

**AZZAS**  
2154

# Earnings Release

13 de novembro de 2024

3T24



# *Planejamento, união e execução: Rumo a 2154*

**Temos muita satisfação em divulgar o primeiro balanço consolidado da nossa nova empresa, Azzas 2154, constituída após a incorporação do Grupo Soma em 31 de julho de 2024, criando a maior empresa de moda da América Latina.**

Embora as demonstrações contábeis incorporem o Grupo Soma a partir de 1º de agosto de 2024, neste release trazemos uma visão pro forma dos meses anteriores à fusão, com as empresas consolidadas, inclusive no mês de julho de 2024. Na visão pro forma deste release e nas informações pro forma divulgadas no nosso site, consolidamos os resultados da Arezzo&Co e Grupo Soma refletindo as práticas contábeis atuais da Companhia com o intuito de facilitar a análise da evolução histórica dos resultados.

O terceiro trimestre de 2024 foi mais um marco na nossa história, mesmo com a dedicação e energia voltadas ao processo de fusão, e partindo de uma base de faturamento muito relevante (R\$ 13,6 bilhões nos últimos doze meses), conseguimos manter nosso foco na operação, crescendo expressivos 12,2% vs. o 3T23 (R\$ 399,2 milhões), evidenciando a força das nossas marcas e o comprometimento do nosso time focado em execução.

Entregamos crescimento de duplo dígito em três das nossas quatro unidades de negócios, e reforçamos que um dos atributos da fusão é justamente a nossa diversificação de produtos, marcas, posicionamento e canais.

A unidade de vestuário democrático, que consiste basicamente na marca Hering, obteve um forte crescimento no sell-out, com SSS de 14,9% nos canais de loja própria, franquias e e-commerce, além de já apresentar crescimento de 4,2% nos canais de B2B, evidenciando a recuperação da saúde do canal e tendências promissoras.

A unidade de vestuário masculino cresceu 26,1%, evidenciando a força das marcas e sinalizando que a transição da gestão em andamento continua progredindo muito bem. Após um ciclo de crescimento fantástico, nossa prioridade agora será equilibrar crescimento com rentabilidade.

O **momentum** da Farm Rio, tanto no Brasil quanto internacionalmente, permanece muito positivo, o que combinado com outras marcas, resultou num crescimento do Vestuário Feminino de 17,1% no 3T24 vs. o 3T23.

Por fim, a divisão de Calçados e Acessórios teve um desempenho razoável, com crescimento de 3,9% no mercado doméstico, impactada pela boa performance das marcas Arezzo, Vans e Vicenza e com maior desafio nas marcas Schutz e Anacapri. Porém, diante das iniciativas implementadas nos últimos meses, esperamos uma retomada gradual para 2025.

## Nos movemos rápido, mas sempre com muita diligência e processos.

No primeiro AZZAS Day, tivemos a oportunidade de dividir com vocês o trabalho profundo que fizemos na definição e montagem da estrutura organizacional da empresa, além de apresentarmos as alavancas de geração de valor, que inicialmente focaram nas sinergias de receita. Nessa frente, avançamos ao longo do 3T24 com o lançamento da Hering e da Farm Shoes, e seguimos confiantes com o guidance de receitas incrementais de R\$ 54 milhões para 2024 (calçados, bolsas e acessórios e GTM Hering), bem como as projeções da unidade de Vestuário Democrático (55 megalojas e R\$ 400 milhões de vendas no e-commerce).

No evento, também deixamos claro que a segunda fase das alavancas de criação de valor focaria em eficiência. Iniciamos esse trabalho no 3T24 e hoje está praticamente concluído. Realizamos um processo muito estruturado utilizando todas as ferramentas de controle que implementamos em tempo recorde. Temos hoje uma gestão integrada de todas as nossas unidades de receita e centros de custos. Estamos convictos que com a conclusão do orçamento de 2025, várias sinergias de receitas, custos e despesas estarão contempladas.

Como parte desse processo, que é normal na indústria da moda global, estamos conduzindo um estudo avançado sobre nosso portfólio de marcas levando em consideração o potencial de crescimento, capital alocado, ROCE e geração de caixa, com o objetivo de simplificação e maximização de retorno aos investidores. Estamos seguros da nova companhia criada e nas alavancas para a entrega de melhores margens.

Desde o anúncio da fusão, em 5 de fevereiro de 2024, pouco tempo se passou, mas já fizemos muito. Definimos e implementamos a estrutura da nossa empresa. Introduzimos iniciativas com foco em receita e agora estamos trabalhando de forma muito consistente, dedicados em otimizar nossa estrutura de custos e despesas, tudo isso mantendo ritmo forte de crescimento. Estamos muito entusiasmados com as oportunidades que se apresentam. O ano ainda não terminou e estamos focados em entregar o 4T24. Após um bom resultado em outubro, nossa prioridade de curto prazo são as vendas de Natal. Agora, se o ano de 2024 foi o de preparação, organização e planejamento, o ano de 2025 vai ser o da simplicidade, eficiência e colheita.



Gostaria de agradecer a todo o time AZZAS 2154, ao suporte do Conselho, e vamos a cada dia dar passos firmes rumo a 2154.

**ALEXANDRE BIRMAN**  
CEO AZZAS 2154





# Destques 3T24

O Grupo AZZAS 2154, maior plataforma de moda da América Latina, divulga seus resultados do 3T24.

