

EARNINGS RELEASE

2T24 | 2024

AREZZO
& CO



AREZZO | ONBOARD | @SASHA

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 2T24

São Paulo, 13 de agosto de 2024.

A Arezzo&Co, maior *house of brands* de moda do Brasil, divulga seus resultados do 2T24.

DESTAQUES

RECEITA BRUTA

R\$1,5BI +8,5% vs 2T23

RECEITA BRUTA 1S24

R\$2,9BI +7,1% vs 1S23

MARGEM BRUTA*

54,9% DE MARGEM BRUTA NO 2T24
LUCRO BRUTO DE R\$ 677MM, +9% vs 2T23

EBITDA RECORRENTE

R\$203MM +2,6% vs 2T23,
MARGEM EBITDA* DE 16,5%

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE

R\$135MM +19,0% vs 2T23,
MARGEM LÍQ DE 10,0 %

ROIC

25,1% DE ROIC RECORRENTE NO 2T24

MERCADO INTERNO

55,9% MARGEM BRUTA RECORRENTE*
NO 2T24 (+40 BPS)

17,8% MARGEM EBITDA RECORRENTE*
NO 2T24 (-150 BPS)

MERCADO EXTERNO

5,0% MARGEM EBITDA RECORRENTE*
(+250 BPS)

SELL OUT DTC

R\$1,3BI +10% vs 2T23
(FRANQUIAS, E-COMMERCE E LOJAS PRÓPRIAS)

INDICADORES OPERACIONAIS

6MM CLIENTES ATIVOS

1.064 LOJAS (LP E FRQ)

7.281 PONTOS MULTIMARCAS

4,6MM DE PARES VENDIDOS NO 2T24

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

14 DE AGOSTO DE 2024
09h00 (BRASÍLIA) / 8h00 (NEW YORK)



VIDEOCONFERÊNCIA EM PORTUGUÊS COM
TRADUÇÃO SIMULTÂNEA PARA O INGLÊS

PREÇO DA AÇÃO E MARKET CAP - AZZA3

13 DE AGOSTO DE 2024

PREÇO POR AÇÃO: R\$ 54,48
MARKET CAP: R\$ 11,2 BI

(*) Nota: Número "Ex-subvenções", conforme destacado na página 5 deste Relatório.

O segundo trimestre de 2024 foi marcante em nossa trajetória. Concluimos, através da fusão com o Grupo Soma, a criação da maior gestora de marcas de moda da América Latina, com faturamento de R\$ 12,7 bilhões e EBITDA de R\$ 1,7 bilhão nos últimos 12 meses. Nosso profundo agradecimento ao Roberto Jatahy e a toda equipe do Grupo Soma. Agora, somamos mais de 24 mil corações que pulsam todos os dias com muita força, criatividade, despertando o desejo de nossos clientes com o objetivo contínuo de geração de valor para todos os nossos stakeholders.

Devido à nossa dedicação, comprometimento, resiliência e espírito aguerrido, aliado à força de nossas marcas e do nosso modelo de negócio, conseguimos manter um saudável crescimento. Mesmo com uma forte base de comparação de mais de 22% no 2T23 vs. 2T22, registramos um aumento de 8,5% em nossa receita bruta no 2T24 vs 2T23.

O Sell-out DTC, que considera os canais de Lojas Próprias, Franquias e E-commerce, alcançou a marca de R\$1,3 bilhão no trimestre, um crescimento de 10,1%, mesmo vindo de um crescimento de +15% do 2T23 em relação ao 2T22.

O canal E-commerce segue apresentando forte performance, com uma variação expressiva de +22,4% no trimestre. A Arezzo&Co tem apresentado contínua evolução nas iniciativas omnichannel, com as ferramentas digitais representando 58,4% do sell-out das lojas físicas no período. Em relação às marcas, os destaques são: Vans, com crescimento de 26% vs 2T23; AR&CO, com crescimento de 13% no período; e a aceleração de crescimento da Anacapri, apresentando variação de +9% versus o ano anterior.

Diante desse grande momento, os últimos meses tiveram atenção importante da alta liderança na estruturação de AZZAS 2154 no que tange o modelo de negócios, governança, estrutura organizacional e priorização de sinergias. A Companhia nasce com quatro verticais de negócios: (i) calçados e bolsas; (ii) vestuário e lifestyle feminino; (iii) vestuário e lifestyle masculino; e (iv) vestuário democrático; bem como robusta estrutura de C-level de áreas de suporte a essas business units.

Com relação à governança, em 31 de julho foi eleito o Conselho de Administração, que conta com membros de notável expertise no mercado: Pedro Parente (chairman), Guilherme Benchimol, Ruy Kameyama, Sylvia de Souza Leão, Anna Chaia, Edison Ticle, José Bologna, Alexandre Birman e Roberto Jatahy e contará com três comitês de suporte: Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças; Comitê de Pessoas e Remuneração; e Comitê de Integração e Estratégia.

Finalmente, gostaríamos de expressar nossa profunda gratidão aos envolvidos nesse intenso processo de construção, cujo resultado teremos o prazer de apresentar em nosso primeiro AZZA 2154 Day, que será no dia 15 de agosto, quinta-feira, na centenária sede da Cia. Hering, na cidade de Blumenau-SC. O evento será uma grande oportunidade para compartilharmos os fundamentos da construção dessa jornada que iniciou em 1880 e irá rumo a 2154!

ALEXANDRE BIRMAN
CEO E CCO AREZZO&CO

PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS 2T24

A partir do 2T24, com o objetivo de iniciar o alinhamento de práticas contábeis entre Arezzo&Co e Grupo Soma, no contexto do Acordo de Associação, cujo fechamento se deu no último 31 de julho, a Companhia adotou uma mudança de critério no reconhecimento contábil das subvenções do benefício de ICMS, o que ocasionou um impacto positivo no lucro líquido de R\$ 42 milhões, referente ao 1S24.

Para garantir a comparabilidade com os números recorrentes reportados no 2T23, a Companhia, nesse relatório, adota como referência os números do 2T24 e 1S24 “Ex-Subvenções”, exceto se indicado de outra forma.

Principais Indicadores Financeiros	2T24	2T24 Recorrente	2T24 Ex Subvenções	2T23 Recorrente	Δ (%) 2T24 x 2T23
Receita Bruta	1.537.419	1.537.419	1.537.419	1.417.020	8,5%
Receita Líquida	1.357.108	1.357.108	1.232.650	1.131.023	9,0%
CMV	(681.460)	(679.963)	(555.505)	(509.825)	9,0%
Depreciação e amortização - Custo	(1.758)	(1.758)	(1.758)	(1.510)	16,4%
Lucro bruto	675.648	677.145	677.145	621.198	9,0%
Margem bruta	49,8%	49,9%	54,9%	54,9%	-
SG&A	(542.317)	(532.216)	(532.216)	(475.383)	12,0%
% Receita	(40,0%)	(39,2%)	(43,2%)	(42%)	(1,2 p.p)
Despesas comerciais	(397.248)	(388.429)	(388.429)	(351.659)	10,5%
Lojas próprias e E-Commerce	(190.421)	(189.171)	(189.171)	(161.395)	17,2%
Venda, logística e suprimentos	(206.827)	(199.258)	(199.258)	(190.265)	4,7%
Despesas gerais e administrativas	(91.925)	(90.643)	(90.643)	(73.154)	23,9%
Outras (despesas) e receitas	3.554	3.554	3.554	335	960,9%
Depreciação e amortização - Despesa	(56.698)	(56.698)	(56.698)	(50.904)	11,4%
EBITDA	191.787	203.385	203.385	198.230	2,6%
Margem EBITDA	14,1%	15,0%	16,5%	17,5%	(1,0 p.p)
Lucro líquido	127.910	135.564	93.608	113.891	(17,8%)
Margem líquida	9,4%	10,0%	7,6%	10,1%	(2,5 p.p)

Nota: No “Recorrente” excluem-se efeitos *one-off*, os quais estão detalhados nos anexos deste relatório.

PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS 1S24

A partir do 2T24, com o objetivo de iniciar o alinhamento de práticas contábeis entre Arezzo&Co e Grupo Soma, no contexto do Acordo de Associação, cujo fechamento se deu no último 31 de julho, a Companhia adotou uma mudança de critério no reconhecimento contábil das subvenções do benefício de ICMS, o que ocasionou um impacto positivo no lucro líquido de R\$ 42 milhões, referente ao 1S24.

Para garantir a comparabilidade com os números recorrentes reportados no 1S23, a Companhia, nesse relatório, adota como referência os números do 2T24 e 1S24 “Ex-Subvenções”, exceto se indicado de outra forma.

Principais Indicadores Financeiros	1S24	1S24 Recorrente	1S24 Ex Subvenções	1S23 Recorrente	Δ (%) 24 x 23
Receita Bruta	2.896.005	2.896.005	2.896.005	2.702.967	7,1%
Receita Líquida	2.429.290	2.429.290	2.304.832	2.156.314	6,9%
CMV	(1.186.785)	(1.181.695)	(1.057.237)	(998.292)	5,9%
Depreciação e amortização - Custo	(3.400)	(3.400)	(3.400)	(2.856)	19,0%
Lucro bruto	1.242.505	1.247.595	1.247.595	1.158.022	7,7%
Margem bruta	51,1%	51,4%	54,1%	53,7%	0,4 p.p
SG&A	(1.002.005)	(986.425)	(986.425)	(895.297)	10,2%
% Receita	(41,2%)	(40,6%)	(42,8%)	(41,5%)	(1,3 p.p)
Despesas comerciais	(724.537)	(710.930)	(710.930)	(656.144)	8,3%
Lojas próprias e E-Commerce	(358.277)	(355.326)	(355.326)	(301.787)	17,7%
Venda, logística e suprimentos	(366.260)	(355.604)	(355.604)	(354.357)	0,4%
Despesas gerais e administrativas	(170.727)	(168.755)	(168.755)	(143.693)	17,4%
Outras (despesas) e receitas	5.347	5.347	5.347	1.476	262,3%
Depreciação e amortização - Despesa	(112.088)	(112.088)	(112.088)	(96.936)	15,6%
EBITDA	355.988	376.658	376.658	362.518	3,9%
Margem EBITDA	14,7%	15,5%	16,3%	16,8%	(0,5 p.p)
Resultado Financeiro	(91.759)	(131.378)	(131.378)	(83.265)	57,8%
Lucro líquido	199.472	214.294	172.338	186.978	(7,8%)
Margem líquida	8,2%	8,8%	7,5%	8,7%	(1,2 p.p)

Nota: No “Recorrente” excluem-se efeitos one-off, os quais estão detalhados nos anexos deste relatório.

