

EARNINGS RELEASE 1T25

AZZAS

2154



A'21 54

Videoconferência de Resultados ZOOM

8 DE MAIO DE 2025
12h (BRASÍLIA) / 11h (US ET)

VIDEOCONFERÊNCIA
EM PORTUGUÊS
COM TRADUÇÃO
SIMULTÂNEA PARA O INGLÊS
<https://us06web.zoom.us/j/88111709240>

PREÇO DA AÇÃO E MARKET CAP –
AZZA3
7 DE MAIO DE 2025

PREÇO POR AÇÃO: R\$31,50
MARKET CAP: R\$ 6,5 Bi

AREZZO

AREZZO FARM RIO HERING Reserva SCHUTZ

ALEXANDRE BIRMAN ANACAPRI ANIMALE ANIMALE ORO B R I Z Z A AREZZO CAROL BASSI CRIS BARROS
*fabula L f o x t o u HERINGKIDS HERINGINTIMATES HERINGSPORTS INK MARIA FILÓ
nv OFFPREMIUM Oficina ReservaGo Reserva mini VANS OFF THE WALL Vicenza ZZ'MALL

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 1T25

DESTAQUES FINANCEIROS⁽¹⁾

Receita Bruta
Continuadas

R\$ 3,3 Bi

+16,1% vs. 1T24

EBITDA

R\$ 427,7 Mi (pós IFRS-16)

+23,3% vs. 1T24

R\$ 359,0 Mi (pré IFRS-16)

+28,2% vs. 1T24

Margem EBITDA

15,9% (pós IFRS-16)

+120 bps vs. 1T24

13,3% (pré IFRS-16)

+150 bps vs. 1T24

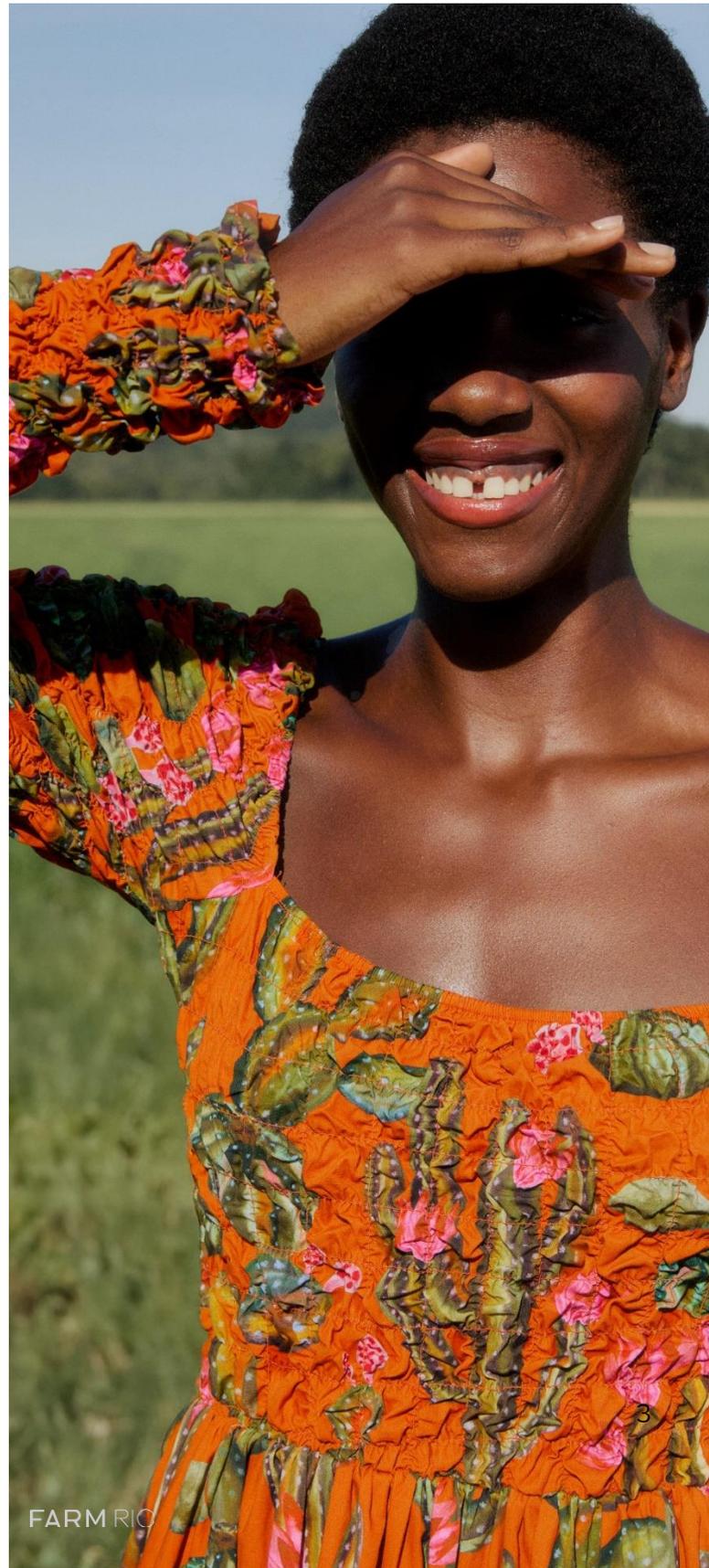
Lucro Líquido

R\$ 117,7 Mi

+15,6% vs. 1T24

R\$ 181,6 Mi (ex. Lei 14.789/23)

+20,3% vs. 1T24



(1) Todos os indicadores desta página referem-se à visão dos números: (i) recorrentes, isto é, excluindo impactos pontuais e extemporâneos; (ii) pro forma, isto é, simulam as Companhias Arezzo&Co e Grupo Soma combinadas nos períodos anteriores à conclusão da fusão. Veja a página 4 para mais detalhes.

Considerações sobre o Earnings Release 1T25



Resultados Pro forma

Em decorrência da incorporação do Grupo SOMA pela Arezzo&Co (“Combinação de Negócios”), a Azzas 2154 (nova denominação da Arezzo&Co.), passou a consolidar no 3T24 os resultados do Grupo SOMA a partir de agosto de 2024. Desde o 4T24, as demonstrações contábeis já refletem três meses de operações consolidadas. Para auxiliar o mercado na análise dos resultados e facilitar a sua visualização e interpretação, neste relatório, incluímos os indicadores financeiros pro forma para o 1T24, sendo estes meramente informativo e não revisados ou auditados.

A planilha de resultados disponibilizada no site de RI em (<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. Sendo assim, os números fornecidos se referem aos números pro forma das duas operações consolidadas.

Simplificação do Portfólio

Em 9 de dezembro de 2024, a Companhia anunciou a conclusão da revisão do seu portfólio de marcas que teve foco em: simplificação de estrutura, ROIC e geração de caixa. Como resultado desse processo, as marcas Alme, Dzarm, Reversa, Simples e TROC foram descontinuadas. Baw foi revendida aos fundadores da marca. A partir do 1T25, apresentamos neste relatório as aberturas da receita bruta sob a ótica de marcas continuadas, aquelas que seguem no nosso portfólio. As receitas decorrentes de marcas descontinuadas são apresentadas em uma linha separada.



Principais Indicadores

Indicadores financeiros consolidados

Principais Indicadores

PERFORMANCE DAS BUSINESS UNITS

Calçados e Acessórios consolida as marcas: Arezzo, Schutz, Anacapri, Alexandre Birman, Vans e Vicenza.

Vestuário Feminino consolida as marcas: Farm, Farm Global, Animale, NV, Cris Barros, Maria Filó, Carol Bassi⁽¹⁾, Fábula e Off Premium.

Vestuário Masculino consolida as marcas: Reserva, Oficina Reserva, Foxton⁽¹⁾, Reserva Mini, Reserva Go e Reserva Ink.