R\$ 3,7 Bi

Receita bruta  
3T24 (pro forma)  
+12,2% vs. 3T23

R\$ 477 Mm

EBITDA recorrente  
3T24 (pro forma)  
+4,2% vs. 3T23

15,7%

Mg. EBITDA recorrente  
3T24 (pro forma)  
-120 bps. vs. 3T23

R\$ 9,9 Bi

Receita bruta  
9M24 (pro forma)  
+9,1% vs. 9M23

R\$ 1,3 Bi

EBITDA recorrente  
9M24 (pro forma)  
+5,2% vs. 9M23

16,1%

Mg. EBITDA recorrente  
9M24 (pro forma)  
-60 bps. vs. 9M23

# Destques 3T24

- Receita bruta (pro forma) consolidada de R\$ 3,7 bilhões no 3T24 (+12,2% vs. 3T23).
- **Vestuário Democrático:** +13,1% vs. 3T23 com forte crescimento no sell-out, incluindo SSS de 14,9%, (loja própria, e-commerce e franquia); sell-in com crescimento de +4,4% vs. 3T23 e mostrando tendências promissoras.
- **Vestuário Feminino:** +17,1% vs. 3T23, com Farm sendo o principal vetor de crescimento no Brasil e expressivo crescimento no exterior (+33,7% vs. 3T23); cinco marcas da BU crescendo acima de 10,0%.
- **Vestuário Masculino:** +26,1% vs. 3T23 com crescimento equilibrado entre os canais de sell-out e de sell-in.
- **Calçados e Acessórios:** +3,2% vs 3T23 com forte crescimento do canal de sell-out (+14,9%); Arezzo com crescimento similar ao 2T23.
- **Sell-out consolidado:** +19,2% vs. o 3T23 resultado da força das nossas marcas, da sólida execução nas lojas próprias, e do contínuo crescimento do e-commerce (+20,4% vs. 3T23); o sell-in cresceu menos, mas o sell-out das franquias cresceu 6,3% vs. o 3T23 evidenciando que a demanda continua boa, e o descasamento do sell-in e sell-out temporário é normal na cadeia.
- **Metas de integração estipuladas na transação atingidas:** gestão de caixa e planejamento financeiro totalmente integrados em tempo recorde.
- **Guidance de sinergias mantido (primeira fase):** “Go live” das coleções de calçados da Hering e da Farm Shoes.
- **Segunda fase de alavancas de valor em andamento:** orçamento 2025 em processo de conclusão com foco em eficiência (redução de despesas e custos), geração de caixa e alocação de capital.

# *Destques 3T24*

- ▲ **Três** das quatro BU's com crescimento acima de 10,0% vs. 3T23.
- ▲ Forte recuperação da margem EBITDA no mercado internacional.
- ▲ Hering com SSS de **14,9% vs. 3T23** e crescimento do B2B de **+4,4% vs. 3T23**.
- ▲ Diluição de despesas operacionais fixas de **70 bps vs. 3T23**.
- ▲ Farm Rio com expressivo crescimento de **33,7% vs. 3T23** no mercado internacional.
- ▲ Canal de sell-out cresceu **19,2%** com forte performance tanto das lojas próprias (+18,4%) quanto do e-commerce (+20,4%) vs. 3T23.



# Resultados Pro forma<sup>1</sup>

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 Combinação de Negócios se consumou em 31/07/2024 e, por essa razão, as demonstrações contábeis incorporam os resultados do Grupo Soma somente a partir de agosto de 2024 (01/08/2024).

Para auxiliar o mercado na análise dos resultados e facilitar a visualização e interpretação do 3T24, neste relatório e na planilha de resultados 3T24 disponibilizada no site de RI em (<https://ri.azzas2154.com.br/resultados-e-apresentacoes/planilha-dinamica/>), os indicadores financeiros pro forma são meramente informativos e não revisados ou auditados. Tais indicadores simulam a estrutura da Azzas 2154 em unidades de negócio e equalizam os tratamentos contábeis entre Arezzo&Co e Grupo Soma como se a Combinação de Negócios tivesse ocorrido no 1T22.

1. Informações adicionais (disclaimer) encontra-se no Anexo nas páginas 46 e 47.





Considerações sobre a elaboração das informações financeiras Pro Forma:

Equalizações contábeis e de critérios nas DREs 1T22-3T24:

- Contabilização de devoluções na receita bruta com contrapartida na linha de devoluções;
- Contabilização da receita de frete de e-commerce como receita bruta com contrapartida na linha de despesa comercial;
- Contabilização de subvenções de ICMS brutos como receita de impostos com contrapartida no CPV;
- Ajuste AVP fornecedores com contrapartida na despesa financeira;
- Exclusão da taxa de cartão de crédito da despesa comercial com contrapartida na despesa financeira;
- Ajuste do imposto de renda e contribuição social refletindo a mudança na contabilização do estorno do ICMS decorrente da subvenção.

Em relação aos resultados Pro forma recorrentes:

- São refletidos os ajustes realizados historicamente nos resultados divulgados pela Arezzo&Co e pelo Grupo Soma;
- As despesas referentes ao reconhecimento de incentivos de longo prazo (ILP) foram excluídas;
- Os ajustes ao EBITDA recorrente (pro forma) e ao Lucro líquido recorrente (pro forma) referentes ao 3T24 encontram-se detalhados nos seus respectivos anexos de reconciliação.





# Principais Indicadores

Indicadores financeiros consolidados





# Principais Indicadores

## AZZAS 2154 consolidado

### PERFORMANCE DAS BUSINESS UNITS (BU) (PRO FORMA)

**Calçados e Acessórios** consolida as marcas: Arezzo, Schutz, Anacapri, Alexandre Birman, Carol Bassi, Alme, Vans, Vicenza, Paris Texas e Troc.

**Vestuário Feminino** consolida as marcas: Farm, Farm Global, Animale, NV, Cris Barros, Maria Filó, Foxton, Fábula e Off Premium.

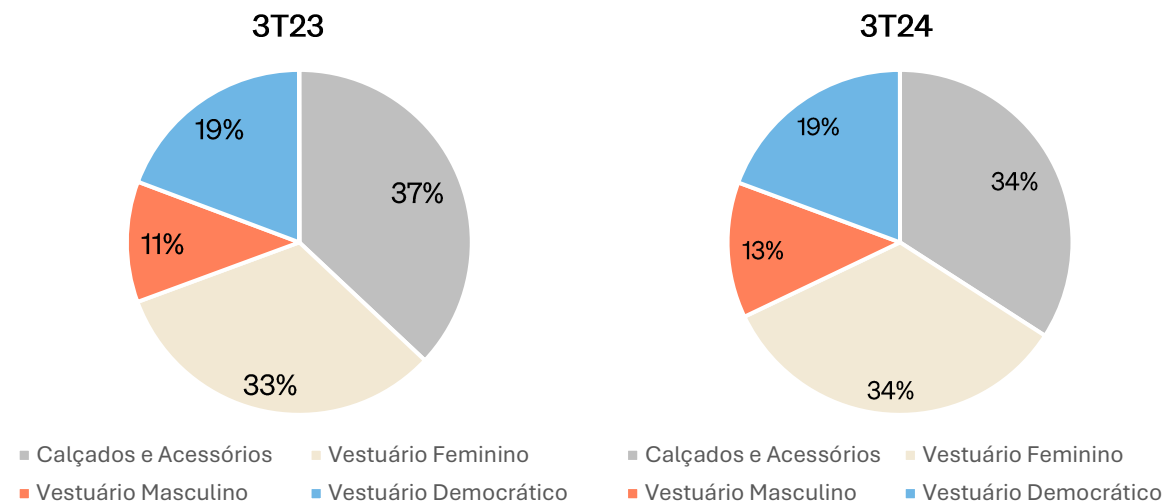
**Vestuário Masculino** consolida as marcas: Reserva, Oficina Reserva, Reserva Mini, Reserva Simples, Reserva Go, Reversa, Baw e Reserva Ink.

