

AREZZO

EARNINGS RELEASE 3T25

AZZAS

2154



A'21 54

Videoconferência de Resultados zoom

11 DE NOVEMBRO DE 2025
11h (BRASÍLIA) / 9h (US ET)

VIDEOCONFERÊNCIA
EM PORTUGUÊS
COM TRADUÇÃO
SIMULTÂNEA PARA O INGLÊS
<https://us06web.zoom.us/j/87416886774>

PREÇO DA AÇÃO E MARKET CAP - AZZA3
10 DE NOVEMBRO DE 2025

PREÇO POR AÇÃO: R\$ 28,16
MARKET CAP: R\$ 5,8 Bi

AREZZO FARM RIO HERING Reserva SCHUTZ

BIRMAN ANACAPRI ANIMALE B R I Z Z A AREZZO CAROL BASSI CRIS BARROS #fábula ETC
foxton HERINGKIDS HERINGINTIMATES HERINGSports INK MARIA FILÓ nv
OFFPREMIUM Oficina PARIS TEXAS ReservaGo mini VANS OFF THE WALL Vicenza ZZ'MALL

Mensagem da Administração

O terceiro trimestre de 2025 foi caracterizado por um desempenho heterogêneo entre as diferentes unidades de negócio do grupo Azzas 2154: Fashion Women / Men mantiveram trajetória consistente de crescimento e evolução de rentabilidade, enquanto BU Shoes & Bags avançou em sua nova liderança, com foco na retomada do crescimento e na consolidação da unidade como pilar de rentabilidade do grupo. Já a BU Basic (Hering) passa por um período de transformação estratégica. Ainda assim, o grupo encerrou o trimestre com avanço em margens e maior disciplina financeira em despesas, demonstrando resiliência e capacidade de execução em um cenário mais desafiador.

No Consolidado, a receita bruta recorrente das operações continuadas atingiu R\$ 3,72 bilhões no trimestre, crescimento de 4,4% em relação ao 3T24. O EBITDA recorrente totalizou R\$ 476,7 milhões, com expansão de margem para 16,1% (+0,4 p.p.), refletindo maior controle de despesas. Vale destacar que, ao excluir os efeitos da BU Basic, o EBITDA recorrente teria apresentado crescimento de 15,1%, com expansão de 2,4 p.p. na margem, evidenciando que a pressão do trimestre está concentrada em uma marca específica do portfólio a qual passa por uma transição. O lucro líquido recorrente, por sua vez, alcançou R\$ 201,3 milhões, um crescimento de 22,9% em relação ao ano anterior.

As unidades Fashion Women – impulsionada pelo crescimento de 41% da Farm Global – e Fashion Men seguiram como destaques operacionais do trimestre. Esses resultados demonstram a força das marcas do portfólio do grupo.

Em Shoes & Bags, promovemos uma transição de liderança com foco em excelência na execução comercial dos diferentes canais e fortalecimento das marcas em seus respectivos posicionamentos. O foco está voltado para uma evolução da relação comercial com o canal de franquias, gerando maior equilíbrio da saúde financeira do franqueado. Além disso, é importante ressaltar que o maior detrator de crescimento da vertical no trimestre foi a marca Vans, que passa por um ciclo menos favorável a nível global. A unidade de negócios mantém sua histórica resiliência na geração de caixa.

Na unidade Basic (Hering), o trimestre representou o início de um ciclo mais profundo de transformação cultural. A nova liderança tem como marco inicial a mudança das áreas de produto e do C-level para Blumenau (“Vale do Itajaí”) – sede histórica da Hering. O foco dessa nova gestão será: (i) revisão do modelo de franquias; (ii) reposicionamento de mix – com menos moda superficial e mais básico profundo; (iii) eficiência industrial; e (iv) otimização de capital de giro. Trata-se de um turnaround com foco em fundamentos – antes de aceleração – visando construir bases mais sólidas para geração consistente de valor no longo prazo.

No campo organizacional, seguimos avançando na integração da Companhia. Demos um passo importante na evolução do desenho estrutural ao unificar as operações de Fashion Women e Fashion Men sob uma mesma liderança, medida que amplia sinergias de conhecimento, captura ganhos operacionais e acelera a disseminação de boas práticas dentro do grupo.

Encerramos o trimestre comprometidos com a continuidade de nossa agenda estratégica de integração e eficiência. Agradecemos a todos os nossos colaboradores, parceiros, clientes e investidores, e seguimos firmes na construção de um grupo cada vez mais robusto, sustentável e orientado a resultados.

Alexandre Birman
CEO do Azzas 2154

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 3T25

DESTAQUES FINANCEIROS

Receita Bruta
Recorrente Continuadas

R\$ 3,7 Bi

+4,4% vs. 3T24

Margem Bruta
Recorrente

54,7%

+0,3 p.p. vs. 3T24

EBITDA Recorrente
R\$ 476,7 Mi (pós IFRS-16)

+0,0% vs. 3T24

R\$ 406,0 Mi (pré IFRS-16)

-0,8% vs. 3T24

Margem EBITDA
Recorrente

16,1% (pós IFRS-16)

+0,4 p.p. vs. 3T24

13,7% (pré IFRS-16)

+0,2 p.p. vs. 3T24

Margem EBITDA
Ex-BU Basic Recorrente

18,4% (pós IFRS-16)

+2,4 p.p. vs. 3T24

Lucro Líquido
Recorrente

R\$ 201,3 Mi

+22,9% vs. 3T24

Todos os indicadores desta página referem-se à visão dos números:

(i) recorrentes, isto é, excluindo impactos pontuais e extemporâneos;

(ii) pro forma, isto é, os números anteriores à conclusão da fusão (até o 3T24) simulam as Companhias Arezzo&Co e Grupo Soma combinadas. Veja a página 6 para mais detalhes

(iii) A partir do 2T25, não provisionamos IRPJ e CSLL para subvenções de ICMS/RJ. No 2T25 revertemos as provisões que haviam sido constituídas no 1T25 (R\$ 63,9 milhões).

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 9M25

DESTAQUES FINANCEIROS

Receita Bruta
Recorrente Continuadas

R\$ 10,6 Bi

+9,8% vs. 9M24

Margem Bruta
Recorrente

55,1%

+0,1 p.p. vs. 9M24

EBITDA Recorrente

R\$ 1,4 Bi (pós IFRS-16)

+9,5% vs. 9M24

R\$ 1,2 Bi (pré IFRS-16)

+9,8% vs. 9M24

Margem EBITDA
Recorrente

16,8% (pós IFRS-16)

+0,7 p.p. vs. 9M24

14,3% (pré IFRS-16)

+0,6 p.p. vs. 9M24

Margem EBITDA
Ex-BU Basic Recorrente

19,0% (pós IFRS-16)

+1,7 p.p. vs. 9M24

Lucro Líquido
Recorrente

R\$ 602,7 Mi

+42,9% vs. 9M24

Todos os indicadores desta página referem-se à visão dos números:

- (i) recorrentes, isto é, excluindo impactos pontuais e extemporâneos;
- (ii) pro forma, isto é, os números anteriores à conclusão da fusão (até o 3T24) simulam as Companhias Arezzo&Co e Grupo Soma combinadas. Veja a página 6 para mais detalhes
- (iii) A partir do 2T25, não provisionamos IRPJ e CSLL para subvenções de ICMS/RJ. No 2T25 reverteremos as provisões que haviam sido constituídas no 1T25 (R\$ 63,9 milhões).

Considerações sobre o Earnings Release 3T25



Resultados Pro forma

Com a incorporação do Grupo SOMA pela Arezzo&Co ("Combinação de Negócios"), o Grupo AZZAS 2154 passou a consolidar os resultados do Grupo SOMA a partir do 3T24. Desde o 4T24, as demonstrações contábeis refletem três meses completos de operações consolidadas. Para facilitar a análise de desempenho e permitir uma visualização mais clara das tendências, disponibilizamos indicadores financeiros pro forma também para o 3T24. Esses dados são meramente informativos e não foram revisados nem auditados.

A planilha de resultados está disponível no site de RI em (<https://ri.azzas2154.com.br/resultados-e-apresentacoes/planilha-dinamica/>) e organiza as informações por unidade de negócio. Ela também equaliza os tratamentos contábeis entre Arezzo&Co e Grupo SOMA, incluindo a aplicação retroativa da combinação de negócios desde o 1T22. Com isso, é possível acompanhar a evolução do grupo com base em números pro forma consistentes ao longo do tempo.

Simplificação do Portfólio

Em 9 de dezembro de 2024, o Grupo anunciou a conclusão da revisão do portfólio de marcas, com foco em rentabilidade, geração de caixa e retorno sobre o capital investido (ROIC). Como resultado desse processo, as marcas Alme, Dzarm, Reversa, Simples e TROC foram descontinuadas. A marca Baw Clothing foi revendida aos seus fundadores. Neste relatório, as análises de receita bruta são apresentadas sob a ótica de marcas continuadas, ou seja, aquelas que permanecem no portfólio do Grupo. As receitas de marcas descontinuadas são reportadas separadamente, em linha específica.

SCHUTZ



Principais Indicadores

Indicadores financeiros consolidados

Principais Indicadores

PERFORMANCE DAS BUSINESS UNITS ⁽¹⁾

Shoes & Bags consolida as marcas Arezzo, Schutz, Anacapri, Alexandre Birman, Vans e Vicenza.

Fashion Women consolida as marcas Farm Rio, Animale, NV, Cris Barros, Maria Filó, Carol Bassi, Fábula e Off Premium.

Fashion Men consolida as marcas Reserva, Oficina, Foxton, Reserva Mini, Reserva Go e Reserva Ink.

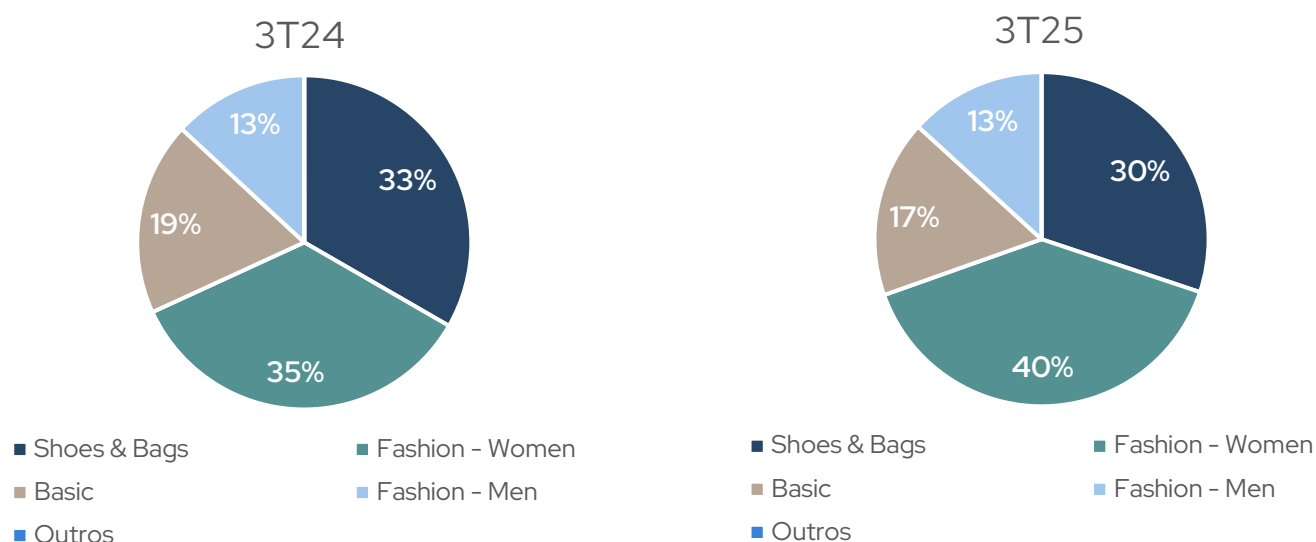
Basic consolida Hering, Hering Kids, Hering Sports, Hering Shoes e Hering Intimates.

Outros considera valores alocados à indústria.

Marcas Descontinuadas consolida as receitas das seguintes marcas que não fazem mais parte do portfólio: Dzarm, Reserva Simples, Reversa, Baw, Alme e TROC.

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T25	3T25 vs. 3T24	9M24 (pro forma)	9M25	9M25 vs. 9M24
Receita Bruta	3.673,5	3.716,2	1,2%	9.938,1	10.648,0	7,1%
Marcas Continuadas	3.558,7	3.714,7	4,4%	9.636,0	10.581,2	9,8%
Shoes & Bags	1.186,0	1.119,2	-5,6%	3.272,2	3.260,7	-0,4%
Fashion – Women	1.239,2	1.465,3	18,2%	3.421,5	4.154,7	21,4%
Fashion – Men	466,3	491,4	5,4%	1.164,3	1.273,4	9,4%
Basic	666,9	638,8	-4,2%	1.776,2	1.891,4	6,5%
Outros ⁽²⁾	0,3	0,0	-100,0%	1,8	1,0	-44,4%
Marcas Descontinuadas	114,8	1,5	-98,7%	302,1	66,8	-77,9%

RECEITA BRUTA POR BUSINESS UNIT



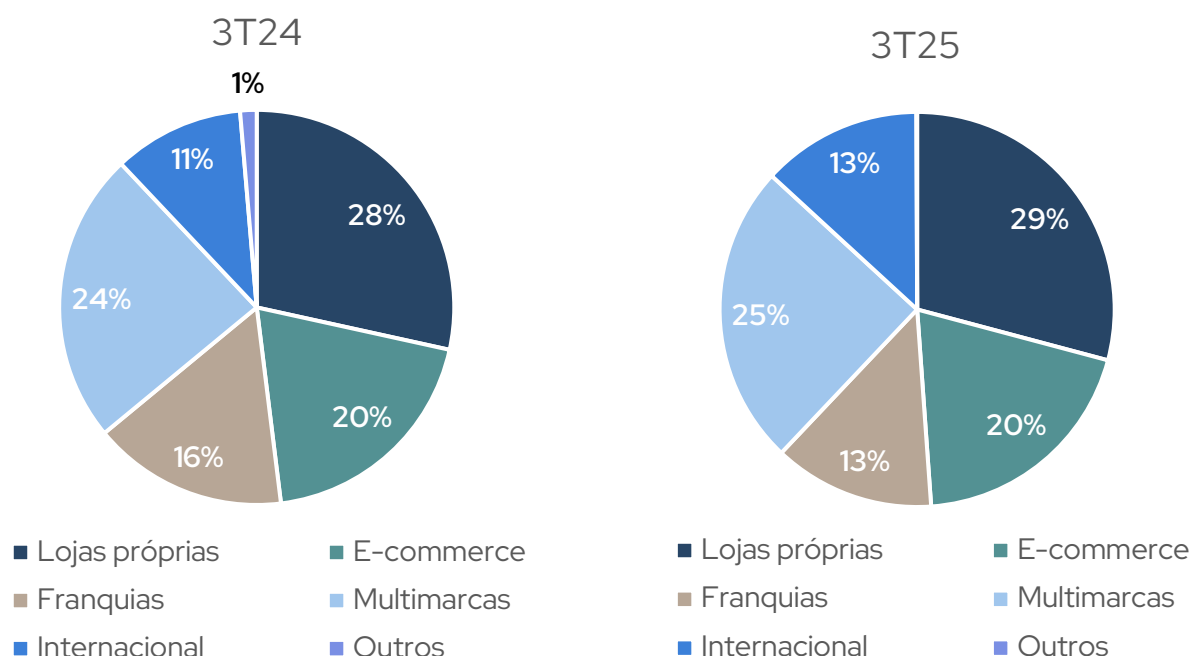
(1) Apresentamos a receita bruta recorrente e sua abertura em marcas continuadas (por BU) e marcas descontinuadas.

