

EARNINGS RELEASE 3T 2023

AREZZO & CO



AREZZO | ALTO VERÃO 24 @LIVIA

AREZZO & CO | AREZZO | SCHUTZ | ANACAPRI | ALEXANDRE BIRMAN | ALME | BRIZZA AREZZO | VANS "OFF THE WALL" | ZZ'MALL | CAROL BASSI | VICENZA | PARIS TEXAS
AR&CO | Reserva | Reserva mini | Oficina RESERVA | Reserva Go | INK | Reversa | simples | Baw® | TROC

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 3T23

São Paulo, 07 de novembro de 2023. A Arezzo&Co (B3 - Brasil, Bolsa e Balcão: ARZZ3), maior *house of brands* de moda do Brasil, divulga seus resultados do 3T23.

DESTAQUES FINANCEIROS / OPERACIONAIS

RECEITA BRUTA

R\$1,6BI

CRESCIMENTO DE **12,7%** VS 3T22.
NO 9M23, A COMPANHIA APRESENTOU
CRESCIMENTO DE **18,7%** VS 9M22.

MARGEM BRUTA

53,8% DE MARGEM BRUTA
RECORRENTE NO 3T23 (+100 BPS). O LUCRO
BRUTO TOTALIZOU R\$ 681MM, CRESCIMENTO
DE **13,2%**.

EBITDA

R\$218MM DE EBITDA RECORRENTE,
+27,9% VS 3T22, E MARGEM EBITDA DE
17,2%, COM EXPANSÃO DE +230 BPS. NO
9M23, O EBITDA RECORRENTE FOI DE
R\$ 580MM (+24,4%).

LUCRO LÍQUIDO

R\$107MM DE LUCRO LÍQUIDO
RECORRENTE, ATINGINDO R\$ 294MM (+3,7%),
NO 9M23. NO 3T23, O LUCRO LÍQUIDO
REPORTADO FOI DE **R\$114MM**.

MERCADO INTERNO

55,0% DE MARGEM BRUTA
RECORRENTE NO 3T23 (+240 BPS).
19,8% DE MARGEM EBITDA
RECORRENTE (+370 BPS).

BASE CLIENTES

5,5MM
DE CLIENTES ATIVOS
CRESCIMENTO DE **9,2%** VS 3T22.

ROIC

25,8% DE ROIC RECORRENTE NO
PERÍODO.

SELL OUT DTC

R\$1,1BI
(FRANQUIAS, WEB E LOJAS PRÓPRIAS)
CRESCIMENTO DE **16,6%** VS 3T22.

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

08 de novembro de 2023
11h00 (Brasília) / 9h00 (Nova York)

Videoconferência em Português com
Tradução para o Inglês



COTAÇÃO E VALOR DE MERCADO

07 de novembro de 2023
Preço da Ação: R\$ 62,57
Market Cap: R\$ 6,9 bilhões

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

A Arezzo&Co apresentou sólidos resultados, demonstrando sua habilidade contínua na gestão do portfólio de marcas. O desempenho observado reforça mais uma vez o diferencial do nosso modelo de negócios, tendo total controle do processo de criação até o sell out, com excelência de execução em todos os canais – e-commerce, lojas monomarca (lojas próprias e franquias) e multimarcas.

Com isso, atingimos a marca de R\$ 1,6 bilhão de receita bruta, com crescimento de 12,7% vs o mesmo período do ano anterior, que já havia apresentado o forte crescimento de 47,3% vs 3T21, mesmo em um cenário externo desafiador.

Seguindo a diretriz estratégica anunciada no início do ano, cujo o principal foco é expandir as receitas gerando diluição de nossas despesas, apresentamos já no terceiro trimestre uma boa alavancagem dos nossos indicadores financeiros, com expansão de 230 bps de margem EBITDA, e redução de 130bps dos custos fixos sobre a receita líquida.

O terceiro trimestre é marcado pela transição das coleções de inverno para verão, que estão demonstrando grande assertividade, despertando desejo dos nossos consumidores, e consequentemente, aumentando nosso *market share*.

Durante o mês de julho, tanto nas lojas físicas, quanto no *e-commerce*, ocorreram as remarcações dos itens de inverno e o lançamento das coleções de transição (*Cruise* e *Resort*). Mesmo em um período tradicionalmente marcado por liquidações, as marcas melhoraram o nível de vendas *full price* em relação ao ano passado – tendência contrária do que foi observado no mercado em geral.

No resultado acumulado dos últimos nove meses, registramos um faturamento de R\$ 4,3 bilhões, representando um crescimento de 18,7% vs 9M22. No acumulado dos últimos doze meses, a Arezzo&Co registrou o recorde de receita de R\$ 5,9 bilhões.

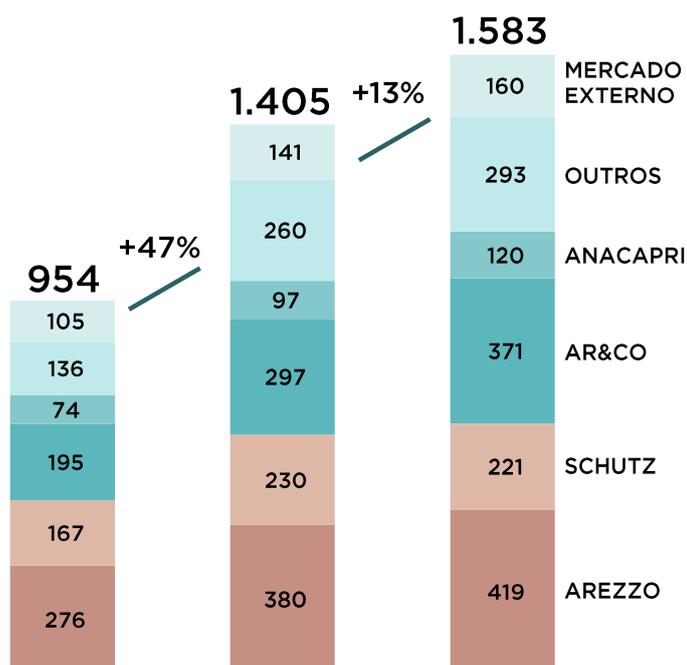
Rumo à 2154!

ALEXANDRE BIRMAN, CEO E CCO
AREZZO&CO

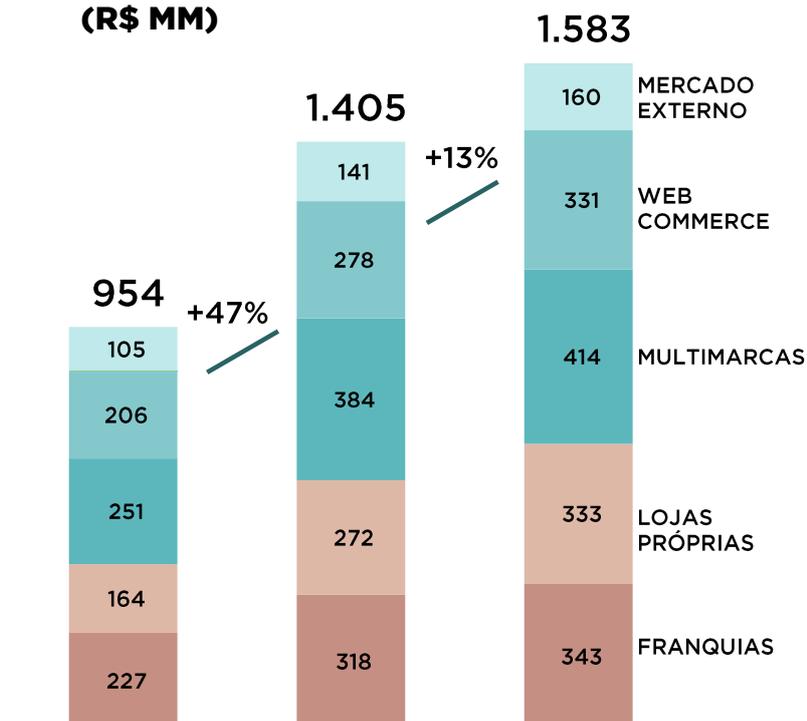
A Arezzo&Co apresentou sólidos resultados, demonstrando sua habilidade contínua na gestão do portfólio de marcas. O desempenho observado reforça mais uma vez o diferencial do nosso modelo de negócios.

