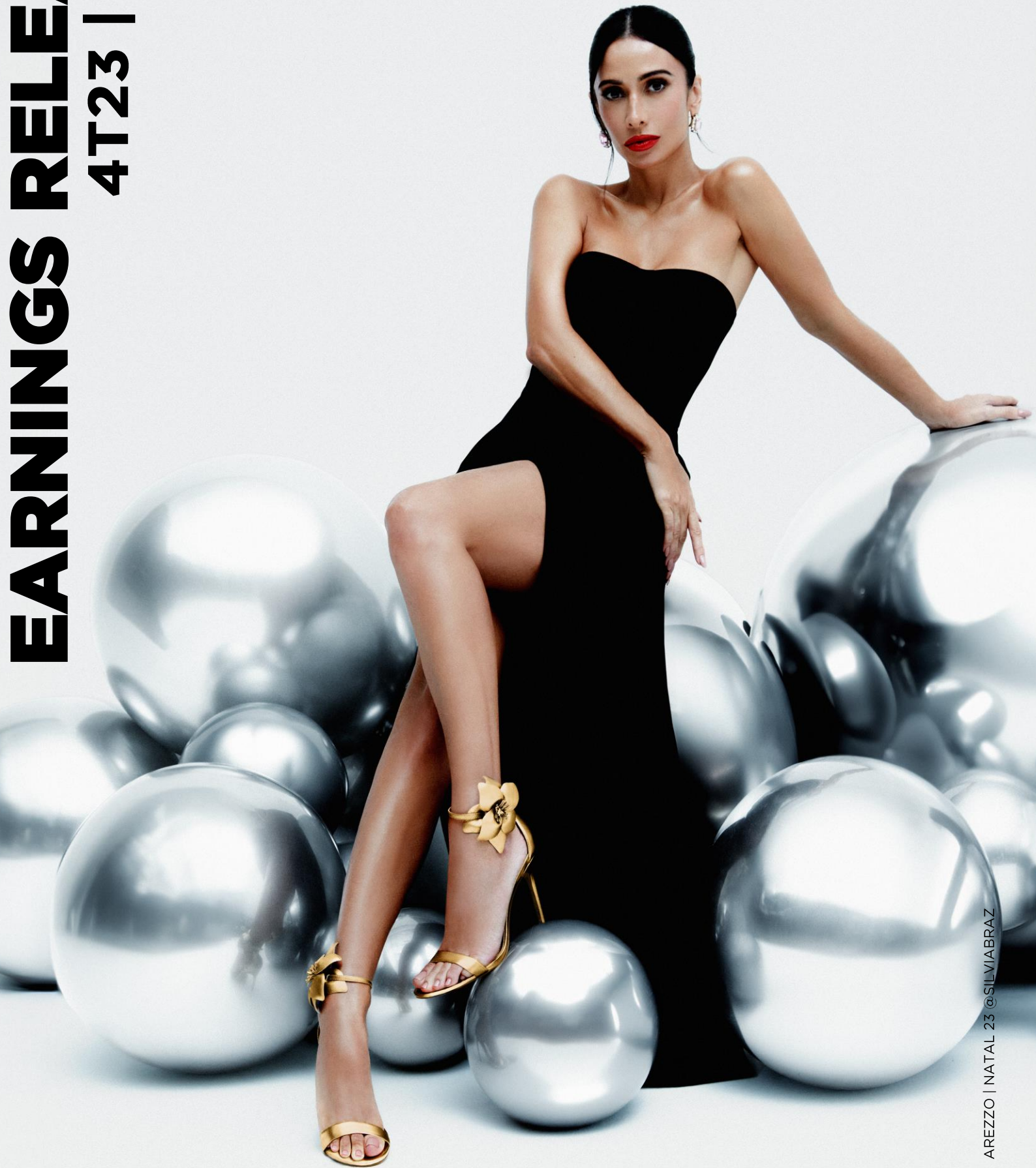


EARNINGS RELEASE

4T23 | 2023

AREZZO & CO



AREZZO | NATAL 23 @SILVIABRAZ

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 4T23 e 2023

São Paulo, 07 de março de 2024.

A Arezzo&Co (B3 - Brasil, Bolsa e Balcão: ARZZ3), maior *house of brands* de moda do Brasil, divulga seus resultados do 4T23 e 2023.

DESTAQUES

RECEITA BRUTA

R\$1,8BI +11,3% vs 4T22

R\$6,1 BI +16,4% vs 2022
+66,9% vs 2021

MARGEM BRUTA RECORRENTE

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

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

EBITDA RECORRENTE

R\$221MM +16,0% vs 4T22,
MARGEM EBITDA DE **15,5% (+90 BPS)**

R\$801MM +22% vs 2022,
ANTE +16,4% NA RECEITA BRUTA 2023
MARGEM EBITDA DE **16,5% (+100 BPS)**

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE

R\$126MM +22,5% vs 4T22,
MARGEM LÍQ DE **8,8% (+100 BPS)**

R\$420MM +8,7% vs 2022

MERCADO INTERNO

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

17,6% MARGEM EBITDA RECORRENTE
NO 4T23 **(+220 BPS)**

ROIC

27,4% DE ROIC RECORRENTE NO 4T23

SELL OUT DTC

R\$1,6BI +14,9% vs 4T22
(FRANQUIAS, E-COMMERCE E LOJAS PRÓPRIAS)

INDICADORES OPERACIONAIS

5,6MM CLIENTES ATIVOS

1.062 LOJAS (LP E FRQ)

7.878 PONTOS MULTIMARCAS

20,6MM DE PARES VENDIDOS EM 2023

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

08 de março de 2024
11h00 (Brasília) / 9h00 (Nova York)



Videoconferência em Português
com tradução simultânea para o Inglês

PREÇO DA AÇÃO E MARKET CAP

7 DE MARÇO DE 2024

Preço por ação: R\$ 58,72
Market Cap: R\$ 6,5 bilhões

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O ano de 2023 foi marcante para Arezzo&Co, por demonstrar mais uma vez nossa rápida capacidade de adaptação. Um ano em que superamos os desafios do cenário externo em conjunto com avanços importantes na nossa estratégia de crescimento orgânico. Registramos faturamento de R\$6,1 bilhões, um crescimento de 16,4%, atingindo novo recorde histórico, mesmo considerando uma forte base de resultados em 2022. Consequência da nossa capacidade de gestão de portfólio de marcas atrelado à habilidade de execução e de entrega do nosso time.

Diante de um início de ano desafiador, tomamos a decisão de realizar ajustes, dentre eles, a redução do nosso portfólio de marcas e reestruturação de áreas corporativas de apoio. Tal movimento nos proporcionou maior eficiência operacional e, conseqüentemente, maior rentabilidade no período, resultando em um EBITDA recorrente de R\$801 milhões, com margem de 16,5%, e um ROIC de 27,4%. Ainda, investimos R\$235 milhões nos projetos orgânicos, R\$195 milhões nas aquisições de Vicenza e Paris Texas - nossa primeira aquisição internacional, e distribuimos R\$296 milhões de dividendos e JCP aos nossos acionistas.

No acumulado do ano, a nossa plataforma de marcas demonstrou novamente sua fortaleza, com todas as principais marcas apresentando crescimento de vendas. Os destaques de crescimento em relação ao ano de 2022 foram as marcas da Vans (+27%), AR&CO (+26%), Arezzo (+14%), e Anacapri (+21%). Em relação aos canais, o destaque foi o canal de e-commerce que apresentou crescimento de 24,7% na mesma comparação.

O mercado internacional, no entanto, foi impactado pela performance do canal *wholesale*, em linha com a retração das lojas de departamento observada no mercado norte-americano. Nesse contexto e, novamente reforçando nossa agilidade na tomada de decisão e diligência na alocação de capital, encerramos a operação de duas lojas da Schutz - Madison (NY) e Beverly Hills (CA) - no mês de dezembro de 2023. Além disso, reestruturamos o time corporativo da operação internacional, gerando maior eficiência e integração com a operação brasileira.

No Brasil, continuamos crescendo em patamares bem acima do mercado e expandindo nosso *market share*. No segmento de Calçados e Bolsas e considerando o público A/B, a Arezzo&Co atingiu 38,4% de *market share*, uma expansão de 3,5 pontos percentuais em relação a 2022.

Continuamos fortalecendo nossas capacidades OMNI com excelência. Aumentamos em 23% nossa receita advinda de clientes que compram nos canais *on* e *off* no ano de 2023. Ainda, esse consumidor apresentou no ano de 2023 o dobro da frequência de compra comparado ao cliente geral Arezzo&Co.

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Em 2023, avançamos nosso comprometimento com a agenda ESG com reconhecimentos importantes, dentre eles: (i) pelo terceiro ano consecutivo, integramos a carteira ISE e fomos reconhecidos como uma B Corp.; (ii) recebemos nota A- no CDP (Carbon Disclosure Project), nos colocando na posição de *Leadership*; e (iii) recebemos o prêmio de melhor Relatório Anual de Sustentabilidade pela ABRASCA na categoria de Empresas de Capital Aberto.

Iniciando o ano de 2024, anunciamos um movimento histórico para a Arezzo&Co e para a indústria de moda brasileira: o Acordo de Associação entre a Arezzo&Co e o Grupo SOMA que cria a maior plataforma de marcas da América Latina. A nova empresa alcança um faturamento próximo de R\$12 bilhões e margem EBITDA de 15,6% (considerando o 3TLTM), 34 marcas, 21,8 mil funcionários, mais de 2 mil lojas, entre próprias e franquias, 21,5 mil clientes multimarcas e uma base ativa de clientes de 11 milhões de consumidores – sem considerar potenciais *overlaps*. Após a conclusão, a nova empresa terá quatro verticais de negócios sob a liderança do CEO Alexandre Birman: (i) calçados e bolsas; (ii) vestuário e *lifestyle* feminino; (iii) vestuário e *lifestyle* masculino; e (iv) vestuário democrático; bem como uma estrutura de C-level de áreas de suporte com *report* matricial que sustentará as verticais de negócio e a preparação dessa nova empresa para plugar outras verticais de negócio, explorando ainda mais avenidas de crescimento.

A Associação com o Grupo SOMA permitirá o aumento da penetração no segmento de vestuário AB+, um mercado de R\$97 bilhões, além da geração de grandes oportunidades de valor adicional, tais como: o desenvolvimento das categorias de calçados e bolsas nas marcas do Grupo SOMA, gerando alavancagem de receita; a otimização da gestão dos canais de multimarcas, *e-commerce* e, principalmente, franquias; a otimização da planta industrial de malharia da Hering, dentre outros.

Finalmente, gostaríamos de expressar nosso profundo agradecimento a todos os nossos investidores e analistas pela confiança. É apenas o começo!

Rumo à 2154!