**Vestuário Democrático** consolida as marcas: Hering, Hering Kids, Hering Sports, Hering Intimates e Dzarm.

**Outros** considera valores referentes a saldo em indústria.

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T23 (pro forma)	3T24 vs. 3T23	9M24 (pro forma)	9M23 (pro forma)	9M24 vs. 9M23
Receita bruta	3.673,5	3.274,3	12,2%	9.938,1	9.112,1	9,1%
Calçados e Acessórios	1.250,7	1.211,5	3,2%	3.452,4	3.290,3	4,9%
Vestuário Feminino	1.241,6	1.060,3	17,1%	3.419,1	2.995,0	14,2%
Vestuário Masculino	467,9	371,2	26,1%	1.160,9	990,9	17,1%
Vestuário Democrático	713,0	630,6	13,1%	1.940,1	1.830,8	4,0%
Outros	0,3	0,7	-61,4%	1,6	5,1	-69,5%

### RECEITA BRUTA POR BUSINESS UNIT

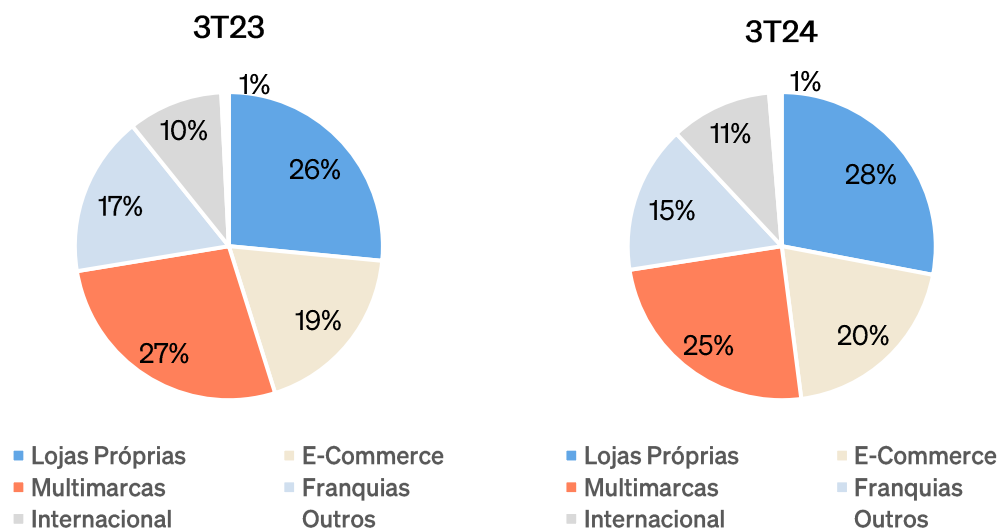


# Principais Indicadores

## AZZAS 2154 consolidado

### PERFORMANCE DOS CANAIS (PRO FORMA)

#### RECEITA BRUTA POR CANAL



R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T23 (pro forma)	3T24 vs. 3T23	9M24 (pro forma)	9M23 (pro forma)	9M24 vs. 9M23
Receita bruta	3.673,5	3.274,3	12,2%	9.938,1	9.112,1	9,1%
Sell-out	1.762,3	1.478,2	19,2%	4.812,5	4.131,9	16,5%
Lojas Próprias	1.028,1	868,4	18,4%	2.866,0	2.481,5	15,5%
E-Commerce	734,2	609,8	20,4%	1.946,6	1.650,4	17,9%
Sell-In	1.471,3	1.443,5	1,9%	3.933,9	3.957,2	-0,6%
Franquias	568,8	551,2	3,2%	1.527,2	1.509,9	1,1%
Multimarcas	902,5	892,4	1,1%	2.406,7	2.447,3	-1,7%
Internacional	391,5	326,7	19,8%	1.100,1	966,9	13,8%
Outros <sup>(1)</sup>	48,4	25,9	87,1%	91,5	56,2	62,9%

Notas: Contempla receita secundária referente a venda de matéria-prima e outras transações não relevantes.

# Indicadores Financeiros

## AZZAS 2154 consolidado

### INDICADORES FINANCEIROS (PRO FORMA)

Notas: (1) Conforme explicado na página 8 deste relatório, apresentamos acima os resultados pro forma, que consideram os resultados combinados da empresa (Arezzo&Co. e Grupo Soma) nos trimestre anteriores à fusão. O pro forma recorrente exclui os efeitos não recorrentes, os quais estão detalhados nas páginas 39 e 40 deste relatório; (2) O lucro líquido foi impactado pela aprovação da Lei 14.789/23 que passou a tributar IR e CS sobre subvenções de ICMS. Excluindo os efeitos relacionados a Lei 14.789/23, o lucro líquido recorrente (pro forma) seria de R\$250,4 milhões no 3T24.

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T24 recorrente <sup>(1)</sup> (pro forma)	3T23 recorrente <sup>(1)</sup> (pro forma)	Δ (%) recorrente <sup>(1)</sup> 24 vs. 23
Receita bruta	3.673,5	3.673,5	3.274,3	12,2%
Receita líquida	3.038,2	3.038,2	2.714,7	11,9%
CPV	(1.386,7)	(1.386,7)	(1.226,7)	13,0%
CPV (ex D&A)	(1.376,6)	(1.376,6)	(1.217,7)	13,0%
D&A	(10,2)	(10,2)	(9,0)	12,3%
Lucro bruto	1.651,4	1.651,4	1.488,0	11,0%
Mg. Bruta	54,4%	54,4%	54,8%	-0,5 p.p.
Despesas	(1.277,2)	(1.320,5)	(1.154,8)	14,3%
Despesas (ex D&A)	(1.130,5)	(1.184,8)	(1.039,3)	14,0%
Fixa	(517,5)	(464,9)	(434,5)	7,0%
Variável	(596,7)	(596,7)	(527,9)	13,0%
Eventual	(82,4)	(189,3)	(137,9)	37,3%
Arrendamento	66,2	66,2	61,0	8,4%
D&A	(146,7)	(135,7)	(115,5)	17,5%
EBITDA	531,1	476,8	457,8	4,2%
Mg. EBITDA	17,5%	15,7%	16,9%	-1,2 p.p.
EBITDA (pré IFRS-16)	463,7	409,4	394,3	3,8%
Mg. EBITDA (pré IFRS-16)	15,3%	13,5%	14,2%	-
Resultado Financeiro	(159,4)	(159,4)	(124,4)	28,1%
IRPJ e CSLL	(131,8)	(7,7)	20,7	n.a.
Lucro líquido	83,0	163,8	229,4	-28,6%
Mg. Líquida	2,7%	5,4%	8,5%	-3,1 p.p.
<b>Lucro Líquido ex. Lei 14.789/23<sup>(2)</sup></b>	<b>169,5</b>	<b>250,4</b>	<b>229,4</b>	<b>9,1%</b>