PRINCIPAIS DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

RECEITA BRUTA MARCAS (R\$ MM)



RECEITA BRUTA CANAIS (R\$ MM)



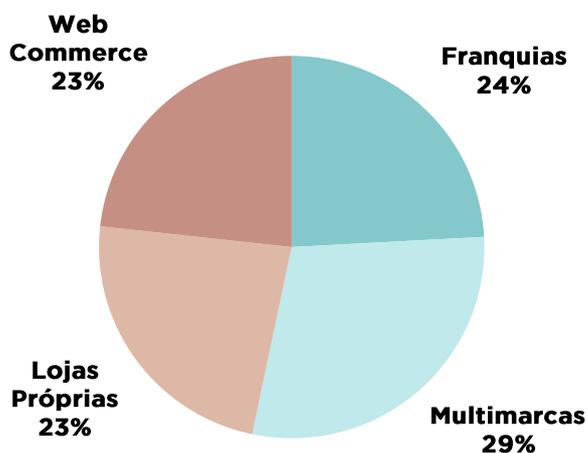
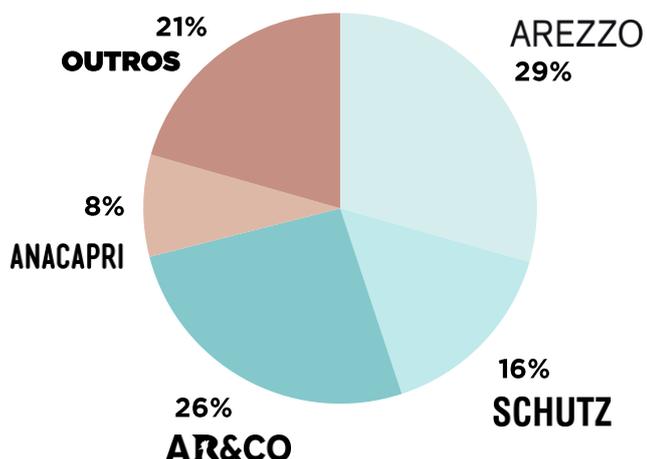
AREZZO +10,2%
AR&CO +25,0%
MERCADO EXTERNO +13,2%

SCHUTZ -4,2%
ANACAPRI +23,9%

FRANQUIAS +7,9%
MULTIMARCAS +7,7%
MERCADO EXTERNO +13,2%

LOJAS PRÓPRIAS +22,6%
WEB COMMERCE +18,8%

BREAKDOWN RECEITA BRUTA



DESTAQUES OMNICANALIDADE NO 3T23

1. VENDAS WEB COMMERCE

RECEITA TOTAL: **R\$ 331 MILHÕES** (+18,8% VS O 3T22)

RECEITA LTM: **R\$ 1,3 BILHÃO** (+23,6% VS O LTM 3T22)

TRÁFEGO TOTAL: **79 MILHÕES** (+3,9% VS O 3T22)

RECEITA TOTAL DOS APPS: **R\$84 MILHÕES** (+15,6% VS O 3T22)

PARTICIPAÇÃO TOTAL DOS APPS NA RECEITA: **25,4%**

TICKETS DO WEB COMMERCE: **+15,6%** VS O 3T22

2. VENDAS OMNICANAL

PARTICIPAÇÃO DO DIGITAL NO SELL
OUT DAS LOJAS FÍSICAS: **60,1%**

RECEITA DE RETIRE E ENTREGA PELA
LOJA: **+50,8%** VS O 3T22

16,5 MILHÕES DE CONTATOS
EXECUTADOS VIA APP NO 3T23
(RECEITA INFLUENCIADA)

3. CRM

CRESCIMENTO NA BASE DE CLIENTES
ATIVOS: **+9,2%** VS O 3T22

QUANTIDADE DE CLIENTES OMNI: **+9,5%**
VS 3T22

35,4% DOS CLIENTES COMPRAM NO
CANAL ONLINE;

11,3% DOS CLIENTES SÃO OMNI;



PRINCIPAIS INDICADORES

AREZZO
& CO



RECEITA BRUTA 3T23

Receita Bruta	3T23	Part%	3T22	Part%	Δ	Δ (%) 23 x 22	3T21	Part%	Δ (%) 23 x 21
Receita bruta total	1.583.353		1.404.967		178.386	12,7%	953.609		66,0%
Mercado externo	159.809	10,1%	141.127	10,0%	18.682	13,2%	104.835	11,0%	52,4%
Mercado interno	1.423.544	89,9%	1.263.840	90,0%	159.704	12,6%	848.774	89,0%	67,7%
Por marca									
Arezzo	418.879	29,4%	380.170	30,1%	38.709	10,2%	276.042	32,5%	51,7%
Schutz¹	220.769	15,5%	230.340	18,2%	(9.571)	(4,2%)	167.392	19,7%	31,9%
AR&CO²	371.107	26,1%	296.767	23,5%	74.340	25,0%	194.732	22,9%	90,6%
Anacapri	120.066	8,4%	96.921	7,7%	23.145	23,9%	74.204	8,7%	61,8%
Outros³	292.723	20,6%	259.642	20,5%	33.081	12,7%	136.404	16,1%	114,6%
Por canal									
Franquias	343.148	24,1%	318.129	25,2%	25.019	7,9%	226.580	26,7%	51,4%
Multimarcas	413.829	29,1%	384.122	30,4%	29.707	7,7%	251.030	29,6%	64,9%
Lojas próprias	333.063	23,4%	271.600	21,5%	61.463	22,6%	163.534	19,3%	103,7%
Web Commerce	330.539	23,2%	278.158	22,0%	52.381	18,8%	206.382	24,3%	60,2%
Outros⁴	2.965	0,2%	11.831	0,9%	(8.866)	N/A	1.248	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.

INDICADORES OPERACIONAIS 3T23

Resumo de Resultados	3T23	3T22	Δ (%) 23 x 22
Número de pares vendidos ('000)	5.393	5.758	-6,4%
<i>Part. (%)</i>	64,0%	65,4%	-1,4 p.p
Número de bolsas vendidas ('000)	771	826	-6,6%
<i>Part. (%)</i>	9,2%	9,4%	-0,2 p.p
Número de peças de roupas vendidas ('000)¹	2.256	2.218	1,7%
<i>Part. (%)</i>	26,8%	25,2%	1,6 p.p
Número de funcionários	7.776	6.983	11,4%
Número de lojas*	1.005	963	42
<i>Próprias</i>	193	174	19
<i>Franquias</i>	812	789	23
Outsourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	85,3%	86,1%	-0,8 p.p
Insourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	14,7%	13,9%	0,8 p.p
Outsourcing Vestuário (% da produção total)	100,0%	100,0%	0,0 p.p
SSS² sell-in (franquias)	-3,0%	33,1%	N/A
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	13,2%	28,9%	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 9M23

Receita Bruta	9M23	Part%	9M22	Part%	Δ	Δ (%) 23 x 22	9M21	Part%	Δ (%) 23 x 21
Receita bruta total	4.286.320		3.612.237		674.083	18,7%	2.295.038		86,8%
Mercado externo	418.424	9,8%	395.516	10,9%	22.908	5,8%	248.902	10,8%	68,1%
Mercado interno	3.867.896	90,2%	3.216.721	89,1%	651.175	20,2%	2.046.136	89,2%	89,0%
Por marca									
Arezzo	1.142.772	29,5%	999.364	31,1%	143.408	14,3%	689.924	33,7%	65,6%
Schutz¹	616.948	16,0%	590.360	18,4%	26.588	4,5%	413.178	20,2%	49,3%
AR&CO²	990.869	25,6%	744.890	23,2%	245.979	33,0%	428.015	20,9%	131,5%
Anacapri	309.213	8,0%	247.216	7,7%	61.997	25,1%	193.429	9,5%	59,9%
Outros³	808.094	20,9%	634.891	19,7%	173.203	27,3%	321.590	15,7%	151,3%
Por canal									
Franquias	948.243	24,5%	828.231	25,7%	120.012	14,5%	549.726	26,9%	72,5%
Multimarcas	1.091.618	28,2%	902.957	28,1%	188.661	20,9%	587.123	28,7%	85,9%
Lojas próprias	911.978	23,6%	732.227	22,8%	179.751	24,5%	362.760	17,7%	151,4%
Web Commerce	905.306	23,4%	739.461	23,0%	165.845	22,4%	540.557	26,4%	67,5%
Outros⁴	10.751	0,3%	13.845	0,4%	(3.094)	N/A	5.970	0,3%	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 9M23

Resumo de Resultados	9M23	9M22	Δ (%) 23 x 22
Número de pares vendidos ('000)	14.395	14.738	-2,3%
<i>Part. (%)</i>	62,5%	66,0%	-3,5 p.p
Número de bolsas vendidas ('000)	2.207	2.242	-1,6%
<i>Part. (%)</i>	9,6%	10,0%	-0,4 p.p
Número de peças de roupas vendidas ('000)¹	6.421	5.354	19,9%
<i>Part. (%)</i>	27,9%	24,0%	3,9 p.p
Número de funcionários	7.776	6.983	11,4%
Número de lojas*	1.005	963	42
<i>Próprias</i>	193	174	19
<i>Franquias</i>	812	789	23
Outsourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	83,7%	86,9%	-3,2 p.p
Insourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	16,3%	13,1%	3,2 p.p
Outsourcing Vestuário (% da produção total)	100,0%	100,0%	0,0 p.p
SSS² sell-in (franquias)	18,4%	42,9%	N/A
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	13,5%	45,2%	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 3T23

