinions contained here should not be construed as a recommendation to potential investors and no investment decision should be based on the veracity, currency and/or completeness of such information or opinions. This material is updated to date and the Company does not undertake to update it with new information and/or future events.