# Indicadores Financeiros

## AZZAS 2154 consolidado

### INDICADORES FINANCEIROS (PRO FORMA)

Notas: (1) Conforme explicado na página 8 deste relatório, apresentamos acima os resultados pro forma, que consideram os resultados combinados da empresa (Arezzo&Co. e Grupo Soma) nos trimestre anteriores à fusão. O pro forma recorrente exclui os efeitos não recorrentes, os quais estão detalhados nas páginas 39 e 40 deste relatório; (2) O lucro líquido foi impactado pela aprovação da Lei 14.789/23 que passou a tributar IR e CS sobre subvenções de ICMS. Excluindo os efeitos relacionados a Lei 14.789/23, o lucro líquido recorrente (pro forma) seria de R\$665,9 milhões nos 9M24.

R\$ Milhões	9M24 (pro forma)	9M24 recorrente <sup>(1)</sup> (pro forma)	9M23 recorrente <sup>(1)</sup> (pro forma)	Δ (%) recorrente <sup>(1)</sup> 24 vs. 23
Receita bruta	9.938,1	9.938,1	9.112,1	9,1%
Receita líquida	8.174,5	8.174,5	7.509,3	8,9%
CPV	(3.683,9)	(3.678,8)	(3.390,3)	8,5%
CPV (ex D&A)	(3.654,5)	(3.649,4)	(3.363,1)	8,5%
D&A	(29,4)	(29,4)	(27,2)	8,1%
Lucro bruto	4.490,7	4.495,8	4.119,0	9,1%
Mg. Bruta	54,9%	55,0%	54,9%	0,1 p.p.
Despesas	(3.645,6)	(3.586,3)	(3.220,2)	11,4%
Despesas (ex D&A)	(3.234,5)	(3.210,0)	(2.896,3)	10,8%
Fixa	(1.457,7)	(1.339,0)	(1.189,0)	12,6%
Variável	(1.607,2)	(1.608,0)	(1.464,0)	9,8%
Eventual	(364,2)	(457,7)	(419,5)	9,1%
Arrendamento	194,6	194,6	176,2	10,5%
D&A	(411,2)	(376,4)	(323,9)	16,2%
EBITDA	1.285,6	1.315,2	1.249,9	5,2%
Mg. EBITDA	15,7%	16,1%	16,6%	-0,6 p.p.
EBITDA (pré IFRS-16)	1.087,1	1.116,7	1.065,0	4,9%
Mg. EBITDA (pré IFRS-16)	13,3%	13,7%	14,2%	-0,5 p.p.
Resultado Financeiro	(455,0)	(455,0)	(386,7)	17,7%
IRPJ e CSLL	(120,9)	(32,7)	108,5	n.a.
Lucro líquido	269,1	421,7	620,5	-32,0%
Mg. Líquida	3,3%	5,2%	8,3%	-3,1 p.p.
<b>Lucro Líquido ex. Lei 14.789/23<sup>(2)</sup></b>	<b>513,3</b>	<b>665,9</b>	<b>620,5</b>	<b>7,3%</b>

# Calçados e Acessórios

AREZZO SCHUTZ ANACAPRI ALEXANDRE BIRMAN CAROL BASSI

ALME VANS OFF THE WALL (Vicenza) PARIS TEXAS TROC



AREZZO

A'21  
54

## No 3T24, a receita bruta de Calçados e Acessórios cresceu 3,2% vs. o 3T23.

Entre os destaques do trimestre vale ressaltar: (1) crescimento do SSS (+7,7%); (2) sólida performance de sell-out (+14,9%); (3) crescimento forte de Vans; e, (4) contínua recuperação da margem internacional.

No mercado doméstico, as vendas cresceram 3,9% no período, mesmo sobre uma sólida base de comparação no 3T23 (+13,1%). O indicador de Same Store Sales, que é composto pelo sell-out de lojas próprias, e-commerce e franquias, cresceu 7,7% vs. o 3T23 e acelerou vs. o 1S24, puxado principalmente por um crescimento forte do canal de lojas próprias. Vale ressaltar que todos os canais registraram crescimento de SSS, o que no canal franquia indica que a demanda continua saudável, favorecendo a normalização do sell-in ao longo do tempo.

A receita bruta dos canais de sell-out (lojas próprias e e-commerce) cresceu expressivos 14,9% vs. 3T23, com destaque para a receita de lojas próprias (+23,2%), indicando sólida execução. A receita do e-commerce, que já representa 23,0% da venda no mercado doméstico, cresceu 9,3%.

A receita bruta dos canais de sell-in (franquia e multimarca) teve um decréscimo de 2,9% vs. 3T23, -3,2% na receita com multimarcas e de -2,6% na receita com franquias. O SSS do sell-out das franquias, entretanto, cresceu 2,7% vs. o 3T23 indicando que a demanda segue saudável.

Divergências entre sell-in e sell-out são normais entre trimestres, mas tendem a ser eliminadas dentro de um horizonte de 12 meses.

A receita bruta internacional caiu 2,3% no 3T24. Temos focado na rentabilidade do canal, enquanto reavaliávamos nossa estratégia.

Entre as marcas, Vans e Vicenza se destacaram com crescimentos expressivos. Arezzo manteve uma trajetória similar à verificada no 2T24. Com relação à Schutz, continuamos o trabalho de reformulação da marca (branding, comunicação e produto) diante da mudança no perfil da consumidora.