Principais Indicadores Financeiros	3T23	3T23 Recorrente	3T22 Recorrente	Δ (%) 23 x 22
Receita Bruta	1.583.353	1.583.353	1.404.967	12,7%
Receita Líquida	1.265.823	1.265.823	1.137.985	11,2%
CMV	(585.097)	(585.097)	(536.683)	9,0%
Depreciação e amortização - Custo	(1.358)	(1.358)	(1.163)	16,8%
Lucro bruto	680.726	680.726	601.302	13,2%
Margem bruta	53,8%	53,8%	52,8%	1,0 p.p
SG&A*	(505.521)	(516.673)	(468.099)	10,4%
% Receita	(39,9%)	(40,8%)	(41,1%)	0,3 p.p
Despesas comerciais	(385.008)	(374.086)	(355.629)	5,2%
Lojas próprias e Web Commerce	(182.916)	(180.856)	(143.201)	26,3%
Venda, logística e suprimentos	(202.092)	(193.230)	(212.428)	(9,0%)
Despesas gerais e administrativas	(98.205)	(91.209)	(75.648)	20,6%
Outras (despesas) e receitas	29.811	740	(1.100)	167,3%
Depreciação e amortização - Despesa	(52.119)	(52.119)	(35.722)	45,9%
EBITDA	228.683	217.531	170.088	27,9%
Margem EBITDA	18,1%	17,2%	14,9%	2,3 p.p
Resultado Financeiro	(48.113)	(48.113)	(12.480)	285,5%
Lucro líquido	113.658	107.176	102.828	4,2%
Margem líquida	9,0%	8,5%	9,0%	(0,5 p.p)

PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS 9M23

Principais Indicadores Financeiros	9M23	9M23 Recorrente	9M22 Recorrente	Δ (%) 23 x 22
Receita Bruta	4.286.320	4.286.320	3.612.237	18,7%
Receita Líquida	3.422.137	3.422.137	2.922.313	17,1%
CMV	(1.590.073)	(1.583.389)	(1.343.664)	17,8%
Depreciação e amortização - Custo	(4.214)	(4.214)	(3.163)	33,2%
Lucro bruto	1.832.064	1.838.748	1.578.649	16,5%
Margem bruta	53,5%	53,7%	54,0%	(0,3 p.p)
SG&A	(1.426.568)	(1.411.970)	(1.216.209)	16,1%
% Receita	(41,7%)	(41,3%)	(41,6%)	0,3 p.p
Despesas comerciais	(1.054.667)	(1.030.229)	(908.989)	13,3%
Lojas próprias e Web Commerce	(489.623)	(482.643)	(295.006)	63,6%
Venda, logística e suprimentos	(565.044)	(547.587)	(613.983)	(10,8%)
Despesas gerais e administrativas	(251.742)	(234.902)	(209.551)	12,1%
Outras (despesas) e receitas	28.896	2.216	2.968	25,3%
Depreciação e amortização - Despesa	(149.055)	(149.055)	(100.637)	48,1%
EBITDA	558.766	580.049	466.240	24,4%
Margem EBITDA	16,3%	16,9%	16,0%	0,9 p.p
Resultado Financeiro	(131.378)	(131.378)	(39.542)	232,2%
Lucro líquido	277.505	294.155	283.742	3,7%
Margem líquida	8,1%	8,6%	9,7%	(1,1 p.p)

PERFORMANCE DOS CANAIS



RESERVA | VERÃO 24

**AREZZO
&CO**

CANAIS

SELL OUT – FRANQUIAS, LOJAS PRÓPRIAS E WEB COMMERCE

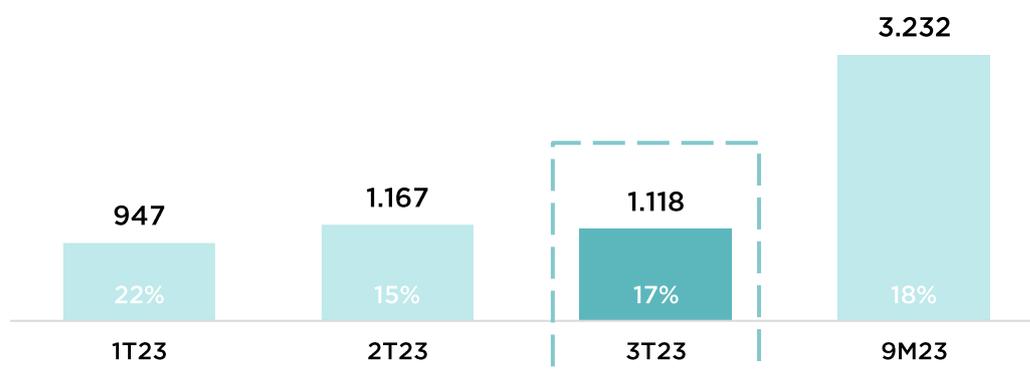
O *sell out* DTC (Lojas Próprias + Franquias + Web Commerce), alcançou **R\$ 1,1 bilhão no 3T23**, e mesmo sobre forte base de comparação, registrou crescimento de **16,6% vs o 3T22**. No acumulado do ano, o *sell out* totalizou R\$ 3,2 bilhões, crescimento de 18,3% vs o ano anterior, mesmo com forte base de comparação de crescimento de 35,2% do 3T22 vs 3T21.

O canal digital deu continuidade a forte performance apresentada nos últimos períodos e apresentou expansão de 19,9%. Já as lojas físicas (franquias + lojas próprias) registraram crescimento de 15,4% no 3T22.

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

VS ANO ANTERIOR

+ R\$ 141 MILHÕES DE SELL OUT VS 3T22



CRESCIMENTO DE 17% SOBRE BASE DE COMPARAÇÃO DE 35%

R\$1,1BI
SELL OUT DTC
NO 3T23

17%
CRESCIMENTO
DE SELL OUT
vs 3T22

CANAIS

MONOMARCA – FRANQUIAS E LOJAS PRÓPRIAS

Os canais físicos monomarca da Arezzo&Co apresentaram fortes resultados no 3T23: crescimento de **14,7%** vs o 3T22. O canal de franquias (*sell in*) registrou faturamento de **R\$ 343 milhões**, crescimento de **7,9%** vs 2022. Já o canal de lojas próprias (*sell out*) totalizou **R\$ 333 milhões** de receita bruta, **22,6%** acima do ano anterior.

O canal de franquias foi impactado pela sazonalidade dos calendários de *sell in*, devido ao maior percentual da coleção de verão, que impulsionou o faturamento do canal no segundo trimestre de 2023. Já o canal de lojas próprias apresentou forte crescimento, principalmente em *same store sales*.

Vale destacar que os canais também foram impactados pela conversão de 7 franquias da marca Arezzo para lojas próprias, beneficiando assim o faturamento do canal.

MULTIMARCAS

Nos últimos trimestres, o canal multimarcas registrou crescente expansão. No terceiro trimestre, o canal alcançou receita de **R\$ 414 milhões**, crescimento de **7,7%** vs 2022, mesmo com forte base de comparação (crescimento 53,0% no 3T22 vs 3T21), e passou a representar 29,1% do faturamento da Arezzo&Co.

Seguindo seu calendário de lançamentos, a Arezzo&Co realizou em agosto o *sell in* de Alto Verão, sendo esta uma importante coleção para atender as vendas de final de ano. Os resultados superaram as expectativas das marcas.

No terceiro trimestre de 2023, as marcas da Companhia foram distribuídas através de **7.476 pontos de vendas** (sem *overlap*), crescimento de 1,2% ante o 3T22.

WEB COMMERCE

O canal *web commerce* da Companhia registrou **R\$ 331 milhões** de receita bruta no trimestre, crescimento de **18,8%** vs o mesmo período do ano anterior. No 3T22, o *web commerce* registrou expansão de 34,8% - forte base de comparação.

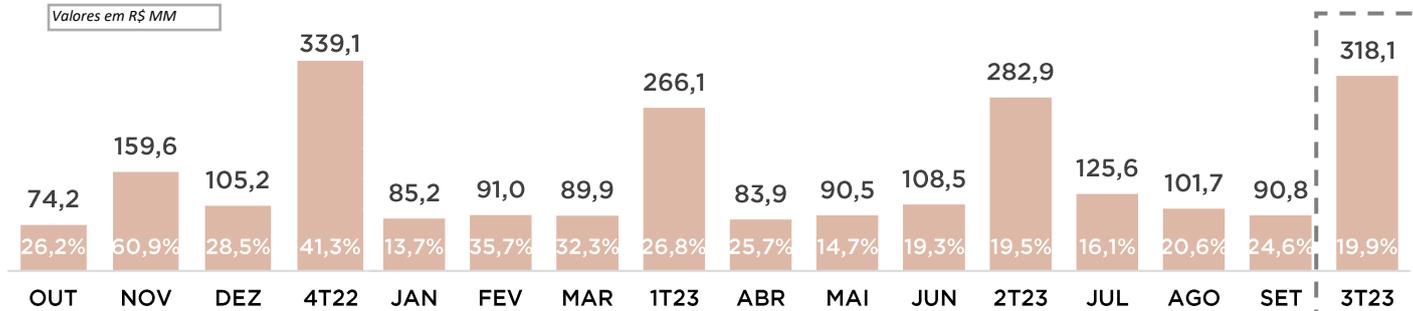
As vendas através dos aplicativos das marcas da Arezzo&Co seguem em constante expansão e cresceram 15,6% no trimestre, representando 25,4% das vendas no *e-commerce*. Os APPs somaram 1,2 milhão de downloads no período.