ALEXANDRE BIRMAN, CEO E CCO
AREZZO&CO

PRINCIPAIS INDICADORES

AREZZO
& CO



PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS 4T23

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

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

PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS 2023

Principais Indicadores Financeiros	2023	2023 Recorrente	2022 Recorrente	Δ (%) 23 x 22
Receita Bruta	6.087.569	6.087.569	5.229.907	16,4%
Receita Líquida	4.846.768	4.846.768	4.233.726	14,5%
CMV	(2.217.707)	(2.207.461)	(1.950.092)	13,2%
Depreciação e amortização - Custo	(5.538)	(5.538)	(4.388)	26,2%
Lucro bruto	2.629.061	2.639.307	2.283.634	15,6%
Margem bruta	54,2%	54,5%	53,9%	0,6 p.p
SG&A	(2.070.277)	(2.052.250)	(1.788.195)	14,8%
% Receita	(42,7%)	(42,3%)	(42,2%)	(0,1 p.p)
Despesas comerciais	(1.542.371)	(1.504.238)	(1.332.493)	12,9%
Lojas próprias e E-Commerce	(733.826)	(725.596)	(478.702)	51,6%
Venda, logística e suprimentos	(808.545)	(778.642)	(853.790)	(8,8%)
Despesas gerais e administrativas	(357.952)	(338.071)	(302.795)	11,7%
Outras (despesas) e receitas	38.926	(1.062)	4.382	124,2%
Depreciação e amortização - Despesa	(208.880)	(208.880)	(157.290)	32,8%
EBITDA	773.202	801.474	657.117	22,0%
Margem EBITDA	16,0%	16,5%	15,5%	1,0 p.p
Resultado Financeiro	(182.843)	(131.378)	(77.258)	70,1%
Lucro líquido	398.673	419.937	386.444	8,7%
Margem líquida	8,2%	8,7%	9,1%	(0,4 p.p)

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

BREAKDOWN DA RECEITA BRUTA

RECEITA BRUTA 4T23

Receita Bruta	4T23	Part%	4T22	Part%	Δ	Δ (%) 23 x 22	4T21	Part%	Δ (%) 23 x 21
Receita bruta total	1.801.249		1.617.670		183.579	11,3%	1.352.404		33,2%
Mercado externo	146.131	8,1%	154.324	9,5%	- 8.193	(5,3%)	142.417	10,5%	2,6%
Mercado interno	1.655.118	91,9%	1.463.346	90,5%	191.772	13,1%	1.209.987	89,5%	36,8%
Por marca									
Arezzo	433.000	26,2%	381.684	26,1%	51.316	13,4%	375.406	31,0%	15,3%
Schutz¹	223.576	13,5%	214.375	14,6%	9.201	4,3%	194.187	16,0%	15,1%
AR&CO²	525.233	31,7%	455.397	31,1%	69.836	15,3%	342.677	28,3%	53,3%
Anacapri	137.112	8,3%	121.748	8,3%	15.364	12,6%	98.642	8,2%	39,0%
Outros³	336.197	20,3%	290.142	19,8%	46.055	15,9%	199.075	16,5%	68,9%
Por canal									
Franquias	360.993	21,8%	341.590	23,3%	19.403	5,7%	337.108	27,9%	7,1%
Multimarcas	377.567	22,8%	375.855	25,7%	1.712	0,5%	299.577	24,8%	26,0%
Lojas próprias	461.988	27,9%	401.278	27,4%	60.710	15,1%	296.435	24,5%	55,8%
E-commerce	452.472	27,3%	349.728	23,9%	102.744	29,4%	275.728	22,8%	64,1%
Outros⁴	2.098	0,1%	(5.105)	(0,3%)	7.203	N/A	1.139	0,1%	N/A

(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, Fiever, Alme, TROC, My Shoes, 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 2023

Receita Bruta	2023	Part%	2022	Part%	Δ	Δ (%) 23 x 22	2021	Part%	Δ (%) 23 x 21
Receita bruta total	6.087.569		5.229.907		857.662	16,4%	3.647.442		66,9%
Mercado externo	564.555	9,3%	549.840	10,5%	14.715	2,7%	391.319	10,7%	44,3%
Mercado interno	5.523.014	90,7%	4.680.067	89,5%	842.947	18,0%	3.256.123	89,3%	69,6%
Por marca									
Arezzo	1.575.772	28,5%	1.381.048	29,5%	194.724	14,1%	1.065.330	32,7%	47,9%
Schutz¹	840.524	15,2%	804.735	17,2%	35.789	4,4%	607.365	18,7%	38,4%
AR&CO²	1.516.102	27,5%	1.200.287	25,6%	315.815	26,3%	770.692	23,7%	96,7%
Anacapri	446.325	8,1%	368.964	7,9%	77.361	21,0%	292.071	9,0%	52,8%
Outros³	1.144.291	20,7%	925.033	19,8%	219.258	23,7%	520.665	16,0%	119,8%
Por canal									
Franquias	1.309.236	23,7%	1.169.821	25,0%	139.415	11,9%	886.834	27,2%	47,6%
Multimarcas	1.469.185	26,6%	1.278.812	27,3%	190.373	14,9%	886.700	27,2%	65,7%
Lojas próprias	1.373.966	24,9%	1.133.505	24,2%	240.461	21,2%	659.195	20,2%	108,4%
E-commerce	1.357.778	24,6%	1.089.189	23,3%	268.589	24,7%	816.285	25,1%	66,3%
Outros⁴	12.849	0,2%	8.740	0,2%	4.109	47,0%	7.109	0,2%	80,7%

(1) Não inclui receitas provenientes da operação internacional.

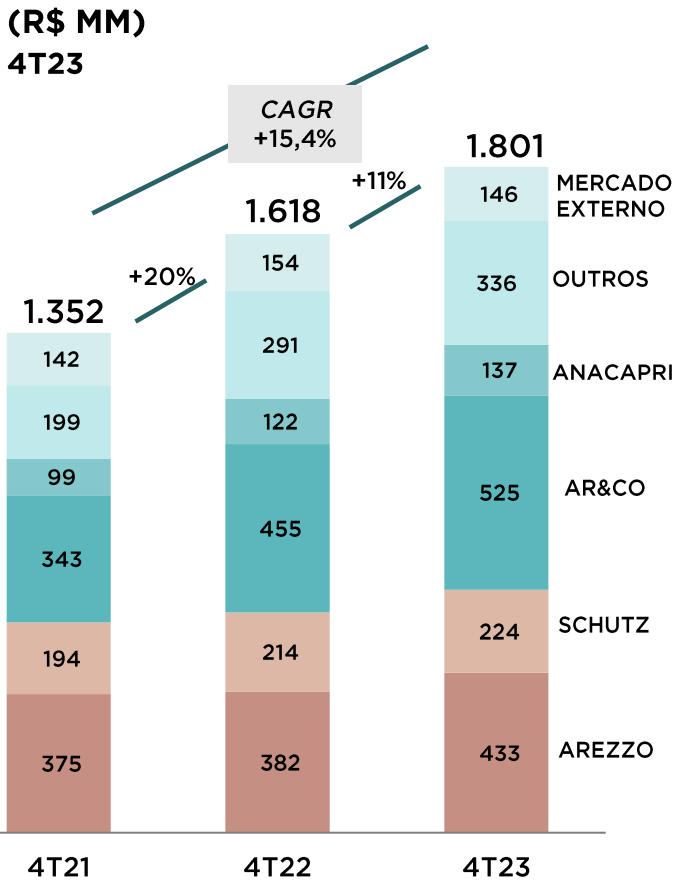
(2) A AR&CO compreende as marcas: Reserva, Reserva Mini, Oficina Reserva, Reserva Go, INK, Simples, Reversa e BAW.

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

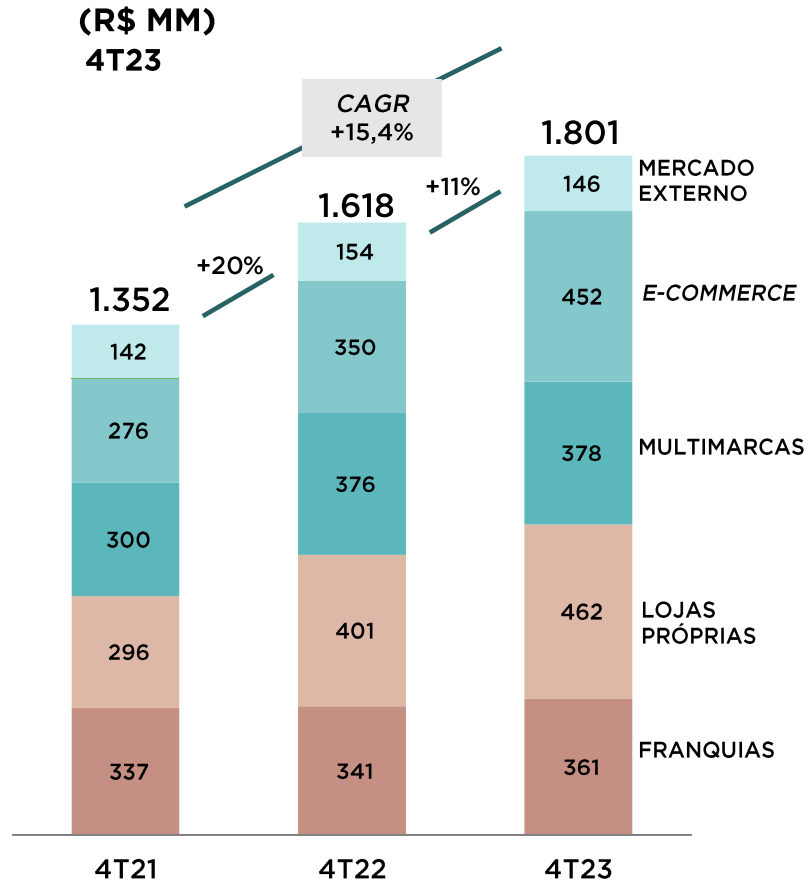
(4) Inclui receitas do mercado interno que não são específicas dos canais de distribuição.

BREAKDOWN DA RECEITA BRUTA 4T23

RECEITA BRUTA MARCAS (R\$ MM) 4T23



RECEITA BRUTA CANAIS (R\$ MM) 4T23



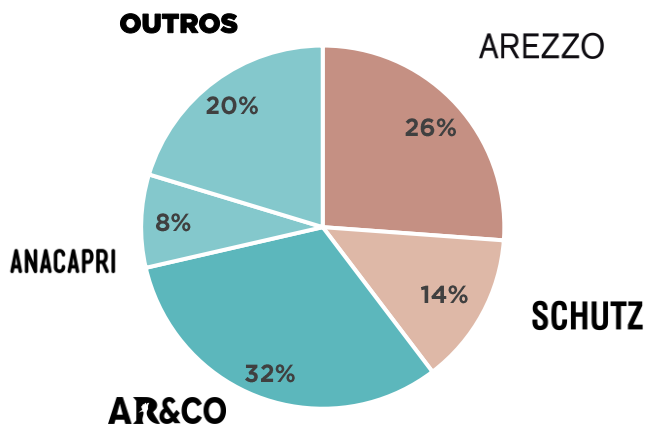
Variação % vs 4T22

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

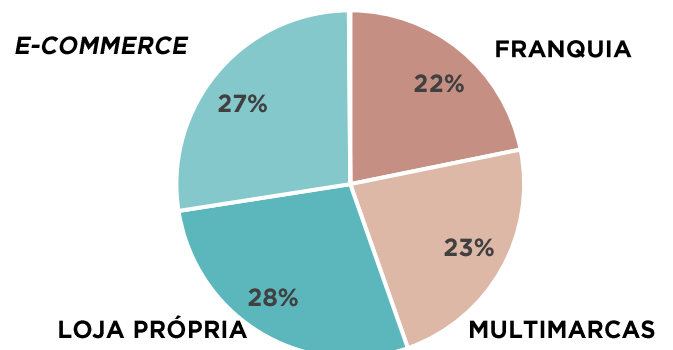
Variação % vs 4T22

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

MARCA | MERCADO INTERNO 4T23



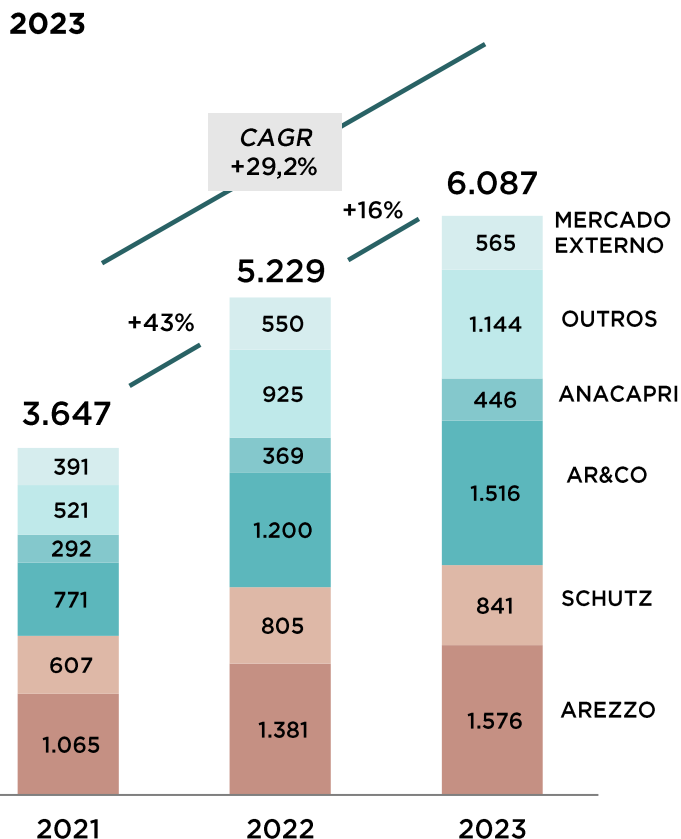
CANAL | MERCADO INTERNO 4T23



BREAKDOWN DA RECEITA BRUTA 2023

RECEITA BRUTA MARCAS (R\$ MM)