BREAKDOWN DA RECEITA BRUTA

RECEITA BRUTA 2T24

Receita Bruta	2T24	Part%	2T23	Part%	Δ	Δ (%) 2T24 x 2T23	2T22	Part%	Δ (%) 2T24 x 2T22
Receita bruta total	1.537.419		1.417.020		120.399	8,5%	1.165.187		31,9%
Mercado externo	142.531	9,3%	141.307	10,0%	1.224	0,9%	129.399	11,1%	10,1%
Mercado interno	1.394.888	90,7%	1.275.713	90,0%	119.175	9,3%	1.035.788	88,9%	34,7%
Por marca									
Arezzo	396.265	28,4%	375.938	29,5%	20.327	5,4%	312.470	30,2%	26,8%
Schutz¹	197.313	14,1%	202.448	15,9%	(5.135)	(2,5%)	181.604	17,5%	8,7%
AR&CO²	373.984	26,8%	332.409	26,1%	41.575	12,5%	251.068	24,2%	49,0%
Anacapri	106.676	7,6%	97.952	7,7%	8.724	8,9%	76.003	7,3%	40,4%
Outros³	320.650	23,0%	266.966	20,9%	53.684	20,1%	214.643	20,7%	49,4%
Por canal									
Franquias	307.729	22,1%	307.077	24,1%	652	0,2%	257.124	24,8%	19,7%
Multimarcas	358.027	25,7%	341.998	26,8%	16.029	4,7%	270.259	26,1%	32,5%
Lojas próprias	365.389	26,2%	326.677	25,6%	38.712	11,9%	269.267	26,0%	35,7%
E-commerce	362.247	26,0%	296.003	23,2%	66.244	22,4%	237.882	23,0%	52,3%
Outros⁴	1.496	0,1%	3.958	0,3%	(2.462)	(62,2%)	1.256	0,1%	19,1%

(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 e BAW.

(3) Inclui as marcas Vans, A. Birman, Alme, TROC, Carol Bassi e Vicenza, 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.

RECEITA BRUTA 1S24

Receita Bruta	1S24	Part%	1S23	Part%	Δ	Δ (%) 1S24 x 1S23
Receita bruta total	2.896.005		2.702.967		193.038	7,1%
Mercado externo	255.049	8,8%	258.615	9,6%	- 3.566	(1,4%)
Mercado interno	2.640.956	91,2%	2.444.352	90,4%	196.604	8,0%
Por marca						
Arezzo	774.053	29,3%	723.893	29,6%	50.160	6,9%
Schutz¹	385.168	14,6%	396.179	16,2%	(11.011)	(2,8%)
AR&CO²	692.932	26,2%	619.762	25,4%	73.170	11,8%
Anacapri	200.544	7,6%	189.147	7,7%	11.397	6,0%
Outros³	588.259	22,3%	515.371	21,1%	72.888	14,1%
Por canal						
Franquias	608.316	23,0%	605.095	24,8%	3.221	0,5%
Multimarcas	679.931	25,7%	677.789	27,7%	2.142	0,3%
Lojas próprias	653.388	24,7%	578.915	23,7%	74.473	12,9%
E-commerce	694.704	26,3%	574.767	23,5%	119.937	20,9%
Outros⁴	4.617	0,2%	7.786	0,3%	(3.169)	(40,7%)

(1) Não inclui receitas provenientes da operação internacional.

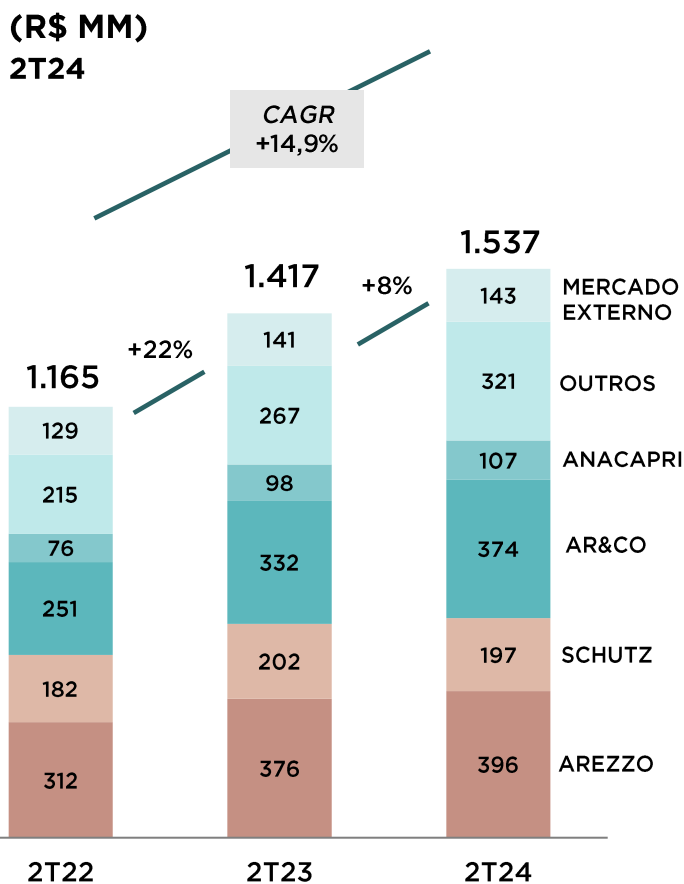
(2) A AR&CO compreende as marcas: Reserva, Reserva Mini, Oficina Reserva, Reserva Go, INK, Simples, Reversa e BAW.

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

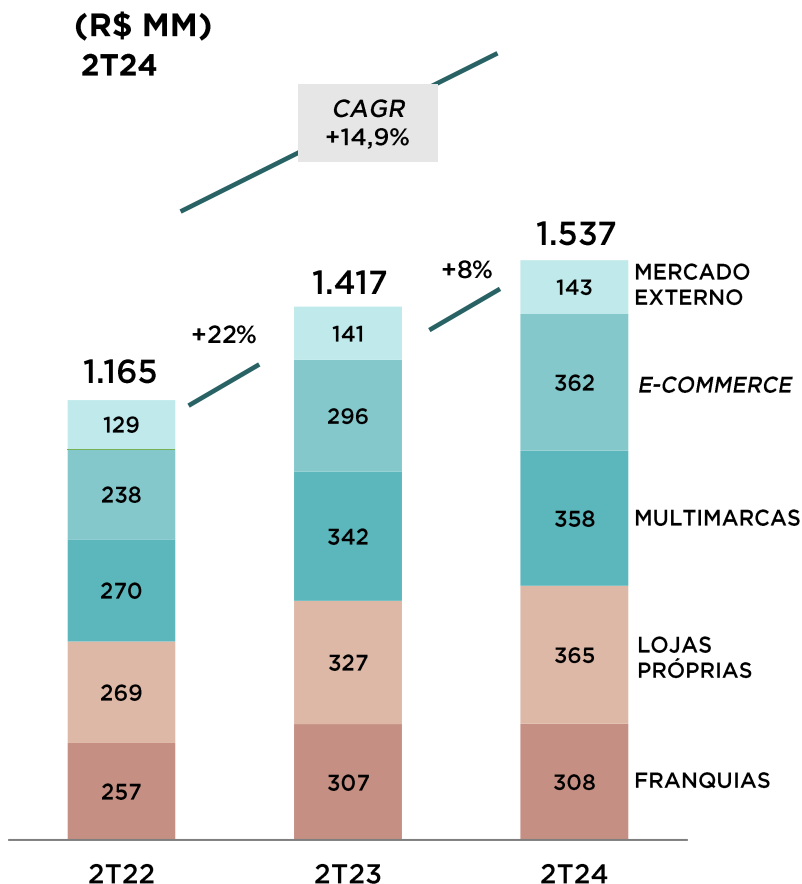
(4) Inclui receitas do mercado interno que não são específicas dos canais de distribuição.