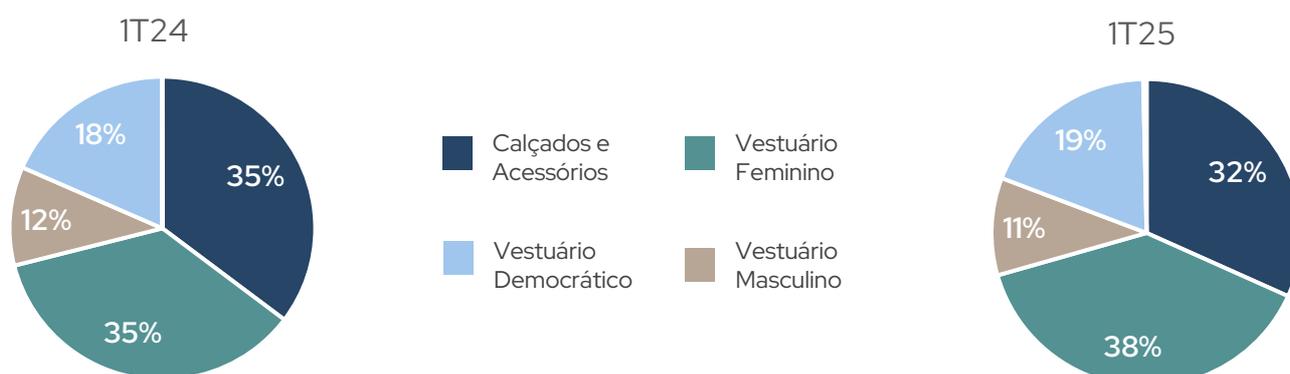
Vestuário Democrático consolida Hering, Hering Kids, Hering Sports, Hering Shoes e Hering Intimates.

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 e Baw.

R\$ Milhões	1T24 (pro forma)	1T25	1T25 vs. 1T24
Receita bruta	2.894,1	3.311,8	14,4%
Marcas Continuadas	2.807,8	3.260,2	16,1%
Calçados e Acessórios	990,9	1.038,2	4,8%
Vestuário Feminino	979,4	1.244,5	27,1%
Vestuário Democrático	515,9	616,1	19,4%
Vestuário Masculino	320,4	360,6	12,6%
Outros	1,2	0,8	-30,3%
Marcas Descontinuadas	86,3	51,6	-40,2%

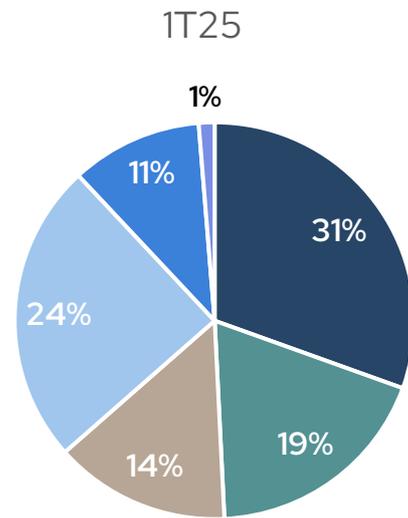
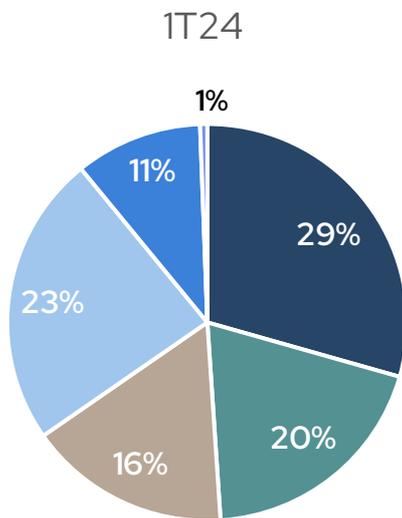
RECEITA BRUTA POR BUSINESS UNIT



(1) A marca Foxton passou a ser consolidada na BU Vestuário Masculino (antes era consolidada na BU Vestuário Feminino) e a Carol Bassi passou a ser consolidada na BU Vestuário Feminino (antes era consolidada na BU Calçados e Acessórios). As receitas dessas marcas foram historicamente alocadas nas atuais BU.

Principais Indicadores

RECEITA BRUTA POR CANAL



■ Lojas próprias ■ E-commerce ■ Franquias
■ Multimarcas ■ Internacional ■ Outros

■ Lojas próprias ■ E-commerce ■ Franquias
■ Multimarcas ■ Internacional ■ Outros

R\$ Milhões	1T24 (pro forma)	1T25	1T25 vs. 1T24
Receita bruta	2.894,1	3.311,8	14,4%
Marcas Continuadas	2.807,8	3.260,2	16,1%
Sell-Out	1.374,3	1.610,2	17,2%
Lojas próprias	826,1	998,5	20,9%
E-commerce	548,2	611,7	11,6%
Sell-In	1.127,8	1.270,7	12,7%
Franquias	459,6	466,1	1,4%
Multimarcas	668,2	804,6	20,4%
Internacional	289,3	348,3	20,4%
Outros	16,4	31,0	89,3%
Marcas Descontinuadas	86,3	51,6	-40,2%

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

Destques de vendas no ambiente digital no 1T25

E-COMMERCE

Receita bruta de **R\$ 611,7 milhões** (+11,6% vs. 1T24).

Participação de **19%** na receita bruta total de marcas continuadas.

Crescimento da receita de e-commerce da BU Vestuário Democrático **+41,4%** e representou **17,2%** da receita da BU.

CRM

Atingimos **aumento de ticket médio e frequência de compra em todas as BU.**

Destaques de ticket médio:

+7,2% em Vestuário Masculino e
+6,7% em Vestuário Democrático.

Destaques de frequência de compra:

+4,4% em Vestuário Democrático e
+3,7% em Vestuário Feminino.

150 MM

ACESSOS AOS SITES E APPS

2,0 MM

INSTALAÇÕES DE APPS

13,4 MM

+5,3% vs. 1T24

BASE ATIVA DE CLIENTES

(BASE ATIVA: COMPRA NOS ÚLTIMOS 12 MESES)

Indicadores Financeiros

1T25

R\$ Milhões	1T25 Contábil	1T24 recorrente (pro forma)	1T25 recorrente	Δ (%) 1T25 vs. 1T24 recorrente
Receita Bruta	3.311,8	2.894,1	3.311,8	14,4%
Receita Líquida	2.696,5	2.367,1	2.696,5	13,9%
CMV	(1.219,7)	(1.077,6)	(1.219,7)	13,2%
CMV (ex. D&A)	(1.209,2)	(1.068,0)	(1.209,2)	13,2%
CMV (ex. D&A ex. IFRS-16)	(1.210,5)	(1.069,3)	(1.210,5)	13,2%
Arrendamento (impacto IFRS-16)	1,3	1,3	1,3	0,0%
Depreciação e Amortização	(10,5)	(9,6)	(10,5)	9,4%
Lucro Bruto	1.476,8	1.289,5	1.476,8	14,5%
<i>Margem Bruta</i>	<i>54,8%</i>	<i>54,5%</i>	<i>54,8%</i>	<i>0,3 p.p.</i>
Despesas	(1.200,7)	(1.068,5)	(1.200,8)	12,4%
Despesas (ex. D&A)	(1.048,6)	(952,1)	(1.059,6)	11,3%
(%) <i>Receita Líquida</i>	38,9%	40,2%	39,3%	-0,9 p.p.
Fixas	(481,3)	(435,7)	(474,9)	9,0%
(%) <i>Receita Líquida</i>	17,8%	18,4%	17,6%	-0,8 p.p.
Variáveis	(537,1)	(467,8)	(535,0)	14,4%
(%) <i>Receita Líquida</i>	19,9%	19,8%	19,8%	0,1 p.p.
Eventuais	(97,6)	(114,2)	(117,1)	2,5%
(%) <i>Receita Líquida</i>	3,6%	4,8%	4,3%	-0,5 p.p.
Arrendamentos (Impacto IFRS-16)	67,4	65,6	67,4	2,7%
(%) <i>Receita Líquida</i>	-2,5%	-2,8%	-2,5%	0,3 p.p.
Depreciação e Amortização	(152,1)	(116,4)	(141,2)	21,3%
EBITDA	438,7	347,0	427,7	23,3%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>16,3%</i>	<i>14,7%</i>	<i>15,9%</i>	<i>1,2 p.p.</i>
EBITDA (pré IFRS-16)	370,0	280,1	359,0	28,2%
<i>Margem EBITDA (pré IFRS-16)</i>	<i>13,7%</i>	<i>11,8%</i>	<i>13,3%</i>	<i>1,5 p.p.</i>
EBIT	276,1	221,0	276,0	24,9%
Resultado Financeiro	(157,7)	(143,8)	(157,7)	9,7%
EBT	118,4	77,2	118,3	53,2%
IR e CSLL	(0,6)	24,6	(0,6)	-
Lucro Líquido	117,8	101,8	117,7	15,6%
<i>Margem Líquida</i>	<i>4,4%</i>	<i>4,3%</i>	<i>4,4%</i>	<i>0,1 p.p.</i>
Lucro Líquido (ex. Lei 14.789/23)	181,7	151,0	181,6	20,3%
<i>Margem Líquida (ex. Lei 14.789/23)</i>	<i>6,7%</i>	<i>6,4%</i>	<i>6,7%</i>	<i>0,4 p.p.</i>

Notas: (1) Apresentamos acima os resultados recorrentes para o 1T25. Os resultados pro forma para o 1T24 consideram os números combinados das empresas (Arezzo&Co e Grupo SOMA). Os resultados recorrentes que encontram-se detalhados nas páginas 27 e 30 deste relatório.