2023

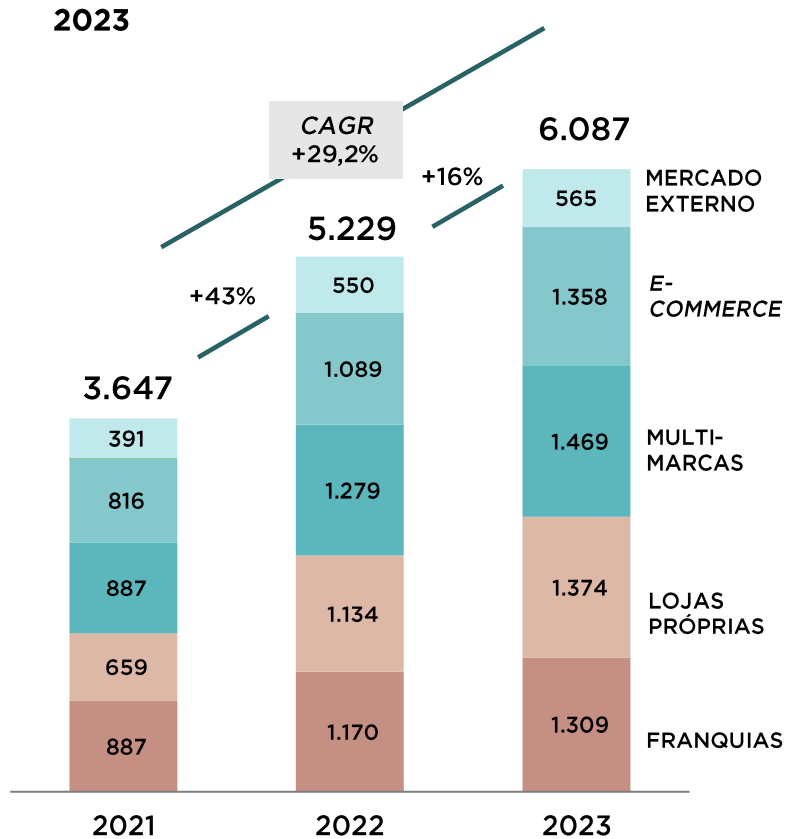


Variação % vs 2022

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

RECEITA BRUTA CANAIS (R\$ MM)

2023

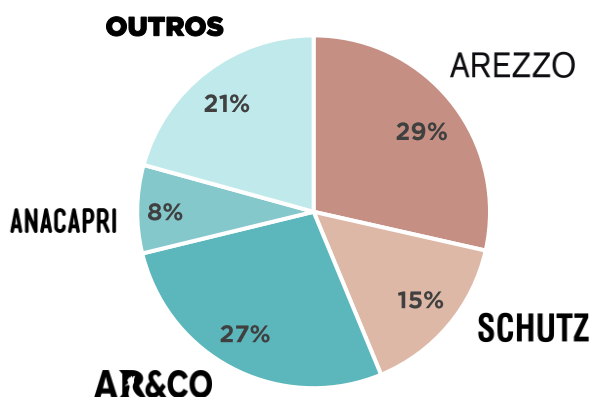


Variação % vs 2022

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

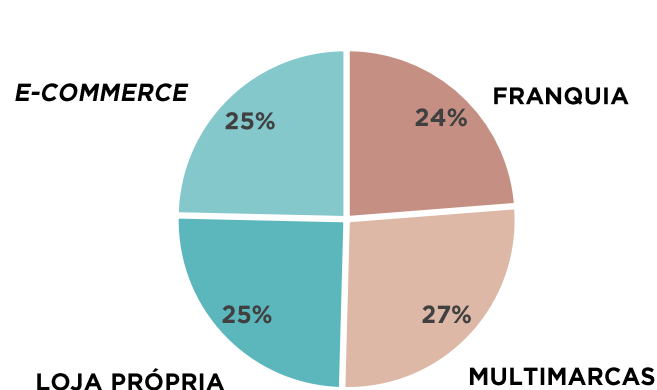
MARCA | MERCADO INTERNO

2023



CANAL | MERCADO INTERNO

2023



INDICADORES OPERACIONAIS 4T23

Resumo de Resultados	4T23	4T22	Δ (%) 23 x 22
Número de pares vendidos ('000)*	6.177	6.548	-5,7%
<i>Part. (%)</i>	59,4%	64,8%	-5,4 p.p
Número de bolsas vendidas ('000)	878	798	10,0%
<i>Part. (%)</i>	8,4%	7,9%	0,5 p.p
Número de peças de roupas vendidas ('000)¹	3.352	2.755	21,7%
<i>Part. (%)</i>	32,2%	27,3%	4,9 p.p
Número de funcionários	8.379	7.450	12,5%
Número de lojas³	1.062	1.013	49
<i>Próprias</i>	212	190	22
<i>Franquias</i>	850	823	27
Outsourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)⁴	85,3%	84,1%	1,2 p.p
Insourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)⁴	14,7%	15,9%	-1,2 p.p
Outsourcing Vestuário (% da produção total)	100,0%	100,0%	0,0 p.p
SSS² sell-in (franquias)	-4,8%	-2,2%	-2,6 p.p
SSS² sell-out (lojas próprias + E-commerce + franquias)	13,8%	12,0%	1,8 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.

(3) Inclui lojas no exterior.

(4) Números do 4T22 revisados e ajustados.

***Queda de pares explicada, parcialmente, pelo impacto da descontinuação das marcas Myshoes e Fiever. Desconsiderando da base as marcas descontinuadas e as marcas adquiridas – Vicenza e Paris Texas – teríamos uma queda de 3,3% ao invés de 5,7%.**

INDICADORES OPERACIONAIS 2023

Resumo de Resultados	2023	2022	Δ (%) 23 x 22
Número de pares vendidos ('000)*	20.580	21.220	-3,0%
<i>Part. (%)</i>	61,5%	66,4%	-4,9 p.p
Número de bolsas vendidas ('000)	3.076	3.013	2,1%
<i>Part. (%)</i>	9,2%	9,4%	-0,2 p.p
Número de peças de roupas vendidas ('000)¹	9.809	7.706	27,3%
<i>Part. (%)</i>	29,3%	24,1%	5,2 p.p
Número de funcionários	8.379	7.450	12,5%
Número de lojas³	1.062	1.013	49
<i>Próprias</i>	212	190	22
<i>Franquias</i>	850	823	27
Outsourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	84,1%	82,8%	1,3 p.p
Insourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	15,9%	17,2%	-1,3 p.p
Outsourcing Vestuário (% da produção total)	100,0%	100,0%	0,0 p.p
SSS² sell-in (franquias)	16,7%	26,5%	-9,8 p.p
SSS² sell-out (lojas próprias + E-commerce + franquias)	15,2%	31,9%	-16,7 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.

(3) Inclui lojas no exterior.

***Queda de pares explicada, parcialmente, pelo impacto da descontinuação das marcas Myshoes e Fiever. Desconsiderando da base as marcas descontinuadas e as marcas adquiridas – Vicenza e Paris Texas – teríamos uma queda de 0,5% ao invés de 3,0%.**

PERFORMANCE DAS MARCAS

AREZZO
& CO



AREZZO

A marca Arezzo alcançou receita bruta no Brasil de R\$1,6 bilhão no ano de 2023 e sólido crescimento de 14,1% versus 2022. Todos os canais de vendas apresentaram crescimento, com destaque para o canal multimarcas (+16,1% vs. 2022), e lojas próprias (+53,8% vs 2022).

Em novembro de 2023, a Arezzo lançou sua campanha de alto verão intitulada “Solare”, estrelada pela influenciadora digital Livia Nunes. A coleção registrou ganhos significativos em giro e venda a *full price*, num período que o mercado no geral performa com base na venda *markdown*.

Para dezembro, o mês mais importante do ano, a marca lançou uma campanha inédita de Natal com a influenciadora digital Silvia Braz que resultou em forte crescimento de *sell out* no período. Destaque para a performance do canal lojas próprias, que registrou em dezembro *Same Store Sales* de 21%.

No trimestre, o canal do *e-commerce* também foi destaque com um crescimento de 13,1% em relação ao mesmo período de 2022 e alcançou 21,6% de representatividade no faturamento total da marca.



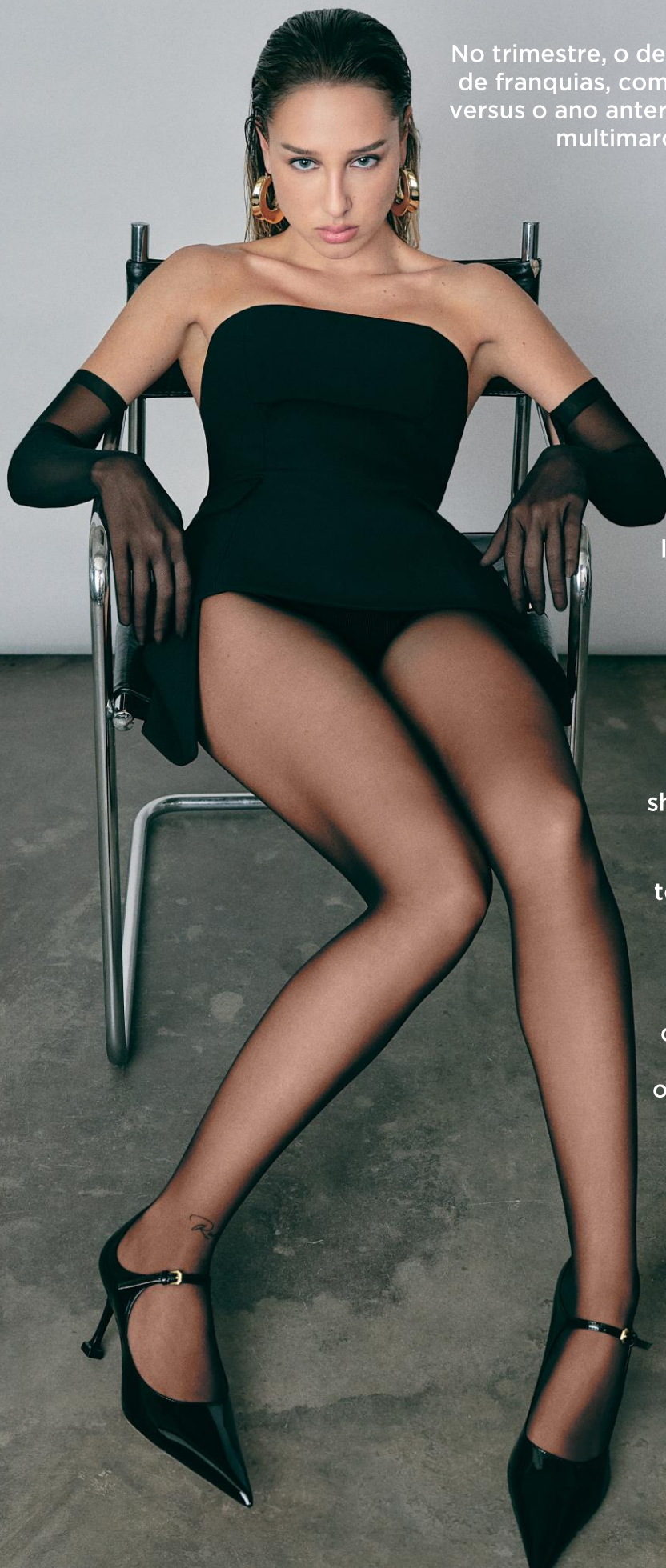
A marca Schutz registrou receita bruta de R\$841 milhões no ano de 2023 e crescimento de 4,4% versus 2022. Vale pontuar a forte base de comparação com crescimento de 38% em 2022 versus 2021.

No trimestre, o destaque foi para o canal de franquias, com crescimento de 23,2% versus o ano anterior; seguido pelo canal multimarcas, que cresceu 18,3%.

