

EARNINGS RELEASE 2T 2023

AREZZO & CO



SCHUTZ SS24

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 2T23

São Paulo, 10 de agosto de 2023. A Arezzo&Co (B3 - Brasil, Bolsa e Balcão: ARZZ3), maior *house of brands* de moda do Brasil, divulga seus resultados do 2T23.

DESTAQUES FINANCEIROS / OPERACIONAIS

VOLUME

7,2MM

DE PRODUTOS VENDIDOS
+10,6% VS 2T22, SENDO 4,4MM DE
PARES, 2,1MM DE PEÇAS DE ROUPAS E
760K BOLSAS.

RECEITA BRUTA

R\$1,4BI

CRESCIMENTO DE **21,6%** VS 2T22.
NO SEMESTRE A COMPANHIA
APRESENTOU CRESCIMENTO DE
22,5% VS 1S22.

EBITDA

R\$198MM

DE EBITDA
RECORRENTE COM CRESCIMENTO DE
22,1% VS 2T22, E
MARGEM EBITDA RECORRENTE DE
17,5%. O EBITDA REPORTADO FOI
R\$178MM. NO SEMESTRE, O EBITDA
RECORRENTE FOI DE R\$ 363MM (+22,4%).

SELL OUT DTC

R\$1,2BI

(FRANQUIAS, WEB E LOJAS PRÓPRIAS)
CRESCIMENTO DE **14,7%** VS 2T22.

MARGEM BRUTA

54,9% DE MARGEM BRUTA RECORRENTE
NO 2T23. O LUCRO BRUTO TOTALIZOU R\$
621MM, CRESCIMENTO DE 17,5%.

LUCRO LÍQUIDO

R\$114MM

DE LUCRO LÍQUIDO
RECORRENTE O LUCRO LÍQUIDO REPORTADO
FOI **R\$100MM**. NO SEMESTRE, O LUCRO
LÍQUIDO FOI DE R\$ 187MM (+3,4%).

ROIC

26,3% DE ROIC RECORRENTE NO
PERÍODO.

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

11 de agosto de 2023
11h00 (Brasília) / 10h00 (Nova York)

Videokonferência em Português com
Tradução para o Inglês



COTAÇÃO E VALOR DE MERCADO

10 de agosto de 2023
Preço da Ação: R\$ 81,15
Market Cap: R\$ 9,0 bilhões

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

O segundo trimestre de 2023 foi marcado por nossa **contínua capacidade de gestão do portfólio de marcas e do calendário comercial**, que atrelados à nossa habilidade de execução, resultaram em um sólido crescimento de receita da Arezzo&Co, mesmo em um cenário externo adverso e possuindo uma base de resultados históricos no mesmo período do ano anterior.

O período tem como destaque a data mais importante do ano para as nossas marcas de calçados core - o Dia das Mães, em maio. Além disso, o período também conta majoritariamente com as coleções de inverno. Em mais um ano, nós atingimos nosso **recorde de faturamento no dia das mães**. Todas as marcas bateram suas metas, e o sábado que antecedeu a data foi marcado como o **maior dia de vendas da nossa história**.

A nossa forte capacidade de interpretar tendências e despertar desejos, mais uma vez foi executada com extrema eficácia fazendo com que as marcas, **apesar de uma base de comparação extremamente forte, atingissem suas metas**. As marcas de vestuário também registraram excelentes resultados em todos os meses do trimestre, com destaque para a coleção de dia dos namorados das marcas da AR&CO.

Todas as marcas apresentaram crescimento de *sell out* e de receita no 2T23, e seguiram a tendência dos trimestres anteriores registrando **receita recorde em um segundo trimestre: R\$ 1,4 bilhão (+21,6% vs o 2T22 e +100,8% vs o 2T21)**. Vale destacar a forte base de comparação de +65,1% no 2T22 vs o 2T21. No mês de julho, a Arezzo&Co contou com a entrada das coleções de Cruise e Resort, que apresentaram ótimos resultados.

No mercado internacional, mesmo diante de um cenário externo desafiador, as marcas Schutz e Alexandre Birman demonstraram **evolução das vendas full price no e-commerce** com margem bruta acima do ano passado - desconsiderando o impacto do câmbio. Também estamos trabalhando no fortalecimento do canal de *retail*, que contou com o crescimento de 20,5%, impulsionado principalmente pela nova loja da Schutz em Nova York, na Broadway. No trimestre, a performance do canal de *wholesale* permaneceu em linha com a retração das lojas de departamento observada no mercado norte-americano, e o *sell in* realizado durante o segundo trimestre, que terá impacto no segundo semestre, já demonstra sinais de melhora.

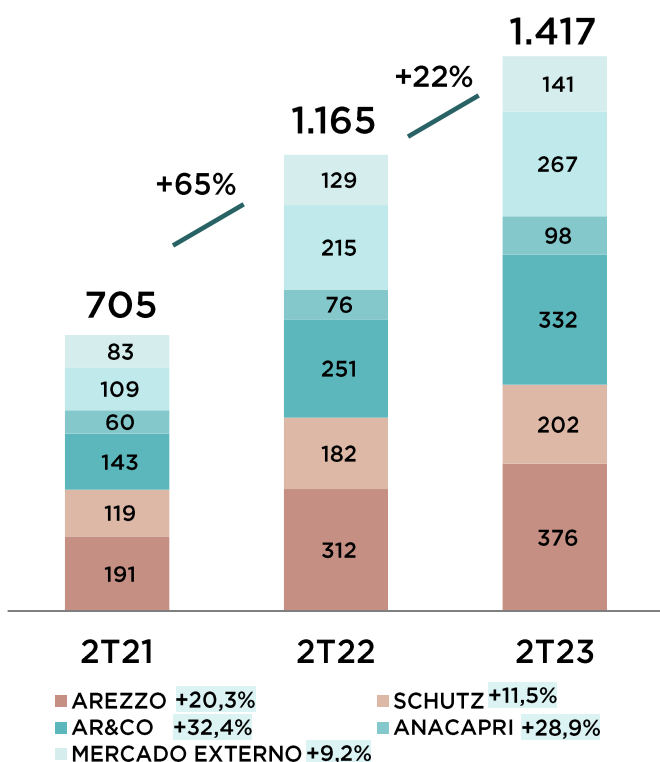
No segundo trimestre, demonstramos mais uma vez nossa **rápida capacidade de adaptação ao cenário externo, e agilidade em ajustar nossos planos** quando enxergamos um caminho melhor. Partindo deste princípio, realizamos mudanças estruturais, dentre elas, a redução do nosso portfólio de marcas, com foco apenas no público AB+, e a reestruturação de áreas corporativas de apoio. Tal movimento nos proporcionou diluição dos custos fixos como percentual da receita, gerando assim uma **melhora de eficiência operacional e maior rentabilidade no período**.

Rumo à 2154!