(2) Saldo residual alocado à indústria.

Principais Indicadores

PERFORMANCE DOS CANAIS⁽¹⁾

RECEITA BRUTA POR CANAL



R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T25	3T25 vs. 3T24	9M24 (pro forma)	9M25	9M25 vs. 9M24
Receita Bruta	3.673,5	3.716,2	1,2%	9.938,1	10.648,0	7,1%
Marcas Continuadas	3.558,7	3.714,7	4,4%	9.636,0	10.581,2	9,8%
Sell-Out	1.709,6	1.816,3	6,2%	4.680,0	5.207,9	11,3%
Lojas próprias	1.012,3	1.082,5	6,9%	2.824,0	3.210,9	13,7%
E-commerce	697,3	733,8	5,2%	1.856,0	1.997,0	7,6%
Sell-In	1.420,4	1.412,7	-0,5%	3.798,2	3.976,8	4,7%
Franquias	568,7	491,3	-13,6%	1.526,9	1.440,9	-5,6%
Multimarcas	851,7	921,4	8,2%	2.271,3	2.535,9	11,6%
Internacional	380,6	488,0	28,2%	1.067,9	1.334,7	25,0%
Outros ^{(2) (3)}	48,1	(2,3)	-104,8%	89,9	61,8	-31,3%
Marcas Descontinuadas	114,8	1,5	-98,7%	302,1	66,8	-77,9%

(1) Apresentamos a receita bruta recorrente e sua abertura em marcas continuadas (por canal) e marcas descontinuadas.

(2) Contempla a receita secundária decorrente da venda de matéria-prima, saldo alocado à indústria e outras transações não relevantes.

(3) No 3T25, foram realizadas reclassificações entre canais nas unidades de negócio de Shoes & Bags e Fashion (Women), conforme comentado no quadro de cada unidade.

Indicadores Financeiros

3T25

R\$ Milhões	3T24 recorrente (pro forma)	3T25 recorrente	Δ (%) recorrente 3T25 vs. 3T24
Receita Bruta	3.673,5	3.716,2	1,2%
Receita Bruta (Continuadas)	3.558,7	3.714,7	4,4%
Receita Líquida	3.038,2	2.969,8	-2,3%
CMV	(1.386,8)	(1.345,9)	-2,9%
CMV (ex. D&A)	(1.376,6)	(1.335,5)	-3,0%
CMV (ex. D&A ex. IFRS-16)	(1.377,9)	(1.336,8)	-3,0%
Arrendamento (impacto IFRS-16)	1,3	1,3	0,0%
Depreciação e Amortização	(10,2)	(10,4)	2,0%
Lucro Bruto	1.651,4	1.623,9	-1,7%
<i>Margem Bruta</i>	<i>54,4%</i>	<i>54,7%</i>	<i>0,3 p.p.</i>
Despesas	(1.320,5)	(1.303,9)	-1,3%
Despesas (ex. D&A)	(1.184,8)	(1.157,6)	-2,3%
(%) <i>Receita Líquida</i>	39,0%	39,0%	0,0 p.p.
Fixas	(473,1)	(464,7)	-1,8%
(%) <i>Receita Líquida</i>	15,6%	15,6%	0,0 p.p.
Variáveis	(588,5)	(590,1)	0,3%
(%) <i>Receita Líquida</i>	19,4%	19,9%	0,5 p.p.
Eventuais	(189,4)	(172,2)	-9,1%
(%) <i>Receita Líquida</i>	6,2%	5,8%	-0,4 p.p.
Arrendamentos (Impacto IFRS-16)	66,2	69,4	4,8%
(%) <i>Receita Líquida</i>	-2,2%	-2,3%	-0,1 p.p.
Depreciação e Amortização	(135,7)	(146,3)	7,8%
EBITDA	476,8	476,7	+0,0%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>15,7%</i>	<i>16,1%</i>	<i>0,4 p.p.</i>
EBITDA (pré IFRS-16)	409,3	406,0	-0,8%
<i>Margem EBITDA (pré IFRS-16)</i>	<i>13,5%</i>	<i>13,7%</i>	<i>0,2 p.p.</i>
EBIT	330,9	320,0	-3,3%
Resultado Financeiro	(159,4)	(208,7)	30,9%
EBT	171,5	111,3	-35,1%
IR e CSLL	(7,7)	90,0	n.a.
Lucro Líquido	163,8	201,3	22,9%
<i>Margem Líquida</i>	<i>5,4%</i>	<i>6,8%</i>	<i>1,4 p.p.</i>

Notas: (i) A partir do 2T25, não provisionamos IRPJ e CSLL para subvenções de ICMS/RJ. (ii) Os resultados pro forma para o 3T24 consideram os números combinados das empresas (Arezzo&Co e Grupo SOMA). (iii) Mais detalhes dos resultados recorrentes podem ser analisados no Anexo nas seções de "Indicadores Financeiros 3T25"; "Reconciliação do EBITDA Recorrente" e "Reconciliação do Lucro Líquido Recorrente".

Indicadores Financeiros

9M25

R\$ Milhões	9M24 recorrente (pro forma)	9M25 recorrente	Δ (%) Recorrente 9M25 vs. 9M24
Receita Bruta	9.938,1	10.648,0	7,1%
Receita Bruta (Continuadas)	9.636,0	10.581,2	9,8%
Receita Líquida	8.174,6	8.567,7	4,8%
CMV	(3.678,8)	(3.846,5)	4,6%
CMV (ex. D&A)	(3.649,3)	(3.815,9)	4,6%
CMV (ex. D&A ex. IFRS-16)	(3.653,2)	(3.819,8)	4,6%
Arrendamento (impacto IFRS-16)	3,9	3,9	0,0%
Depreciação e Amortização	(29,5)	(30,6)	3,7%
Lucro Bruto	4.495,8	4.721,2	5,0%
<i>Margem Bruta</i>	<i>55,0%</i>	<i>55,1%</i>	<i>0,1 p.p.</i>
Despesas	(3.586,3)	(3.742,5)	4,4%
Despesas (ex. D&A)	(3.209,9)	(3.311,8)	3,2%
(%) <i>Receita Líquida</i>	39,3%	38,7%	-0,6 p.p.
Fixas	(1.356,8)	(1.393,0)	2,7%
(%) <i>Receita Líquida</i>	16,6%	16,3%	-0,3 p.p.
Variáveis	(1.590,1)	(1.694,5)	6,6%
(%) <i>Receita Líquida</i>	19,5%	19,8%	0,3 p.p.
Eventuais	(457,6)	(434,0)	-5,2%
(%) <i>Receita Líquida</i>	5,6%	5,1%	-0,5 p.p.
Arrendamentos (Impacto IFRS-16)	194,6	209,7	7,8%
(%) <i>Receita Líquida</i>	-2,4%	-2,4%	0,0 p.p.
Depreciação e Amortização	(376,4)	(430,7)	14,4%
EBITDA	1.315,4	1.440,0	9,5%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>16,1%</i>	<i>16,8%</i>	<i>0,7 p.p.</i>
EBITDA (pré IFRS-16)	1.116,9	1.226,4	9,8%
<i>Margem EBITDA (pré IFRS-16)</i>	<i>13,7%</i>	<i>14,3%</i>	<i>0,6 p.p.</i>
EBIT	909,5	978,7	7,6%
Resultado Financeiro	(455,0)	(565,9)	24,4%
EBT	454,5	412,8	-9,2%
IR e CSLL	(32,7)	189,9	n.a.
Lucro Líquido	421,8	602,7	42,9%
<i>Margem Líquida</i>	<i>5,2%</i>	<i>7,0%</i>	<i>1,8 p.p.</i>

Notas: (i) A partir do 2T25, não provisionamos IRPJ e CSLL para subvenções de ICMS/RJ. (ii) No 2T25 revertimos as provisões que haviam sido constituídas no 1T25 (R\$ 63,9 milhões). (iii) Os resultados pro forma para os 9M24 consideram os números combinados das empresas (Arezzo&Co e Grupo SOMA). (iv) Mais detalhes dos resultados recorrentes podem ser analisados no Anexo nas seções de "Indicadores Financeiros 9M25"; "Reconciliação do EBITDA Recorrente" e "Reconciliação do Lucro Líquido Recorrente".

ANACAPRI



Unidade de Negócio

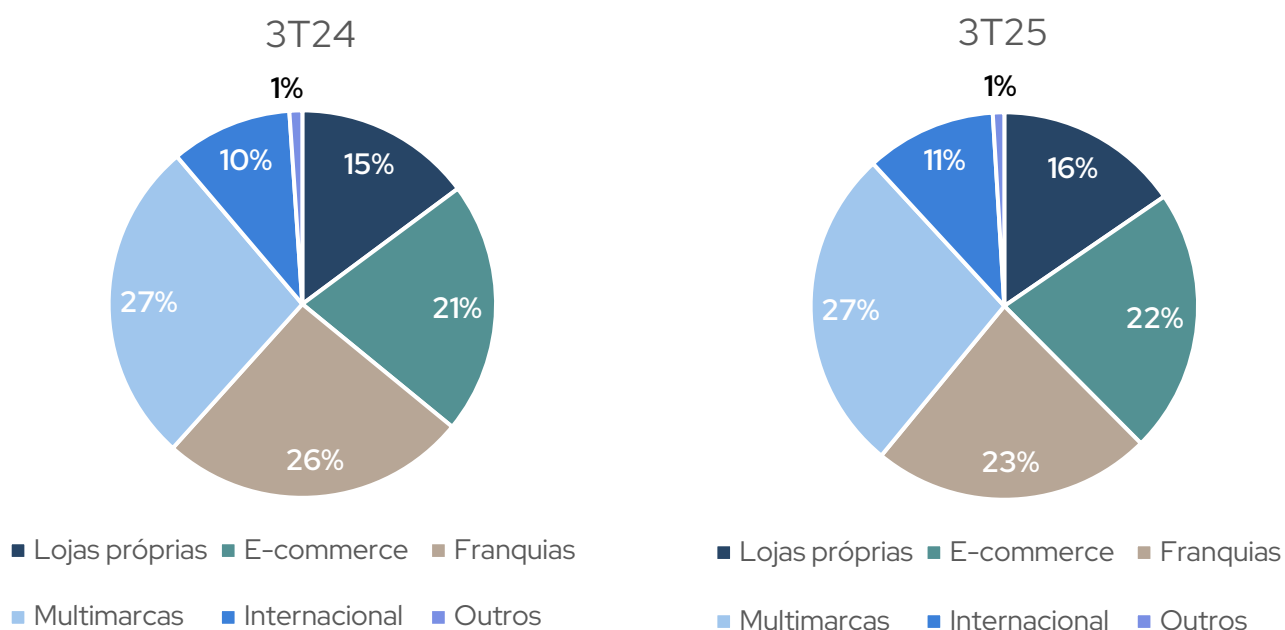
Shoes & Bags

Shoes & Bags

RECEITA BRUTA POR CANAL – SHOES & BAGS

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T25	3T25 vs. 3T24	9M24 (pro forma)	9M25	9M25 vs. 9M24
Receita Bruta	1.216,4	1.118,1	-8,1%	3.355,2	3.262,4	-2,8%
Marcas Continuadas	1.186,0	1.119,2	-5,6%	3.272,2	3.260,7	-0,4%
Sell-Out	426,1	420,2	-1,4%	1.213,8	1.252,4	3,2%
Lojas Próprias	176,0	172,8	-1,8%	496,7	521,1	4,9%
E-commerce	250,1	247,4	-1,1%	717,1	731,3	2,0%
Sell-In	627,2	566,4	-9,7%	1.712,3	1.638,1	-4,3%
Franquias	305,3	262,0	-14,2%	849,4	790,0	-7,0%
Multimarcas	321,9	304,4	-5,4%	862,9	848,1	-1,7%
Internacional	120,2	121,9	1,4%	309,7	332,9	7,5%
Outros ⁽¹⁾	12,5	10,7	-14,4%	36,4	37,3	2,5%
Marcas Descontinuadas ⁽²⁾	30,4	(1,1)	-103,6%	83,0	1,7	-98,0%

RECEITA BRUTA POR CANAL



(1) Contempla receita secundária referente a venda de matéria-prima e outras transações não relevantes

(2) Ajuste de alocação de receitas descontinuadas referentes ao primeiro semestre de 2025, sem impacto na receita total.

Shoes & Bags

TRANSIÇÃO DE LIDERANÇA, CORREÇÃO DE ROTA E FOCO EM EXECUÇÃO

Neste trimestre, a unidade de negócios Shoes & Bags registrou receita bruta (marcas continuadas) de R\$ 1,1 bilhão (-5,6% vs. 3T24). Importante ressaltar que a marca Vans foi a principal detratora do trimestre com queda de 16,1% no período. Após apresentar um crescimento exponencial no Brasil nos últimos cinco anos, com um CAGR de aproximadamente 30%, a marca passa por um ciclo menos favorável a nível global, com reflexo no mercado local.

No canal de franquias, o faturamento de sell-in foi impactado por uma decisão deliberada de redução de estoques na rede, visando o reequilíbrio da razão sell-out/sell in. Com isso, houve um gap de 11p.p. entre o sell-in e o sell-out do canal. Isso é um ajuste importante que nos permite aprimorar a relação comercial com os franqueados.

No canal multimarcas, a contração de 5,4% é reflexo principalmente do momento da marca Vans. Conforme mencionado, a marca passa por um ciclo menos favorável a nível global, com impacto mais significativo neste canal, o qual possui menor oferta de produtos exclusivos.

Em lojas próprias, decidimos pelo fechamento de 8 lojas não rentáveis, culminando na redução de 1,8% da receita deste canal. No e-commerce, o decréscimo de 1,1% é explicado pelo menor nível de venda promocional no canal, principalmente nas marcas Vans e Schutz. Vale ressaltar que a marca Schutz apresentou boa performance nos canais monomarca: SSS de +11% em lojas próprias (+20% em lojas premium) e +5% em franquias. Isso representa um importante indicador de sucesso dos ajustes que estão sendo implementados na marca.

As marcas Anacapri e Alexandre Birman seguiram como destaques positivos no trimestre, apresentando crescimento consistente.

Neste trimestre, Azzas 2154 anunciou a nomeação do Sr. Rafael Sachete como novo CEO da BU Shoes & Bags. Rafael possui longo histórico como executivo na Companhia, profundo conhecimento sobre a unidade de negócios, sólida experiência financeira e reconhecida qualificação na gestão de pessoas e processos. A transição está alinhada às necessidades estratégicas do negócio neste momento, e tem como objetivo retomar o crescimento e consolidar a unidade de negócio como uma importante alavanca de rentabilidade e geração de caixa para o grupo.