O período foi marcado pela consolidação do novo *best seller* - sneaker ST-001 - que apresentou *sold out*. Em relação ao *branding*, a marca fortaleceu sua identidade através de iniciativas como a parceria com a embaixadora Malu Borges para o lançamento da coleção exclusiva de *pumps* italianos.

Além disso, houve a inauguração em outubro da *pop-up store* com foco em *full look* no shopping Iguatemi Faria Lima.

Para 2024, a Schutz tem planos importantes que incluem, dentre outros, o retorno da feminilidade, a consolidação enquanto marca desejo, o projeto de marca com a agência Macsiotti e o novo projeto arquitetônico com o Studio Boom.



As marcas da AR&CO, mais uma vez, apresentaram sólido desempenho. No ano de 2023, a receita bruta total foi de R\$ 1,5 bilhão, crescimento de 26% em comparação com o ano anterior. No 4T23, a receita bruta cresceu 15% com destaque para o B2C, que atingiu crescimento de 30% em comparação com o 4T22. Além disso, houve um aumento de 39% na base ativa de clientes nesse segmento.

Ao longo do período, foi lançada a linha Reserva Praia, proposta inovadora com produtos exclusivos e pensados para as cidades balneárias, hotéis e resorts. Localizada estrategicamente no renomado Hotel Fairmont Copacabana, a primeira loja oferece uma experiência única aos hóspedes e visitantes, com artigos clássicos e exclusivos.

Em janeiro de 2024, inauguramos a 1ª Casa Reserva no Shopping Morumbi, espaço que reúne todas as marcas pica-pau: Reserva, Reversa, Mini e Go, além de uma seleção de marcas parceiras.

ANACAPRI

AREZZO
& CO

Em 2023, a marca Anacapri completou 15 anos de história que foram marcados por um crescimento sólido e posicionamento claro de marca democrática e confortável. No ano, a marca registrou faturamento de R\$446 milhões, um crescimento de 21% em relação ao ano anterior. Todos os canais apresentaram crescimento de dois dígitos no período, impulsionando a expansão da marca.

No 4T23, o principal destaque foi o canal *e-commerce*, que apresentou crescimento de 35,7% versus o 4T22, e já representa mais de 16% do faturamento total da marca.

Em novembro de 2023, inauguramos a Estação Anacapri, um espaço revolucionário para o varejo com experiências inéditas e que fortalece a cultura e a identidade da marca.

O endereço de mais de 1.500 m² conta com a *flagship* da marca, loja modelo replicável para o franqueado, centro de distribuição OMNI que atende todo o estado de São Paulo, *showroom* e espaço de escritório.



ALEXANDRE
BIRMAN

No ano, a marca Alexandre Birman alcançou receita global de R\$230 milhões.

No mercado interno, o crescimento foi de 34,1%, impulsionado pelos canais *e-commerce* e multimarcas, que cresceram, respectivamente, 54,6% e 37,4% versus 2022.

No trimestre, foi dado um importante passo na história da marca, com lançamento da Coleção "Handcrafted in Italy", com calçados produzidos inteiramente na Itália, berço da moda internacional. Esse movimento traz diferenciação para a marca, colocando-a num novo patamar de mercado, como referência e sinônimo de inspiração, design e desejo.



VANS

"OFF THE WALL"

AREZZO
&CO

Em 2023, a Vans apresentou mais um ano de forte crescimento, com a receita bruta da marca expandindo 26,5% em relação a 2022.

O ano foi marcado também por novas aberturas de lojas, atingindo um total de 41 lojas, e expandindo a marca para novas regiões, como Campo Grande. A omnicanalidade também foi destaque, com crescimento de 23% em 2023 vs 2022.

No 4T23, a Vans registrou crescimento de 17,1% na receita bruta, com destaque para o canal *e-commerce* (+28,6% vs 4T22).

Em novembro, a Vans Brasil atingiu a marca de 1 milhão de seguidores no Instagram, consolidando seu forte *brand awareness*. No mesmo mês, a marca lançou a coleção com a Disney, celebrando os 100 anos de histórias, com opções de tênis, vestuários e acessórios para os fãs de todas as idades.

Ainda, lançamos a coleção com o skatista brasileiro Pedro Barros, membro do time global de atletas da VANS.

Por fim, novos produtos, como o Neo VR3 e o relançamento do clássico dos anos 90 Knul Skool, apresentaram excelente desempenho e contribuíram para o crescimento do *sell out* da marca no território nacional.

Ao longo de 2023, a Alme, marca que carrega o conceito de baixo impacto ambiental e conforto, apresentou expansão com destaque para o canal *e-commerce* que registrou crescimento de 46,1% *versus* 2022. Em dezembro, a marca atingiu resultado recorde nos canais DTC, com crescimento de 45%.

A coleção de Alto Verão foi marcada pelo lançamento da *collab* inédita com a marca Arezzo, com destaque para o tênis Lume, ícone da Alme produzido com borracha e algodão reciclados.

A coleção esteve presente em todas as franquias da Arezzo pelo Brasil, além de pontos multimarcas e operações próprias. A parceria de sucesso teve giros superiores a 90%, esgotando na maioria das lojas, reforçando que moda e sustentabilidade caminham juntas.

Além disso, a Alme inaugurou o primeiro modelo de quiosque em Florianópolis, capital conectada ao *lifestyle* consciente e tecnológico que é DNA da marca.



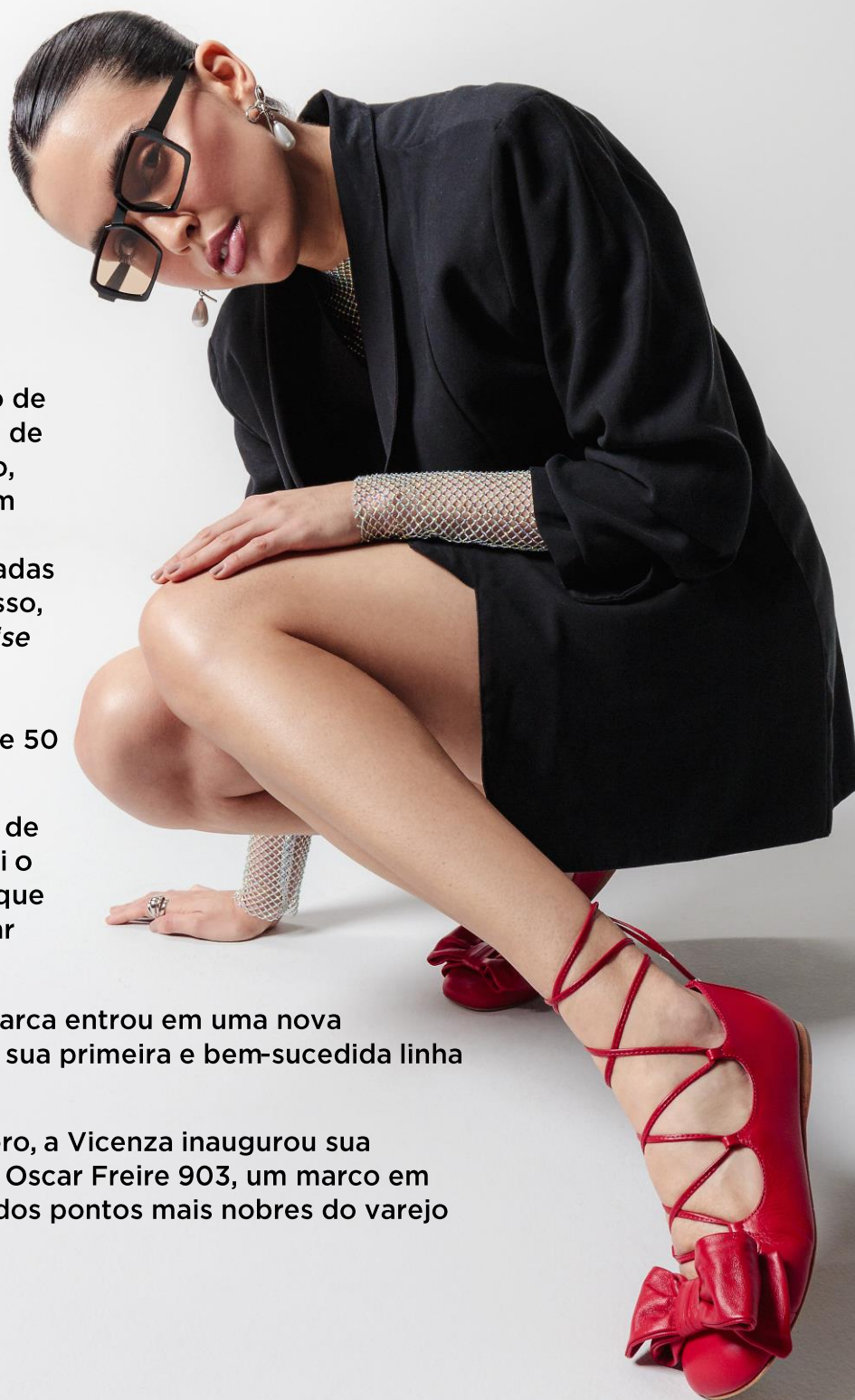
Em 2023, a marca Carol Bassi apresentou um crescimento de **33,3% vs 2022**.

No quarto trimestre, aconteceu a primeira *Black Friday* da marca operada no *e-commerce*, com recorde de receita no canal.

O ano foi marcado por aberturas estratégicas de lojas para a marca, como a segunda loja na cidade do Rio de Janeiro no Shopping Leblon, a primeira loja em Curitiba, no Pátio Batel, e a inauguração do primeiro *outlet* da marca no Shopping Catarina.

Em 2024 a Carol Bassi comemora 10 anos de existência com o lançamento da campanha Ícones CB, revisitando os *best sellers* durante toda a história, estrelada por Isabella Fiorentino.

Vicenza)



A marca Vicenza foi adquirida pela Arezzo&Co no início de 2023 e atua há mais de 30 anos no mercado, estando presente em mais de 470 multimarcas espalhadas pelo Brasil. Além disso, possui vasta *expertise* no mercado de exportação, com presença em mais de 50 países.

No quarto trimestre de 2023, o destaque foi o canal *e-commerce*, que passou a representar 15,4% da receita.

Ainda em 2023, a marca entrou em uma nova categoria, lançando sua primeira e bem-sucedida linha de bolsas.

Por fim, em dezembro, a Vicenza inaugurou sua primeira *flagship* na Oscar Freire 903, um marco em sua história em um dos pontos mais nobres do varejo brasileiro.

NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

**AREZZO
&CO**

Em 2023, a operação internacional da Arezzo&Co foi impactada pelo cenário econômico adverso no mercado americano, principalmente no canal *wholesale*.

Importante destacar que o ano marcou o primeiro *M&A* internacional pela Arezzo&co, através da aquisição da Paris Texas, marca fundada em Milão.

PARIS

TEXAS

Ainda, em setembro, a marca Arezzo entrou no mercado americano através das grandes redes multimarcas Macy's e Belk. No primeiro mês, a marca atingiu um *sell out* 48% acima do esperado na Macy's. Devido ao sucesso de vendas, a marca vai aumentar sua presença na rede, com aumento no número de portas em 2024. A marca foi lançada com grande repercussão, contando com evento em Miami com a presença "orgânica" de renomadas celebridades, tais como, Victoria Beckham, Antonela Messi, e Camila Coelho, compondo um alcance potencial de 100 milhões de pessoas.