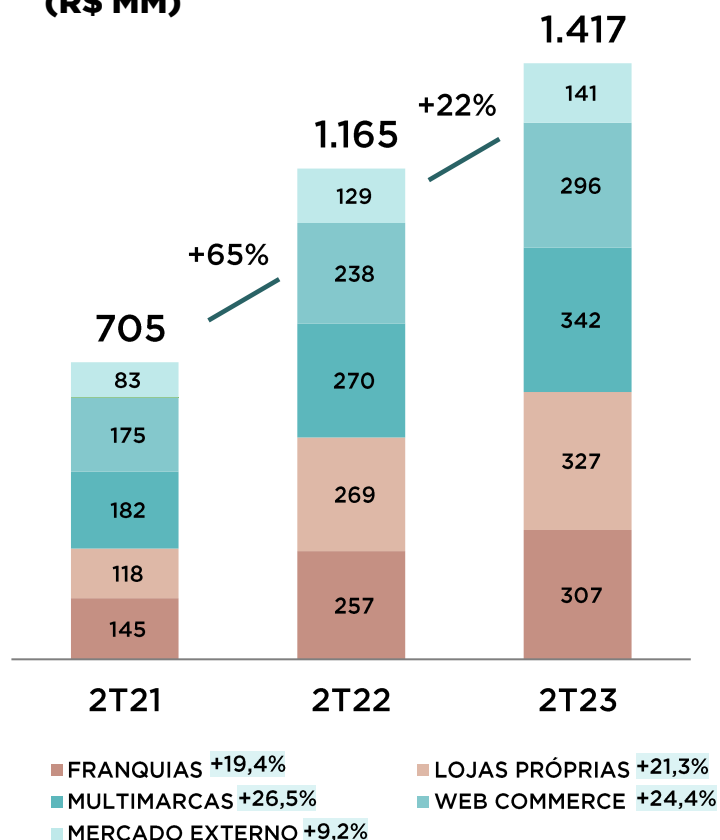
ALEXANDRE BIRMAN, CEO E CCO
AREZZO&CO

PRINCIPAIS DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

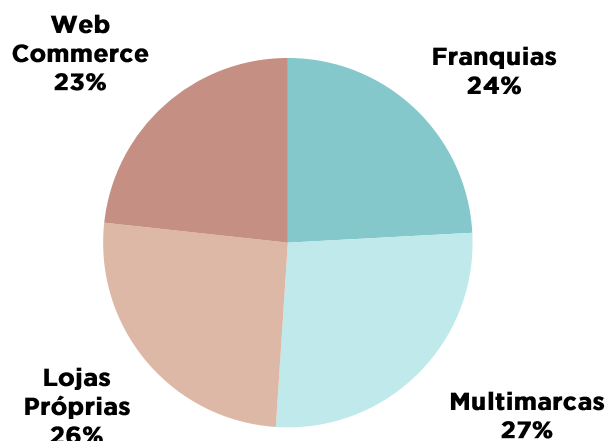
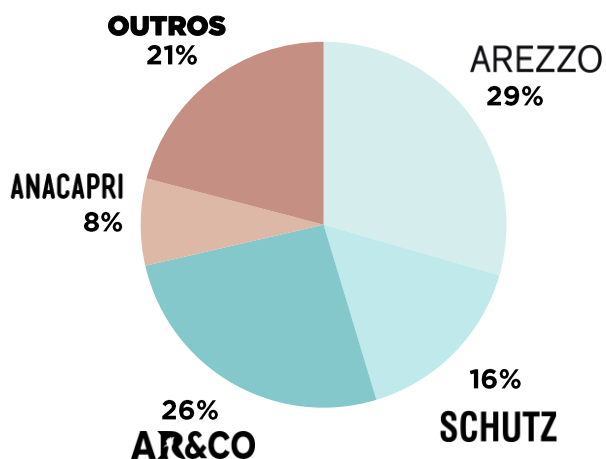
RECEITA BRUTA MARCAS (R\$ MM)



RECEITA BRUTA CANAIS (R\$ MM)



BREAKDOWN RECEITA BRUTA



DESTAQUES OMNICANALIDADE NO 2T23

1. VENDAS WEB COMMERCE

RECEITA TOTAL: **R\$ 296 MILHÕES** (+24,4% VS O 2T22)

TRÁFEGO TOTAL: **78 MILHÕES** (+11,8% VS O 2T22)

RECEITA TOTAL DOS APPS: **R\$78 MILHÕES** (+36,0% VS O 2T22)

PARTICIPAÇÃO TOTAL DOS APPS NA RECEITA: **28,2%**

TICKETS DO WEB COMMERCE: **+36,2%** VS O 2T22

2. VENDAS OMNICANAL

PARTICIPAÇÃO DO DIGITAL NO SELL
OUT DAS LOJAS FÍSICAS: **55,8%**

RECEITA DE RETIRE E ENTREGA PELA
LOJA: **+60,8%** VS O 2T22

13,4 MILHÕES DE CONTATOS
EXECUTADOS VIA APP NO 2T23
(RECEITA INFLUENCIADA)

3. CRM

CRESCIMENTO NA BASE DE CLIENTES
ATIVOS: **+12,7%** VS O 2T22

QUANTIDADE DE CLIENTES OMNI: **+14,9%**
VS 2T22

34,9% DOS CLIENTES COMPRAM NO
CANAL ONLINE;

11,5% DOS CLIENTES SÃO OMNI;

RECEITA OMNI: **+21,7%** VS 2T22



AREZZO | CRUISE/SPORT

PRINCIPALIS INDICADDORES

AREZZO
& CO

RECEITA BRUTA 2T23

Receita Bruta	2T23	Part%	2T22	Part%	Δ	Δ (%) 23 x 22
Receita bruta total	1.417.020		1.165.187		251.833	21,6%
Mercado externo	141.307	10,0%	129.399	11,1%		9,2%
Mercado interno	1.275.713	90,0%	1.035.788	88,9%	239.925	23,2%
Por marca						
Arezzo	375.938	29,5%	312.470	30,2%	63.468	20,3%
Schutz¹	202.448	15,9%	181.604	17,5%	20.844	11,5%
AR&CO²	332.409	26,1%	251.068	24,2%	81.341	32,4%
Anacapri	97.952	7,7%	76.003	7,3%	21.949	28,9%
Outros³	266.966	20,9%	214.643	20,7%	52.323	24,4%
Por canal						
Franquias	307.077	24,1%	257.124	24,8%	49.953	19,4%
Multimarcas	341.998	26,8%	270.259	26,1%	71.739	26,5%
Lojas próprias	326.677	25,6%	269.267	26,0%	57.410	21,3%
Web Commerce	296.003	23,2%	237.882	23,0%	58.121	24,4%
Outros⁴	3.958	0,3%	1.256	0,1%	2.702	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.

INDICADORES OPERACIONAIS 2T23

Resumo de Resultados	2T23	2T22	Δ (%) 23 x 22
Número de pares vendidos ('000)	4.408	4.263	3,4%
<i>Part. (%)</i>	60,9%	65,1%	-4,2 p.p
Número de bolsas vendidas ('000)	763	686	11,2%
<i>Part. (%)</i>	10,5%	10,5%	0,0 p.p
Número de peças de roupas vendidas ('000)¹	2.066	1.595	29,5%
<i>Part. (%)</i>	28,6%	24,4%	4,2 p.p
Número de funcionários	7.449	6.559	13,6%
Número de lojas*	1.005	950	55
<i>Próprias</i>	194	168	26
<i>Franquias</i>	811	782	29
Outsourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	83,4%	88,9%	-5,5 p.p
Insourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	16,6%	11,1%	5,5 p.p
Outsourcing Vestuário (% da produção total)	100,0%	100,0%	0,0 p.p
SSS² sell-in (franquias)	16,9%	58,8%	N/A
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	10,0%	54,4%	N/A

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

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

Resultados incluindo AR&CO.

* Inclui lojas no exterior

RECEITA BRUTA 1S23

Receita Bruta	1S23	Part%	1S22	Part%	Δ	Δ (%) 23 x 22
Receita bruta tota	2.702.967		2.207.270		495.697	22,5%
Mercado externo	258.615	18,3%	254.389	11,5%		1,7%
Mercado interno	2.444.352	172,5%	1.952.881	88,5%	491.471	25,2%
Por marca						
Arezzo	723.893	29,6%	619.194	31,7%	104.699	16,9%
Schutz¹	396.179	16,2%	360.020	18,4%	36.159	10,0%
AR&CO²	619.762	25,4%	448.123	22,9%	171.639	38,3%
Anacapri	189.147	7,7%	150.295	7,7%	38.852	25,9%
Outros³	515.371	21,1%	375.249	19,2%	140.122	37,3%
Por canal						
Franquias	605.095	24,8%	510.102	26,1%	94.993	18,6%
Multimarcas	677.789	27,7%	518.835	26,6%	158.954	30,6%
Lojas próprias	578.915	23,7%	460.627	23,6%	118.288	25,7%
Web Commerce	574.767	23,5%	461.303	23,6%	113.464	24,6%
Outros⁴	7.786	0,3%	2.014	0,1%	5.772	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.

INDICADORES OPERACIONAIS 1S23

Resumo de Resultados	1S23	1S22	Δ (%) 23 x 22
Número de pares vendidos ('000)	9.002	8.980	0,2%
<i>Part. (%)</i>	61,6%	66,4%	-4,8 p.p
Número de bolsas vendidas ('000)	1.436	1.416	1,4%
<i>Part. (%)</i>	9,8%	10,5%	-0,7 p.p
Número de peças de roupas vendidas ('000)¹	4.165	3.135	32,8%
<i>Part. (%)</i>	28,5%	23,2%	5,3 p.p
Número de funcionários	7.449	6.559	13,6%
Número de lojas*	1.005	950	55
<i>Próprias</i>	194	168	26
<i>Franquias</i>	811	782	29
Outsourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	83,4%	88,9%	-5,5 p.p
Insourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	16,6%	11,1%	5,5 p.p
Outsourcing Vestuário (% da produção total)	100,0%	100,0%	0,0 p.p
SSS² sell-in (franquias)	13,5%	50,2%	N/A
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	13,6%	56,2%	N/A

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

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

Resultados incluindo AR&CO.