ALEXANDRE
BIRMAN



Unidade de Negócio

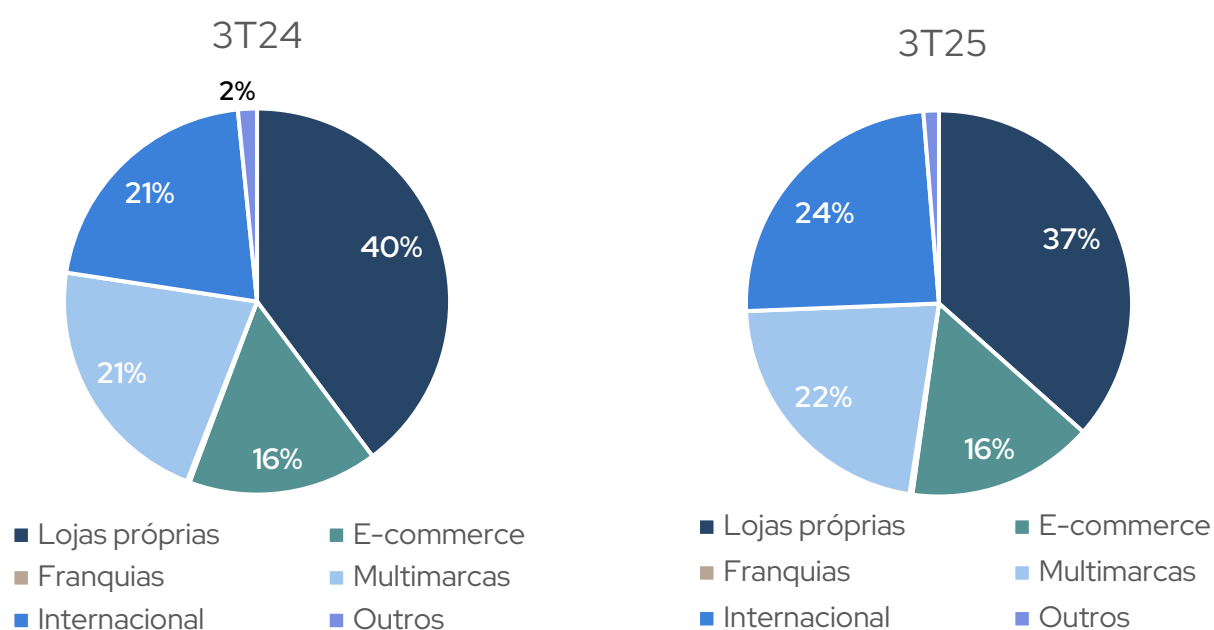
Fashion Women

Fashion Women

RECEITA BRUTA POR CANAL - FASHION - WOMEN

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T25	3T25 vs. 3T24	9M24 (pro forma)	9M25	9M25 vs. 9M24
Receita Bruta	1.239,2	1.465,3	18,2%	3.421,5	4.154,7	21,4%
Marcas Continuadas	1.239,2	1.465,3	18,2%	3.421,5	4.154,7	21,4%
Sell-Out	690,0	785,4	13,8%	1.959,7	2.278,2	16,3%
Lojas Próprias	493,1	550,3	11,6%	1.422,5	1.659,5	16,7%
E-commerce	196,9	235,1	19,4%	537,2	618,7	15,2%
Sell-In	269,0	333,4	23,9%	677,5	868,2	28,1%
Franquias	2,9	3,7	27,6%	7,6	7,9	3,9%
Multimarcas	266,1	329,7	23,9%	669,9	860,3	28,4%
Internacional	260,4	366,1	40,6%	758,2	1.001,8	32,1%
Outros ^{(1) (2)}	19,8	(19,6)	n.a.	26,1	6,5	-75,1%
Marcas Descontinuadas	0,0	0,0	n.a.	0,0	0,0	n.a.

RECEITA BRUTA POR CANAL



(1) Contempla receita secundária referente a venda de matéria-prima e outras transações não relevantes.

(2) No 3T25, foram realizados ajustes de classificação de receitas entre linhas, sem alterar a receita total.

Fashion Women

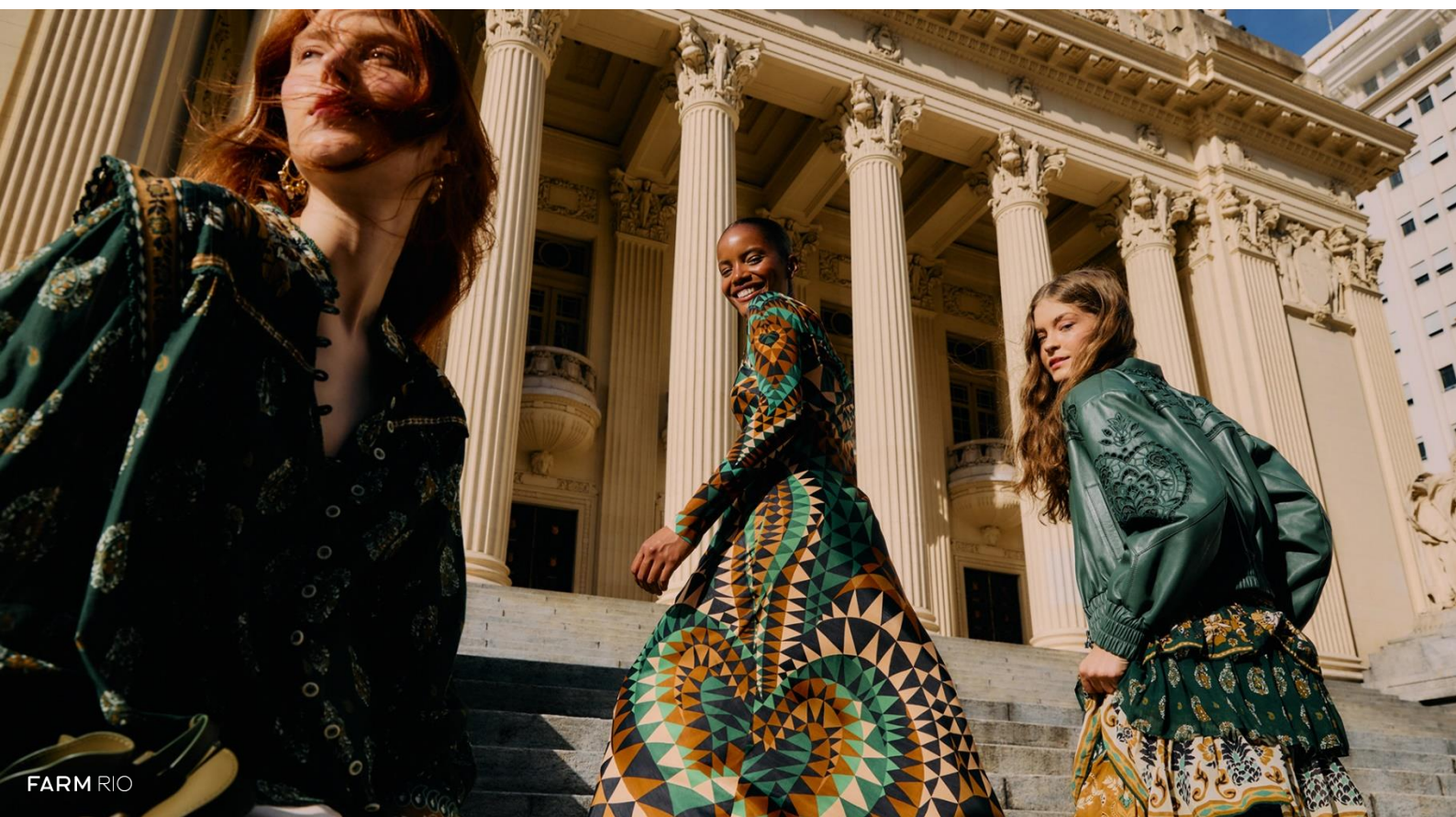
CRESCIMENTO EXPRESSIVO

A unidade de negócio Fashion Women apresentou novamente forte desempenho, atingindo receita bruta de R\$ 1,5 bilhão no trimestre, crescimento de 18,2% vs. 3T24.

No mercado internacional, a Farm Rio segue se consolidando como marca de lifestyle global. No trimestre, apresentou expressivo crescimento de 40,6% em BRL vs. 3T24 (+44,1% em USD) em seus mercados de atuação, com forte tração nos Estados Unidos e na Europa.

Os canais de sell-out cresceram 13,8% vs. 3T24, mesmo sobre um forte base de 17,8% de crescimento. A receita de lojas próprias teve um aumento de 11,6%, com destaque para NV e Animale, que reportaram SSS de 25% e de 12%, respectivamente, demonstrando a saúde das marcas. O e-commerce segue em consistente trajetória de crescimento, acima do duplo dígito, desde o 2T24.

O canal de multimarcas cresceu 23,9% vs. 3T24, refletindo, principalmente, o forte desempenho da Farm e da NV. Esta última ampliou sua quantidade de showrooms nas coleções de 2025, acessando um atacado premium que possui alta demanda pela marca.





Unidade de Negócio

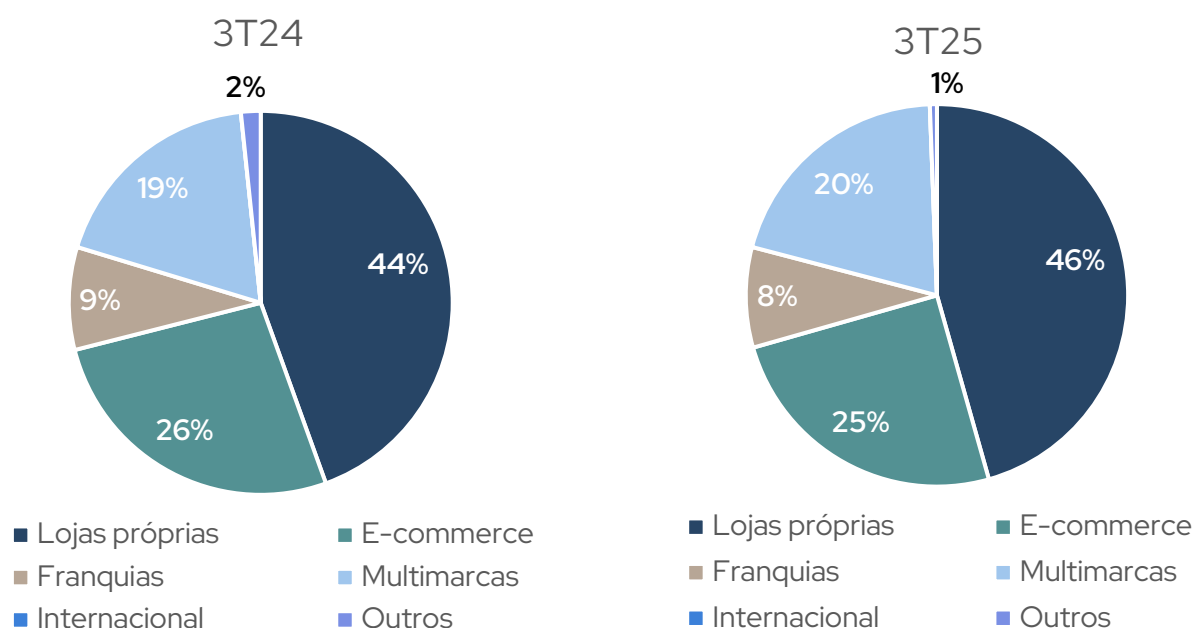
Fashion Men

Fashion Men

RECEITA BRUTA POR CANAL – FASHION MEN

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T25	3T25 vs. 3T24	9M24 (pro forma)	9M25	9M25 vs. 9M24
Receita Bruta	504,6	492,8	-2,3%	1.255,5	1.311,4	4,5%
Marcas Continuadas	466,3	491,4	5,4%	1.164,3	1.273,4	9,4%
Sell-Out	331,3	346,9	4,7%	843,7	907,4	7,6%
Lojas Próprias	207,4	224,2	8,1%	533,1	599,0	12,4%
E-commerce	123,9	122,7	-1,0%	310,6	308,4	-0,7%
Sell-In	127,2	141,6	11,3%	311,2	360,8	15,9%
Franquias	40,3	41,7	3,5%	104,3	114,4	9,7%
Multimarcas	86,9	99,9	15,0%	206,9	246,4	19,1%
Outros ⁽¹⁾	7,8	2,9	-62,8%	9,4	5,2	-44,7%
Marcas Descontinuadas	38,3	1,4	-96,3%	91,2	38,0	-58,3%

RECEITA BRUTA POR CANAL



(1) Contempla receita secundária referente a venda de matéria-prima e outras transações não relevantes

Fashion Men

CRESCIMENTO SAUDÁVEL E PRIORIZAÇÃO DE RENTABILIDADE

Em linha com o direcionamento estratégico definido há um ano, quando foi comunicada a transição da liderança da unidade de negócios para o Sr. Ruy Kameyama, o 3T25 marca a consolidação do plano estratégico para a BU Fashion Men: crescimento saudável e foco em rentabilidade. As marcas masculinas continuam com forte desejo pelos seus clientes ao mesmo tempo em que apresentam melhorias significativas de rentabilidade e geração de caixa. No acumulado dos nove meses de 2025, a unidade de negócio apresentou crescimento de EBITDA superior a 30% e melhora de margem superior a 300bps versus o mesmo período de 2024.

A receita bruta cresceu 5,4% vs. 3T24. Importante lembrar que, no segundo semestre de 2025, temos uma base comparativa forte de receita (+25,4% vs. 3T23) impulsionada por elevados níveis de descontos e investimento em ad cost em 2024, que tiveram como objetivo ajustar os níveis de estoques da unidade naquele momento.

No trimestre, os canais de sell-out cresceram 4,7% vs. 3T24. Em lojas próprias, a receita cresceu 8,1%, com destaque para as marcas Oficina e Foxton, com SSS de 23% e 20%, respectivamente. No e-commerce, que foi o canal mais incentivado com vendas promocionais e mídias digitais no ano anterior, tivemos um leve decréscimo de receita (-1,0%), mas com melhora de rentabilidade.

O canais de sell-in cresceram 11,3%. Destaque para o canal de multimarcas, cuja receita cresceu 15,0%, impulsionada pela marca Oficina.



