

EARNINGS RELEASE
1T 2023

AREZZO
&CO



SCHUTZ @HELENABORDON

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

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 1T23

São Paulo, 02 de maio de 2023. A Arezzo&Co (B3 - Brasil, Bolsa e Balcão: ARZZ3), maior *house of brands* de moda do Brasil, divulga seus resultados do 1T23.

A Arezzo&Co novamente registrou um primeiro trimestre com recorde de faturamento – R\$ 1,3 bilhão de receita (+23,4%), sobre mesmas bases de comparação, com EBITDA recorrente de R\$ 164 milhões (+22,8%) e margem de 16,0%.

DESTAQUES FINANCEIROS / OPERACIONAIS

- R\$1,3BI** de Receita Bruta (+23,4% vs 1T22);
- R\$947MM** de *Sell Out* DTC (Franquias, WEB e Lojas Próprias) (+22% vs 1T22)
- 5,5** milhões de clientes na base ativa* (+19% vs 1T22);
- 15%** de crescimento das marcas *core* no Brasil vs 1T22;
- 13%** de crescimento da marca Arezzo vs 1T22;
- R\$287MM** de Receita Bruta AR&CO (+46% vs 1T22);
- 52,4%** de Margem Bruta no 1T23;
- R\$164MM** de EBITDA recorrente (excluindo efeitos não recorrentes) (+23% vs 1T22), com Margem EBITDA recorrente de **16,0%**. O EBITDA reportado foi **R\$152MM**;
- R\$73MM** de Lucro Líquido recorrente (excluindo efeitos não recorrentes), com crescimento de **+27%** vs 1T22. O Lucro Líquido reportado foi **R\$63MM**;
- 27,2%** de ROIC recorrente no período.

*compras ativas nos últimos 12 meses

VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

03 de maio de 2023
11h00 (Brasília) / 10h00 (Nova York)

Videokonferência em Português com
Tradução para o Inglês

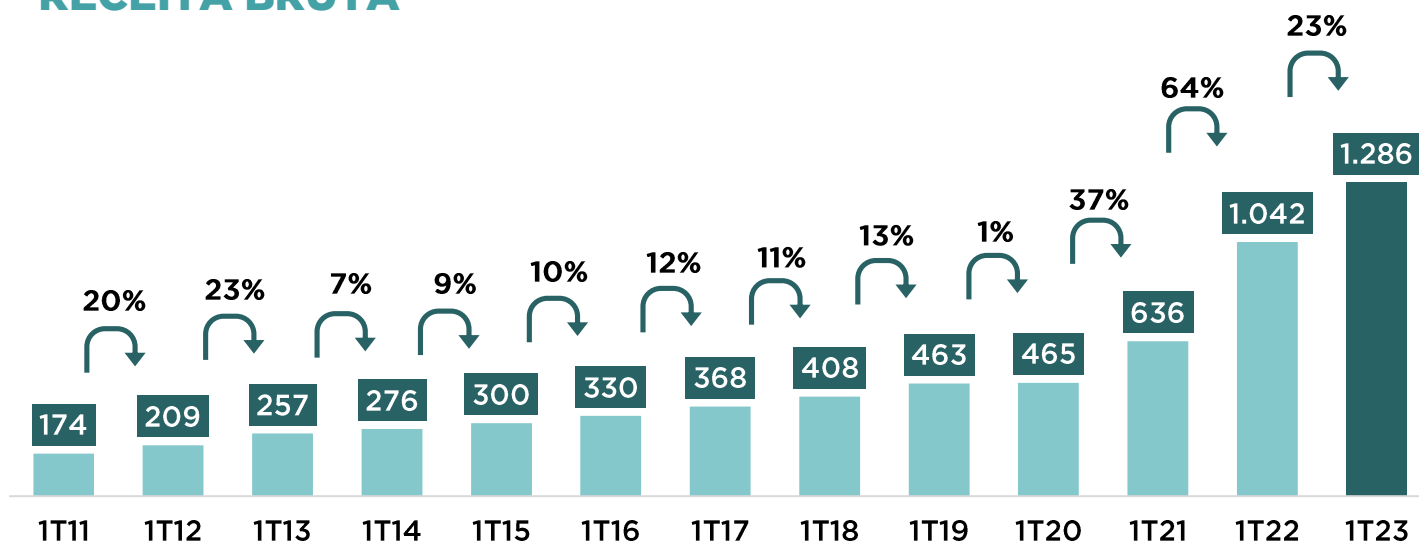


COTAÇÃO E VALOR DE MERCADO

02 de maio de 2023
Preço da Ação: R\$ 63,93
Market Cap: R\$ 7,0 bilhões

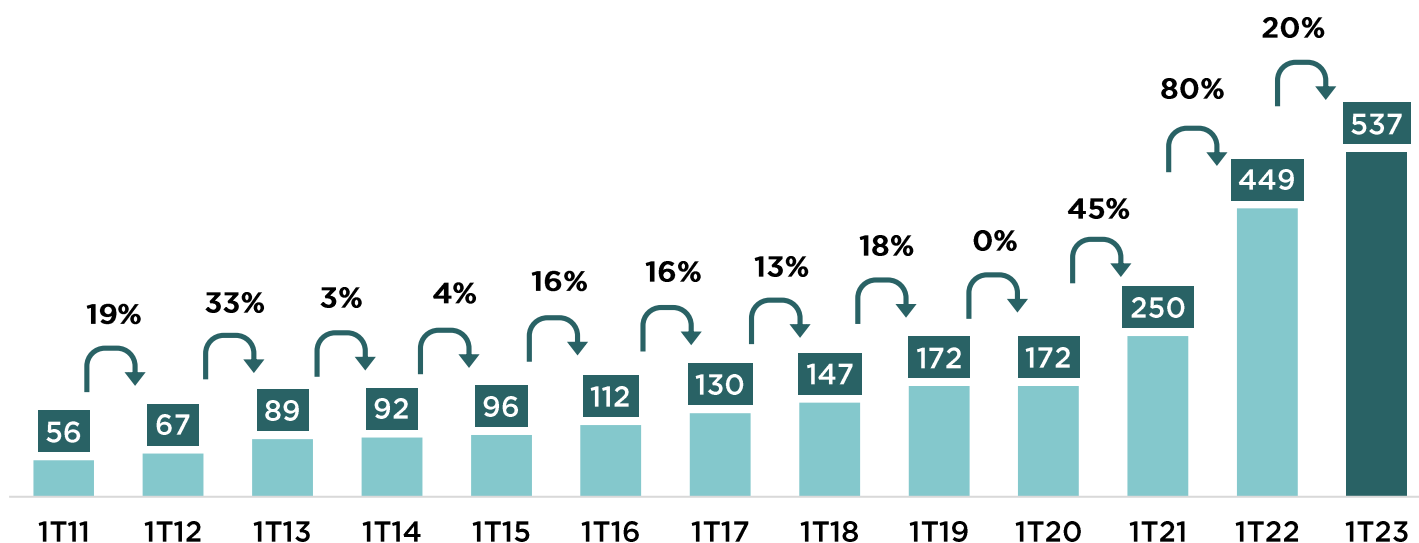
PRINCIPAIS DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

RECEITA BRUTA



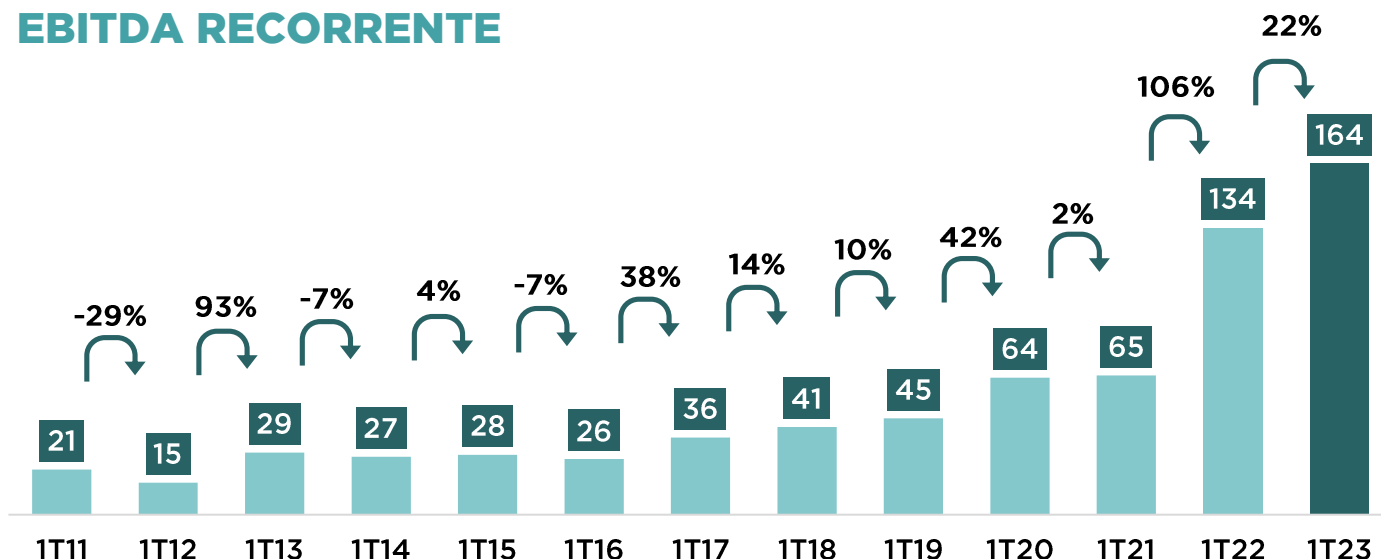
DESDE O IPO, A AREZZO&CO DIVULGOU 50 TRIMESTRES COM 47 COM CRESCIMENTO DE RECEITA E 46 DE LUCRO BRUTO.