* Inclui lojas no exterior

PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS 2T23

Principais Indicadores Financeiros	2T23	2T23 Recorrente	2T22 Recorrente	Δ (%) 23 x 22
Receita Bruta	1.417.020	1.417.020	1.165.187	21,6%
Receita Líquida	1.131.023	1.131.023	944.752	19,7%
CMV	(516.509)	(509.825)	(416.145)	22,5%
Depreciação e amortização - Custo	(1.510)	(1.510)	(1.022)	47,7%
Lucro bruto	614.514	621.198	528.607	17,5%
Margem bruta	54,3%	54,9%	56,0%	(1,1 p.p)
SG&A*	(489.047)	(475.383)	(400.313)	18,8%
% Receita	(43,2%)	(42,0%)	(42,4%)	0,4 p.p
Despesas comerciais	(359.935)	(351.659)	(304.267)	15,6%
Lojas próprias e Web Commerce	(164.615)	(161.395)	(77.837)	107,3%
Venda, logística e suprimentos	(195.320)	(190.265)	(226.430)	(16,0%)
Despesas gerais e administrativas	(79.019)	(73.154)	(67.357)	8,6%
Outras (despesas) e receitas	811	335	4.367	92,3%
Depreciação e amortização - Despesa	(50.904)	(50.904)	(33.055)	54,0%
EBITDA	177.882	198.230	162.371	22,1%
Margem EBITDA	15,7%	17,5%	17,2%	0,3 p.p
Resultado Financeiro	(43.674)	(43.674)	(6.655)	556,3%
Lucro líquido	100.462	113.891	123.367	(7,7%)

PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS 1S23

Principais Indicadores Financeiros	1S23	1S23 Recorrente	1S22 Recorrente	Δ (%) 23 x 22
Receita Bruta	2.702.967	2.702.967	2.207.270	22,5%
Receita Líquida	2.156.314	2.156.314	1.784.328	20,8%
CMV	(1.004.976)	(998.292)	(806.981)	23,7%
Depreciação e amortização - Custo	(2.856)	(2.856)	(2.000)	42,8%
Lucro bruto	1.151.338	1.158.022	977.347	18,5%
Margem bruta	53,4%	53,7%	54,8%	(1,1 p.p)
SG&A	(921.047)	(895.297)	(748.110)	19,7%
% Receita	(42,7%)	(41,5%)	(41,9%)	0,4 p.p
Despesas comerciais	(669.659)	(656.144)	(553.359)	18,6%
Lojas próprias e Web Commerce	(306.707)	(301.787)	(151.805)	98,8%
Venda, logística e suprimentos	(362.952)	(354.357)	(401.554)	(11,8%)
Despesas gerais e administrativas	(153.537)	(143.693)	(133.903)	7,3%
Outras (despesas) e receitas	(915)	1.476	4.068	63,7%
Depreciação e amortização - Despesa	(96.936)	(96.936)	(64.915)	49,3%
EBITDA	330.084	362.518	296.152	22,4%
Margem EBITDA	15,3%	16,8%	16,6%	0,2 p.p
Resultado Financeiro	(83.265)	(83.265)	(27.062)	207,7%
Lucro líquido	163.847	186.978	180.914	3,4%

RECONCILIAÇÃO EBITDA

A reconciliação do EBITDA compreende os efeitos não recorrentes reconhecidos no segundo trimestre, bem como os efeitos contábeis do IFRS 16.

	2T23	2T22	1S23	1S22
EBITDA Consolidado	177.882	156.999	330.084	350.989
Margem EBITDA (Pós IFRS)	15,7%	16,6%	15,3%	19,7%
1. Encerramento Operações e Desligamentos	(13.984)	-	(13.984)	-
2. Despesas M&A	(3.976)	(5.359)	(8.850)	(9.250)
3. Despesas Logísticas (CD Espírito Santo)	(3.648)	-	(8.668)	-
4. Despesas Legais	(1.116)	213	(3.131)	(1.296)
4. Créditos Extemporâneos	610	(226)	3.776	65.382
Ágio Incorporação HG	-	-	(5.413)	-
Outros ajustes	-	-	(290)	-
Arrendamento (one off)	1.767	-	4.127	-
Efeito Líquido dos Itens Não Recorrentes	(20.348)	(5.372)	(32.434)	54.836
EBITDA Consolidado Ajustado (Pós IFRS)	198.230	162.371	362.518	296.152
Margem EBITDA Ajustada (Pós IFRS)	17,5%	17,2%	16,8%	16,6%
Arrendamento SG&A (IFRS 16)	29.156	17.630	57.626	34.245
Arrendamento CMV (IFRS 16)	334	453	841	868
EBITDA Consolidado Ajustado (Pré IFRS)	168.739	144.288	304.051	261.043
Margem EBITDA Ajustada (Pré IFRS)	14,9%	15,3%	14,1%	14,6%

AJUSTES

- 1. Encerramento Operações e Desligamentos:** despesas referentes a reestruturação do time corporativo (desligamentos) e descontinuidade de operações e marcas - fábrica Veranópolis, marcas MyShoes, Fiever, Bambini e Unbrand. Tais despesas compreendem custos relativos à desligamentos, baixa de estoque/ativos e fechamento de lojas.
- 2. Despesas M&A:** despesas relativas à consultorias, auditoria externa e advogados.
- 3. Despesas Logísticas:** despesas extras relativas à mudança do CD de Cariacica - ES nas frentes de aluguel e pessoas.
- 4. Créditos Extemporâneos e Despesas Legais:** receitas provenientes do reconhecimento de créditos fiscais (inconstitucionalidade da inclusão do ICMS na base de cálculo do PIS/COFINS). As despesas legais são referentes aos custos para obtenção de tais créditos (advogados) que eventualmente são pagos nos meses seguintes.

RECONCILIAÇÃO LUCRO LÍQUIDO

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

	2T23	2T22	1S23	1S22
Lucro Líquido Consolidado	100.461	119.821	163.846	217.106
Margem Líquida (Pós IFRS)	8,9%	12,7%	7,6%	12,2%
Efeito Líquido dos Itens Não Recorrentes	(13.430)	(3.546)	(23.131)	36.192
Lucro Líquido Consolidado Ajustado (Pós IFRS)	113.891	123.367	186.978	180.914
Margem Líquida Ajustada (Pós IFRS)	10,1%	13,1%	8,7%	10,1%
SG&A (IFRS 16)	(30.873)	(17.621)	(61.703)	(34.236)
Custo de Mercadorias vendidas (IFRS 16)	(384)	(453)	(788)	(899)
Depreciação e Amortização (IFRS 16)	26.526	15.934	51.905	31.568
Resultado Financeiro (IFRS 16)	9.612	2.775	18.802	5.289
IRPJ e CSLL Corrente (IFRS 16)	1.083	192	2.118	520
IRPJ e CSLL Diferido (IFRS 16)	(1.083)	-	(5.800)	-
Lucro Líquido Consolidado Ajustado (Pré IFRS)	118.771	124.195	191.512	183.157
Margem Líquida Ajustada (Pré IFRS)	10,5%	13,1%	8,9%	10,3%

RESERVA | DIA DOS NAMORADOS



PERFORMANCE DOS CANAIS

AREZZO
& CO

CANAIS

SELL OUT – FRANQUIAS, LOJAS PRÓPRIAS E WEB COMMERCE

O *sell out* DTC (Lojas Próprias + Franquias + Web Commerce), alcançou **R\$ 1,2 bilhão no 2T23**, e mesmo sobre forte base de comparação, registrou crescimento de **14,7% vs o 2T22**. No primeiro semestre de 2023, o *sell out* totalizou R\$ 2,1 bilhões, crescimento de 17,6% vs o ano anterior.

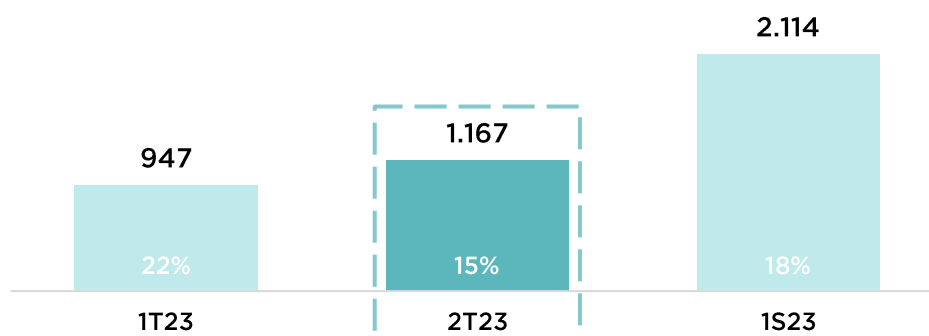
O canal digital deu continuidade a forte performance apresentada nos últimos períodos e apresentou expansão de 19,5%. Já as lojas físicas (franquias + lojas próprias) registraram crescimento de 13,2% no 2T22.

