

AREZZO

EARNINGS RELEASE 4T25/2025

AZZAS

2154

AZZAS

2154

O Azzas 2154 atingiu R\$ 838 milhões em geração de caixa operacional¹, a maior geração trimestral desde a fusão que deu origem à Companhia.

Em 2025, a geração de caixa operacional totalizou R\$ 1,2 bilhão, conversão de 71% do EBITDA pré-IFRS-16.

4T25



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



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



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



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



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



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



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

2025



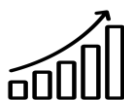
Receita dos canais de sell-out cresceu **9,3%**, com destaque para Fashion Women (**+15,5%**)



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



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



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



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



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



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

1. A geração operacional de caixa exclui efeitos não recorrentes que a impactaram positivamente

2. Todos os indicadores são apresentados na visão recorrente, isto é, excluindo impactos pontuais e atípicos;

3. Os indicadores referentes a 2024 são pro forma, isto é, os números anteriores à conclusão da fusão, ou seja, até o 3T24, simulam as Companhias Arezzo&Co e Grupo Soma combinadas. Veja a página 47 para mais detalhes.

A'21 54



Videoconferência de Resultados zoom

12 DE MARÇO DE 2026
10h (BRASÍLIA) / 9h (US ET)

VIDEOCONFERÊNCIA
EM PORTUGUÊS
COM TRADUÇÃO
SIMULTÂNEA PARA O INGLÊS
<https://us06web.zoom.us/j/84066103153>

PREÇO DA AÇÃO E MARKET CAP - AZZA3
11 DE MARÇO DE 2026

PREÇO POR AÇÃO: R\$ 27,93
MARKET CAP: R\$ 5,8 Bi

AREZZO FARM RIO HERING Reserva\ SCHUTZ

BIRMAN ANACAPRI ANIMALE BRIZZA AREZZO CAROL BASSI CRIS BARROS #fabula ETC
foxton HERINGKIDS HERINGINTIMATES HERINGSPORTS INK MARIA FILÓ nv
OFFPREMIUM Oficina® PARIS TEXAS Reserva\Go® mini VANS OFF THE WALL Vicenza) ZZ'MALL

Mensagem da Administração

O ano de 2025 representou um marco importante na evolução do Azzas 2154, sendo o primeiro ano completo de operação do Grupo após a combinação de negócios que deu origem à Companhia. Nesse período, nosso principal objetivo foi consolidar as bases operacionais e organizacionais necessárias para capturar o potencial estratégico da Companhia no longo prazo. Priorizamos integração, simplificação de portfólio e disciplina operacional, com foco na criação de uma organização mais eficiente, resiliente e preparada para executar de forma consistente em diferentes ciclos econômicos.

As iniciativas de disciplina de alocação de capital implementadas ao longo do ano já começam a se refletir de forma clara nos números. Em relação ao capital de giro, o ciclo financeiro da Companhia foi de 96 dias no 4T25, apresentando redução expressiva de 13 dias em comparação ao 4T24, principalmente pela diminuição dos Dias de Estoque em 9 dias. Além disso, como resultado de alinhamento estratégico de diligência de alocação de capital, priorizando projetos de maior retorno, apresentamos uma redução de 30,8% no CAPEX, totalizando R\$383,7 milhões no ano de 2025.

Como resultado, alcançamos, no trimestre, R\$ 838 milhões em geração de caixa operacional (excluindo efeitos não recorrentes), a maior geração desde a fusão que deu origem à Companhia. No acumulado de 2025, a geração de caixa operacional totalizou R\$ 1,2 bilhão, o que representa uma conversão de 71% do EBITDA pré-IFRS em caixa – também um marco relevante para o Grupo. Como consequência dessa forte geração de caixa, encerramos o período com alavancagem líquida de 1,28x, uma redução na comparação trimestral, mesmo após o pagamento de R\$ 500 milhões em dividendos aos nossos acionistas.

Nesse contexto, encerramos 2025 com receita bruta de R\$ 14,7 bilhões nas operações continuadas, crescimento de 7,1% em relação ao ano anterior e com um SSS de 7%. Vale destacar o forte desempenho dos canais DTC (“direct to consumer”), que cresceram 9,3%, mostrando a força de nossas marcas, mesmo em um cenário mais adverso. Esse avanço dos canais de sell-out reforça a qualidade do crescimento da Companhia.

Por sua vez, os canais de sell-in – franquias e multimarcas – apresentaram crescimento de 1,5% no período. Ao longo de 2025, realizamos ajustes importantes na dinâmica comercial e na relação com o canal de franquias, com foco no reequilíbrio da relação entre sell-in e sell-out, na melhoria da cobertura de estoques da rede e na construção de bases mais sustentáveis para o crescimento desses canais no longo prazo.

A FARMRio segue se consolidando como marca global de lifestyle, totalizando R\$3,4 bilhões em faturamento, com crescimento de 22,4%, sendo 19,4% no mercado doméstico e 27,6% no mercado internacional, ampliando sua expansão e reforçando uma das principais avenidas estruturais de expansão da Companhia.

Alcançamos um EBITDA recorrente de R\$ 1,9 bilhão em 2025, com margem EBITDA de 16,4%, representando expansão de 60 bps em relação ao ano anterior. Vale destacar que, ao excluir os efeitos do momento de transformação da Hering, o EBITDA da Companhia teria apresentado crescimento de 15%, com margem EBITDA de 18,4%, uma expansão de 180 bps na mesma base de comparação. Isso evidencia a evolução da rentabilidade das demais unidades de negócio e diligência em eficiência de despesas.

Importante destacar que, mesmo com o aumento da participação dos canais de sell out, que carregam maior nível de despesas, o SG&A como % da ROL apresentou redução de 50 bps no trimestre e as despesas eventuais tiveram redução de 30,6% versus o mesmo período do ano anterior.

Mensagem da Administração

As unidades de Fashion seguiram como importantes motores de crescimento do Grupo. As marcas femininas (Fashion Women) foram destaque de crescimento, com incremento de 18,7% no faturamento. A unidade Fashion Men apresentou evolução consistente de rentabilidade e melhora de capital de giro, através de redução de estoques ao longo do ano, combinando crescimento saudável com maior disciplina promocional e mantendo a força das marcas.

Na unidade Shoes & Bags, as marcas core apresentaram evolução positiva nos canais de sell-out e, mesmo com os desafios de crescimento, a unidade apresentou geração de caixa de R\$ 234 milhões, evidenciando a resiliência do negócio. A Arezzo vem se consolidando como uma marca presenteável a cada Natal, e foi assertiva na estratégia para o período ao ampliar a base da pirâmide com produtos de preço de entrada.

Na unidade Basic (Hering), colocamos em prática um processo de profunda transformação, implementando uma nova liderança, resgatando a essência de produto, público-alvo e modelo de negócios mais assertivo na cadência de primeiro realizar a venda para os canais B2B e, posteriormente, a produção. Dentro desse ciclo, objetivando a retomada da saúde financeira da rede de franquias, implementamos de forma deliberada o processo de redução dos estoques, o que possibilitou uma geração de caixa de R\$112 milhões frente a R\$ 4 milhões no 4T24, fortalecendo os níveis de confiança da rede. Uma etapa importante, já concluída, foi a completa migração do C-Level e de toda equipe de criação e desenvolvimento de produtos para Blumenau (SC). Neste sentido, já conseguimos ver, na prática, alguns bons resultados, como: a aderência da rede ao plano de suprimentos proposto para a estação de inverno; o lançamento de campanhas dedicadas à categoria core; e um bom início do sell-out nas coleções de outono.

Entramos em 2026 com uma organização mais simples, eficiente, com foco em executar com consistência. Em um cenário ainda marcado por incertezas macroeconômicas, nossas prioridades seguem claras: geração de caixa, eficiência operacional e disciplina na execução.

Agradecemos a confiança contínua de nossos colaboradores, parceiros, clientes e investidores ao longo dessa jornada rumo a 2154.

Alexandre Birman

Reserva



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 FARMRio, 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.

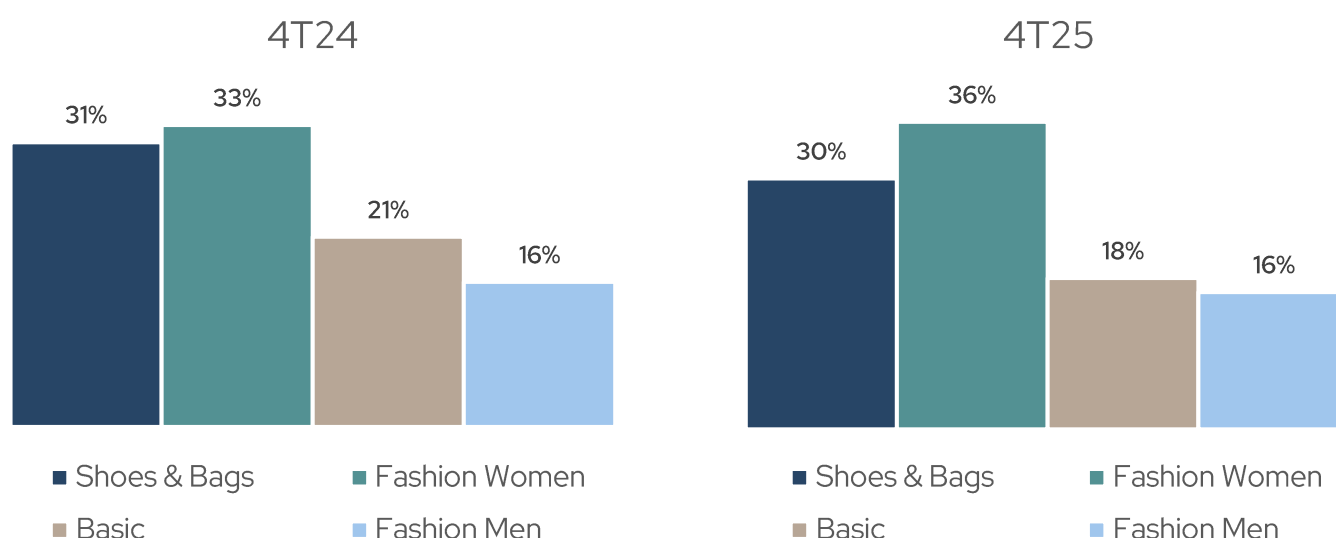
Basic consolida Hering, Hering Kids, Hering Sports, Hering Shoes e Hering Intimates.

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	4T24	4T25	4T25 vs. 4T24	2024 (pro forma)	2025	2025 vs. 2024
Receita Bruta	4.221,7	4.126,2	-2,3%	14.159,8	14.774,2	4,3%
Marcas Continuadas	4.094,8	4.124,1	0,7%	13.730,8	14.705,3	7,1%
Shoes & Bags	1.263,6	1.221,2	-3,4%	4.535,8	4.481,9	-1,2%
Fashion Women	1.341,4	1.497,6	11,6%	4.762,9	5.652,3	18,7%
Fashion Men	643,6	668,7	3,9%	1.807,9	1.942,1	7,4%
Basic	844,1	736,6	-12,7%	2.620,3	2.628,0	0,3%
Outros ⁽²⁾	2,1	0,0	-100,0%	3,9	1,0	-74,4%
Marcas Descontinuadas	126,9	2,1	-98,3%	429,0	68,9	-83,9%

RECEITA BRUTA POR BUSINESS UNIT



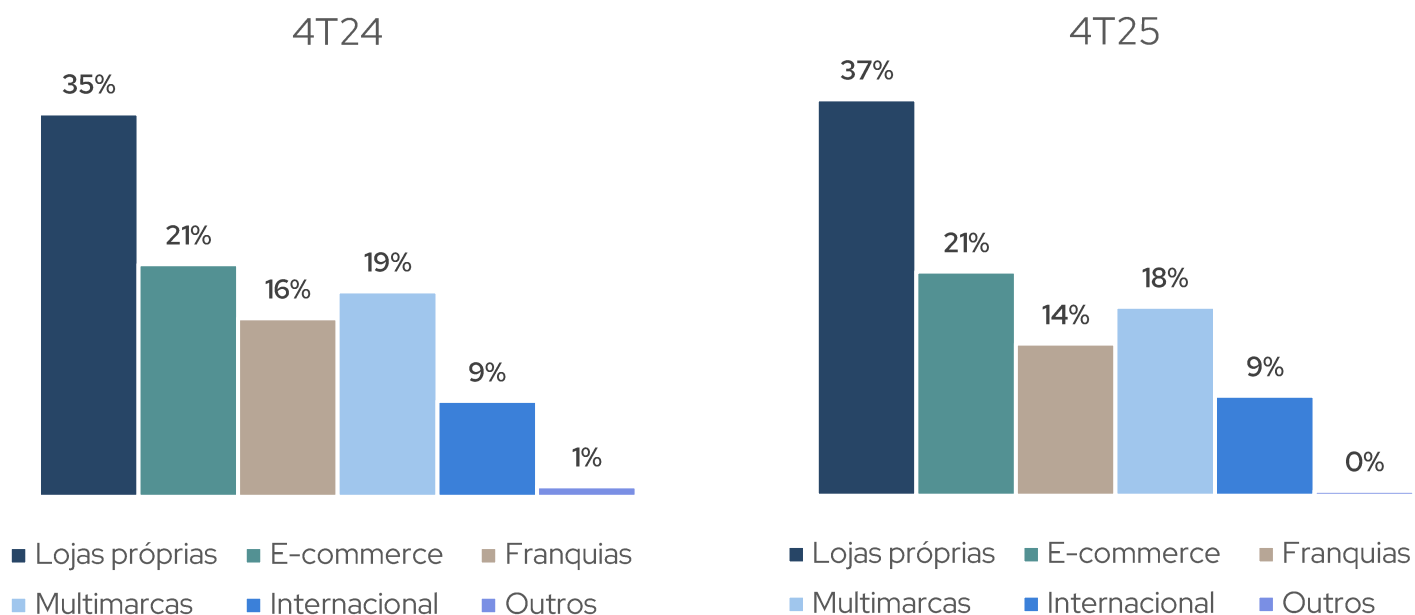
(1) Apresentamos a receita bruta recorrente e sua abertura em marcas continuadas (por BU) e marcas descontinuadas.