LUCRO BRUTO



PRINCIPAIS DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

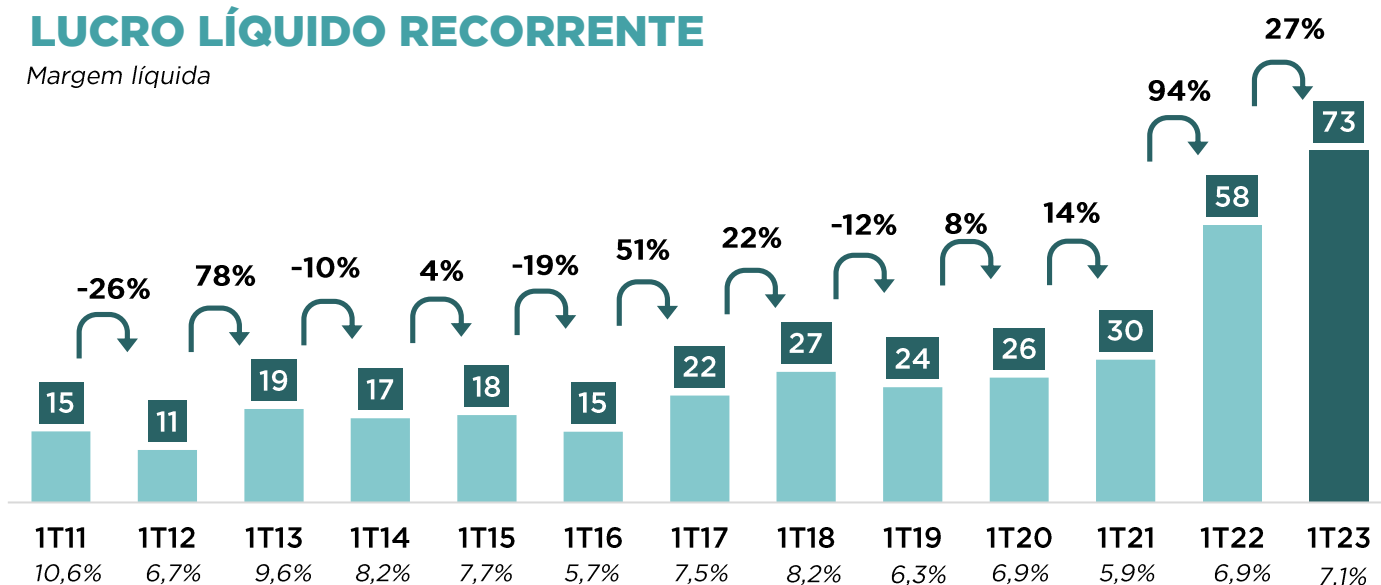
EBITDA RECORRENTE



DESDE O IPO, A AREZZO&CO DIVULGOU 50 TRIMESTRES COM 42 COM CRESCIMENTO DE EBITDA E 39 DE LUCRO LÍQUIDO.

LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE

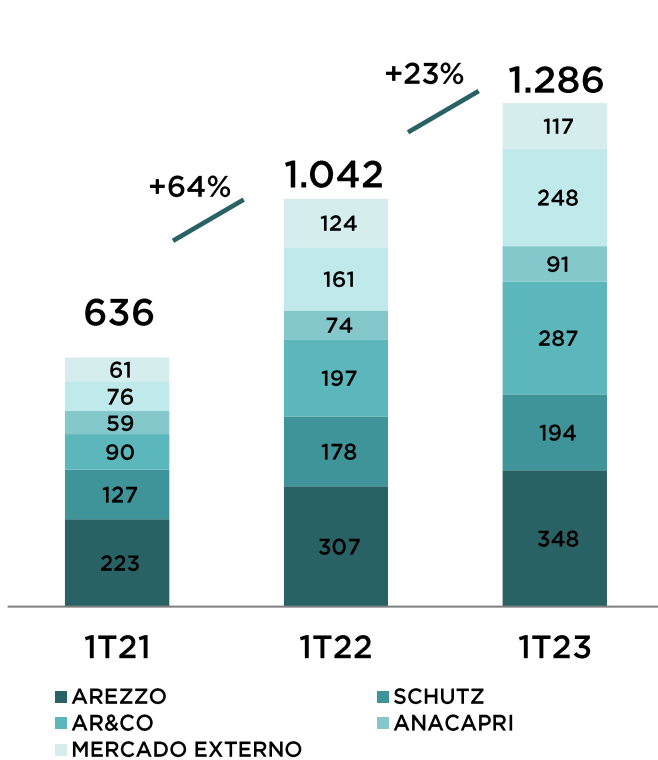
Margem líquida



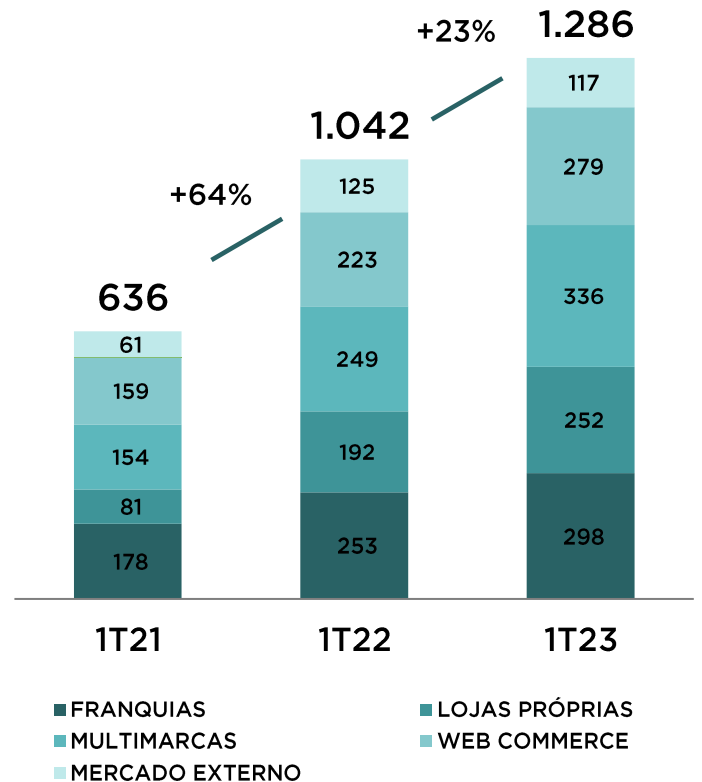
NO 1T22, O LUCRO LÍQUIDO RECORRENTE APRESENTOU REPRESENTATIVIDADE DE 15% DO LUCRO LÍQUIDO CONSOLIDADO DE 2022 (R\$ 386 MILHÕES).

PRINCIPAIS DESTAQUES FINANCEIROS E OPERACIONAIS

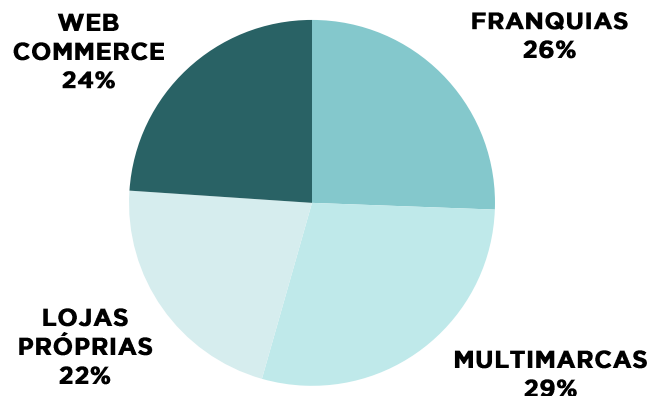
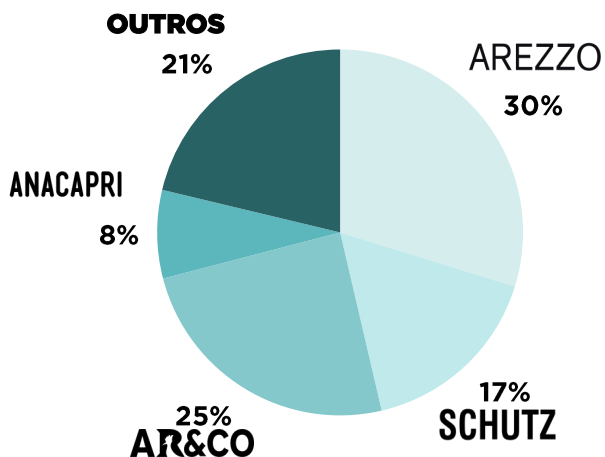
RECEITA BRUTA MARCAS (R\$ MM)