Em relação à performance das marcas, destaca-se a AR&CO com crescimento de 35,7% vs o 2T22. As marcas Anacapri e Alexandre Birman também apresentaram fortes resultados: 23,1% e 30,9%, respectivamente, quando comparadas ao mesmo período no ano anterior.

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

VS ANO ANTERIOR

+ R\$ 149 MILHÕES DE SELL OUT VS 2T22



CRESCIMENTO DE 15% SOBRE BASE DE COMPARAÇÃO DE 63%

R\$1,2BI
SELL OUT DTC
NO 2T23

15%
CRESCIMENTO
DE SELL OUT
vs 2T22

CANAIS

MONOMARCA – FRANQUIAS E LOJAS PRÓPRIAS

Os canais físicos monomarca da Arezzo&Co apresentaram fortes resultados no 2T23: crescimento de 20,4% vs o 2T22. O canal de franquias registrou faturamento de R\$ 307 milhões, crescimento de 19,4% vs 2022. Já o canal de lojas próprias totalizou R\$ 327 milhões de receita bruta, 21,3% acima do ano anterior.

A performance do canal de franquias foi impulsionada pelas marcas AR&CO, Anacapri e Arezzo, que apresentaram crescimentos de 50,9%, 40,1% e 17,8%, respectivamente. No semestre, os canais monomarca apresentaram patamar similar de faturamento: R\$ 605 milhões (franquias) e 579 milhões (lojas próprias), representando, juntos, aproximadamente 50% da receita bruta da Companhia no mercado interno.

MULTIMARCAS

Nos últimos trimestres, o canal multimarcas registrou crescente expansão. No 2T23, o canal alcançou receita R\$ 342 milhões, crescimento de 26,5% vs 2022, representando 26,8% do faturamento da Arezzo&Co. Todas as marcas do grupo apresentaram crescimento, com destaque para a Vans (43,9%) e para a Arezzo (24,0%).

No mês de maio, a Companhia realizou a segunda edição do PulsAR – evento de *sell in* com todas as marcas do grupo. O PulsAR se tornou um dos maiores eventos no cenário da moda brasileira, e reforça o posicionamento da Arezzo&Co como *house of brands*.

No segundo trimestre de 2023, as marcas da Companhia foram distribuídas através de 7.754 pontos de vendas (sem *overlap*), crescimento de 13,7% ante o 2T22.

WEB COMMERCE

O canal *web commerce* da Companhia registrou R\$ 296 milhões de receita bruta no trimestre, crescimento de 24,4% vs o mesmo período do ano anterior. No 2T22, o *web commerce* registrou expansão de 35,7% - forte base de comparação.

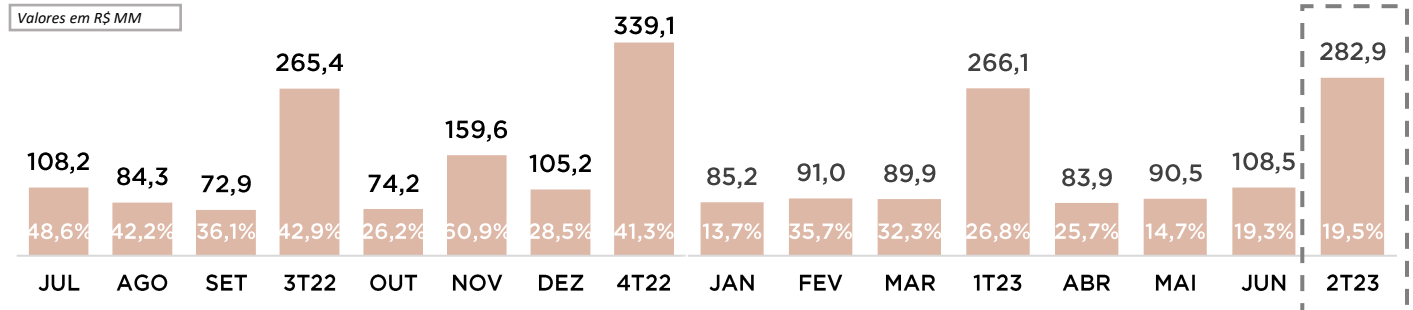
As marcas que se destacaram em termos de performance no e-commerce foram a AR&CO (+88,8%), Alexandre Birman (+73,4%) e Anacapri (+21,1%).

As vendas através dos aplicativos das marcas da Arezzo&Co seguem em constante expansão e cresceram 36,0% no trimestre, representando 28,2% das vendas no e-commerce. Os APPs somaram 1,3 milhão de downloads no período.

CANAIS

EVOLUÇÃO SELL OUT WEB COMMERCE

Arezzo&CO e AR&Co



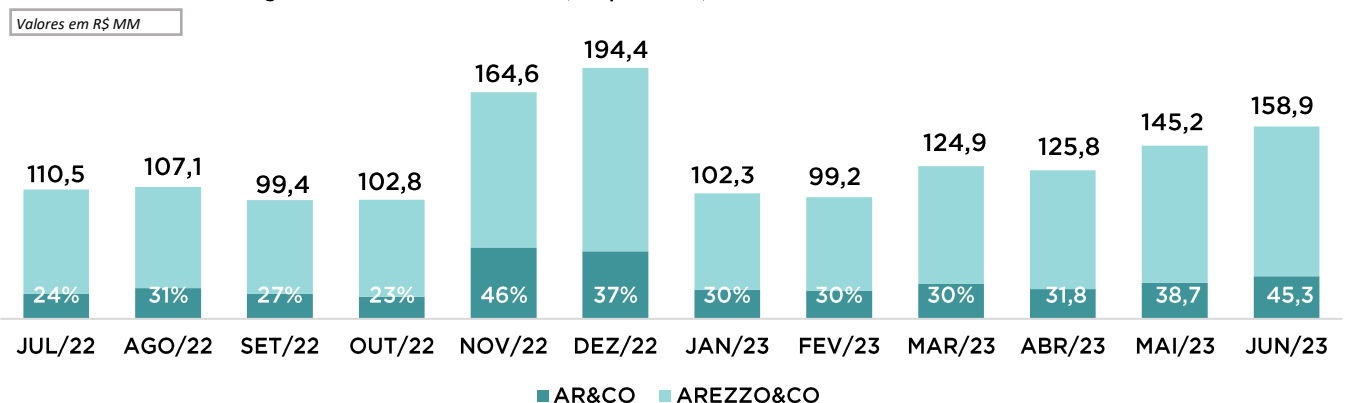
TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

As vendas através dos meios digitais – canal *web commerce*, ferramentas *omnichannel* e APP da vendedora -, totalizaram R\$ 2,7 bilhões de receita *sell out* no acumulado dos últimos doze meses. As vendas digitais representaram 55,8% do *sell out* das lojas físicas no período. As ferramentas digitais “entregue pela loja” e “retire na loja” seguiram a tendência de expansão e combinadas registraram o crescimento de 60,8% no período, representando 6,2% do *sell out* das lojas físicas.

No segundo trimestre, a receita influenciada pelo APP da vendedora apresentou crescimento de 24,3% vs o 2T22. A constante evolução dos indicadores digitais confirmam a força das vendas *omnichannel* da Arezzo&Co.