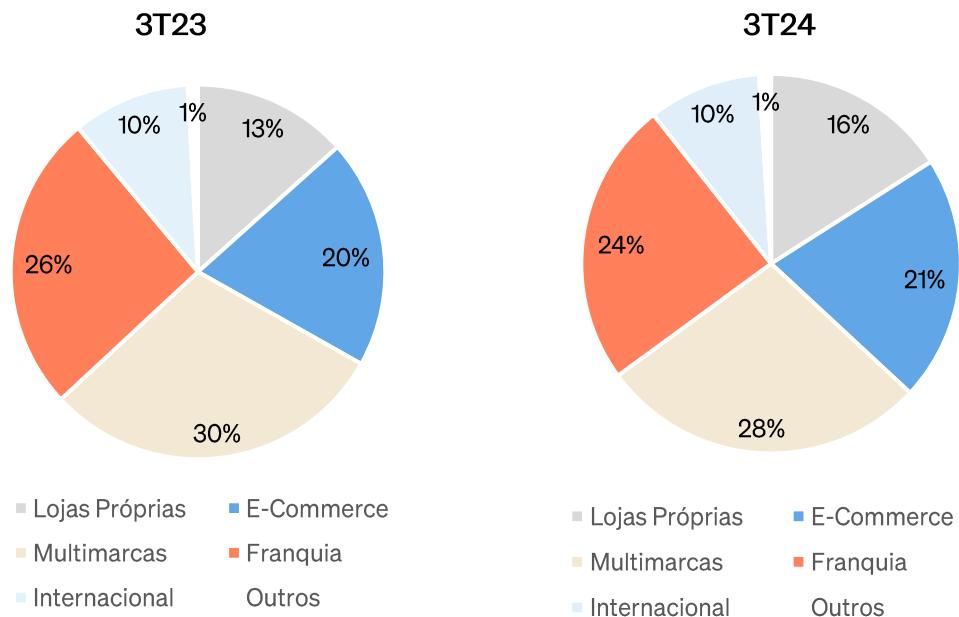




# Calçados e Acessórios

## RECEITA BRUTA

### RECEITA BRUTA POR CANAL



R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T23 (pro forma)	3T24 vs. 3T23	9M24 (pro forma)	9M23 (pro forma)	9M24 vs. 9M23
Receita bruta	1.250,7	1.211,5	3,2%	3.452,4	3.290,3	4,9%
Sell-out	461,6	401,8	14,9%	1.314,8	1.133,4	16,0%
Lojas Próprias	199,7	162,1	23,2%	565,5	491,6	15,0%
E-Commerce	261,9	239,7	9,3%	749,3	641,8	16,7%
Sell-In	656,0	675,8	-2,9%	1.790,7	1.805,0	-0,8%
Franquias	305,3	313,4	-2,6%	849,5	866,7	-2,0%
Multimarcas	350,7	362,4	-3,2%	941,2	938,2	0,3%
Internacional	120,2	123,1	-2,3%	309,6	330,2	-6,2%
Outros	12,9	10,8	18,9%	37,3	21,7	72,1%



# Vestuário Feminino

FARM RIO ANIMALE **nv** CRIS BARROS MARIA  
FILÓ

\* **ll** foxton **✿** fábula OFFPREMIUM

\*Em transição

A'21  
54



## No 3T24, a receita bruta do Vestuário Feminino cresceu 17,1% vs. 3T23, com crescimento de dois dígitos percentuais em 5 das 7 marcas do portfólio.

Entre os destaques do trimestre vale ressaltar: (1) crescimento robusto da receita (17,1%); (2) Farm Global crescendo 33,7% e duplo dígito no mercado local; (3) forte performance de sell-out (+16,0%); (4) um SSS de +9,3%; e, (5) lançamento da linha de calçados.

A receita bruta dos canais de sell-out cresceu 16,0% vs. 3T23, com alta expressiva da receita de lojas próprias (+18,0%), e do e-commerce (+11,1%). No 3T24, o indicador de Same Store Sales registrou uma alta de 9,3% vs. 3T23, o que demonstra a saúde e o desejo dos consumidores pelas marcas.

Mesmo em um cenário mais desafiador para os canais de sell-in, a receita bruta desse canal, composta basicamente pela receita com multimarcas, cresceu 4,3% vs. 3T23. Olhando para os próximos trimestres, a evolução das vendas do showroom de Inverno transmite uma visão positiva para o primeiro semestre de 2025.

Em relação às marcas, no 3T24, as operações da Farm no Brasil e no exterior registraram o maior crescimento do portfólio da BU de Vestuário Feminino em comparação ao mesmo trimestre do ano anterior.

Entre as outras marcas, vale destacar o crescimento da Cris Barros, que segue em altos patamares (CAGR de 25% vs. 3T22) e da Foxtan (CAGR de 28% vs. 3T22).

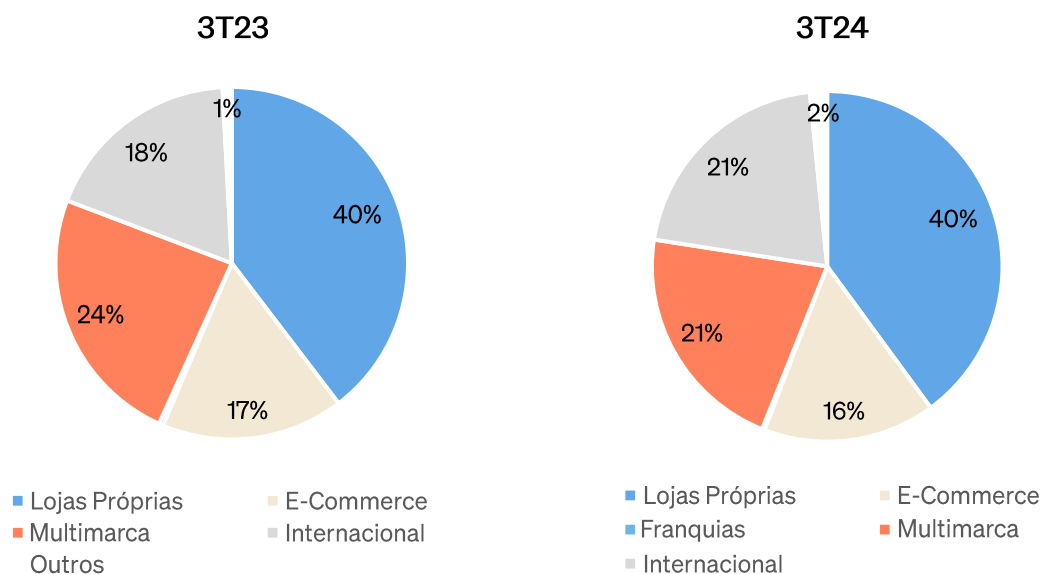
A linha de calçados foi lançada no 3T24 e terá maior participação no Alto Verão (4T24). Sandálias rasteiras e injetadas são as principais categorias. Embora seja apenas o início da inserção dessa categoria na marca, entendemos que a força da marca Farm e o know-how do Grupo em calçados são uma combinação potente de geração de valor.