RECEITA BRUTA CANAIS (R\$ MM)



BREAKDOWN RECEITA BRUTA



DESTAQUES

OMNICANALIDADE NO 1T23

1. VENDAS WEB COMMERCE

RECEITA TOTAL: **R\$ 279 MILHÕES** (+25% VS O 1T22)

TRÁFEGO TOTAL: **74 MILHÕES** (+5% VS O 1T22)

RECEITA TOTAL DOS APPS: **R\$82 MILHÕES** (+40% VS O 1T22)

PARTICIPAÇÃO TOTAL DOS APPS NA RECEITA: **31%**

TICKETS DO WEB COMMERCE: **+27%** VS O 1T22

2. VENDAS OMNICANAL

PARTICIPAÇÃO DO DIGITAL NO *SELL OUT* DAS LOJAS FÍSICAS: **54%**

RECEITA DE RETIRE E ENTREGA PELA LOJA: **+91%** VS O 1T22

6,2 MILHÕES DE CONTATOS EXECUTADOS VIA APP NO 1T23 (RECEITA INFLUENCIADA)

3. CRM

CRESCIMENTO NA BASE DE CLIENTES ATIVOS: **+19%** VS O 1T22

QUANTIDADE DE CLIENTES OMNI: **+21%** VS 1T22

32% DOS CLIENTES COMPRAM NO CANAL ONLINE

9% DOS CLIENTES SÃO OMNI;
RECEITA OMNI: **+28%** VS 1T22

R\$235MM

VENDA INFLUENCIADA
(+42% VS O 1T22)

R\$82MM

RECEITA TOTAL DOS APPS NAS MARCAS AREZZO&CO E AR&CO

VOLUME RECORDE DE

5,5MM

CLIENTES ATIVOS NA BASE (BASE ATIVA: COMPRA NOS ÚLTIMOS 12 MESES)

DESTAQUES MARCAS 1T23

AREZZO

RECEITA BRASIL: **R\$ 348MM**
 CRESCIMENTO: **+13,4%** VS 1T22
 RECEITA WEB: **R\$ 73MM**
 % WEB SOBRE SELL OUT (DTC): **19,4%**
 VENDAS OMNI: **R\$ 16,0MM**
 % OMNI SOBRE WEB: **22,1%**

ANACAPRI

RECEITA BRASIL: **R\$ 91MM**
 CRESCIMENTO: **+22,8%** VS 1T22
 RECEITA WEB: **R\$ 15MM**
 % WEB SOBRE SELL OUT (DTC): **17,2%**
 VENDAS OMNI: **R\$ 2,8MM**
 % OMNI SOBRE WEB: **17,6%**

AR&CO

RECEITA BRASIL: **R\$ 287MM**
 CRESCIMENTO: **+45,8%** VS 1T22
 RECEITA WEB: **R\$ 82MM**
 % WEB SOBRE SELL OUT (DTC): **37,6%**
 VENDAS OMNI: **R\$ 45,7MM**
 % OMNI SOBRE WEB: **55,7%**

SCHUTZ

RECEITA GLOBAL: **R\$ 272MM**
 CRESCIMENTO: **+2,5%** VS 1T22
 RECEITA BRASIL: **R\$ 194MM**
 RECEITA WEB: **R\$ 54MM**
 % WEB SOBRE SELL OUT (DTC): **40,2%**
 VENDAS OMNI: **R\$ 9,4MM**
 % OMNI SOBRE WEB: **17,3%**

ALEXANDRE BIRMAN

RECEITA GLOBAL: **R\$ 49MM**
 CRESCIMENTO: **+4,7%** VS 1T22
 RECEITA BRASIL: **R\$ 28MM**
 RECEITA WEB: **R\$ 5MM**
 % WEB SOBRE SELL OUT (DTC): **22,5%**
 % OMNI SOBRE WEB: **61,8%**

**PRINCIPAIS
INDICADORES**

**AREZZO
& CO**



RECEITA BRUTA

1T23

Receita Bruta	1T23	Part%	1T22	Part%	Δ	Δ (%) 23 x 22
Receita bruta total	1.285.947		1.042.083		243.864	23,4%
Mercado externo	117.308	9,1%	124.990	12,0%	- 7.682	(6,1%)
Mercado interno	1.168.639	90,9%	917.093	88,0%	251.546	27,4%
Por marca						
Arezzo	347.955	29,8%	306.724	33,4%	41.231	13,4%
Schutz¹	193.731	16,6%	178.416	19,5%	15.315	8,6%
AR&CO²	287.353	24,6%	197.055	21,5%	90.298	45,8%
Anacapri	91.195	7,8%	74.292	8,1%	16.903	22,8%
Outros³	248.405	21,3%	160.606	17,5%	87.799	54,7%
Por canal						
Franquias	298.018	25,5%	252.978	27,6%	45.040	17,8%
Multimarcas	335.791	28,7%	248.576	27,1%	87.215	35,1%
Lojas próprias	252.238	21,6%	191.360	20,9%	60.878	31,8%
Web Commerce	278.764	23,9%	223.421	24,4%	55.343	24,8%
Outros⁴	3.828	0,3%	758	0,1%	3.070	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, Fievel, Alme, TROC, My Shoes e Carol Bassi, apenas no mercado interno, e outras receitas não específicas das marcas.

(4) Não inclui receitas provenientes da marca Vicenza, a qual foi anunciada em Janeiro/23. A aquisição já conta com deferimento do CADE e está em processo de AGE (incorporação de ações) para ser concluída.

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

INDICADORES

OPERACIONAIS 1T23

Resumo de Resultados	1T23	1T22	Δ (%) 23 x 22
Número de pares vendidos ('000)	4.595	4.717	-2,6%
<i>Part. (%)</i>	62,4%	67,5%	-5,1 p.p
Número de bolsas vendidas ('000)	673	730	-7,9%
<i>Part. (%)</i>	9,1%	10,5%	-1,4 p.p
Número de peças de roupas vendidas ('000)¹	2.098	1.540	36,3%
<i>Part. (%)</i>	28,5%	22,0%	6,5 p.p
Número de funcionários	7.553	5.380	40,4%
Número de lojas*	1.005	925	80
<i>Próprias</i>	188	153	35
<i>Franquias</i>	817	772	45
Outsourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	82,5%	87,4%	-4,9 p.p
Insourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	17,5%	12,6%	4,9 p.p
Outsourcing Vestuário (% da produção total)	100,0%	100,0%	0,0 p.p
SSS² sell-in (franquias)	10,2%	42,8%	-32,6 p.p
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	18,5%	58,4%	-39,9 p.p

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

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

* Inclui lojas no exterior

RECEITA BRUTA LTM

Receita Bruta	LTM23	Part%	LTM22	Part%	Δ	Δ (%) 23 x 22
Receita bruta tota	5.473.771		4.053.723		1.420.048	35,0%
Mercado externo	542.158	42,2%	455.177	11,2%		19,1%
Mercado interno	4.931.613	383,5%	3.598.546	88,8%	1.333.067	37,0%
Por marca						
Arezzo	1.422.279	28,8%	1.148.823	31,9%	273.456	23,8%
Schutz¹	820.050	16,6%	659.097	18,3%	160.953	24,4%
AR&CO²	1.290.585	26,2%	877.485	24,4%	413.100	47,1%
Anacapri	385.867	7,8%	307.543	8,5%	78.324	25,5%
Outros³	1.012.832	20,5%	605.598	16,8%	407.234	67,2%
Por canal						
Franquias	1.214.861	24,6%	961.720	26,7%	253.141	26,3%
Multimarcas	1.366.027	27,7%	981.435	27,3%	384.592	39,2%
Lojas próprias	1.194.383	24,2%	769.405	21,4%	424.978	55,2%
Web Commerce	1.144.532	23,2%	880.776	24,5%	263.756	29,9%
Outros⁴	11.810	0,2%	5.210	0,1%	6.600	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, Fievert, Alme, TROC, My Shoes e Carol Bassi, apenas no mercado interno, e outras receitas não específicas das marcas.

(3) Não inclui receitas provenientes da marca Vicenza, a qual foi anunciada em Janeiro/23. A aquisição já conta com deferimento do CADE e está em processo de AGE (incorporação de ações) para ser concluída.

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

INDICADORES OPERACIONAIS LTM

Resumo de Resultados	LTM23	LTM22	Δ (%) 23 x 22
Número de pares vendidos ('000)	21.165	19.788	7,0%
<i>Part. (%)</i>	64,5%	71,3%	-6,8 p.p
Número de bolsas vendidas ('000)	2.983	2.528	18,0%
<i>Part. (%)</i>	9,1%	9,1%	0,0 p.p
Número de peças de roupas vendidas ('000)¹	8.667	5.431	59,6%
<i>Part. (%)</i>	26,4%	19,6%	6,8 p.p
Número de funcionários	7.553	5.380	40,4%
Número de lojas*	1.005	925	80
<i>Próprias</i>	188	153	35
<i>Franquias</i>	817	772	45
Outsourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	82,5%	87,4%	-4,9 p.p
Insourcing Calçados & Bolsas (% da produção total)	17,5%	12,6%	4,9 p.p
Outsourcing Vestuário (% da produção total)	100,0%	100,0%	0,0 p.p
SSS² sell-in (franquias)	19,0%	17,2%	1,8 p.p
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	25,0%	49,1%	-24,1 p.p

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

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

Resultados incluindo AR&CO.