(2) Saldo residual alocado à indústria.

Principais Indicadores

PERFORMANCE DOS CANAIS⁽¹⁾

RECEITA BRUTA POR CANAL



R\$ Milhões	4T24	4T25	4T25 vs. 4T24	2024 (pro forma)	2025	2025 vs. 2024
Receita Bruta	4.221,7	4.126,2	-2,3%	14.159,8	14.774,2	4,3%
Marcas Continuadas	4.094,8	4.124,1	0,7%	13.730,8	14.705,3	7,1%
Sell-Out	2.280,9	2.399,5	5,2%	6.960,9	7.607,4	9,3%
Lojas próprias	1.419,4	1.532,8	8,0%	4.243,4	4.743,7	11,8%
E-commerce	861,5	866,7	0,6%	2.717,5	2.863,7	5,4%
Sell-In	1.420,9	1.318,7	-7,2%	5.219,1	5.295,5	1,5%
Franquias	660,3	587,9	-11,0%	2.187,2	2.028,8	-7,2%
Multimarcas	760,6	730,8	-3,9%	3.031,9	3.266,7	7,7%
Internacional	354,6	386,5	9,0%	1.422,5	1.721,2	21,0%
Outros ^{(2) (3)}	38,4	19,4	-49,5%	128,3	81,2	-36,7%
Marcas Descontinuadas	126,9	2,1	-98,3%	429,0	68,9	-83,9%

(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

4T25

R\$ Milhões	4T24 recorrente	4T25 recorrente	Δ (%) recorrente 4T25 vs. 4T24
Receita Bruta	4.221,7	4.126,2	-2,3%
Receita Bruta (Continuadas)	4.094,8	4.124,1	0,7%
Receita Líquida	3.403,9	3.263,4	-4,1%
CMV	(1.515,8)	(1.466,8)	-3,2%
CMV (ex. D&A)	(1.504,5)	(1.456,7)	-3,2%
CMV (ex. D&A ex. IFRS-16)	(1.505,8)	(1.458,0)	-3,2%
Arrendamento (impacto IFRS-16)	1,3	1,3	0,0%
Depreciação e Amortização	(11,3)	(10,1)	-10,6%
Lucro Bruto	1.888,1	1.796,6	-4,8%
<i>Margem Bruta</i>	<i>55,5%</i>	<i>55,1%</i>	<i>-0,4 p.p.</i>
Despesas	(1.525,4)	(1.444,3)	-5,3%
Despesas (ex. D&A)	(1.380,2)	(1.305,6)	-5,4%
<i>(%) Receita Líquida</i>	<i>40,5%</i>	<i>40,0%</i>	<i>-0,5 p.p.</i>
Fixas	(536,5)	(573,2)	6,8%
<i>(%) Receita Líquida</i>	<i>15,8%</i>	<i>17,6%</i>	<i>1,8 p.p.</i>
Variáveis	(719,6)	(668,6)	-7,1%
<i>(%) Receita Líquida</i>	<i>21,1%</i>	<i>20,5%</i>	<i>-0,6 p.p.</i>
Eventuais	(199,4)	(138,4)	-30,6%
<i>(%) Receita Líquida</i>	<i>5,9%</i>	<i>4,2%</i>	<i>-1,7 p.p.</i>
Arrendamentos (Impacto IFRS-16)	75,3	74,6	-0,9%
<i>(%) Receita Líquida</i>	<i>-2,2%</i>	<i>-2,3%</i>	<i>-0,1 p.p.</i>
Depreciação e Amortização	(145,2)	(138,7)	-4,5%
EBITDA	519,2	501,1	-3,5%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>15,3%</i>	<i>15,4%</i>	<i>0,1 p.p.</i>
EBITDA (pré IFRS-16)	442,6	425,2	-3,9%
<i>Margem EBITDA (pré IFRS-16)</i>	<i>13,0%</i>	<i>13,0%</i>	<i>0,0 p.p.</i>
EBIT	362,7	352,3	-2,9%
Resultado Financeiro	(156,8)	(213,8)	36,4%
EBT	205,9	138,5	-32,7%
IR e CSLL	(37,0)	29,5	n.a.
Lucro Líquido	168,9	168,0	-0,5%
<i>Margem Líquida</i>	<i>5,0%</i>	<i>5,1%</i>	<i>0,1 p.p.</i>

(i) Mais detalhes dos resultados recorrentes podem ser analisados no Anexo nas seções de "Indicadores Financeiros 4T25"; "Reconciliação do EBITDA Recorrente" e "Reconciliação do Lucro Líquido Recorrente".

Indicadores Financeiros 2025

R\$ Milhões	2024 recorrente (pro forma)	2025 recorrente	Δ (%) recorrente 2025 vs. 2024
Receita Bruta	14.159,8	14.774,2	4,3%
Receita Bruta (Continuadas)	13.730,8	14.705,3	7,1%
Receita Líquida	11.578,5	11.831,1	2,2%
CMV	(5.194,6)	(5.313,3)	2,3%
CMV (ex. D&A)	(5.153,8)	(5.272,6)	2,3%
CMV (ex. D&A ex. IFRS-16)	(5.159,0)	(5.277,8)	2,3%
Arrendamento (impacto IFRS-16)	5,2	5,2	0,0%
Depreciação e Amortização	(40,8)	(40,7)	-0,2%
Lucro Bruto	6.383,9	6.517,8	2,1%
<i>Margem Bruta</i>	<i>55,1%</i>	<i>55,1%</i>	<i>0,0 p.p.</i>
Despesas	(5.111,7)	(5.186,8)	1,5%
Despesas (ex. D&A)	(4.590,1)	(4.617,4)	0,6%
<i>(%) Receita Líquida</i>	<i>39,6%</i>	<i>39,0%</i>	<i>-0,6 p.p.</i>
Fixas	(1.893,3)	(1.966,2)	3,9%
<i>(%) Receita Líquida</i>	<i>16,4%</i>	<i>16,6%</i>	<i>0,2 p.p.</i>
Variáveis	(2.309,7)	(2.363,1)	2,3%
<i>(%) Receita Líquida</i>	<i>19,9%</i>	<i>20,0%</i>	<i>0,1 p.p.</i>
Eventuais	(657,0)	(572,4)	-12,9%
<i>(%) Receita Líquida</i>	<i>5,7%</i>	<i>4,8%</i>	<i>-0,9 p.p.</i>
Arrendamentos (Impacto IFRS-16)	269,9	284,3	5,3%
<i>(%) Receita Líquida</i>	<i>-2,3%</i>	<i>-2,4%</i>	<i>-0,1 p.p.</i>
Depreciação e Amortização	(521,6)	(569,4)	9,2%
EBITDA	1.834,6	1.941,1	5,8%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>15,8%</i>	<i>16,4%</i>	<i>0,6 p.p.</i>
EBITDA (pré IFRS-16)	1.559,5	1.651,6	5,9%
<i>Margem EBITDA (pré IFRS-16)</i>	<i>13,5%</i>	<i>14,0%</i>	<i>0,5 p.p.</i>
EBIT	1.272,2	1.331,0	4,6%
Resultado Financeiro	(611,8)	(779,7)	27,4%
EBT	660,4	551,3	-16,5%
IR e CSLL	(69,7)	219,4	n.a.
Lucro Líquido	590,7	770,7	30,5%
<i>Margem Líquida</i>	<i>5,1%</i>	<i>6,5%</i>	<i>1,4 p.p.</i>

(i) Os resultados pro forma para 2024, consideram os números combinados das empresas (Arezzo&Co e Grupo Soma) nos períodos anteriores à combinação de negócios;

(ii) Mais detalhes dos resultados recorrentes podem ser analisados no Anexo nas seções de "Indicadores Financeiros 2025"; "Reconciliação do EBITDA Recorrente" e "Reconciliação do Lucro Líquido Recorrente".



SCHUTZ

Unidade de Negócio

Shoes & Bags

Shoes & Bags

TODAS AS MARCAS CORE (CALÇADOS FEMININOS) CRESCERAM NO TRIMESTRE

No 4T25, a unidade de negócios **Shoes & Bags** registrou receita bruta de R\$ 1,2 bilhão nas marcas continuadas (-3,4% vs. 4T24).

Dentre os principais destaques do trimestre:

- **Marcas core em crescimento:** Arezzo, Schutz e Anacapri apresentaram evolução de receita no período.
- **Impacto da Vans:** após um ciclo de forte crescimento no Brasil nos últimos cinco anos, com CAGR de ~30% e abertura de 42 lojas, a marca registrou queda de receita de 14,8% no trimestre. A queda é explicada por uma fase de ciclo negativo no cenário global que, além de refletir na operação nacional, reduziu a atratividade dos tênis vulcanizados, enquanto running/EVA ganharam relevância. A estratégia para 2026 é de um modelo mais saudável e sustentável entre mix de canais.
- **Sell-out resiliente:** receita praticamente estável (-0,2% vs. 4T24).
 - **Arezzo** foi destaque positivo, com os canais de sell-out crescendo **9,5%** no trimestre. A Arezzo vem se consolidando como uma marca presenteável a cada Natal, e foi assertiva na estratégia para o período ao ampliar a base da pirâmide com produtos de entrada. Em março de 2026, foi ao ar a nova campanha de inverno estrelada por Sarah Jessica Parker, mantendo seu posicionamento como uma marca desejada/top of mind.
 - **E-commerce:** +2,5% vs. 4T24, impulsionado por Arezzo e Anacapri.
 - Em **lojas próprias**, o principal impacto negativo veio da Vans, que enfrentou base comparativa elevada no 4T24 devido a promoções para escoamento de estoques.
- **Sell-in impactado por decisões comerciais:** a Companhia optou por não antecipar o faturamento da coleção Pre Fall (Outono 26), o que reduziu a receita do trimestre em aproximadamente **R\$ 17 milhões**. Excluindo esse efeito, a receita bruta da BU apresentaria queda de **2,0% vs. 4T24**. Se, adicionalmente, excluíssemos a marca Vans, a BU apresentaria um crescimento de 1,2% vs 4T24.
- **Franquias em ajuste operacional:**
 - Redução de sell-in para reequilíbrio da relação **sell-in / sell-out** na rede Arezzo;
 - Impacto da não antecipação da coleção Outono 26.

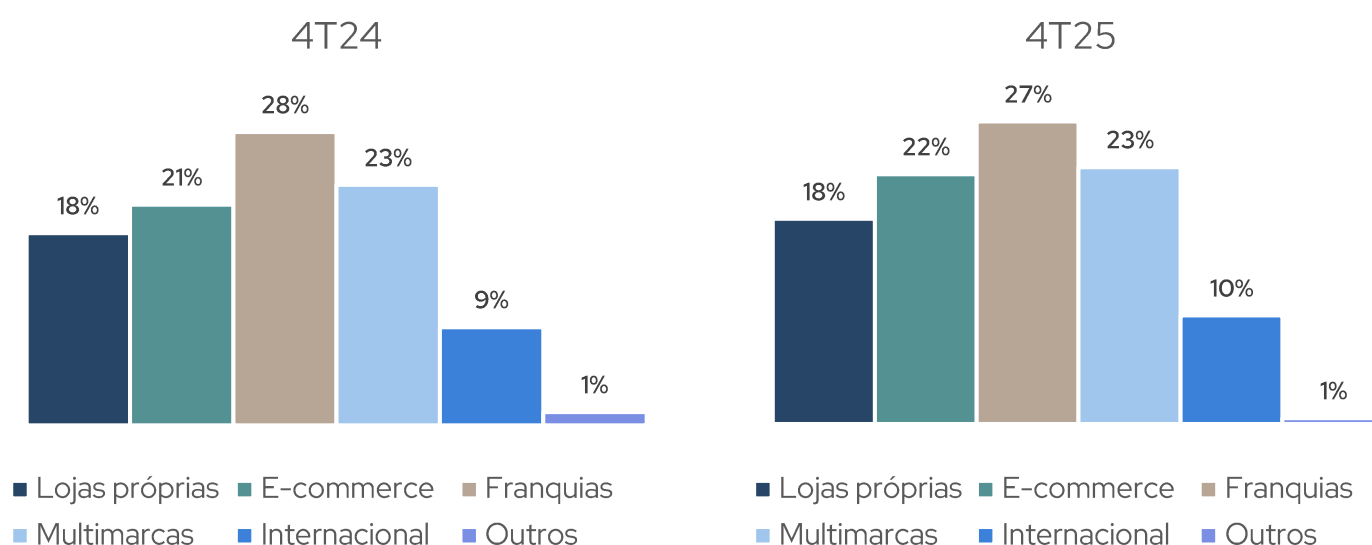


Shoes & Bags

RECEITA BRUTA POR CANAL – SHOES & BAGS

R\$ Milhões	4T24	4T25	4T25 vs. 4T24	2024 (pro forma)	2025	2025 vs. 2024
Receita Bruta	1.296,1	1.221,4	-5,8%	4.651,3	4.483,8	-3,6%
Marcas Continuadas	1.263,6	1.221,2	-3,4%	4.535,8	4.481,9	-1,2%
Sell-Out	493,0	492,1	-0,2%	1.706,8	1.744,5	2,2%
Lojas Próprias	229,4	222,0	-3,2%	726,1	743,1	2,3%
E-commerce	263,6	270,1	2,5%	980,7	1.001,4	2,1%
Sell-In	637,6	605,3	-5,1%	2.349,9	2.243,4	-4,5%
Franquias	350,4	327,3	-6,6%	1.199,8	1.117,3	-6,9%
Multimarcas	287,2	278,0	-3,2%	1.150,1	1.126,1	-2,1%
Internacional	117,1	117,4	0,3%	426,8	450,3	5,5%
Outros⁽¹⁾	15,9	6,4	-59,7%	52,3	43,7	-16,4%
Marcas Descontinuadas⁽²⁾	32,5	0,2	-99,4%	115,5	1,9	-98,4%