Reserva

HERING



Unidade de Negócio

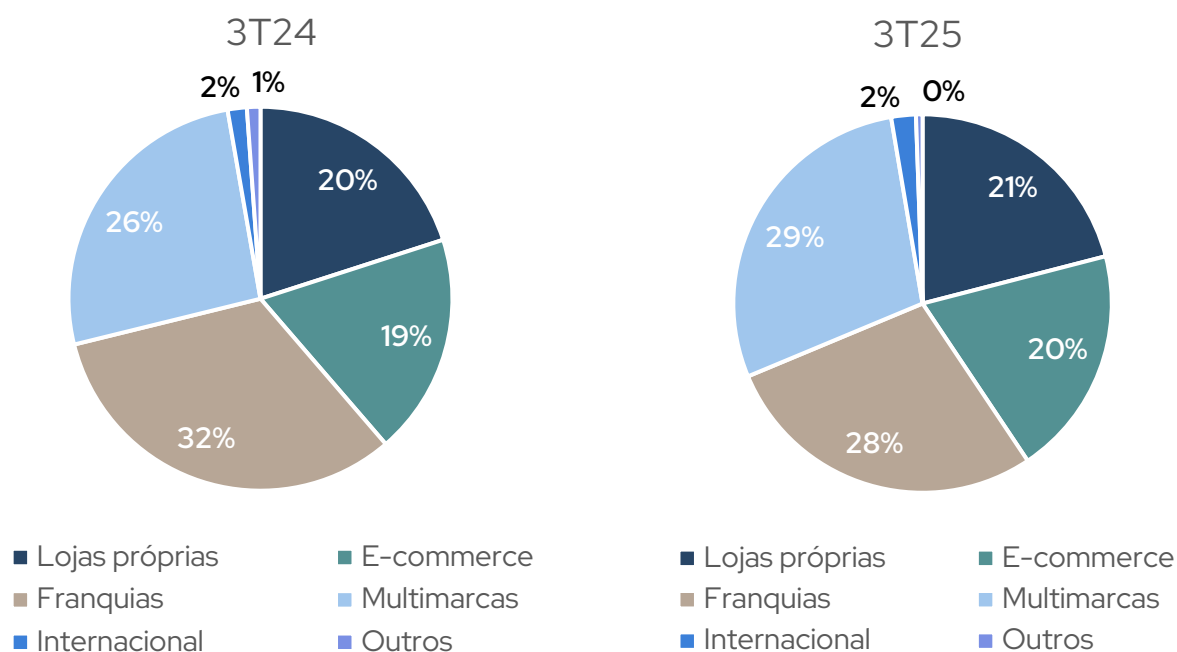
Basic

Basic

RECEITA BRUTA POR CANAL – BASIC

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T25	3T25 vs. 3T24	9M24 (pro forma)	9M25	9M25 vs. 9M24
Receita Bruta	713,0	640,0	-10,2%	1.904,1	1.918,5	0,8%
Marcas Continuadas	666,9	638,8	-4,2%	1.776,2	1.891,4	6,5%
Sell-Out	262,2	263,8	0,6%	662,8	769,9	16,2%
Lojas Próprias	135,8	135,2	-0,4%	371,7	431,3	16,0%
E-commerce	126,4	128,6	1,7%	291,1	338,6	16,3%
Sell-In	397,0	371,3	-6,5%	1.097,2	1.109,7	1,1%
Franquias	220,2	183,9	-16,5%	565,6	528,6	-6,5%
Multimarcas	176,8	187,4	6,0%	531,6	581,1	9,3%
Outros ⁽¹⁾	7,7	3,7	-51,9%	16,2	11,8	-27,2%
Marcas Descontinuadas	46,1	1,2	-97,4%	127,9	27,1	-78,8%

RECEITA BRUTA POR CANAL



(1) Contempla receita secundária referente a venda de matéria-prima e outras transações não relevantes.

Basic

UM TRIMESTRE DE AJUSTES ESTRUTURAIS

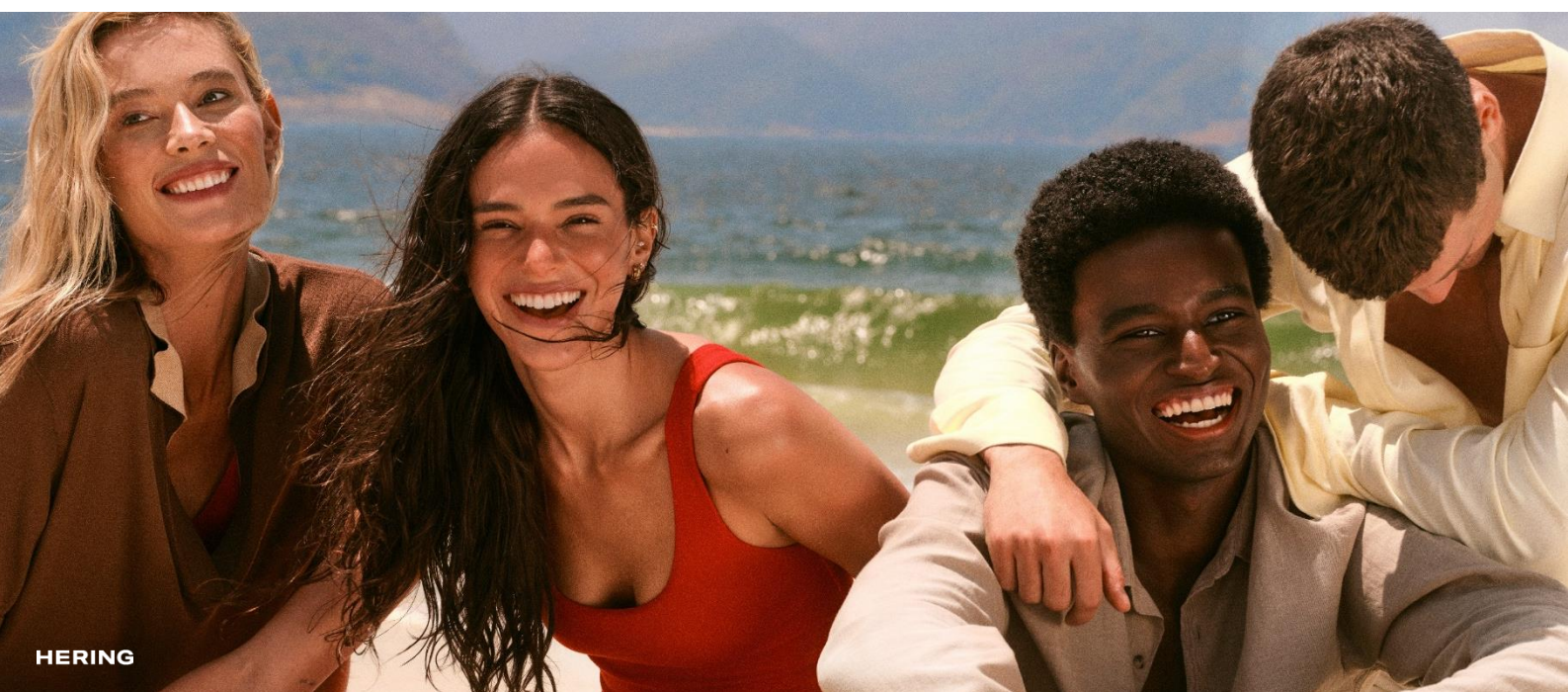
No trimestre, a unidade Basic registrou queda da receita bruta (marcas continuadas) de 4,2% vs. 3T24.

Os canais de sell-in registraram queda de 6,5% vs. 3T24, refletindo o decréscimo de 16,5% na receita de franquias. Mantivemos a ação proativa de redução do sell-in, com o objetivo de diminuir a cobertura e preservar a saúde dos franqueados. Além disso, realizamos uma revisão do ciclo de produto, que passa a ser enviado ao franqueado mais próximo do momento de venda no sell-out. A receita de multimarcas, por sua vez, cresceu 6,0% no trimestre.

Os canais de sell-out cresceram 0,6% vs. 3T24, sobre uma forte base de 29,2% do ano anterior. A receita de lojas próprias recuou 0,4%. Nos últimos doze meses, repassamos nove lojas para franqueados, reduzindo a alocação em capital de giro, e realizamos duas conversões para megastore próprias, modelo que possibilita maior alavancagem operacional. O e-commerce cresceu 1,7%, uma desaceleração versus a base comparativa do 3T24, que havia crescido 53,5%, devido à decisão de encerramento das vendas através de canais de market place, os quais também são ofensores de margem bruta.

Neste trimestre, conforme divulgado no fato relevante de 3 de setembro de 2025, a Companhia deu início ao processo de transição da liderança da unidade. Em outubro de 2025, o Sr. David Python assumiu a posição de CEO da unidade Basic, com o objetivo de aprofundar em um diagnóstico de alavancas que impulsionem a retomada de crescimento saudável e rentável.

David possui sólida trajetória em gestão de negócios, operações comerciais e e-commerce. Foi cofundador e CEO da marca de *sneakers* Cariuma, liderando a construção e expansão internacional da marca, com foco em inovação, sustentabilidade e crescimento multicanal. Além disso, já atuou como Chief Commercial Officer da Arezzo&Co, e foi responsável pela marca Schutz. Atuou, ainda, na McKinsey & Company, com foco em distribuição e operações de vendas no varejo. David Python possui MBA pela Harvard Business School e é formado em Engenharia de Produção pela Escola Politécnica da USP.



HERING

Basic

UM NOVO CICLO PARA A HERING

Esse trimestre marca o início de um novo ciclo para a BU Basic com um grande marco: a renovação da liderança na marca Hering. No contexto de resultados desafiadores, a nova gestão entrou com a missão de conduzir um diagnóstico abrangente da operação e um plano de transformação visando o crescimento sustentável da marca.

O diagnóstico, ainda em estágio inicial, identificou oportunidades em diversas dimensões do negócio, dentre eles:

- Transformação no ciclo comercial nos canais de sell in: migrando de um modelo baseado em “comprar e produzir para depois vender” para uma lógica de “vender antes para depois comprar e produzir”, adotando um modelo orientado à demanda e ampliando eficiência e previsibilidade.
- Maior eficiência na gestão da cadeia: centralização do S&OP e revisão dos ciclos operacionais. Otimização do nível de estoques.
- Revisão do modelo de indústria, visando maior rentabilidade dessa operação.
- Produto: reequilíbrio da pirâmide de produtos, com oportunidade de maior protagonismo dos básicos (base de pirâmide); inteligência no mix de coleção com oportunidade de redução de overlaps e maior profundidade nos produtos core e explorando ocasiões de uso como oportunidade de aumento do ticket em loja. Importante mencionar que a nova liderança desenvolveu para o Alto Verão uma coleção cápsula “Bossa” com malhas diferenciadas, em torno de três principais conceitos: (i) drapeados: guarda-roupa funcional atualizado em drapeados com detalhes femininos; (ii) Pop of color: malharias urbanas energizadas com o uso de cores; e (iii) Back to basics: minimalista chique para o dia a dia com atitude descolada. Nos primeiros 19 dias, o giro dessa coleção foi de 58%.
- Gestão de canais: com foco em um programa de excelência de franchising e gestão estratégica do canal de multimarcas.
- Branding: oportunidade de resgatar o consumidor B/C e implantar modelo de clusterização de sortimento por loja, público e região.

A partir desse diagnóstico, estão sendo definidas as próximas etapas de um plano de transformação voltado, principalmente, à melhoria da margem bruta e do retorno sobre o capital investido (ROIC).



HERING

nv



Indicadores Financeiros

Receita, lucro bruto, despesas operacionais,
EBITDA, resultado financeiro e lucro líquido

(Todos os indicadores referentes ao 3T24 e o 9M24 são pro forma)

Indicadores Financeiros

Receita Bruta Recorrente

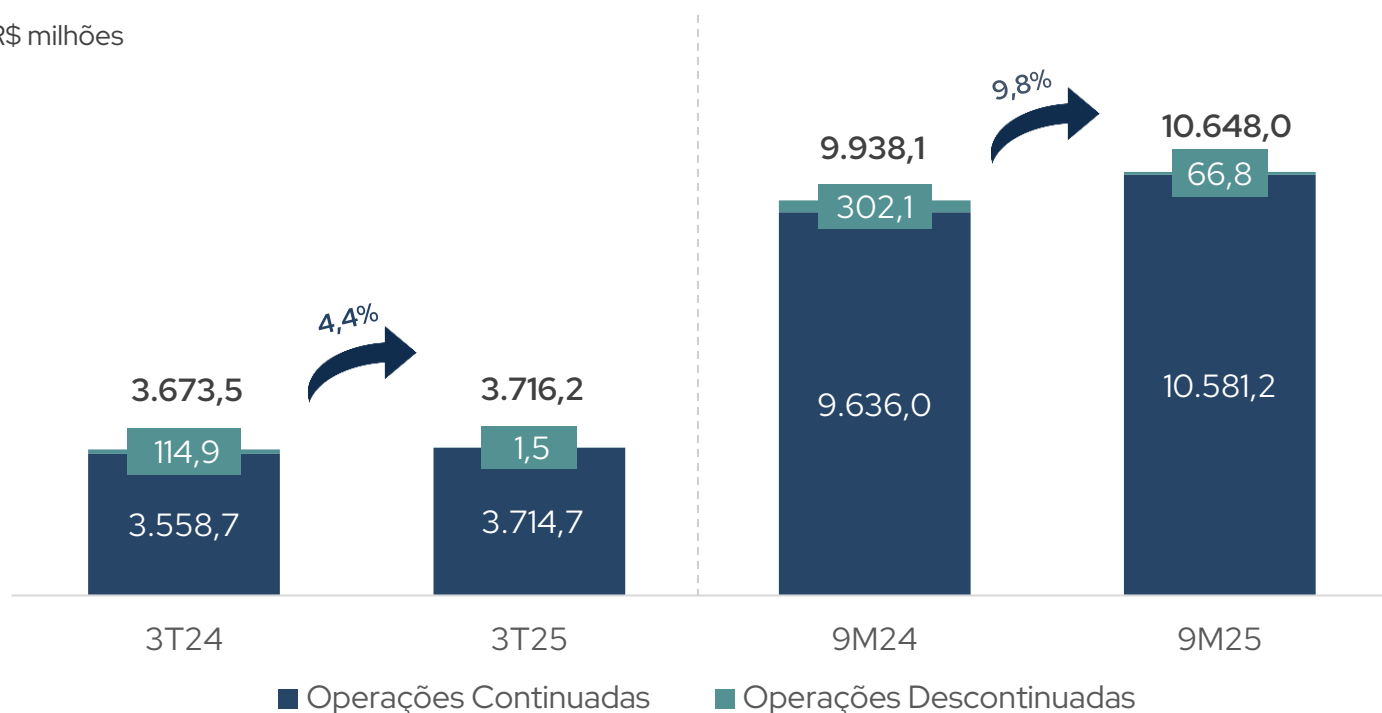
Na visão de marcas continuadas, a receita bruta totalizou R\$ 3.714,7 milhões no trimestre, alta de 4,4% vs. 3T24. A receita bruta reportada, isto é – incluindo as marcas descontinuadas, cresce 1,2% vs. 3T24.

A receita das operações internacionais foram destaque no trimestre, com crescimento de 28,2% vs. 3T24, devido à operação da Farm Rio e atingiram uma participação de 13,1% da receita bruta (+2,4 p.p. vs. 3T24).