Unidade de Negócio

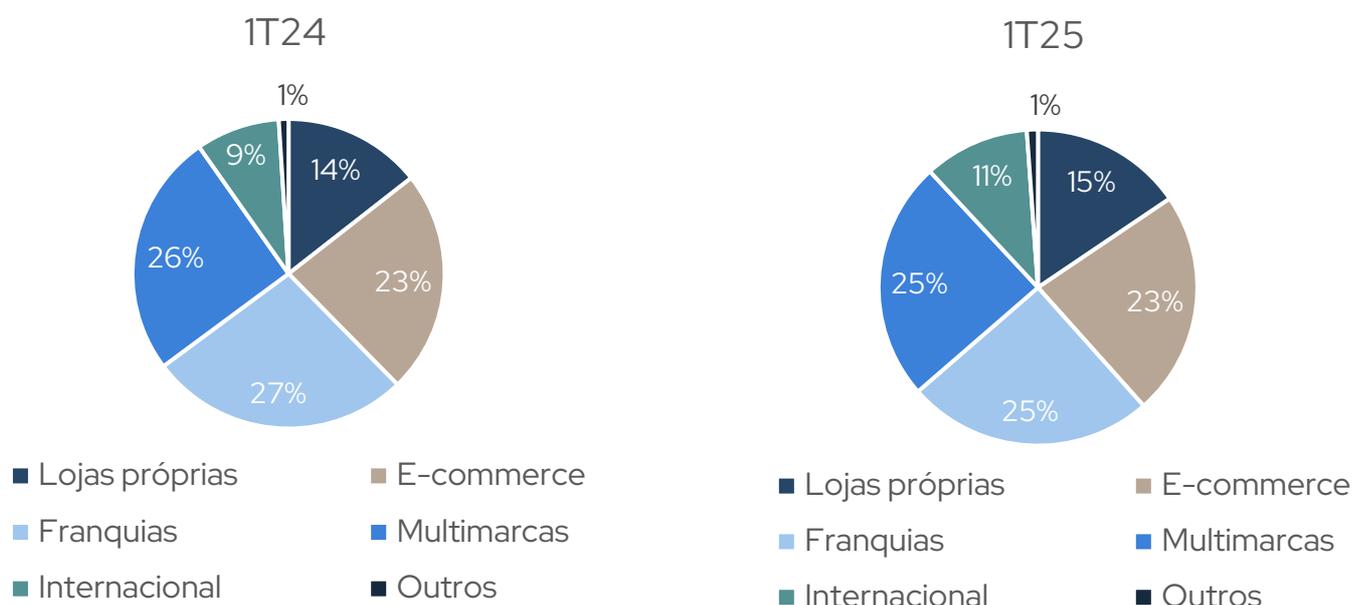
Calçados e Acessórios

Calçados e Acessórios

RECEITA BRUTA POR CANAL - CALÇADOS E ACESSÓRIOS

R\$ Milhões	1T24 (pro forma)	1T25	1T25 vs. 1T24
Receita Bruta	1.011,5	1.039,4	2,8%
Marcas Continuadas	990,9	1.038,2	4,8%
Canais Sell-Out	373,6	399,3	6,9%
Lojas Próprias	142,5	160,8	12,9%
E-commerce	231,2	238,5	3,1%
Canais Sell-In	521,0	515,8	-1,0%
Franquias	268,5	260,7	-2,9%
Multimarcas	252,5	255,1	1,0%
Internacional	86,2	111,5	29,3%
Outros⁽¹⁾	10,0	11,7	16,5%
Marcas Descontinuadas	20,6	1,2	-94,2%

RECEITA BRUTA POR CANAL



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

Calçados e Acessórios

- A receita bruta consolidada da BU (marcas continuadas) cresceu 4,8% vs. 1T24, com destaque para o crescimento das marcas Anacapri e Vans.
- Indicador Same Store Sales (SSS) de 3,9% e foi positivo em todos os três canais. Destaque para o SSS de lojas próprias (+9,0%), puxado principalmente pela marca Arezzo.
- O canal de lojas próprias cresceu 12,9% vs. 1T24, mesmo sobre a forte base de comparação (+13,5%) do 1T24. O canal e-commerce desacelerou em relação ao trimestre anterior.
- O canal de franquias foi o principal ofensor do crescimento da BU no período, que vem fazendo ajustes para retomar o crescimento das marcas neste canal. Na marca Arezzo, estamos com um projeto estruturado de Franchizzing que prioriza o sell-out do franqueado neste momento e permite um crescimento com níveis de estoques mais saudáveis, o que fomenta a compra de novos produtos e aumenta seu índice de satisfação com a marca.
- A operação internacional foi destaque positivo na BU, com crescimento de 29,3% vs. 1T24, refletindo a boa performance das três marcas (Arezzo, Schutz e Alexandre Birman) e expansão do canal multimarcas da Arezzo nos Estados Unidos.



SCHUTZ



FARM RIO

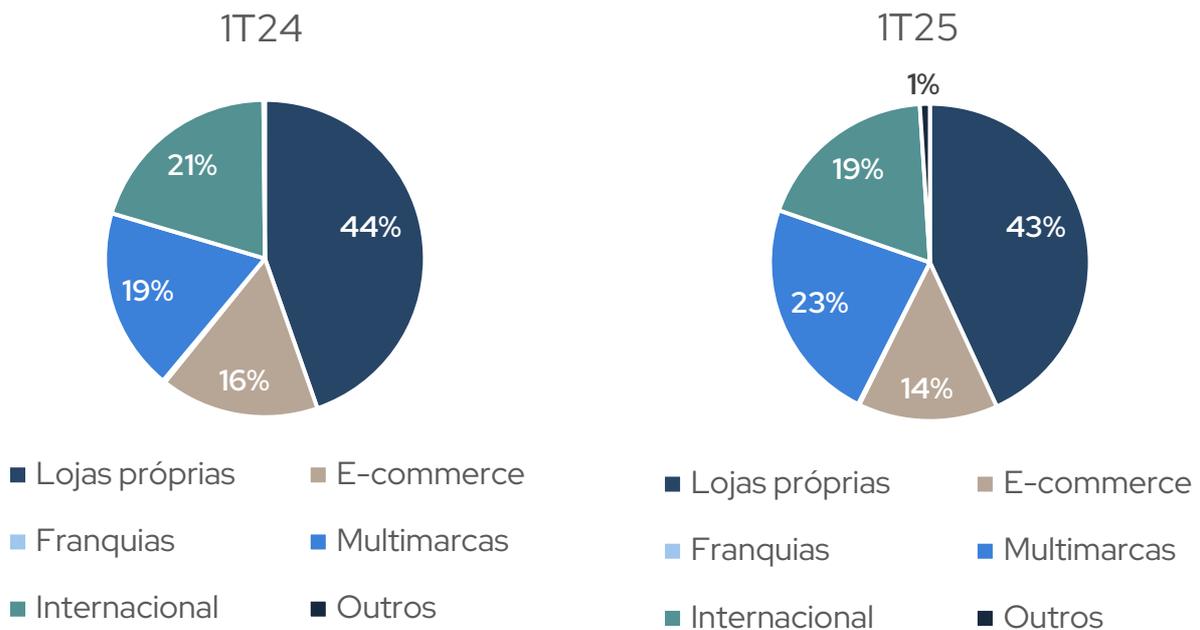
Unidade de Negócio

Vestuário Feminino

Vestuário Feminino

R\$ Milhões	1T24 (pro forma)	1T25	1T25 vs. 1T24
Receita Bruta	979,4	1.244,5	27,1%
Marcas Continuadas	979,4	1.244,5	27,1%
Sell-Out	589,0	705,7	19,8%
Lojas Próprias	429,4	528,8	23,2%
E-commerce	159,7	176,9	10,8%
Sell-In	185,7	289,1	55,7%
Franquias	2,5	1,8	-28,3%
Multimarcas	183,2	287,3	56,8%
Internacional	203,1	236,9	16,6%
Outros ⁽¹⁾	1,5	12,9	733,7%
Marcas Descontinuadas	0,0	0,0	-