RECEITA BRUTA POR CANAL



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

(2) No 3T25, foi realizado ajuste de alocação das receitas descontinuadas referentes ao primeiro semestre de 2025, sem impacto na receita total.



ny

Unidade de Negócio

Fashion Women

Fashion Women

FORTE CRESCIMENTO DE TODAS AS MARCAS

A unidade Fashion Women manteve forte desempenho no 4T25, atingindo **receita bruta de R\$ 1,5 bilhão**, um crescimento de **11,6% vs. 4T24**. No acumulado de 2025, a BU foi o principal destaque de crescimento do Grupo, com **receita de R\$ 5,7 bilhões (+18,7% vs. 2024)**.

Principais destaques do trimestre:

- **Crescimento consistente das marcas:** todas as marcas da unidade apresentaram evolução de receita no período.
- **FARMRio:**
 - A marca FARMRio atingiu o faturamento de R\$3,4 bilhões em 2025, sendo R\$2,1 no mercado doméstico e R\$1,3 bi no internacional, totalizando um crescimento de 22,4% no período.
 - Sólida performance no mercado internacional, com destaque para o SSS 2025 de lojas próprias superior a 10%;
 - Após as recentes aberturas em Dubai e no México, a FARMRio estreou com sucesso na Argentina e no Panamá através da abertura de lojas operadas com parceiros locais.
- **Sell-out como principal driver de crescimento:** canais representam ~70% da BU e cresceram **14,0% vs. 4T24**.
 - **Lojas próprias:** +17,4%, com destaque para **Animale (+26,5%)** e **FARMRio (+16,2%)**.
 - **E-commerce:** +5,3%, sobre base elevada (+18,4% no 4T24), crescimento sadio com aumento da venda a fullprice.
- **Multimarcas:** +2,8% vs. 4T24. O crescimento mais moderado reflete antecipação das coleções do Verão/Alto Verão para o 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. Além disso, as quatro lojas reformadas no novo modelo da marca registraram crescimento expressivo.

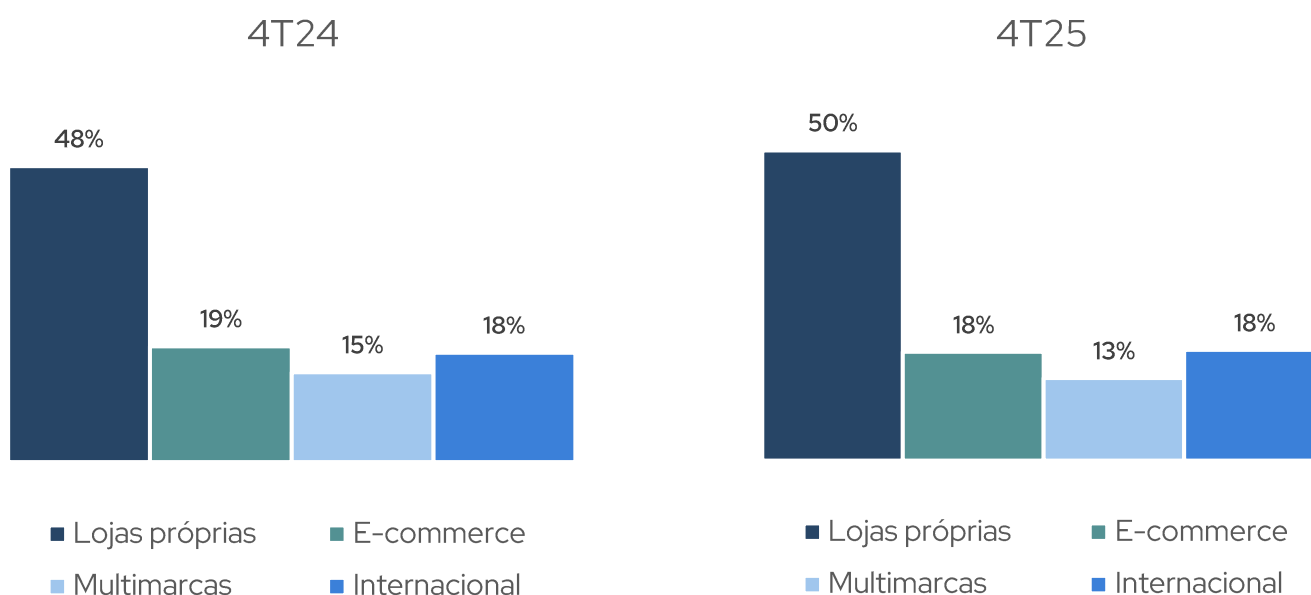


Fashion Women

RECEITA BRUTA POR CANAL – FASHION WOMEN

R\$ Milhões	4T24	4T25	4T25 vs. 4T24	2024 (pro forma)	2025	2025 vs. 2024
Receita Bruta	1.341,4	1.497,6	11,6%	4.762,9	5.652,3	18,7%
Marcas Continuadas	1.341,4	1.497,6	11,6%	4.762,9	5.652,3	18,7%
Sell-Out	893,8	1.019,0	14,0%	2.853,5	3.297,2	15,5%
Lojas Próprias	642,6	754,5	17,4%	2.065,1	2.414,0	16,9%
E-commerce	251,2	264,5	5,3%	788,4	883,2	12,0%
Sell-In	197,4	202,3	2,5%	874,9	1.070,5	22,4%
Franquias	2,3	1,8	-21,7%	9,9	9,7	-2,0%
Multimarcas	195,1	200,5	2,8%	865,0	1.060,8	22,6%
Internacional	237,5	269,1	13,3%	995,7	1.270,9	27,6%
Outros^{(1) (2)}	12,7	7,2	-43,3%	38,8	13,7	-64,7%

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.

Reserva



Unidade de Negócio

Fashion Men

Fashion Men

CRESCIMENTO SAUDÁVEL E PRIORIZAÇÃO DA RENTABILIDADE

A unidade Fashion Men atingiu seus objetivos estratégicos em 2025, com **crescimento saudável e expressiva melhora de rentabilidade**.

No 4T25, a receita bruta das marcas continuadas cresceu 3,9% vs. 4T24, sobre uma base comparativa elevada (+19,6% no 4T24 vs. 4T23), impulsionada naquele período por maiores níveis de descontos e investimentos em marketing digital para ajuste de estoques.

No ano, a receita bruta das operações continuadas cresceu 7,4%, com expansão de mais de 500 bps na margem EBITDA e aumento expressivo na geração de caixa, refletindo a evolução operacional das marcas da unidade.

Destaques das marcas:

- Na **Reserva**, priorizamos a manutenção do desejo de marca e busca por rentabilidade ao longo do ano. A Reserva continuou a ser a marca masculina mais querida e desejada do Brasil, com recordes de audiência e engajamento nas campanhas de Dia dos Pais e Natal, principais momentos de conexão com nossos clientes, consolidando sua posição de liderança no mercado de vestuário masculino premium. Duas novas flagships “Casa Reserva” (RJ e SP) foram inauguradas, além de lançarmos a linha Reserva Sprint, de athleisure.
- Visando melhorar a rentabilidade, realizamos progressos importantes em merchandising, otimização de estoques, controle de despesas e moderamos nosso crescimento em e-commerce (com relevante melhora de margem de contribuição do canal).
- A **Oficina** apresentou crescimento expressivo (acima de 30% em todos os canais) em 2025, com ótimo posicionamento e execução no segmento premium. Apesar de ser uma marca mais recente, a cada ano tem demonstrado forte geração de desejo no público masculino mais premium.
- A **Foxton**, que foi integrada à BU Fashion Men ao longo de 2025, apresentou, no ano, crescimento de aproximadamente 11% e um incremento de EBITDA superior a 50% vs. 2024.

No trimestre:

- **Sell-in:** +2,7% vs. 4T24.
 - **Multimarcas:** +15,6%, impulsionado principalmente pela Reserva.
 - **Franquias:** -15,7%, refletindo ajustes na relação sell-in/sell-out da rede da Reserva e maior concentração do faturamento das coleções do segundo semestre (Verão/Alto Verão) no 3T25.
- **Rede de franquias saudável:** apesar do ajuste de sell-in, o sell-out da rede da Reserva cresceu 9% vs. 4T24.

Os resultados obtidos neste primeiro ano completo da nova gestão da unidade de negócio nos proporcionam confiança para seguirmos buscando um crescimento rentável nos próximos anos.



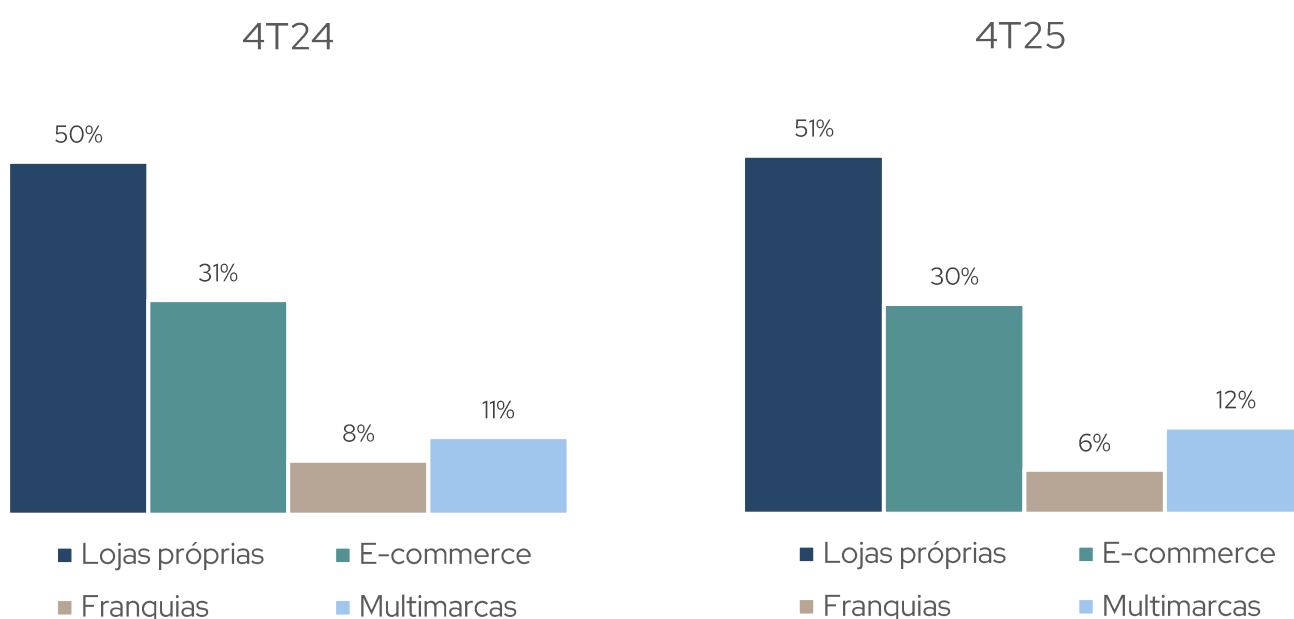
Oficina

Fashion Men

RECEITA BRUTA POR CANAL – FASHION MEN

R\$ Milhões	4T24	4T25	4T25 vs. 4T24	2024 (pro forma)	2025	2025 vs. 2024
Receita Bruta	692,2	669,9	-3,2%	1.947,7	1.981,3	1,7%
Marcas Continuadas	643,6	668,7	3,9%	1.807,9	1.942,1	7,4%
Sell-Out	522,1	542,8	4,0%	1.365,8	1.450,2	6,2%
Lojas Próprias	324,7	342,2	5,4%	857,8	941,2	9,7%
E-commerce	197,4	200,6	1,6%	508,0	509,0	0,2%
Sell-In	121,0	124,3	2,7%	432,2	485,1	12,2%
Franquias	49,7	41,9	-15,7%	154,0	156,3	1,5%
Multimarcas	71,3	82,4	15,6%	278,2	328,8	18,2%
Outros⁽¹⁾	0,5	1,6	220,0%	9,9	6,8	-31,3%
Marcas Descontinuadas	48,6	1,2	-97,5%	139,8	39,2	-72,0%

RECEITA BRUTA POR CANAL



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

HERING



Unidade de Negócio

Basic

Basic

EVOLUÇÃO DA REESTRUTURAÇÃO E FORTE GERAÇÃO DE CAIXA

No 4T25, a **unidade Basic (Hering)** registrou queda da receita bruta (marcas continuadas) de 12,7% vs. 4T24. O trimestre marcou o início de uma nova etapa de execução, com a nova gestão iniciando em 6 de outubro. Desde então, a Hering vem priorizando a construção de fundamentos para um ciclo sustentável de crescimento, com foco em margem, disciplina comercial, eficiência operacional e geração de caixa.

