



Companhia Aberta

CNPJ n.º 16.590.234/0001-76

NIRE 31.300.025.91-8 | Código CVM n.º 02234-9

COMUNICADO AO MERCADO

Esclarecimentos sobre questionamentos da CVM

AZZAS 2154 S.A. ("Azzas 2154" ou "Companhia"), em atenção ao Ofício n.º 247/2026/CVM/SEP/GEA-2 ("Ofício"), datado de 26 de outubro de 2026, emitido pela Comissão de Valores Mobiliários ("CVM"), cuja cópia consta do **Anexo I** ao presente, vem apresentar aos seus acionistas e ao mercado em geral os esclarecimentos solicitados.

O Ofício solicita manifestação da Companhia sobre determinadas informações constantes das notícias veiculadas, em 23 de outubro de 2026, na página eletrônica da Revista Exame, sob o título "Os planos do CEO Fábio Barreto para a Farm Rio", e na página eletrônica do jornal O Globo, sob o título "O próximo passo da expansão internacional da Farm" (em conjunto, "Notícias"), em especial quanto a eventuais projeções empresariais relacionadas à marca "Farm Rio".

A Companhia esclarece que as declarações reproduzidas nas Notícias e destacadas no Ofício foram divulgadas sem conhecimento ou envolvimento da Diretoria de Relações com Investidores da Companhia.

As informações reproduzidas na Notícia, notadamente aquelas relativas à potenciais operações internacionais no negócio da marca Farm Rio, à eventual entrada em mercados na Ásia e na Austrália e à quantidade de lojas que poderiam vir a ser abertas no exterior, não refletem projeções nem expectativas de desempenho da marca elaboradas, revisadas ou aprovadas pela Companhia, razão pela qual entende que não constituem fato relevante.

Por fim, a Companhia reitera, em linha com os esclarecimentos prestados por meio do Fato Relevante de 19 de junho de 2026 e do Comunicado ao Mercado de 8 de setembro de 2026, que, no âmbito da assessoria para a avaliação de alternativas estratégicas envolvendo os ativos relacionados à marca "Farm Rio", a Companhia e seus assessores mantêm contatos com potenciais interessados, podendo tal etapa incluir a manifestação de interesse por parte de terceiros. Até a presente data, não há quaisquer informações relevantes adicionais àquelas já divulgadas nos termos do Fato Relevante de 19 de junho de 2026 e do Comunicado ao Mercado de 8 de setembro de 2026, não existindo, até o presente momento, qualquer decisão tomada, operação aprovada, estrutura definida, avaliações formais de ativos, proposta vinculante recebida, instrumento vinculante celebrado, tampouco definição acerca da efetiva implementação de eventual operação, seus potenciais termos, condições, ativos envolvidos ou viabilidade.



Companhia Aberta

CNPJ n.º 16.590.234/0001-76

NIRE 31.300.025.91-8 | Código CVM n.º 02234-9

A Companhia reitera seu compromisso de manter seus acionistas e o mercado em geral devidamente informados sobre quaisquer atos ou fatos relevantes relacionados aos seus negócios, nos termos da regulamentação aplicável.

Belo Horizonte/MG, 27 de outubro de 2026.

ERIC ALEXANDRE ALENCAR

Diretor Financeiro, Corporativo e de Relações com Investidores



Companhia Aberta

CNPJ n.º 16.590.234/0001-76

NIRE 31.300.025.91-8 | Código CVM n.º 02234-9

ANEXO I

Ofício n.º 247/2026/CVM/SEP/GEA-2

AZZAS

2154



COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS
Rua Sete de Setembro, 111/2-5º e 23-34º Andares, Centro, Rio de Janeiro/RJ – CEP: 20050-901 – Brasil – Tel.: (21) 3554-8686
Rua Teixeira da Silva, nº 217, 8º e 9º andares – Paraíso – São Paulo/SP – CEP: 04002-905
SCN Q.02 – BL A – Ed. Corporate Financial Center, S.404/4º Andar, Brasília/DF – CEP: 70712-900 – Brasil – Tel.: (61) 3327-2030/2031
www.cvm.gov.br

Ofício nº 247/2026/CVM/SEP/GEA-2

Rio de Janeiro, 26 de outubro de 2026.