# Vestuário Feminino

## RECEITA BRUTA

### RECEITA BRUTA POR CANAL



R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T23 (pro forma)	3T24 vs. 3T23	9M24 (Pro forma)	9M23 (pro forma)	9M24 vs. 9M23
Receita bruta	1.241,7	1.060,3	17,1%	3.419,2	2.995,0	14,2%
Sell-out	693,2	597,8	16,0%	1.962,6	1.723,0	13,9%
Lojas Próprias	495,9	420,2	18,0%	1.427,7	1.222,1	16,8%
E-Commerce	197,3	177,6	11,1%	535,0	500,9	6,8%
Sell-In	268,4	258,9	3,7%	672,0	656,2	2,4%
Franquias	2,9	4,3	-32,8%	7,6	10,7	-29,2%
Multimarcas	265,6	254,6	4,3%	664,4	645,5	2,9%
Internacional	260,4	194,8	33,7%	758,2	604,7	25,4%
Outros <sup>(1)</sup>	19,7	8,9	120,9%	26,3	11,0	138,6%

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



# Vestuário Democrático

**HERING**   **HERINGKIDS**   **HERINGINTIMATES**

**HERINGSPORTS**   **DZARM**



## No 3T24, a receita bruta do Vestuário Democrático cresceu 13,1% vs. 3T23.

Entre os destaques no trimestre vale ressaltar: (1) crescimento robusto do SSS (+14,9%); (2) crescimento do sell-out de 28,8%, com expressivo crescimento rentável de 51,0% no e-commerce; (3) primeiro crescimento do sell-in (+4,4%) em um ano com destaque para a franquia (+8,1%); e, (4) lançamento da linha de calçados.

O indicador de Same Store Sales, que é composto pelo sell-out de lojas próprias, e-commerce e franquias, atingiu alta de 14,9% vs. 3T23, o que demonstra saúde dos canais e sinaliza uma perspectiva positiva para o sell-in futuro.

A receita bruta dos canais de sell-out (lojas próprias e e-commerce) cresceu 28,8% vs. 3T23, com destaque para a receita do e-commerce, que obteve alta de 51,0% vs. 3T23. Vale ressaltar as vendas no aplicativo da Hering, que tiveram forte crescimento e já representam quase metade da receita do canal. Esse crescimento do e-commerce ocorre com aumento de rentabilidade, devido ao incremento da venda de produtos de coleção, menor nível de demarcação e um nível de ad cost equilibrado.

A receita bruta dos canais de sell-in (franquia e multimarca) cresceu 4,4% vs. 3T23. A receita com franquias teve alta de 8,1% vs. 3T23, que reflete um franqueado mais confortável com o sell-out que tem obtido e sua confiança no produto da Hering. A receita com multimarcas ficou praticamente estável.

O canal obteve melhora de vendas nos mesmo clientes e redução do churn, que são elementos positivos visando uma retomada consistente do crescimento.

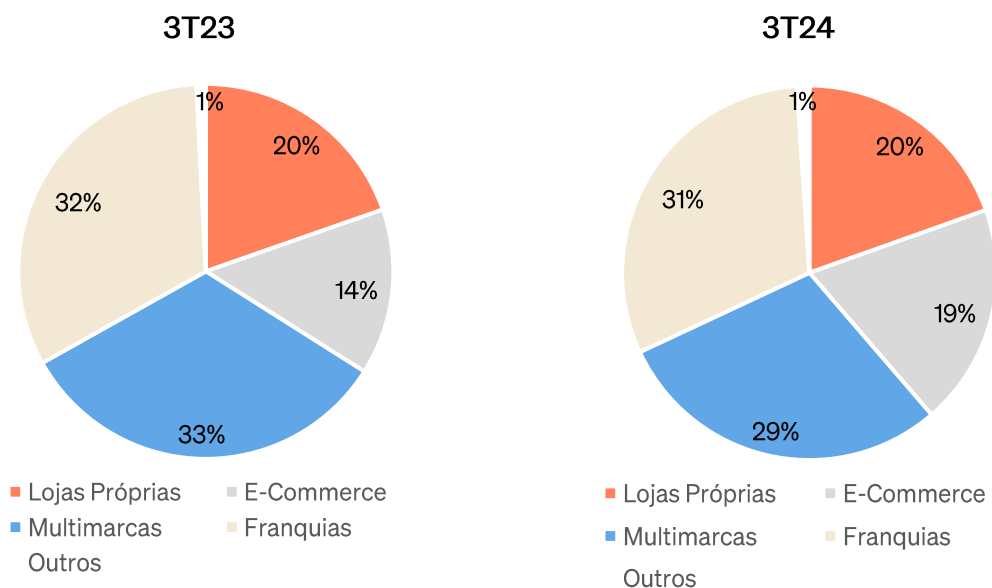
No 3T24, a BU obteve aumento no giro dos produtos da coleção de Verão e nas vendas de Dia dos Pais, que teve uma campanha muito eficaz. No feminino, a aposta no linho, alfaiataria básica e ribanas tem se mostrado muito aderente e esses produtos tem sido destaque de aumento nas vendas. A linha Hering Shoes foi lançada no final de setembro de 2024. Os primeiros números são animadores e estão em linha com o guidance de vendas para o ano de 2024.



