

AZZAS
2154

APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS

4T25 | 2025



AREZZO

1. MENSAGEM DO CEO
2. UNIDADES DE NEGÓCIO
3. DESTAQUES DO TRIMESTRE
4. RESULTADOS FINANCEIROS
5. Q&A
6. PRIORIDADES 2026

Mensagem do CEO

- **Primeiro ano completo como AZZAS 2154:** foco na integração das operações, simplificação do portfólio e construção de bases operacionais mais eficientes.
- **Crescimento com qualidade:** receita bruta de R\$ 14,7 bilhões (+7,1%), impulsionada pelo forte desempenho dos canais DTC (+9,3%) e SSS de 7%.
- **Evolução de rentabilidade:** EBITDA recorrente de R\$ 1,9 bilhão, com margem de 16,4% (+60 bps); 18,4% (+180 bps) ex-Hering.
- **Diligência de alocação de capital aliada a um forte alinhamento estratégico:** melhora do ciclo financeiro para 96 dias, com redução de 9 dias de estoque, e redução de 31% no CAPEX anual.
- **“Cash is king” – Maior geração de caixa operacional trimestral desde a fusão.** No acumulado do ano, geração de R\$ 1,2 bilhão com conversão de 71% do EBITDA (pré-IFRS) e redução da alavancagem para 1,28x, mesmo após R\$ 500 milhões em dividendos.
- **Bases para o próximo ciclo:** foco contínuo em geração de caixa, eficiência operacional, disciplina na execução e inteligência e flexibilidade para melhor alocação e definições estratégicas para os diferentes negócios da nossa empresa

1. MENSAGEM DO CEO
2. UNIDADES DE NEGÓCIO
3. DESTAQUES DO TRIMESTRE
4. RESULTADOS FINANCEIROS
5. Q&A
6. PRIORIDADES 2026

Fashion Women

Receita Bruta 4T25
R\$ 1,5 Bi
+11,6% vs. 4T24

Receita Bruta 2025
R\$ 5,7 Bi
+18,7% vs. 2024

Performance por Canal:	Loja Própria	E-commerce	Multimarcas
4T25 vs. 4T24	+17,4%	+5,3%	+2,8%
2025 vs. 2024	+16,9%	+12,0%	+22,6%

- Crescimento consistente em todas as marcas.
- FarmRio atingiu a marca de R\$3,4 bilhões de faturamento no ano de 2025, sendo R\$2,1 bilhões no mercado nacional e R\$1,3 bilhão no mercado internacional, um crescimento consolidado de 22,4%.
- Expansão internacional da FarmRio: a abertura de lojas em Dubai, México, Argentina e Panamá.
- Sell-out como principal driver de crescimento: canais representam ~70% da BU e cresceram 14,0% vs. 4T24. Em LPs (+17,4%), destaque para Animale (+26,5%) e FarmRio (+16,2%).
- Multimarcas: +2,8% vs. 4T24. O crescimento mais moderado reflete o maior faturamento das coleções do segundo semestre (Verão/Alto Verão) no 3T25. Na visão consolidada do segundo semestre, a receita do canal cresceu 15,0%.
- Outros highlights:
 - NV apresentou ano recorde de rentabilidade e de vendas (+29% vs. 2024);
 - Animale apresentou crescimento superior a 10% em 2025. Em novo modelo, as 4 lojas reformadas da marca apresentaram crescimento expressivo.