PERFORMANCE DOS CANAIS



ANACAPRI | PRE FALL 24 | @GIOVANNA LANCELLOTTI

AREZZO
&CO

DESTAQUES OMNICANALIDADE NO 4T23

1. VENDAS E-COMMERCE

RECEITA 4T23: **R\$ 452 MILHÕES** (+29,1% vs 4T22)

RECEITA 2023: **R\$ 1,4 BILHÃO** (+24,7% vs 2022)

TRÁFEGO TOTAL: **97 MILHÕES** (+9,2% vs 4T22)

RECEITA TOTAL DOS APPS: **R\$131 MILHÕES** (+29,7% vs 4T22)

PARTICIPAÇÃO TOTAL DOS APPS NA RECEITA: **28,9%**

TICKETS DO E-COMMERCE: **+32,6%** vs 4T22

2. VENDAS OMNICANAL

PARTICIPAÇÃO DO DIGITAL NO SELL OUT
DAS LOJAS FÍSICAS: **59%** (+8p.p. vs 4T22)

RECEITA DE RETIRE E ENTREGUE PELA
LOJA: **R\$109,9 MILHÕES**

19,5 MILHÕES DE CONTATOS
EXECUTADOS VIA APP NO 4T23
(RECEITA INFLUENCIADA)

3. CRM

CRESCIMENTO NA BASE DE CLIENTES
ATIVOS: **+7,1%** vs 4T22

QUANTIDADE DE CLIENTES OMNI: **+7,3%** vs 4T22

36,3% DOS CLIENTES COMPRAM NO
CANAL ONLINE;

11,3% DOS CLIENTES SÃO OMNI;



CANAIS

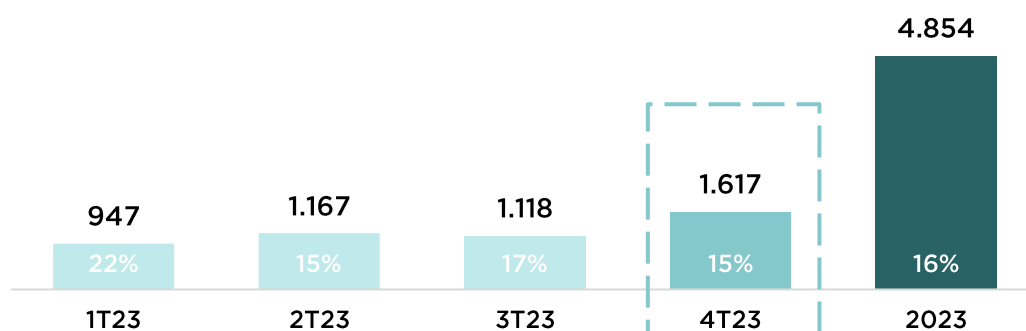
SELL OUT – FRANQUIAS, LOJAS PRÓPRIAS E E-COMMERCE

O **sell out DTC** (Lojas Próprias + Franquias + E-Commerce), alcançou **R\$ 1,6 bilhão** no 4T23, sendo R\$ 410 milhões de lojas próprias (+19,8%), R\$ 773 milhões de franquias (+7,4%), e R\$ 434 milhões do e-commerce (+25,8%), representando um **crescimento total de 14,9%** sobre a forte base de comparação do 4T22. **Em 2023, o sell out totalizou R\$ 4,8 bilhões, crescimento de 15,9%** vs o ano anterior, mesmo com forte base de comparação de crescimento de 38,1% de 2022 vs 2021.

O canal digital deu continuidade à forte performance apresentada nos últimos períodos e apresentou expansão de 25,8% no 4T23. Já as lojas físicas (franquias + lojas próprias) registraram crescimento de 11,4% no 4T23 vs o 4T22.

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

% VS ANO ANTERIOR



CRESCIMENTO DE 16% SOBRE BASE DE COMPARAÇÃO DE +38% em 22 vs 21

R\$1,6BI
SELL OUT DTC
RECORDE
NO 4T23

15%
CRESCIMENTO
DE SELL OUT
vs 4T22

MONOMARCA – FRANQUIAS E LOJAS PRÓPRIAS

Os canais físicos monomarca da Arezzo&Co apresentaram resultados sólidos no 4T23, com crescimento de 10,8% vs o 4T22. O canal de franquias (*sell in*) registrou faturamento de R\$361 milhões, aumento de 5,7% vs 4T22. Já o canal de lojas próprias (*sell out*) totalizou R\$462 milhões de receita bruta, registrando forte crescimento de 15,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, principalmente em *same store sales*.

Vale destacar que, durante o quarto trimestre de 2023, foram abertas 59 lojas. Com isso, finalizamos o ano de 2023 com o total de 1.062 lojas físicas no canal monomarca.

MULTIMARCAS

No quarto trimestre, o canal multimarcas atingiu receita de R\$ 378 milhões, ficando estável em relação ao 4T22. Isso foi resultado, principalmente, da redução das vendas da marca Reserva no canal, como resposta à estratégia de revisão de pontos de venda diante da priorização do *branding*.

No quarto trimestre de 2023, as marcas da Companhia foram distribuídas através de 7.878 pontos de vendas (sem *overlap*), crescimento de 5,4% ante o 3T23 e redução de 0,9% vs o 4T22.

E-COMMERCE

O canal *E-commerce* da Companhia vem apresentando crescimento sólido e contínuo ao longo dos trimestres. No 4T23, o canal registrou forte crescimento de 29,4% versus 4T22, totalizando R\$452 milhões de receita bruta. Vale ressaltar que tal crescimento foi ainda sobre uma forte base de comparação, tendo em vista o crescimento de 64,1% no 4T22 vs o 4T21.

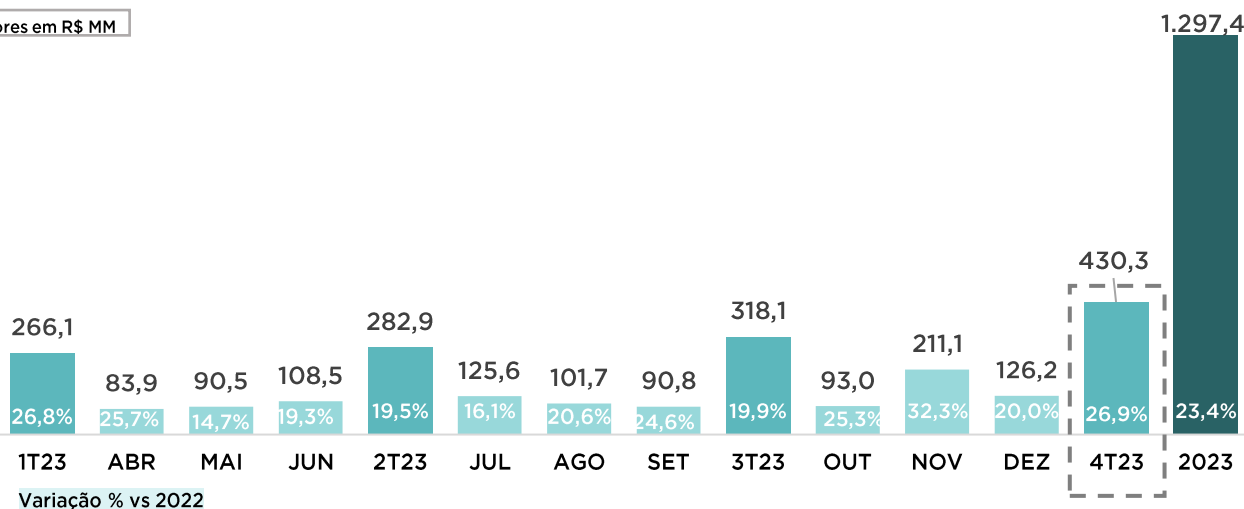
No evento da *Black Friday*, em novembro de 2023, a Arezzo&Co apresentou recorde de pedidos *online* e um crescimento de 41% nas vendas.

As vendas através dos aplicativos das marcas da Arezzo&Co seguem em constante expansão e cresceram 29,7% no quarto trimestre, representando 30,4% das vendas no *e-commerce*. Os APPs somaram 1,8 milhão de *downloads* no período.

EVOLUÇÃO SELL OUT E-COMMERCE

Arezzo&CO e AR&Co

Valores em R\$ MM



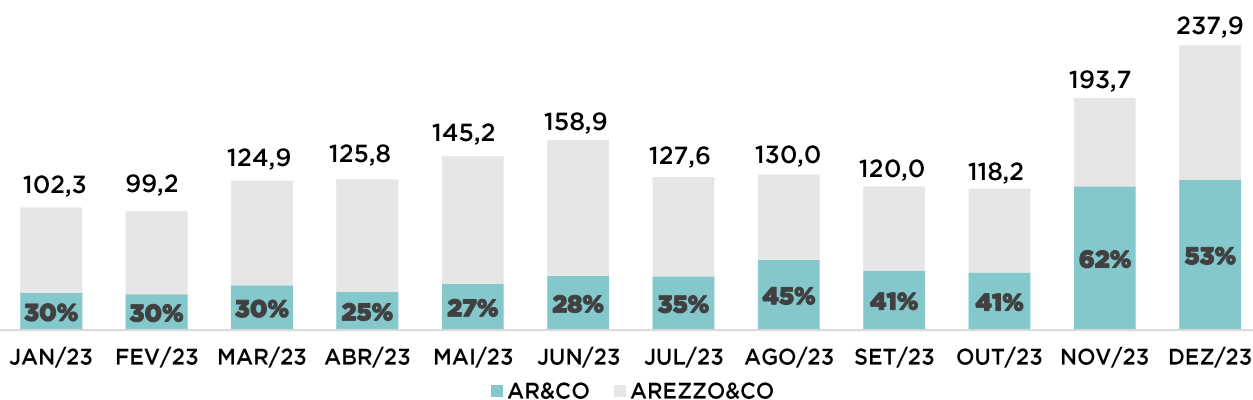
TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Em 2023, as vendas que ocorreram através de algum meio digital totalizaram R\$ 3,1 bilhões de receita *sell out*. As vendas realizadas através do *e-commerce*, ferramentas *omnichannel* ou APP da vendedora representaram 59% 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 54,2% no período, representando 8,1% do *sell out* das lojas físicas.

Vale ressaltar o comprometimento da Companhia na evolução da omnicanalidade, através da criação de incentivos comerciais. Como destaque, a Arezzo&Co implementou o “Selo OMNI”, o qual premia os franqueados pela sua performance nas ferramentas digitais.

RECEITA DIGITAL GRUPO AREZZO&CO

Receita Ferramentas Digitais + APP da Vendedora (Proprietário)



R\$1,3BI

SELL OUT E-COMMERCE
2023

R\$1,8BI

RECEITAS FERRAMENTAS
DIGITAIS
2023

R\$3,1BI

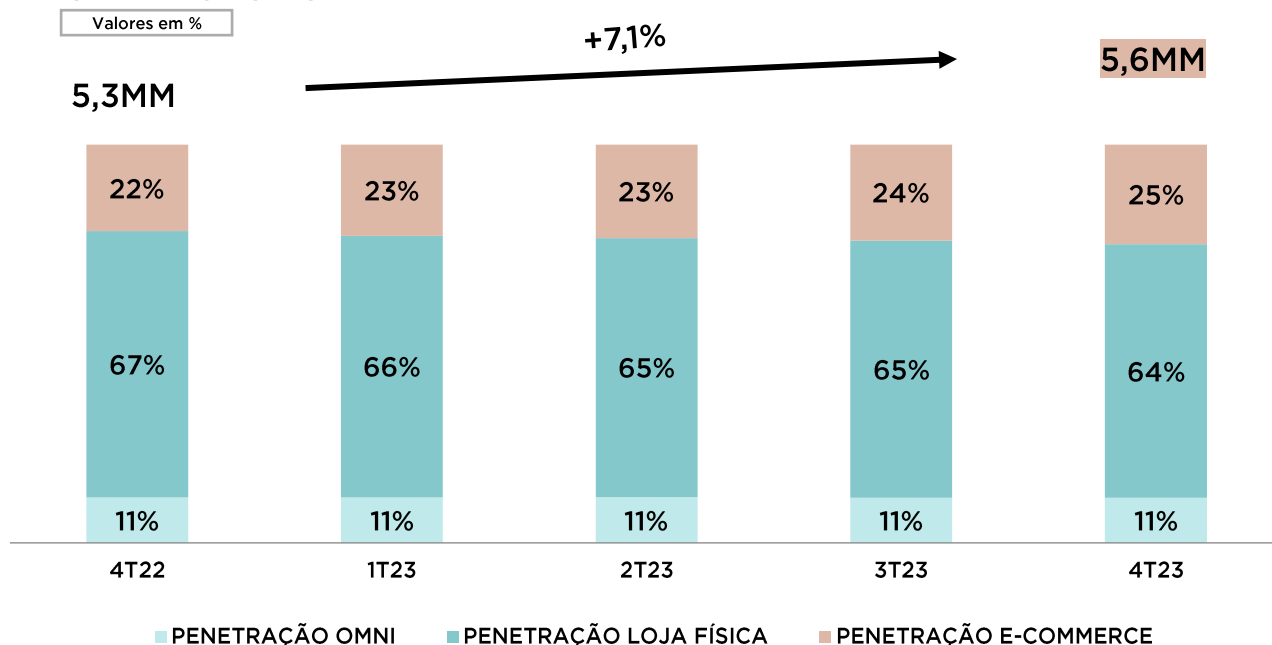
SELL OUT E-COMM +
FERRAMENTAS DIGITAIS
2023

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

BASE ATIVA DE CLIENTES

- A base ativa de clientes (CPF's com compras nos últimos 12 meses) da Arezzo&Co totalizou **5,6 milhões** no trimestre, expansão de **7,1%** vs 4T22;
- **7,6%** da base ativa foi representada pela captação de novos clientes, **18,8%** por clientes retidos e **7,7%** por clientes reativados;
- **36,3%** dos clientes da Arezzo&Co compram no canal *online*;
- **11,3%** dos clientes são *omnichannel* (compram no físico e no *online*);
- A quantidade dos clientes OMNI cresceu **7,3%** vs o 4T22, e resultou em um aumento de receita de **23,3%**;
- O **cliente OMNI** apresentou **frequência de compra de 3,8x**, 91% acima da média geral da Arezzo&Co.