* Inclui lojas no exterior

PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS 1T23

Principais Indicadores Financeiros	1T23	1T23 Recorrente	1T22 Recorrente	Δ (%) 23 x 22
Receita Bruta	1.285.947	1.285.947	1.042.083	23,4%
Receita Líquida	1.025.291	1.025.291	839.576	22,1%
CMV	(488.467)	(488.467)	(390.836)	25,0%
Depreciação e amortização - Custo	(1.346)	(1.346)	(978)	37,6%
Lucro bruto	536.824	536.824	448.740	19,6%
Margem bruta	52,4%	52,4%	53,4%	(1,0 p.p)
SG&A*	(432.000)	(419.914)	(347.796)	20,7%
% Receita	(42,1%)	(41,0%)	(41,4%)	0,4 p.p
Despesas comerciais	(309.724)	(304.484)	(249.091)	22,2%
Lojas próprias e Web Commerce	(142.092)	(140.392)	(73.968)	89,8%
Venda, logística e suprimentos	(167.632)	(164.092)	(175.124)	(6,3%)
Despesas gerais e administrativas	(74.518)	(70.539)	(66.546)	6,0%
Outras (despesas) e receitas	(1.726)	1.141	(299)	482,2%
Depreciação e amortização - Despesa	(46.032)	(46.032)	(31.860)	44,5%
EBITDA	152.202	164.288	133.782	22,8%
Margem EBITDA	14,8%	16,0%	15,9%	0,1 p.p
Lucro líquido	63.385	73.088	57.548	27,0%
Margem líquida	6,2%	7,1%	6,9%	0,2 p.p

(1) Maior abertura na sessão de despesas na página 20.

RECONCILIAÇÃO EBITDA E LUCRO LÍQUIDO

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

Vale destacar que no 1T22 o resultado foi impactado positivamente no montante de R\$ 64,1 milhões, decorrente da apropriação de créditos extemporâneos (*one offs*) de PIS/COFINS sobre determinadas despesas de marketing, softwares, dentre outras, incorridas pela Companhia no desenvolvimento do seu objeto social.

Reconciliação EBITDA	1T23	1T22	2022
EBITDA	152.202	193.990	711.805
Mg. EBITDA	14,8%	23,1%	16,8%
Créditos Extemporâneos (<i>one offs</i>)	3.166	65.608	72.040
Despesas Legais	(2.015)	(1.509)	(2.911)
Despesas M&A	(4.874)	(3.891)	(21.050)
Despesas Logísticas (CD ES)*	(2.659)	-	-
Ágio Incorporação HG	(5.413)	-	6.608
Outros ajustes	(290)	-	-
Efeito Líquido Itens Não Recorrentes	(12.086)	60.208	54.687
EBITDA Recorrente (IFRS 16)	164.288	133.782	657.118
Mg. EBITDA Recorrente (IFRS 16)	16,0%	15,9%	15,5%
Arrendamento SG&A (IFRS 16)	28.470	16.615	99.982
Arrendamento CMV (IFRS 16)	506	415	1.782
EBITDA Recorrente (Pré IFRS)	135.312	116.752	555.354
Mg. EBITDA Recorrente (Pré IFRS)	13,2%	13,9%	13,1%

* Despesas de logística em duplicidade relativas à ampliação do Centro de Distribuição em Cariacica.

Reconciliação Lucro Líquido	1T23	1T22	2022
Lucro Líquido	63.385	97.285	422.538
Mg. Líquida	6,2%	11,6%	10,0%
Efeito Líquido Itens Não Recorrentes	(9.702)	39.737	36.094
Lucro Líquido Recorrente (IFRS 16)	73.087	57.548	386.444
Mg. Líquida Recorrente (IFRS 16)	7,1%	6,9%	9,1%
Lucro Líquido Recorrente (Pré IFRS 16)	72.741	58.962	394.772
Mg. Líquida Recorrente (Pré IFRS 16)	7,1%	7,0%	9,3%

PERFORMANCE
DOS CANAIS

AREZZO
& CO



AREZZO | ANNY

CANAIS

SELL OUT - FRANQUIAS, LOJAS PRÓPRIAS E WEB COMMERCE

O *sell out* DTC (Lojas Próprias + Franquias + *Web Commerce*), alcançou **R\$ 947 milhões** no 1T23, e mesmo sobre forte base de comparação, registrou crescimento de **21,5% vs o 1T22**.

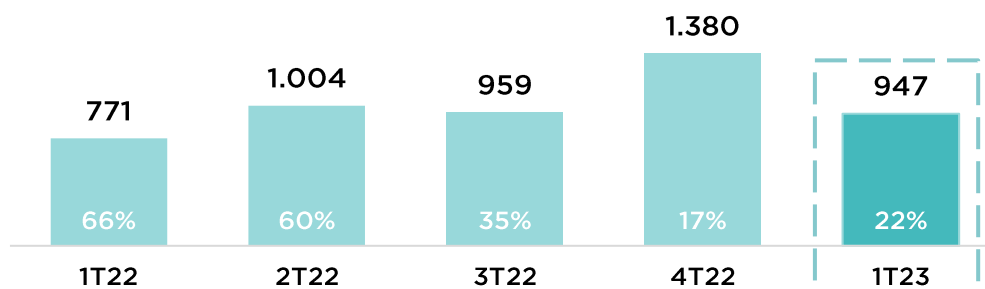
Todas as marcas da Companhia apresentaram crescimento de *sell out* no primeiro trimestre. A marca Vans novamente apresentou forte patamar de crescimento, 48,8% vs o 1T22, seguida da AR&CO, que cresceu 44,1% quando comparada ao mesmo período no ano anterior.

Como destaque do período, o *sell out* do canal digital manteve o sólido crescimento, mesmo sobre fortes bases de comparação, encerrando o trimestre com crescimento de 26,8%. Em relação ao *sell out* das lojas físicas (franquias + lojas próprias), os canais combinados alcançaram R\$ 681 milhões no período, crescimento de 19,6% vs o 1T22.

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

VS ANO ANTERIOR

+ R\$ 176 MILHÕES DE SELL OUT VS 2022



CRESCIMENTO DE 22% SOBRE BASE DE COMPARAÇÃO DE 66%

R\$947MM
SELL OUT DTC
NO 1T23

+22%
CRESCIMENTO
DE SELL OUT
vs 1T22

CANAIS

MONOMARCA – FRANQUIAS E LOJAS PRÓPRIAS

Os canais monamarca da Companhia apresentaram fortes resultados no 1T23 - crescimento de **23,6%** vs o 1T22. O canal de franquias registrou **R\$ 298 milhões** de faturamento, expansão de 17,8% vs 2022. Já o canal de lojas próprias totalizou **R\$ 252 milhões** de receita bruta, **31,8%** de crescimento acima o ano anterior. Vale destacar que os canais monamarca possuem bases fortes de comparação no período.

Vale destacar que o canal de franquias da marca Arezzo registrou o sólido crescimento de 10,0% vs 1T22. Já a performance do canal de lojas próprias foi impulsionada, principalmente, pelas marcas Vans, Arezzo e Anacapri, que apresentaram resultado superior ao 1T22 de, respectivamente, 57,3%, 41,1% e 24,4%.

MULTIMARCAS

Nos últimos trimestres, o canal multimarcas registrou crescente expansão. No 1T23, alcançou receita de **R\$ 335 milhões** e crescimento de **35,1%** vs 2022, representando 28,7% do faturamento da Arezzo&Co.

Todas as marcas do grupo apresentaram crescimento, com destaque para a AR&CO (+84,1%), Arezzo (+21,8%) e para a Anacapri (+20,1%). As marcas contaram com diversos produtos *best sellers* no canal, resultando assim em maiores reposições, com destaque para a categoria de bolsas nas marcas Arezzo e Schutz.

No primeiro trimestre de 2023, as marcas da Companhia foram distribuídas através de **7.491 pontos de vendas** (sem *overlap*), crescimento de 14,7% ante o 1T22.

WEB COMMERCE

O canal *web commerce* da Companhia registrou **R\$ 279 milhões** de receita bruta no trimestre, crescimento de **24,8%** vs o mesmo período do ano anterior. No 1T22, o *web commerce* registrou expansão de 40,6%, forte base de comparação.

Como destaque, as marcas da AR&CO apresentaram excelentes resultados no canal: 65,6% vs o 1T22.