Sobre os canais de sell-in, importante destacar:

- Não antecipação do faturamento da coleção de Outono 26 para o mês de dezembro, prática adotada em anos anteriores, com impacto estimado de R\$ 38 milhões no sell-in do 4T25. Se antecipado esse faturamento, a receita bruta de marcas continuadas apresentaria redução de 8,2% na comparação com o 4T24.
- Iniciativas voltadas à redução de sell-in, com o objetivo de diminuir níveis de cobertura e preservar a saúde do ecossistema de franquias. A cobertura da rede atingiu ~7 meses em setembro de 2025 e, desde então, a Companhia vem atuando para normalizar esses níveis, com ênfase na qualidade do sortimento e na redução de vendas de saldos que pressionam margem.
- A receita bruta de multimarcas caiu 17,9% no trimestre. O canal tinha uma base comparativa forte no 4T24 (+17,3%), que havia sido influenciada por vendas com maior intensidade de descontos voltadas ao escoamento de estoques.

Nos canais de sell-out:

- A receita teve queda de 7,1% vs. 4T24, sobre uma base que havia crescido 25,3% no ano anterior.
- A receita de lojas próprias recuou 3,9%. Nos últimos 12 meses, a Companhia repassou oito lojas para franqueados, reduzindo necessidade de capital de giro, e inaugurou uma megastore, formato com maior potencial de rentabilidade e de expressão de marca.
- O e-commerce apresentou queda de 11,9% vs. 4T24, explicada principalmente pela mudança de mix com o encerramento de vendas em canais de marketplace, que possuem menor contribuição de margem.

Mesmo com efeitos de curto prazo na dinâmica de receita, a Companhia observou melhora relevante em fundamentos operacionais. No 4T25, a Hering alcançou geração de caixa de R\$ 112 milhões, frente a consumo de caixa de aproximadamente R\$ 4 milhões no 4T24.

O trimestre também foi marcado por um conjunto de ações estruturantes, tais como:

- Formação do novo time de liderança, com renovação relevante da diretoria, e C-Level baseado em Blumenau (SC);
- Avanço na inversão do ciclo operacional e no redesenho do modelo de planejamento e compras;
- Aprofundamento de estudos para entendimento da cliente Hering, com o objetivo de resgatar o mercado classes B/C e evolução de posicionamento;
- Reaproximação e reforço do diálogo com a rede de franquias, com foco em saúde do ecossistema e disciplina comercial;
- Reestruturação parcial da cobertura comercial em multimarcas, com troca de aproximadamente 25% dos representantes para elevar produtividade e qualidade de execução;
- "Blitz" operacional em sourcing e logística;
- Reconstrução do assortment, com redução de overlaps e expansão em categorias e ocasiões de uso, além de rebalanceamento de moda e preço;
- Fortalecimento dos ritos de gestão e governança comercial para reduzir retrabalho e aumentar qualidade de decisão; e
- Evolução das políticas de markdown e gestão de estoque, reduzindo exposição a operações com baixa contribuição de margem.



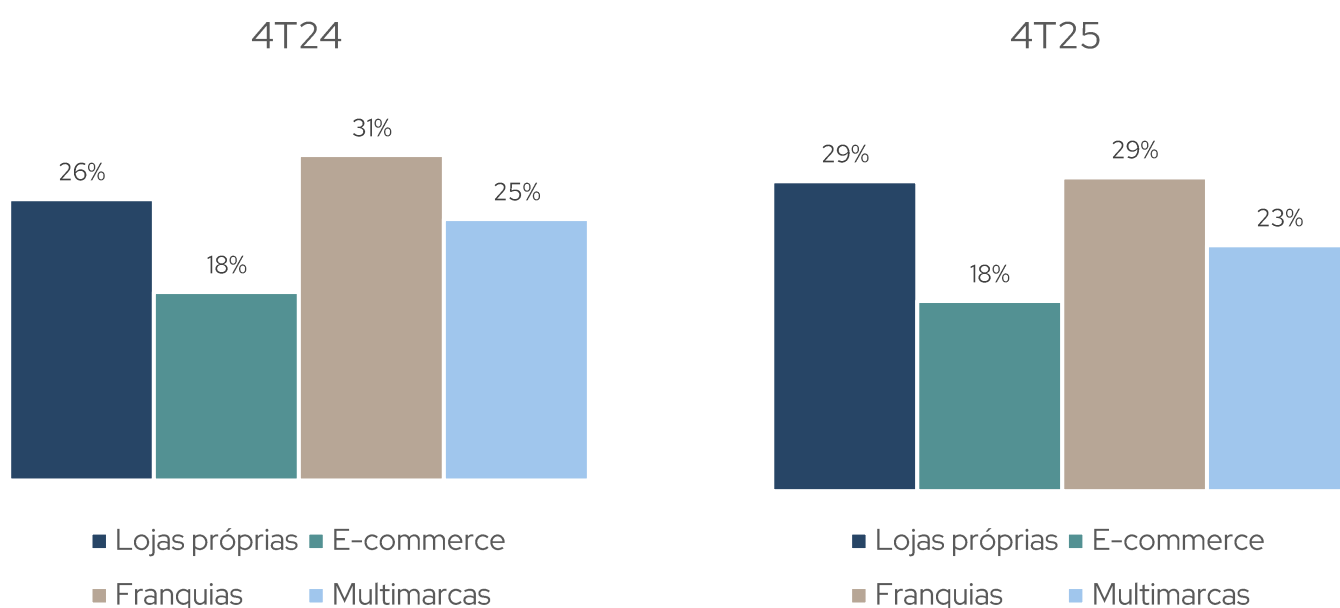
HERING

Basic

RECEITA BRUTA POR CANAL – BASIC

R\$ Milhões	4T24	4T25	4T25 vs. 4T24	2024 (pro forma)	2025	2025 vs. 2024
Receita Bruta	889,9	737,3	-17,1%	2.794,0	2.655,8	-4,9%
Marcas Continuadas	844,1	736,6	-12,7%	2.620,3	2.628,0	0,3%
Sell-Out	372,0	345,6	-7,1%	1.034,8	1.115,5	7,8%
Lojas Próprias	222,7	214,1	-3,9%	594,4	645,4	8,6%
E-commerce	149,3	131,5	-11,9%	440,4	470,1	6,7%
Sell-In	464,9	386,8	-16,8%	1.562,1	1.496,5	-4,2%
Franquias	257,9	216,9	-15,9%	823,5	745,5	-9,5%
Multimarcas	207,0	169,9	-17,9%	738,6	751,0	1,7%
Outros⁽¹⁾	7,2	4,2	-41,7%	23,4	16,0	-31,6%
Marcas Descontinuadas	45,8	0,7	-98,5%	173,7	27,8	-84,0%

RECEITA BRUTA POR CANAL



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



ANACAPRI

Indicadores Financeiros

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

(Todos os indicadores referentes ao ano de 2024 são pro forma)

Indicadores Financeiros

Receita Bruta Recorrente

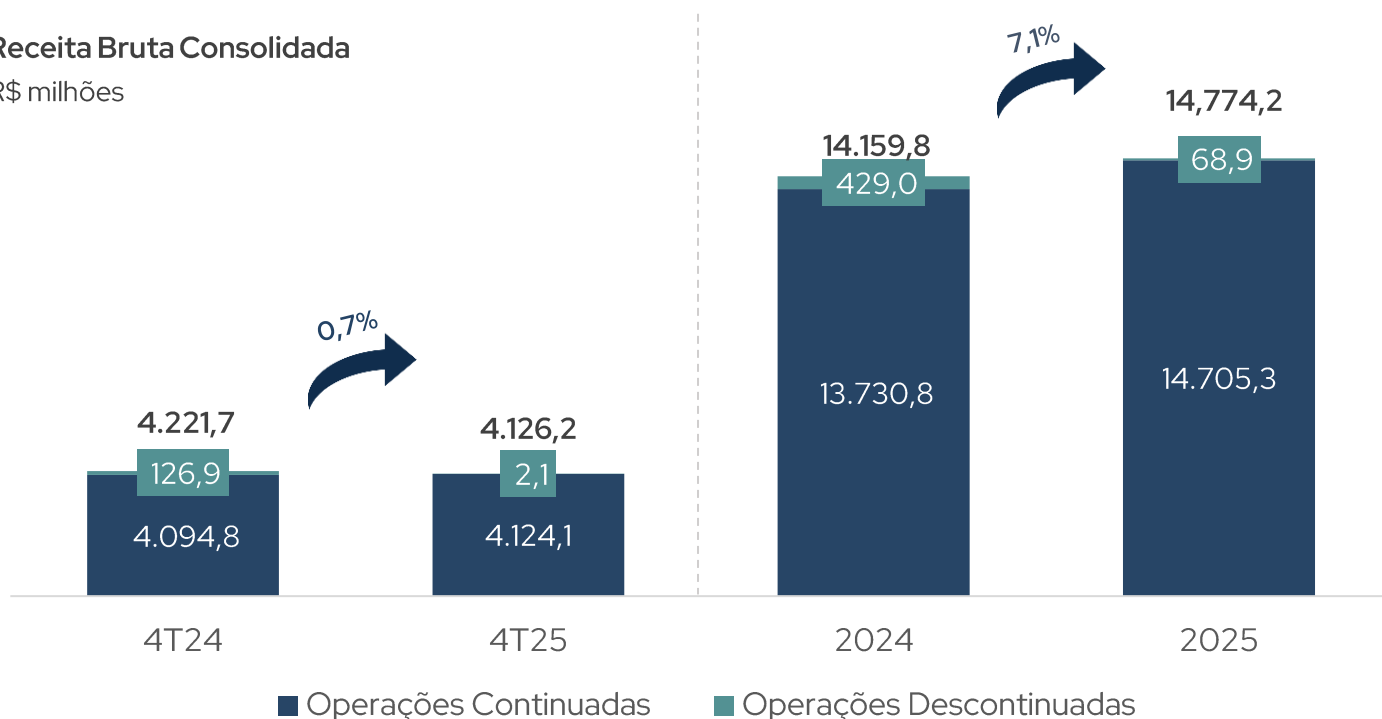
Na visão de marcas continuadas, a receita bruta totalizou R\$ 4.124,1 milhões no trimestre, crescendo 0,7% vs. 4T24. A receita bruta reportada, isto é – incluindo as marcas descontinuadas, decresceu 2,3% vs. 4T24.

A receita bruta das operações internacionais novamente foi destaque de crescimento (+9,0% vs. 4T24), principalmente, devido à operação da marca FARMRio, que segue se consolidando como marca de lifestyle global. Nas operações nacionais, o canal de lojas próprias cresceu 8,0% no período, puxado pelas marcas de Fashion Women, que cresceu 11,6% vs. 4T24. Os canais de sell in registraram redução de 7,2% no mesmo período. Vale ressaltar, conforme mencionado anteriormente, que a Companhia optou por não antecipar o faturamento da coleção Outono 26 (Shoes & Bags e Basic) para o mês de dezembro, prática que vinha sendo adotada nos anos anteriores e que gerou impacto de ~R\$55 milhões no 4T25. Se antecipado esse faturamento, assim como foi feito em 2024, a receita bruta dos canais de sell-in apresentaria redução de 3,3% (vs. 4T24) e a receita bruta consolidada das operações continuadas cresceria 2,1% (vs. 4T24).