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T25	3T25 vs. 3T24	9M24 (pro forma)	9M25	9M25 vs. 9M24
Receita Bruta	3.673,5	3.716,2	1,2%	9.938,1	10.648,0	7,1%
Marcas Continuadas	3.558,7	3.714,7	4,4%	9.636,0	10.581,2	9,8%
Marcas Descontinuadas	114,8	1,5	-98,7%	302,1	66,8	-77,9%
Receita Líquida	3.038,2	2.969,8	-2,3%	8.174,6	8.567,7	4,8%

Receita Bruta Consolidada Recorrente

R\$ milhões



Indicadores Financeiros

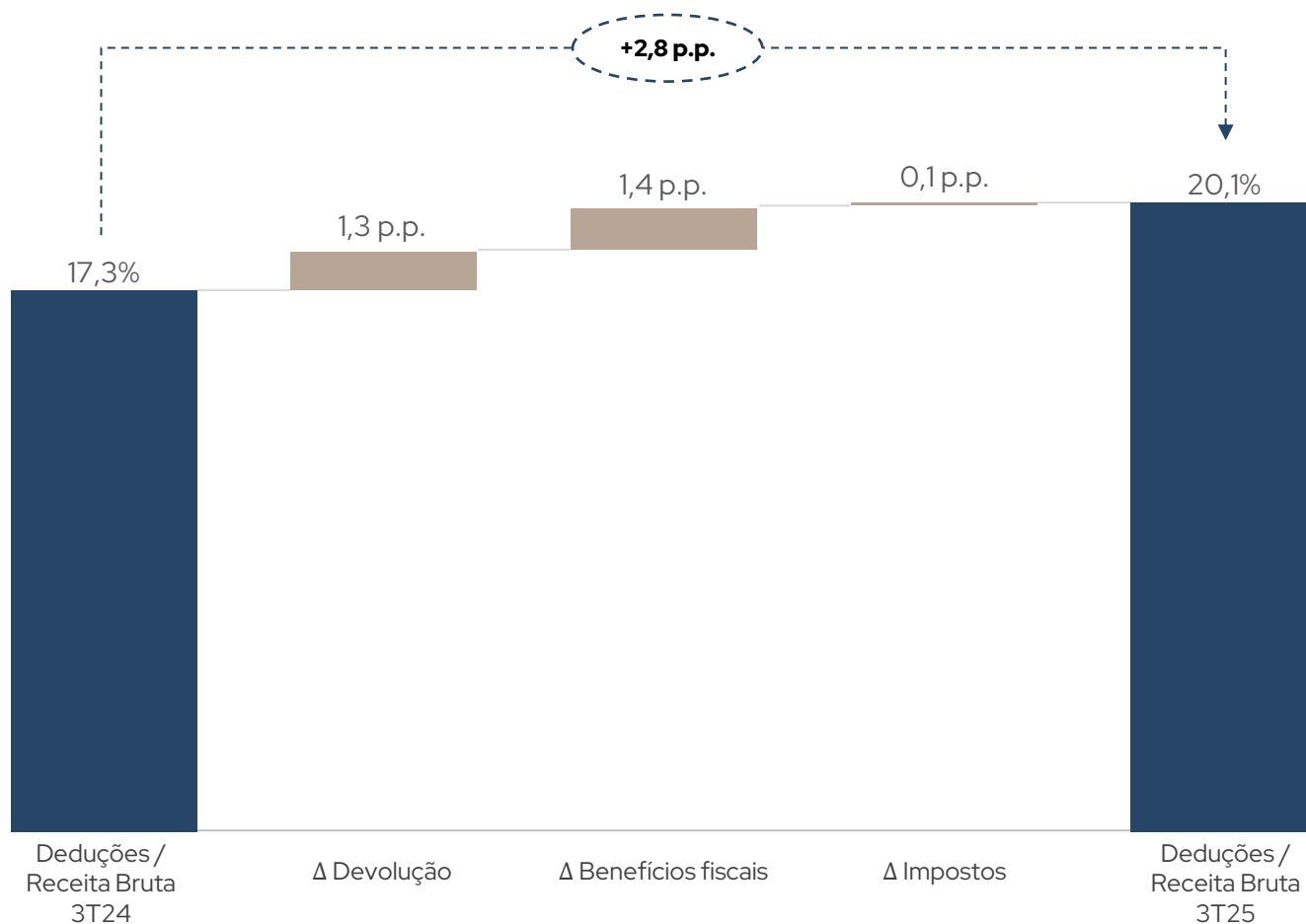
Receita Líquida Recorrente

No trimestre, a receita líquida atingiu R\$ 2.969,8 milhões, decréscimo de 2,3% vs. 3T24, enquanto a receita bruta apresentou crescimento de 1,2% vs 3T24, isto é, uma diferença de 3,5 p.p.. Esse gap foi devido ao maior nível de deduções que representaram 20,1% da receita bruta (2,8 p.p. acima do 3T24).

Os principais fatores foram: (i) aumento no volume de devoluções nos canais de sell-in, em decorrência do processo de redução dos níveis de estoque dos franqueados nas unidades de Shoes & Bags e Basic; (ii) redução de receitas de subvenções, especialmente, no Fashion (Men), decorrente da gestão mais eficiente da curva de compras, e, por consequência, dos estoques e (iii) crescimento da receita internacional de 28,2%, impulsionada pela Farm, que não possui subvenção associada.

Deduções da Receita Bruta

R\$ milhões



Indicadores Financeiros

Lucro Bruto e Margem Bruta Recorrentes

No 3T25, o lucro bruto totalizou R\$ 1.623,9 milhões, queda de 1,7% vs. 3T24, tendo em vista o menor crescimento. A margem bruta alcançou 54,7%, uma expansão de 0,3 p.p. vs. 3T24, que é explicada principalmente, por:

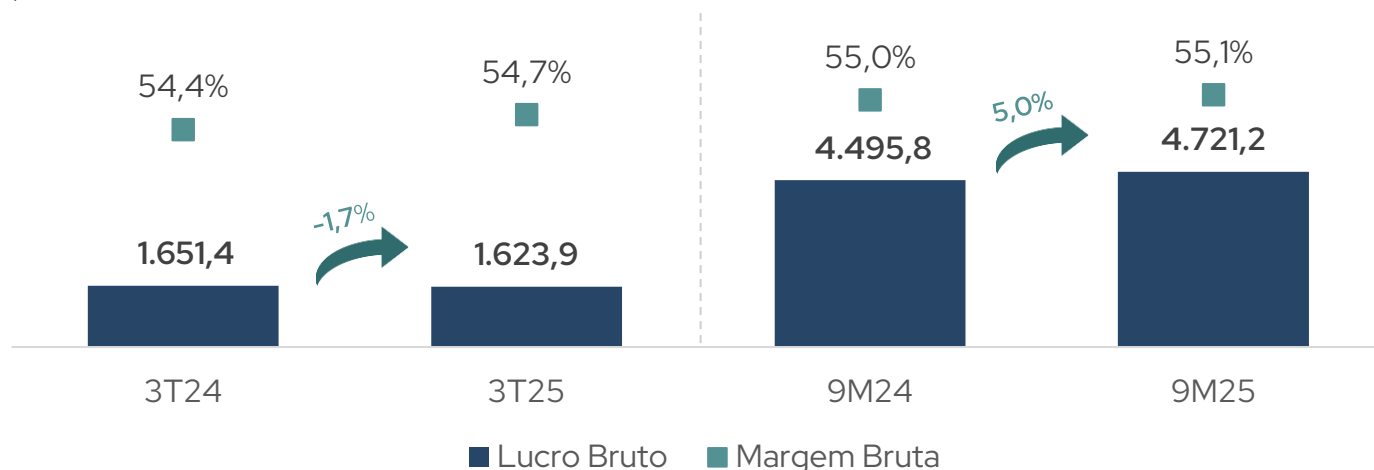
- (i) Menor nível de descontos na unidade de negócios Fashion (Women e Men), que havia sido mais promocional no mesmo período de 2024 com o objetivo de ajustar os níveis de estoques.
- (ii) Maior participação dos canais de sell-out na receita, que possui maior margem bruta associada.
- (iii) Esses efeitos positivos foram parcialmente compensados pela contração de margem bruta da unidade Basic, devido aos efeitos negativos do aumento da participação do produto importado no mix e maior remarcação da coleção de Outono/Inverno. Vale ressaltar que houve maior nível de markdown no canal de Multimarcas da Hering em relação a períodos anteriores.

Excluindo-se a unidade Basic, que passa por um período de ajustes, a **margem bruta seria de 58,7% no trimestre, uma expansão de 1.9 p.p. vs. 3T24.**

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T25	3T25 vs. 3T24	9M24 (pro forma)	9M25	9M25 vs. 9M24
Lucro Bruto	1.651,4	1.623,9	-1,7%	4.495,8	4.721,2	5,0%
Margem Bruta	54,4%	54,7%	0,3 p.p.	55,0%	55,1%	0,1 p.p.
Lucro Bruto ex-BU Basic	1.407,3	1.454,4	3,3%	3.855,3	4.170,8	8,2%
Margem Bruta ex-BU Basic	56,8%	58,7%	1,9 p.p.	57,8%	58,9%	1,1 p.p.
Lucro Bruto BU Basic	244,1	169,5	-30,6%	640,5	550,4	-14,1%
Margem Bruta BU Basic	43,5%	34,3%	-9,2 p.p.	42,4%	37,0%	-5,4 p.p.

Lucro Bruto Recorrente e Margem Bruta Recorrente Consolidada

R\$ milhões



Indicadores Financeiros

Despesas Recorrentes ex. D&A ⁽¹⁾

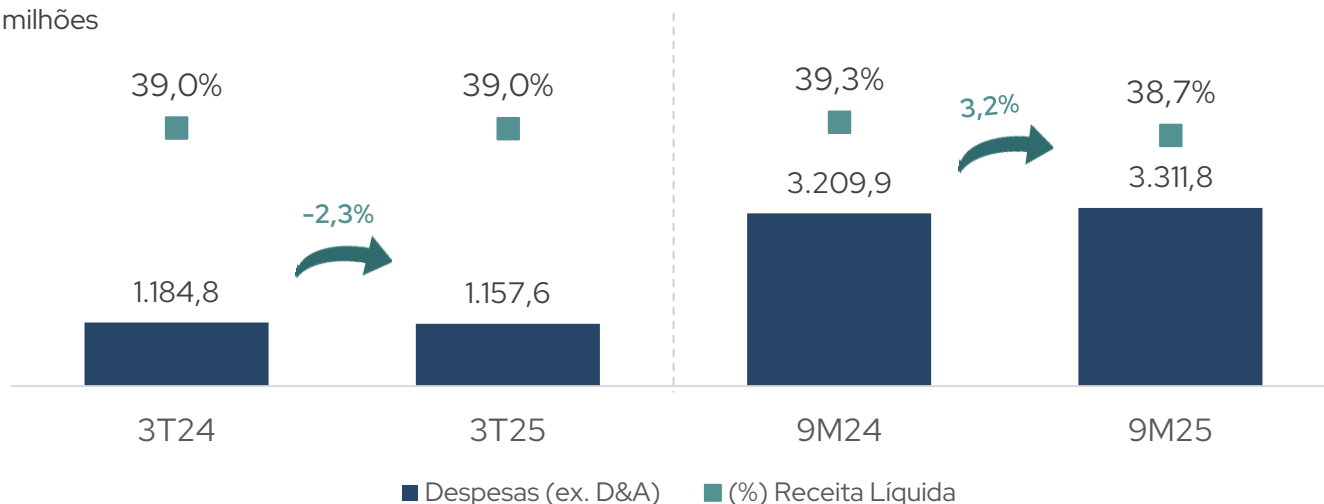
No 3T25, as despesas recorrentes ex-D&A totalizaram R\$ 1.157,6 milhões, com queda de 2,3% em relação ao 3T24, representando 39,0% da receita líquida, em linha com o 3T24. Destacam-se:

- **Despesas eventuais**, mais discricionárias, caíram 9,1% vs. 3T24, decorrente da otimização de investimentos em marketing, redução de despesas com consultorias, assessorias e despesas relacionadas à integração dos negócios.
- **Despesas fixas** caíram 1,8%, refletindo os movimentos realizados de racionalização de estruturas para captura de sinergias, parcialmente compensado pelo reforço de pessoal da operação internacional da Farm Rio e das marcas de vestuário que apresentam forte crescimento. Vale ressaltar que a redução da receita líquida em 2,3% no período gerou um maior desafio de diluição de despesas nesta linha.
- **Despesas variáveis** ficaram estáveis (+0,3%) apesar da maior participação das vendas nos canais de sell-out, de 48,9% (vs. 38,7% no 3T24) - nível compatível com um modelo de negócios mais intensivo em estrutura própria.

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T25	3T25 vs. 3T24	9M24 (pro forma)	9M25	9M25 vs. 9M24
Despesas (ex. D&A)	1.184,8	1.157,6	-2,3%	3.209,9	3.311,8	3,2%
(%) Receita Líquida	39,0%	39,0%	0,0 p.p.	39,3%	38,7%	-0,6 p.p.
Fixas	473,1	464,7	-1,8%	1.356,8	1.393,0	2,7%
(%) Receita Líquida	15,6%	15,6%	0,0 p.p.	16,6%	16,3%	-0,3 p.p.
Variáveis	588,5	590,1	0,3%	1.590,1	1.694,5	6,6%
(%) Receita Líquida	19,4%	19,9%	0,5 p.p.	19,5%	19,8%	0,3 p.p.
Eventuais	189,4	172,2	-9,1%	457,6	434,0	-5,2%
(%) Receita Líquida	6,2%	5,8%	-0,4 p.p.	5,6%	5,1%	-0,5 p.p.
Arrendamentos (Impacto IFRS-16)	(66,2)	(69,4)	4,8%	(194,6)	(209,7)	7,8%
(%) Receita Líquida	-2,2%	-2,3%	-0,1 p.p.	-2,4%	-2,4%	0,0 p.p.

Despesas Recorrentes (ex. D&A)

R\$ milhões



(1) Despesa Recorrente ex. Depreciação e Amortização. Os ajustes às despesas encontram-se detalhados na seção Reconciliação do EBITDA Recorrente

Indicadores Financeiros

EBITDA e Margem EBITDA Recorrentes⁽¹⁾

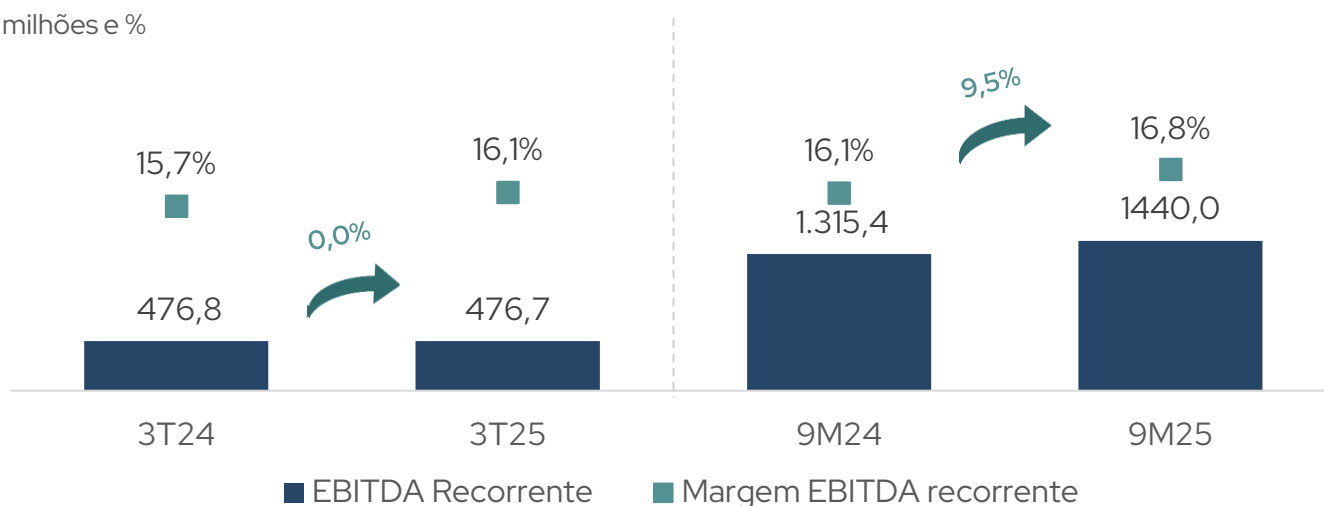
No 3T25, o EBITDA recorrente totalizou R\$ 476,7 milhões, em linha com o 3T24. A margem EBITDA expandiu 0,4 p.p. vs. o ano anterior, atingindo 16,1% no trimestre, refletindo a expansão da margem bruta. A margem pré IFRS-16 expandiu 0,2 p.p. vs. 3T24.