BREAKDOWN DA RECEITA BRUTA 2T24

RECEITA BRUTA MARCAS (R\$ MM) 2T24



RECEITA BRUTA CANAIS (R\$ MM) 2T24



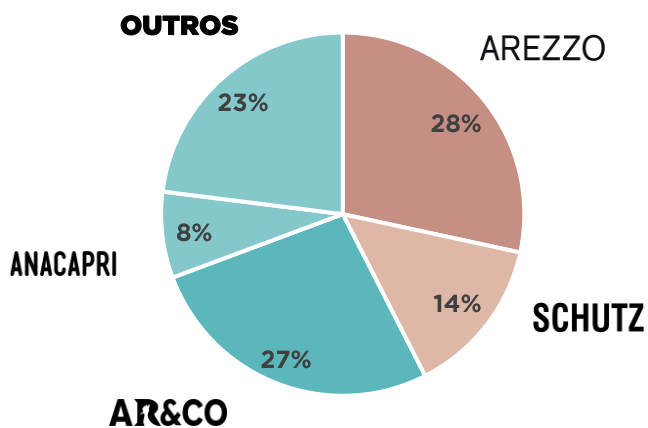
Variação % vs 2T23

- AREZZO +5%
- AR&CO +13%
- OUTROS +20%
- SCHUTZ -3%
- ANACAPRI +9%
- MERCADO EXTERNO +1%

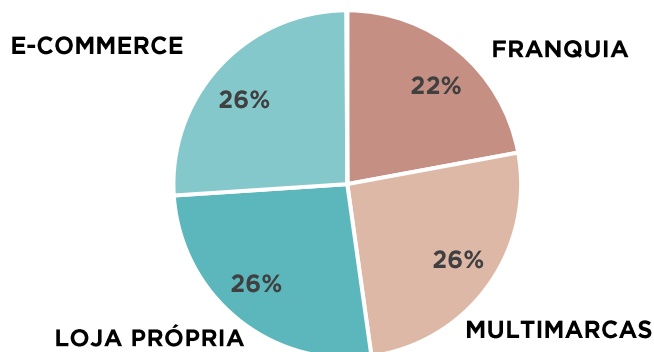
Variação % vs 2T23

- FRANQUIAS 0%
- MULTIMARCAS +5%
- MERCADO EXTERNO +1%
- LOJAS PRÓPRIAS +12%
- E-COMMERCE +22%

MARCA | MERCADO INTERNO 2T24



CANAL | MERCADO INTERNO 2T24



AREZZO
& CO

PRINCIPAIS INDICADORES



INDICADORES OPERACIONAIS 2T24

Resumo de Resultados	2T24	2T23	Δ (%) 2T24 x 2T23
Número de pares vendidos ('000)	4.590	4.408	4,1%
<i>Part. (%)</i>	65,0%	64,7%	0,3 p.p
Número de bolsas vendidas ('000)¹	447	563	-20,6%
<i>Part. (%)</i>	6,3%	8,3%	-2,0 p.p
Número de peças de roupas vendidas ('000)²	2.024	1.837	10,2%
<i>Part. (%)</i>	28,7%	27,0%	1,7 p.p
Número de funcionários³	9.480	7.449	27,3%
Número de lojas⁴	1.064	1.005	6%
Próprias	216	194	11%
Franquias	848	811	5%
Outsourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	82,9%	83,4%	-0,5 p.p
Insourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	17,1%	16,7%	0,4 p.p
Outsourcing Vestuário (% da produção total)	100,0%	100,0%	0,0 p.p
SSS sell-in (franquias)⁵	-4,9%	16,9%	N/A
SSS sell-out (lojas próprias + E-commerce + franquias)⁵	6,5%	10,0%	N/A

(1) Número do 2T23 foi revisado e ajustado.

(2) Número do 2T23 foi revisado e ajustado e considera peças de roupas vendidas pelas marcas AR&CO, Vans, Schutz e Carol Bassi.

(3) Crescimento significativo devido à incorporação de duas novas fábricas, a ZSAP Parobé e ZSAP CE.

(4) Inclui lojas no exterior.

(5) SSS (vendas nas mesmas lojas): as lojas são incluídas nas vendas de lojas comparáveis a partir do 13º mês de operação.

Nota: Resultados incluindo AR&CO.

INDICADORES OPERACIONAIS 1S24

Resumo de Resultados	1S24	1S23	Δ (%) 24 x 23
Número de pares vendidos ('000)	9.244	9.002	2,7%
<i>Part. (%)</i>	65,9%	65,6%	0,3 p.p
Número de bolsas vendidas ('000)¹	961	1.081	-11,1%
<i>Part. (%)</i>	6,8%	7,9%	-1,1 p.p
Número de peças de roupas vendidas ('000)²	3.829	3.630	5,5%
<i>Part. (%)</i>	27,3%	26,5%	0,8 p.p
Número de funcionários³	9.480	7.449	27,3%
Número de lojas⁴	1.064	1.005	6%
Próprias	216	194	11%
Franquias	848	811	5%
Outsourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	82,9%	83,4%	-0,5 p.p
Insourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	17,1%	16,7%	0,4 p.p
Outsourcing Vestuário (% da produção total)	100,0%	100,0%	0,0 p.p
SSS sell-in (franquias)⁵	-5,8%	13,5%	N/A
SSS sell-out (lojas próprias + E-commerce + franquias)⁵	9,2%	13,6%	N/A

(1) Número do 1S23 foi revisado e ajustado.

(2) Número do 1S23 foi revisado e ajustado e considera peças de roupas vendidas pelas marcas AR&CO, Vans, Schutz e Carol Bassi.

(3) Crescimento significativo devido à incorporação de duas novas fábricas, a ZSAP Parobé e ZSAP CE.

(4) Inclui lojas no exterior.

(5) SSS (vendas nas mesmas lojas): as lojas são incluídas nas vendas de lojas comparáveis a partir do 13º mês de operação.

Nota: Resultados incluindo AR&CO.

PERFORMANCE DAS MARCAS



SCHUTZ | ON FIRE | @BRUNAMARQUEZINE

AREZZO
& CO

A marca Arezzo alcançou receita bruta no Brasil de R\$396 milhões no 2T24, crescimento de 5,4% vs 2T23, mesmo sobre uma sólida base de comparação de +20,3% no 2T23 vs 2T22.

Destaque para os canais de e-commerce e multimarcas, com crescimento de 24,2% e 16,9%, respectivamente, em relação ao 2T23.

O segundo trimestre foi marcado por apostas assertivas de produto e um robusto calendário de ativações e ações comerciais que se mostraram aderentes à demanda das consumidoras da marca.

O período de mães teve recorde de sell out: foram R\$ 167 milhões e 500 mil itens vendidos em 26 dias. O sábado que antecedeu a data foi o maior dia de faturamento da história da Arezzo.

Outro grande marco no trimestre foi a inauguração da flagship do Shopping Iguatemi Faria Lima, com novo projeto arquitetônico, que entrega a melhor experiência para as clientes, e desde a sua reabertura, em 25 de Abril, teve expansão de vendas em 12% vs 2023.

SCHUTZ

AREZZO &CO

A marca Schutz registrou receita bruta no Brasil de R\$197 milhões no 2T24, com retração de 2,5% vs 2T23. Vale pontuar a base de comparação de +11,5% no 2T23 vs 2T22. O canal multimarcas cresceu 8,0% vs 2T23.

Avanços foram feitos nos pilares de reformulação da marca - branding, comunicação, produto e estratégia. A virada se dará a partir de agosto, no lançamento da campanha de verão 2025 com a new Schutz Girl Bruna Marqueline.

No trimestre, destaque para o resgate do protagonismo de bolsas, com a categoria representando 30% do sell out total do 2T24.

O lançamento da coleção de resort em junho - mês marcado por remarcações - se mostrou aderente ao desejo das consumidoras e conectado com o novo posicionamento da marca, de modo que houve redução de -5p.p. nas vendas com mark-down e de -10p.p. do desconto médio versus 2023.

A loja do Shopping JK Iguatemi, uma ilha de excelência, passou por retrofit e teve a inclusão da categoria de vestuário. Apontando o caminho a ser seguido, a loja angariou no DTC crescimento de 12% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior.

A marca tem grandes planos em execução, como o novo projeto arquitetônico, estratégia de comunicação de marca, squad de influenciadoras e o melhor da experiência Schutz.

SCHUTZ | ON FIRE | @BRUNAMARQUEZINE

As marcas da AR&Co continuam demonstrando performance consistente, com uma receita bruta de R\$374 milhões. Esse resultado representa um crescimento de 12,5% vs o 2T23, frente a uma base robusta de +32,4% no 2T23 vs 2T22. Entre os canais, destaca-se o desempenho do e-commerce e de lojas próprias, que cresceram 19% vs o ano anterior.

Em abril, houve o lançamento do modelo R-Broox - sneaker autêntico, com design dos anos 90 e muito conforto e estilo. As vendas, já no primeiro mês, ultrapassaram R\$ 1 milhão.

Outro marco do trimestre foi o lançamento da Linha Baby Paternidade, em collab com a Safety1st, com foco nos momentos pai e filho.

De maio a junho, a atenção foi voltada para a campanha de Dia dos Namorados - Mania de Você, com a participação especial de casais portadores de deficiência auditiva. No período da campanha, as vendas aumentaram 20% vs o ano anterior.

ANACAPRI

A marca Anacapri registrou receita bruta de R\$106,6 milhões, crescimento de 8,9% vs o 2T23, sobre uma forte base de comparação de +28,9% no 2T23 vs o 2T22.

Destaque para os canais e-commerce, com expansão de 37,0% vs 2T23 e multimarcas, com crescimento de +10,3% vs 2T23.

A marca segue apostando numa estratégia focada no digital e na omnicanalidade, refletindo na expansão das vendas no e-commerce.

A transição para o verão se mostrou positiva com a entrada coleção de resort. Em junho, o sell out da marca teve crescimento de 8,3% em relação ao ano anterior, sobre um histórico de +32,5% de Jun/23 vs Jun/22.

A Estação Anacapri segue sendo um case de sucesso, a loja modelo replicável da marca registrou sell out de R\$ 1,3 milhões no período e crescimento de 63% vs 2T23.



A marca Alexandre Birman alcançou receita global de R\$62,7 milhões. No mercado interno o crescimento foi de 8,6% vs 2T23, mesmo sobre forte base de comparação de +34,0% no 2T23 vs 2T22. O canal de lojas próprias apresentou expansão de 18,2% vs o 2T23.