RECEITA BRUTA POR CANAL



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

Vestuário Feminino

- No 1T25, a receita bruta do Vestuário Feminino cresceu 27,1% vs. 1T24, influenciada principalmente pela receita bruta do canal de multimarcas que cresceu 56,8% vs. 1T24.
- O aumento expressivo na receita deste canal foi decorrente da marca Farm, que cresceu 46,7% vs. 1T24 no Brasil. Vale ressaltar que houve um deslocamento de faturamento da coleção inverno no canal multimarcas, devido a receitas que historicamente são faturadas no segundo trimestre e, neste ano, foram faturadas no primeiro trimestre. Além disso, a NV ampliou o número de showrooms, explorando a avenida de crescimento no canal de multimarcas da marca.
- A receita bruta dos canais de sell-out cresceu 19,8% vs. 1T24. Destaque para o canal de lojas próprias, que apresentou crescimento de 23,2% e SSS de 17,5% versus 1T24, refletindo a performance das marcas Farm e NV, principalmente.
- A marca Farm, no território brasileiro, foi o grande destaque de crescimento para a BU. No mercado internacional, a marca cresceu 16,6% vs. 1T24.
- A marca Animale atingiu um crescimento de duplo dígito da sua receita na comparação com o 1T24, um marco importante no contexto de ajustes que vinham sendo feitos na marca.





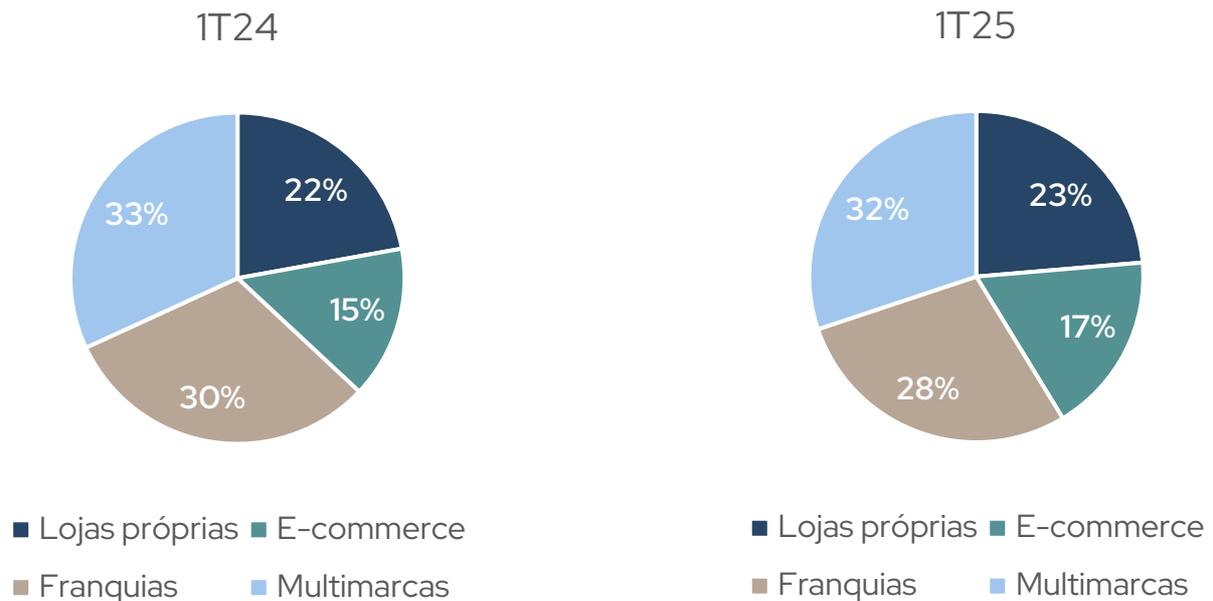
Unidade de Negócio

Vestuário Democrático

Vestuário Democrático

R\$ Milhões	1T24 (pro forma)	1T25	1T25 vs. 1T24
Receita Bruta	558,7	639,0	14,4%
Marcas Continuadas	515,9	616,1	19,4%
Sell-Out	186,2	247,3	32,8%
Lojas Próprias	111,4	141,5	27,0%
E-commerce	74,8	105,8	41,4%
Sell-In	327,1	364,9	11,5%
Franquias	156,5	170,7	9,0%
Multimarcas	170,6	194,2	13,8%
Outros⁽¹⁾	2,6	3,9	49,7%
Marcas Descontinuadas	42,8	22,9	-46,5%

RECEITA BRUTA POR CANAL



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

Vestuário Democrático

- Crescimento em todos os canais, demonstrando a consistência do trabalho nas frentes de (1) posicionamento de marca; (2) estratégia de marketing e calendário comercial; (3) evolução do portfólio feminino e masculino; (4) experiência física e online; e (5) gestão de relacionamento com franqueados e multimarcas.
- A BU manteve a forte trajetória de crescimento da receita de e-commerce (41,4%), que representou 17,2% da receita total no 1T25. A receita de lojas próprias cresceu 27,0% vs. 1T24 e encerrou o 1T25 com 67 lojas próprias da Hering, sendo 24 mega lojas (+7 vs. 1T24).
- O canal multimarcas reportou crescimento de 13,8%, reflexo do bom ritmo de implementação do novo GTM (go to market) do canal. A receita com franquias teve alta de 9,0% no trimestre. A BU encerrou o trimestre com um total de 618 franquias, destas lojas, 30 são mega lojas (+12 vs. 1T24).
- As mega lojas fortalecem a percepção de valor da marca, proporcionando um espaço de experiência e desejo, ao mesmo tempo que entregam melhor performance comercial e financeira. Nesse sentido, desenvolvemos um projeto arquitetônico, que já está presente em três novas operações inauguradas no conceito: a unidade do shopping Ibirapuera (São Paulo), em dezembro de 2024; do shopping Iguatemi (Campinas); e do shopping Bourbon (São Paulo), em abril de 2025. Todas com resultados bastante positivos em crescimento de receita e produtividade por metro quadrado.