# Vestuário Democrático

## RECEITA BRUTA

### RECEITA BRUTA POR CANAL



R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T23 (pro forma)	3T24 vs. 3T23	9M24 (Pro forma)	9M23 (pro forma)	9M24 vs. 9M23
Receita bruta	713,0	630,6	13,1%	1.904,1	1.830,8	4,0%
Sell-out	275,9	214,2	28,8%	702,7	587,2	19,7%
Lojas Próprias	139,5	123,9	12,6%	383,4	358,6	6,9%
E-Commerce	136,4	90,3	51,0%	319,3	228,6	39,7%
Sell-In	429,4	411,2	4,4%	1.184,9	1.226,3	-3,4%
Franquias	220,2	203,7	8,1%	565,6	551,0	2,6%
Multimarcas	209,3	207,5	0,8%	619,3	675,3	-8,3%
Outros <sup>(1)</sup>	7,7	5,1	49,4%	16,4	17,4	-5,5%

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





# Vestuário Masculino

**Reserva**



**Reserva  
mini**

**simples**  
RESERVA

**ReservaGo**

**Reversa**

**Baw**®



## No 3T24, a receita bruta do Vestuário Masculino cresceu expressivos 26,1% vs. 3T23, com uma performance similar entre canais.

Entre os destaques no trimestre vale ressaltar: (1) crescimento sólido da receita (+26,1%); (2) forte crescimento de Reserva e Oficina Reserva; (3) crescimento de +25,5% no canal de sell-out e +20,6% no sell-in; (4) SSS de +16,0%; (5) abertura de 15 lojas nos últimos 12 meses.

O indicador de Same Store Sales, que é composto pelo sell-out de lojas próprias, e-commerce e franquias, atingiu alta de 16,0% vs. 3T23, puxado principalmente pelo canal digital.

A receita bruta dos canais de sell-out (lojas próprias e e-commerce) cresceu 25,5% vs. 3T23, com destaque para a receita do e-commerce, que obteve alta de 35,6% vs. 3T23. A receita bruta de lojas próprias cresceu sólidos 19,0% como resultado de uma boa performance de SSS aliada à expansão da rede de lojas próprias (+15 vs. 3T23). Entre os destaques no período ressaltamos a Oficina Reserva, cuja taxa de crescimento excedeu a da unidade de negócios como um todo. Inauguramos uma loja Oficina Reserva neste trimestre (ano), mas até o encerramento do ano abriremos mais seis. O desejo pela marca Reserva também continua muito saudável, suportando a expansão da nossa rede de lojas próprias e o lançamento de novas extensões como a Reserva Praia.

A receita bruta dos canais de sell-in (franquia e multimarca) cresceu 20,6% vs. 3T23, acelerando substancialmente vs. o 1S24. A aceleração do crescimento deu-se principalmente no canal de franquias que cresceu 36,1% em função da expansão da rede nos últimos doze meses (+18 lojas). Ao longo do 4T24 esperamos atingir a expressiva marca de 100 unidades franqueadas. O crescimento no canal de multimarcas (+14,5% vs. 3T23) é fruto de um intenso trabalho de melhoria de execução, que envolveu entre outras medidas aumento na cobertura, mudanças no calendário de *showroom* e nos incentivos dos representantes.



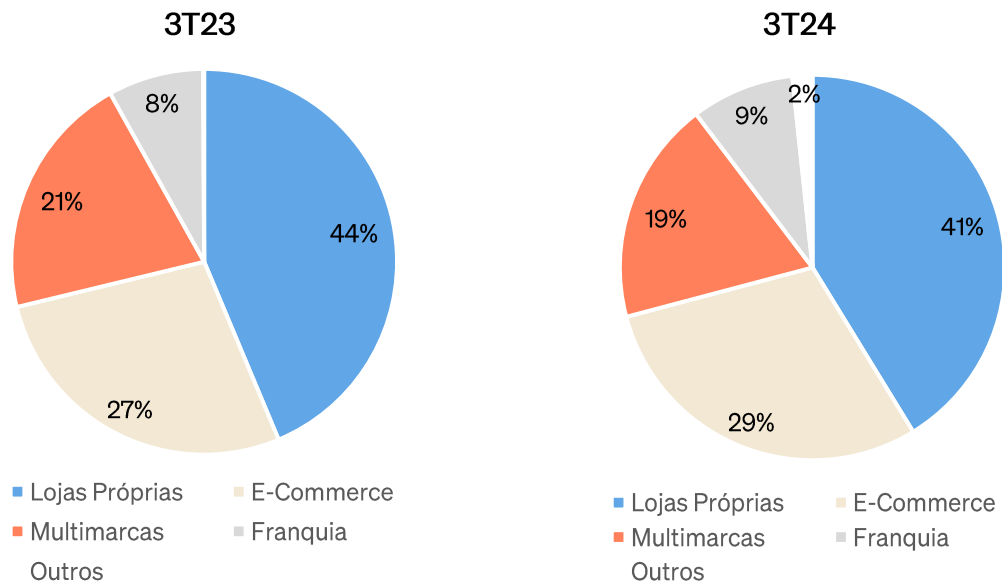
Ao longo do trimestre, anunciamos a transição na gestão da BU, e este processo tem sido executado com amplo suporte de todos os *stakeholders*. Continuamos muito confiantes quando ao futuro da Unidade de Negócios, iniciando uma agenda com foco em rentabilidade e eficiência na alocação de capital.



# Vestuário Masculino

## RECEITA BRUTA

### RECEITA BRUTA POR CANAL



R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T23 (pro forma)	3T24 vs. 3T23	9M24 (Pro forma)	9M23 (pro forma)	9M24 vs. 9M23
<b>Receita bruta</b>	<b>467,9</b>	<b>371,2</b>	<b>26,1%</b>	<b>1.160,9</b>	<b>990,9</b>	<b>17,1%</b>
<b>Sell-out</b>	<b>331,7</b>	<b>264,4</b>	<b>25,5%</b>	<b>832,3</b>	<b>688,3</b>	<b>20,9%</b>
Lojas Próprias	193,0	162,2	19,0%	489,4	409,2	19,6%
E-Commerce	138,6	102,2	35,6%	343,0	279,1	22,9%
<b>Sell-In</b>	<b>128,4</b>	<b>106,5</b>	<b>20,6%</b>	<b>318,7</b>	<b>301,7</b>	<b>5,6%</b>
Franquias	40,5	29,7	36,1%	104,6	81,5	28,3%
Multimarcas	87,9	76,7	14,5%	214,1	220,2	-2,8%
Outros <sup>(1)</sup>	7,9	0,3	-	9,9	0,9	-

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

# Indicadores Financeiros

Receita, lucro bruto, despesas e  
EBITDA.







## *Receita pro forma*

No 3T24, a receita bruta (pro forma) atingiu R\$ 3,7 bilhões, crescimento de 12,2% vs. 3T23. O crescimento é explicado, principalmente, pelas receitas de Vestuário Masculino e do Vestuário Feminino, onde se destacou o segmento Internacional.