CLIENTES POR CANAL



+7,3%
CLIENTES OMNI
vs 4T22

+23%
RECEITA OMNI
vs 4T22

Base ativa: clientes com compras nos últimos 12 meses.

REDE MONOMARCA

A Companhia encerrou o quarto trimestre de 2023 com **1.062 lojas**, sendo 1.052 no Brasil e 10 no exterior, considerando todas as marcas do grupo.

Ao longo do 4T23, a Arezzo&Co abriu 59 lojas líquidas. As aberturas concentraram-se principalmente nas marcas: Anacapri, AR&CO e Vans, seguindo a estratégia de expansão de lojas da Companhia. Além disso, a Arezzo&Co contou com um crescimento de 12,5% da área total de vendas (m²) no 4T23 versus o 3T23.

Vale ressaltar que, ao longo do 4T23, a Companhia tomou a decisão de fechar duas de suas lojas da Schutz no mercado americano - em Beverly Hills (CA) e na Madison (NY) - tendo em vista o cenário desafiador neste mercado.

No *Investors Day 2023*, a Arezzo&Co anunciou *guidance* de abertura de 80 lojas em 2023, sendo 40 lojas da marca Anacapri.

Histórico de lojas	4T22	1T23	2T23	3T23	4T23	Δ 4T23 x 3T23
Área de venda ^{1,3} - Total (m ²)	69.607	69.204	69.458	69.860	73.960	4.101
Área de venda - franquias (m ²)	49.660	49.470	48.848	49.306	50.847	3,13%
Área de venda - lojas próprias ² (m ²)	19.946	19.734	20.610	20.554	23.113	12,45%
Total de lojas no Brasil	1.002	994	993	993	1.052	59
Arezzo	457	447	444	439	443	4
Schutz	84	83	81	81	81	0
Anacapri	228	231	232	235	254	19
Alme	2	2	2	2	3	1
Vans	32	33	36	37	41	4
Brizza	0	0	0	0	2	2
AR&CO	179	180	182	184	207	23
Alexandre Birman	12	12	11	11	13	2
Carol Bassi	5	4	3	4	7	3
Vicenza	-	1	1	0	1	1
Total de lojas no Exterior	11	11	12	12	10	-2
Número de franquias	6	6	6	6	6	0
Número de lojas próprias⁴	5	5	6	6	4	-2

(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

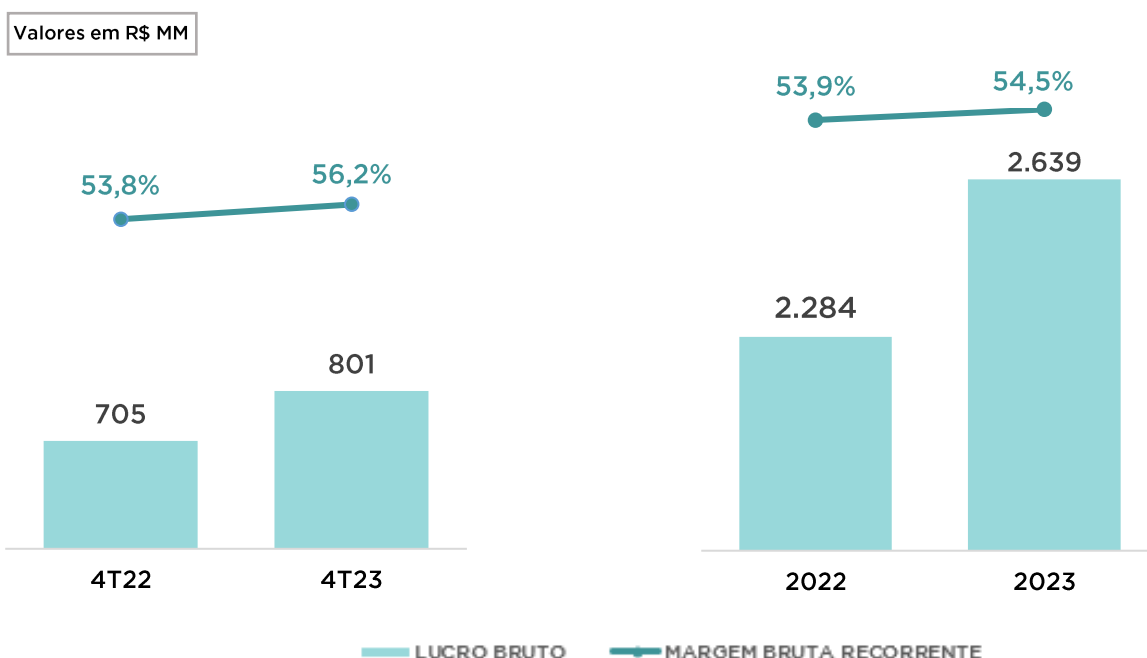
AREZZO
& CO



LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA RECORRENTE

A Companhia apresentou lucro bruto recorrente de R\$801 milhões no 4T23 (+13,6% vs o 4T22), e margem bruta de 56,2%, com expansão de 240 bps vs 4T22.

No período, a margem bruta foi impactada positivamente pelo aumento da representatividade dos canais B2C - lojas próprias e *e-commerce* - no mix de receita, além do crescimento das vendas *full price*. Por outro lado, vale ressaltar o impacto negativo da queda de margem bruta na operação americana (ARZZ), que apresentou variação negativa de 720 bps no período.



DESPESAS OPERACIONAIS RECORRENTES

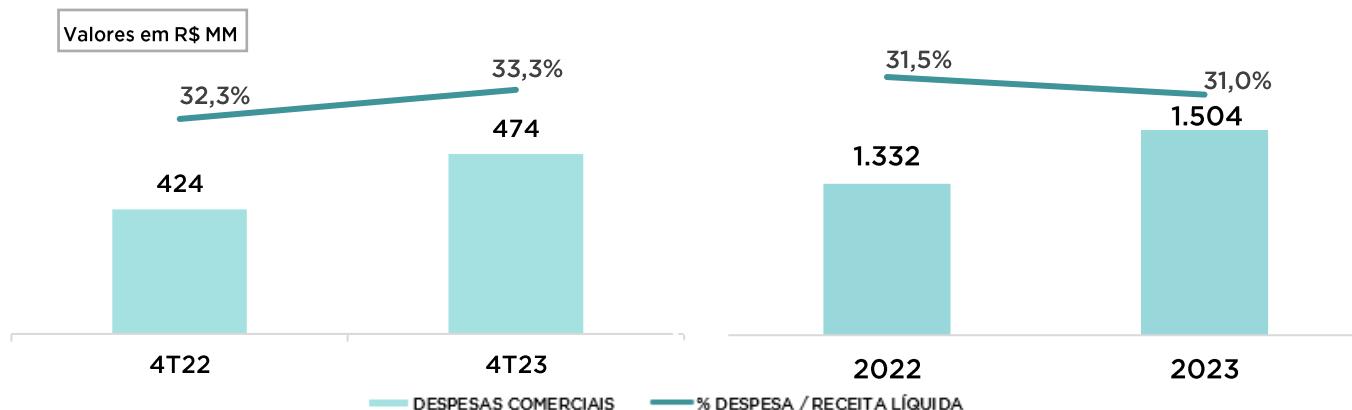
A Arezzo&Co tem como objetivo contínuo a melhoria de *performance*, através de aumento de eficiência e a alavancagem operacional. Em linha com seu planejamento estratégico, a Companhia realiza investimentos visando a manutenção do sólido crescimento de suas marcas, porém se mantendo diligente em relação aos custos fixos e eventuais.

O SG&A da Arezzo&Co totalizou R\$580,5 milhões no 4T23, aumento de 12,6% versus o 4T22. Vale ressaltar, no entanto, que o SG&A do 4T22 havia sido positivamente impactado em R\$20,8mm por um ajuste na linha de "Arrendamento"; excluindo-se esse efeito, o crescimento do SG&A no 4T23 vs 4T22 seria de 8,3% ao invés de 12,6%, isto é, em linha com o crescimento da Receita Líquida.

Despesas Comerciais Recorrentes

No 4T23, as despesas comerciais recorrentes da Arezzo&Co totalizaram R\$474 milhões, crescimento de 11,9% vs 4T22. Desconsiderando o ajuste descrito acima, que impactou positivamente essa linha em R\$18,2 milhões no 4T22, o crescimento teria sido de 7,3%, isto é, abaixo do crescimento da Receita Líquida, gerando alavancagem operacional.

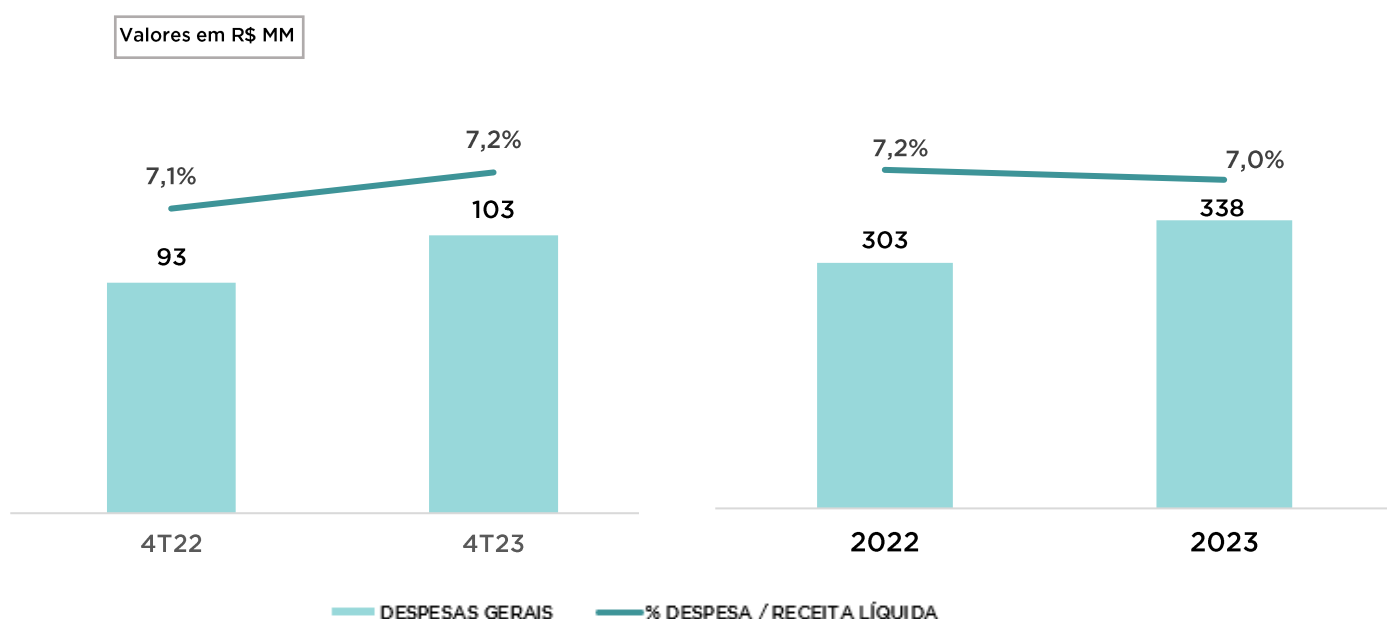
- i. As despesas de lojas próprias e *e-commerce* (canais de *sell out*) totalizaram R\$ 243 milhões - aumento de 32,3%. Desconsiderando o ajuste descrito acima, que impactou positivamente essa linha em R\$14,7 milhões no 4T22, o aumento teria sido de 22,5%. Dentre os principais impactos, destacam-se despesas relacionados à operação das lojas próprias, tendo em vista a abertura de novas lojas próprias no período e, portanto, maiores gastos com pessoal e CTO. Além disso, o canal *e-commerce* também impactou a linha, devido ao aumento das despesas relacionadas ao marketing de *performance* e fretes sobre as vendas dado o bom desempenho do canal no período, impulsionado pelos eventos da *Black Friday* e Natal.
- ii. As despesas de Vendas, Logística e Suprimentos totalizaram R\$231 milhões, redução de 3,6% vs o 4T22. Desconsiderando o ajuste descrito acima, a redução teria sido de 5,0%. Dentre os motivos, destacam-se as menores despesas de *marketing* na Operação Internacional diante do cenário macroeconômico desafiador nos Estados Unidos, bem como o fechamento de duas lojas da marca Schutz, em Beverly Hills (CA) e na Madison (NY).