FARM RIO ANIMALE NV CRIS BARROS CAROL BASSI MARIA FÁBULA OFF PREMIUM ANIMALE ORO

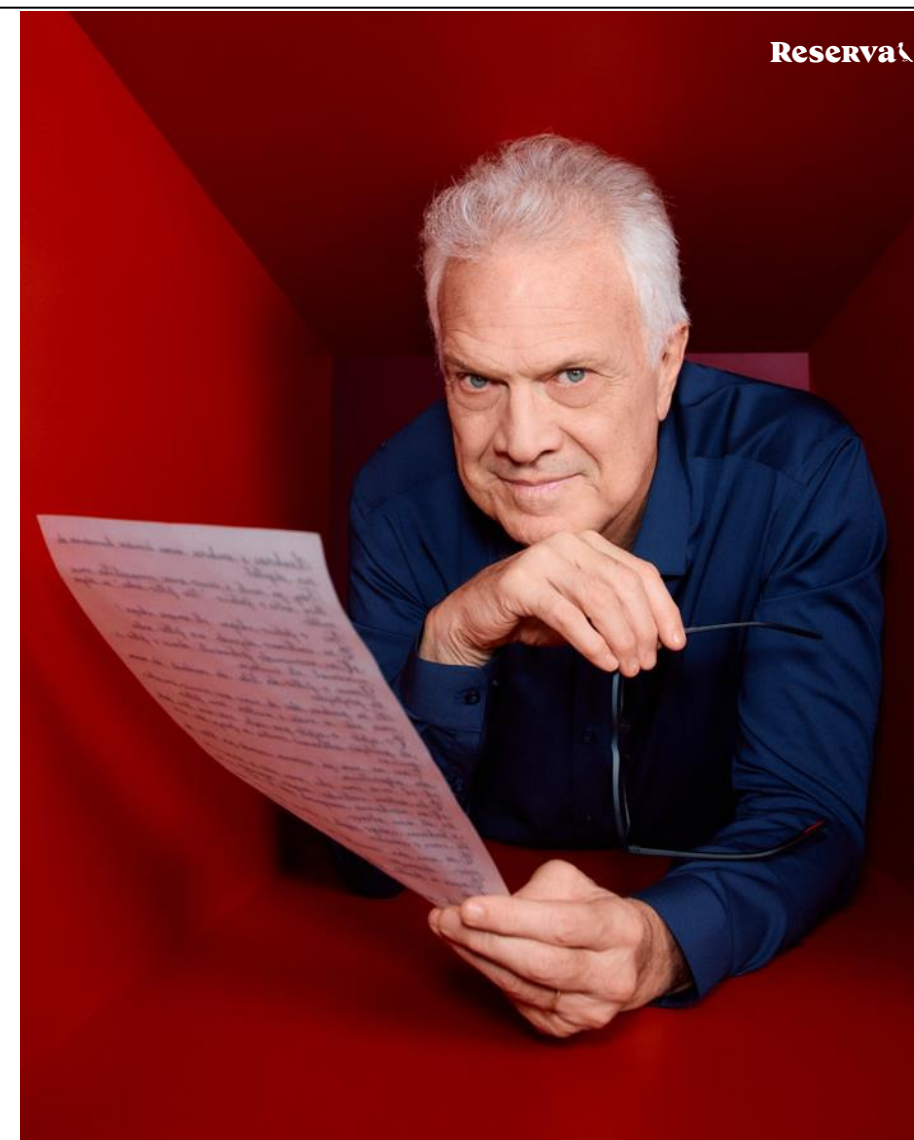
Fashion Men

Receita Bruta 4T25
(Marcas continuadas)
R\$ 668,7 Mi
+3,9% vs. 4T24

Receita Bruta 2025
(Marcas continuadas)
R\$ 1,9 Bi
+7,4% vs. 2024

Performance por Canal:	Loja Própria	E-commerce	Multimarcas	Franquias
4T25 vs. 4T24	+5,4%	+1,6%	+15,6%	-15,7%
2025 vs. 2024	+9,7%	+0,2%	+18,2%	+1,5%

- A unidade Fashion Men atingiu seus objetivos estratégicos em 2025, com **crescimento saudável (+7,4%)** e **expressiva melhora de rentabilidade (+500 bps de margem EBITDA)**.
- Na **Reserva**, priorizamos a manutenção do desejo de marca e busca por rentabilidade. A marca obteve recordes de audiência e engajamento nas campanhas de Dia dos Pais e Natal.
- A **Oficina** apresentou crescimento expressivo (acima de 30% em todos os canais) em 2025, com ótimo posicionamento e execução no segmento premium.
- A **Foxton**, que foi integrada a no Fashion Men durante o ano de 2025, apresentou crescimento de ~11% e um incremento de EBITDA superior a 50% vs. 2024.
- No 4T25, os canais de sell-in cresceram 2,7%, com destaque para o canal de **multimarcas**, cuja receita cresceu **15,6%**, impulsionado pela Reserva. O canal de franquias refletiu ajustes na relação sell-in/sell-out da rede e maior concentração do faturamento das coleções no 3T25.
- Rede de franquias saudável:** apesar do ajuste de sell-in, o sell-out da rede cresceu 9% vs. 4T24.