Ao Senhor
Sr. Eric Alexandre Alencar
Diretor de Relações com Investidores da Azzas 2154 S.A.
Tel.: (11) 2132-4300
E-mail: ri@azzas2154.com.br

C/C: emissores@b3.com.br; ana.pereira@b3.com.br; ana.zane@b3.com.br; diane.freo@b3.com.br

Assunto: **Solicitação de esclarecimentos sobre notícia veiculada na mídia.**

Senhor Diretor,

1. Reportamo-nos à notícia veiculada na página da Revista Exame na rede mundial de computadores em 23/10/2026, intitulada "Os planos do CEO Fábio Barreto para a Farm Rio", com o seguinte teor:

Os planos do CEO Fábio Barreto para a Farm Rio

O executivo detalha a estratégia traçada até 2032, enquanto Grupo Soma e Arezzo buscam comprador para o negócio: mercado internacional maior do que o brasileiro, expansão para a Ásia e foco em São Paulo

A marca de moda Farm Rio planeja acelerar sua internacionalização e chegar a 2032 com mais de 60% do negócio fora do Brasil, ante 35% a 40% hoje. A empresa também prioriza São Paulo, onde vende abaixo do potencial. Segundo o CEO Fábio Barreto, o plano independe da venda da marca pelo grupo Azzas 2154.

A Farm Rio quer chegar a 2032 com mais de 60% do negócio fora do Brasil, perto de dois terços. Antes disso, quer arrumar a casa em São Paulo, onde vende bem, mas abaixo do potencial de uma cidade desse porte. As duas frentes foram detalhadas com exclusividade ao EXAME Insight pelo CEO Fábio Barreto e pelo cofundador Marcello Bastos em uma visita à loja reformulada do Shopping Iguatemi, em São Paulo.

O arquiteto Marcelo Rosenbaum, responsável pelos projetos de todas as lojas da marca desde 2008, também participou da conversa.

O momento pede atenção. A Azzas 2154, dona da Farm, colocou a marca à venda em junho deste ano, com assessoria do Morgan Stanley. Até agora, o grupo teria recebido 15 propostas, na faixa de R\$ 3,5 bilhões a R\$ 4 bilhões. O prazo para as propostas vinculantes era 31 de outubro.

Bastos admite que os fundadores talvez não tenham a palavra final sobre o destino da marca. Ele afirma que a Farm foi tocada por ele e pela sócia Kátia Barros desde o início, e que 2024 e 2025 trouxeram "os melhores números da história" da marca.

AZZAS

2154

Barreto conta que, nesse último ano e meio, a empresa fez um planejamento estratégico até 2032, “que independe das questões societárias”. Segundo ele, a Farm precisa ter clareza de onde quer chegar e como. A questão societária, diz, não compete a eles, mas deve ser “habilitadora” do plano, “seja qual for a solução que se encontre”.

Perguntado se o novo controlador pode mudar o rumo da estratégia traçada, ele responde que não vê esse risco. “O nosso plano 2032 é tão robusto que é difícil alguém discordar.” Segundo o executivo, os atuais sócios majoritários, Roberto Jatahy e Alexandre Birman, concordam com o plano. O que o novo controlador pode mudar, diz, é a dose. “Vai ser um pouquinho mais de gasolina, um pouquinho menos. É mais uma questão de dosagem do que de concordar com o plano.” A exigência dos fundadores, completa Bastos, é ter certeza de que o plano seja viabilizado.

Foco na internacionalização

A meta central do plano é inverter a proporção entre Brasil e exterior. Hoje, a Farm tem pouco mais de 60% do negócio no Brasil e entre 35% e 40% no exterior. Em 2025, a receita líquida foi de R\$ 3,4 bilhões, com mais de R\$ 1 bilhão fora do país. O plano é que o internacional passe de 60% e chegue perto de dois terços, o que faria da Farm “a principal marca brasileira no exterior”.

Para Barreto, internacionalizar é diferente de abrir lojas fora. Hoje, são duas coleções, a do Brasil e a internacional. A coleção do exterior é desenhada para o mercado de lá, com posicionamento de preço, cor, modelagem e cadeia de suprimentos criados do zero. [...]

Fábio acabou de passar um mês na Ásia com a consultoria McKinsey, para planejar a entrada da marca por lá. Será um movimento “para daqui a uns três anos”. A marca deve começar por China e Austrália, e deixa Coreia e Japão, mercados menores e mais difíceis, para depois.

A Austrália teria um “fit natural”, segundo ele, pela semelhança com o mercado americano com a cultura brasileira. O foco deve ser entre o corredor Melbourne e Sydney, com a possibilidade de abertura de cinco e dez lojas, a depender do investimento que o novo controlador aprovar. A China interessa pelo tamanho do mercado e pelo que representa em termos de inovação. [...]

[grifos nossos]

2. Reportamo-nos também à notícia veiculada na página do Jornal O Globo na rede mundial de computadores em 23/10/2026, intitulada “*O próximo passo da expansão internacional da Farm*”, com o seguinte teor:

O próximo passo da expansão internacional da Farm

Marca escolheu China e Austrália como prioridades para a próxima fase de expansão, prevista para daqui a três anos, após estudo feito com a McKinsey, disse CEO da empresa, Fábio Barreto, à coluna

Depois de avançar nos Estados Unidos e na Europa, a Farm já prepara sua próxima etapa de internacionalização. A marca brasileira de moda identificou a China e a Austrália como mercados prioritários para uma possível nova fase de expansão, segundo contou à coluna o CEO global da companhia, Fábio Barreto.