O EBITDA Recorrente da Companhia foi negativamente pressionado pela performance da BU Basic. **Excluindo o desempenho dessa unidade de negócio, o EBITDA recorrente do trimestre teria apresentado crescimento de 15,1%, com expansão de margem EBITDA de 2,4p.p. vs. 3T24.**

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T25	3T25 vs. 3T24	9M24 (pro forma)	9M25	9M25 vs. 9M24
EBITDA	531,1	456,5	-14,0%	1.285,7	1.420,6	10,5%
Ajustes	(54,3)	20,2	-137,2%	29,7	19,4	-34,7%
EBITDA Recorrente	476,8	476,7	0,0%	1.315,4	1.440,0	9,5%
Margem EBITDA Recorrente	15,7%	16,1%	0,4 p.p.	16,1%	16,8%	0,7 p.p.
EBITDA ex-BU Basic Recorrente ⁽²⁾	395,9	455,6	15,1%	1.151,4	1.342,6	16,6%
Margem EBITDA ex- BU Basic Recorrente	16,0%	18,4%	2,4 p.p.	17,3%	19,0%	1,7 p.p.
EBITDA BU Basic Recorrente	80,9	21,1	-73,9%	164,0	97,4	-40,6%
Margem EBITDA BU Basic Recorrente	14,4%	4,3%	-10,1 p.p.	10,9%	6,6%	-4,3 p.p.
EBITDA Recorrente (pré IFRS-16)	409,3	406,0	-0,8%	1.116,9	1.226,4	9,8%
Margem EBITDA Recorrente (pré IFRS-16)	13,5%	13,7%	0,2 p.p.	13,7%	14,3%	0,6 p.p.

EBITDA e Margem EBITDA Recorrentes

R\$ milhões e %



(1) Os ajustes encontram-se descritos na seção de Reconciliação do EBITDA Recorrente.

(2) Contempla o EBITDA das unidades Shoes & Bags, Fashion (Women e Men) e o resultado atribuído à plataforma

Indicadores Financeiros

Resultado Financeiro

No 3T25, a Companhia registrou uma despesa financeira líquida de R\$ 208,7 milhões versus R\$ 159,4 milhões no 3T24.

O aumento da despesa líquida é explicado, principalmente, por:

- (i) Aumento de despesas de juros sobre financiamentos, devido ao incremento da dívida bruta;
- (ii) Redução do rendimento das aplicações financeiras, refletindo o menor caixa médio no trimestre;
- (iii) Queda de outras receitas, decorrente da reclassificação da eliminação de juros sobre empréstimo intercompany, referentes aos nove meses de 2025, que estavam classificados em juros sobre financiamentos.

Os impactos acima, foram parcialmente compensados pelo aumento da receita de juros ativos, decorrente de atualizações SELIC sobre indêbitos tributários referentes a processos administrativos e saldos negativos de IRPJ e CSLL.

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T25	3T25 vs. 3T24	9M24 (pro forma)	9M25	9M25 vs. 9M24
Resultado Financeiro⁽¹⁾	(159,4)	(208,7)	30,9%	(455,0)	(568,1)	24,9%
Receitas Financeiras	46,7	40,8	-12,6%	148,8	109,9	-26,1%
Rendimento de aplicações financeiras	29,7	19,4	-34,7%	80,9	51,8	-36,0%
Juros ativos	8,4	22,9	172,6%	30,1	42,2	40,2%
Variação Monetária Ativa	0,1	4,5	4.400,0%	0,5	6,3	1160,0%
Outras receitas	8,5	(6,0)	-170,6%	37,3	9,6	-74,3%
Despesas Financeiras	(205,5)	(236,0)	14,9%	(566,6)	(651,0)	14,9%
Juros sobre financiamentos	(80,2)	(106,2)	32,4%	(222,2)	(285,7)	28,6%
Despesas bancárias	(4,8)	(5,6)	16,7%	(15,8)	(18,0)	13,9%
Despesas com custas cartoriais	(0,2)	(0,1)	-50,0%	(0,9)	(0,5)	-44,4%
Juros de arrendamento	(25,9)	(22,8)	-12,0%	(67,5)	(69,3)	2,7%
Taxa de administração de cartão de crédito	(37,3)	(41,2)	10,5%	(94,6)	(116,1)	22,7%
Variação monetária passiva	(1,9)	(6,8)	257,9%	(2,0)	(14,5)	625,0%
Outras despesas	(2,0)	(9,5)	375,0%	(42,3)	(19,3)	-54,4%
Ajuste a valor presente Fornecedores	(53,2)	(43,8)	-17,6%	(121,3)	(127,6)	5,2%
Variação cambial Líquida	(0,6)	(13,5)	2.150,0%	(37,2)	(27,0)	-27,4%

(1) O Resultado Financeiro Recorrente totalizou R\$ 565,9 milhões no 9M25, conforme demonstrado na seção de Reconciliação do Lucro Líquido Recorrente.

Indicadores Financeiros

Lucro Líquido e Margem Líquida Recorrentes⁽¹⁾

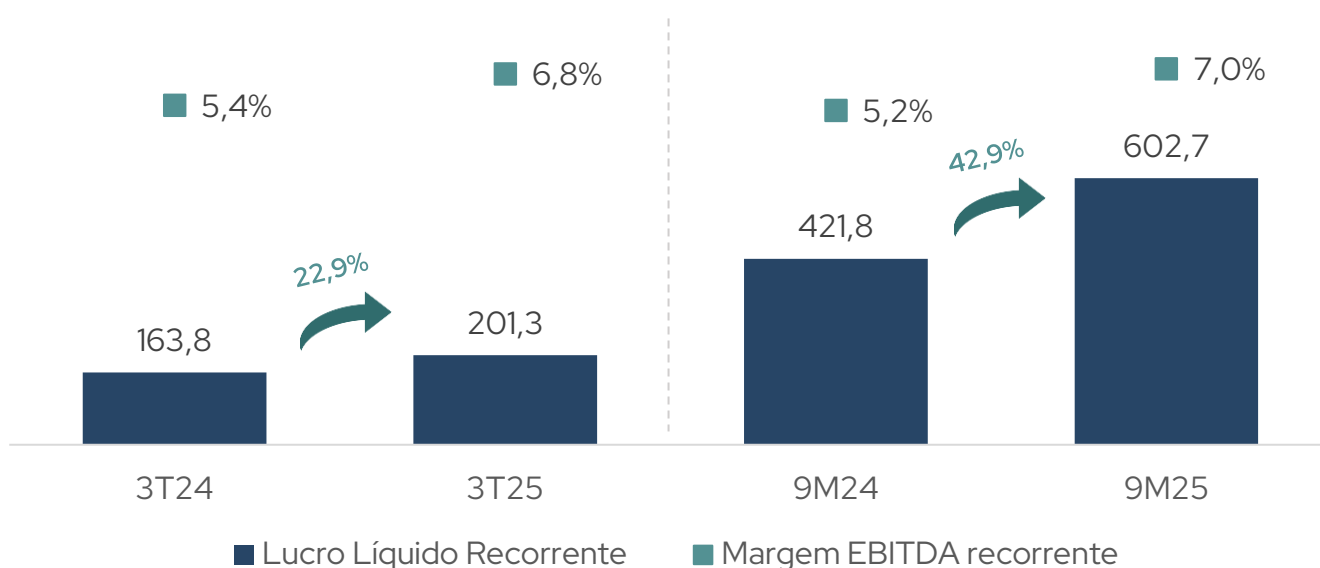
No 3T25, o lucro líquido recorrente totalizou R\$ 201,3 milhões, representando um crescimento de 22,9% em relação ao 3T24, e uma margem líquida de 6,8%, com expansão de 1,4 p.p. no comparativo anual.

Vale mencionar que, a partir do 2T25, a Companhia deixou de provisionar IRPJ e CSLL sobre subvenções de ICMS/RJ.

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T25	3T25 vs. 3T24	9M24 (pro forma)	9M25	9M25 vs. 9M24
Lucro Líquido	83,0	164,9	98,7%	269,1	820,4	204,9%
Ajustes	80,8	36,4	-55,0%	152,7	(217,7)	-242,6%
Lucro Líquido Recorrente	163,8	201,3	22,9%	421,8	602,7	42,9%
Margem Líquida Recorrente	5,4%	6,8%	1,4 p.p.	5,2%	7,0%	1,8 p.p.

Lucro Líquido e Margem Líquida Recorrentes

R\$ milhões e %



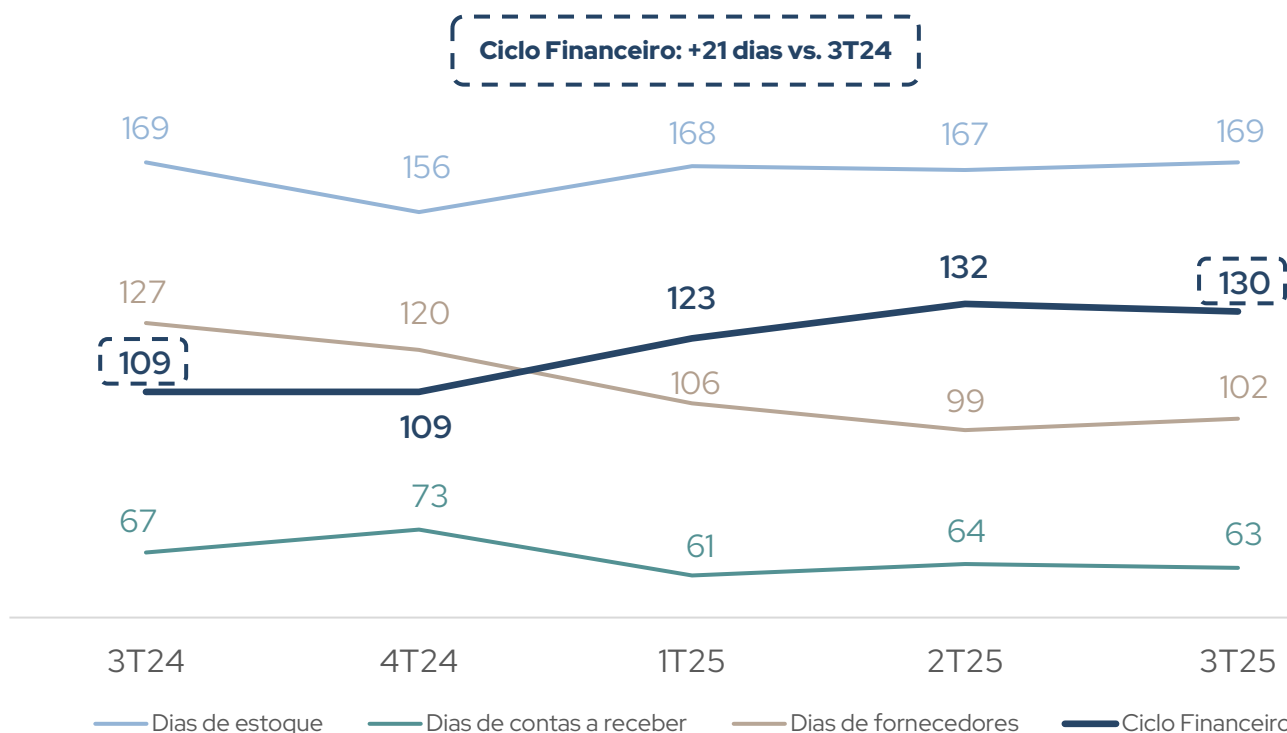
(1) Os ajustes encontram-se descritos na seção de Reconciliação do Lucro Líquido Recorrente.

Indicadores Financeiros

Fluxo de Caixa (visão gerencial) ⁽¹⁾

No 3T25, a Companhia apresentou geração de caixa operacional de R\$ 275,9 milhões. Na visão pós CAPEX, a geração foi de R\$ 166,8 milhões. Na visão dos últimos 12 meses, a geração de caixa operacional foi de R\$ 731,4 milhões, com geração de caixa de R\$ 248,5 milhões na visão pós CAPEX. Vale ressaltar que, a visão dos último 12 meses foi impactada de forma relevante por efeitos não recorrentes de gastos pós fusão que impactaram o 4T24.

Ciclo Financeiro (visão gerencial) ⁽²⁾



No 3T25, o ciclo financeiro da Companhia foi de 130 dias, apresentando aumento de 21 dias em comparação ao 3T24. O alongamento do ciclo é principalmente explicado pela redução dos Dias de Fornecedores em 25 dias, reflexo de uma política de compras mais conservadora na unidade Basic. Por outro lado, Dias de Estoque não sofreu alteração e Dias de Contas a Receber apresentou melhora de 4 dias.

(1) No Fluxo de Caixa (visão gerencial) consideramos a conta de "Pagamentos de juros sobre empréstimos" na geração (consumo) de caixa das atividades de financiamento.

(2) Os indicadores foram calculados conforme explicado a seguir: Dias de estoque: $365 / ((CMV / estoque) / 365)$; Dias de contas a receber: $365 / ((receita\ bruta / contas\ a\ receber) / 365)$; Dias de fornecedores: $365 / ((CMV + Estoque\ final - Estoque\ inicial) / fornecedores)$. Números de DRE somam os últimos doze meses, números do balanço atual e variação de estoques nos últimos doze meses. Vale ressaltar que valores de estoque até o 2T24 são pro forma (empresas combinadas antes da fusão).

Indicadores Financeiros

Dívida Líquida

Ao final do 3T25, a Companhia apresentou uma posição de caixa de R\$ 735,5 milhões e dívida líquida de R\$ 2.292,0 milhões, resultando em uma alavancagem de 1,37x Dívida Líquida/EBITDA Recorrente LTM (pré IFRS-16).

Destaques e captações – Reforçando a estratégia de alongamento do perfil da dívida do grupo, em agosto, a Companhia realizou sua segunda emissão de debêntures, com nova captação de R\$ 600 milhões, com prazo médio de 3,4 anos.

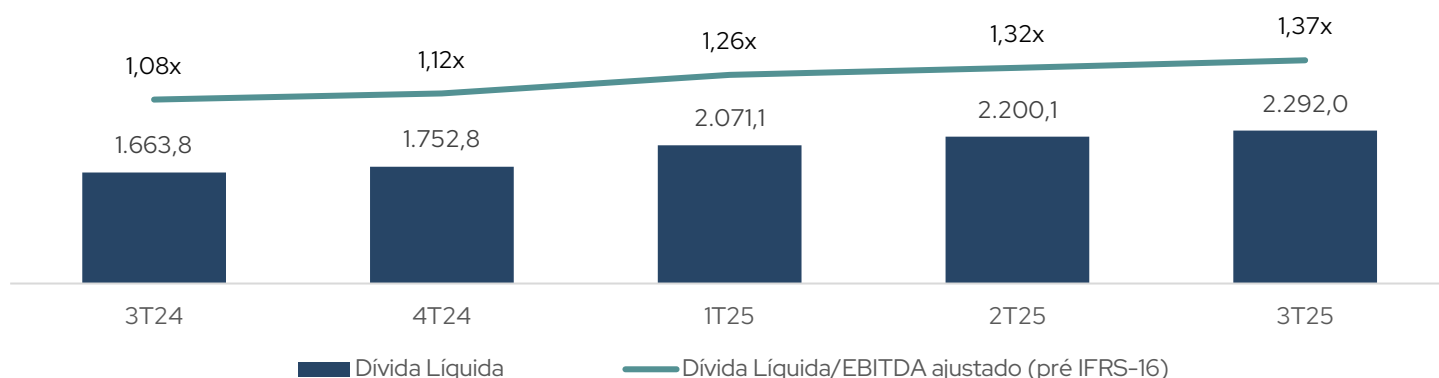
Recompra de ações – Como parte do programa de recompra de ações divulgado em 5 de maio de 2025, a Companhia realizou recompras no montante de R\$ 156,8 milhões durante o 3T25, totalizando R\$ 166,8 milhões em recompras no ano. **Desconsiderando a operação, o indicador Dívida Líquida / EBITDA Recorrente LTM (pré IFRS-16) reduziria para 1,27x.**

Recebíveis de cartão de crédito – A Companhia encerrou o trimestre com um saldo relevante de R\$ 1.039,8 milhões em recebíveis de cartões de crédito, reforçando a liquidez operacional e a capacidade de financiamento de curto prazo.