Shoes & Bags

Receita Bruta 4T25
(Marcas continuadas)

R\$ 1,2 Bi

-3,4% vs. 4T24

Receita Bruta 2025
(Marcas continuadas)

R\$ 4,5 Bi

-1,2% vs. 2024

Performance por Canal:	Loja Própria	E-commerce	Multimarcas	Franquias
4T25 vs. 4T24	-3,2%	+2,5%	-3,2%	-6,6%
2025 vs. 2024	+2,3%	+2,1%	-2,1%	-6,9%

- **Duas verticais de negócio:** uma de **licenciamento**, iniciada em 2019 com a VANS, e outra de **legado de marcas core** de calçados.
- **Marcas Core**
 - Arezzo, Schutz e Anacapri apresentaram crescimento no período.
 - **Canais de sell-out resilientes:** receita praticamente estável (-0,2% vs. 4T24). **Arezzo** foi destaque positivo, com canais sell-out crescendo **9,5%**.
 - **Sell-in impactado por decisões comerciais:** companhia optou por não antecipar o faturamento da coleção *Pre Fall 26* (~R\$ 17 milhões). Excluindo esse efeito, a ROB da BU apresentaria queda de **2,0% vs. 4T24**.
 - **Franquias em ajuste operacional:** redução de sell-in para reequilíbrio da relação **sell-in / sell-out** na rede Arezzo.
 - **Arezzo** vem se consolidando como uma marca de presente a cada Natal, e foi assertiva na ampliação da base da pirâmide com produtos de entrada (preço). Em mar/26, foi ao ar a nova campanha de inverno estrelada por Sarah Jessica Parker.
- **Licenciamento**
 - **Impacto da Vans:** após um ciclo de forte crescimento no Brasil (CAGR ~30% nos últimos 5 anos), a marca registrou queda de receita de 14,8% no trimestre, refletindo um momento menos favorável da categoria no cenário global. Excluindo esse impacto na BU, a receita cairia **0,5% vs. 4T24**.



SCHUTZ

Basic

Receita Bruta 4T25
(Marcas continuadas)
R\$ 736,6 Mi
-12,7% vs. 4T24

Receita Bruta 2025
(Marcas continuadas)
R\$ 2,6 Bi
+0,3% vs. 2024

Performance por Canal:	Loja Própria	E-commerce	Multimarcas	Franquias
4T25 vs. 4T24	-3,9%	-11,9%	-17,9%	-15,9%
2025 vs. 2024	+8,6%	+6,7%	+1,7%	-9,5%

- O 4T25 marcou o início de uma nova etapa de execução, com a nova gestão que se iniciou em outubro. Desde então, a Hering vem priorizando construir os fundamentos para um ciclo sustentável de crescimento, com foco em margem, disciplina comercial, eficiência operacional e geração de caixa.
- No sell-in, a não antecipação do faturamento da coleção de Outono 26 teve um impacto de ~R\$ 38 milhões no sell-in do 4T25 (teria reduzido queda para 8,2% vs. 4T24). No DTC, receita caiu 7,1% vs. 4T24, sobre uma base de +25,3% no ano anterior e tendo em vista que a Companhia repassou oito lojas para franqueados em 2025 de um total de 67. E-commerce teve queda de 11,9% vs. 4T24 dada a redução pronunciada das vendas em canais de marketplace, detratores de margem.
- No 4T25, a Hering alcançou geração de caixa de R\$112 milhões, frente a um consumo de R\$ 4 milhões no 4T24, refletindo importante melhora do negocio a partir da nova gestão e inversão do ciclo operacional ("vender para produzir").
- No 1º semestre ainda teremos a pressão de receita com o sell-out impactado por coleções desenvolvidas anteriormente a nova gestão e pela redução deliberada de vendas de saldo e marketplace online. O 2º semestre é nosso ponto de inflexão do ano, refletindo melhor mix de produto com maiores margens de entrada e maior disciplina de descontos tanto no sell-in como no sell-out.
- Curva de evolução esperada ao longo de 2026: 1T26 - Limpeza: período de ajuste operacional e limpeza de distorções; 2T26 - Estabilização: novo ciclo operacional implementado, com melhora de margem e sell-out estável; 3T26 - Inflexão: primeiros efeitos das novas coleções e recalibração de canais; 4T26 - Captura: retomada de crescimento com alavancagem operacional ganho de margem.