R\$ Milhões	4T24	4T25	4T25 vs. 4T24	2024 (pro forma)	2025	2025 vs. 2024
Receita Bruta	4.221,7	4.126,2	-2,3%	14.159,8	14.774,2	4,3%
Marcas Continuadas	4.094,8	4.124,1	0,7%	13.730,8	14.705,3	7,1%
Marcas Descontinuadas	126,9	2,1	-98,3%	429,0	68,9	-83,9%
Receita Líquida	3.403,9	3.263,4	-4,1%	11.578,5	11.831,1	2,2%

Receita Bruta Consolidada

R\$ milhões



Indicadores Financeiros

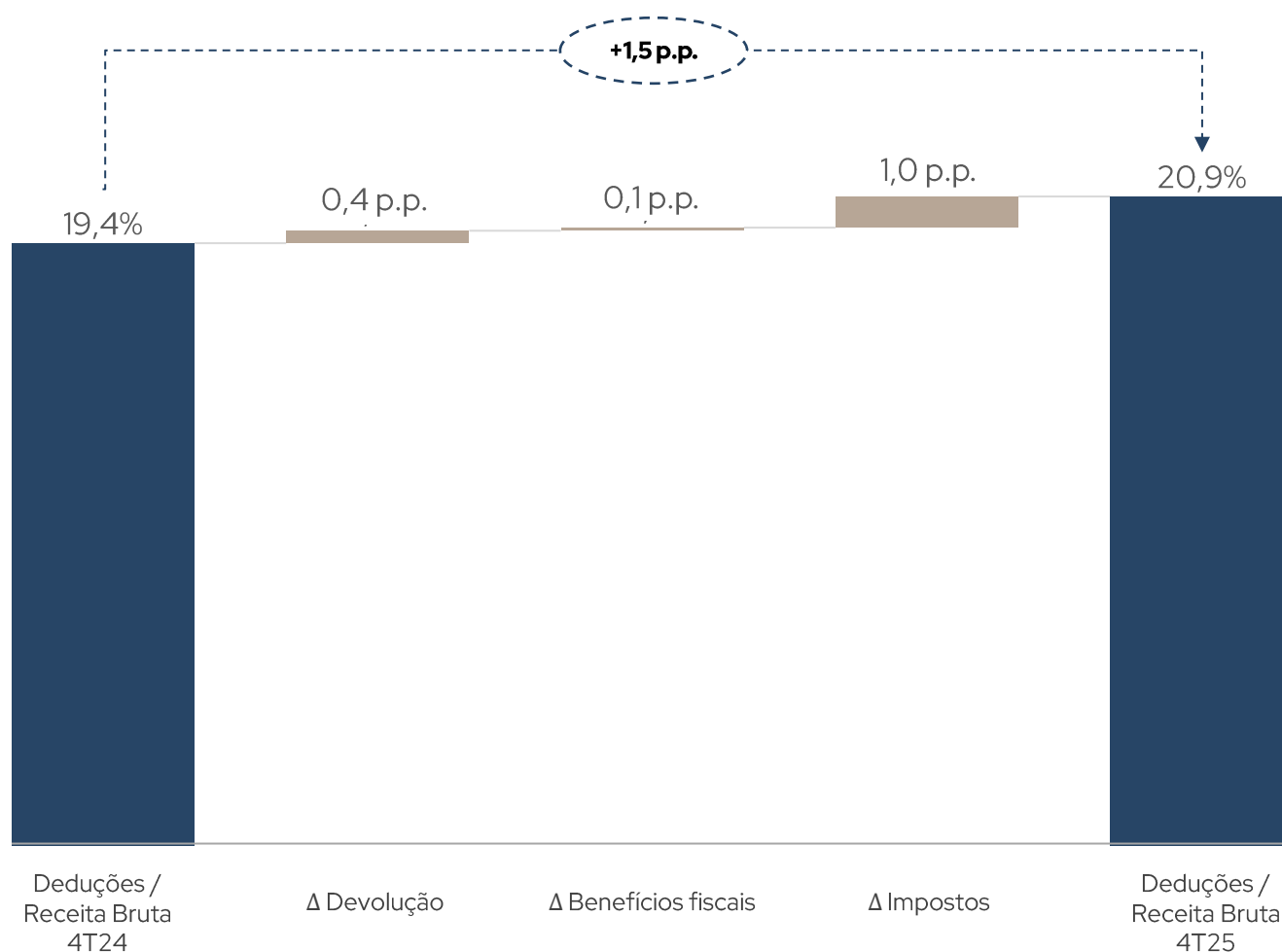
Receita Líquida

Neste trimestre, a receita líquida totalizou R\$ 3.263,4 milhões, decréscimo de 4,1% vs. 4T24, enquanto a receita bruta teve um recuo de 2,3% vs. 4T24, uma diferença de 1,8 p.p entre a evolução da receita bruta e da receita líquida – inferior aos *gaps* de 2,6 p.p. e de 3,5 p.p., que haviam sido registrados no 2T25 e no 3T25, respectivamente. As deduções representaram 20,9% da receita bruta no 4T25 (1,5 p.p. acima do 4T24).

Os principais fatores foram: (i) aumento na linha de impostos, decorrente de menor geração de créditos de ICMS e do impacto das tarifas sobre importações nos Estados Unidos; e (ii) maior volume de devoluções no sell-in, decorrente do processo de redução dos níveis de estoque dos franqueados em Shoes & Bags e do crescimento do e-commerce da FARMRio no exterior – no cenário internacional, este canal opera com níveis de devolução superiores ao verificado no Brasil.

Deduções da Receita Bruta

%



Indicadores Financeiros

Lucro Bruto e Margem Bruta Recorrentes

No 4T25, o lucro bruto totalizou R\$ 1.796,6 milhões, queda de 4,8% vs. 4T24. A margem bruta foi de 55,1%, uma contração de 0,4 p.p. vs. 4T24.

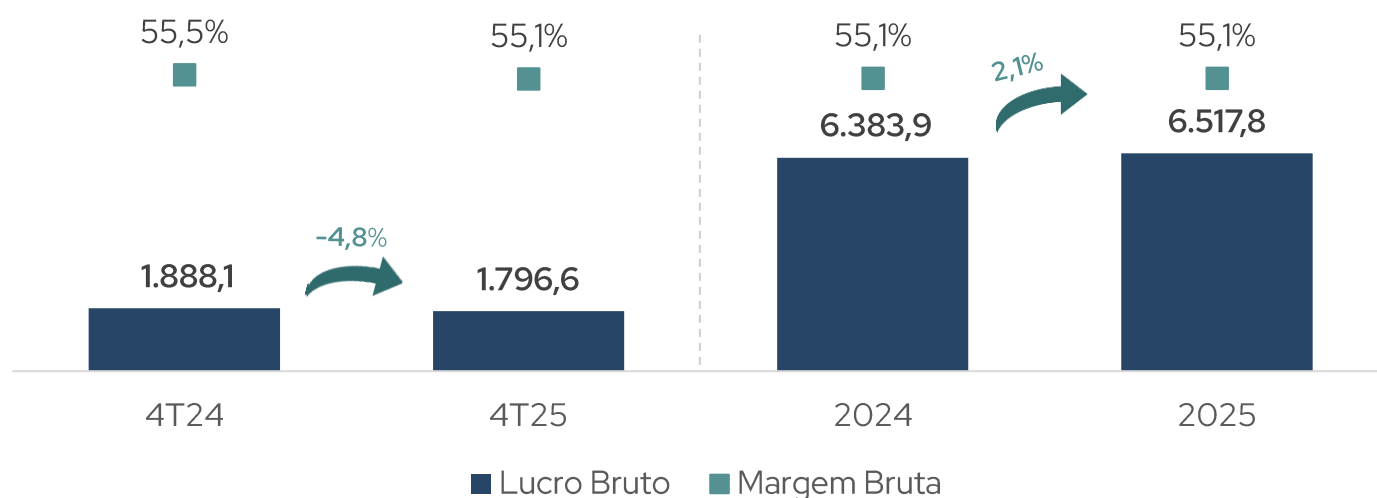
A **margem bruta ex-Basic** totalizou 58,7%, em linha com o 4T24. A expansão da margem bruta de Fashion Men foi parcialmente compensada pelo aumento das tarifas de importação dos Estados Unidos sobre a operação da FARMRio no exterior.

A **margem bruta Basic** foi de 37,7%, uma contração de 4,9 p.p., decorrente das ações de escoamento de estoques, maior intensidade promocional e menor diluição dos custos fixos. Importante notar que, em relação ao 3T25, a tendência foi positiva, com uma melhora de 3,4 p.p. na margem bruta de Basic.

R\$ Milhões	4T24	4T25	4T25 vs. 4T24	2024 (pro forma)	2025	2025 vs. 2024
Lucro Bruto	1.888,1	1.796,6	-4,8%	6.383,9	6.517,8	2,1%
Margem Bruta	55,5%	55,1%	-0,4 p.p.	55,1%	55,1%	0,0 p.p.
Lucro Bruto ex-Basic	1.590,1	1.580,3	-0,6%	5.445,5	5.751,2	5,6%
Margem Bruta ex-Basic	58,7%	58,7%	0,0 p.p.	58,1%	58,9%	0,8 p.p.
Lucro Bruto Basic	298,0	216,3	-27,4%	938,4	766,6	-18,3%
Margem Bruta Basic	42,6%	37,7%	-4,9 p.p.	42,5%	37,2%	-5,3 p.p.

Lucro Bruto e Margem Bruta Recorrentes

R\$ milhões



Importante ressaltar que as decisões da Companhia são tomadas de forma consolidada, na qual abrangem múltiplas marcas que compartilham estruturas e gestão integrada. O destaque da unidades de negócio Basic (marca Hering) visa demonstrar apenas a transformação em curso, não caracterizando um segmento distinto.

Indicadores Financeiros

Despesas recorrentes ex. D&A ⁽¹⁾

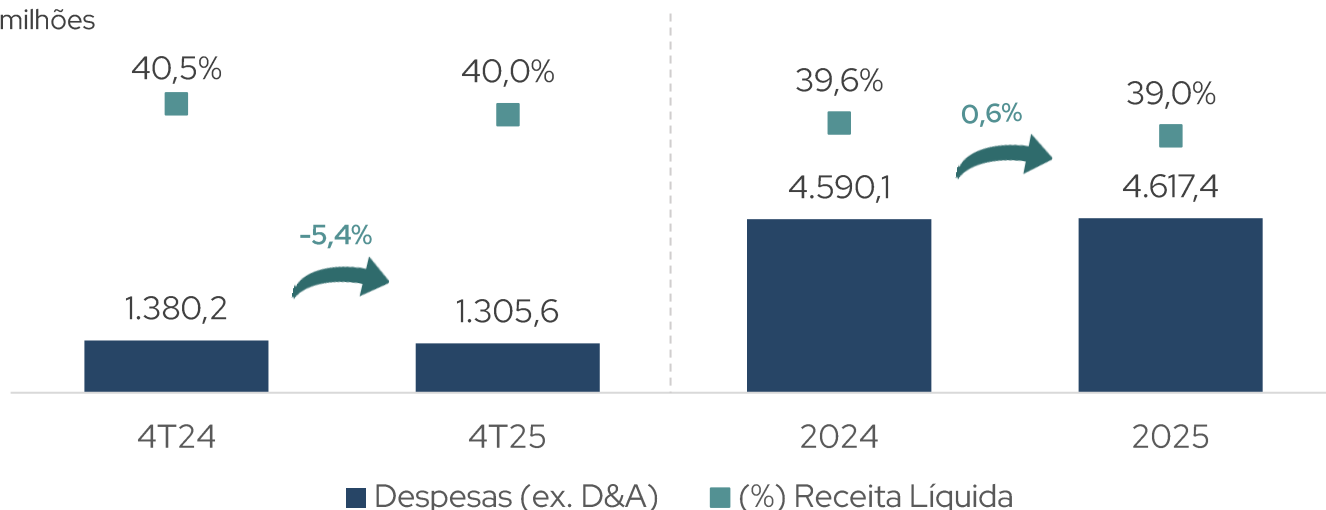
No 4T25, as despesas recorrentes ex-D&A totalizaram R\$ 1.305,6 milhões, uma melhora de 5,4% vs. 4T24, representando 40,0% da receita líquida (-0,5 p.p. vs. 4T24). Destacam-se os seguintes pontos:

- **Despesas fixas** cresceram 6,8% vs. 4T24, devido à provisão de PPR superior ao 4T24. Se excluído esse impacto, a despesa fixa cresceria abaixo da inflação (IPCA), refletindo os movimentos realizados pela Companhia de racionalização de estruturas para captura de sinergias.
- **Despesas variáveis** apresentaram queda de 7,1%, mesmo em um cenário de maior participação das vendas nos canais de sell-out, de 58,2% no 4T25 (vs. 55,7% no 4T24). Isso é explicado, principalmente, pela redução de despesas de marketing digital entre outros ganhos de eficiência operacional.
- **Despesas eventuais** apresentaram queda expressiva de 30,6% vs. 4T24, em função da otimização de investimentos em marketing, redução de gastos com consultorias, assessorias e viagens, e da diminuição de despesas relacionadas ao processo de integração dos negócios.