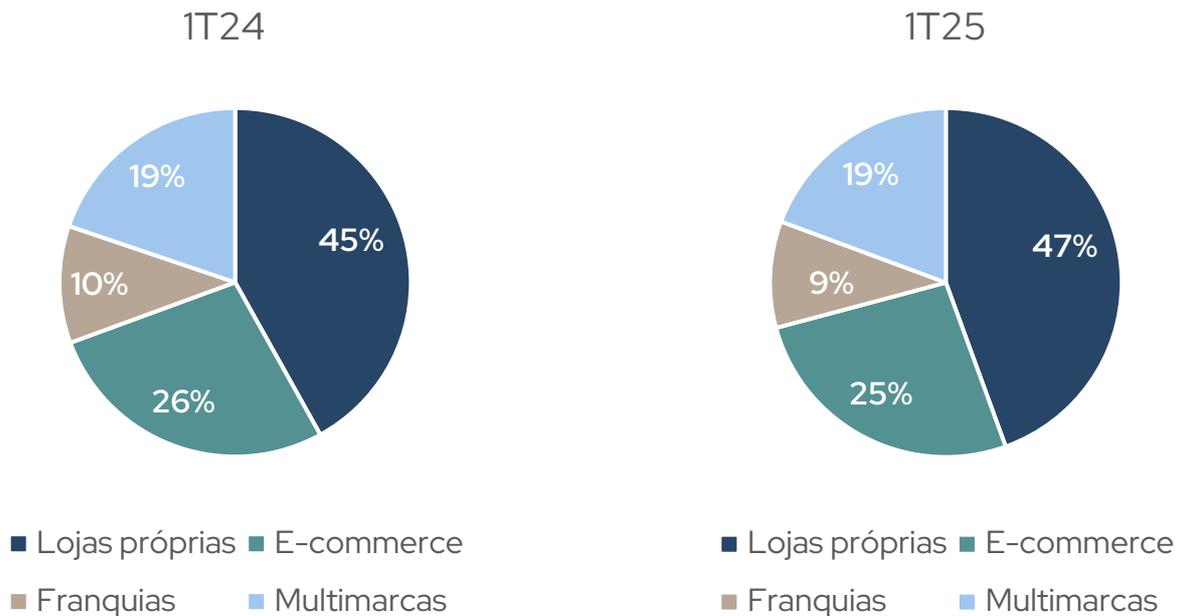
Unidade de Negócio

Vestuário Masculino

Vestuário Masculino

R\$ Milhões	1T24 (pro forma)	1T25	1T25 vs. 1T24
Receita Bruta	343,3	388,1	13,1%
Marcas Continuidas	320,4	360,6	12,6%
Sell-Out	225,4	257,8	14,4%
Lojas Próprias	142,8	167,4	17,2%
E-commerce	82,6	90,5	9,6%
Sell-In	94,0	101,0	7,5%
Franquias	32,1	32,9	2,7%
Multimarcas	61,9	68,1	10,0%
Outros ⁽¹⁾	1,0	1,7	71,9%
Marcas Descontinuadas	22,9	27,5	20,1%

RECEITA BRUTA POR CANAL



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

Vestuário Masculino

- Manutenção do crescimento sólido de receita (+12,6%) das marcas continuadas e forte indicador de SSS de 9,8% versus 1T24.
- Destaque para a receita de lojas próprias, que cresceram 17,2%, como reflexo de uma boa performance de SSS aliada à expansão do parque de lojas (+19 lojas vs. 1T24).
- A receita de e-commerce cresceu 9,6% vs. 1T24. Vale ressaltar que, em linha com a estratégia de priorizar rentabilidade, aumentamos uma venda a fullprice nas lojas em contrapartida de uma desaceleração no e-commerce através da adequação do volume de promoções e do investimento em marketing digital.
- A receita bruta do canal multimarcas apresentou crescimento de 10,0%.
- O canal de franquias, menos representativo, obteve uma participação de 8,5% da receita bruta no 1T25, com crescimento de 2,7% vs. 1T24. As franquias seguem com nível saudável de SSS no sell-out (+9%).



foxtón

ReservaGo



Indicadores Financeiros

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

Indicadores Financeiros

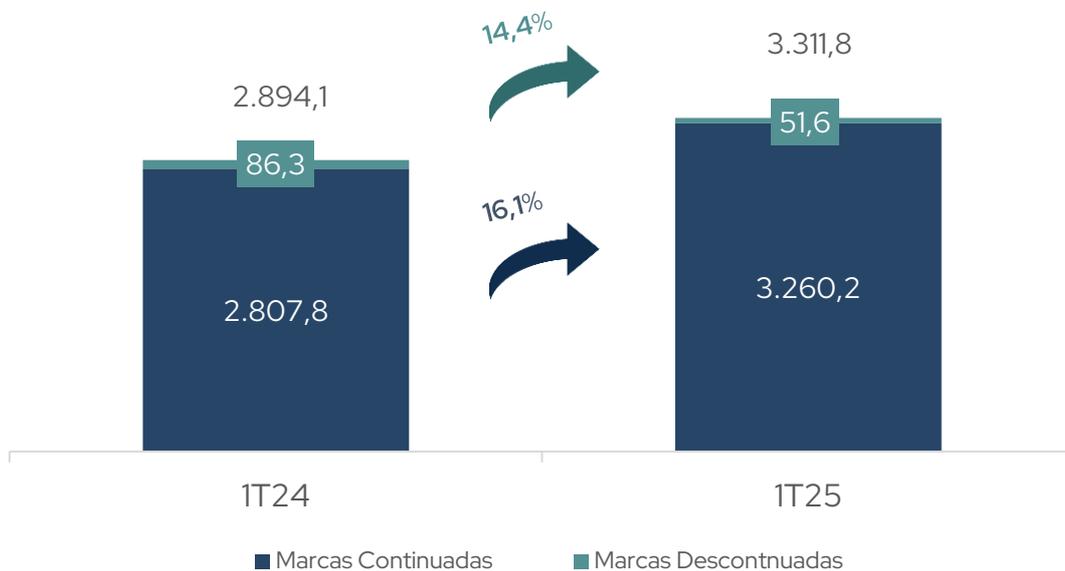
Receita consolidada

No 1T25, a receita bruta atingiu R\$ 3.311,8 milhões, +14,4% vs. 1T24. Na visão de marcas continuadas, a receita bruta totalizou R\$ 3.260,2 milhões, +16,1% vs. 1T24. O crescimento é explicado pelo forte desempenho das receitas da BU Vestuário Feminino (+27,1%), manutenção do forte crescimento da BU Vestuário Democrático (+19,4%) e o sólido crescimento da BU Vestuário Masculino (+12,6%).

Os canais de sell-out foram destaque, com crescimento de 17,2% vs. 1T24, principalmente em lojas próprias (+20,9%).

Receita Bruta Consolidada

R\$ milhões



Indicadores Financeiros

Lucro Bruto e Margem Bruta Recorrentes ⁽¹⁾

No 1T25, o lucro bruto recorrente totalizou R\$ 1.476,8 milhões, alta de 14,5% vs. 1T24. A margem bruta foi de 54,8%, +0,3 p.p. vs. 1T24, refletindo os seguintes impactos positivos: (1) diluição de custos fixos decorrente do forte crescimento da receita e (2) maior participação dos canais de sell-out na receita bruta.

R\$ Milhões	1T24 (pro forma)	1T25	1T25 vs. 1T24
Lucro bruto	1.285,9	1.476,8	14,8%
Ajustes ⁽¹⁾	(3,6)	0,0	-
Lucro bruto recorrente	1.289,5	1.476,8	14,5%
<i>Margem bruta recorrente</i>	<i>54,5%</i>	<i>54,8%</i>	<i>0,3 p.p</i>

Lucro Bruto Recorrente e Margem Bruta Recorrente Consolidada

R\$ milhões



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

Indicadores Financeiros

Despesas Recorrentes ex D&A ⁽¹⁾

No 1T25, as despesas recorrentes cresceram 11,3% vs. o 1T24, representando 39,3% da receita líquida (-0,9 p.p. vs. 1T24), isto é, gerando uma alavancagem operacional no período. Esse ganho de eficiência foi possível devido à não continuidade de despesas que ocorreram no período pós fusão, que pressionaram as margens ao longo do segundo semestre de 2024.

Destaque positivo para: (i) diluição das despesas fixas, decorrente do forte crescimento da receita líquida; (ii) redução das despesas eventuais, refletindo a racionalização de gastos relacionados a despesas eventuais.

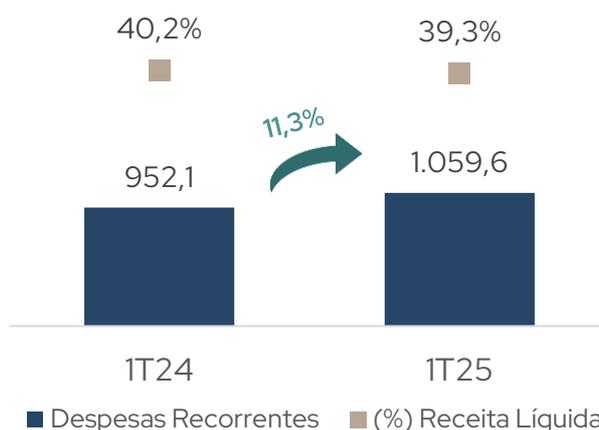
Por outro lado, a maior representatividade dos canais de sell-out no crescimento do trimestre geram maiores despesas variáveis devido ao modelo de negócios do canal.