RECEITA DIGITAL GRUPO AREZZO&CO

Receita Ferramentas Digitais + APP Da Vendedora (Proprietário)



R\$1,1BI
SELL OUT WEB COMMERCE (LTM)

R\$1,5BI
RECEITAS DIGITAIS (LTM)

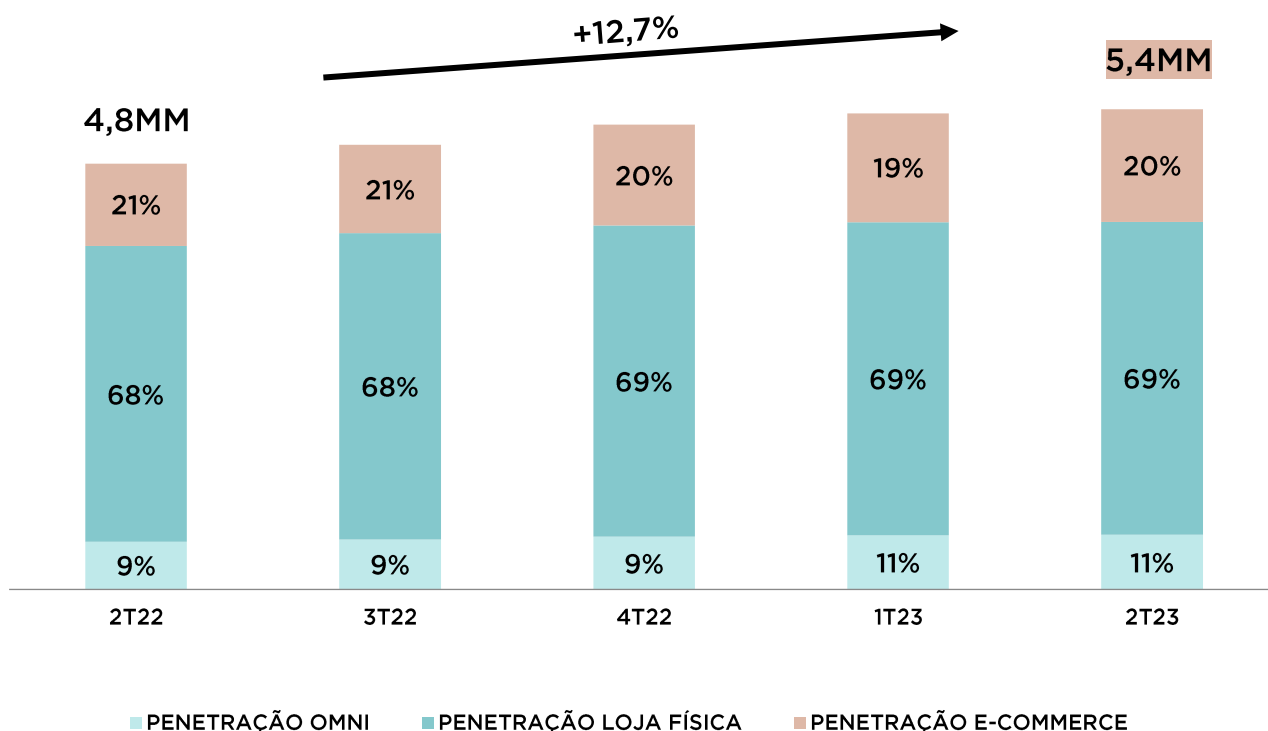
R\$2,7BI
SELL OUT WEB + FERRAMENTAS DIGITAIS (LTM)

CANAIS

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

BASE ATIVA DE CLIENTES

- A base ativa de clientes da Arezzo&Co totalizou **5,4 milhões** no trimestre, expansão de **12,7%** vs o mesmo período de 2022;
- **19%** da base ativa foi representada pela captação de novos clientes, **22%** por clientes retidos e **9%** por clientes reativados;*
- **34,9%** dos clientes da Arezzo&Co compram no canal online;
- **11,5%** dos clientes são *omnichannel* (compram no físico e no online);
- A quantidade dos clientes OMNI cresceu **14,9%** vs o 2T22, e resultou em um aumento de receita de **21,7%**;
- O cliente OMNI apresentou frequência de compra de **3,9x**, 7,0% acima da média da Arezzo&Co.



+15%
CLIENTES OMNI

+22%
RECEITA OMNI

Base ativa: clientes com compras nos últimos 12 meses.

REDE MONOMARCA

A Companhia encerrou o segundo trimestre de 2023 com **1.005 lojas**, sendo 993 no Brasil e 12 no exterior, considerando todas as marcas do grupo.

Nos últimos 12 meses, a Arezzo&Co abriu **55 lojas líquidas**, sendo 29 franquias e 26 lojas próprias. As aberturas concentraram-se principalmente nas marcas: AR&CO, Anacapri e Vans, seguindo a estratégia de expansão de lojas da Companhia. Além disso, a Arezzo&Co contou com um crescimento de 5,4% da área total de vendas (m²).

A Arezzo&Co reforça que seu *guidance* anunciado no Investors Day 2022 de **50 a 70 aberturas** líquidas em 2023, não sofreu alterações.

Histórico de lojas	2T22	3T22	4T22	1T23	2T23
Área de venda ^{1,3} - Total (m ²)	65.904	66.406	69.607	69.204	69.458
Área de venda - franquias (m ²)	47.901	47.996	49.660	49.470	48.848
Área de venda - lojas próprias ² (m ²)	18.002	18.410	19.946	19.734	20.610
Total de lojas no Brasil	939	952	1.002	994	993
Número de franquias	776	783	817	811	805
Arezzo	430	431	439	430	421
Schutz	62	62	62	61	60
Anacapri	210	215	226	229	230
Vans	12	12	14	15	16
AR&CO	62	63	75	75	77
My Shoes	-	-	1	1	1
Número de lojas próprias	163	169	185	183	188
Arezzo	18	18	18	17	23
Schutz	22	22	22	22	21
Alexandre Birman	10	11	12	12	11
Anacapri	2	2	2	2	2
Fiever	2	2	2	-	-
Alme	2	2	2	2	2
Vans	16	16	18	18	20
AR&CO	89	94	104	105	105
Carol Bassi	2	2	5	4	3
Vicenza	-	-	-	1	1
Total de lojas no Exterior	11	11	11	11	12
Número de franquias	6	6	6	6	6
Número de lojas próprias⁴	5	5	5	5	6

(1) Inclui metragens das lojas no exterior

(2) Inclui vinte lojas do tipo Outlets cuja área total é de 3.635 m²

(3) Inclui metragens de lojas ampliadas

(4) Inclui 4 lojas da marca Schutz sendo (i) Nova York na Madison Avenue, (ii) Miami no Shopping Aventura, (iii) Los Angeles na rua Beverly Drive e (iv) 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.

AREZZO
&CO

INDICADORES FINANCEIROS



ANACAPRI | RESORT

LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA RECORRENTE

A Companhia apresentou lucro bruto recorrente de R\$ 621 milhões no 2T23 (+17,5% vs o 2T22), e margem bruta de 54,9%, retração de 110 bps vs 2022. Vale destacar que a margem bruta do segundo trimestre de 2022 (56,0%) foi alavancada por um maior volume de vendas *full price* no período.

No 2T23, a margem foi impactada positivamente pelo crescimento da categoria de vestuário no canal de multimarcas, e negativamente pela queda da margem da operação norte-americana.

DESPESAS OPERACIONAIS RECORRENTE

Os investimentos realizados pela Arezzo&Co no trimestre, que são detalhados a seguir, refletem a alocação de seus recursos em busca de impulsionar o sólido crescimento da marcas core e desenvolvimento dos projetos estratégicos.

A Companhia permanece diligente aos custos fixos e operacionais – que apresentaram retração como percentual da receita líquida – com o objetivo contínuo de uma melhor eficiência operacional, e alavancagem da margem EBITDA.

Despesas Comerciais Recorrentes

No segundo trimestre de 2023, as despesas comerciais recorrentes da Arezzo&Co totalizaram R\$ 352 milhões, crescimento de 15,6% vs 2022, abaixo do crescimento da receita bruta de 21,6% no período.

No segundo trimestre de 2022, as linhas das despesas comerciais da AR&Co foram classificadas em centro de custos diferentes da Arezzo&Co, sendo assim, na tabela abaixo são apresentadas as linhas mencionadas com as classificações corretas no 2T22, a fim de espelhar o crescimento comparável de cada uma delas.

Reconciliação	2T23 Recorrente	2T22 Recorrente	Δ (%) 23 x 22
Despesas comerciais	(351.659)	(304.267)	15,6%
Lojas próprias e Web Commerce	(161.395)	(133.107)	21,3%
Venda, logística e suprimentos	(190.265)	(171.160)	11,2%

DESPESAS OPERACIONAIS RECORRENTES

- i. As despesas de lojas próprias e *web commerce* (canais de *sell out*) totalizaram R\$ 161 milhões – aumento de 21,3% (após reconciliação do 2T22). A receita bruta dos dois canais combinados cresceu 22,8% vs o 2T22, superior ao aumento das despesas. Dentre os principais impactos, destacam-se os custos relacionados à operação das lojas próprias. Nos últimos doze meses, a Companhia abriu 35 novas lojas próprias (18 da Arezzo&Co e 17 da AR&CO). Além disso, o canal *web commerce* também impactou a linha, devido ao aumento das despesas relacionadas ao *marketing* de performance.
- ii. As despesas de Vendas, Logística e Suprimentos da Arezzo&Co totalizaram R\$ 190 milhões no trimestre – crescimento de 11,2% vs o 2T22. Dentre os fatores que impactaram a linha no período, destacam-se os (i) investimentos nos eventos de *sell in*, como o PulsAR (evento com foco em multimarcas) e o lançamento da coleção de verão, as (ii) despesas na linha de gente, devido ao aumento das comissões no canal de multimarcas explicado pelo crescimento de receita, e a (iii) adição da operação da marca Paris Texas na Itália.