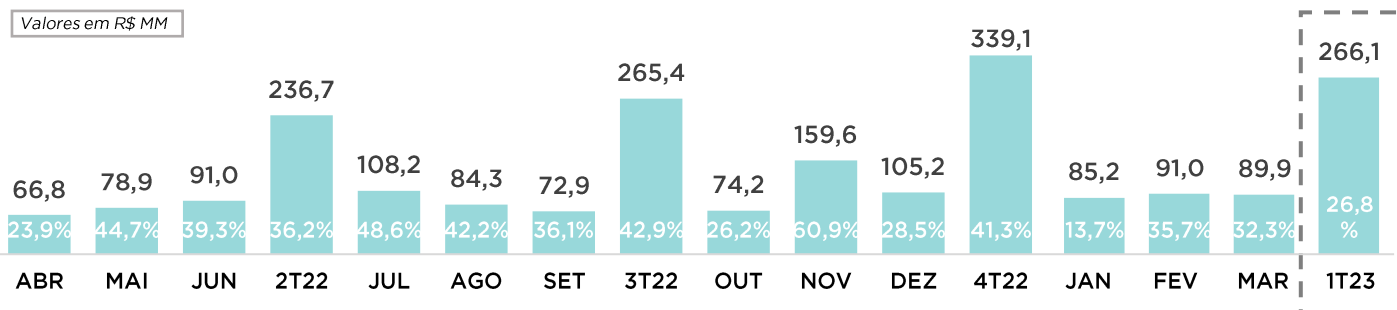
Em mais um trimestre, o canal digital da Arezzo&Co apresentou evolução em seus principais indicadores, como crescimento de tráfego, tickets e vendas através dos aplicativos das marcas. As vendas através dos APPs totalizaram R\$ 82 milhões no 1T23, crescimento de 40,1% vs o ano anterior. Esta modalidade de venda já representa 30,9% das vendas do *web commerce*.

CANAIS

EVOLUÇÃO *SELL OUT WEB COMMERCE*

Arezzo&CO e AR&Co

Valores em R\$ MM



TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

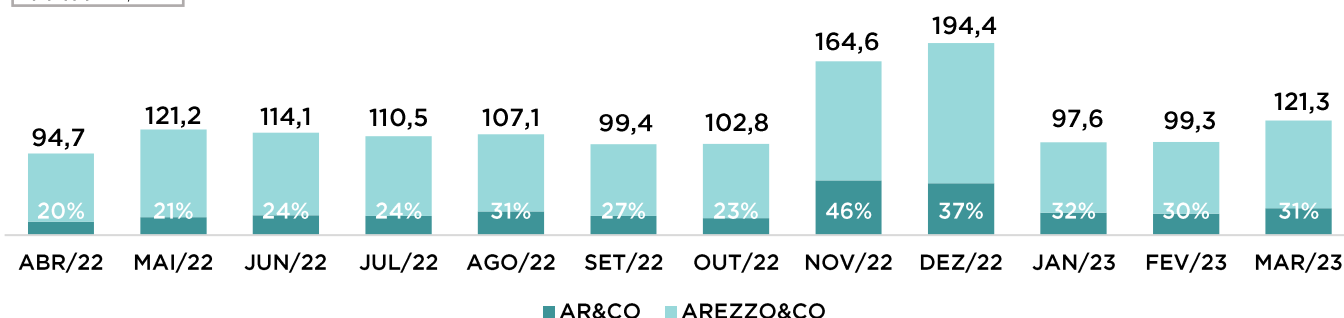
As vendas através dos meios digitais da Arezzo&Co – canal *web commerce*, ferramentas *omnichannel* e APP da vendedora -, totalizaram **R\$ 2,5 bilhões de receita *sell out*** nos últimos doze meses. As vendas via ferramentas digitais representaram **53,8%** do *sell out* das lojas físicas no período. As ferramentas digitais “entregue pela loja” e “retire na loja” seguiram a tendência de expansão e combinadas registraram o crescimento de 91,2% no período, representando **7,4%** do *sell out* das lojas físicas.

A receita influenciada pelo APP da vendedora alcançou **R\$ 235 milhões** no trimestre, expansão de 41,9% vs o 1T22. A evolução nos indicadores digitais reforçam a solidez das vendas *omnichannel* nos canais da Arezzo&Co.

RECEITA DIGITAL GRUPO AREZZO&CO

Receita Ferramentas Digitais + APP Da Vendedora (Proprietário)

Valores em R\$ MM



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

R\$1,4BI
RECEITAS DIGITAIS
(LTM)

R\$2,5BI
SELL OUT WEB +
FERRAMENTAS
DIGITAIS (LTM)

CANAIS

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

PENETRAÇÃO DO CANAL ONLINE

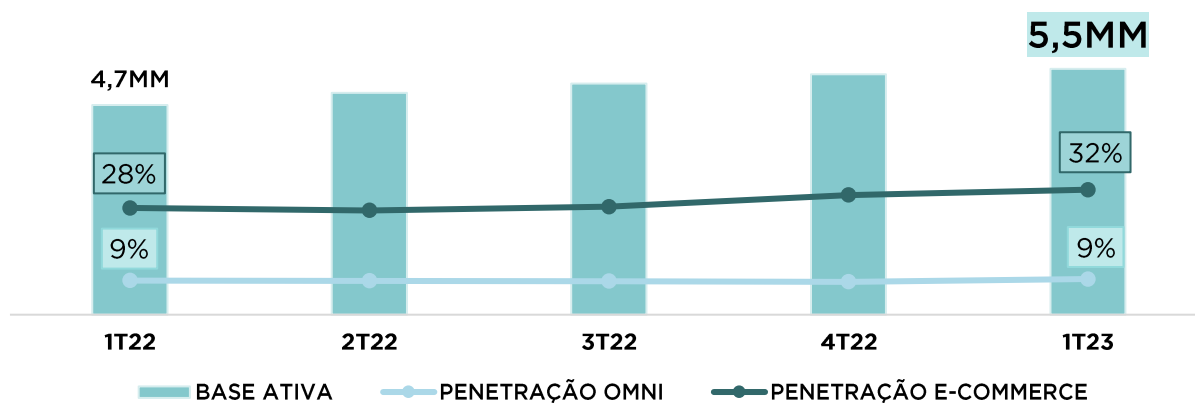
Volume recorde de clientes na base ativa da Arezzo&Co no trimestre: **5,5 milhões**, expansão de 19% no trimestre.

22% da base ativa foi representada pela captação de novos clientes, e **10%** por clientes reativados.

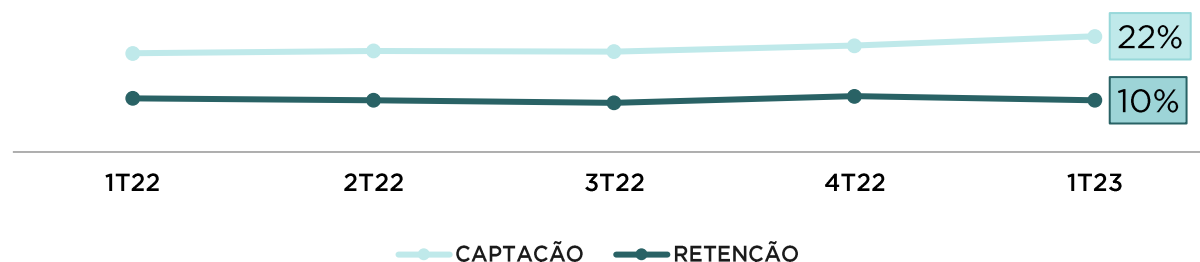
A quantidade dos clientes OMNI cresceu **21%** vs o 1T22, e resultou em um aumento de receita de **28%** nas vendas destes;

32% dos clientes da Arezzo&Co compram no canal online;

9% dos clientes são *omnichannel* (compram no físico e no online).



CAPTAÇÃO E RETENÇÃO DE CLIENTES



REDE MONOMARCA

A Companhia encerrou o primeiro trimestre de 2023 com **1.005 lojas**, sendo 994 no Brasil e 11 no exterior, considerando todas as marcas do grupo.

Nos últimos 12 meses, a Arezzo&Co abriu **80 lojas líquidas**, sendo 45 franquias e 35 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 8% da área total de vendas (m²).

Vale ressaltar que o primeiro trimestre de 2023 foi impactado pelo fechamento de 5 lojas *pop up* (com caráter temporário) das marcas BriZZa e Carol Bassi.

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	1T22	2T22	3T22	4T22	1T23
Área de venda ^{1,3} - Total (m ²)	64.172	65.904	66.406	69.607	69.204
Área de venda - franquias (m ²)	47.378	47.901	47.996	49.660	49.470
Área de venda - lojas próprias ² (m ²)	16.795	18.002	18.410	19.946	19.734
Total de lojas no Brasil	914	939	952	1.002	994
Número de franquias	766	776	783	817	811
Arezzo	431	430	431	439	430
Schutz	62	62	62	62	61
Anacapri	204	210	215	226	229
Vans	12	12	12	14	15
AR&CO	57	62	63	75	75
My Shoes	-	-	-	1	1
Número de lojas próprias	148	163	169	185	183
Arezzo	17	18	18	18	17
Schutz	20	22	22	22	22
Alexandre Birman	8	10	11	12	12
Anacapri	2	2	2	2	2
Fiever	2	2	2	2	-
Alme	2	2	2	2	2
Vans	13	16	16	18	18
AR&CO	82	89	94	104	105
Carol Bassi	2	2	2	5	4
Vicenza	-	-	-	-	1
Total de lojas no Exterior	11	11	11	11	11
Número de franquias	6	6	6	6	6
Número de lojas próprias ⁴	5	5	5	5	5

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

A Companhia apresentou lucro bruto de R\$ 536 milhões no primeiro trimestre (+19,6% vs o 1T22), e margem bruta de 52,4%, retração de 100 bps vs o mesmo período do ano anterior.