Um marco do 2T24 foi a reabertura da loja no Shopping Bal Harbour em Miami, sendo a segunda loja própria da marca nos Estados Unidos e a primeira de origem brasileira no concorrido centro de compras de luxo.

Reforçando seu posicionamento de marca global e conquistando os holofotes da moda internacional, esteve presente no 77º Festival Internacional de Cinema de Cannes, vestindo celebridades com suas peças icônicas

A coleção "Pre Fall" foi lançada em junho e apresentou resultados positivos, impulsionando o sell out da marca no mês, com crescimento de 19,1% vs 2023 e 65% dos produtos classificados como best-sellers.

Nesse trimestre, a marca Vans apresentou crescimento de receita bruta de 26,0% vs 2T23. Todos os canais registraram crescimento em comparação com o ano anterior, com destaque para os canais de franquias (+95,6%) e e-commerce (+41,5%).

Seguindo com o plano de expansão, a marca realizou a abertura de 3 lojas: Outlet Imigrantes (em Abril), SP Market e Shopping Light (em Junho), ampliando sua presença no estado de São Paulo.

A campanha de mães - Mama off the wall, gerou sell out de R\$ 36,4 milhões para a marca. A campanha de Namorados trouxe destaque para modelos como Sport Low e Knu Skool Mid.

Nesse período também foram lançados o AVE 2.0, produto assinado por um skatista renomado da Vans, o BMX Peak, focado na categoria de BMX, o Neo VR3, modelo feito de materiais sustentáveis e que reforça a franquia Ultrarange, assim como o Knu Skool, que segue sendo best seller para a marca, com giro chegando a 80%.

No 2T24, a marca Carol Bassi se destacou principalmente pela performance no canal de lojas próprias, com crescimento de sell out de +15% vs o 2T23

O lançamento em abril da 5ª collab Carol Bassi & Maria Rudge foi um grande sucesso. No período da campanha, a marca cresceu receita bruta em 40% vs 2023, com ganho de margem e o canal e-commerce teve recorde de vendas, com um crescimento 30% vs o 2023.

A coleção Ícones 10 anos, desenvolvida em celebração aos 10 anos da marca, continua apresentando boa performance e as releituras serão lançadas mensalmente durante este ano, através de campanha estrelada pela Isabella Fiorentino.

A loja de Goiânia, inaugurada no final de Abril, se destaca com fortes vendas e grande aderência do público na praça. A expansão e abertura de novas praças segue como principal pilar de crescimento para os próximos anos.

NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

AREZZO & CO

Os negócios internacionais da Arezzo&Co foram impactados pelo contexto volátil no wholesale. A operação norte americana apontou receita bruta de R\$ 142 milhões, estável vs 2T23. Por outro lado, houve a continuidade dos avanços na rentabilidade com melhoria de 2,5 p.p. na margem EBITDA em relação ao 2T23.

No trimestre, a marca Arezzo segue expandindo e já representa 9,7% do faturamento total em solo norte-americano. A recente internacionalização da Arezzo tem se confirmado como uma aposta assertiva. Grande destaque para o lançamento global da campanha de primavera protagonizada por Gisele Bündchen, com um plano de marketing assertivo.

A marca Paris Texas, por sua vez, registrou evolução das vendas no canal e-commerce, com crescimento de 205% vs 2T23.



PERFORMANCE DOS CANAIS

AREZZO
&CO



DESTAQUES OMNICANALIDADE NO 2T24

1. VENDAS E-COMMERCE

RECEITA 1T24: **R\$ 362 MILHÕES** (+22,3% vs 2T23)

TRÁFEGO TOTAL: **101 MILHÕES** (+29,5% vs 2T23)

RECEITA TOTAL DOS APPS: **R\$98 MILHÕES** (+44,0% vs 2T23)

TICKETS DO E-COMMERCE: **+3,1%** vs 2T23

PARTICIPAÇÃO TOTAL DOS APPS NA RECEITA DO E-COMMERCE: **31,1%**

2. VENDAS OMNICANAL

PARTICIPAÇÃO DO DIGITAL NO SELL OUT
DAS LOJAS FÍSICAS: **58,4%**

RECEITA DE RETIRE E ENTREGUE PELA LOJA:
R\$75,6 MILHÕES (+39,3% vs 2T23)

3. CRM

CRESCIMENTO NA BASE DE CLIENTES
ATIVOS: **+7,7%** vs 2T23

QUANTIDADE DE CLIENTES OMNI: **+8,8%** vs 2T23

24,2% DOS CLIENTES COMPRAM NO
CANAL ONLINE;

11,4% DOS CLIENTES SÃO OMNI;



CANAIS

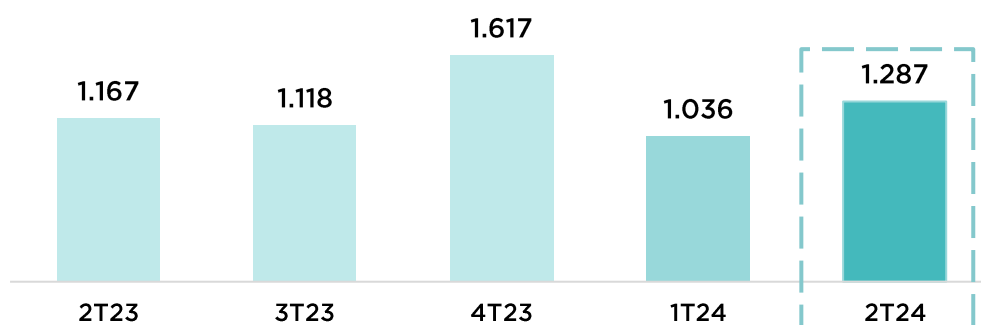
SELL OUT – FRANQUIAS, LOJAS PRÓPRIAS E E-COMMERCE

O **sell out DTC** (Lojas Próprias + Franquias + E-Commerce), alcançou **R\$1,3 bilhão** no 2T24, sendo R\$324 milhões de lojas próprias (+12,0%), R\$ 622 milhões de franquias (+4,5%), e R\$ 339 milhões do e-commerce (+20,1%), representando um **crescimento total de 10,1%** vs o 2T23.

O canal digital deu continuidade à forte performance apresentada nos últimos períodos e apresentou expansão de 20,1% no 2T24 vs o 2T23. Já as lojas físicas (franquias + lojas próprias) registraram crescimento de 7,0% no 2T24 vs o 2T23.

CRESCIMENTO SELL OUT AREZZO&CO + AR&CO (FRANQUIAS, LOJAS PRÓPRIAS E E-COMMERCE)

% VS ANO ANTERIOR



CRESCIMENTO DE 10,1% SOBRE BASE DE COMPARAÇÃO DE +15% EM 23 vs 22

R\$1,3BI
SELL OUT DTC
NO 2T24

10,1%
CRESCIMENTO
DE SELL OUT
vs 2T23

MONOMARCA – FRANQUIAS E LOJAS PRÓPRIAS

Os canais físicos monomarca da Arezzo&Co apresentaram resultados sólidos no 2T24, com crescimento de 6,2% vs o 2T23. O canal de franquias (sell in) registrou faturamento de R\$ 308 milhões, aumento de 0,2% vs 2T23. Já o canal de lojas próprias (sell out) totalizou R\$ 365 milhões de receita bruta, registrando crescimento de 11,9% em relação ao mesmo período do ano anterior.

MULTIMARCAS

No 2T24, o canal multimarcas atingiu receita de R\$ 358 milhões, apresentando um aumento de 4,7% em relação ao 2T23.

Neste trimestre, as marcas da Companhia foram distribuídas através de 7.281 portas (sem overlap), redução de 6,1% ante o 2T23 e de 4,0% vs o 1T24.

E-COMMERCE

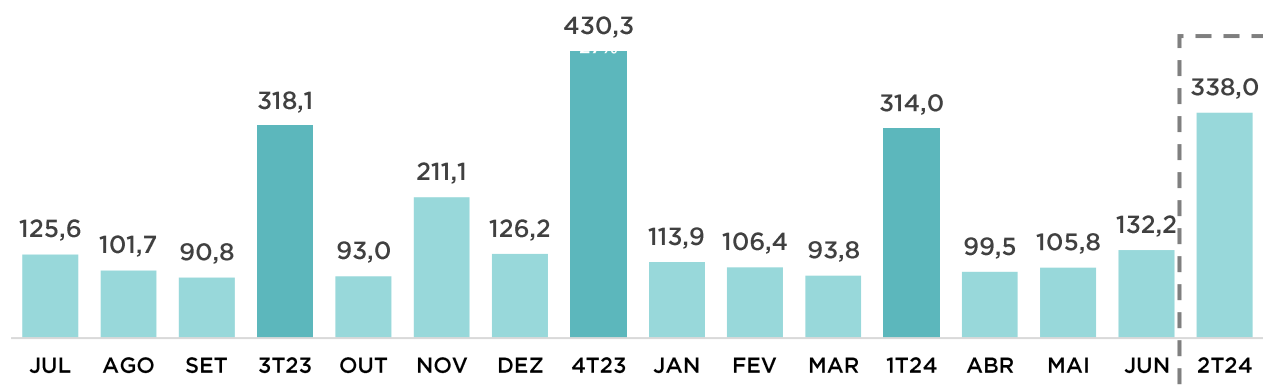
O canal de E-commerce da Companhia vem apresentando crescimento sólido e contínuo ao longo dos trimestres. No 2T24, o canal registrou forte crescimento de 22,4% versus o 2T23, totalizando R\$ 362 milhões de receita bruta.