A escolha foi feita após um estudo com a consultoria McKinsey, realizado no primeiro semestre deste ano, que avaliou também Japão, Coreia do Sul e países do Sudeste Asiático, com atenção especial a Singapura e Tailândia. Barreto passou mais de um mês na região para conhecer os mercados e conta que um dos resultados que mais surpreenderam a direção da Farm foi o interesse pela marca identificado entre os consumidores chineses.

A Austrália já era vista como um mercado promissor pela semelhança de estilo de vida com o Brasil, mas a receptividade na China, um mercado de dimensões muito maiores, chamou a atenção da companhia.

- Uma coisa que nos surpreendeu foi um desejo de marca através das pesquisas da China, muito parecido com a Austrália - afirmou Barreto.

As pesquisas também apontaram potencial na Tailândia, enquanto Japão e Coreia do Sul apresentaram maior dificuldade de conexão da marca com os consumidores locais.

O modelo de entrada deverá variar conforme o mercado. Na Austrália, a Farm pretende operar diretamente, como já faz nos Estados Unidos e no Reino Unido. Na China, a ideia é combinar uma participação mais ativa da companhia na construção da marca com o apoio de parceiros locais, sobretudo pelo funcionamento particular do mercado digital chinês, onde plataformas globais utilizadas pela Farm em outros países não têm a mesma presença.

- Do ponto de vista de marca, a gente tem que ter muito controle, a gente quer garantir do nosso jeito essa experiência de marca muito própria - disse.

AZZAS

2154

Já na Tailândia, a possibilidade considerada é a entrada por meio de um master franqueado, modelo utilizado pela Farm na América Latina e no Oriente Médio.

Os planos para a Ásia e a Austrália, porém, ainda estão em fase de estudos. A Farm afirma que não há cronograma definido para a entrada nesses mercados, nem estimativas de investimento ou número de lojas.

Por enquanto, a prioridade da companhia é continuar investindo nos Estados Unidos e na Europa, onde Barreto considera que ainda há espaço significativo para crescer.

- Quanto mais fortalecermos nossa presença nos Estados Unidos e na Europa, mais cedo poderemos avançar para a Ásia, sobretudo pela influência do mercado europeu na indústria da moda - afirmou Barreto.

Para 2027, a Farm prevê a abertura de cinco a dez lojas internacionais, segundo informou a companhia à coluna. A marca soma atualmente 36 pontos de venda no exterior, incluindo unidades temporárias e espaços em lojas de departamentos.

Desse total, 24 são de operação própria, nos Estados Unidos e na Europa, e 12 funcionam por meio de franquias. Desde julho, foram inauguradas quatro unidades, sendo três próprias, em Nova York, na Califórnia e em Madri, e uma franqueada, na Colômbia. [...]

Além das operações próprias nos Estados Unidos e na Europa, a Farm vem ampliando sua presença internacional com o apoio de parceiros locais. No Oriente Médio, onde trabalha com o grupo Chalhoub desde 2024, a companhia pretende superar dez lojas nos próximos cinco anos, segundo Barreto.

Na região, a Farm prepara a abertura de uma loja em Jeddah, na Arábia Saudita, prevista para 31 de janeiro de 2027.

A expansão da companhia na região ocorre por meio de master franqueados, modelo escolhido para mercados em que a Farm considera importante contar com parceiros familiarizados com as particularidades locais. Na América Latina, a companhia segue a mesma estratégia e soma nove pontos de venda franqueados, sendo seis no México e um em cada um dos seguintes países: Panamá, Argentina e Colômbia.

Embora veja oportunidades de crescimento nessas regiões, Barreto considera que Estados Unidos, Europa e, futuramente, China e Austrália oferecem um potencial de faturamento maior para a marca.

- São mercados endereçáveis menores. Então, proporcionalmente, quando a gente pensa em Estados Unidos e Europa, a nossa expectativa de faturamento para o futuro é muito maior, quando a gente pensa em Ásia também - disse o executivo.

[grifos nossos]

3. No que toca às informações veiculadas nas notícias, especialmente em relação aos trechos destacados, requeremos a manifestação de V.Sa. sobre a veracidade das informações prestadas na notícia, e, caso afirmativo, solicitamos esclarecimentos adicionais a respeito do assunto, bem como informar os motivos pelos quais entendeu não se tratar o assunto de Fato Relevante, nos termos da Resolução CVM nº 44/21, em especial o inciso XXI do parágrafo único do artigo 2º da mencionada Resolução nos destaques que se referem a eventuais projeções empresariais.

4. Também deverá ser informado em que documentos já protocolados no Sistema Empresas.NET constam informações sobre o assunto.