CANAIS

EVOLUÇÃO SELL OUT WEB COMMERCE

Arezzo&CO e AR&Co

Valores em R\$ MM



TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

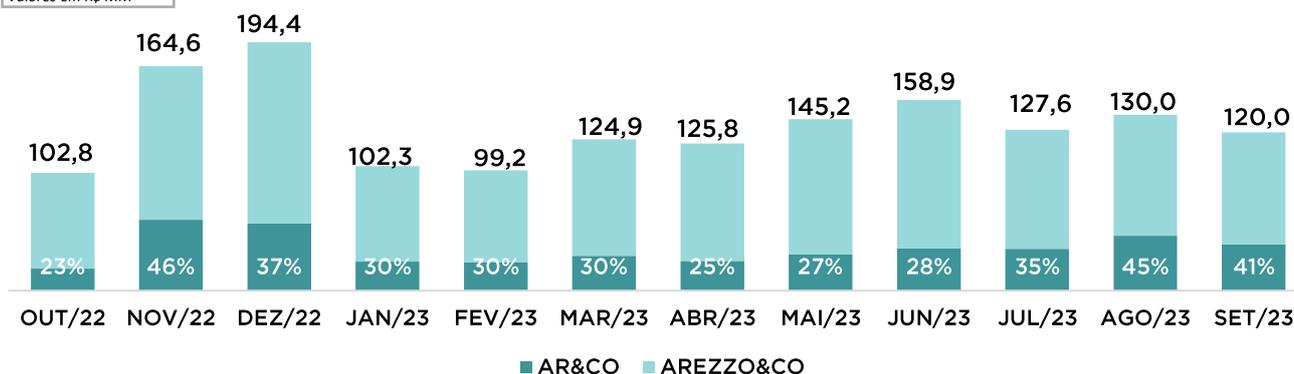
Nos últimos doze meses, as vendas que ocorreram através de algum meio digital totalizaram **R\$ 2,8 bilhões de receita sell out**. As vendas realizadas através do *web commerce*, ferramentas *omnichannel* ou APP da vendedora representaram 60,1% do *sell out* das lojas físicas no período. As ferramentas digitais “entregue pela loja” e “retire na loja” seguiram a tendência de expansão e atingiram juntas crescimento de 50,8% no período, representando 7,2% 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)

Valores em R\$ MM



R\$1,2BI

SELL OUT WEB COMMERCE (LTM)

R\$1,6BI

RECEITAS DIGITAIS (LTM)

R\$2,8BI

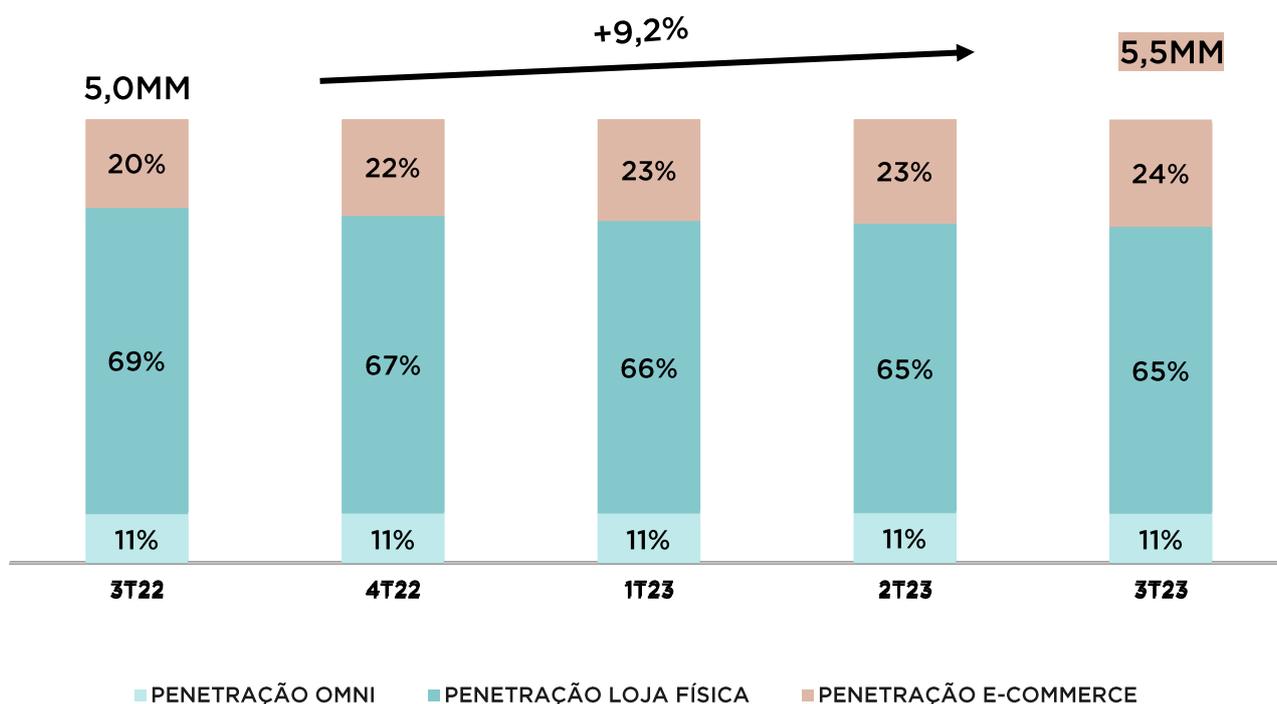
SELL OUT WEB +
FERRAMENTAS DIGITAIS (LTM)

CANAIS

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

BASE ATIVA DE CLIENTES

- A base ativa de clientes da Arezzo&Co totalizou **5,5 milhões** no trimestre, expansão de **9,2%** vs o mesmo período de 2022;
- **21,2%** da base ativa foi representada pela captação de novos clientes, **21,7%** por clientes retidos e **7,1%** por clientes reativados;*
- **35,4%** 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 **9,5%** vs o 3T22, e resultou em um aumento de receita de **13,3%**;
- O cliente OMNI apresentou frequência de compra de **3,9x**, 75% acima da média da Arezzo&Co.



+10%
CLIENTES OMNI

+13%
RECEITA OMNI

Base ativa: clientes com compras nos últimos 12 meses.

REDE MONOMARCA

A Companhia encerrou o terceiro 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 **41 lojas líquidas**, sendo 23 franquias e 18 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 5,2% da área total de vendas (m²).

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

Histórico de lojas	3T22	4T22	1T23	2T23	3T23
Área de venda^{1,3} - Total (m²)	66.406	69.607	69.204	69.458	69.860
Área de venda - franquias (m ²)	47.996	49.660	49.470	48.848	49.306
Área de venda - lojas próprias ² (m ²)	18.410	19.946	19.734	20.610	20.554
Total de lojas no Brasil	952	1.002	994	993	993
Número de franquias	783	817	811	805	806
Arezzo	431	439	430	421	417
Schutz	62	62	61	60	61
Anacapri	215	226	229	230	233
Vans	12	14	15	16	17
AR&CO	63	75	75	77	78
My Shoes	-	1	1	1	-
Número de lojas próprias	169	185	183	188	187
Arezzo	18	18	17	23	22
Schutz	22	22	22	21	20
Alexandre Birman	11	12	12	11	11
Anacapri	2	2	2	2	2
Fiever	2	2	-	-	-
Alme	2	2	2	2	2
Vans	16	18	18	20	20
AR&CO	94	104	105	105	106
Carol Bassi	2	5	4	3	4
Vicenza	-	-	1	1	-
Total de lojas no Exterior	11	11	11	12	12
Número de franquias	6	6	6	6	6
Número de lojas próprias⁴	5	5	5	6	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.