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	4T24	1T25	2T25	3T25
Caixa e Equivalentes de Caixa	766,4	774,5	1.103,4	823,2	735,5
Contratos de Swap ⁽¹⁾	28,7	127,4	65,4	10,0	35,1
Dívida Bruta	2.458,9	2.654,7	3.239,9	3.033,3	3.062,6
Curto Prazo	903,1	1.476,5	1.904,1	1.741,3	1.187,0
% Dívida Bruta	36,7%	55,6%	58,8%	57,4%	38,8%
Longo Prazo	1.555,8	1.178,2	1.335,8	1.292,0	1.875,6
% Dívida Bruta	63,3%	44,4%	41,2%	42,6%	61,2%
Dívida Líquida	1.663,8	1.752,8	2.071,1	2.200,1	2.292,0
<i>Dívida Líquida / EBITDA Recorrente LTM (pré IFRS-16)</i>	<i>1,08x</i>	<i>1,12x</i>	<i>1,26x</i>	<i>1,32x</i>	<i>1,37x</i>

Dívida Líquida e Alavancagem

R\$ Milhões



(1) Contratos de swap (dólar x CDI) contabilizados em Instrumentos Financeiros Derivativos.

Indicadores Financeiros

CAPEX

No 3T25, o CAPEX totalizou R\$ 109,1 milhões (-21,6% vs 3T24). Nos nove meses de 2025, o CAPEX foi 19,9% inferior ao montante do mesmo período do ano anterior, em linha com a estratégia da Companhia de preservação do caixa e alocação de recursos restrita às operações de maior retorno.

No 3T25, destacam-se os seguintes pontos:

- **Corporativo** – Investimentos concentrados em tecnologia que têm sido otimizados, capturando oportunidades de sinergia.
- **Lojas** – Investimentos em aberturas e reformas. Os investimentos do trimestre foram concentrados na unidade Fashion Women, principalmente, na marca Farm. Em Shoes & Bags, foram realizados investimentos em reformas, com destaque para as lojas Arezzo (Shopping Rio Design – RJ) e Schutz (Oscar Freire – SP).
- **Outros** – Investimentos concentrados na operação internacional da Farm Rio.

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T25	3T25 vs. 3T24	9M24 (pro forma)	9M25	9M25 vs. 9M24
CAPEX	139,1	109,1	-21,6%	359,2	287,7	-19,9%
Corporativo	69,2	59,9	-13,4%	178,3	167,1	-6,3%
Lojas	46,8	40,6	-13,2%	118,3	83,2	-29,7%
Outros	23,1	8,6	-62,8%	62,6	37,4	-40,3%

CRIS BARROS



Anexos

Indicadores Financeiros

3T25

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T25 (contábil)	3T24 recorrente (pro forma)	3T25 recorrente	Δ (%) recorrente 3T25 vs. 3T24
Receita Bruta	3.673,5	3.718,3	3.673,5	3.716,2	1,2%
Receita Bruta (Continuadas)	3.558,7	3.716,8	3.558,7	3.714,7	4,4%
Receita Líquida	3.038,2	2.958,2	3.038,2	2.969,8	-2,3%
CMV	(1.386,8)	(1.356,8)	(1.386,8)	(1.345,9)	-2,9%
CMV (ex. D&A)	(1.376,6)	(1.346,4)	(1.376,6)	(1.335,5)	-3,0%
CMV (ex. D&A ex. IFRS-16)	(1.377,9)	(1.347,7)	(1.377,9)	(1.336,8)	-3,0%
Arrendamento (impacto IFRS-16)	1,3	1,3	1,3	1,3	0,0%
Depreciação e Amortização	(10,2)	(10,4)	(10,2)	(10,4)	2,0%
Lucro Bruto	1.651,4	1.601,4	1.651,4	1.623,9	-1,7%
<i>Margem Bruta</i>	54,4%	54,1%	54,4%	54,7%	0,3 p.p.
Despesas	(1.277,2)	(1.336,6)	(1.320,5)	(1.303,9)	-1,3%
Despesas (ex. D&A)	(1.130,5)	(1.155,3)	(1.184,8)	(1.157,6)	-2,3%
(%) <i>Receita Líquida</i>	37,2%	39,1%	39,0%	39,0%	0,0 p.p.
Fixas	(525,7)	(435,4)	(473,1)	(464,7)	-1,8%
(%) <i>Receita Líquida</i>	17,3%	14,7%	15,6%	15,6%	0,0 p.p.
Variáveis	(588,5)	(590,2)	(588,5)	(590,1)	0,3%
(%) <i>Receita Líquida</i>	19,4%	20,0%	19,4%	19,9%	0,5 p.p.
Eventuais	(82,5)	(199,1)	(189,4)	(172,2)	-9,1%
(%) <i>Receita Líquida</i>	2,7%	6,7%	6,2%	5,8%	-0,4 p.p.
Arrendamentos (Impacto IFRS-16)	66,2	69,4	66,2	69,4	4,8%
(%) <i>Receita Líquida</i>	-2,2%	-2,3%	-2,2%	-2,3%	-0,1 p.p.
Depreciação e Amortização	(146,7)	(181,3)	(135,7)	(146,3)	7,8%
EBITDA	531,1	456,5	476,8	476,7	+0,0%
<i>Margem EBITDA</i>	17,5%	15,4%	15,7%	16,1%	0,4 p.p.
EBITDA (pré IFRS-16)	463,6	385,8	409,3	406,0	-0,8%
<i>Margem EBITDA (pré IFRS-16)</i>	15,3%	13,0%	13,5%	13,7%	0,2 p.p.
EBIT	374,2	264,8	330,9	320,0	-3,3%
Resultado Financeiro	(159,4)	(208,7)	(159,4)	(208,7)	30,9%
EBT	214,8	56,1	171,5	111,3	-35,1%
IR e CSLL	(131,8)	108,8	(7,7)	90,0	n.a.
Lucro Líquido	83,0	164,9	163,8	201,3	22,9%
<i>Margem Líquida</i>	2,7%	5,6%	5,4%	6,8%	1,4 p.p.

Indicadores Financeiros

9M25

R\$ Milhões	9M24 (pro forma)	9M25 (contábil)	9M24 recorrente (pro forma)	9M25 recorrente	Δ (%) recorrente 9M25 vs. 9M24
Receita Bruta	9.938,1	10.650,1	9.938,1	10.648,0	7,1%
Receita Bruta (Continuadas)	9.635,9	10.583,3	9.635,9	10.581,2	9,8%
Receita Líquida	8.174,6	8.556,1	8.174,6	8.567,7	4,8%
CMV	(3.683,9)	(3.857,4)	(3.678,8)	(3.846,5)	4,6%
CMV (ex. D&A)	(3.654,4)	(3.826,8)	(3.649,3)	(3.815,9)	4,6%
CMV (ex. D&A ex. IFRS-16)	(3.658,3)	(3.830,7)	(3.653,2)	(3.819,8)	4,6%
Arrendamento (impacto IFRS-16)	3,9	3,9	3,9	3,9	0,0%
Depreciação e Amortização	(29,5)	(30,6)	(29,5)	(30,6)	3,7%
Lucro Bruto	4.490,7	4.698,7	4.495,8	4.721,2	5,0%
<i>Margem Bruta</i>	54,9%	54,9%	55,0%	55,1%	0,1 p.p.
Despesas	(3.645,7)	(3.795,9)	(3.586,3)	(3.742,5)	4,4%
Despesas (ex. D&A)	(3.234,5)	(3.308,7)	(3.209,9)	(3.311,8)	3,2%
(%) <i>Receita Líquida</i>	39,6%	38,7%	39,3%	38,7%	-0,6 p.p.
Fixas	(1.475,6)	(1.390,3)	(1.356,8)	(1.393,0)	2,7%
(%) <i>Receita Líquida</i>	18,1%	16,2%	16,6%	16,3%	-0,3 p.p.
Variáveis	(1.589,3)	(1.696,7)	(1.590,1)	(1.694,5)	6,6%
(%) <i>Receita Líquida</i>	19,4%	19,8%	19,5%	19,8%	0,3 p.p.
Eventuais	(364,2)	(431,4)	(457,6)	(434,0)	-5,2%
(%) <i>Receita Líquida</i>	4,5%	5,0%	5,6%	5,1%	-0,5 p.p.
Arrendamentos (Impacto IFRS-16)	194,6	209,7	194,6	209,7	7,8%
(%) <i>Receita Líquida</i>	-2,4%	-2,5%	-2,4%	-2,4%	0,0 p.p.
Depreciação e Amortização	(411,2)	(487,2)	(376,4)	(430,7)	14,4%
EBITDA	1.285,7	1.420,6	1.315,4	1.440,0	9,5%
<i>Margem EBITDA</i>	15,7%	16,6%	16,1%	16,8%	0,7 p.p.
EBITDA (pré IFRS-16)	1.087,2	1.207,0	1.116,9	1.226,4	9,8%
<i>Margem EBITDA (pré IFRS-16)</i>	13,3%	14,1%	13,7%	14,3%	0,6 p.p.
EBIT	845,0	902,8	909,5	978,7	7,6%
Resultado Financeiro	(455,0)	(568,1)	(455,0)	(565,9)	24,4%
EBT	390,0	334,7	454,5	412,8	-9,2%
IR e CSLL	(120,9)	485,7	(32,7)	189,9	n.a.
Lucro Líquido	269,1	820,4	421,8	602,7	42,9%
<i>Margem Líquida</i>	3,3%	9,6%	5,2%	7,0%	1,8 p.p.

Indicadores Financeiros

Reconciliação do EBITDA Recorrente

A seguir, detalhamos os principais ajustes realizados no EBITDA reportado para a apuração do EBITDA Recorrente, que totaliza R\$ 476,7 milhões no 3T25 e margem de 16,1%:

- **Repasse de lojas Hering:** Repasse de sete lojas próprias deficitárias da Hering para franqueados, como parte do plano de revisão do parque de lojas e capital investido.
- **Ajustes contábeis de exercícios anteriores:** ajustes contábeis pontuais, sem efeito recorrente sobre o desempenho operacional da Companhia que somados totalizam R\$ 2,5 milhões.
- **ILP (Incentivo de Longo Prazo):** Apropriação de R\$ 7,9 milhões referente ao programa de incentivo de longo prazo, sem impacto em caixa.
- **Otimização de Pessoal:** Desembolso de R\$ 4,2 milhões com indenizações trabalhistas, resultante da simplificação de estruturas organizacionais.
- **Projetos Estratégicos:** Investimento de R\$ 3,8 milhões com consultorias voltadas à captura de sinergias e à definição do plano estratégico de longo prazo do Azzas 2154.
- **Otimização de Portfólio:** Ajuste de R\$ 1,5 milhão com despesas operacionais associadas à descontinuação de marcas.
- **Créditos Extemporâneos:** Reconhecimento de R\$ 1,4 milhão em créditos tributários extraordinários.
- **Ajustes Históricos:** Trata-se de ajustes aos resultados pro forma realizados separadamente pelas Companhias (Arezzo&Co e Grupo SOMA) em períodos anteriores à fusão.

R\$ Milhões	Impacto DRE	3T24 (pro forma)	3T25	9M24 (pro forma)	9M25
EBITDA	-	531,1	456,5	1.285,7	1.420,6
Repasse de lojas Hering	Receita Bruta	0,0	(2,1)	0,0	(2,1)
Repasse de lojas Hering	Deduções	0,0	0,5	0,0	0,5
Ajustes contábeis de exercícios anteriores	Deduções	0,0	13,2	0,0	13,2
Repasse de lojas Hering	CMV	0,0	5,5	0,0	5,5
Ajustes contábeis de exercícios anteriores	CMV	0,0	5,4	0,0	5,4
Ajustes históricos	CMV	0,0	0,0	5,1	0,0
ILP	Despesas	10,5	7,9	32,1	26,2
Otimização de Portfólio	Despesas	0,0	1,5	0,0	(14,2)
Projetos Estratégicos	Despesas	0,0	3,8	0,0	6,4
Otimização de pessoal	Despesas	0,0	4,2	0,0	15,7
Ajustes contábeis de exercícios anteriores	Despesas	0,0	(21,1)	0,0	(21,1)
Despesas de M&A (fusão Arezzo&Co e Soma)	Despesas	139,0	0,0	146,9	15,2
Créditos Extemporâneos	Despesas	(212,9)	1,4	(212,9)	(23,8)
Despesas - Ajustes históricos	Despesas	0,0	0,0	49,4	0,0
Earn-out referente a aquisições	Despesas	0,0	0,0	0,0	(7,5)
Provisão de DIFAL	Despesas	9,1	0,0	9,1	0,0
EBITDA Recorrente	-	476,8	476,7	1.315,4	1.440,0
Margem EBITDA Recorrente	-	15,7%	16,1%	16,1%	16,8%
Arrendamento (impacto IFRS-16)	CMV	(1,3)	(1,3)	(3,9)	(3,9)
Arrendamento (impacto IFRS-16)	Despesas	(66,2)	(69,4)	(194,6)	(209,7)
EBITDA Recorrente (pré IFRS-16)	-	409,3	406,0	1.116,9	1.226,4
Margem EBITDA Recorrente (pré IFRS-16)	-	13,5%	13,7%	13,7%	14,3%

Indicadores Financeiros

Reconciliação do Lucro Líquido Recorrente

- **Ajustes do EBITDA:** explicações detalhadas na seção “Reconciliação do EBITDA Recorrente” deste relatório.
- **Mais valia Hering:** impacto de valores justos CPC15/IFRS3 – combinação dos negócios.
- **Mais valia Grupo SOMA:** impacto de valores justos CPC15/IFRS3 – combinação dos negócios. No 3T25 foi reconhecida a depreciação e amortização da mais valia desde a fusão da Arezzo&Co e Grupo Soma. O valor referente ao 3T25 é de R\$ 5,2 milhões.
- **Earn-out referente a aquisições:** atualização monetária de earn-out referente à aquisição da marca Carol Bassi, cujo pagamento foi efetuado em 10/04/2025, conforme explicado na reconciliação do EBITDA Recorrente.
- **Efeito dos Ajustes no IR e CSLL:** Efeito dos ajustes de EBITDA no IR e CSLL.
- **Baixa de IRPJ e CSLL Diferidos:** baixa dos créditos de IRPJ e CSLL do Grupo Soma, devido à incorporação por Azzas 2154.
- **Ajustes históricos:** trata-se de ajustes aos resultados pro forma realizados separadamente pelas Companhias (Arezzo&Co e Grupo SOMA) em períodos anteriores à fusão.