HERING



1. MENSAGEM DO CEO
2. UNIDADES DE NEGÓCIO
3. DESTAQUES DO TRIMESTRE
4. RESULTADOS FINANCEIROS
5. Q&A
6. PRIORIDADES 2026

— 4T25



Receita dos canais de sell-out cresceu **5,2%**, com destaque para lojas próprias **(+8,0%)**, refletindo o **desejo das marcas**



EBITDA recorrente totalizou **R\$ 501,1 milhões** (-3,5%), com margem EBITDA de 15,4%, uma expansão de **10bps**, devido à redução de despesas.



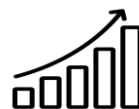
Redução do SG&A de 5,4%, com diluição de **-0,5 pp** sobre a receita líquida



Geração de caixa operacional **R\$ 838,1 milhões**, a maior geração desde a fusão



Receita dos canais de sell-in teve um redução de **7,2%**, permitindo avançar na **melhoria da cobertura** da rede, que segue com **sell-out saudável**



Excluindo-se a marca Hering, a margem EBITDA seria de **16,8%**, com expansão de **170bps**



Redução da alavancagem de 1,37x em set/25 para 1,28x em dez/25, mesmo com pagamento de **dividendos de R\$500 milhões** no trimestre

— 2025



Receita dos canais de sell-out cresceu **9,3%**, com destaque para Fashion Women (**+15,5%**)



EBITDA recorrente totalizou R\$ 1.941,1 milhões (**+5,8%**), com margem EBITDA de 16,4%, uma **expansão de 60bps**, devido à redução de despesas



Receita internacional cresceu **21,0%**. FarmRio (**+27,6%**) vem se consolidando como **marca lifestyle global**



Geração de caixa operacional **R\$ 1,2 bilhão**, uma conversão de **71%** do EBITDA pré-IFRS-16



Receita dos canais de sell-in apresentou crescimento de **1,5%**, impactada pelos movimentos de **ajuste no canal de franquias** realizados no 2S25



Excluindo-se a marca Hering, a margem EBITDA seria de **18,4%**, com expansão de **180 bps**



Retorno ao acionista de **R\$ 667 milhões**, via dividendos (R\$500 milhões) e recompra de ações (R\$ 167 milhões)

1. MENSAGEM DO CEO
2. UNIDADES DE NEGÓCIO
3. DESTAQUES DO TRIMESTRE
4. RESULTADOS FINANCEIROS
5. Q&A
6. PRIORIDADES 2026

	4T24 Recorrente		4T25 Recorrente
Receita Bruta (Continuadas) R\$ milhões	4.094,8	+0,7%	4.124,1
Receita Líquida R\$ milhões	3.403,9	-4,1%	3.263,4
Lucro Bruto R\$ milhões	1.888,1	-4,8%	1.796,6
Margem Bruta %	55,5%	-0,4p.p.	55,1%
Lucro Bruto ex. Basic R\$ milhões	1.590,1	-0,6%	1.580,3
Margem Bruta ex. Basic %	58,7%	0,0p.p.	58,7%
Despesas (ex. D&A) Milhões	(1.380,2)	-5,4%	(1.305,6)
Despesas (ex. D&A)/ROL %	40,5%	-0,5p.p.	40,0%
D&A R\$ milhões	(145,2)	-4,5%	(138,7)
EBITDA R\$ milhões	519,2	-3,5%	501,1
Margem Ebitda %	15,3%	+0,1p.p.	15,4%
EBITDA ex-BU Basic R\$ milhões	409,0	+10,6%	452,5
Margem Ebitda ex-BU Basic %	15,1%	+1,7p.p.	16,8%