Para 2025, esperamos uma contínua alavancagem operacional, em linha com a estratégia de integração pós fusão.

R\$ Milhões	1T24 (pro forma)	1T25	1T25 vs. 1T24
Despesas Recorrentes (ex D&A)	952,1	1.059,6	11,3%
<i>(%) Receita Líquida</i>	<i>40,2%</i>	<i>39,3%</i>	<i>-0,9 p.p</i>
Fixa	435,7	474,9	9,0%
<i>(%) Receita Líquida</i>	<i>18,4%</i>	<i>17,6%</i>	<i>-0,8 p.p</i>
Variável	467,8	535,0	14,4%
<i>(%) Receita Líquida</i>	<i>19,8%</i>	<i>19,8%</i>	<i>0,1 p.p</i>
Eventual	114,2	117,1	2,5%
<i>(%) Receita Líquida</i>	<i>4,8%</i>	<i>4,3%</i>	<i>-0,5 p.p</i>
Arrendamento (Impacto IFRS-16)	(65,6)	(67,4)	2,7%
<i>(%) Receita Líquida</i>	<i>-2,8%</i>	<i>-2,5%</i>	<i>0,3 p.p</i>

Despesas Recorrentes (ex D&A)

R\$ milhões



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

Indicadores Financeiros

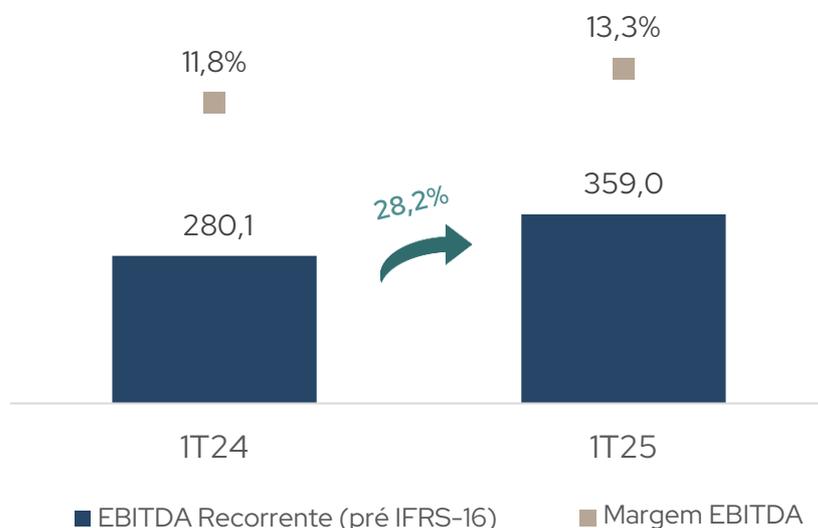
EBITDA e Margem EBITDA Recorrentes⁽¹⁾

No 1T25, o EBITDA recorrente pós IFRS-16 cresceu 23,3% vs. o 1T24, refletindo o sólido crescimento da receita, expansão na margem bruta (+0,3 p.p) e maior alavancagem operacional de despesas. Com isso, a margem EBITDA expandiu 1,2 p.p. vs. o ano anterior, atingindo 15,9% no trimestre. O EBITDA recorrente pré IFRS-16 cresceu 28,2% e a margem expandiu 1,5 p.p. vs. 1T24.

R\$ Milhões	1T24 (pro forma)	1T25	1T25 vs. 1T24
EBITDA	327,8	438,7	33,8%
Ajustes	(19,2)	11,0	n.a.
EBITDA recorrente	347,0	427,7	23,3%
<i>Mg. EBITDA recorrente</i>	<i>14,7%</i>	<i>15,9%</i>	<i>1,2 p.p</i>
EBITDA recorrente (pré-IFRS 16)	280,1	359,0	28,2%
<i>Mg. EBITDA recorrente (pré-IFRS 16)</i>	<i>11,8%</i>	<i>13,3%</i>	<i>1,5 p.p</i>

EBITDA e Margem EBITDA Recorrentes (pré-IFRS 16)

R\$ milhões e %



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

Indicadores Financeiros

Reconciliação do EBITDA Recorrente

- **ILP:** programa de incentivo de longo prazo (ILP), sem impacto em caixa no período.
- **Despesas de M&A (fusão Arezzo&Co e Soma):** referem-se às despesas extraordinárias relacionadas à fusão do Grupo SOMA com a Arezzo&Co. No 1T25, incorremos em despesas residuais que totalizaram R\$ 13,0 milhões, principalmente relacionada a consultorias estratégicas no contexto de estruturação de Azzas 2154 e mapeamento de sinergias.
- **Contingências Judiciais:** provisão de ação indenizatória (franquia Hering).
- **Parcelas apropriadas de earn-out referente a aquisições:** referente a Carol Bassi e Reserva INK.
- **Otimização de Portfólio:** reversão de provisão realizada no 4T24, referente à otimização de portfólio (loja Alexandre Birman – Bal Harbour).
- **Crédito Extemporâneo:** reconhecimento de crédito de PIS e COFINS sobre DIFAL da BU Calçados e Acessórios nos últimos 5 anos, uniformizando o entendimento do Grupo.
- **Ajustes históricos:** Não foram feitos quaisquer ajustes nos números pro forma. Trata-se de ajustes originais realizados separadamente pelas Companhias (Arezzo&Co e Grupo SOMA) em períodos anteriores à fusão.

R\$ Milhões	Impacto DRE	1T24 (pro forma)	1T25
EBITDA	-	327,8	438,7
ILP	Despesas	10,8	9,2
Otimização de Portfólio - SG&A	Despesas	0,0	(16,9)
Despesas de M&A (fusão Arezzo&Co e Soma)	Despesas	0,0	13,0
Contingências Judiciais	Despesas	0,0	6,2
Parcelas Apropriadas de Earn-out referente a Aquisições	Despesas	1,9	3,8
Crédito Extemporâneo	Despesas	0,0	(26,3)
CMV - Ajustes históricos	CMV	3,6	0,0
Despesas - Ajustes históricos	Despesas	2,9	0,0
EBITDA Recorrente	-	347,0	427,7
Margem EBITDA Recorrente	-	14,7%	15,9%
Arrendamento (impacto IFRS-16)	CMV	(1,3)	(1,3)
Arrendamento (impacto IFRS-16)	Despesas	(65,6)	(67,4)
EBITDA Recorrente (pré IFRS-16)	-	280,1	359,0
Margem EBITDA Recorrente (pré IFRS-16)	-	11,8%	13,3%

Indicadores Financeiros

Resultado Financeiro

No 1T25, a Companhia registrou uma despesa financeira líquida de R\$ 157,7 milhões, um aumento da despesa líquida de 9,7% vs. 1T24. O crescimento das despesa financeira líquida é explicado, principalmente, pelos seguintes fatores: (1) menor volume de caixa no período e (2) aumento de juros sobre financiamentos. Em março de 2025, a Companhia captou R\$ 600 milhões via emissão de debêntures com o objetivo de alongamento das dívidas que possuem vencimento no segundo semestre de 2025.

R\$ Milhões	1T24 (pro forma)	1T25	1T25 vs. 1T24
Resultado Financeiro	(143,8)	(157,7)	9,7%
Receitas Financeiras	46,0	24,2	-47,4%
Rendimentos de aplicações financeiras	25,0	11,1	-55,6%
Juros ativos	10,3	9,4	-8,7%
Variação monetária ativa	0,1	0,5	400,0%
Outras receitas financeiras	10,6	3,2	-69,8%
Despesas Financeiras	(175,6)	(180,9)	3,0%
Juros sobre financiamentos	(65,3)	(73,4)	12,4%
Despesas bancárias	(4,6)	(6,6)	43,5%
Despesas com custas cartoriais	(0,5)	(0,2)	-60,0%
Juros de arrendamento	(21,9)	(20,4)	-6,8%
Taxas adm. de cartão de crédito	(26,6)	(31,5)	18,4%
Outras despesas financeiras	(24,8)	(7,6)	-69,4%
AVP de fornecedores	(31,9)	(41,2)	29,2%
Variações cambiais e monetárias	(14,2)	(1,0)	-93,0%

Indicadores Financeiros

Lucro Líquido e Margem Líquida Recorrentes ⁽¹⁾

No 1T25, o lucro líquido recorrente totalizou R\$ 117,7 milhões, um aumento de 15,6% vs. 1T24, atingindo uma margem líquida de 4,4%. O aumento do lucro líquido reflete a melhora do EBIT (+24,8%), parcialmente compensada pelo efeito positivo na alíquota de IRPJ/CSLL do 1T24.