As vendas através dos aplicativos das marcas da Arezzo&Co seguem em constante expansão e cresceram 44,0% no segundo trimestre, representando 31,1% das vendas na web. Os APPs somaram 1,6 milhão de downloads no período.

EVOLUÇÃO SELL OUT E-COMMERCE

Arezzo&CO e AR&Co

Valores em R\$ MM



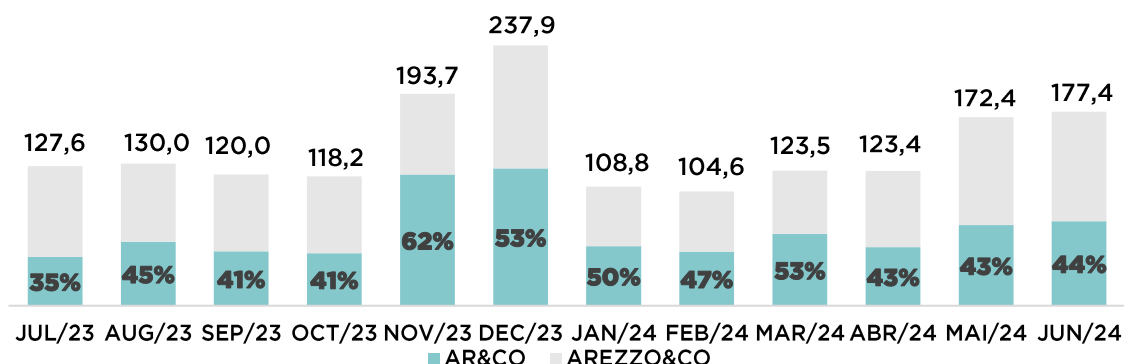
TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

No 2T24, as vendas que ocorreram através de algum meio digital totalizaram R\$735 milhões de receita sell out. As vendas realizadas através do e-commerce, ferramentas omnichannel ou APP da vendedora representaram 58,4% do sell out das lojas físicas no período. As ferramentas digitais “entregue pela loja” e “retire na loja” seguiram a tendência de expansão e atingiram juntas crescimento de 39,6% no 2T24 vs 2T23, representando 8,2% do sell out das lojas físicas.

RECEITA DIGITAL GRUPO AREZZO&CO

Receita Ferramentas Digitais + APP da Vendedora (Proprietário)

Valores em R\$ MM



R\$1,4BI

SELL OUT E-COMMERCE
LTM

R\$2,8BI

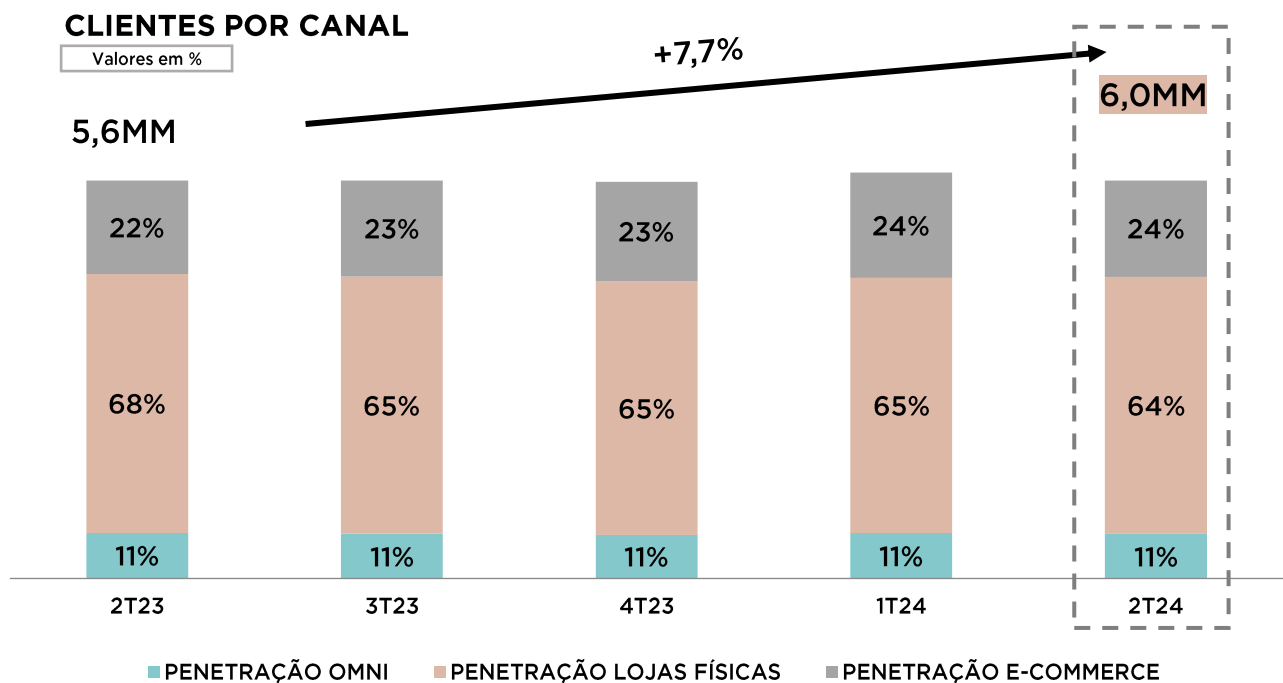
RECEITAS FERRAMENTAS
DIGITAIS
LTM

R\$4,2BI

SELL OUT E-COMM +
FERRAMENTAS DIGITAIS
LTM

BASE ATIVA DE CLIENTES

- A base ativa de clientes (CPFs com compras nos últimos 12 meses) da Arezzo&Co totalizou **6,0 milhões** no trimestre, expansão de **7,7%** vs 2T23;
- A **captação** de novos clientes do 2T24 representou **19,5%** da base ativa, a **retenção** **23,3%** e a **reativação** **9,8%**;
- **24,2%** dos clientes da Arezzo&Co compram no canal online;
- **11,4%** dos clientes são omnichannel (compram no físico e no online);
- A quantidade dos clientes OMNI cresceu **8,8%** vs o 2T23;
- O **cliente OMNI** apresentou **frequência de compra de 3,8x**, **90%** acima da média geral da Arezzo&Co.



REDE MONOMARCA

A Companhia encerrou o segundo trimestre de 2024 com **1.064 lojas**, sendo 1.054 no Brasil e 10 no exterior, considerando todas as marcas do grupo.

Ao longo do 2T24, a rede da Arezzo&Co apresentou variação líquida positiva de 15 lojas, com expansão de 6 lojas Anacapri, 4 da AR&Co, 3 da Vans e 3 da Arezzo.

Histórico de lojas	2T23	3T23	4T23	1T24	2T24	Δ 2T24 x 1T24
Área de venda^{1,3} - Total (m²)	69.458	69.860	73.960	73.620	74.522	1,2%
Área de venda - franquias (m ²)	48.848	49.306	50.847	50.442	50.648	0,41%
Área de venda - lojas próprias ² (m ²)	20.610	20.554	23.113	23.178	23.874	3,0%
Total de lojas no Brasil	993	993	1.052	1.039	1.054	15
Arezzo	444	439	445	439	442	3
Schutz	81	81	81	77	75	-2
Anacapri	232	235	254	249	255	6
Alme	2	2	3	3	3	0
Vans	36	37	41	41	44	3
AR&CO	182	184	207	209	213	4
My Shoes	1	-	-	0	0	0
Alexandre Birman	11	11	13	13	13	0
Carol Bassi	3	4	7	7	8	1
Vicenza	1	0	1	1	1	0
Total de lojas no Exterior	12	12	10	10	10	0
Número de franquias	6	6	6	6	6	0
Número de lojas próprias ⁴	6	6	4	4	4	0

(1) Inclui metragens das lojas no exterior.

(2) Inclui lojas do tipo *Outlets*.

(3) Inclui metragens de lojas ampliadas.

(4) Inclui 2 lojas da marca Schutz sendo (i) Miami no Shopping Aventura, e (ii) Nova York no Soho. Inclui também 2 lojas da marca Alexandre Birman sendo (i) Nova York na Madison Avenue e (ii) Miami no Shopping Bal Harbour.

Nota: Total de lojas no Brasil inclui Franquias e Lojas Próprias.

INDICADORES FINANCEIROS

AREZZO
& CO

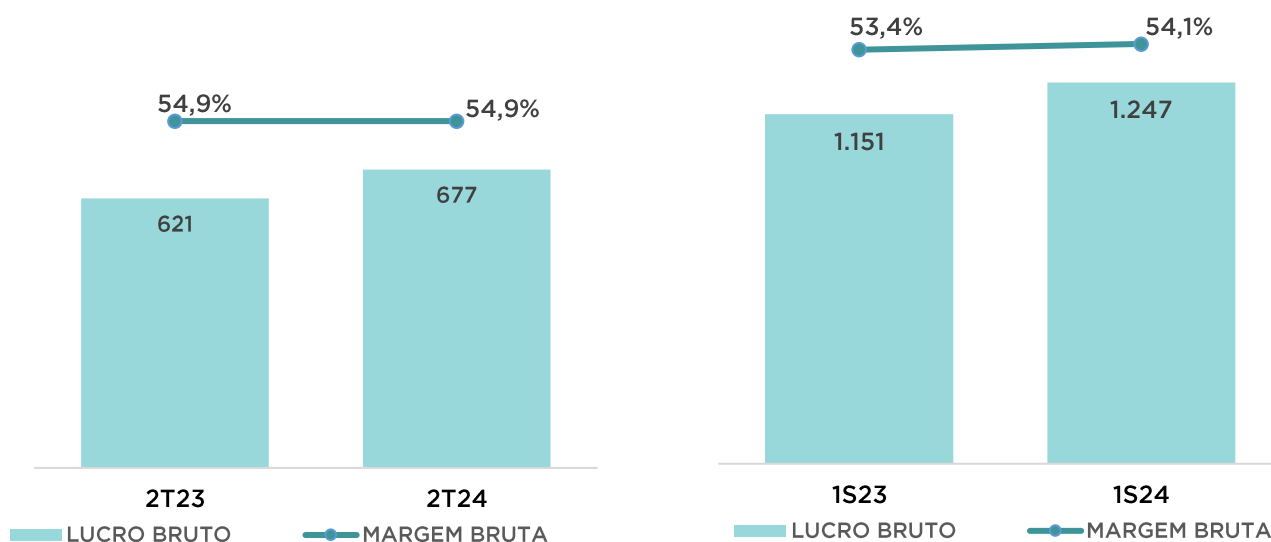


LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA

No 2T24, a Companhia apresentou lucro bruto de R\$677 milhões, expansão de 9,0% versus o 2T23 e uma margem bruta de 54,9%, estável versus o ano anterior.