5. Tal manifestação deverá incluir cópia deste Ofício e ser encaminhada por meio do Sistema Empresas.NET, categoria "Comunicado ao Mercado", tipo "Esclarecimentos sobre questionamentos da CVM/B3". O atendimento à presente solicitação de manifestação por meio de Comunicado ao Mercado não exime a eventual apuração de responsabilidade pela não divulgação tempestiva de Fato Relevante, nos termos da Resolução CVM nº 44/21.

6. Conforme orienta o item 4.3 do Ofício-Circular/Anual-2026-CVM/SEP, "a divulgação de projeções é informação de natureza relevante, sujeita às determinações da Resolução CVM nº 44/21, devendo, inclusive, a Política de Divulgação da companhia contemplar a adoção dessa prática. Segundo o inciso XXI do parágrafo único do artigo 2º da Resolução CVM nº 44/21, a modificação de projeções divulgadas pela companhia é um exemplo de fato relevante. Da mesma maneira, a divulgação inicial de projeções ou a divulgação de projeções referentes a períodos diferentes dos de projeções anteriormente divulgadas também são considerados fatos relevantes, sendo, portanto, aplicáveis as determinações da Resolução CVM nº 44/21" (grifos nossos).

AZZAS

2154

7. Nesse sentido, destacamos que, nos termos do artigo 8º da Resolução CVM nº 44/21, os acionistas controladores, diretores, membros do conselho de administração, do conselho fiscal e de quaisquer órgãos com funções técnicas ou consultivas, criados por disposição estatutária, e empregados da companhia, devem guardar sigilo das informações relativas a ato ou fato relevante às quais tenham acesso privilegiado em razão do cargo ou posição que ocupam, até sua divulgação ao mercado, bem como zelar para que subordinados e terceiros de sua confiança também o façam, respondendo solidariamente com estes na hipótese de descumprimento.

8. Nos termos do caput do artigo 3º da Resolução CVM nº 44/21, cumpra ao Diretor de Relações com Investidores divulgar e comunicar à CVM e, se for o caso, à bolsa de valores e entidade do mercado de balcão organizado em que os valores mobiliários de emissão da companhia sejam admitidos à negociação, qualquer ato ou fato relevante ocorrido ou relacionado aos seus negócios, bem como zelar por sua ampla e imediata disseminação, simultaneamente em todos os mercados em que tais valores mobiliários sejam admitidos à negociação. Segundo o § 3º do mesmo artigo, cumpra ao Diretor de Relações com Investidores fazer com que a divulgação de ato ou fato relevante na forma prevista no caput e no § 4º preceda ou seja feita simultaneamente à veiculação da informação por qualquer meio de comunicação, inclusive informação à imprensa, ou em reuniões de entidades de classe, investidores, analistas ou com público selecionado, no país ou no exterior.

9. Lembramos ainda da obrigação disposta no parágrafo único do artigo 4º da Resolução CVM nº 44/21, de inquirir os administradores e acionistas controladores da Companhia, bem como todas as demais pessoas com acesso a atos ou fatos relevantes, com o objetivo de averiguar se estas têm conhecimento de informações que devam ser divulgadas ao mercado.

10. Além disso, cumpre-nos lembrar que o Formulário de Referência (Item 3. Projeções) deve ser atualizado em até 7 (sete) dias úteis contados da alteração ou divulgação de novas projeções ou estimativas (inciso VIII do § 3º ou inciso V do § 4º do artigo 25 da Resolução CVM nº 80/22).

11. Lembramos também que, caso projeções e estimativas sejam divulgadas, o emissor deve, trimestralmente, no campo apropriado do Formulário de Informações Trimestrais – ITR e no Formulário de Demonstrações Financeiras Padronizadas – DFP, confrontar as projeções divulgadas no Formulário de Referência e os resultados efetivamente obtidos no trimestre, indicando as razões para eventuais diferenças (§ 4º do artigo 21 da Resolução CVM nº 80/22).

12. De ordem da Superintendência de Relações com Empresas, alertamos que caberá a esta autoridade administrativa, no uso de suas atribuições legais e, com fundamento no inciso II, do art. 9º, da Lei nº 6.385/76, e no art. 7º, combinado com o art. 8º, da Resolução CVM nº 47/21, determinar a aplicação de multa cominatória, sem prejuízo de outras sanções administrativas, no valor de R\$ 1.000,00 (mil reais), pelo não cumprimento das exigências formuladas, **até o dia 27 de outubro de 2026**.

Atenciosamente,



Documento assinado eletronicamente por **Fernando D'Ambros Lucchesi, Inspetor Federal do Mercado de Capitais**, em 26/10/2026, às 10:12, com fundamento no art. 6º do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Guilherme Rocha Lopes, Gerente**, em 26/10/2026, às 10:27, com fundamento no art. 6º do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.