Excluindo-se os impactos da Lei 14.789/23, o crescimento do lucro líquido recorrente seria de 20,3%, isto é, ainda mais expressivo.

R\$ Milhões	1T24 (pro forma)	1T25	1T25 vs. 1T24
Lucro Líquido	80,2	117,8	46,9%
Ajustes	(21,6)	0,1	n.a.
Lucro Líquido Recorrente	101,8	117,7	15,6%
Margem Líquida Recorrente	4,3%	4,4%	0,1p.p
Lucro Líquido Recorrente ex. Lei 14.789/23	151,0	181,6	20,3%

Lucro Líquido e Margem Líquida Recorrentes

R\$ milhões e %



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

Indicadores Financeiros

Reconciliação do Lucro Líquido Recorrente

- **Ajustes do EBITDA:** explicações detalhadas na sessão “Reconciliação de EBITDA” deste relatório
- **D&A mais valia Hering:** impacto de valores justos CPC15/IFRS3 – combinação dos negócios.

R\$ Milhões	Impacto DRE	1T24 (pro forma)	1T25
Lucro Líquido	-	80,2	117,8
Ajustes de EBITDA	CMV e Despesas	19,2	(11,0)
Mais-valia Hering	Depreciação e Amortização	11,0	10,9
D&A - Ajustes históricos	CMV e Despesas	1,8	0,0
IRPJ e CSLL - Ajustes históricos	IRPJ e CSLL	0,5	0,0
Efeito dos Ajustes no IR/CS	IRPJ e CSLL	(10,9)	0,0
Lucro Líquido Recorrente	-	101,8	117,7
Margem Líquida Recorrente	-	4,3%	4,4%

Indicadores Financeiros

Dívida Líquida

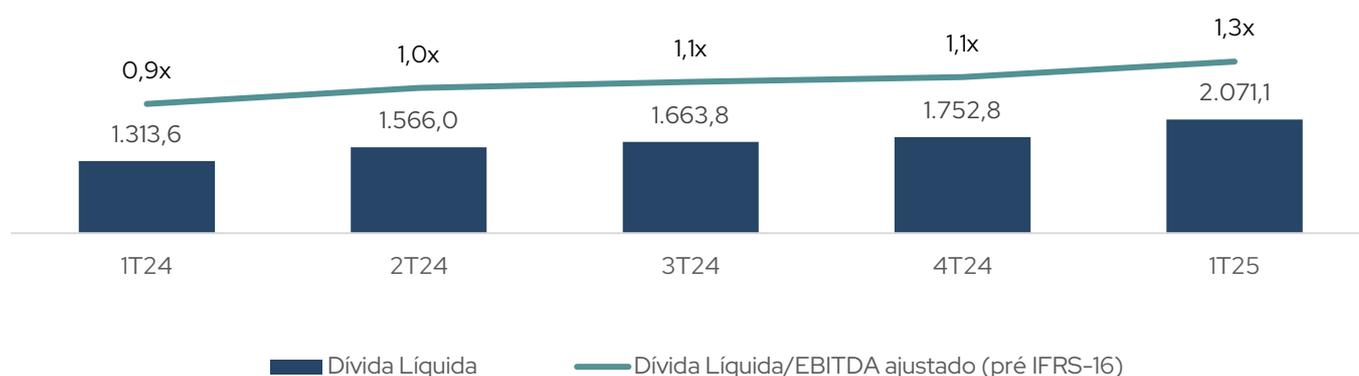
A Companhia encerrou o 1T25 com caixa de R\$ 1.103,4 milhões e dívida líquida de R\$ 2.071,1 milhões, com indicador Dívida líquida/EBITDA recorrente LTM (pré IFRS-16) de 1,3x. No trimestre, a empresa captou R\$ 600 milhões em debêntures, decorrente do alongamento de vencimentos previstos para o segundo semestre de 2025.

A Companhia encerrou o 1T25 com saldo total de recebíveis de cartões de crédito no valor de R\$ 840,6 milhões.

R\$ Milhões	1T24 (pro forma)	2T24 (pro forma)	3T24 (pro forma)	4T24	1T25
Caixa e equivalentes de caixa	1.363,7	1.310,8	766,4	774,5	1.103,4
Contratos de swap ⁽¹⁾	(18,3)	(52,9)	28,7	127,4	65,4
Dívida bruta	2.659,0	2.823,9	2.458,9	2.654,7	3.239,9
Curto prazo	1.123,8	1.222,8	903,1	1.476,5	1.904,1
% Dívida bruta	42,3%	43,3%	36,7%	55,6%	58,8%
Longo prazo	1.535,2	1.601,1	1.555,8	1.178,2	1.335,8
% Dívida bruta	57,7%	56,7%	63,3%	44,4%	41,2%
Dívida líquida	1.313,6	1.566,0	1.663,8	1.752,8	2.071,1
Dívida líquida / EBITDA recorrente (pré IFRS-16)	0,9x	1,0x	1,1x	1,1x	1,3x

Dívida Líquida e Alavancagem

R\$ Milhões



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

Indicadores Financeiros

CAPEX

No 1T25, o CAPEX totalizou R\$ 84,4 milhões, uma redução de 11,8% vs. 1T24.

Corporativo: Investimentos concentrados na área de tecnologia, principalmente, nas BU de Vestuário Feminino, Vestuário Democrático e Calçados e Acessórios.

Lojas: Menor investimento em reformas e aberturas. Os investimentos do trimestre foram concentrados na BU do Vestuário Feminino, principalmente na marca Farm e na BU Vestuário Democrático, com investimento em mega lojas.

Outros: Investimentos concentrados em Farm Global.

R\$ Milhões	1T24 (Pro forma)	1T25	1T25 vs. 1T24
CAPEX	95,7	84,4	-11,8%
Corporativo	47,5	46,5	-2,1%
Lojas	28,4	21,4	-24,6%
Outros	19,8	16,5	-16,7%



ANACAPRI

Anexos

Demonstrativo de Resultados

Visão Contábil

R\$ Milhões	1T24	1T25	1T25 vs. 1T24
Receita Líquida	1.072,2	2.696,5	151,5%
Custos dos produtos vendidos	(505,3)	(1.219,7)	141,4%
Lucro Bruto	566,9	1.476,8	160,5%
Receitas (despesas) operacionais	(459,7)	(1.200,7)	161,2%
Comerciais	(370,0)	(911,6)	146,4%
Administrativas e Gerais	(91,5)	(325,1)	255,3%
Outras receitas (despesas) líquidas	1,8	36,0	1900,0%
Lucro antes do resultado financeiro	107,2	276,1	157,6%
Resultado Financeiro	(47,6)	(157,7)	231,3%
Lucro antes do IR e CS	59,5	118,4	98,7%
Imposto de Renda e Contribuição Sociais	12,0	(0,6)	(105,0%)
Corrente	(13,8)	(9,5)	(31,2%)
Diferido	25,8	8,9	(65,5%)
Lucro Líquido do Período	71,6	117,8	64,5%