INDICADORES FINANCEIROS

AREZZO
& CO

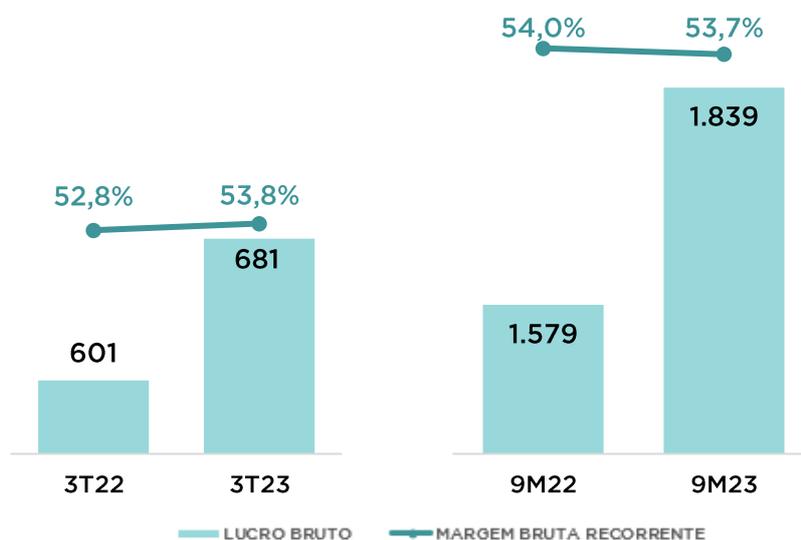


LUCRO BRUTO E MARGEM BRUTA RECORRENTE

A Companhia apresentou lucro bruto recorrente de R\$ 681 milhões no 3T23 (+13,2% vs o 3T22), e margem bruta de 53,8%, expansão de 100 bps vs 2022.

No período, a margem bruta foi impactada positivamente pelo aumento da representatividade do canal de lojas próprias no mix de receita, além do crescimento das vendas *full price*. E negativamente, pela operação norte-americana, devido a redução do câmbio, e pelo impacto tributário do DIFAL (Diferencial de Alíquota do ICMS).

Valores em R\$ MM



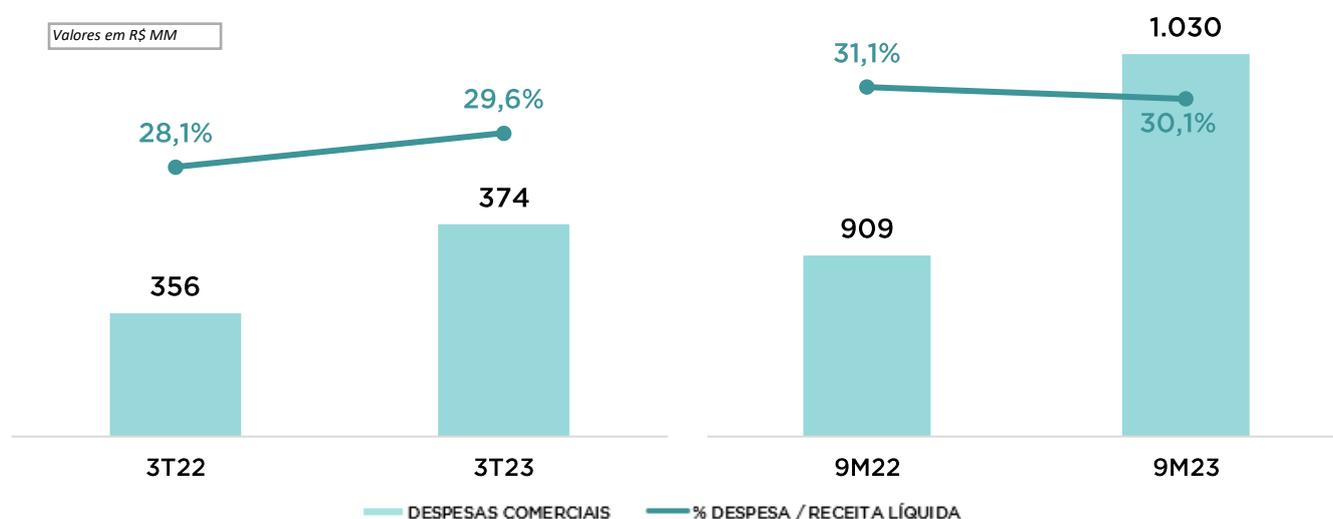
DESPESAS OPERACIONAIS RECORRENTES

Em linha com seu planejamento estratégico, a Arezzo&Co realizou, no terceiro trimestre, investimentos visando a manutenção do sólido crescimento de suas marcas e o desenvolvimento de projetos. Se mantendo diligente em relação aos custos fixos e eventuais, a Companhia tem como objetivo contínuo a melhoria de performance, através de aumento de eficiência e a alavancagem de sua margem EBITDA.

Despesas Comerciais Recorrentes

No terceiro trimestre de 2023, as despesas comerciais recorrentes da Arezzo&Co totalizaram R\$ 374 milhões, crescimento de 5,2% vs 2022, abaixo do crescimento da receita bruta de 12,7% no período.

- i. As despesas de lojas próprias e *web commerce* (canais de *sell out*) totalizaram R\$ 181 milhões - aumento de 26,3%. Dentre os principais impactos, destacam-se os custos relacionados à operação das lojas próprias. Nos últimos doze meses, a Companhia abriu 31 novas lojas próprias (18 da Arezzo&Co e 13 da AR&CO). Além disso, o canal *web commerce* também impactou a linha, devido ao aumento das despesas relacionadas ao *marketing* de performance e fretes sobre as vendas.
- ii. As despesas de Vendas, Logística e Suprimentos totalizaram R\$ 193 milhões no trimestre - queda de 9,0% vs o 3T22. Dentre os fatores que impactaram a linha no período, destaca-se a redução de investimentos em marketing, dado eventos específicos relacionados à campanhas referentes aos 50 anos da marca Arezzo em 2022.

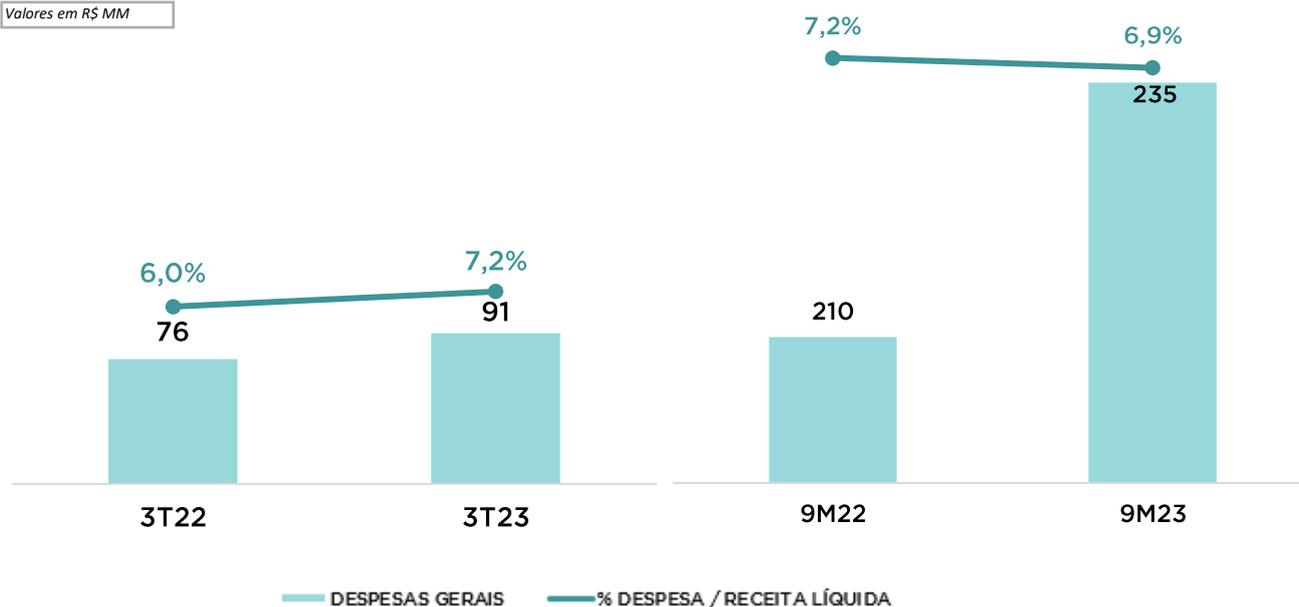


DESPESAS OPERACIONAIS RECORRENTES

Despesas Gerais e Administrativas Recorrentes

No terceiro trimestre, as despesas gerais e administrativas recorrentes da Companhia totalizaram R\$ 91 milhões, incremento de 20,6% vs o 3T22. Dentre os fatores que contribuíram para a expansão no período, destacam-se despesas que não estavam na base de comparação de 2022, como (i) o incremento de despesas na operação norte-americana com abertura da nova loja Schutz e investimentos relacionado à entrada da marca Arezzo nos EUA, (ii) a adição da operação da marca Paris Texas, (iii) o investimento no novo projeto de *franchising* visando a excelência no modelo de franquias, e (iv) a incorporação dos times corporativos das operações recém adquiridas, como Vicenza, HG e Sunset, principalmente nas áreas de engenharia, amostras, *sourcing* e exportação.