Crescimento de 0,7% da receita bruta (continuadas)

Destaque para o crescimento das operações internacionais com a FarmRio (+9,0%) e o de lojas próprias (+8,0%), impulsionado pelas marcas de Fashion Woman. Excluindo-se o efeito da não antecipação de sell-in, o crescimento seria de 2,1%.

Redução de 4,1% da receita líquida

Variação de 1,8 p.p. abaixo da variação da receita bruta (-2,3%), uma redução dos gaps de 2,6 p.p. e 3,5 p.p. entre ROB e ROL no 2T25 e no 3T25. O gap é explicado pelos seguintes fatores:

I. aumento em impostos, decorrente de menor geração de créditos de ICMS e do impacto das tarifas sobre importações nos Estados Unidos;
II. maior volume de devoluções no sell-in, devido ao processo de redução dos níveis de estoque dos franqueados Shoes & Bags e do crescimento do e-commerce da FarmRio no exterior – no cenário internacional, este canal opera com níveis de devolução superiores.

Redução da margem bruta de 40 bps. Se excluirmos Basic, a margem bruta ficaria estável

A margem bruta recorrente (ex-Hering) é explicada por:

I. expansão de margem bruta do Fashion Men, que foi parcialmente compensada pelo;
II. impacto das tarifas de importação dos Estados Unidos sobre a operação da FarmRio no exterior.

Crescimento da margem EBITDA de 10 bps. Se excluirmos Basic, a margem EBITDA crescerá 170 bps

O EBITDA recorrente da Companhia segue negativamente pressionado pela performance da unidade Basic, que foi a única detratora de margem no trimestre.