A margem bruta do trimestre foi positivamente impactada pelo aumento da representatividade dos canais B2C – lojas próprias e e-commerce – no mix de receita no mercado interno, os quais passaram a representar 52,2% da receita, em comparação a 48,8% no 2T23. Por outro lado, foi negativamente impactada pela contração da margem bruta da operação americana (ARZZ), que apresentou variação negativa de 370 bps no mesmo período, devido, principalmente, ao mix de marcas e canais.

Valores em R\$ MM

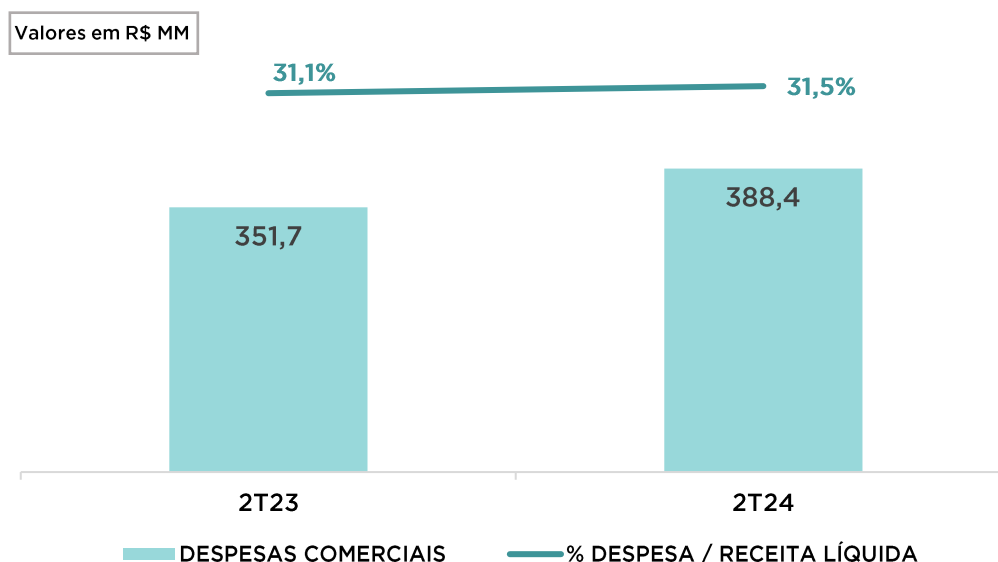


DESPESAS OPERACIONAIS RECORRENTES

Despesas Comerciais Recorrentes

No 2T24, as despesas comerciais recorrentes da Arezzo&Co totalizaram R\$388 milhões, crescimento de 10,5% vs 2T23, principalmente devido ao incremento nas Despesas de lojas próprias e e-commerce:

- i. As despesas de lojas próprias e e-commerce (canais de sell-out) totalizaram R\$189 milhões, um aumento de 17,2% no trimestre. Dentre os principais motivos da variação, destacam-se a expansão do canal de lojas próprias, com a abertura de 24 novas lojas (9 Arezzo&Co e 15 AR&CO) vs o 2T23, impactando as despesas com pessoal e custos relacionados à operação, tais como o CTO e frete sobre vendas. Além disso, devido ao bom desempenho do canal e-commerce no período, as despesas com marketing de performance apresentaram aumento na mesma comparação.
- i. As despesas de Vendas, Logísticas e Suprimentos totalizaram R\$199 milhões, um aumento de 4,7%, explicado principalmente por maiores investimentos estratégicos na marca Schutz.



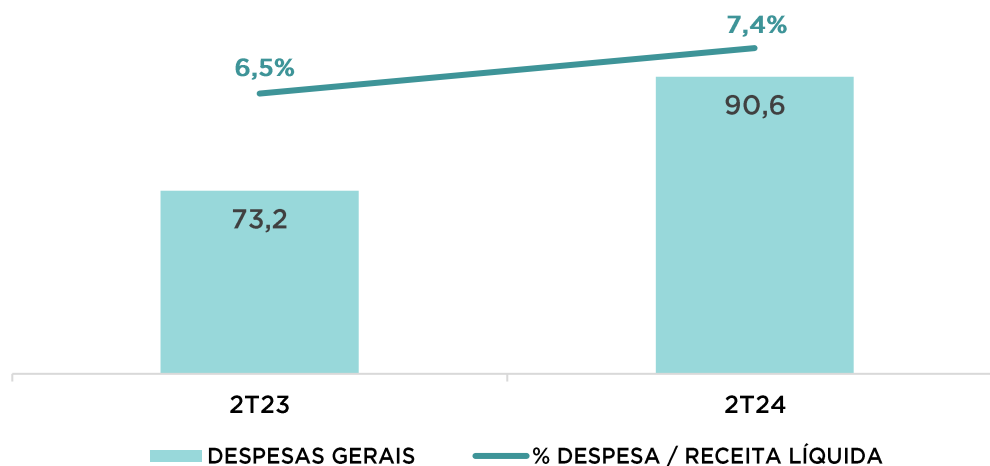
DESPESAS OPERACIONAIS RECORRENTES

Despesas Gerais e Administrativas Recorrentes

As despesas gerais e administrativas recorrentes totalizaram R\$91 milhões no segundo trimestre do ano, um incremento de 23,9% vs o 2T23, em função de maiores investimentos em estruturação da Companhia no contexto do Acordo de Associação, da contratação de novos executivos e de investimentos estratégicos.

Por essas razões, a principal variação ocorreu em Gente Direto (+R\$ 11 milhões), seguido por viagens e locomoção (+R\$ 2,1 milhões) e tecnologia e telecomunicações (+R\$ 1,2 milhão).

Valores em R\$ MM



DESPESAS OPERACIONAIS RECORRENTES

Análise SG&A	2T24 Recorrente	2T23 Recorrente	Δ (%) 24 x 23
SG&A Total	475.521	424.477	12,0%
Fixo	211.154	190.571	10,8%
Eventuais¹	79.476	67.618	17,5%
Variáveis¹	217.054	195.444	11,1%
Arrendamento	(32.163)	(29.156)	10,3%

(1) O número do 2T23 reflete reclassificação entre linhas ocorrida a partir do 1T24.

Despesas Fixas, Variáveis e Eventuais

Visando a maior transparência na estrutura de SG&A da Companhia, a partir do 2T23, a Arezzo&Co passou a divulgar a análise das despesas considerando o *breakdown* entre fixas, variáveis e eventuais.

No 2T24, as despesas da Companhia – desconsiderando depreciação e amortização – totalizaram R\$475 milhões, uma variação de 12% vs o mesmo período de 2023.

- i. Fixas: despesas como gente, benefícios, tecnologia, aluguéis fixos, IPTU, condomínios, energia elétrica e afins.
- ii. Eventuais: despesas com características de curto prazo, que podem ser gerenciadas com agilidade, como consultorias, viagens, lançamentos e eventos.
- iii. Variáveis: despesas impactadas diretamente pelas vendas, como: frete e devoluções, comissões, embalagens, aluguel complementar, *royalties* e marketing digital.

As despesas fixas apresentaram incremento de 10,8% no trimestre, em função de maiores investimentos em estruturação da Companhia no contexto do Acordo de Associação, da contratação de novos executivos e de investimentos estratégicos.

Nas despesas eventuais, o aumento foi de 17,5%. Dentre os impactos, destacam-se despesas com marketing, especialmente com o Projeto Schutz30.

Vale ressaltar que as despesas variáveis cresceram 11,1% no período, devido ao bom desempenho do canal de e-commerce, gerando aumento de gastos com marketing digital e fretes.

EBITDA E MARGEM EBITDA

O EBITDA recorrente da Companhia totalizou R\$203 milhões no 2T24, crescimento de 2,6% vs o 2T23, com margem EBITDA de 16,5%, retração de 100 bps vs o mesmo período do ano anterior.

Dentre os principais fatores que contribuíram para essa variação, destaca-se a maior pressão de despesas no mercado interno, em função de maiores investimentos em estruturação da Companhia no contexto do Acordo de Associação, da contratação de novos executivos e de investimentos estratégicos.

É válido ressaltar a forte margem EBITDA recorrente no 2T23, o maior nível daquele ano, como resultado de mudanças estruturais no portfólio de marcas (Fiever e Myshoes) e reestruturação de áreas corporativas, que resultaram em melhora de eficiência operacional e maior rentabilidade naquele período.

Por outro lado, a operação internacional ARZZ apresentou expansão de margem EBITDA de 2,5p.p., atingindo 5,0% no 2T24, como resultado da estratégia da Companhia em priorizar a melhora da rentabilidade no mercado externo.