DESPESAS OPERACIONAIS RECORRENTES

Despesas Gerais e Administrativas Recorrentes

No quarto trimestre, as despesas gerais e administrativas recorrentes da Companhia totalizaram R\$103 milhões, um incremento de 10,6% vs o 4T22. Desconsiderando o ajuste descrito anteriormente, que impactou positivamente essa linha em R\$2,6 milhões no 4T22, o crescimento teria sido de 7,6%, isto é, abaixo do crescimento da Receita Líquida, gerando alavancagem operacional.



DESPESAS OPERACIONAIS RECORRENTES

Análise SG&A	4T23 Ajustado	4T22 Ajustado	Δ (%) 23 x 22
SG&A Total	(580.455)	(515.334)	12,6%
Fixo	(227.526)	(223.650)	1,7%
Eventuais	(89.268)	(86.586)	3,1%
Variáveis	(302.363)	(251.245)	20,3%
Arrendamento	38.702	46.147	(16,1%)

Despesas Fixas, Variáveis e Eventuais

Visando a maior transparência na estrutura de SG&A da Companhia, a partir do 1T23, a Arezzo&Co passou a divulgar a análise das despesas considerando o *breakdown* entre fixas, variáveis e eventuais.

No quarto trimestre, as despesas da Companhia - desconsiderando depreciação e amortização - totalizaram R\$580 milhões, incremento de 12,6% vs o mesmo período de 2022.

- 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.

Dentre os motivos que explicam a variação das Despesas Variáveis acima da variação da Receita Líquida estão: (i) maior representatividade do canal *e-commerce* no mix de canais, que aumentou de 23% da Receita Líquida no 4T22 para 27% no 4T23, bem como crescimento de 15,1% das vendas de lojas própria/outlet, gerando aumento de gastos de aluguéis variáveis, comissões, pessoal, marketing digital e fretes; (ii) maior percentual de *Royalties* sobre Receita Líquida relacionados ao licenciamento da marca Vans, de acordo com escalonamento de *fee* de *royalties* do contrato; (iii) despesas relacionadas a 19 aberturas de lojas próprias ao longo do quarto trimestre.

Vale ressaltar que, conforme mencionado anteriormente, o SG&A do 4T22 havia sido positivamente impactado em R\$20,8mm por um ajuste na linha de "Arrendamento"; excluindo-se esse efeito, o crescimento do SG&A no 4T23 vs 4T22 seria de 8,3% ao invés de 12,6%, como descrito acima, e a linha de "Arrendamento" classificada na tabela acima apresentaria um aumento de 52,6% ao invés de redução de 16,1%.

EBITDA E MARGEM EBITDA RECORRENTE

O EBITDA recorrente da Companhia no quarto trimestre totalizou R\$221 milhões, crescimento de 16,0% vs o 4T22, e margem EBITDA recorrente de 15,5%, +90bps vs o mesmo período de 2022.

Dentre os principais fatores que contribuíram de forma positiva para o ganho de *performance*, destacam-se a expansão de margem bruta no período, fruto do aumento da representatividade dos canais B2C - lojas próprias e *e-commerce* - no mix de receita do período, além do crescimento das vendas *full price*.

Em contrapartida, a ARZZ International (mercado externo) contribuiu de forma negativa para o EBITDA consolidado, principalmente devido à queda de receita e margem bruta observada no período.

Importante ressaltar, no entanto, que a margem EBITDA do mercado interno expandiu 220bps, passando de 15,4% no 4T22 para 17,6% no 4T23.

	EBITDA 4T23				EBITDA 4T22				Comparação 4T23 vs. 4T22		
	Arezzo&Co	Brasil	ARZZ Intern.	Var. Br x ARZZ	Arezzo&Co	Brasil	ARZZ Intern.	Var. Br x ARZZ	Arezzo&Co	Brasil	ARZZ
Receita Líquida	1.424,6	1.299,7	124,9	940,4%	1.311,4	1.184,0	127,4	829,1%	8,6%	9,8%	-2,0%
Lucro Bruto	801,7	746,0	55,7	1239,8%	705,9	639,9	66,0	870,0%	13,6%	16,6%	-15,6%
Mg. Bruta	56,3%	57,4%	44,6%	12,8pp	53,8%	54,0%	51,8%	2,3pp	2,4pp	3,4pp	-7,2pp
EBITDA Recorrente	221,4	228,6	(7,2)	na	190,9	182,7	8,1	2147,4%	16,0%	25,1%	-188,1%
Mg. EBITDA Recorrente	15,5%	17,6%	(5,7%)	23,3pp	14,6%	15,4%	6,4%	9,1pp	1,0pp	2,2pp	-12,1pp

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 RECORRENTE

A Companhia apresentou lucro líquido recorrente de R\$ 125,7 milhões no quarto trimestre, aumento de 22,5% vs o 4T22, e margem líquida de 8,8% (+100 bps).

O lucro líquido foi impactado negativamente pela despesa financeira líquida, que aumentou 36,5% no período devido, principalmente, ao aumento de juros sobre financiamentos decorrente de uma maior alavancagem no período. Além disso, o resultado financeiro também foi negativamente impactado por uma maior variação cambial líquida no período.

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 27,4%.

O ROIC recorrente foi impactado positivamente pelo crescimento de 34,5% do NOPAT em comparação com 2022. Em contrapartida, o indicador também foi afetado negativamente pelo maior capital empregado, em decorrência dos maiores investimentos e capital de giro.

Vale destacar a melhora significativa nos dias de contas a pagar (aumento de 5 dias vs 4T22 e de 19 dias vs 3T23) - fruto da normalização da política de prazos de pagamento junto aos fornecedores - bem como a contínua melhora na frente de otimização de estoques, impactando positivamente os dias de estoque do quarto trimestre (redução de 2 dias vs 4T22).

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

(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.

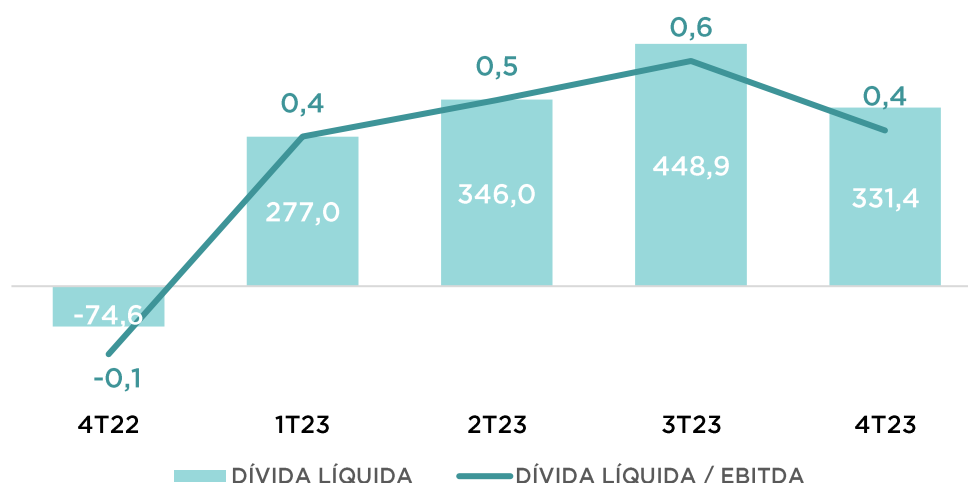
POSIÇÃO DE CAIXA E ENDIVIDAMENTO

A Companhia encerrou o 4T23 com dívida líquida de R\$331 milhões, e posição de caixa bruto de R\$750 milhões. Vale citar que houve uma reestruturação da dívida bruta no período que, como consequência, aumentou o *aging* da nossa dívida de forma que no 4T23 a dívida de longo prazo representou 18,4% da dívida total versus 0,5% no 3T23.

No trimestre, o caixa foi positivamente impactado pelo resultado operacional e pela melhora no capital de giro. Com isso, a alavancagem líquida reduziu de 0,6x no 3T23 para 0,4x no 4T23.

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

Evolução da dívida líquida e alavancagem



INVESTIMENTOS - CAPEX

No ano de 2023, o CAPEX totalizou R\$235,2 milhões, um crescimento marginal de apenas 0,9% em relação a 2022. Já no 4T23, os investimentos em CAPEX totalizaram R\$62 milhões, uma redução de 14,7% em relação ao mesmo período do ano anterior. Dentre os investimentos, destacam-se as seguintes frentes:

Lojas

- Investimentos relacionados à Estação Anacapri – *flagship* e escritório da marca na Oscar Freire;
- Reforma de lojas concentradas nas marcas Reserva, Arezzo, AB e Schutz;
- Abertura de lojas concentrada nas marcas da AR&CO (Oficina, Simples, Reserva e BAW), bem como na abertura de lojas da marca Carol Bassi;

Corporativo

- *Squads* – projetos relacionados a dados, inovação, e integração do canal *e-commerce*;
- Expansão do centro de distribuição no Espírito Santo;
- Integração das aquisições recentes;

Outros

- Manutenção nas fábricas e aquisição de novas máquinas.

Sumário de investimentos	4T23	4T22	Δ 23 x 22 (%)	2023	2022	Δ 23 x 22 (%)
CAPEX total	61.967	72.607	(14,7%)	235.201	233.143	0,9%
Lojas - expansão e reformas	25.658	28.097	(8,7%)	86.348	93.373	(7,5%)
Corporativo	28.970	38.290	(24,3%)	122.666	117.434	4,5%
Outros	7.339	6.220	18,0%	26.187	22.336	17,2%

DIVIDENDOS E JCP

Ao longo dos anos, a Arezzo&Co realizou de forma consistente a distribuição de proventos, demonstrando seu compromisso com o retorno de valor aos seus acionistas.

Em 30 de janeiro de 2023, a Companhia efetuou o pagamento de R\$ 82,1 milhões correspondentes aos JCP. Esses dividendos foram aprovados pelo Conselho de Administração em 12 de dezembro de 2022.

Em 01 de setembro de 2023, a Companhia efetuou o pagamento de R\$ 94,2 milhões correspondentes aos JCP. Esses proventos foram aprovados pelo Conselho de Administração em 26 de junho de 2023.

Em 28 de novembro de 2023, a Companhia efetuou o pagamento de R\$ 87 milhões em JCP e R\$ 33 milhões em dividendos intermediários. Esses proventos foram aprovados pelo Conselho de Administração em 6 de novembro de 2023.