Balanço Patrimonial

Visão Contábil

Ativo	4T24	1T25
Ativo circulante	6.831,7	7.051,6
Caixa e equivalentes de caixa	181,2	136,0
Aplicações financeiras	593,4	967,4
Contas a receber de clientes	2.816,3	2.448,8
Estoques	2.218,8	2.457,0
Instrumentos financeiros derivativos	136,0	53,4
Impostos a recuperar	323,4	331,7
IR e CS a recuperar	197,6	225,4
Outros valores a receber	365,1	431,8
Ativo não circulante	8.421,9	8.291,5
Aplicações financeiras	1,0	7,3
Instrumentos financeiros derivativos	62,3	68,9
Contas a receber de clientes	11,5	10,8
Depósitos judiciais	205,7	209,1
Imposto de renda e contribuição social diferidos	1.051,8	1.147,2
Impostos a recuperar	1.025,9	1.064,8
Outros valores a receber	9,4	8,9
Investimentos	-	31,8
Propriedades para investimento	4,1	4,1
Imobilizado	2.308,9	2.230,1
Intangível	3.741,4	3.508,5
Total do Ativo	15.253,5	15.343,1
Passivo	4T24	1T25
Passivo circulante	4.517,1	4.562,1
Empréstimos e financiamentos	1.476,5	1.904,1
Fornecedores	1.817,8	1.641,9
Instrumentos financeiros derivativos Passivo	-	6,3
Arrendamento	213,1	210,1
Obrigações fiscais e sociais	269,3	207,3
Obrigações trabalhistas	351,5	364,6
Parcelamento de Impostos	17,6	16,9
Obrigações a pagar na aquisição de controlada	31,5	-
Outras contas a pagar	338,5	209,7
Receitas diferidas	1,3	1,3
Passivo não circulante	3.014,9	2.976,6
Empréstimos e financiamentos	1.178,2	1.335,8
Arrendamento	662,5	623,3
Provisões para riscos trabalhistas, fiscais e cíveis	675,5	578,3
Impostos diferidos	245,6	226,4
Obrigações a pagar na aquisição de controlada	196,1	168,5
Parcelamento de Impostos	27,6	24,8
Outras contas a pagar	25,6	16,0
Receitas diferidas	3,8	3,5
Patrimônio líquido	7.721,5	7.804,4
Capital social	2.317,2	2.317,2
Ações em tesouraria	(1,2)	(1,2)
Reservas de capital	4.234,7	4.240,0
Reserva de lucros	283,5	283,5
Reserva de Incentivos Fiscais	879,1	879,1
Ajuste de avaliação Patrimonial	(6,2)	(26,8)
Resultados abrangentes	(4,4)	(5,2)
Resultado do exercício	-	117,8
Participação de não controladores	18,9	-
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	15.253,5	15.343,1

Fluxo de Caixa

Visão Contábil

R\$ Milhões	1T24	1T25
Atividades Operacionais		
Lucro líquido do exercício	71,6	117,8
Ajustes - conciliação do resultado à geração de caixa da atividade operacional	64,3	183,0
Depreciações e amortizações	59,4	166,6
Lucro de investimentos financeiros	(13,8)	(7,6)
Encargos financeiros e variação cambial sobre financiamentos	50,2	(36,3)
Imposto de renda e contribuição social	(12,0)	0,6
Outros	(19,5)	59,7
Decréscimo (acrécimo) em ativos	72,6	(9,8)
Contas a receber de clientes	216,3	361,9
Estoques	(91,5)	(231,9)
Impostos a recuperar	(25,6)	(54,2)
Variação de outros ativos	(23,8)	(82,1)
Depósitos judiciais	(2,8)	(3,5)
(Decréscimo) acréscimo em passivos	(264,3)	(395,2)
Fornecedores	(186,9)	(155,2)
Obrigações trabalhistas	(18,0)	13,1
Obrigações fiscais e sociais	(22,5)	(70,1)
Variação de outros passivos	3,3	(124,2)
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	-	(4,9)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(40,2)	(53,9)
Caixa gerado pelas atividades operacionais	(55,7)	(104,1)

Fluxo de Caixa

Visão Contábil

R\$ Milhões	1T24	1T25
Atividades de Investimento		
Aquisição de ativos fixos e intangíveis	(41,5)	(84,4)
Aplicações financeiras	(850,0)	(2.131,2)
Resgate de aplicações financeiras	997,4	1.752,0
Aquisição de participação de não controladores	(8,8)	-
Baixa de caixa por perda de controle (Paris Texas)	-	(24,2)
Caixa líquido usado nas atividades de investimento	97,1	(487,8)
Atividades de financiamento		
Captações de empréstimos	50,8	766,6
Pagamentos de empréstimos financiamento	(43,2)	(87,9)
Pagamento de obrigação na aquisição de controlada	(31,9)	(57,0)
Contraprestação de arrendamento	(36,7)	(70,8)
Custo na emissão de debêntures	-	(3,3)
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(61,0)	547,6
Aumento (redução) em caixas e equivalentes de caixas	(19,7)	(44,3)
Caixa e equivalentes de caixa		
Efeito da variação cambial de caixa e equivalentes de caixa	(0,6)	(0,9)
Caixa e equivalentes de caixa iniciais	73,3	181,2
Caixa e equivalentes de caixa finais	53,0	136,0
Aumento (redução) em caixas e equivalentes de caixas	(19,7)	(44,3)

Rede de Lojas⁽¹⁾

	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25
AZZAS 2154					
Área (m²)	204.180	206.839	205.875	211.109	266.166
Lojas Próprias	84.779	86.872	86.398	89.421	144.880
Franquias	119.401	119.966	119.477	121.688	121.286
Número de Lojas	2.087	2.088	2.079	2.129	2.107
Lojas Próprias	577	578	577	596	589
Franquias	1.477	1.474	1.465	1.495	1.476
Internacional	33	36	37	38	42
BU Calçados e Acessórios⁽¹⁾					
Área (m²)	49.331	49.967	49.753	51.053	49.877
Lojas Próprias	11.431	11.962	11.870	12.187	11.387
Franquias	37.899	38.005	37.883	38.865	38.490
Número de Lojas	840	851	847	870	853
Lojas Próprias	88	92	91	92	84
Franquias	742	749	746	768	758
Internacional	10	10	10	10	11
BU Vestuário Feminino					
Área (m²)	45.450	46.209	45.683	47.324	47.253
Lojas Próprias	44.504	45.328	44.889	46.329	46.258
Franquias	946	881	794	996	996
Número de Lojas	315	310	309	326	323
Lojas Próprias	300	295	295	306	300
Franquias	11	8	6	12	12
Internacional	4	7	8	8	11
BU Vestuário Democrático					
Área (m²)	92.524	93.436	92.783	94.302	93.788
Lojas Próprias	18.098	18.618	18.535	19.187	19.025
Franquias	74.426	74.818	74.248	75.115	74.763
Número de Lojas	723	714	706	702	686
Lojas Próprias	71	71	70	69	68
Franquias	633	624	617	613	598
Internacional	19	19	19	20	20
BU Vestuário Masculino					
Área (m²)	16.876	17.226	17.657	18.430	19.509
Lojas Próprias	10.746	10.964	11.103	11.718	12.472
Franquias	6.130	6.262	6.553	6.712	7.037
Número de Lojas	209	213	217	231	245
Lojas Próprias	118	120	121	129	137
Franquias	91	93	96	102	108

(1) Para mais detalhamento referente ao número de lojas em cada BU, a planilha completa se encontra no site de RI da Companhia

Resultados Pro Forma

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

Em decorrência da incorporação do Grupo SOMA pela Arezzo&Co (“Combinação de Negócios”), a Azzas 2154 (nova denominação da Arezzo&Co), passou a consolidar no 3T24 os resultados do Grupo SOMA. Portanto, as demonstrações contábeis do 4T24 já refletem três meses de operações consolidadas.

Para auxiliar o mercado na análise dos resultados e facilitar a sua visualização e interpretação, neste relatório incluímos os indicadores financeiros pro forma para o 1T24, 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 foi elaborada 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, foram elaboradas pela Companhia, não tendo sido auditada e ou revisada pelos auditores independentes da Companhia e não constitui, sob qualquer hipótese, demonstrações financeiras, conforme a legislação e regulamentação aplicáveis;
3. As informações financeiras Pro Forma são apresentadas em caráter voluntário e não foi preparada 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 pela 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 da Azzas 2154, conforme o caso.

AZZAS

2154

O maior grupo de moda da América Latina

AREZZO FARM RIO **HERING** **Reserva** **SCHUTZ**

ALEXANDRE BIRMAN ANACAPRI ANIMALE ANIMALE ORO B R I Z Z A AREZZO CAROL BASSI CRIS BARROS

*fábula **fox** **HERINGKIDS** **HERINGINTIMATES** **HERING SPORTS** **INK** MARIA FILÓ

nV OFFPREMIUM **Oficina** **Reserva\Go** **Reserva\mini** **VANS** OFF THE WALL VICENZA) ZZ'MALL

Earnings Release 1T25

Relações com Investidores

ir@azzas2154.com.br