	EBITDA 2T24				EBITDA 2T23				Comparação 2T24 vs. 2T23		
	Arezzo&Co	Brasil	ARZZ US	Var. Br x ARZZ US	Arezzo&Co	Brasil	ARZZ US	Var. Br x ARZZ US	Arezzo&Co	Brasil	ARZZ US
Receita Líquida	1.232,7	1.106,0	126,7	773,0%	1.131,0	1.007,9	123,1	718,7%	9,0%	9,7%	2,9%
Lucro Bruto	678,4	618,3	60,1	928,7%	622,4	559,4	62,9	788,9%	9,0%	10,5%	-4,5%
Mg. Bruta	55,0%	55,9%	47,4%	8,5pp	55,0%	55,5%	51,1%	4,4pp	0,0pp	0,4pp	-3,7pp
EBITDA Recorrente	203,4	197,0	6,4	N/A	198,2	195,1	3,2	N/A	2,6%	1,0%	100,8%
Mg. EBITDA Recorrente	16,5%	17,8%	5,0%	12,8pp	17,5%	19,4%	2,6%	16,8pp	-1,0pp	-1,5pp	2,5pp

Notas: No 2T24, considera-se os valores "Ex-subsvenções" e ARZZ International considera receitas provenientes do mercado externo (exportações e operação própria nos Estados Unidos e na Europa).

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

LUCRO LÍQUIDO E MARGEM LÍQUIDA

A Companhia apresentou lucro líquido de R\$ 93 milhões no segundo trimestre, redução de 17,8% vs o 2T23 e margem líquida de 7,6% (-250bps).

O lucro líquido foi impactado negativamente pela maior alíquota efetiva de IRPJ e CSLL na comparação do 2T24 vs 2T23. Isso foi resultado do fato de que no 2T23 houve distribuição de Juros sobre Capital Próprio, o que gerou um benefício fiscal que reduz a alíquota efetiva do período. No 2T24, no entanto, não houve anúncio de distribuição de JCP.

ROIC - RETORNO SOBRE O CAPITAL INVESTIDO

O retorno sobre o capital investido (ROIC) recorrente - ou seja, desconsiderando o ágio proveniente das últimas aquisições da Arezzo&Co, bem como créditos extemporâneos e elementos de caráter não recorrente - atingiu 25,1%.

O ROIC recorrente foi impactado positivamente pelo crescimento de 20,5% no NOPAT do período, em comparação com 2023. Em contrapartida, o indicador foi afetado negativamente pelo maior capital empregado.

Resultado Operacional	2T24 Contábil	2T24 Recorrente	2T23 Contábil	2T23 Recorrente	Δ 24 x 23 Ajust. (%)
EBIT (LTM)	568.990	586.422	496.345	528.928	10,9%
+ IR e CS (LTM)	56.644	58.120	6.393	5.822	898,3%
NOPAT (LTM)	625.634	644.542	502.738	534.750	20,5%
Capital de giro¹	1.066.463	1.022.460	1.102.638	1.094.279	(6,6%)
Contas a receber	963.304	963.304	781.486	781.486	23,3%
Estoques	968.239	881.190	864.459	856.100	2,9%
Fornecedores	(744.981)	(744.981)	(483.389)	(483.389)	54,1%
Outros	(120.100)	(77.054)	(59.919)	(59.919)	28,6%
Ativo permanente	2.455.569	1.133.395	2.377.950	1.180.575	(4,0%)
Outros ativos de longo prazo²	483.926	483.926	213.430	213.430	126,7%
Capital empregado	4.005.959	2.639.781	3.694.018	2.488.285	6,1%
Média do capital empregado³	3.849.989	2.564.033	3.055.713	2.035.724	26,0%
ROIC⁴	16,3%	25,1%	16,5%	26,3%	

(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.

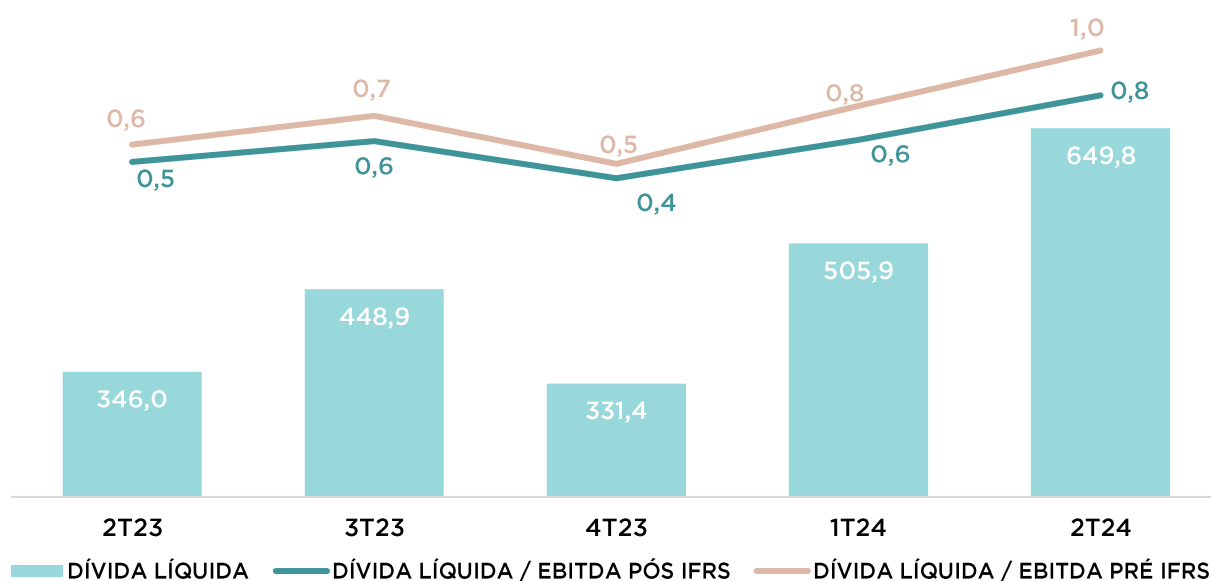
POSIÇÃO DE CAIXA E ENDIVIDAMENTO

A posição de caixa no final do 2T24 foi de R\$563 milhões, com dívida bruta de R\$1,2 bilhão. Desta forma, a Companhia encerrou o trimestre com dívida líquida de R\$ 649 milhões.

Com isso, a alavancagem líquida, considerando o EBITDA pós IFRS, apresentou aumento marginal de 0,6x no 1T24 para 0,8x no 2T24.

Posição de Caixa e Endividamento	2T24	1T24	4T23
Caixa e Equivalentes de Caixa	562.697	592.806	749.714
Dívida total	1.212.509	1.098.748	1.081.124
Curto prazo	823.049	747.452	882.205
% dívida total	67,9%	68,0%	81,6%
Longo prazo	389.460	351.296	198.919
% dívida total	32,1%	32,0%	18,4%
Dívida Líquida	649.812	505.942	331.410
Dívida Líquida/EBITDA pós IFRS	0,8x	0,6x	0,4x
Dívida Líquida/EBITDA pré IFRS	1,0x	0,8x	0,5x

Evolução da dívida líquida e alavancagem



INVESTIMENTOS - CAPEX

No 2T24, o CAPEX totalizou R\$66,8 milhões, uma redução de 10,4% em relação ao mesmo período do ano anterior, devido principalmente à variação negativa de 38% na linha de Lojas - Expansão.

Lojas

- Investimentos concentrados em aberturas de novas lojas (2 Vans, 3 Schutz, 1 Alexandre Birman, 1 Carol Bassi, 2 Simples, 1 Reserva, 3 Oficina, 1 Baw e 1 Mini).
- Reformas em lojas da Arezzo, Reserva, Oficina, Vans e Schutz.

Corporativo

- Investimentos na área de tecnologia: squads de dados & inovação e integração de canais.
- Investimentos em integração: operação de incorporação com o Grupo Soma.

Outros

- Aquisição de máquinas para a fábrica nova do Ceará.
- Investimentos no showroom da Paris Texas na Itália.

Sumário de investimentos	2T24	2T23	Δ 2T24 x 2T23 (%)
CAPEX total	66.795	74.524	(10,4%)
Lojas - expansão e reformas	19.861	31.955	(37,8%)
Corporativo	32.808	36.023	(8,9%)
Outros	14.126	6.546	115,8%

ANEXOS



BALANÇO PATRIMONIAL

Ativo	2T24	1T24	2T23
Ativo circulante	2.843.934	2.676.632	2.690.403
Caixa e equivalentes de caixa	53.885	53.035	73.466
Aplicações financeiras	508.813	539.771	608.572
Investimentos financeiros derivativos	52.921	1.044	0
Contas a receber de clientes	963.304	902.621	781.486
Estoques	968.239	920.200	864.459
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	34.538	18.971	25.282
Outros Impostos a recuperar	131.400	145.327	231.709
Outros créditos	130.834	95.663	105.429
Ativo não circulante	3.158.876	3.046.915	2.744.660
Realizável a longo Prazo	649.429	582.906	285.974
Contas a receber	2.854	5.903	2.590
Imposto de renda e contribuição social diferidos	219.380	185.962	153.279
Depósitos judiciais	140.047	140.545	104.945
Impostos a recuperar	274.929	243.504	15.432
Outros valores a receber	12.219	6.992	9.728
Propriedades para Investimento	4.192	4.192	4.193
Imobilizado	863.457	845.792	850.095
Intangível	1.587.920	1.565.200	1.523.662
Instrumentos financeiros - derivativos	53.878	48.825	80.736
Total do ativo	6.002.810	5.723.547	5.435.063