Despesas Gerais e Administrativas Recorrentes

No segundo trimestre, as despesas gerais e administrativas recorrentes da Companhia totalizaram R\$ 73 milhões, incremento de 8,6% vs o 2T22, gerando alavancagem operacional. Dentre os fatores que contribuíram para a expansão no período, destaca-se a incorporação dos times corporativos das operações recém adquiridas, como a HG e *Sunset*, principalmente nas áreas de engenharia, amostras, *sourcing* e exportação.

Despesas Fixas, Variáveis e Eventuais

No segundo trimestre, as despesas da Companhia - desconsiderando depreciação e amortização - totalizaram R\$ 425 milhões, incremento de 15,6% vs o mesmo período de 2022. Vale destacar que as despesas fixas da Arezzo&Co apresentaram redução de 90bps vs o 2T22 como percentual da receita líquida – passaram de 17,7% para 16,8%.

Na tabela da página seguinte, as despesas são apresentadas pelo *breakdown* entre 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 descrita acima.

Despesas Fixas, Variáveis e Eventuais

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

Análise SG&A	2T23 Recorrente	2T22 Recorrente	Δ (%) 23 x 22
SG&A Total	424.477	367.294	15,6%
Fixo	190.571	167.610	13,7%
Eventuais	69.574	59.654	16,6%
Variáveis	193.489	157.659	22,7%
Arrendamento	(29.156)	(17.630)	65,4%

EBITDA E MARGEM EBITDA RECORRENTE

O EBITDA recorrente da Companhia totalizou **R\$ 198 milhões**, crescimento de **22,1%** vs o 2T22, e margem EBITDA recorrente de **17,5%, +30bps** vs o mesmo período de 2022.

Dentre os principais fatores que contribuíram de forma positiva, destacam-se o crescimento consistente de todas as marcas e canais do grupo e a diluição do SG&A como percentual da receita. Tal redução é fruto das mudanças estruturais realizadas pela Arezzo&Co ao longo do primeiro semestre visando a melhora de eficiência operacional em todas as áreas da Companhia.

Em contrapartida, a ARZZ International (mercado externo) contribuiu de forma negativa para o EBITDA consolidado, devido a uma retração das lojas de departamento nos Estados Unidos, mesmo apresentando evolução em comparação com o 1T23.

A margem do mercado interno passou de 18,5% para 19,4%: expansão de 90bps.

	EBITDA 2T23			EBITDA 2T22		
	&Co	Brasil	ARZZ Intern.	&Co	Brasil	ARZZ Intern.
Receita Líquida	1.131,0	1.007,9	123,1	944,8	841,7	103,0
Lucro Bruto	621,2	558,3	62,9	528,6	469,7	58,9
Mg. Bruta	54,9%	55,4%	51,1%	56,0%	55,8%	57,1%
EBITDA Recorrente	198,2	195,1	3,2	162,4	155,9	6,5
Mg. EBITDA Recorrente	17,5%	19,4%	2,6%	17,2%	18,5%	6,3%

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\$ 114 milhões no segundo trimestre, queda de 7,7% vs o 2T22, e margem líquida de 10,1% (-300 bps). O lucro líquido foi impactado negativamente pelo resultado financeiro e pela variação cambial do período.

O resultado financeiro do trimestre foi impactado pelo (i) aumento nos juros sobre financiamentos decorrente de uma maior alavancagem no período, (ii) incremento na linha de juros sobre arrendamento decorrente do aumento dos contratos de aluguéis; e pelas (iii) despesas com taxas de cartões de crédito, que cresceram na mesma proporção do aumento de vendas.

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 26,3%.

O ROIC recorrente foi impactado positivamente pelo crescimento do NOPAT, e negativamente pelas linhas do capital de giro. É importante ressaltar a nova dinâmica de operação devido à maior produção própria (16,6% em calçados e bolsas) e a maior representatividade dos canais de *sell out* e da categoria de vestuário. De todo modo, a Companhia realizou esforços nas frentes de fornecedores e estoques, que já serão refletidos nos resultados do próximo trimestre.

Resultado Operacional	2T23 Contábil	2T23 Recorrente	2T22 Contábil	2T22 Recorrente	Δ 23 x 22 Ajust. (%)
EBIT (LTM)	496.344	528.928	522.526	484.051	9,3%
+ IR e CS (LTM)	6.393	5.822	(59.643)	(52.409)	(111,1%)
NOPAT (LTM)	502.737	534.750	462.883	431.642	23,9%
Capital de giro¹	1.102.640	1.094.282	514.225	614.218	78,2%
Contas a receber	781.486	781.486	613.690	613.690	27,3%
Estoques	864.459	856.100	651.730	651.730	31,4%
Fornecedores	(483.389)	(483.389)	(566.002)	(566.002)	(14,6%)
Outros	(59.916)	(59.916)	(185.193)	(85.201)	(29,7%)
Ativo permanente	2.377.950	1.180.575	1.681.935	747.690	57,9%
Outros ativos de longo prazo²	213.430	213.430	221.254	221.255	(3,5%)
Capital empregado	3.694.020	2.488.287	2.417.414	1.583.163	57,2%
Média do capital empregado³	3.055.717	2.035.725	2.050.598	1.251.527	62,7%
ROIC⁴	16,5%	26,3%	22,6%	34,5%	

(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 2T23 com dívida líquida de R\$ 346 milhões.

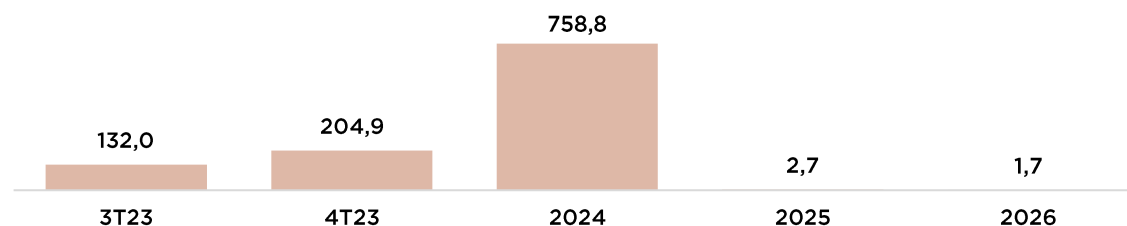
Posição de caixa bruto: R\$ 682 milhões. No trimestre, o caixa foi impactado de forma não recorrente pelo pagamento da aquisição da Vicenza e *earn out* de Carol Bassi no montante de R\$ 63 milhões.

Posição de Caixa e Endividamento	2T23	1T23	2T22
Caixa e Equivalentes de Caixa	682.038	783.068	715.247
Dívida total	1.028.025	1.060.093	355.286
Curto prazo	642.492	663.004	345.023
% <i>dívida total</i>	62,5%	62,5%	97,1%
Longo prazo	385.533	397.089	10.263
% <i>dívida total</i>	37,5%	37,5%	2,9%
Dívida Líquida	345.987	277.025	(359.961)
Dívida Líquida/EBITDA	0,5x	0,4x	-0,6x

Captações Recentes

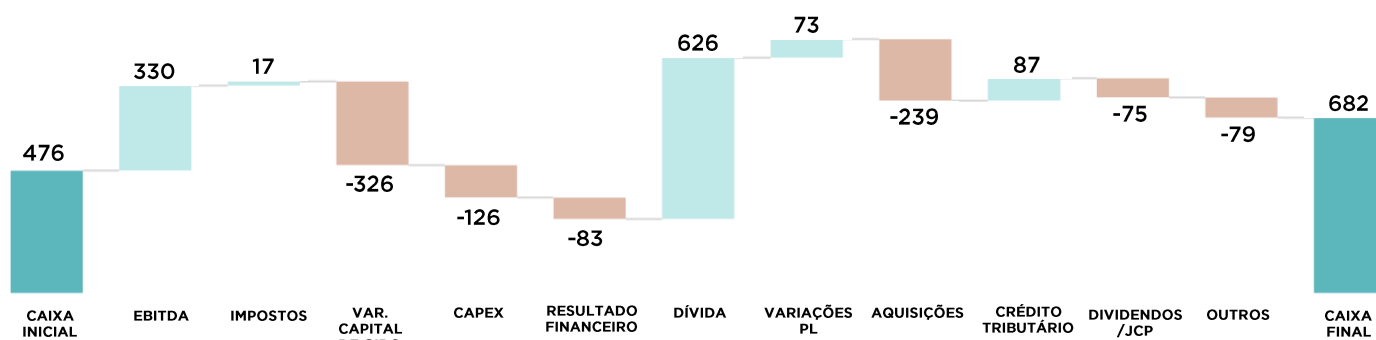
Data	Intermediário	Valor (R\$ MM)	Remuneração	Vencimento
Janeiro/23	Bradesco	100	CDI+1,00%	Janeiro/24
Março/23	Itaú	150	CDI+1,80%	Março/24
Março/23	Santander	400	CDI+2,02%	Setembro/24