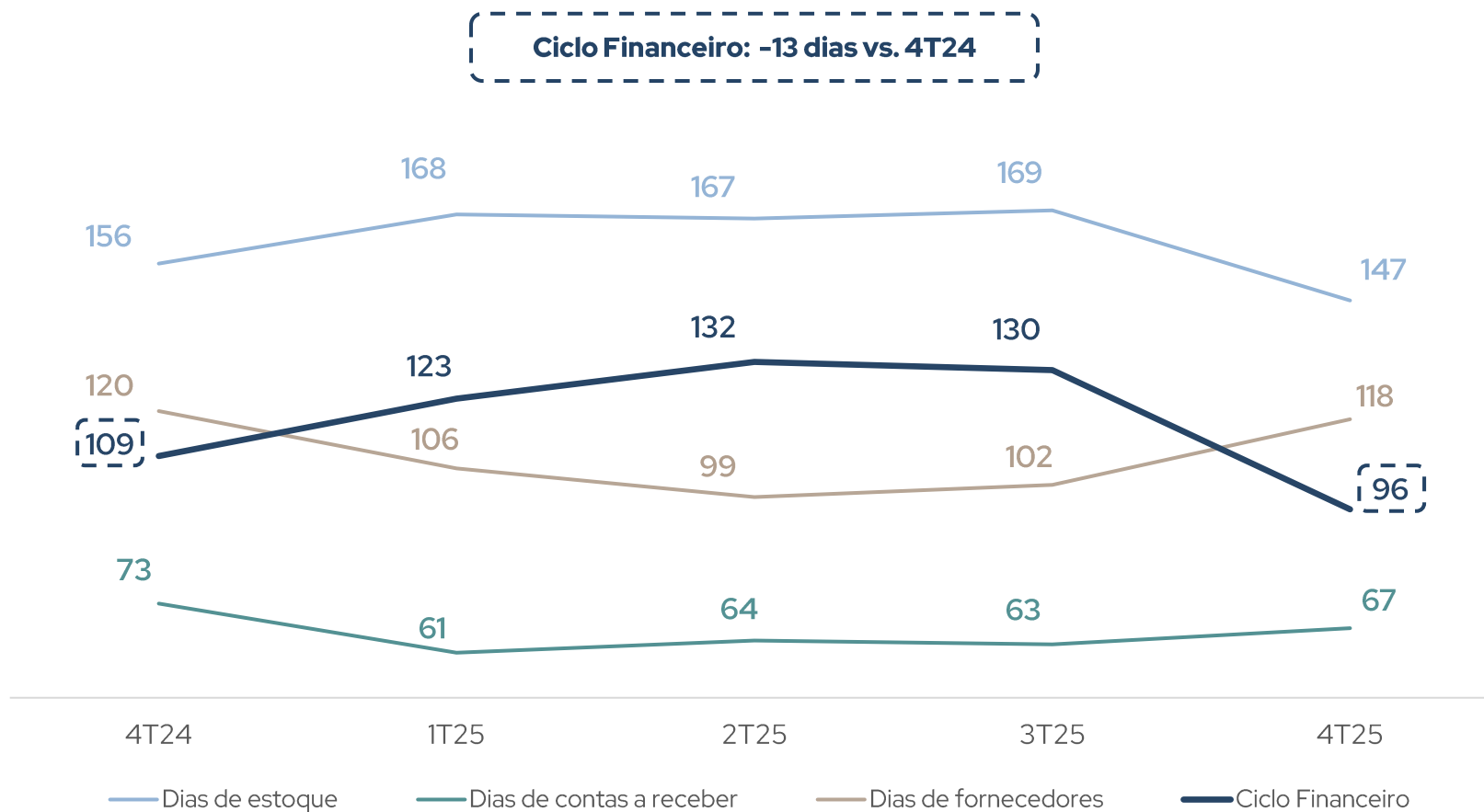
	4T24 Recorrente		4T25 Recorrente
EBIT R\$ milhões	362,7	-2,9%	352,3
Resultado Financeiro R\$ milhões	(156,8)	+36,4%	(213,8)
EBT R\$ milhões	205,9	-32,7%	138,5
IR e CSLL R\$ milhões	(37,0)	N.A	29,5
Lucro Líquido R\$ Milhões	168,9	-0,5%	168,0
Margem Líquida %	5,0%	+0,1 pp	5,1%

No 4T25, a Companhia registrou despesa financeira líquida de R\$ 213,8 milhões vs. R\$ 156,8 milhões no 4T24

O aumento da despesa líquida é explicado, principalmente pelo aumento de despesas de juros sobre financiamentos.

O lucro líquido ajustado totalizou R\$ 168,0 milhões, relativamente estável vs. 4T24

A margem líquida foi de 5,1% no trimestre, com leve aumento de 10 bps. O aumento nas despesas financeiras líquidas no período foi compensado pela melhora na linha de impostos. Vale mencionar que, a partir do 2T25, a companhia parou de provisionar IRPJ e CSLL sobre subvenções de ICMS/RJ.



No 4T25, o ciclo financeiro da Companhia foi de 96 dias, **apresentando redução expressiva de 13 dias** em comparação ao 4T24. A redução do ciclo é principalmente explicada pela **diminuição dos Dias de Estoque em 9 dias**, reflexo de ações da Companhia em função da redução de estoques. Em paralelo, Dias de fornecedores reduziu em 2 dias, enquanto e Dias de Contas a Receber apresentou melhora de 6 dias.

No 4T25, a Companhia alcançou a **geração de caixa operacional de R\$ 838,0 milhões (excluindo efeitos não recorrentes), a maior geração trimestral desde a fusão.**

No ano de 2025, a geração de caixa operacional (excluindo efeitos não recorrentes) totalizou R\$ 1.169,7 milhões, **representando uma conversão de EBITDA (pré-IFRS) de 71%.**