R\$ Milhões	Impacto DRE	3T24 (pro forma)	3T25	9M24 (pro forma)	9M25
Lucro Líquido		83,0	164,9	269,1	820,4
Ajustes do EBITDA		(54,3)	20,2	29,7	19,4
Mais Valia – Hering	D&A	11,0	10,6	33,0	32,1
Mais Valia – Grupo Soma	D&A	0,0	24,4	0,0	24,4
Earn-out referente a aquisições	Res. Financeiro	0,0	0,0	0,0	2,2
Reversão de IRPJ e CSLL sobre subvenção ICMS/RJ (2024)	IRPJ e CSLL	0,0	0,0	0,0	(269,2)
D&A – Ajustes históricos	D&A	0,0	0,0	1,8	0,0
Efeito dos Ajustes no IRPJ e CSLL	IRPJ e CSLL	(67,2)	(18,8)	(103,9)	(26,6)
Baixa de IRPJ e CSLL Diferidos	IRPJ e CSLL	191,3	0,0	191,3	0,0
IRPJ e CSLL – Ajustes históricos	IRPJ e CSLL	0,0	0,0	0,8	0,0
Lucro Líquido Recorrente		163,8	201,3	421,8	602,7
Margem Líquida Recorrente		5,4%	6,8%	5,2%	7,0%

Balanço Patrimonial

Visão Contábil (R\$ milhões)

Ativo	4T24	3T25
Ativo circulante	6.831,7	6.874,5
Caixa e equivalentes de caixa	181,2	174,9
Aplicações financeiras	593,4	560,6
Contas a receber	2.816,3	2.577,0
Estoques	2.218,8	2.480,7
Instrumentos financeiros – derivativos	136,0	18,7
Impostos a recuperar	323,4	381,6
IRPJ e CSLL a recuperar	197,6	298,7
Outros créditos	365,0	382,3
Ativo não circulante	8.421,9	8.641,8
Aplicações financeiras	1,0	7,8
Instrumentos financeiros – derivativos	62,3	72,8
Contas a receber de clientes	11,5	11,3
Depósitos judiciais	205,7	222,5
IRPJ e CSLL diferidos	1.051,8	1.577,1
Impostos a recuperar	776,1	887,7
IRPJ e CSLL a recuperar	249,8	125,4
Outros créditos	9,3	8,5
Investimentos	-	34,6
Propriedades para investimento	4,1	4,1
Imobilizado	2.308,9	2.139,1
Intangível	3.741,4	3.550,8
Total do Ativo	15.253,5	15.516,3
Passivo	4T24	3T25
Passivo circulante	4.517,1	3.625,5
Empréstimos e financiamentos	1.476,5	1.010,7
Fornecedores	1.817,8	1.552,1
Instrumentos financeiros derivativos	-	9,1
Arrendamento	213,1	226,2
Obrigações fiscais e sociais	269,3	234,8
Obrigações trabalhistas	351,5	329,5
Parcelamento de impostos	17,6	14,2
Obrigações a pagar na aquisição de controlada	31,5	75,0
Outras obrigações	338,5	172,6
Receitas diferidas	1,3	1,3
Passivo não circulante	3.014,9	3.543,0
Empréstimos e financiamentos	1.178,2	2.051,9
Arrendamento	662,5	564,9
Provisões para riscos trabalhistas, fiscais e cíveis	675,5	584,8
Outras obrigações	25,6	9,0
Impostos diferidos	245,6	215,0
Obrigações a pagar na aquisição de controlada	196,1	94,1
Parcelamento de impostos	27,6	20,5
Receitas diferidas	3,8	2,8
Patrimônio líquido	7.721,5	8.347,7
Capital social	2.317,2	2.317,2
Ações em tesouraria	(1,2)	(168,0)
Reservas de capital	4.234,7	4.252,2
Reserva de lucros	283,5	283,5
Reserva de Incentivos Fiscais	879,1	879,1
Ajuste de avaliação Patrimonial	(6,2)	(30,9)
Resultados abrangentes	(4,4)	(5,8)
Resultado do exercício	-	820,4
Participação de não controladores	18,9	-
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	15.253,5	15.516,3

Demonstrativo de Resultados

Visão Contábil

R\$ Milhões	3T24	3T25	3T25 vs. 3T24	9M24	9M25	9M25 vs. 9M24
Receita Líquida	2.546,6	2.958,2	16,2%	4.975,9	8.556,1	72,0%
Custos dos produtos vendidos	(1.152,4)	(1.356,8)	17,7%	(2.339,2)	(3.857,4)	64,9%
Lucro Bruto	1.394,2	1.601,4	14,9%	2.636,7	4.698,7	78,2%
Receitas (despesas) operacionais	(1.037,7)	(1.336,6)	28,8%	(2.039,7)	(3.795,9)	86,1%
Comerciais	(945,3)	(1.000,4)	5,8%	(1.761,5)	(2.793,3)	58,6%
Administrativas e Gerais	(264,0)	(359,9)	36,3%	(461,7)	(1.071,8)	132,1%
Outras receitas (despesas) líquidas	171,5	23,6	(86,2%)	183,4	69,2	-62,6%
Lucro antes do resultado financeiro	356,5	264,8	(25,7%)	597,0	902,8	51,2%
Resultado Financeiro	(145,1)	(208,7)	43,8%	(236,8)	(568,1)	139,9%
Lucro antes do IR e CS	211,4	56,1	(73,5%)	360,2	334,7	-7,1%
Imposto de Renda e Contribuição Sociais	(4,5)	108,8	(2.520,0%)	46,2	485,7	951,3%
Corrente	(3,2)	20,6	(743,8%)	(11,7)	9,7	-182,9%
Diferido	(1,3)	88,3	(6.892,3%)	57,9	476,0	722,1%
Lucro Líquido do Período	207,0	164,9	(20,3%)	406,5	820,4	101,9%

Demonstrativo de Fluxo de Caixa

Visão Contábil

R\$ Milhões	9M24	9M25
Atividades Operacionais		
Lucro líquido do exercício	406,5	820,4
Ajustes - conciliação do resultado à geração de caixa da atividade operacional	191,8	185,0
Depreciações e amortizações	243,1	529,1
Lucro de investimentos financeiros	(48,6)	(45,0)
Encargos financeiros e variação cambial sobre financiamentos	203,4	40,5
Imposto de renda e contribuição social	(46,2)	(485,7)
Outros	(159,9)	146,1
Decréscimo (acrécimo) em ativos	(655,7)	(202,6)
Contas a receber de clientes	(6,4)	239,6
Estoques	(247,2)	(238,7)
Impostos a recuperar	(99,2)	(152,7)
Variação de outros ativos	(301,0)	(34,0)
Depósitos judiciais	(1,9)	(16,8)
(Decréscimo) acréscimo em passivos	56,9	(677,7)
Fornecedores	159,4	(245,0)
Obrigações trabalhistas	57,9	(22,0)
Obrigações fiscais e sociais	(21,7)	(22,0)
Variação de outros passivos	(6,1)	(169,0)
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	(5,4)	(13,1)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(127,2)	(206,6)
Caixa gerado pelas atividades operacionais	(0,5)	125,1

Demonstrativo de Fluxo de Caixa

Visão Contábil

R\$ Milhões	9M24	9M25
Atividades de Investimento		
Aquisição de ativos fixos e intangíveis	(223,8)	(287,7)
Aplicações financeiras	(3.917,9)	(6.373,3)
Resgate de aplicações financeiras	4.372,2	6.424,9
Caixa proveniente de combinação de negócios	467,9	-
Aquisição de participação de não controladores	(1,0)	-
Baixa de caixa por perda de controle (Paris Texas)	-	(24,3)
Caixa líquido usado nas atividades de investimento	697,4	(260,4)
Atividades de financiamento		
Captações de empréstimos	587,1	1.366,7
Pagamentos de empréstimos financiamento	(918,4)	(788,0)
Pagamento de obrigação na aquisição de controlada	(89,9)	(56,4)
Contraprestação de arrendamento	(131,3)	(217,7)
Pagamento de dividendos	(60,0)	-
Custo na emissão de debentures	-	(4,6)
Gastos na emissão de ações	(1,8)	-
Recompra de Ações	-	(166,8)
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(614,3)	133,2
Aumento (redução) em caixas e equivalentes de caixas	82,6	(2,1)
Caixa e equivalentes de caixa		
Efeito da variação cambial de caixa e equivalentes de caixa	6,6	(4,2)
Caixa e equivalentes de caixa iniciais	73,3	181,2
Caixa e equivalentes de caixa finais	162,5	174,9
Aumento (redução) em caixas e equivalentes de caixas	82,6	(2,1)

Rede de Lojas⁽¹⁾

	4T24	1T25	2T25	3T25
Azzas 2154				
Área (m²)	211.109	209.717	208.452	207.935
Área (m²) - Continuadas	209.439	209.014	208.323	207.935
Lojas Próprias	87.794	87.728	87.890	87.688
Franquias	121.646	121.286	120.434	120.247
Área (m²) - Descontinuadas	1.669	704	129	0
Número de Lojas	2.129	2.086	2.061	2.033
Número de Lojas - Continuadas	2.111	2.076	2.059	2.033
Lojas Próprias	579	564	560	560
Franquias	1494	1470	1451	1424
Internacional	38	42	48	49
Número de Lojas - Descontinuadas	18	10	2	0
BU Shoes & Bags⁽¹⁾				
Área (m²)	47.019	45.843	45.577	45.482
Área (m²) - Continuadas	46.703	45.843	45.577	45.482
Lojas Próprias	7.838	7.353	7.239	7.204
Franquias	38.865	38.490	38.337	38.278
Área (m²) - Descontinuadas	316	0	0	0
Número de Lojas	863	846	841	832
Número de Lojas - Continuadas	861	846	841	832
Lojas Próprias	83	77	75	74
Franquias	768	758	751	743
Internacional	10	11	15	15
Número de Lojas - Descontinuadas	2	0	0	0
BU Fashion Women				
Área (m²)	48.057	47.276	47.719	48.453
Lojas Próprias	47.061	46.280	46.723	47.732
Franquias	996	996	996	721
Número de Lojas	302	301	302	305
Lojas Próprias	282	278	277	283
Franquias	12	12	12	9
Internacional	8	11	13	13
BU Basic				
Área (m²)	94.302	93.788	92.889	91.570
Área (m²) - Continuadas	94.178	93.718	92.818	91.570
Lojas Próprias	19.064	18.955	18.791	17.395
Franquias	75.115	74.763	74.027	74.175
Área (m²) - Descontinuadas	123	71	71	0
Número de Lojas	702	686	672	649
Número de Lojas - Continuadas	700	685	671	649
Lojas Próprias	67	67	66	59
Franquias	613	598	585	569
Internacional	20	20	20	21
Número de Lojas - Descontinuadas	2	1	1	0
BU Fashion Men				
Área (m²)	21.731	22.810	22.268	22.431
Área (m²) - Continuadas	20.501	22.177	22.209	22.431
Lojas Próprias	13.831	15.140	15.136	15.358
Franquias	6.670	7.037	7.074	7.074
Área (m²) - Descontinuadas	1.230	633	58	0
Número de Lojas	262	253	246	247
Número de Lojas - Continuadas	248	244	245	247
Lojas Próprias	147	142	142	144
Franquias	101	102	103	103
Número de Lojas - Descontinuadas	14	9	1	0

(1) O histórico de metragem de Shoes & Bags foi revisado em fevereiro de 2025 para refletir com maior precisão a metragem oficial das unidades franqueadas e lojas próprias. Além disso, em julho de 2025, o histórico de Shoes & Bags e de Fashion Women também foi revisado para considerar a movimentação da Carol Bassi para esta última BU. Para mais detalhamento referente ao número de lojas em cada BU, a planilha completa se encontra no site de RI da Companhia.

Resultados Pro forma

Em 31 de julho de 2024, a incorporação do Grupo SOMA pela Arezzo&Co foi consumada, resultando na extinção do Grupo SOMA e sua sucessão, sem solução de continuidade, pela Arezzo&Co ("Combinação de Negócios"). Nesta mesma data, a Arezzo&Co passou a ser denominada "Azzas 2154".

Em decorrência da incorporação do Grupo SOMA pela Arezzo&Co ("Combinação de Negócios"), a Azzas 2154 (nova denominação da Arezzo&Co), passou a consolidar em agosto de 2024 os resultados do Grupo SOMA. As demonstrações contábeis do 4T24 são as primeiras que refletem contabilmente três meses de operações consolidadas.

Para auxiliar o mercado na análise dos resultados e facilitar a sua visualização e interpretação, neste relatório incluímos os indicadores financeiros pro forma para o 2T24, sendo estes meramente informativos e não revisados ou auditados. A planilha de resultados disponibilizada no site de RI (<https://ri.azzas2154.com.br/resultados-e-apresentacoes/planilha-dinamica/>), simula a estrutura da Azzas 2154 em unidades de negócio e equaliza os tratamentos contábeis entre Arezzo&Co e Grupo SOMA como se a Combinação de Negócios tivesse ocorrido no 1T22.

Azzas 2154 ressalta que:

1. As informações financeiras Pro Forma possuem caráter meramente informativo e foram elaboradas exclusivamente para auxiliar o mercado na simulação dos resultados combinados, tendo em vista a Combinação de Negócios e destina-se única e exclusivamente para facilitar a visualização e interpretação dos dados de Azzas 2154.
2. As informações financeiras Pro Forma consideram tão somente equalizações contábeis e de critérios nas Demonstrações de Resultados desde o primeiro trimestre de 2022 até o terceiro trimestre de 2024 da Arezzo&Co e do Grupo SOMA. Elas foram elaboradas pela Companhia, não tendo sido auditadas e ou revisadas pelos auditores independentes da Companhia e não constituem, sob qualquer hipótese, demonstrações financeiras, conforme a legislação e regulamentação aplicáveis;
3. As informações financeiras Pro Forma são apresentadas em caráter voluntário e não foram preparadas com qualquer finalidade de ser informação financeira Pro Forma nos moldes da Orientação Técnica OCPC 06 do Comitê de Pronunciamentos Contábeis;
4. As informações financeiras Pro Forma não devem ser utilizadas como base para decisões de investimento, tampouco interpretadas como projeção de desempenho futuro de Azzas 2154;
5. As informações financeiras Pro Forma não substituem quaisquer informações financeiras auditadas previamente divulgadas pela Arezzo&Co, pelo Grupo SOMA ou por Azzas 2154, tampouco as informações financeiras Pro Forma divulgadas no contexto da Combinação de Negócios;
6. Recomenda-se aos investidores uma análise independente e detalhada da Planilha Pro Forma sempre e somente em conjunto com as informações financeiras revisadas ou auditadas da Arezzo&Co, do Grupo SOMA ou de Azzas 2154, conforme o caso.

Vale notar que neste relatório, os números podem apresentar divergência decimal em relação àqueles reportados nas demonstrações financeiras (ITR e DFP), decorrente dos arredondamentos para milhões de reais.

AZZAS

2154

O maior grupo de moda da América Latina

AREZZO FARM RÍO HERING Reserva SCHUTZ

ALEXANDRE BIRMAN ANACAPRI ANIMALE B R I Z Z A
AREZZO CAROL BASSI CRIS BARROS #fábula FARM RÍO ETC

fixton HERINGKIDS HERINGINTIMATES HERINGSPORTS INK MARIA
FILÓ **nv**

OFFPREMIUM **Oficina** PARIS TEXAS ReservaGo **Reserva**
mini **VANS** "OFF THE WALL" VICENZA) ZZ'MALL

Earnings Release 3T25

Relações com Investidores
ri@azzas2154.com.br