A margem bruta foi impactada positivamente pelo crescimento dos canais de *sell out*, e principalmente pela redução da margem bruta na operação internacional.

DESPESAS OPERACIONAIS RECORRENTES

O primeiro trimestre de 2023 foi novamente marcado por fortes resultados. A Arezzo&Co pretende manter suas despesas fixas e operacionais em patamares inferiores aos que foram apresentados nos últimos trimestres, permanecendo fiel à alocação diligente dos investimentos em seus pilares estratégicos que sustentam a excelente performance apresentada nos últimos trimestres.

Despesas Comerciais Recorrentes

No primeiro trimestre de 2023, as despesas comerciais recorrentes da Arezzo&Co totalizaram R\$ 304 milhões, crescimento de 22,2% vs 2022, em linha com o crescimento da receita bruta de 23,4% no período.

No primeiro 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 1T22, a fim de espelhar o crescimento comparável de cada uma delas.

Reconciliação	1T23 Recorrente	1T22 Recorrente	Δ (%) 23 x 22
Despesas comerciais	(304.484)	(249.091)	22,2%
Lojas próprias e Web Commerce	(140.392)	(124.165)	13,1%
Venda, logística e suprimentos	(164.092)	(124.926)	31,4%

- i. As despesas de lojas próprias e *web commerce* (canais de *sell out*) totalizaram R\$ 140 milhões – aumento de 13,1% (após reconciliação do 1T22). A receita bruta dos dois canais combinados cresceu 28,0% vs o 1T22, 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. Além disso, o canal *web commerce* também impactou a linha, principalmente devido ao aumento das despesas.

DESPESAS OPERACIONAIS RECORRENTES

- ii. As despesas de Vendas, Logística e Suprimentos da Arezzo&Co totalizaram R\$ 164 milhões no trimestre – crescimento de 31,4% vs o 1T22. Dentre os fatores que contribuíram para a expansão no período, destacam-se o (i) incremento na linha de gente, devido ao aumento das comissões no canal de multimarcas explicado pelo crescimento de receita no período, (ii) a expansão da linha de fretes (variável) reflexo da performance dos canais de *sell in*, (iii) as despesas da marca Vans relacionadas à receita (comissão de vendas e *royalties*).

Despesas Gerais e Administrativas Recorrentes

No primeiro trimestre, as despesas gerais e administrativas recorrentes da Companhia totalizaram R\$ 71 milhões, incremento de 6,0% vs o 1T22, gerando boa alavancagem operacional. Dentre os fatores que contribuíram para a expansão no período, destacam-se investimentos em tecnologia e gente, com a incorporação da Sunset/HG e adições aos times corporativos da Arezzo&Co e AR&CO.

Despesas Fixas, Variáveis e Eventuais

No primeiro trimestre, as despesas da Companhia - desconsiderando depreciação e amortização - totalizaram R\$ 374 milhões, incremento de 18,3% vs o mesmo período de 2022. Vale destacar que o SG&A total cresce abaixo do crescimento da receita da Companhia, que atingiu 23,4% no período.

Na análise abaixo, 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 passará a divulgar a análise abaixo.

- i. Fixas: despesas com características fixas, como: gente, benefícios, tecnologia, alugueis 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	1T23 Recorrente	1T22 Recorrente	Δ (%) 23 x 22
SG&A Total	373.882	315.936	18,3%
Fixo	171.613	139.185	23,3%
Eventuais	51.361	48.776	5,3%
Variáveis	179.378	144.590	24,1%
Arrendamento	(28.470)	(16.615)	71,4%

EBITDA RECORRENTE E MARGEM EBITDA RECORRENTE

O EBITDA recorrente da Companhia totalizou R\$ 164 milhões, crescimento de 22,8% vs o 1T22, e margem EBITDA recorrente de 16,0%, +10bps vs o mesmo período de 2022.

Dentre os principais fatores que contribuíram de forma positiva na margem EBITDA no trimestre, destaca-se a forte performance de vendas em todas as marcas e canais do grupo, e a redução do SG&A como percentual da receita. 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. Vale destacar que ao longo do 1T23, a Companhia realizou algumas mudanças estruturais visando a melhora de eficiência operacional da operação norte-americana, como a sinergia com as áreas do Brasil, que irão ao longo do ano promover uma melhora de rentabilidade.

	EBITDA 1T23			EBITDA 1T22		
	&Co	Brasil	ARZZ Intern.	&Co	Brasil	ARZZ Intern.
Receita Líquida	1.025,3	932,7	92,6	839,6	737,5	102,1
Lucro Bruto	536,8	488,0	48,8	448,7	391,4	57,4
Mg. Bruta Ajustada	52,4%	52,3%	52,7%	53,4%	53,1%	56,2%
EBITDA Ajustado	164,3	169,2	(4,9)	133,8	126,0	7,8
Mg. EBITDA Ajustada	16,0%	18,1%	(5,3%)	15,9%	17,1%	7,6%

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\$ 73 milhões no primeiro trimestre, crescimento de 27,0% vs o 1T22, e margem líquida de 7,1% (+20 bps).

Dentre os fatores, destaca-se positivamente a forte performance operacional da Arezzo&Co, e negativamente o resultado financeiro do período. O resultado financeiro foi impactado principalmente pelo aumento das despesas financeiras, resultante da alavancagem (abordada na seção de Caixa), incremento da linha de juros sobre arrendamento e das despesas com taxas de cartões de crédito que cresceram na mesma proporção das vendas.

Vale destacar que no 1T23, a Companhia reconheceu os impostos diferidos sobre as diferenças temporárias de arrendamento, em atendimento as alterações do CPC 32/IAS 12 com vigência a partir de 01/01/2023.

ROIC - RETORNO SOBRE O CAPITAL INVESTIDO

O retorno sobre o capital investido (ROIC) recorrente – ou seja, desconsiderando o ágio proveniente das últimas aquisições da Arezzo&Co, bem como créditos extemporâneos e elementos de caráter não recorrente - atingiu **27,2%**.

Resultado Operacional	1T23 Contábil	1T23 Recorrente	1T22 Contábil	1T22 Recorrente	Δ 23 x 22 Ajust. (%)
EBIT (LTM)	493.799	511.407	588.576	416.622	22,8%
+ IR e CS (LTM)	(8.721)	(10.289)	(100.885)	(74.647)	(86,2%)
NOPAT (LTM)	485.078	501.118	487.691	341.975	46,5%
Capital de giro¹	1.007.563	1.007.566	421.327	521.327	93,3%
Contas a receber	743.011	743.011	631.278	631.278	17,7%
Estoques	842.526	842.526	556.685	556.685	51,3%
Fornecedores	(571.535)	(571.535)	(588.706)	(588.706)	(2,9%)
Outros	(6.436)	(6.436)	(177.930)	(77.930)	(91,7%)
Ativo permanente	2.143.553	1.076.747	1.599.340	674.878	59,5%
Outros ativos de longo prazo²	170.753	170.753	231.600	231.599	(26,3%)
Capital empregado	3.321.869	2.255.066	2.252.267	1.427.804	57,9%
Média do capital empregado³	2.787.068	1.841.435	1.908.355	1.114.179	65,3%
ROIC⁴	17,4%	27,2%	25,6%	30,7%	

(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.

INVESTIMENTOS - CAPEX

Os investimentos em CAPEX totalizaram **R\$ 51 milhões** no 1T23 - crescimento de **24,9%**:

Lojas

- Reforma e expansão de lojas próprias da AR&CO (21 lojas no primeiro trimestre).

Corporativo

- *Squads* - projetos de melhorias e desenvolvimento de tecnologias proprietárias, principalmente nas frentes de arquitetura e exploração de dados, estruturação de *dashboards* e integração de canais.
- Investimentos e expansão do centro de distribuição em Cariacica - Espírito Santo

INVESTIMENTOS - CAPEX

Outros

- Investimentos nas fábricas próprias, nas frentes de manutenção das instalações, aquisição de máquinas, e computadores.

Sumário de investimentos	1T23	1T22	Δ 23 x 22 (%)
CAPEX total	50.998	40.835	24,9%
Lojas - expansão e reformas	7.076	10.917	(35,2%)
Corporativo	35.237	27.698	27,2%
Outros	8.685	2.220	291,2%

POSIÇÃO DE CAIXA E ENDIVIDAMENTO

A Companhia encerrou o 1T23 com dívida líquida de R\$ 277 milhões. No período, destacam-se:

- A posição de caixa bruto: R\$ 783 milhões
 - Impacto aquisições: R\$ 199 milhões (Paris Texas, Carol Bassi e HG).
 - Impacto do pagamento de Juros Sobre Capital Próprio em Jan/23 de R\$ 72 milhões.
 - Excluindo estes efeitos não operacionais, a dívida líquida seria de R\$ 6 milhões.
- A dinâmica da utilização da tomada de crédito da Companhia foi alterada devido à captação preventiva de linhas de crédito, dado cenário macroeconômico observado nos últimos meses. Tais linhas de crédito não alteraram o custo da dívida total de forma significativa, o qual continua muito saudável.