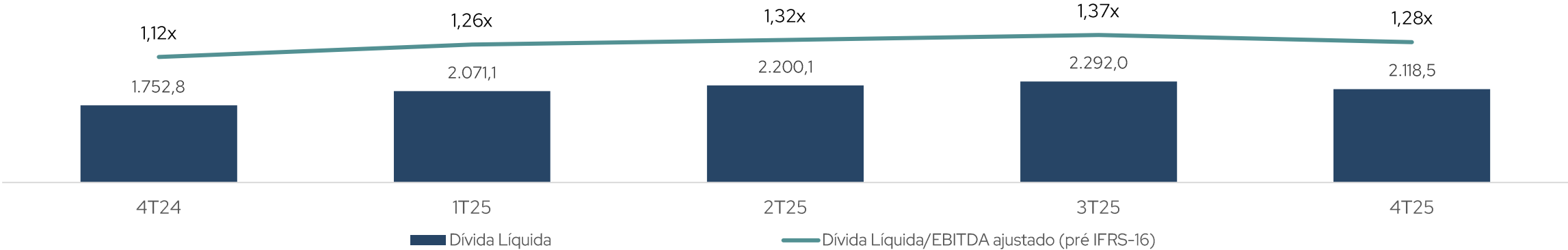
R\$ milhões	4T24	1T25	2T15	3T25	4T25	2025
Geração (consumo) de caixa operacional	399,6	(50,3)	106,0	275,9	983,0	1.314,6
Geração (consumo) de caixa operacional pós CAPEX	204,4	(134,7)	11,8	166,8	887,0	930,9
Geração (consumo) de caixa de atividades de investimento	(172,3)	(487,8)	246,4	(19,0)	(274,0)	(534,4)
Geração (consumo) de caixa de atividades de financiamento	(212,6)	493,7	(308,6)	(258,5)	(564,4)	(637,8)
Aumento (redução) de caixa e equivalentes de caixa	14,7	(44,4)	43,8	(1,6)	144,6	142,4

Nota: Na Geração de Caixa acima, visão gerencial, consideramos a conta de “Pagamentos de juros sobre empréstimos” na geração (consumo) de caixa das atividades de financiamento.

Ao final do 4T25, a Companhia apresentou uma posição de caixa de R\$ 1.081,3 milhões e dívida líquida de R\$2.118,5 milhões. Isto representou uma **redução da alavancagem líquida de 1,37x no 3T25 para 1,28x no 4T25, mesmo após a distribuição de R\$500 milhões em dividendos no período.**

R\$ Milhões	4T24	1T25	2T25	3T25	4T25
Caixa e equivalentes de caixa	774,5	1.103,4	823,2	735,5	1.081,3
Contratos de swap ⁽¹⁾	127,4	65,4	10,0	35,1	26,8
Dívida bruta	2.654,7	3.239,9	3.033,3	3.062,6	3.226,6
Curto prazo	1.476,5	1.904,1	1.741,3	1.010,7	1.031,1
% Dívida bruta	55,6%	58,8%	57,4%	33,0%	32,0%
Longo prazo	1.178,2	1.335,8	1.292,0	2.051,9	2.195,5
% Dívida bruta	44,4%	41,2%	42,6%	67,0%	68,0%
Dívida líquida	1.752,8	2.071,1	2.200,1	2.292,0	2.118,5
Dívida líquida / EBITDA Ajustado (pré IFRS-16)	1,12x	1,26x	1,32x	1,37x	1,28x

Dívida Líquida e Alavancagem
R\$ Milhões



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

1. MENSAGEM DO CEO
2. UNIDADES DE NEGÓCIO
3. DESTAQUES DO TRIMESTRE
4. RESULTADOS FINANCEIROS
5. Q&A
6. PRIORIDADES 2026

Q&A

AZZAS
2154

Relações com Investidores
ri@azzas2154.com.br



1. MENSAGEM DO CEO
2. UNIDADES DE NEGÓCIO
3. DESTAQUES DO TRIMESTRE
4. RESULTADOS FINANCEIROS
5. Q&A
6. PRIORIDADES 2026

PRIORIDADES PARA 2026

1. Turnaround da Hering com recuperação de rentabilidade
2. Foco na **execução com excelência** nas demais BUs e **crescimento de receitas saudáveis**
3. **ROIC** como tema central, através de **gestão eficiente do capital de giro** (estoques), **diligência no CAPEX** (TI), e redução da dispersão entre marcas