Valores em R\$ MM



DESPESAS OPERACIONAIS RECORRENTES

Despesas Fixas, Variáveis e Eventuais

No terceiro trimestre, as despesas da Companhia - desconsiderando depreciação e amortização - totalizaram R\$ 465 milhões, incremento de 7,4% vs o mesmo período de 2023. Vale destacar que o SG&A total tem crescimento menor que o da receita da Companhia, que atingiu 12,7% no período, gerando ganho de eficiência.

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.

- 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	3T23 Recorrente	3T22 Recorrente	Δ (%) 23 x 22
SG&A Total	(464.554)	(432.376)	7,4%
Fixo	(194.834)	(189.765)	2,7%
Eventuais	(83.611)	(79.280)	5,5%
Variáveis	(217.903)	(182.931)	19,1%
Arrendamento	31.795	19.600	62,2%

EBITDA E MARGEM EBITDA RECORRENTE

O EBITDA recorrente da Companhia totalizou R\$ 218 milhões, crescimento de 27,9% vs o 3T22, e margem EBITDA recorrente de 17,2%, +230bps vs o mesmo período de 2022.

Dentre os principais fatores que contribuíram de forma positiva para o ganho de performance, destacam-se o crescimento consistente de receita das marcas e canais do grupo, e o ganho de eficiência através da redução de SG&A como percentual da receita, fruto das mudanças estruturais realizadas ao longo do primeiro semestre do ano.

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

A margem do mercado interno expandiu 370bps, passando de 16,1% para 19,8%.

	EBITDA 3T23			EBITDA 3T22		
	Arezzo&Co	Brasil	ARZZ Intern.	Arezzo&Co	Brasil	ARZZ Intern.
Receita Líquida	1.265,8	1.128,2	137,6	1.138,0	1.025,4	112,6
Lucro Bruto	680,7	620,5	60,2	601,3	539,8	61,5
Mg. Bruta	53,8%	55,0%	43,8%	52,8%	52,6%	54,6%
EBITDA Recorrente	217,5	222,8	(5,3)	170,1	165,1	5,0
Mg. EBITDA Recorrente	17,2%	19,8%	(3,9%)	14,9%	16,1%	4,4%

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\$ 107 milhões no terceiro trimestre, aumento de 4,2% vs o 3T22, e margem líquida de 8,5% (-50 bps). O lucro líquido foi impactado negativamente pelo resultado financeiro e pela variação cambial do período.

O resultado financeiro do trimestre foi impactado negativamente pelo aumento dos juros sobre financiamentos decorrente de uma maior alavancagem no período, pelo incremento na linha de juros sobre arrendamento decorrente do aumento dos contratos de alugueis; e pelas despesas com taxas de cartões de crédito, que cresceram na mesma proporção do aumento das 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 25,8%.

O ROIC recorrente foi impactado positivamente pelo crescimento de 25,9% do NOPAT ante o 3T22. Em contrapartida, o indicador também foi afetado negativamente pelo capital de giro. Vale destacar que a Companhia realizou esforços na frente de redução de estoques que já foram percebidos nos resultados do terceiro trimestre (redução de 2 dias de estoques sobre receita).

Resultado Operacional	3T23 Contábil	3T23 Recorrente	3T22 Contábil	3T22 Recorrente	Δ 23 x 22 Ajust. (%)
EBIT (LTM)	544.376	561.040	556.299	517.422	8,4%
+ IR e CS (LTM)	8.805	8.732	(72.372)	(65.026)	(113,4%)
NOPAT (LTM)	553.181	569.772	483.927	452.396	25,9%
Capital de giro¹	996.233	988.066	709.669	789.663	25,1%
Contas a receber	921.776	921.776	722.016	722.016	27,7%
Estoques	866.759	858.591	755.060	755.060	13,7%
Fornecedores	(569.095)	(569.095)	(637.508)	(637.508)	(10,7%)
Outros	(223.206)	(223.206)	(129.899)	(49.905)	347,3%
Ativo permanente	2.409.299	1.208.746	1.837.381	863.646	40,0%
Outros ativos de longo prazo²	359.650	359.650	209.642	209.642	71,6%
Capital empregado	3.765.183	2.556.462	2.756.692	1.862.951	37,2%
Média do capital empregado³	3.260.934	2.209.707	2.349.709	1.520.895	45,3%
ROIC⁴	17,0%	25,8%	20,6%	29,7%	

(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

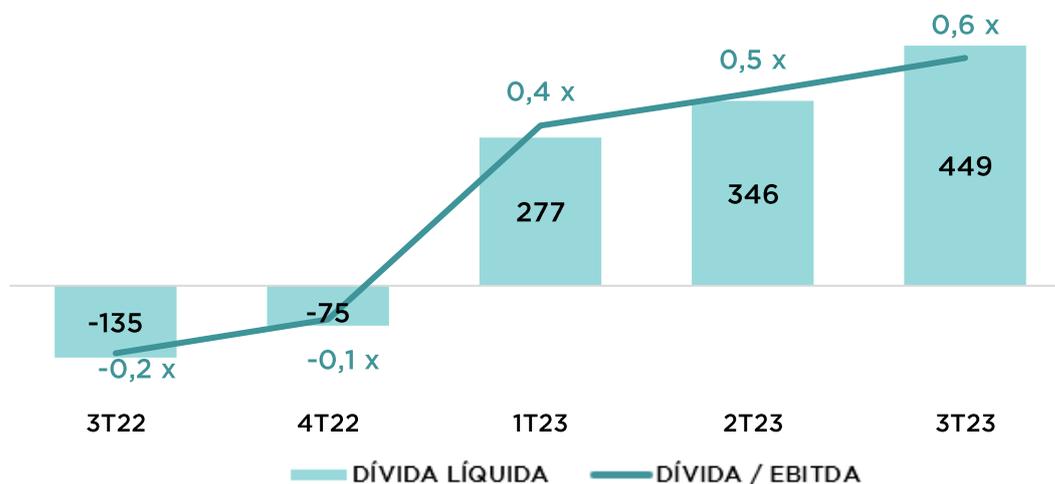
A Companhia encerrou o 3T23 com dívida líquida de R\$ 449 milhões, e posição de caixa bruto de R\$ 644 milhões.

No trimestre, o caixa foi impactado pelo pagamento de Juros Sobre Capital Próprio em Agosto/23 no montante de R\$ 94 milhões.

Posição de Caixa e Endividamento	3T23	2T23	3T22
Caixa e Equivalentes de Caixa	643.566	682.038	546.122
Dívida total	1.092.501	1.028.025	411.486
Curto prazo	1.087.400	642.492	401.433
% dívida total	99,5%	62,5%	97,6%
Longo prazo	5.101	385.533	10.053
% dívida total	0,5%	37,5%	2,4%
Dívida Líquida	448.935	345.987	(134.636)
Dívida Líquida/EBITDA	0,6x	0,5x	-0,2x

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

Evolução da dívida líquida e alavancagem



INVESTIMENTOS - CAPEX

Os investimentos em CAPEX totalizaram R\$ 48 milhões no 3T23 - queda de 25%, com destaque para as seguintes frentes:

Lojas

- Reforma de lojas concentradas nas marcas da AR&CO, Carol Bassi, Schutz e Alexandre Birman (15 lojas).
- Abertura de lojas das marcas da AR&CO (Oficina, Simples e Reserva).
- Abertura das novas sedes das marcas em São Paulo.

Corporativo

- Projetos de tecnologia da AR&CO, como melhorias estruturais no *e-commerce*, adequação de infraestrutura, entre outros.
- *Squads* - projetos relacionados à dados e inovação, integração de canais e digitalização dos negócios digitais.
- Expansão do centro de distribuição no Espírito Santo.
- Integração das aquisições recentes, principalmente em relação ao *e-commerce* da marca Vicenza.

Outros

- Manutenção nas fábricas e aquisição de novas máquinas;

Sumário de investimentos	3T23	3T22	Δ 23 x 22 (%)	9M23	9M22	Δ 23 x 22 (%)
CAPEX total	47.712	63.697	(25,1%)	173.234	160.536	7,9%
Lojas - expansão e reformas	21.659	31.062	(30,3%)	60.690	65.276	(7,0%)
Corporativo	22.436	24.191	(7,3%)	93.696	79.144	18,4%
Outros	3.617	8.444	(57,2%)	18.848	16.116	17,0%

MERCADO DE CAPITAIS

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 JSCP. 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 JSCP. Esses dividendos foram aprovados pelo Conselho de Administração em 26 de junho de 2023.

Em 6 de novembro de 2023, o Conselho de Administração aprovou a distribuição de R\$ 87,0 milhões em JCP e 33,0 milhões em dividendos intermediários.