Tipo	Valor Total	Valor pago por ação	Data de aprovação	Data de Pagamento
Total Dividendos 2023	214,2	1,54		
Dividendos	33,0	0,30	06/11/2023	28/11/2023
JCP	87,0	0,39	06/11/2023	28/11/2023
JCP	94,2	0,85	26/06/2023	01/09/2023
Total Dividendos 2022	201,8	1,83		
JCP	82,1	0,75	12/12/2022	30/01/2023
JCP	69,7	0,63	27/06/2022	14/07/2022
Dividendos	50,0	0,46	29/04/2022	28/12/2022
Total Dividendos 2021	89,6	0,90		
JCP	33,8	0,34	29/11/2021	14/01/2022
Dividendos	26,2	0,26	29/11/2021	14/01/2022
JCP	29,6	0,30	28/06/2021	30/07/2021

AREZZO
& CO

ANEXOS

RESERVA | PRE FALL 24

BALANÇO PATRIMONIAL

Ativo	4T23	3T23	4T22
Ativo circulante	2.915.054	2.683.764	2.383.445
Caixa e equivalentes de caixa	73.316	60.699	28.826
Aplicações financeiras	676.398	582.867	447.608
Contas a receber de clientes	1.125.449	921.776	867.582
Estoques	828.557	866.759	772.060
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	17.910	4.975	13.678
Outros Impostos a recuperar	111.728	145.003	187.534
Outros créditos	81.696	101.685	66.157
Ativo não circulante	3.060.850	2.950.654	2.275.819
Realizável a longo Prazo	525.612	463.884	317.664
Contas a receber	3.238	2.684	330
Imposto de renda e contribuição social diferidos	193.081	181.704	119.270
Depósitos judiciais	137.793	118.432	81.108
Impostos a recuperar	183.695	152.294	102.550
Outros valores a receber	7.805	8.770	14.406
Propriedades para Investimento	4.192	4.192	3.162
Imobilizado	890.929	835.209	691.581
Intangível	1.561.906	1.569.898	1.263.412
Instrumentos financeiros - derivativos	78.211	77.471	0
Total do ativo	5.975.904	5.634.418	4.659.264

Passivo	4T23	3T23	4T22
Passivo circulante	2.292.283	2.173.156	1.635.359
Empréstimos e financiamentos	882.205	1.087.400	392.254
Arrendamento	107.671	101.619	89.648
Fornecedores	834.464	569.095	671.662
Outras obrigações	467.943	415.042	481.795
Passivo não circulante	754.522	551.944	369.312
Empréstimos e financiamentos	198.919	5.101	9.619
Outras obrigações	69.878	59.490	68.917
Arrendamento	407.514	401.929	284.889
Outros valores a pagar	0	6.688	2.466
Impostos Diferidos	0	1.265	3.421
Instrumentos financeiros - derivativos	78.211	77.471	0
Patrimônio líquido atribuível aos acionistas controladores	2.909.553	2.891.405	2.653.792
Capital social	1.738.229	1.738.229	1.671.716
Reserva de capital	183.853	164.490	176.140
Reservas de lucros	999.599	720.201	814.396
Ajuste de avaliação patrimonial	-12.128	-9.145	-8.460
Resultado do período	0	277.630	0
Total do patrimônio líquido	2.929.099	2.909.318	2.654.593
Participação de não controladores	19.546	17.913	801
Total do passivo e patrimônio líquido	5.975.904	5.634.418	4.659.264

DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

DRE	4T23	4T22	Var.%	2023	2022	Var.%
Receita operacional líquida	1.424.631	1.311.413	8,6%	4.846.768	4.233.726	14,5%
Custo dos produtos vendidos	(627.634)	(606.428)	3,5%	(2.217.707)	(1.950.092)	13,7%
Lucro bruto	796.997	704.985	13,1%	2.629.061	2.283.634	15,1%
Receitas (despesas) operacionais:	(643.710)	(566.105)	13,7%	(2.070.277)	(1.733.505)	19,4%
Comerciais	(536.626)	(472.497)	13,6%	(1.713.632)	(1.489.371)	15,1%
Administrativas e gerais	(117.113)	(104.172)	12,4%	(395.572)	(330.240)	19,8%
Outras receitas operacionais, líquidas	10.029	10.564	-5,1%	38.927	86.106	-54,8%
Lucro antes do resultado financeiro	153.287	138.880	10,4%	558.784	550.129	1,6%
Resultado Financeiro	(51.465)	(37.716)	36,5%	(182.843)	(77.258)	136,7%
Lucro antes do IR e CS	101.822	101.164	0,7%	375.941	472.871	-20,5%
Imposto de renda e contribuição social	19.346	5.419	257,0%	22.732	(50.333)	-145,2%
Corrente	6.704	(16.391)	-140,9%	(54.500)	(81.398)	-33,0%
Diferido	12.642	21.810	-42,0%	77.232	31.065	148,6%
Lucro líquido do período	121.168	106.583	13,7%	398.673	422.538	-5,6%
Resultado atribuído aos:						
Acionistas controladores	121.770	107.012	13,8%	399.400	424.709	-6,0%
Acionistas não controladores	(602)	(429)	40%	(727)	(2.171)	-67%
Lucro líquido do período	121.168	106.583	13,7%	398.673	422.538	-5,6%

RECONCILIAÇÃO EBITDA

As reconciliações do EBITDA e do Lucro Líquido compreendem os efeitos não recorrentes reconhecidos no quarto trimestre e ano de 2023, bem como os efeitos contábeis do IFRS 16.

	4T23	4T22	2023	2022
EBITDA Consolidado	214.437	196.757	773.202	711.805
Margem EBITDA (Pós IFRS)	15,1%	15,0%	16,0%	16,8%
Créditos Extemporâneos ²	15.310	2.543	40.977	67.925
Despesas Legais	(3.041)	(1.402)	(7.447)	1.185
Despesas M&A	(1.721)	(1.868)	(13.078)	(21.031)
Despesas Logísticas (CD Espírito Santo)	-	-	(11.034)	-
Encerramento Operações e Desligamentos	(17.494)	-	(31.478)	-
Ágio Incorporação HG	-	6.608	(5.413)	6.608
Outros ajustes	(45)	-	(6.057)	-
Arrendamento (one off)	-	-	5.256	-
Efeito Líquido dos Itens Não Recorrentes	(6.991)	5.880	(28.273)	54.687
EBITDA Consolidado Ajustado (Pós IFRS)	221.428	190.877	801.474	657.117
Margem EBITDA Ajustada (Pós IFRS)	15,5%	14,6%	16,5%	15,5%
Arrendamento SG&A (IFRS 16)	38.702	46.147	133.330	99.991
Arrendamento SG&A (one off)	-	-	(5.207)	-
Arrendamento CMV (IFRS 16)	180	382	1.483	1.782
Arrendamento CMV (one off)	-	-	(50)	-
EBITDA Consolidado Ajustado (Pré IFRS)	182.545	144.348	671.917	555.343
Margem EBITDA Ajustada (Pré IFRS)	12,8%	11,0%	13,9%	13,1%

(1) No trimestre, refere-se principalmente ao fechamento das duas lojas da Schutz no mercado americano (Madison e Beverly Hills); no ano, além do fechamento das lojas, refere-se às mudanças estruturais ocorridas no 1S23, dentre elas, a redução do portfólio de marcas, com foco apenas no público AB+, e a reestruturação de áreas corporativas de apoio.

RECONCILIAÇÃO LUCRO LÍQUIDO

A reconciliação do Lucro Líquido compreende os efeitos não recorrentes reconhecidos no quarto trimestre e ano de 2023, bem como os efeitos contábeis do IFRS 16.

	4T23	4T22	2023	2022
Lucro Líquido Consolidado	121.168	106.583	398.673	422.538
Margem Líquida (Pós IFRS)	9,6%	9,4%	11,6%	14,5%
Efeito Líquido dos Itens Não Recorrentes	(4.614)	3.881	(21.264)	36.094
Lucro Líquido Consolidado Ajustado (Pós IFRS)	125.782	102.702	419.937	386.444
Margem Líquida Ajustada (Pós IFRS)	9,9%	9,0%	12,3%	13,2%
SG&A (IFRS 16)	(38.702)	(46.147)	(133.330)	(99.982)
SG&A One Off (IFRS 16)	-	-	5.207	-
Custo de Mercadorias vendidas (IFRS 16)	(180)	(382)	(1.483)	(1.782)
Custo de Mercadorias vendidas One Off (IFRS 16)	-	-	50	-
Depreciação e Amortização (IFRS 16)	29.549	35.866	108.728	85.150
Depreciação e Amortização One Off (IFRS 16)	-	-	(923)	-
Resultado Financeiro (IFRS 16)	11.667	14.443	40.548	22.880
Resultado Financeiro One Off (IFRS 16)	-	-	(341)	-
IRPJ e CSLL Corrente (IFRS 16)	628	1.345	3.677	2.063
IRPJ e CSLL Corrente One Off (IFRS 16)	-	-	(31)	-
IRPJ e CSLL Diferido (IFRS 16)	(628)	-	(7.359)	-
IRPJ e CSLL Diferido One Off (IFRS 16)	-	-	31	-
Lucro Líquido Consolidado Ajustado (Pré IFRS)	128.115	107.829	434.711	394.772
Margem Líquida Ajustada (Pré IFRS)	10,1%	9,5%	12,7%	13,5%

FLUXO DE CAIXA

DFC	4T23	4T22	2023	2022
Das atividades operacionais				
Lucro líquido	121.168	106.583	398.673	422.538
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	7.519	68.943	209.837	227.398
Depreciações e amortizações	63.481	59.765	222.944	166.030
Rendimento de aplicação financeira	(14.252)	(13.070)	(59.201)	(54.439)
Encargos financeiros e variação cambial sobre financiamentos	(16.052)	(9.166)	6.136	4.605
Imposto de renda e contribuição social	(19.346)	(5.419)	(22.732)	50.333
Outros	(6.312)	36.833	62.690	60.869
Decréscimo (acrécimo) em ativos				
Contas a receber de clientes	(203.964)	(142.213)	(235.857)	(58.699)
Estoques	28.633	(13.275)	(29.144)	(310.601)
Impostos a recuperar	13.374	13.948	5.117	(19.662)
Variação de outros ativos	34.923	11.533	3.973	(4.600)
Depósitos judiciais	(19.361)	(16.166)	(56.685)	(26.262)
(Decréscimo) acréscimo em passivos				
Fornecedores	265.369	34.152	135.914	90.296
Obrigações trabalhistas	27.852	(12.502)	(19.796)	(33.000)
Obrigações fiscais e sociais	51.337	12.869	43.113	(29.198)
Variação de outros passivos	9.855	37.585	(1.397)	(20.923)
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(27.837)	(9.364)	(58.926)	(80.169)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(11.679)	(9.290)	(28.230)	(18.867)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	297.189	82.803	412.592	138.251
Das atividades de investimento				
Aquisições de imobilizado e intangível	(61.967)	(72.607)	(235.201)	(233.143)
Aplicações financeiras	(749.701)	(1.087.026)	(3.843.876)	(4.080.007)
Resgate de aplicações financeiras	666.390	1.119.759	3.659.954	3.895.637
Aquisição de controlada, líquido do caixa obtido na aquisição	(244)	(600)	(194.866)	(89.735)
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	(145.522)	(40.474)	(613.989)	(507.248)
Das atividades de financiamento				
Captações de empréstimos e financiamentos	206.365	26.621	968.219	214.941
Pagamentos de empréstimos	(190.010)	(17.773)	(273.847)	(336.067)
Contraprestação de arrendamento	(41.771)	(48.078)	(143.892)	(105.422)
Pagamento de dividendos e JCP	(112.047)	(50.000)	(296.302)	(179.683)
Recursos Provenientes de emissão de ações	-	-	-	833.794
Gastos na emissão de ações	-	39	-	(40.760)
Recompra de ações	(2.033)	-	(11.248)	(26.057)
Recursos provenientes do exercício de opções de ações	-	-	-	1.680
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(139.496)	(89.191)	242.930	362.426
Aumento (redução) das disponibilidades	12.171	(46.863)	41.533	(6.572)
Disponibilidades				
Efeito Da Variação Cambial Sobre O Caixa E Equivalentes De Caixa	445	756	2.957	1.648
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	60.699	74.933	28.826	33.750
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	73.316	28.826	73.316	28.826
Aumento (redução) das disponibilidades	12.172	(46.863)	41.533	(6.572)

EARNINGS RELEASE
4T23 e 2023

AREZZO
&CO

**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



ALEXANDRE BIRMAN | SPRING SUMMER '24