Posição de Caixa e Endividamento	1T23	4T22	1T22
Caixa e Equivalentes de Caixa	783.068	476.434	710.309
Dívida total	1.060.093	401.873	284.039
Curto prazo	663.004	392.254	268.463
% dívida total	62,5%	97,6%	94,5%
Longo prazo	397.089	9.619	15.576
% dívida total	37,5%	2,4%	5,5%
Dívida Líquida	277.025	(74.561)	(426.270)
Dívida Líquida/EBITDA	0,4x	-0,1x	-0,6x

**PERFORMANCE
DAS MARCAS**

**AREZZO
&CO**

AREZZO | GRACE + CLARICE



PERFORMANCE DAS MARCAS

O primeiro trimestre do ano é tradicionalmente marcado pela transição das coleções de verão para as de inverno nas lojas e no e-commerce da Arezzo&Co.

Todas as marcas apresentaram resultados positivos de *sell out*, bem como crescimento de receita bruta no período – refletindo a assertividade das suas coleções e campanhas de marketing. No mês de março as marcas lançaram suas coleções oficiais de inverno – evento que contribuiu significativamente para o crescimento do período.

A Arezzo&Co seguiu a tendência apresentada em 2022, e iniciou o primeiro trimestre de 2023 com resultados históricos - **R\$ 1,3 bilhão (+23,4% vs o 1T22)** - patamar recorde de faturamento em um primeiro trimestre, mesmo sobre a forte base de comparação de +63,9% no 1T22 vs o 1T21.

A resiliente performance da Companhia é fruto de uma sólida estratégia que abrange todas as áreas do negócio – desde a criação de produtos, quanto às operações físicas, online e de relacionamento com os clientes. Analisando apenas as marcas core no Brasil (excluindo a AR&Co, Vans e Carol Bassi), a Arezzo&Co registrou o crescimento de 14,7% no 1T23, demonstrando a resiliência da performance das marcas core do grupo.



AREZZO

A marca Arezzo totalizou R\$ 348 milhões de receita bruta no 1T23, crescimento de 13,4% vs o 1T22. No primeiro trimestre de 2022, a marca apresentou expansão de 37,4%, contando com uma forte base de comparação. Os canais de lojas próprias e multimarcas destacaram-se em termos de crescimento no trimestre: 41,2% e 21,8%, respectivamente.

Como destaque do período, em março, a marca Arezzo lançou sua campanha de inverno intitulada “*My Turn*” com a modelo global Gisele Bündchen. A campanha foi assinada pelo diretor criativo Giovanni Bianco, e contou com Gisele representando a força feminina, usando as apostas da Arezzo para estação de inverno. A coleção registrou excelentes resultados, com giro de 22% e aproximadamente R\$ 2 milhões de receita em apenas 15 dias.

O vídeo do lançamento da campanha contou com mais de 5 milhões de visualizações no primeiros dias.

A BriZZa, marca endossada pela Arezzo, deu continuidade à sua expansão através dos canais de venda pela Arezzo, e registrou o expressivo crescimento de 50% no canal multimarcas. A BriZZa já está presente em mais de 1.500 pontos de venda ao redor do Brasil.

SCHUTZ

A marca Schutz apresentou receita bruta de R\$ 194 milhões no 1T23, crescimento de 8,6%. Vale destacar a forte base de comparação da Schutz no Brasil: 40,8% de crescimento no 1T22 vs o 1T21.

Como destaque, o canal multimarcas registrou crescimento de 12,7% comparado ao mesmo período no ano anterior. A Schutz está presente em mais de 1.249 clientes ao redor do Brasil. O canal de franquias, por sua vez, apresentou expansão de 17,3%, mesmo sobre forte base de comparação.

Para a sua campanha de inverno, a Schutz lançou uma coleção que reuniu calçados e bolsas às apostas do vestuário para a estação, estrelando novamente a modelo global Candice Swanepoel.



AR&CO

Mesmo sobre forte base de comparação (+118,3% vs 1T21), a AR&CO alcançou receita de R\$ 287 milhões no primeiro trimestre de 2023, expansão de 45,8%, atingindo representatividade de 24,6% do faturamento da Arezzo&Co.

Em mais um trimestre, a AR&CO registrou excelentes resultados em todos os canais, tanto *sell in* como *sell out*, com destaque para o canal de multimarcas que registrou a expressiva expansão de 78,0%. O canal online, que já representa 28,5% da AR&CO, cresceu 65,6% vs o 1T22.

Como destaque do trimestre, a Reserva lançou campanhas extremamente engajadoras. Em janeiro, lançou sua linha Praia, com itens masculinos, femininos e infantis. Os produtos *best sellers* da coleção foram os *shorts* - lisos, estampados e em padronagens gráficas - para usar na praia e na cidade. No final do mês de março, a linha Praia registrou *sell out* de R\$ 2,4 milhões.

Em fevereiro, a marca lançou sua terceira coleção em colaboração com a escola de samba Mangueira (Reserva+Mangueira). A campanha, filmada e fotografada nas ruas de Salvador, contou com um time formado por baianos e por pessoas da comunidade da Mangueira envolvidas na produção.

VANS
"OFF THE WALL"

A Vans iniciou 2023 com excelentes resultados, seguindo a forte performance de 2022, com crescimento de 55,9% vs o 1T22. A marca registrou crescimento em todos os canais - franquias, multimarcas, e-commerce e lojas próprias - com destaque para o canal digital que já representa 22,4% das vendas.

Todos os trimestres, a Vans lança *collabs* com ícones da cultura pop global, como bandas, marcas, artistas e filmes, conectando seus pilares de autenticidade e originalidade com temas da atualidade. Em janeiro, a marca lançou uma *collab* temática com a série "Stranger Things" da Netflix. A coleção contou com peças de vestuários, acessórios, além de *sneakers* em edições limitadas.



ANACAPRI

A Anacapri registrou receita bruta de R\$ 91 milhões, forte crescimento vs o 1T22: +22,8%. Como destaque, o canal online que representou 17,1% do faturamento, e apresentou crescimento de 18,3% vs o mesmo período do ano anterior.

Vale destacar que a forte performance da Anacapri, já observada no 4T22, reflete os investimentos estratégicos realizados na marca ao longo de 2022.

Para sua campanha de inverno, a marca contou novamente com a nova estrela da marca – a celebridade Juliette, que conta com números recordes de engajamento no Instagram.

ALEXANDRE

BIRMAN

A Alexandre Birman atingiu receita global de R\$ 49 milhões no 1T23. No Brasil, a marca registrou faturamento de R\$ 28 milhões – crescimento de 65,5% vs o 1T22. Vale destacar o relevante ganho de *market share* da marca no mercado de luxo brasileiro, que representou 57,1% da sua receita no período.

No trimestre, a marca deu continuidade à sua estratégia de expansão e posicionamento global, desta vez no mercado europeu, através da exclusiva parceria com a maior multimarca de Milão: Antonia, icônica loja de moda contemporânea italiana, para uma coleção cápsula exclusiva Primavera-Verão.

No Brasil, a Alexandre Birman apresentou a coleção "*Tales of Itapuã*" e celebrou o seu lançamento global com evento em Itapuã na cidade de Salvador, Bahia. A marca colaborou também com a Associação de Artesãs de Saubara, enaltecendo ainda mais o trabalho manual típico da região.

CAROL BASSI

No primeiro trimestre de 2023, a Carol Bassi apresentou o forte crescimento de 76,0% vs o 1T22.

Como destaque, o canal multimarcas registrou crescimento de 56,2% no 1T23, 23,1% do faturamento da marca, demonstrando o crescente potencial da Carol Bassi neste canal.

Em relação às campanhas, a Carol Bassi lançou no início de abril sua coleção de outono/inverno batizada de “Mulheres”, com 24 representantes que buscam dar voz a toda comunidade CB e refletir a essência da marca.

ALME

No primeiro trimestre de 2023, a Alme, marca sustentável da Arezzo&Co, realizou lançamentos alinhados ao seu posicionamento.

Como destaque, a marca lançou a papete “Selva” que representa uma nova categoria de calçados para a Alme. A papete é produzida com matérias primas de baixo impacto ambiental, dentre elas o Ecobambu – material vegano, produzido a base de 45% de fibra de bambu regenerado. O produto registrou excelentes indicadores de venda, atingindo 63% de giro no primeiro mês de vendas.

A papete foi lançada em parceria com a kitesurfista Marcela Witt, entusiasta do *lifestyle* saudável.

NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

No primeiro trimestre de 2023, as operações internacionais da Arezzo&Co registraram faturamento de R\$ 117 milhões, retração de 6,1% vs 1T22, correspondendo a 9,1% do faturamento da Companhia.

Na operação norte-americana, o canal *web commerce* apresentou faturamento de R\$ 40 milhões, performance estável vs o 1T22, dada a forte base de comparação. O canal *wholesale* registrou representatividade de 48,9% da receita bruta da operação, com retração de 18,6%, em linha com os *peers* de mercado, sem reduzir o *share of wallet* neste canal.

Com o objetivo de reforçar a distribuição da marca Schutz nos Estados Unidos, a Arezzo&Co irá inaugurar em Maio/23, uma importante loja localizada na Broadway, no bairro do SoHo em Nova York. A partir desta loja, a Schutz oferecerá entregas através do e-commerce em até 2 horas na cidade.