Passivo	2T24	1T24	2T23
Passivo circulante	1.986.196	1.872.091	1.703.159
Empréstimos e financiamentos	823.049	747.452	642.492
Arrendamento	96.841	94.482	97.480
Fornecedores	744.981	647.535	483.389
Outras obrigações	321.325	382.622	479.798
Passivo não circulante	929.229	893.995	926.218
Empréstimos e financiamentos	389.460	351.296	385.533
Outras obrigações	171.079	172.230	61.365
Arrendamento	368.690	370.469	394.957
Outros valores a pagar	0	0	2.801
Impostos Diferidos	0	0	826
Instrumentos financeiros - derivativos	0	0	80.736
Patrimônio líquido atribuível aos acionistas controladores	3.069.791	2.940.189	2.783.100
Capital social	1.738.229	1.738.229	1.738.229
Reserva de capital	151.372	149.169	168.410
Reservas de lucros	999.599	999.599	720.201
Ajuste de avaliação patrimonial	-21.927	-19.908	-7.507
Resultado do período	202.518	73.100	163.767
Total do patrimônio líquido	3.087.385	2.957.461	2.805.686
Participação de não controladores	17.594	17.272	22.586
Total do passivo e patrimônio líquido	6.002.810	5.723.547	5.435.063

DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

DRE	2T24	2T23	Var.%
Receita operacional líquida	1.357.108	1.131.023	20,0%
Custo dos produtos vendidos	(681.460)	(516.509)	31,9%
Lucro bruto	675.648	614.514	9,9%
Receitas (despesas) operacionais:	(542.317)	(489.046)	10,9%
Comerciais	(441.629)	(401.330)	10,0%
Administrativas e gerais	(104.242)	(88.527)	17,8%
Outras receitas operacionais, líquidas	3.554	811	338,2%
Lucro antes do resultado financeiro	133.331	125.468	6,3%
Resultado Financeiro	(44.138)	(43.674)	1,1%
Lucro antes do IR e CS	89.193	81.794	9,0%
Imposto de renda e contribuição social	38.717	18.668	107,4%
Corrente	5.299	(8.835)	-160,0%
Diferido	33.418	27.503	21,5%
Lucro líquido do período	127.910	100.462	27,3%
Resultado atribuído aos:			
Acionistas controladores	129.418	100.382	28,9%
Acionistas não controladores	(1.508)	80	-1985%
Lucro líquido do período	127.910	100.462	27,3%

RECONCILIAÇÃO EBITDA

As reconciliações do EBITDA e do Lucro Líquido compreendem os efeitos não recorrentes reconhecidos no primeiro trimestre do ano de 2024, bem como os efeitos contábeis do IFRS 16.

	2T24	2T23	1S24	1S23
EBITDA Consolidado	191.787	177.882	355.988	330.084
Margem EBITDA (Pós IFRS)	14,1%	15,7%	14,7%	15,3%
Créditos Extemporâneos ²	-	610	-	3.776
Despesas Legais	(283)	(1.116)	(973)	(3.131)
Despesas M&A	(8.819)	(3.976)	(13.170)	(8.850)
Despesas Logísticas (CD Espírito Santo)	-	(3.648)	-	(8.668)
Encerramento Operações e Desligamentos	-	(13.984)	(437)	(13.984)
Aquisição incorporação Vicenza	-	-	(3.593)	-
Ágio Incorporação HG	-	-	-	(5.413)
Outros ajustes	(2.496)	-	(2.496)	(290)
Arrendamento (one off)	-	1.767	-	4.127
Efeito Líquido dos Itens Não Recorrentes	(11.598)	(20.348)	(20.670)	(32.434)
EBITDA Consolidado Ajustado (Pós IFRS)	203.385	198.230	376.658	362.518
Margem EBITDA Ajustada (Pós IFRS)	15,0%	17,5%	15,5%	16,8%
EBITDA Consolidado Ajustado (Pós IFRS) Ex.Subvenções	203.385	198.230	376.658	362.518
Margem EBITDA Ajustada (Pós IFRS) Ex.Subvenções	16,5%	17,5%	16,3%	16,8%
Arrendamento SG&A (IFRS 16)	32.163	30.873	68.701	61.703
Arrendamento SG&A (one off)	-	(1.717)	-	(4.077)
Arrendamento CMV (IFRS 16)	545	384	1.132	788
Arrendamento CMV (one off)	-	(50)	-	(50)
EBITDA Consolidado Ajustado (Pré IFRS)	170.677	168.739	306.824	304.154
Margem EBITDA Ajustada (Pré IFRS)	12,6%	14,9%	12,6%	14,1%
Efeito Subvenções ROL	124.458	-	124.458	-
Efeito Subvenções CMV	(124.458)	-	(124.458)	-
EBITDA Consolidado Ajustado (Pré IFRS) Ex.Subvenções	170.677	168.739	306.824	304.154
Margem EBITDA Ajustada (Pré IFRS) Ex.Subvenções	13,8%	14,9%	13,3%	14,1%

RECONCILIAÇÃO LUCRO LÍQUIDO

A reconciliação do Lucro Líquido compreende os efeitos não recorrentes reconhecidos no primeiro trimestre do ano de 2024, bem como os efeitos contábeis do IFRS 16.

	2T24	2T23	1S24	1S23
Lucro Líquido Consolidado	127.910	100.461	199.472	163.846
<i>Margem Líquida (Pós IFRS)</i>	9,4%	8,9%	8,2%	7,6%
Efeito Líquido dos Itens Não Recorrentes	(7.654)	(13.430)	(14.822)	(23.131)
Lucro Líquido Consolidado Ajustado (Pós IFRS)	135.564	113.891	214.294	186.978
<i>Margem Líquida Ajustada (Pós IFRS)</i>	10,0%	10,1%	8,8%	8,7%
Efeito Subvenções IR/CS	41.956	-	41.956	-
Lucro Líquido Consolidado Ajustado (Pós IFRS) Ex.Subvenções	93.608	113.891	172.338	186.978
<i>Margem Líquida Ajustada (Pós IFRS) Ex.Subvenções</i>	7,6%	10,1%	7,5%	8,7%
SG&A (IFRS 16)	(32.163)	(30.873)	(68.701)	(61.703)
SG&A One Off (IFRS 16)		1.717	-	4.077
Custo de Mercadorias vendidas (IFRS 16)	(545)	(384)	(1.132)	(788)
Depreciação e Amortização (IFRS 16)	25.431	26.526	51.708	51.905
Resultado Financeiro (IFRS 16)	10.498	9.612	21.713	18.802
IRPJ e CSLL Corrente (IFRS 16)	836	1.083	1.881	2.118
IRPJ e CSLL Diferido (IFRS 16)	(828)	(1.083)	(9.231)	(5.800)
Lucro Líquido Consolidado Ajustado (Pré IFRS)	138.793	120.538	210.532	195.639
<i>Margem Líquida Ajustada (Pré IFRS)</i>	10,2%	10,7%	8,7%	9,1%
Lucro Líquido Consolidado Ajustado (Pré IFRS) Ex.Subvenções	96.837	120.538	168.576	195.639
<i>Margem Líquida Ajustada (Pré IFRS) Ex.Subvenções</i>	7,9%	10,7%	7,3%	9,1%

FLUXO DE CAIXA

DFC	2T24	2T23
Das atividades operacionais		
Lucro líquido	127.910	100.462
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	87.067	45.464
Depreciações e amortizações	60.791	54.480
Rendimento de aplicação financeira	(10.750)	(17.379)
Encargos financeiros e variação cambial sobre financiamentos	122.663	(19.720)
Imposto de renda e contribuição social	(38.718)	(38.452)
Outros	(46.919)	66.535
Decréscimo (acrécimo) em ativos		
Contas a receber de clientes	(63.763)	(35.528)
Estoques	(51.386)	13.389
Impostos a recuperar	(29.861)	25.210
Variação de outros ativos	(68.594)	(2.345)
Depósitos judiciais	498	(11.735)
(Decréscimo) acréscimo em passivos		
Fornecedores	97.446	(95.699)
Obrigações trabalhistas	20.111	15.671
Obrigações fiscais e sociais	(6.186)	22.129
Variação de outros passivos	(11.679)	4.094
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(3.353)	(2.775)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(8.147)	(907)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	90.064	77.430
Das atividades de investimento		
Aquisições de imobilizado e intangível	(66.795)	(74.524)
Aplicações financeiras	(995.826)	(653.262)
Resgate de aplicações financeiras	1.034.329	757.686
Aquisição de participação de não controladores	-	-
Aquisição de controlada, líquido do caixa obtido na aquisição	-	(64.068)
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	(28.292)	(34.168)
Das atividades de financiamento		
Captações de empréstimos e financiamentos	63.749	-
Pagamentos de empréstimos	(64.503)	(18.490)
Contraprestação de arrendamento	(27.934)	(33.744)
Pagamento de dividendos e JCP	-	-
Recursos Provenientes de emissão de ações	-	-
Gastos na emissão de ações	-	-
Recompra de ações	-	(3.024)
Pagamento de obrigação na aquisição de controlada	(38.696)	-
Recursos provenientes do exercício de opções de ações	-	-
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(67.385)	(55.258)
Aumento (redução) das disponibilidades	(5.613)	(11.996)
Disponibilidades		
Efeito Da Variação Cambial Sobre O Caixa E Equivalentes De Caixa	6.463	1.859
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	53.035	83.603
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	53.885	73.466
Aumento (redução) das disponibilidades	(5.613)	(11.996)

EARNINGS RELEASE 2T24



Relações com Investidores

Rafael Sachete
CFO e DRI

Bianca Faim
Diretora de RI, M&A
e Estratégia

Mariana Guimaraes
Gerente de RI

Ana Beatriz Aureliano
Analista de RI

ri@arezzo.com.br