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

PERFORMANCE DAS MARCAS



AREZZO

A marca Arezzo alcançou receita bruta de R\$ 419 milhões no 3T23, crescimento de 10,2% vs o mesmo período de 2022. Vale destacar a forte base de comparação da marca: 37,7% vs o 3T21. Todos os canais de vendas apresentaram crescimento, com destaque para o canal de multimarcas, que registrou crescimento de 14,1%.

Como destaque do período, em agosto, a marca lançou sua campanha de verão intitulada “*Dream On*”, estrelando a modelo global Gisele Bündchen. A coleção traduz o colorido universo de *Dream On* em sapatos com *design* contemporâneo.

Em setembro, a Arezzo lançou uma *collab* inédita com a TIG, marca de vestuário *fashion* e irreverente. A cápsula teve como foco sandálias, bolsas e acessórios metalizados em trabalho *handmade*. A coleção apresentou resultados excelentes, com giro de 50% em apenas duas semanas de venda.

Ainda em setembro, a loja Arezzo do shopping Iguatemi em São Paulo registrou crescimento de 32% em *same store sales*. Com mais de 10 anos de existência, a loja foi escolhida como piloto do projeto “Ilha de Excelência”, no qual líderes de diversas áreas da Arezzo&Co (Logística, Tecnologia, Treinamento, entre outras) visitaram a loja mensalmente visando a melhoria contínua do varejo.

SCHUTZ

A marca Schutz registrou receita bruta de R\$ 221 milhões no 3T23, com retração de 4,2%. Vale destacar a forte base de comparação da marca no Brasil: +37,6% de crescimento vs o 3T21 e +87,7% vs 3T19. Em termos globais, a marca atingiu R\$ 301 milhões, retração de 9,2% vs o mesmo período de 2022, também com forte base de comparação: +38,3% vs 3T21 e +43,0% vs 3T19.

No mês de agosto, a marca realizou uma reformulação das suas redes sociais para o lançamento da coleção de verão, se aproximando cada vez mais da Schutz Girl, com uma estratégia *bold*, *cool* e jovem.

Como destaque do período, em setembro, a Schutz lançou o ST-001, o novo *sneaker* da marca.

O lançamento foi um marco na história da Schutz. Dos 50 mil pares produzidos, mais de 28 mil unidades já foram vendidas para os canais de *sell in*.

No *sell out*, o produto também registrou excelente performance, com giro de 53% em três semanas.



AR&CO

A AR&CO alcançou receita de R\$ 371 milhões no 3T23, com expansão de 25,0%, mesmo sobre forte base de comparação (+52,4% vs 3T21).

Em linha com o seu crescimento acelerado, a AR&CO registrou expansão em todos os canais de venda, *sell in* e *sell out*, com destaque para o canal de *e-commerce* que expandiu 68,5% no período. O canal digital já representa 25,7% do faturamento da AR&CO.

Para o dia dos pais - importante data comercial para a AR&CO - a Reserva e suas *sub labels* lançaram um calendário de campanhas focadas na valorização da família, com uma mensagem repleta de afeto, carinho e consciência. O período atingiu recordes de venda vs o mesmo período dos anos anteriores, com crescimento de 37,0% de peças vendidas vs 2022.

Já a Reserva Go, lançou a linha “*Leather Collection*” - coleção sofisticada de calçados e acessórios de couro - com foco em opções de presentes para os pais. No período, a coleção registrou mais de 5 mil itens vendidos.

Outro destaque foi a BAW Clothing, que registrou crescimento de 159,9% vs 3T22, impulsionada pelo canal de multimarcas. O resultado observado no trimestre é fruto do reposicionamento da marca e do lançamento de coleções assertivas ao seu público alvo.



VANS**"OFF THE WALL"**

A marca Vans registrou crescimento de 21,0% no trimestre. Como destaque, o canal online registrou o crescimento de 27,1%, e o canal de franquias expandiu 78,3%.

Em setembro, a Vans teve como marco, o lançamento do seu APP exclusivo. O novo aplicativo busca facilitar e revolucionar a experiência de compra dos clientes, oferecendo acesso a novidades e conteúdos exclusivos da marca.

Em direção ao seu compromisso com a sustentabilidade, a Vans lançou o UltraRange Neo VR3, que segue estritamente as diretrizes globais de sustentabilidade da marca, incorporando no desenvolvimento do tênis uma combinação de materiais reciclados e renováveis de origem responsável, que compõem pelo menos 30% do produto.



ANACAPRI

A marca Anacapri registrou faturamento de R\$ 120 milhões, forte crescimento de 23,9% vs o mesmo período de 2022. Como destaque, o canal de *web commerce* apresentou crescimento de 42,4% vs o 3T22, e já representa 19,3% do faturamento da marca.

Em agosto, a marca lançou sua campanha de Verão, estrelada novamente pela celebridade Juliette, apresentando excelentes resultados em todos os canais de venda.

Em outubro, a marca lançou uma *collab* inédita com o Guaraná Antarctica, lançando calçados e bolsas inspiradas na brasilidade, leveza, frescor e originalidade das duas marcas.



ALEXANDRE
BIRMAN

A marca Alexandre Birman registrou receita global de R\$ 53 milhões no terceiro trimestre de 2023. No mercado interno, a marca apresentou crescimento de 33,7%, com destaque para o canal de multimarcas, que expandiu 101,0%, e para o digital que registrou crescimento de 55,3% no 3T23.

No trimestre, a Alexandre Birman deu um importante passo em sua história com a inauguração da Casa Birman, em São Paulo. Além de representar o novo HUB criativo e estratégico da marca, a casa também irá sediar seu *showroom* e oferecerá experiências imersivas de personalização para clientes. A Casa Birman conta também com o “ateliê Clarita”, no qual produzirá modelos exclusivos, proporcionando uma experiência inédita para suas clientes.



CAROL BASSI

A marca Carol Bassi alcançou receita bruta de R\$ 24 milhões no 3T23, crescimento de 11,5% vs o mesmo período de 2022.

Como destaque do trimestre, a marca inaugurou a segunda *flagship* no Rio de Janeiro, no shopping Leblon, com um novo conceito arquitetônico. Além disso, a marca reinaugurou a sua loja icônica no shopping Cidade Jardim, após a realização de uma repaginação que reforçou a identidade de marca, com ambientes que garantem uma experiência única para suas clientes.

Além disso, no trimestre, a Carol Bassi lançou sua coleção de *spring*, em setembro, marcada por cores, texturas e fluidez.

ALME

No terceiro trimestre, a Alme, marca sustentável da Arezzo&Co, consolidou parcerias que reforçaram o seu posicionamento.

A marca participou da campanha “julho sem plástico”, com outras marcas de consumo consciente e do evento *E-commerce Brasil*, no qual apresentou seu modelo de “ilha verde”, quiosque sustentável produzido com caixotes de feira e compensado de madeira naval.

Além disso, a marca lançou a bota “Camp”, modelo complementar às ocasiões de uso do consumidor Alme. A bota não possui distinção de gênero, com numerações do 33 ao 44, produzida com matérias primas de baixo impacto ambiental. Até o momento, os resultados atingiram as expectativas da marca, com giro superior a 75,0% nos canais de *sell out*.

Vicenza)

No terceiro trimestre, a Vicenza - marca recém adquirida pela Arezzo&Co - atingiu a receita bruta de R\$ 25 milhões, com destaque para o canal de multimarcas, que representou 62,7% do seu faturamento.

Seguindo sua estratégia de expansão no canal B2B, a Vicenza realizou em setembro o evento intitulado "VCZ Call You", com foco nos principais clientes multimarcas do Brasil.

Como marco na integração da marca ao grupo Arezzo&Co, no trimestre, a Vicenza passou a fazer a distribuição de seus produtos através do Centro de Distribuição em Cariacia/ES.



NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

A operação internacional da Arezzo&Co registrou receita de R\$ 160 milhões, crescimento de 10,1% vs o 3T22. A marca Paris Texas, adquirida em janeiro deste ano, registrou R\$ 28 milhões de receita bruta no trimestre.

Nos Estados Unidos, através das marcas Schutz e Alexandre Birman, o canal de lojas próprias apresentou crescimento de 51,2%, impulsionado principalmente pela nova loja da Schutz no bairro do SoHo, em Nova York. No trimestre a loja registrou faturamento de R\$ 4,6 milhões. O canal de *wholesale* representou 57,7% de participação no faturamento.

Como destaque do trimestre, a marca Arezzo – recém entrante no mercado norte-americano – já representou 10,1% da receita internacional do grupo Arezzo&Co.

Além de *e-commerce* próprio, a Arezzo está presente em 100 lojas da Macy's e 100 lojas da Belks (em 28 estados), com ampla capilaridade de distribuição.

Como primeiros resultados, em apenas 20 dias, a Arezzo atingiu sua meta mensal de giro e receita estabelecida pela Macy's, demonstrando alta aceitação do produto no mercado.

Além disso, a marca recebeu diversos feedbacks positivos nos pontos de vendas sobre o custo benefício de seus produtos, ressaltando a matéria prima do couro, com o preço médio atrativo de USD 100.