Conforme anunciado no segundo trimestre de 2022, a Arezzo&Co iniciou a operação da marca Arezzo no mercado norte-americano através do seu e-commerce próprio. No 1T23, a Companhia assinou contratos com as lojas de departamento Macy's e Belk para distribuição em mais de 100 lojas. A venda para o público final terá início no segundo semestre.

No dia 3 de março, a Arezzo&Co anunciou sua primeira aquisição fora do Brasil da marca italiana Paris Texas. Com o objetivo de aumentar sua participação no segmento de *global luxury footwear* e penetração no mercado europeu.

Fundada em 2015 em Milão por Annamaria Brivio e Massimo Baltimora, a Paris Texas se destaca pela capacidade de ditar tendências, criando produtos icônicos, em uma trajetória que alia crescimento (+65,0% em 2022) com rentabilidade.

No mês de março, a Paris Texas registrou R\$ 11,6 milhões de receita bruta.



BALANÇO PATRIMONIAL

Ativo	1T23	4T22	1T22
Ativo circulante	2.691.016	2.383.445	2.109.403
Caixa e equivalentes de caixa	83.603	28.826	106.747
Aplicações financeiras	699.465	447.608	603.562
Contas a receber de clientes	743.011	867.582	631.278
Estoques	842.526	772.060	556.685
Imposto de renda e contribuição social a recuperar	19.291	13.678	130.015
Outros impostos a recuperar	203.213	187.534	0
Outros créditos	99.907	66.157	80.601
Instrumentos financeiros - derivativos	0	0	515
Ativo não circulante	2.440.906	2.275.819	1.914.810
Realizável a longo Prazo	297.353	317.663	315.470
Contas a receber	478	330	3.589
Imposto de renda e contribuição social diferidos	126.599	119.270	83.870
Depósitos judiciais	93.210	81.108	55.487
Impostos a recuperar	66.001	102.550	158.128
Outros valores a receber	11.065	14.405	14.396
Propriedades para Investimento	3.761	3.162	2.860
Imobilizado	769.765	691.582	446.326
Intangível	1.370.027	1.263.412	1.150.154
Total do ativo	5.131.922	4.659.264	4.024.213

Passivo	1T23	4T22	1T22
Passivo circulante	1.589.572	1.635.360	1.269.342
Empréstimos e financiamentos	663.004	392.254	268.463
Arrendamento	93.790	89.648	58.229
Fornecedores	571.535	671.662	588.706
Outras obrigações	261.243	481.796	353.944
Passivo não circulante	800.389	369.311	256.621
Empréstimos e financiamentos	397.089	9.619	15.576
Outras obrigações	59.007	68.917	66.259
Arrendamento	339.922	284.889	168.765
Outros valores a pagar	2.720	2.465	3.065
Impostos Diferidos	1.651	3.421	2.943
Receitas Diferidas	0	0	13
Patrimônio líquido atribuível aos acionistas controladores	2.716.661	2.653.792	2.497.592
Capital social	1.671.716	1.671.716	1.645.467
Reserva de capital	174.295	176.094	163.585
Reservas de lucros	814.396	814.396	541.478
Ajuste de avaliação patrimonial	-6.887	-8.414	-991
Resultado do período	63.141	0	98.053
Dividendos adicionais propostos	0	0	50.000
Total do patrimônio líquido	2.741.961	2.654.593	2.498.250
Participação de não controladores	25.300	801	658
Total do passivo e patrimônio líquido	5.131.922	4.659.264	4.024.213

DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

DRE	1T23	1T22	Var.%
Receita operacional líquida	1.025.291	839.576	22,1%
Custo dos produtos vendidos	(488.467)	(390.836)	25,0%
Lucro bruto	536.824	448.740	19,6%
Receitas (despesas) operacionais:	(432.000)	(287.588)	50,2%
Comerciais	(347.500)	(289.081)	20,2%
Administrativas e gerais	(82.774)	(73.816)	12,1%
Outras receitas operacionais, líquidas	(1.726)	75.309	-102,3%
Lucro antes do resultado financeiro	104.824	161.152	-35,0%
Resultado Financeiro	(39.591)	(20.407)	94,0%
Lucro antes do IR e CS	65.233	140.745	-53,7%
Imposto de renda e contribuição social	(1.848)	(43.460)	-95,7%
Corrente	(10.947)	(39.603)	-72,4%
Diferido	9.099	(3.857)	-335,9%
Lucro líquido do período	63.385	97.285	-34,8%
Resultado atribuído aos:			
Acionistas controladores	63.141	98.053	-35,6%
Acionistas não controladores	244	(768)	-131,8%
Lucro líquido do período	63.385	97.285	-34,8%

FLUXO DE CAIXA

DFC	1T23	1T22
Das atividades operacionais		
Lucro líquido	63.385	97.285
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	62.640	37.921
Depreciações e amortizações	49.396	33.433
Rendimento de aplicação financeira	(11.725)	(10.672)
Encargos financeiros e variação cambial sobre financiamentos	(16.340)	(39.504)
Imposto de renda e contribuição social	1.848	43.460
Outros	39.461	11.204
Decréscimo (acrécimo) em ativos		
Contas a receber de clientes	142.656	157.533
Estoques	(66.533)	(106.509)
Impostos a recuperar	21.483	(19.452)
Variação de outros ativos	(30.962)	(33.364)
Depósitos judiciais	(12.102)	(1.097)
(Decréscimo) acréscimo em passivos		
Fornecedores	(119.461)	13.993
Obrigações trabalhistas	(73.813)	(42.620)
Obrigações fiscais e sociais	(14.833)	(20.917)
Variação de outros passivos	(34.880)	(34.202)
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(13.142)	(22.686)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(1.078)	(7.178)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	(76.640)	(4.515)
Das atividades de investimento		
Resultado da venda de imobilizado e intangível	-	-
Aquisições de imobilizado e intangível	(50.998)	(40.835)
Aplicações financeiras	(1.747.817)	(1.327.994)
Resgate de aplicações financeiras	1.504.626	972.588
Aquisição de controlada, líquido do caixa obtido na aquisição	(130.311)	(49.983)
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	(424.500)	(446.224)
Das atividades de financiamento		
Captações de empréstimos e financiamentos	703.194	26.327
Pagamentos de empréstimos	(27.556)	(230.200)
Contraprestação de arrendamento	(33.224)	(17.914)
Pagamento de dividendos e JCP	(82.107)	(60.000)
Créditos (débitos) com sócios	-	-
Recursos Provenientes de emissão de ações	-	833.794
Gastos na emissão de ações	-	(36.776)
Recompra de ações	(6.191)	-
Recursos provenientes do exercício de opções de ações	-	389
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	554.116	515.620
Aumento (redução) das disponibilidades	52.976	64.881
Disponibilidades		
Efeito Da Variação Cambial Sobre O Caixa E Equivalentes De Caixa	1.801	8.116
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	28.826	33.750
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	83.603	106.747
Aumento (redução) das disponibilidades	52.976	64.881

EARNINGS RELEASE
1T 2023

AREZZO
&CO

house of brands

#



Brizza



Vicenza



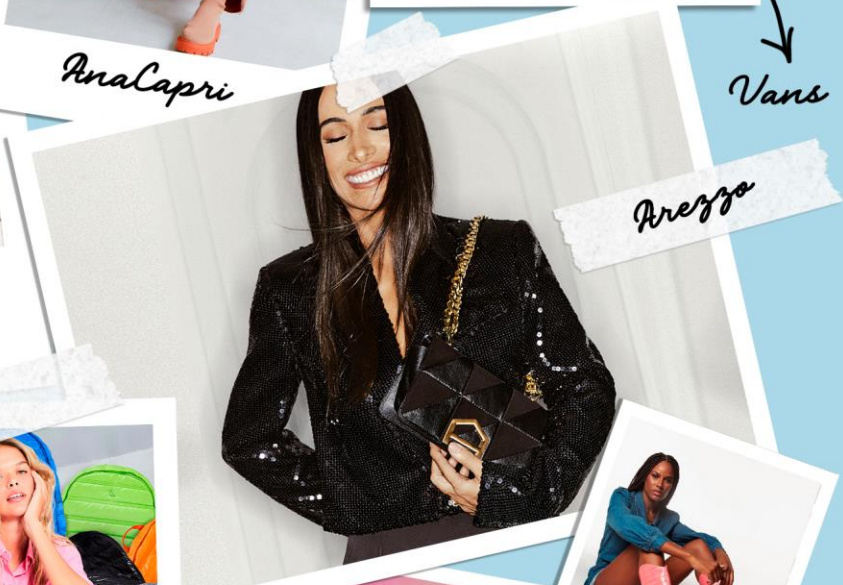
AnaCapri



Vans



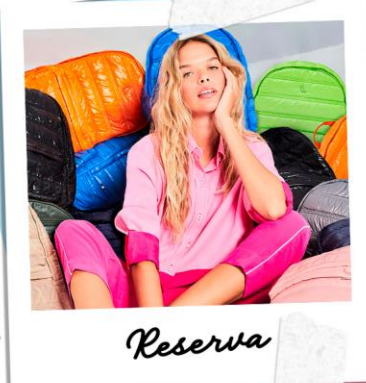
Schutz



Arezzo



Alexandre Birman



Reserva



Troc

Paris Texas



Carol Bassi



Fiever



Alme



Baw



2023