R\$ Milhões	4T24	4T25	4T25 vs. 4T24	2024 (pro forma)	2025	2025 vs. 2024
Despesas (ex. D&A)	1.380,2	1.305,6	-5,4%	4.590,1	4.617,4	0,6%
(%) <i>Receita Líquida</i>	40,5%	40,0%	-0,5 p.p.	39,6%	39,0%	-0,6 p.p.
Fixas	536,5	573,2	6,8%	1.893,3	1.966,2	3,9%
(%) <i>Receita Líquida</i>	15,8%	17,6%	1,8 p.p.	16,4%	16,6%	0,2 p.p.
Variáveis	719,6	668,6	-7,1%	2.309,7	2.363,1	2,3%
(%) <i>Receita Líquida</i>	21,1%	20,5%	-0,6 p.p.	19,9%	20,0%	0,1 p.p.
Eventuais	199,4	138,4	-30,6%	657,0	572,4	-12,9%
(%) <i>Receita Líquida</i>	5,9%	4,2%	-1,7 p.p.	5,7%	4,8%	-0,9 p.p.
Arrendamentos (Impacto IFRS-16)	(75,3)	(74,6)	-0,9%	(269,9)	(284,3)	5,3%
(%) <i>Receita Líquida</i>	-2,2%	-2,3%	-0,1 p.p.	-2,3%	-2,4%	-0,1 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

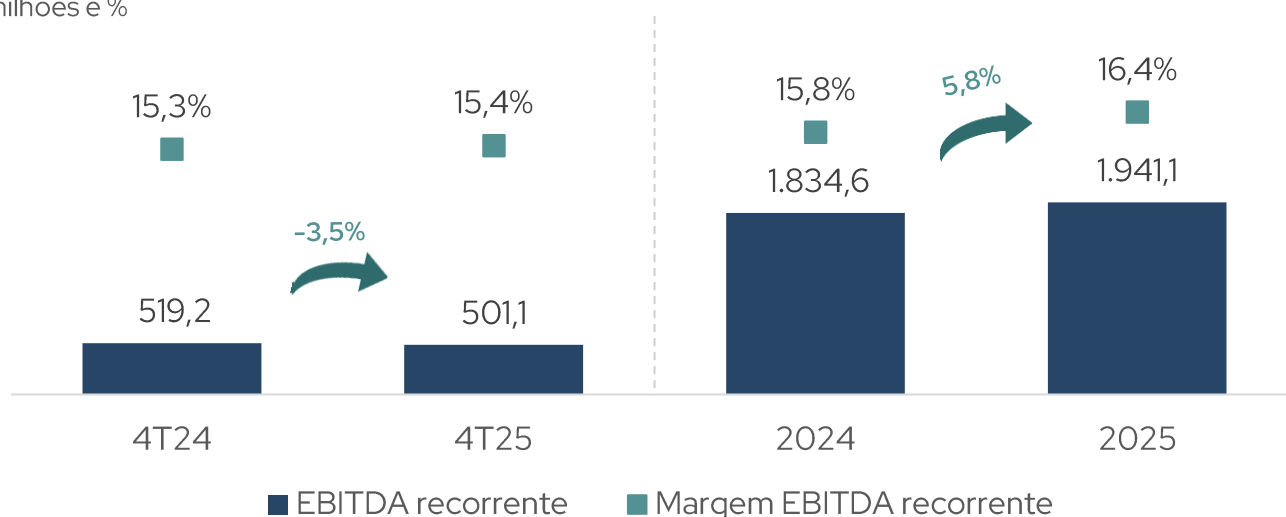
EBITDA e Margem EBITDA Recorrente⁽¹⁾

No 4T25, o **EBITDA recorrente** totalizou R\$ 501,1 milhões, um recuo de 3,5% vs. 4T24, sendo negativamente impactado pela performance de Basic. A margem EBITDA recorrente cresceu 0,1 p.p., atingindo 15,4% no trimestre. A margem EBITDA pré IFRS-16 se manteve estável vs. 4T24.

R\$ Milhões	4T24	4T25	4T25 vs. 4T24	2024 (pro forma)	2025	2025 vs. 2024
EBITDA	(46,0)	400,0	n.a.	1.239,7	1.820,6	46,9%
Ajustes	565,2	101,1	-82,1%	594,9	120,5	-79,7%
EBITDA recorrente	519,2	501,1	-3,5%	1.834,6	1.941,1	5,8%
<i>Margem EBITDA recorrente</i>	<i>15,3%</i>	<i>15,4%</i>	<i>0,1 p.p.</i>	<i>15,8%</i>	<i>16,4%</i>	<i>0,6 p.p.</i>
EBITDA recorrente (pré IFRS-16)	442,6	425,2	-3,9%	1.559,5	1.651,6	5,9%
<i>Margem EBITDA recorrente (pré IFRS-16)</i>	<i>13,0%</i>	<i>13,0%</i>	<i>0,0 p.p.</i>	<i>13,5%</i>	<i>14,0%</i>	<i>0,5 p.p.</i>

EBITDA e Margem EBITDA Recorrente

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, Fashion Men e o resultado atribuído à plataforma

Indicadores Financeiros

Resultado Financeiro

No 4T25, a Companhia registrou uma despesa financeira líquida de R\$ 213,8 milhões versus R\$ 156,8 milhões no 4T24. O aumento da despesa financeira líquida é explicado, principalmente, pelo aumento de despesas de juros sobre financiamentos.

R\$ Milhões	4T24	4T25	4T25 vs. 4T24	2024 (pro forma)	2025	2025 vs. 2024
Resultado Financeiro⁽¹⁾	(156,8)	(213,8)	36,4%	(611,8)	(781,9)	27,8%
Receitas Financeiras	45,9	44,5	-3,1%	194,7	154,4	-20,7%
Rendimento de aplicações financeiras	7,4	11,8	59,5%	88,3	63,6	-28,0%
Juros ativos	21,2	19,0	-10,4%	51,3	44,2	-13,8%
Variação Monetária Ativa	0,5	3,8	660,0%	1,0	27,1	2.610,0%
Outras receitas	16,8	9,9	-41,1%	54,1	19,5	-64,0%
Despesas Financeiras	(180,0)	(236,8)	31,6%	(746,6)	(887,8)	18,9%
Juros sobre financiamentos	(68,3)	(102,5)	50,1%	(290,5)	(388,2)	33,6%
Despesas bancárias	(8,0)	(4,7)	-41,3%	(23,8)	(22,7)	-4,6%
Despesas com custas cartoriais	(0,1)	(0,2)	100,0%	(1,0)	(0,7)	-30,0%
Juros de arrendamento	(19,7)	(23,1)	17,3%	(87,2)	(92,4)	6,0%
Taxa de administração de cartão de crédito	(39,5)	(43,8)	10,9%	(134,1)	(159,9)	19,2%
Variação monetária passiva	0,0	(2,7)	n.a.	(2,0)	(17,2)	760,0%
Outras despesas	(3,6)	(9,0)	150,0%	(45,9)	(28,3)	-38,3%
Ajuste a valor presente Fornecedores	(40,8)	(50,8)	24,5%	(162,1)	(178,4)	10,1%
Variação cambial Líquida	(22,7)	(21,5)	-5,3%	(59,9)	(48,5)	-19,0%

(1) O Resultado Financeiro recorrente totalizou R\$ 779,7 milhões em 2025, conforme demonstrado na seção de "Reconciliação do Lucro Líquido Recorrente".

Indicadores Financeiros

Lucro Líquido e Margem Líquida Recorrentes⁽¹⁾

No 4T25, o lucro líquido recorrente totalizou R\$ 168,0 milhões, ficando em linha em relação ao 4T24, e uma margem líquida de 5,1%, com leve expansão de 0,1 p.p. vs. 4T24, similar à expansão da margem EBITDA.

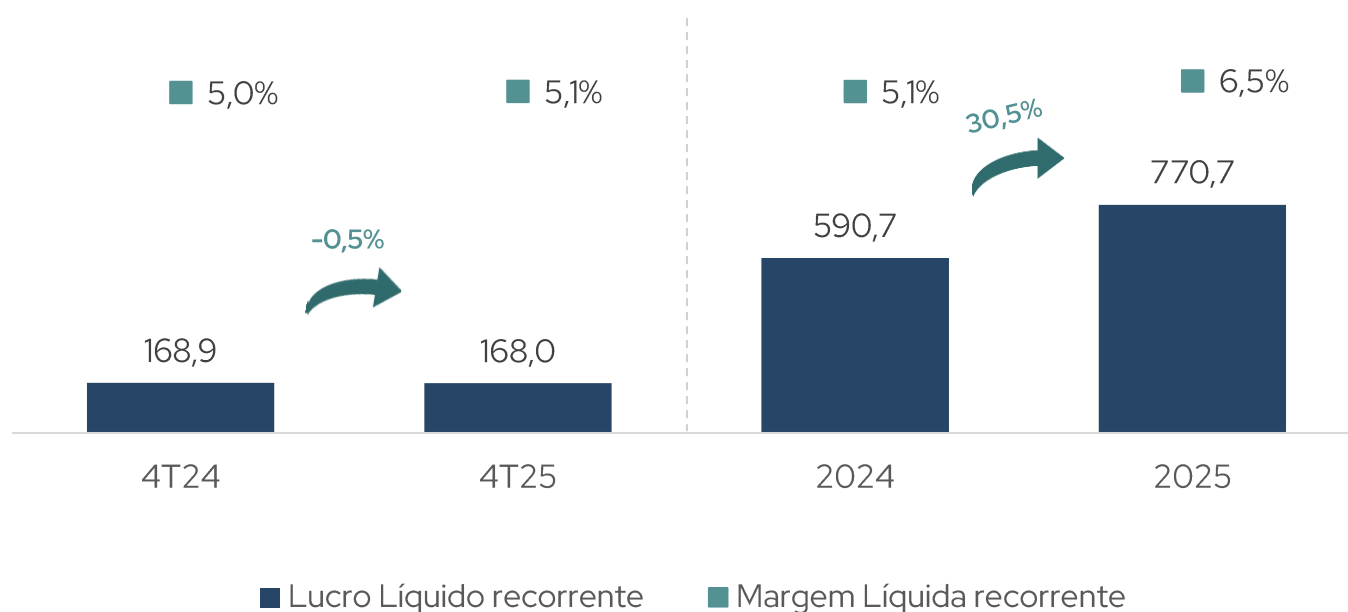
O aumento nas despesas financeiras líquidas no período foi compensado pela melhora na linha de impostos.

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

R\$ Milhões	4T24	4T25	4T25 vs. 4T24	2024 (pro forma)	2025	2025 vs. 2024
Lucro Líquido	(67,9)	90,8	-233,7%	201,2	911,2	352,9%
Ajustes	236,8	77,2	-67,4%	389,5	(140,5)	-136,1%
Lucro Líquido recorrente	168,9	168,0	-0,5%	590,7	770,7	30,5%
<i>Margem Líquida recorrente</i>	5,0%	5,1%	0,1 p.p.	5,1%	6,5%	1,4 p.p.

Lucro Líquido e Margem Líquida Recorrente

R\$ milhões e %



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

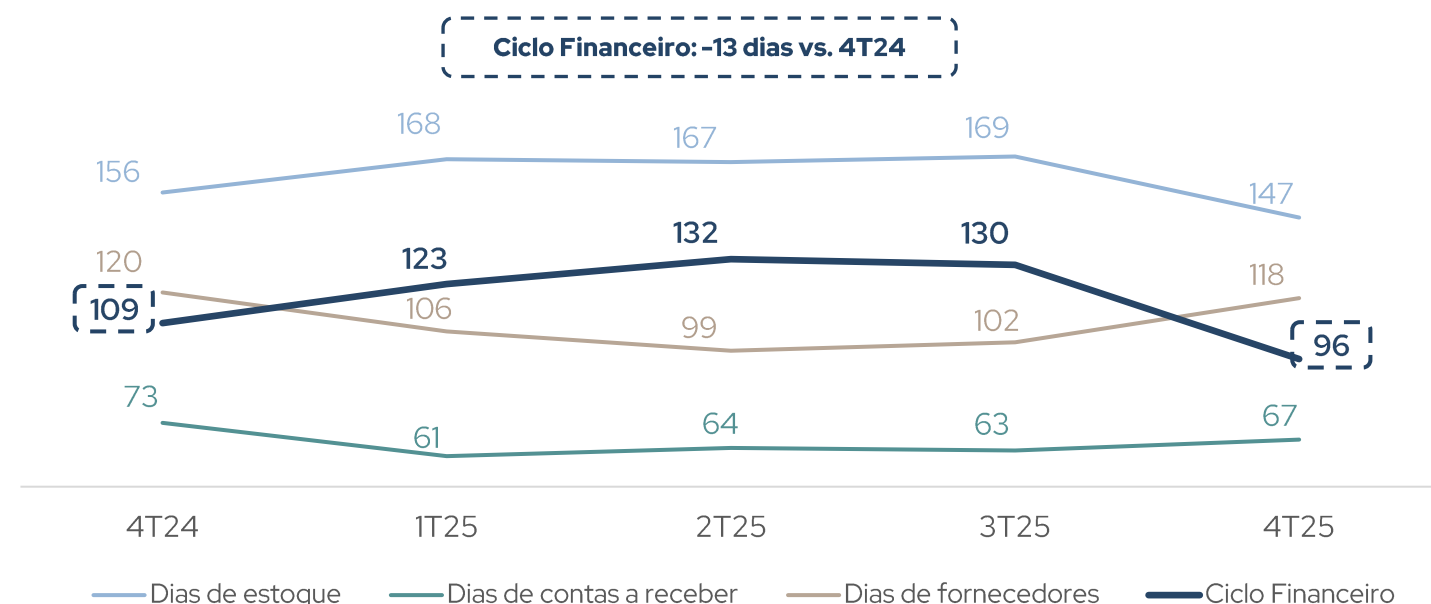
Indicadores Financeiros

Fluxo de Caixa (visão gerencial) ⁽¹⁾

No 4T25, a Companhia atingiu geração de caixa operacional de R\$ 983,0 milhões. Desse montante, R\$ 144,9 milhões referem-se à conversão de ativos tributários em caixa (não recorrentes). Excluindo esse efeito, a geração de caixa operacional seria de **R\$ 838,1 milhões**, o que representa uma conversão em caixa do EBITDA recorrente (pré-IFRS 16) de **197%**, uma das maiores conversões já registradas pela Companhia. Na visão pós-CAPEX, a geração de caixa foi de R\$ 887,0 milhões, ou **R\$ 742,1 milhões** ao excluir o efeito não recorrente. No acumulado de 2025, a geração de caixa operacional totalizou R\$ 1.314,6 milhões. Ajustando pelo efeito não recorrente, a geração seria de **R\$ 1.169,7 milhões**, representando uma conversão em caixa de **71%**. Na visão pós-CAPEX, a geração de caixa alcançou R\$ 930,9 milhões, ou **R\$ 786,0 milhões** ao excluir o efeito não recorrente.