BALANÇO PATRIMONIAL

Ativo	3T23	2T23	3T22
Ativo circulante	2.683.764	2.690.403	2.291.856
Caixa e equivalentes de caixa	60.699	73.466	74.933
Aplicações financeiras	582.867	608.572	471.189
Contas a receber de clientes	921.776	781.486	722.016
Estoques	866.759	864.459	755.060
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	4.975	25.282	183.431
Outros impostos a recuperar	145.003	231.709	0
Outros créditos	101.685	105.429	85.227
Ativo não circulante	2.950.654	2.744.660	2.144.565
Realizável a longo Prazo	463.884	285.974	307.184
Contas a receber	2.684	2.590	1.927
Imposto de renda e contribuição social diferidos	181.704	153.279	97.542
Depósitos judiciais	118.432	104.945	64.942
Impostos a recuperar	152.294	15.432	127.954
Outros valores a receber	8.770	9.728	14.819
Propriedades para Investimento	4.192	4.193	3.162
Imobilizado	835.209	850.095	586.250
Intangível	1.569.898	1.523.662	1.247.969
Instrumentos financeiros - derivativos	77.471	80.736	0
Total do ativo	5.634.418	5.435.063	4.436.421

Passivo	3T23	2T23	3T22
Passivo circulante	2.173.156	1.703.159	1.501.072
Empréstimos e financiamentos	1.087.400	642.492	401.433
Arrendamento	101.619	97.480	72.314
Fornecedores	569.095	483.389	637.508
Outras obrigações	415.042	479.798	389.817
Passivo não circulante	551.944	926.218	320.468
Empréstimos e financiamentos	5.101	385.533	10.053
Outras obrigações	59.490	61.365	67.580
Arrendamento	401.929	394.957	236.822
Outros valores a pagar	6.688	2.801	2.510
Impostos Diferidos	1.265	826	3.503
Instrumentos financeiros - derivativos	77.471	80.736	0
Patrimônio líquido atribuível aos acionistas controladores	2.891.405	2.783.100	2.614.130
Capital social	1.738.229	1.738.229	1.671.716
Reserva de capital	164.490	168.410	161.596
Reservas de lucros	720.201	720.201	541.478
Ajuste de avaliação patrimonial	-9.145	-7.507	-8.674
Resultado do período	277.630	163.767	248.014
Total do patrimônio líquido	2.909.318	2.805.686	2.614.881
Participação de não controladores	17.913	22.586	751
Total do passivo e patrimônio líquido	5.634.418	5.435.063	4.436.421

DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

DRE	3T23	3T22	Var.%
Receita operacional líquida	1.265.823	1.137.985	11,2%
Custo dos produtos vendidos	(585.097)	(536.683)	9,0%
Lucro bruto	680.726	601.302	13,2%
Receitas (despesas) operacionais:	(505.521)	(474.127)	6,6%
Comerciais	(428.176)	(394.178)	8,6%
Administrativas e gerais	(107.158)	(78.850)	35,9%
Outras receitas operacionais, líquidas	29.813	(1.099)	-2812,7%
Lucro antes do resultado financeiro	175.205	127.175	37,8%
Resultado Financeiro	(48.113)	(12.480)	285,5%
Lucro antes do IR e CS	127.092	114.695	10,8%
Imposto de renda e contribuição social	(13.434)	(15.846)	-15,2%
Corrente	(41.422)	(14.267)	190,3%
Diferido	27.988	(1.579)	-1872,5%
Lucro líquido do período	113.658	98.849	15,0%
Resultado atribuído aos:			
Acionistas controladores	113.863	99.194	14,8%
Acionistas não controladores	(205)	(345)	-40,6%
Lucro líquido do período	113.658	98.849	15,0%

RECONCILIAÇÃO EBITDA E LUCRO LÍQUIDO

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

	3T23	3T22	9M23	9M22
EBITDA Consolidado	228.683	164.059	558.766	515.048
Margem EBITDA (Pós IFRS)	18,1%	14,4%	16,3%	17,6%
Créditos Extemporâneos	21.891	-	25.667	65.382
Despesas Legais	(1.274)	3.884	(4.406)	2.588
Despesas M&A	(2.506)	(9.913)	(11.356)	(19.163)
Despesas Logísticas (CD Espírito Santo)	(2.366)	-	(11.034)	-
Encerramento Operações e Desligamento	-	-	(13.984)	-
Ágio Incorporação HG	-	-	(5.413)	-
Outros ajustes	(5.722)	-	(6.012)	-
Arrendamento (one off)	1.130	-	5.256	-
Efeito Líquido dos Itens Não Recorrentes	11.152	(6.029)	(21.281)	48.807
EBITDA Consolidado Ajustado (Pós IFRS)	217.531	170.088	580.046	466.240
Margem EBITDA Ajustada (Pós IFRS)	17,2%	14,9%	16,9%	16,0%
Arrendamento SG&A (IFRS 16)	32.925	19.600	94.628	53.844
Arrendamento CMV (IFRS 16)	515	502	1.303	1.401
EBITDA Consolidado Ajustado (Pré IFRS)	185.220	149.987	489.372	410.995
Margem EBITDA Ajustada (Pré IFRS)	14,6%	13,2%	14,3%	14,1%

	3T23	3T22	9M23	9M22
Lucro Líquido Consolidado	113.658	98.849	277.505	315.955
Margem Líquida (Pós IFRS)	9,0%	8,7%	8,1%	10,8%
Efeito Líquido dos Itens Não Recorrentes	6.482	(3.979)	(16.650)	32.213
Lucro Líquido Consolidado Ajustado (Pós IFRS)	107.176	102.828	294.155	283.742
Margem Líquida Ajustada (Pós IFRS)	8,5%	9,0%	8,6%	9,7%
SG&A (IFRS 16)	(32.925)	(19.600)	(94.628)	(53.835)
Custo de Mercadorias vendidas (IFRS 16)	(515)	(502)	(1.303)	(1.401)
Depreciação e Amortização (IFRS 16)	27.274	17.716	79.179	49.283
Resultado Financeiro (IFRS 16)	10.079	3.148	28.881	8.437
IRPJ e CSLL Corrente (IFRS 16)	931	198	3.050	718
IRPJ e CSLL Diferido (IFRS 16)	(931)	-	(6.731)	-
Lucro Líquido Consolidado Ajustado (Pré IFRS)	110.956	103.788	306.595	286.944

FLUXO DE CAIXA

DFC	3T23	3T22
Das atividades operacionais		
Lucro líquido	113.658	98.849
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	94.213	99.083
Depreciações e amortizações	55.587	38.019
Rendimento de aplicação financeira	(15.845)	(14.849)
Encargos financeiros e variação cambial sobre financiamentos	58.248	17.393
Imposto de renda e contribuição social	33.218	15.846
Outros	(36.995)	42.674
Decréscimo (acréscimo) em ativos		
Contas a receber de clientes	(139.021)	(103.350)
Estoques	(4.633)	(98.459)
Impostos a recuperar	(8.950)	4.776
Variação de outros ativos	2.357	(33.031)
Depósitos judiciais	(13.487)	(9.698)
(Decréscimo) acréscimo em passivos		
Fornecedores	85.706	65.916
Obrigações trabalhistas	10.494	7.823
Obrigações fiscais e sociais	(15.520)	(8.266)
Variação de outros passivos	19.534	3.184
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(15.172)	(21.426)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(14.566)	(1.110)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	114.613	4.291
Das atividades de investimento		
Resultado da venda de imobilizado e intangível	-	-
Aquisições de imobilizado e intangível	(47.712)	(63.697)
Aplicações financeiras	(693.096)	(775.207)
Resgate de aplicações financeiras	731.252	941.424
Aquisição de controlada, líquido do caixa obtido na aquisição	(243)	(39.152)
Aquisição de combinação de negócio	-	6.800
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	(9.799)	70.168
Das atividades de financiamento		
Captações de empréstimos e financiamentos	58.660	78.378
Pagamentos de empréstimos	(37.791)	(41.132)
Contraprestação de arrendamento	(35.153)	(20.897)
Pagamento de dividendos e JCP	(102.148)	(69.683)
Créditos (débitos) com sócios	-	-
Recursos Provenientes de emissão de ações	-	-
Gastos na emissão de ações	-	(46)
Recompra de ações	-	(26.057)
Recursos provenientes do exercício de opções de ações	-	1.291
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(116.432)	(78.146)
Aumento (redução) das disponibilidades	(11.618)	(3.687)
Disponibilidades		
Efeito Da Variação Cambial Sobre O Caixa E Equivalentes De Caixa	(1.149)	(3.062)
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	73.466	81.682
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	60.699	74.933
Aumento (redução) das disponibilidades	(11.618)	(3.687)

EARNINGS RELEASE
3T 2023

AREZZO
& CO