CRONOGRAMA DE VENCIMENTOS DA DÍVIDA COM JUROS ATÉ 31/06/2023 (R\$ MM)



POSIÇÃO DE CAIXA E ENDIVIDAMENTO

FLUXO DE CAIXA 1S23 (R\$MM)



*OUTROS: IMPOSTOS A RECUPERAR, OUTROS VALORES A RECEBER, TAXAS E CONTRIBUIÇÕES, OBRIGAÇÕES TRABALHISTAS E OUTRAS CONTAS A PAGAR.

INVESTIMENTOS - CAPEX

Os investimentos em CAPEX totalizaram **R\$ 75 milhões** no 2T23 - crescimento de **33,1%**:

Lojas

- Reforma e abertura de lojas próprias da AR&CO (21 reformas e 2 novas lojas);
- Conversão de 7 franquias em lojas próprias da marca Arezzo.

Corporativo

- *Squads* - projetos relacionados à integração de canais, digitalização dos negócios (*merchandising/planning*, logística e *sourcing*), plataforma de dados (showroom eletrônico e ZZNET) e negócios digitais (Tableau e APP da vendedora).
- Investimentos e expansão do centro de distribuição em Cariacica - Espírito Santo.

Outros

- Abertura da segunda loja da Schutz em Nova York;
- Reforma de lojas e do novo showroom da Schutz e da Alexandre Birman nos Estados Unidos.

Sumário de investimentos	2T23	2T22	Δ 23 x 22 (%)
CAPEX total	74.524	56.004	33,1%
Lojas - expansão e reformas	31.955	23.297	37,2%
Corporativo	36.023	27.255	32,2%
Outros	6.546	5.452	20,1%

**AREZZO
& CO**

**PERFORMANCE
DAS MARCAS**

AREZZO

A marca Arezzo alcançou receita bruta de R\$ 376 milhões no 2T23, crescimento de 20,3% vs o mesmo período de 2022. Vale destacar a forte base de comparação da marca: 63,9% vs o 2T21. Todos os canais de vendas apresentaram forte crescimento, com destaque para os canais de multimarcas e franquias: 24,0% e 17,8%, respectivamente.

O segundo trimestre da marca Arezzo foi marcado por diversos lançamentos, que se mostraram extremamente aderentes à demanda das suas consumidoras.

Para o dia das mães, a Arezzo contou com um robusto calendário de ativações, que resultou no recorde de vendas da marca no período. O sábado que antecedeu a data foi o maior dia de faturamento da Arezzo em sua história.

Em abril, a Arezzo deu continuidade à sua campanha de inverno - *My Turn* - lançada com a modelo global Gisele Bündchen. Além disso, em parceria com a Silvia Braz, *influencer* brasileira, a marca desenvolveu uma coleção focada nas principais tendências da estação, com os principais atributos de moda.



SCHUTZ

A marca Schutz registrou receita bruta de R\$ 202 milhões no 2T23, expansão de 11,5%. No período, a marca contou com uma forte base de comparação no Brasil: 52,5% de crescimento vs o 2T21. Em termos globais, a marca atingiu R\$ 273 milhões, faturamento estável vs o mesmo período de 2022.

Como destaque do período, a Schutz lançou sua campanha de dia das mães intitulada “A mãe pelo olhar do filho”. A coleção contou com calçados atemporais, pensados para as consumidoras da marca. Como destaque, a Schutz lançou a jaqueta de couro “Madison”, criada nas cores dos principais calçados da coleção. Assim como outras marcas do grupo, a Schutz registrou recorde histórico de vendas no sábado que antecedeu o dia das mães de R\$ 202 milhões.

AR&CO

A AR&CO alcançou receita de R\$ 332 milhões no 2T23, expansão de 32,4%, mesmo sobre forte base de comparação (+75,5% vs 2T21).

Em linha com o seu crescimento acelerado, AR&CO registrou forte expansão em todos os canais de venda, *sell in* e *sell out*, com destaque para os canais de e-commerce e franquias que cresceram 88,8% e 50,9%, respectivamente. O canal digital já representa 28,6% do faturamento da AR&CO.

Como destaque do trimestre, a Oficina Reserva apresentou crescimento de 60,7%. A marca realizou sua primeira abertura do ano no shopping JK Iguatemi em São Paulo, totalizando 14 lojas no Brasil. A loja registrou mais de R\$ 900 mil em vendas no primeiro mês de operação.

No mês de abril, a Reserva Go, *sublabel* de calçados, lançou o tênis Yankee®, novo *sneaker* da linha Type-R. O tênis é uma releitura dos tênis joggings dos anos 80, com solado tratorado. A Reserva Go deu continuidade à sua expansão e já representa 20% das vendas.

Já a BAW Clothing registrou crescimento em todos seus canais de venda, atingindo expansão de 52,1% vs o 2T22. Como destaque, a marca lançou APP próprio reforçando sua presença digital. Além disso, fortaleceu sua estratégia de parceria com *influencers*, atuando com nomes como Bruno Gagliasso, Rafa Kalimann e Jade Picon.



VANS**"OFF THE WALL"**

A marca Vans registrou crescimento de 22,9% no trimestre, com destaque para o canal de multimarcas, que registrou o crescimento de 43,9%. Em linha com sua estratégia de expansão no Brasil, a marca realizou a abertura de três novas lojas, duas na cidade de São Paulo, e a terceira em Campinas.

Como destaque do segundo trimestre, a Vans lançou a campanha "Clássicos Desde Sempre" que homenageou os cinco modelos mais icônicos da marca - Authentic, Era, Old Skool, Slip-On e Sk8-Hi.



ANACAPRI

marca Anacapri registrou faturamento de R\$ 98 milhões, crescimento de 28,9% vs o mesmo período de 2022. Como destaque, o canal de franquias apresentou crescimento de 40,1% vs o 2T22.

Para o dia das mães, a marca lançou uma campanha com a Juliette e sua mãe, sendo um grande sucesso em todos os canais de venda.



ALEXANDRE

BIRMAN

A marca Alexandre Birman registrou receita global de R\$ 63 milhões no segundo trimestre de 2023. No mercado interno, a marca apresentou crescimento de 34,0%, com destaque para o canal online que alcançou 73,4% de expansão no período.

Durante o trimestre, reforçando seu posicionamento como marca global, a marca esteve presente no 76º Festival Internacional de Cinema de Cannes, e lançou a coleção cápsula “*Glam Capsule*” com modelos de sandálias que traduzem o glamour do evento.

CAROL BASSI

A marca Carol Bassi deu continuidade à sua expansão de vendas e apresentou o crescimento de 80,1% vs o 2T22.

O mês de maio representou um marco histórico para a marca: R\$ 15 milhões de faturamento em um único mês.

A campanha de dia das mães da marca contou novamente com uma *collab* com Maria Rudge, composta por peças de estampas leves mescladas a tecidos clássicos.



ALME

No segundo trimestre, a Alme, marca sustentável da Arezzo&Co, realizou o lançamento do seu novo tênis – o Carbon Neutral. O modelo conta a história do compromisso da marca em seu solado com a ilustração da topografia do Vale do Rio Jari, região amazônica na qual a Alme realiza a sua compensação de carbono.

Além disso, a marca lançou o material Ecobambu, um laminado tecnológico com 45% de fibra de bambu de origem natural e renovável. Com aparência, textura e resistência que remetem ao couro, o material passou a fazer parte das novas categorias criadas para a coleção de inverno da marca. Os novos modelos lançados com esta tecnologia, como a Bota Camp, a sandália Selva e o próprio Tênis Carbon Neutral foram destaque nas vendas no período.



Vicenza)

No início de 2023, a Arezzo&Co anunciou a aquisição da Vicenza – marca brasileira de calçados femininos.