R\$ milhões	4T24	1T25	2T25	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

Ciclo Financeiro (visão gerencial) ⁽²⁾



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. Além disso, Dias de Contas a Receber também apresentou melhora de 6 dias. Por fim, Dias de fornecedores reduziu em 2 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: $365 / ((CMV / \text{estoque}) / \text{receita bruta})$; Dias de contas a receber: $365 / ((CMV + \text{Estoque final} - \text{Estoque inicial}) / \text{fornecedores})$. 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 anteriores ao 3T24 são pro forma (empresas combinadas antes da fusão).

Indicadores Financeiros

Dívida Líquida

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. No período, a Companhia reduziu a alavancagem para 1,28x Dívida Líquida/EBITDA recorrente LTM (pré IFRS-16).

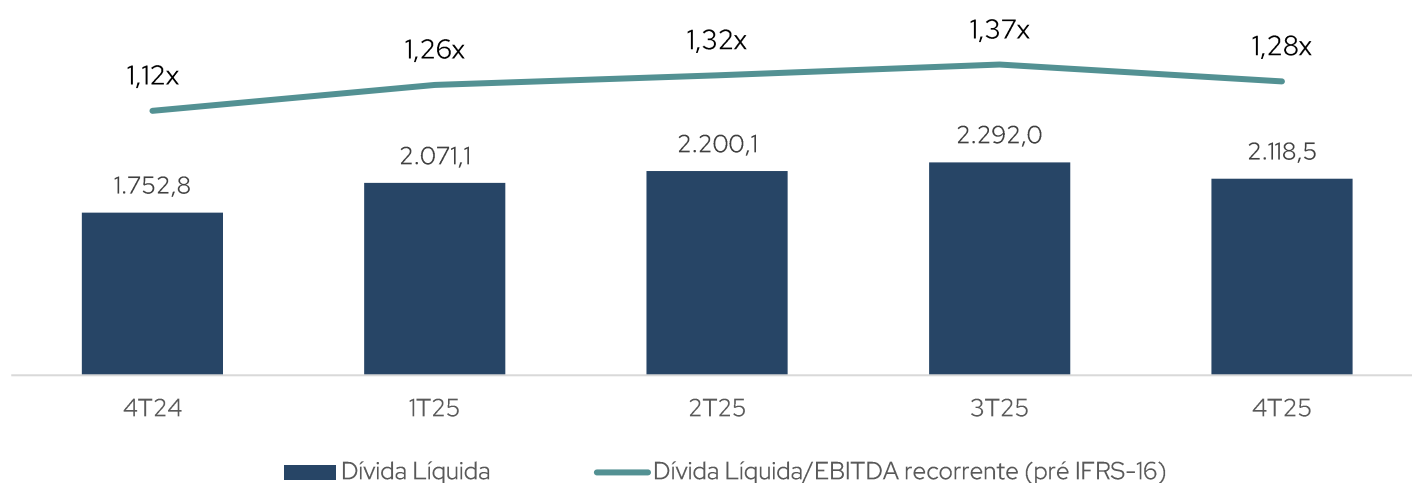
Pagamento de dividendos – Durante o 4T25, a Companhia realizou o pagamento de R\$ 500 milhões em dividendos. Desconsiderando o pagamento dos proventos, o indicador Dívida Líquida / EBITDA recorrente LTM (pré IFRS-16) reduziria para 0,98x.

Recebíveis de cartão de crédito – A Companhia encerrou o trimestre com um saldo relevante de R\$ 1.270,0 milhões em recebíveis de cartões de crédito, reforçando a liquidez operacional e a capacidade de financiamento de curto prazo.

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
<i>Dívida Líquida / EBITDA recorrente LTM (pré IFRS-16)</i>	1,12x	1,26x	1,32x	1,37x	1,28x

Dívida Líquida e Alavancagem

R\$ Milhões



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

Indicadores Financeiros

CAPEX

No 4T25, o CAPEX totalizou R\$ 96,0 milhões, 50,8% inferior ao do 4T24. Em 2025, o CAPEX foi de R\$ 383,7 milhões, uma redução de 30,8% em relação ao investimento do ano anterior, em linha com o foco da Companhia em geração de caixa e diligência de alocação de capital, priorizando projetos que possuem maior retorno.

No 4T25, destacam-se os seguintes pontos:

- **Corporativo** – investimentos em tecnologia, principalmente nas unidades Fashion Women e Shoes & Bags.
- **Lojas** – destaque para o investimento em lojas da unidade de negócio Fashion (Women e Men), principalmente, na abertura de lojas FARMRio, FARM ETC e Reserva, além de reforma de lojas Animale e Maria Filó.
- **Outros** – investimentos na operação internacional da FARMRio.

R\$ Milhões	4T24	4T25	4T25 vs. 4T24	2024 (pro forma)	2025	2025 vs. 2024
CAPEX	195,2	96,0	-50,8%	554,4	383,7	-30,8%
Corporativo	73,0	52,2	-28,5%	251,3	219,3	-12,7%
Lojas	92,5	37,8	-59,1%	210,8	121,0	-42,6%
Outros	29,7	6,0	-79,8%	92,3	43,4	-53,0%

Anexos

Indicadores Financeiros

4T25

R\$ Milhões	4T24 (contábil)	4T25 (contábil)	4T24 recorrente (pro forma)	4T25 recorrente	Δ (%) recorrente 4T25 vs. 4T24
Receita Bruta	4.221,7	4.126,2	4.221,7	4.126,2	-2,3%
Receita Bruta (Continuadas)	4.094,8	4.124,1	4.094,8	4.124,1	0,7%
Receita Líquida	3.403,9	3.263,4	3.403,9	3.263,4	-4,1%
CMV	(1.575,4)	(1.466,8)	(1.515,8)	(1.466,8)	-3,2%
CMV (ex. D&A)	(1.564,1)	(1.456,7)	(1.504,5)	(1.456,7)	-3,2%
CMV (ex. D&A ex. IFRS-16)	(1.565,4)	(1.458,0)	(1.505,8)	(1.458,0)	-3,2%
Arrendamento (impacto IFRS-16)	1,3	1,3	1,3	1,3	0,0%
Depreciação e Amortização	(11,3)	(10,1)	(11,3)	(10,1)	-10,6%
Lucro Bruto	1.828,5	1.796,6	1.888,1	1.796,6	-4,8%
Margem Bruta	53,7%	55,1%	55,5%	55,1%	-0,4 p.p.
Despesas	(2.041,9)	(1.561,2)	(1.525,4)	(1.444,3)	-5,3%
Despesas (ex. D&A)	(1.885,8)	(1.406,7)	(1.380,2)	(1.305,6)	-5,4%
(%) Receita Líquida	55,4%	43,1%	40,5%	40,0%	-0,5 p.p.
Fixas	(632,6)	(583,3)	(536,5)	(573,2)	6,8%
(%) Receita Líquida	18,6%	17,9%	15,8%	17,6%	1,8 p.p.
Variáveis	(742,2)	(678,0)	(719,6)	(668,6)	(7,1%)
(%) Receita Líquida	21,8%	20,8%	21,1%	20,5%	-0,6 p.p.
Eventuais	(586,3)	(220,0)	(199,4)	(138,4)	-30,6%
(%) Receita Líquida	17,2%	6,7%	5,9%	4,2%	-1,7 p.p.
Arrendamentos (Impacto IFRS-16)	75,3	74,6	75,3	74,6	(0,9%)
(%) Receita Líquida	-2,2%	-2,3%	-2,2%	-2,3%	-0,1 p.p.
Depreciação e Amortização	(156,1)	(154,5)	(145,2)	(138,7)	(4,5%)
EBITDA	(46,0)	400,0	519,2	501,1	-3,5%
Margem EBITDA	-1,4%	12,3%	15,3%	15,4%	0,1 p.p.
EBITDA (pré IFRS-16)	(122,6)	324,1	442,6	425,2	-3,9%
Margem EBITDA (pré IFRS-16)	-3,6%	9,9%	13,0%	13,0%	0,0 p.p.
EBIT	(213,4)	235,4	362,7	352,3	-2,9%
Resultado Financeiro	(156,8)	(213,8)	(156,8)	(213,8)	36,4%
EBT	(370,2)	21,6	205,9	138,5	-32,7%
IR e CSLL	302,3	69,2	(37,0)	29,5	n.a.
Lucro Líquido	(67,9)	90,8	168,9	168,0	-0,5%
Margem Líquida	-2,0%	2,8%	5,0%	5,1%	0,1 p.p.

Indicadores Financeiros

2025

R\$ Milhões	2024 (pro forma)	2025 (contábil)	2024 recorrente (pro forma)	2025 recorrente	Δ (%) recorrente 2025 vs. 2024
Receita Bruta	14.159,8	14.776,3	14.159,8	14.774,2	4,3%
Receita Bruta (Continuadas)	13.730,8	14.707,4	13.730,8	14.705,3	7,1%
Receita Líquida	11.578,5	11.819,5	11.578,5	11.831,1	2,2%
CMV	(5.259,3)	(5.324,2)	(5.194,6)	(5.313,3)	2,3%
CMV (ex. D&A)	(5.218,5)	(5.283,5)	(5.153,8)	(5.272,6)	2,3%
CMV (ex. D&A ex. IFRS-16)	(5.223,7)	(5.288,7)	(5.159,0)	(5.277,8)	2,3%
Arrendamento (impacto IFRS-16)	5,2	5,2	5,2	5,2	0,0%
Depreciação e Amortização	(40,8)	(40,7)	(40,8)	(40,7)	-0,2%
Lucro Bruto	6.319,2	6.495,3	6.383,9	6.517,8	2,1%
Margem Bruta	54,6%	55,0%	55,1%	55,1%	0,0 p.p.
Despesas	(5.687,6)	(5.357,1)	(5.111,7)	(5.186,8)	1,5%
Despesas (ex. D&A)	(5.120,3)	(4.715,4)	(4.590,1)	(4.617,4)	0,6%
(%) Receita Líquida	44,2%	39,9%	39,6%	39,0%	-0,6 p.p.
Fixas	(2.108,2)	(1.973,6)	(1.893,3)	(1.966,2)	3,9%
(%) Receita Líquida	18,2%	16,7%	16,4%	16,6%	0,2 p.p.
Variáveis	(2.331,5)	(2.374,7)	(2.309,7)	(2.363,1)	2,3%
(%) Receita Líquida	20,1%	20,1%	19,9%	20,0%	0,1 p.p.
Eventuais	(950,5)	(651,4)	(657,0)	(572,4)	-12,9%
(%) Receita Líquida	8,2%	5,5%	5,7%	4,8%	-0,9 p.p.
Arrendamentos (Impacto IFRS-16)	269,9	284,3	269,9	284,3	5,3%
(%) Receita Líquida	-2,3%	-2,4%	-2,3%	-2,4%	-0,1 p.p.
Depreciação e Amortização	(567,3)	(641,7)	(521,6)	(569,4)	9,2%
EBITDA	1.239,7	1.820,6	1.834,6	1.941,1	5,8%
Margem EBITDA	10,7%	15,4%	15,8%	16,4%	0,6 p.p.
EBITDA (pré IFRS-16)	964,6	1.531,1	1.559,5	1.651,6	5,9%
Margem EBITDA (pré IFRS-16)	8,3%	13,0%	13,5%	14,0%	0,5 p.p.
EBIT	631,6	1.138,2	1.272,2	1.331,0	4,6%
Resultado Financeiro	(611,8)	(781,9)	(611,8)	(779,7)	27,4%
EBT	19,8	356,3	660,4	551,3	-16,5%
IR e CSLL	181,4	554,9	(69,7)	219,4	n.a.
Lucro Líquido	201,2	911,2	590,7	770,7	30,5%
Margem Líquida	1,7%	7,7%	5,1%	6,5%	1,4 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 totalizou R\$ 501,1 milhões no 4T25, com margem de 15,4%:

- **Receita Bruta, Deduções:** ajustes realizados no 3T25 referentes ao repasse de sete lojas próprias deficitárias da Hering para franqueados, como parte do plano de revisão do parque de lojas e capital investido.
- **CMV:** sem impacto líquido, com baixas de ativos não recorrentes compensadas por ganhos tributários.
- **Despesas:** o ajuste é composto, principalmente, pela baixa de ativos da Sunset e encerramento da fábrica de Paraobé (R\$ 104,8 milhões), apropriação de despesas referentes ao programa de incentivo de longo prazo (R\$ 12,7 milhões) e provisões referentes a temas tributários (R\$ 68,3 milhões), tais como: exclusão de ICMS na base de PIS/COFINS e ISS sobre royalties. Esses impactos foram parcialmente compensados por reversão de provisão de DIFAL e outros ganhos tributários (R\$ 107,1 milhões).

R\$ Milhões	4T24	4T25	2024 (pro forma)	2025
EBITDA	(46,0)	400,0	1.239,7	1.820,6
Ajustes ao EBITDA impactando as linhas:	565,2	101,1	594,9	120,5
Receita Bruta	0,0	0,0	0,0	(2,1)
Deduções	0,0	0,0	0,0	13,7
CMV	59,6	0,0	64,7	10,9
Despesas	505,6	101,1	530,2	98,0
EBITDA Recorrente	519,2	501,1	1.834,6	1.941,1
Margem EBITDA Recorrente	15,3%	15,4%	15,8%	16,4%
CMV (impacto IFRS-16)	(1,3)	(1,3)	(5,2)	(5,2)
Despesas (impacto IFRS-16)	(75,3)	(74,6)	(269,9)	(284,3)
EBITDA Recorrente (pré IFRS-16)	442,6	425,2	1.559,5	1.651,6
Margem EBITDA Recorrente (pré IFRS-16)	13,0%	13,0%	13,5%	14,0%

Indicadores Financeiros

Reconciliação do Lucro Líquido Recorrente

- **Ajustes ao EBITDA:** explicações detalhadas na seção “Reconciliação do EBITDA recorrente” deste relatório.
- **Depreciação e Amortização:** Amortização de mais valia (valores justos CPC15/IFRS3 – combinação dos negócios) da Cia Hering (R\$ 10,6 milhões) e do Grupo Soma (R\$ 5,2 milhões) no 4T25 que somam R\$ 72,3 milhões em 2025.
- **Resultado Financeiro:** atualização monetária de earn-out referente à aquisição da marca Carol Bassi, cujo pagamento foi efetuado em 10/04/2025 no 2T25.
- **IRPJ/CSLL:** Efeito dos ajustes de EBITDA e depreciação e amortização no IRPJ/CSLL (34%) no montante de R\$39,7 milhões no 4T25. Em 2025, tivemos a reversão IRPJ e CSLL sobre subvenção ICMS (RJ) referente ao exercício de 2024 (R\$ 269,2 milhões) no 2T25.

R\$ Milhões	4T24	4T25	2024 (pro forma)	2025
Lucro Líquido	(67,9)	90,8	201,2	911,2
Ajustes de EBITDA	565,2	101,1	594,9	120,5
Depreciação e Amortização	10,9	15,8	45,7	72,3
Resultado Financeiro	0,0	0,0	0,0	2,2
IRPJ e CSLL	(339,3)	(39,7)	(251,1)	(335,5)
Lucro Líquido Recorrente	168,9	168,0	590,7	770,7
Margem Líquida Recorrente	5,0%	5,1%	5,1%	6,5%

Balanço Patrimonial

Visão Contábil (R\$ milhões)

Ativo	4T24	4T25
Ativo circulante	6.831,7	6.924,6
Caixa e equivalentes de caixa	181,2	320,6
Aplicações financeiras	593,4	760,7
Contas a receber	2.816,3	2.714,3
Estoques	2.218,8	2.142,8
Instrumentos financeiros – derivativos	136,0	17,6
Impostos a recuperar	323,4	355,9
IRPJ e CSLL a recuperar	197,6	281,5
Outros créditos	365,0	331,2
Ativo não circulante	8.421,9	8.524,0
Aplicações financeiras	1,0	0,4
Instrumentos financeiros – derivativos	62,3	67,8
Contas a receber de clientes	11,5	10,0
Depósitos judiciais	205,7	227,0
IRPJ e CSLL diferidos	1.051,8	1.655,2
Impostos a recuperar	776,1	822,8
IRPJ e CSLL a recuperar	249,8	91,6
Outros créditos	9,3	8,8
Investimentos	-	32,9
Propriedades para investimento	4,1	4,1
Imobilizado	2.308,9	2.116,1
Intangível	3.741,4	3.487,3
Total do Ativo	15.253,5	15.448,6
Passivo	4T24	4T25
Passivo circulante	4.517,1	3.765,6
Empréstimos e financiamentos	1.476,5	1.031,1
Fornecedores	1.817,8	1.687,3
Instrumentos financeiros derivativos	-	3,5
Arrendamento	213,1	213,2
Obrigações fiscais e sociais	269,3	201,1
Obrigações trabalhistas	351,5	317,5
Parcelamento de impostos	17,6	13,0
Obrigações a pagar na aquisição de controlada	31,5	75,0
Outras obrigações	338,5	222,6
Receitas diferidas	1,3	1,3
Passivo não circulante	3.014,9	3.705,8
Empréstimos e financiamentos	1.178,2	2.195,5
Fornecedores	-	1,6
Arrendamento	662,5	556,8
Provisões para riscos trabalhistas, fiscais e cíveis	675,5	606,5
Outras obrigações	25,6	8,7
Impostos diferidos	245,6	222,4
Obrigações a pagar na aquisição de controlada	196,1	97,4
Parcelamento de impostos	27,6	14,4
Receitas diferidas	3,8	2,5
Patrimônio líquido	7.721,5	7.977,2
Capital social	2.317,2	2.317,2
Ações em tesouraria	(1,2)	(161,7)
Reservas de capital	4.234,7	4.261,6
Reserva de lucros	283,5	694,7
Reserva de Incentivos Fiscais	879,1	879,1
Ajuste de avaliação Patrimonial	(6,3)	(8,5)
Resultados abrangentes	(4,4)	(5,2)
Participação de não controladores	18,9	-
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	15.253,5	15.448,6

Demonstrativo de Resultados

Visão Contábil

R\$ Milhões	4T24	4T25	4T25 vs. 4T24	2024	2025	2025 vs. 2024
Receita Líquida	3.403,9	3.263,4	(4,1%)	8.379,8	11.819,5	41,0%
Custos dos produtos vendidos	(1.575,4)	(1.466,8)	(6,9%)	(3.914,7)	(5.324,2)	36,0%
Lucro Bruto	1.828,5	1.796,6	(1,7%)	4.465,1	6.495,3	45,5%
Receitas (despesas) operacionais	(2.041,9)	(1.561,2)	(23,5%)	(4.081,5)	(5.357,1)	31,3%
Comerciais	(1.081,7)	(1.160,0)	7,2%	(2.843,2)	(3.956,6)	39,2%
Administrativas e Gerais	(603,7)	(400,0)	(33,7%)	(1.065,4)	(1.468,5)	37,8%
Outras receitas (despesas) líquidas	(356,5)	(1,2)	(99,7%)	(172,9)	68,0	(139,3%)
Lucro antes do resultado financeiro	(213,4)	235,4	(210,3%)	383,6	1.138,2	196,7%
Resultado Financeiro	(156,8)	(213,8)	36,4%	(393,6)	(781,9)	98,7%
Lucro antes do IR e CS	(370,2)	21,6	(105,8%)	(10,1)	356,3	(3627,7%)
Imposto de Renda e Contribuição Social	302,3	69,2	(77,1%)	348,5	554,9	59,2%
Corrente	77,2	(1,1)	(101,4%)	65,5	8,7	(86,7%)
Diferido	225,1	70,3	(68,8%)	283,0	546,2	93,0%
Lucro Líquido do Período	(67,9)	90,8	(233,7%)	338,5	911,2	169,2%

Demonstrativo de Fluxo de Caixa

Visão Contábil

R\$ Milhões	2024	2025
Atividades Operacionais		
Lucro líquido do exercício	338,5	911,2
Ajustes - conciliação do resultado à geração de caixa da atividade operacional	667,4	665,0
Depreciações e amortizações	414,9	697,5
Perda por Impairment	131,9	56,2
Lucro de investimentos financeiros	(56,0)	(63,2)
Encargos financeiros e variação cambial sobre financiamentos	413,1	189,9
Imposto de renda e contribuição social	(348,6)	(554,9)
Outros	112,1	339,4
Decréscimo (acrécimo) em ativos	(899,0)	140,5
Contas a receber de clientes	(287,3)	100,9
Estoques	(273,4)	48,2
Impostos a recuperar	(166,9)	(9,3)
Variação de outros ativos	(167,2)	22,1
Depósitos judiciais	(4,2)	(21,4)
(Decréscimo) acréscimo em passivos	257,1	(641,7)
Fornecedores	205,5	(108,3)
Obrigações trabalhistas	(14,5)	(96,8)
Obrigações fiscais e sociais	118,2	(40,4)
Variação de outros passivos	117,1	(119,7)
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	(6,9)	(36,8)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(162,3)	(239,7)
Caixa gerado pelas atividades operacionais	364,0	1.075,0

Demonstrativo de Fluxo de Caixa

Visão Contábil

R\$ Milhões	2024	2025
Atividades de Investimento		
Aquisição de ativos fixos e intangíveis	(419,0)	(383,7)
Aplicações financeiras	(5.562,1)	(10.532,4)
Resgate de aplicações financeiras	6.039,3	10.406,0
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	525,1	(534,4)
Atividades de financiamento		
Captações de empréstimos	658,4	1.781,2
Pagamentos de empréstimos financiamento	(968,5)	(1.154,9)
Pagamento de obrigação na aquisição de controlada	(89,9)	(56,4)
Contraprestação de arrendamento	(211,3)	(296,6)
Pagamento de dividendos	(60,0)	(500,0)
Custo na emissão de debentures	-	(4,6)
Gastos na emissão de ações	(1,8)	-
Recompra de Ações	-	(166,8)
Juros sobre capital próprio	(118,7)	-
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(791,8)	(398,1)
Aumento (redução) em caixas e equivalentes de caixas	97,3	142,5
Caixa e equivalentes de caixa		
Efeito da variação cambial de caixa e equivalentes de caixa	10,6	(3,1)
Caixa e equivalentes de caixa iniciais	73,3	181,2
Caixa e equivalentes de caixa finais	181,2	320,6
Aumento (redução) em caixas e equivalentes de caixas	97,3	142,5

Rede de Lojas⁽¹⁾

Lojas	4T24	1T25	2T25	3T25	4T25
Azzas 2154					
Área (m²)	211.109	209.717	208.452	208.039	213.289
Área (m²) - Continuadas	209.439	209.014	208.323	208.039	213.289
Lojas Próprias	87.794	87.728	87.890	87.688	91.512
Franquias	121.646	121.286	120.434	120.351	121.777
Área (m²) - Descontinuadas	1.669	704	129	0	0
Número de Lojas	2.129	2.086	2.061	2.033	2.063
Número de Lojas - Continuadas	2.111	2.076	2.059	2.033	2.063
Lojas Próprias	579	564	560	560	584
Franquias	1494	1470	1451	1424	1430
Internacional	38	42	48	49	49
Número de Lojas - Descontinuadas	18	10	2	0	0
Shoes & Bags⁽¹⁾					
Área (m²)	47.019	45.843	45.577	45.482	47.534
Área (m²) - Continuadas	46.703	45.843	45.577	45.482	47.534
Lojas Próprias	7.838	7.353	7.239	7.204	8.537
Franquias	38.865	38.490	38.337	38.278	38.997
Área (m²) - Descontinuadas	316	0	0	0	0
Número de Lojas	863	846	841	832	844
Número de Lojas - Continuadas	861	846	841	832	844
Lojas Próprias	83	77	75	74	81
Franquias	768	758	751	743	748
Internacional	10	11	15	15	15
Número de Lojas - Descontinuadas	2	0	0	0	0
Fashion Women					
Área (m²)	48.057	47.276	47.719	48.557	50.725
Lojas Próprias	47.061	46.280	46.723	47.732	49.972
Franquias	996	996	996	825	753
Número de Lojas	302	301	302	305	319
Lojas Próprias	282	278	277	283	298
Franquias	12	12	12	9	8
Internacional	8	11	13	13	13
Fashion Men					
Área (m²)	21.731	22.810	22.268	22.431	23.382
Área (m²) - Continuadas	20.501	22.177	22.209	22.431	23.382
Lojas Próprias	13.831	15.140	15.136	15.358	15.609
Franquias	6.670	7.037	7.074	7.074	7.774
Área (m²) - Descontinuadas	1.230	633	58	0	0
Número de Lojas	262	253	246	247	258
Número de Lojas - Continuadas	248	244	245	247	258
Lojas Próprias	147	142	142	144	146
Franquias	101	102	103	103	112
Número de Lojas - Descontinuadas	14	9	1	0	0
Basic					
Área (m²)	94.302	93.788	92.889	91.570	91.648
Área (m²) - Continuadas	94.178	93.718	92.818	91.570	91.648
Lojas Próprias	19.064	18.955	18.791	17.395	17.395
Franquias	75.115	74.763	74.027	74.175	74.253
Área (m²) - Descontinuadas	123	71	71	0	0
Número de Lojas	702	686	672	649	642
Número de Lojas - Continuadas	700	685	671	649	642
Lojas Próprias	67	67	66	59	59
Franquias	613	598	585	569	562
Internacional	20	20	20	21	21
Número de Lojas - Descontinuadas	2	1	1	0	0

Considerações sobre o Earnings Release 4T25/2025

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 2024, 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.

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, apresentamos as receitas brutas totais e as receitas brutas sob a ótica de marcas continuadas, ou seja, aquelas que permanecem no portfólio da Companhia. Os comentários são feitos sobre a evolução das receitas de marcas continuadas. As receitas de marcas descontinuadas são reportadas separadamente, em linha específica.

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 RIO **HERING** **Reserva** SCHUTZ

ALEXANDRE BIRMAN **ANACAPRI** ANIMALE B R I Z Z A AREZZO CAROL BASSI CRIS BARROS **#fabula** FARM RIO ETC

foxton **HERINGKIDS** **HERINGINTIMATES** **HERINGSPO RTS** **INK** MARIA FILÓ **nv**

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

Earnings Release 4T25/2025

Relações com Investidores
ri@azzas2154.com.br