Em junho, a Companhia realizou o *closing* da operação, integrando assim os resultados da Vicenza aos da Arezzo&Co. No trimestre, a marca contribuiu com R\$ 9 milhões de receita.

Na frente de integração, a Vicenza foi adaptada ao calendário de *sell in* e *sell out* da Arezzo&Co, e já conta com seu time comercial próprio de multimarcas.

Além disso, o e-commerce da marca também está em processo de integração, com conclusão prevista para o segundo semestre.

Vale destacar que no dia 13 de março, a Vicenza abriu sua primeira loja física (*pop-up*) no shopping JK em São Paulo, proporcionando a experiência física da marca pela primeira vez às consumidoras.



NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

A operação internacional da Arezzo&Co registrou receita de R\$ 141 milhões, crescimento de 9,2% vs o 2T22. A marca Paris Texas passou a integrar os resultados na operação internacional, e no trimestre alcançou R\$ 31 milhões de receita bruta.

Nos Estados Unidos, através das marcas Schutz e Alexandre Birman, o canal de lojas próprias apresentou crescimento de 20,5%, impulsionado principalmente pela nova loja da Schutz em Nova York. O canal de *wholesale* representou 40,9% de participação no faturamento.

Como destaque do trimestre, a marca Schutz inaugurou sua segunda loja em Nova York na Broadway, no bairro do *SoHo*. No primeiro mês de vendas, a loja registrou R\$ 2 milhões, e contou com um fluxo três vezes acima do observado na região da *Madison Avenue*. Além disso, 80% das consumidoras que compram na nova loja são novas na base, auxiliando assim o aumento de *awareness* da marca.

Através da nova loja, a Schutz passou a oferecer *same day delivery* em Nova York, nas compras feitas no e-commerce. No período, a loja atendeu aproximadamente 80 pedidos por dia.

Em relação à entrada da marca Arezzo no mercado norte-americano, o lançamento ao público final acontecerá em setembro, e contará com um plano 360º de *marketing* em colaboração com a Macy's e a Belk. Além disso, as lojas de departamento realizaram novos pedidos em junho para lançamento no quarto trimestre de 2023.



BALANÇO PATRIMONIAL

Ativo	2T23	1T23	2T22
Ativo circulante	2.690.403	2.691.016	2.192.913
Caixa e equivalentes de caixa	73.466	83.603	81.682
Aplicações financeiras	608.572	699.465	633.565
Contas a receber de clientes	781.486	743.011	613.690
Estoques	864.459	842.526	651.730
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	25.282	19.291	161.845
Outros Impostos a recuperar	231.709	203.213	0
Outros créditos	105.429	99.907	50.401
Ativo não circulante	2.744.660	2.440.906	2.001.494
Realizável a longo Prazo	285.974	297.353	319.559
Contas a receber	2.590	478	2.952
Imposto de renda e contribuição social diferidos	153.279	126.599	98.305
Depósitos judiciais	104.945	93.210	54.788
Impostos a recuperar	15.432	66.001	148.494
Outros valores a receber	9.728	11.065	15.020
Propriedades para Investimento	4.193	3.761	2.860
Imobilizado	850.095	769.765	492.475
Intangível	1.523.662	1.370.027	1.186.600
Instrumentos financeiros - derivativos	80.736	0	0
Total do ativo	5.435.063	5.131.922	4.194.407

Passivo	2T23	1T23	2T22
Passivo circulante	1.703.159	1.589.572	1.433.019
Empréstimos e financiamentos	642.492	663.004	345.023
Arrendamento	97.480	93.790	62.079
Fornecedores	483.389	571.535	566.002
Outras obrigações	479.798	261.243	459.915
Passivo não circulante	926.218	800.389	268.927
Empréstimos e financiamentos	385.533	397.089	10.263
Outras obrigações	61.365	59.007	72.465
Arrendamento	394.957	339.922	180.107
Outros valores a pagar	2.801	2.720	3.405
Impostos Diferidos	826	1.651	2.687
Instrumentos financeiros - derivativos	80.736	0	0
Patrimônio líquido atribuível aos acionistas controladores	2.783.100	2.716.661	2.492.432
Capital social	1.738.229	1.671.716	1.645.467
Reserva de capital	168.410	174.295	163.046
Reservas de lucros	720.201	814.396	541.478
Ajuste de avaliação patrimonial	-7.507	-6.887	-6.379
Resultado do período	163.767	63.141	148.820
Total do patrimônio líquido	2.805.686	2.741.961	2.492.461
Participação de não controladores	22.586	25.300	29
Total do passivo e patrimônio líquido	5.435.063	5.131.922	4.194.407

DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

DRE	2T23	2T22	Var.%
Receita operacional líquida	1.131.023	944.752	19,7%
Custo dos produtos vendidos	(516.509)	(416.145)	24,1%
Lucro bruto	614.514	528.607	16,3%
Receitas (despesas) operacionais:	(489.046)	(405.685)	20,5%
Comerciais	(401.330)	(333.615)	20,3%
Administrativas e gerais	(88.527)	(73.402)	20,6%
Outras receitas operacionais, líquidas	811	1.332	-39,1%
Lucro antes do resultado financeiro	125.468	122.922	2,1%
Resultado Financeiro	(43.674)	(6.655)	556,3%
Lucro antes do IR e CS	81.794	116.267	-29,6%
Imposto de renda e contribuição social	18.668	3.554	425,3%
Corrente	(8.835)	(11.137)	-20,7%
Diferido	27.503	14.691	87,2%
Lucro líquido do período	100.462	119.821	-16,2%
Resultado atribuído aos:			
Acionistas controladores	100.626	120.450	-16,5%
Acionistas não controladores	(164)	(629)	-73,9%
Lucro líquido do período	100.462	119.821	-16,2%

FLUXO DE CAIXA

DFC	2T23	2T22
Das atividades operacionais		
Lucro líquido	100.462	119.821
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	45.465	54.911
Depreciações e amortizações	54.480	34.813
Rendimento de aplicação financeira	(17.379)	(15.848)
Encargos financeiros e variação cambial sobre financiamentos	(19.720)	35.882
Imposto de renda e contribuição social	(38.452)	(3.554)
Outros	66.536	3.618
Decréscimo (acréscimo) em ativos		
Contas a receber de clientes	(35.528)	29.331
Estoques	13.389	(92.358)
Impostos a recuperar	25.210	(18.935)
Variação de outros ativos	(2.345)	26.914
Depósitos judiciais	(11.735)	699
(Decréscimo) acréscimo em passivos		
Fornecedores	(95.700)	(23.765)
Obrigações trabalhistas	15.671	14.299
Obrigações fiscais e sociais	22.129	(12.884)
Variação de outros passivos	4.094	(18.779)
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(2.775)	(26.693)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(907)	(1.289)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	77.430	51.272
Das atividades de investimento		
Resultado da venda de imobilizado e intangível	-	-
Aquisições de imobilizado e intangível	(74.524)	(56.004)
Aplicações financeiras	(653.262)	(889.780)
Resgate de aplicações financeiras	757.686	861.866
Aquisição de controlada, líquido do caixa obtido na aquisição	(64.068)	-
Aquisição de combinação de negócio	-	(2.400)
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	(34.168)	(86.318)
Das atividades de financiamento		
Captações de empréstimos e financiamentos	-	83.615
Pagamentos de empréstimos	(18.490)	(46.962)
Contraprestação de arrendamento	(33.744)	(18.533)
Pagamento de dividendos e JCP	-	-
Créditos (débitos) com sócios	-	-
Recursos Provenientes de emissão de ações	-	-
Gastos na emissão de ações	-	(3.977)
Recompra de ações	(3.024)	-
Recursos provenientes do exercício de opções de ações	-	-
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(55.258)	14.143
Aumento (redução) das disponibilidades	(11.996)	(20.903)
Disponibilidades		
Efeito Da Variação Cambial Sobre O Caixa E Equivalentes De Caixa	1.859	(4.162)
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	83.603	106.747
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	73.466	81.682
Aumento (redução) das disponibilidades	(11.996)	(20.903)

EARNINGS RELEASE
2T 2023

AREZZO
&CO



AREZZO &CO | AREZZO | **SCHUTZ** | ANACAPRI | BIRMAN | ALME | BRIZZA AREZZO | **VANS** "OFF THE WALL" | ZZ'MALL | CAROL BASSI | Vicenza) | PARIS TEXAS
AR&CO | Reserva | Reserva mini | Oficina RESERVA | ReservaGo | **INK** | REVERSA | &simples | **Baw**® | **TROC**