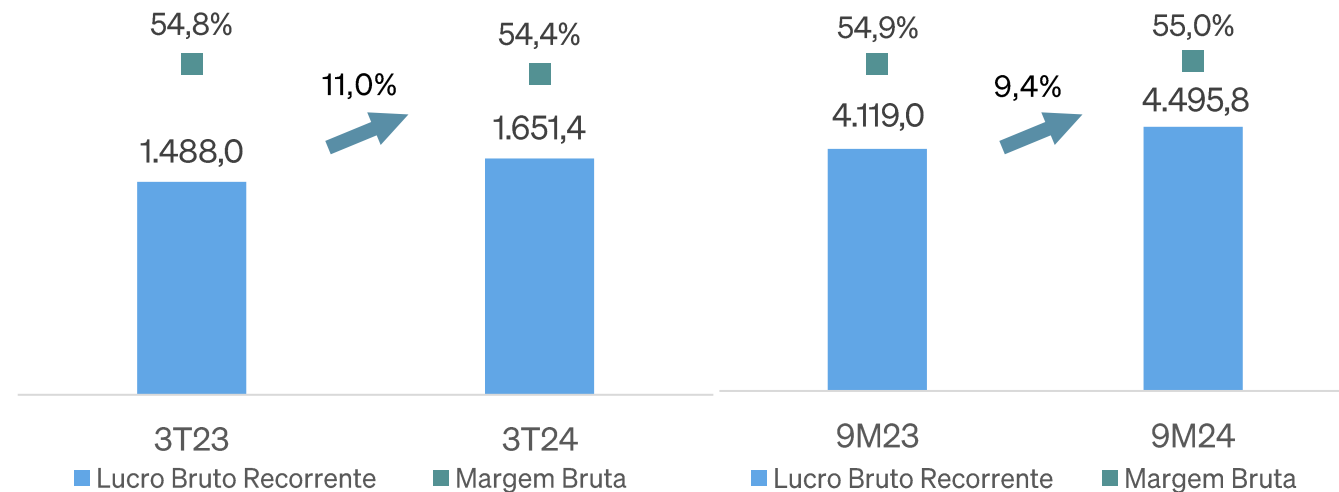
R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T23 (pro forma)	3T24 vs. 3T23	9M24 (Pro forma)	9M23 (pro forma)	9M24 vs. 9M23
Receita bruta	3.673,5	3.274,3	12,2%	9.938,0	9.112,1	9,1%

# Lucro bruto e margem bruta recorrentes pro forma

No 3T24, o lucro bruto (pro forma) totalizou R\$ 1.651,4 milhões, alta de 11,0% vs. 3T23, e registrou uma margem bruta de 54,4%, um decréscimo de 0,5 p.p. A variação da margem é explicada pelos seguintes fatores: impacto positivo do mix de canais, com maior da participação das receitas dos canais de sell-out (48,0% da receita bruta; +3 p.p. vs. 3T23) e negativamente por: (1) provisão de PIS e COFINS sobre subvenções que foram realizadas nos meses de julho e agosto, no total de R\$ 9,3 milhões; e (2) menores margens na BU de Vestuário Masculino e de Vestuário Feminino.

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T23 (pro forma)	3T24 vs. 3T23	9M24 (pro forma)	9M23 (pro forma)	9M24 vs. 9M23
Lucro bruto	1.651,4	1.488,0	11,0%	4.490,7	4.105,0	9,4%
Ajustes <sup>(1)</sup>	0,0	0,0	n.a.	5,1	14,0	n.a.
Lucro bruto recorrente	1.651,4	1.488,0	11,0%	4.495,8	4.119,0	9,4%
Margem bruta	54,4%	54,8%	-0,5 p.p	55,0%	54,9%	0,1 p.p

Notas: (1) os ajustes se encontram descritos no Anexo Reconciliação do EBITDA recorrente (pro forma) desse relatório





# Despesa recorrente pro forma

No 3T24, a despesa recorrente (pro forma) correspondeu a 39,0% da receita líquida (+0,7 p.p. vs. 3T23). O aumento da razão da despesa sobre receita líquida é explicado pelos seguintes fatores nas despesas eventuais: (1) abertura da empresa Soma Brands e a respectiva absorção das lojas que estavam no Grupo Soma, gerando ineficiência temporária no custo de gente; (2) implementação das linhas de calçados na Hering e na Farm, e as correspondentes despesas de pessoal e showrooms, sem contrapartida proporcional de receita, que virá nos trimestres futuros, gerando a diluição das despesas; e (3) custos com consultorias, pessoas, estruturação de áreas e viagens que suportam a implementação da nova companhia e projetos de geração de valor. No 3T24, o canal de vendas diretas ao consumidor (sell-out/B2C) cresceu 19,2% contra um crescimento do sell-in (B2B) de 1,9%, resultando em um incremento de despesas variáveis, uma vez que o canal incorre em despesas adicionais com comissões, marketing digital, fretes, embalagens e aluguel.

Importante ressaltar a disciplina da companhia na gestão de despesas fixas no período, que apresentaram diluição na comparação com o mesmo trimestre de 2023.

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T23 (pro forma)	3T24 vs. 3T23	9M24 (pro forma)	9M23 (pro forma)	9M24 vs. 9M23
Fixas <sup>(1)</sup>	464,9	434,5	7,0%	1.339,0	1.189,0	12,6%
Variáveis	596,7	527,9	13,0%	1.608,0	1.464,0	9,8%
Eventuais	189,3	137,9	37,3%	457,7	419,5	9,1%
Arrendamento <sup>(2)</sup>	(66,2)	(61,0)	8,4%	(194,6)	(176,2)	10,5%
<b>Total<sup>(3)</sup></b>	<b>1.184,8</b>	<b>1.039,3</b>	<b>14,0%</b>	<b>3.210,0</b>	<b>2.896,3</b>	<b>10,8%</b>

Notas: (1) despesa fixa é apresentada pré-IFRS-16; (2) linha de arrendamento traz o impacto do IFRS-16 para reconciliar com a despesa total; (3) despesa total é apresentada ex depreciação e amortização.

## Despesas fixas, variáveis e eventuais

**Fixas:** despesas como gente, benefícios, tecnologia, alugueis fixos, IPTU, condomínios, energia elétrica e afins

**Variáveis:** despesas impactadas diretamente pelas vendas, como: gente, fretes e devoluções, comissões, embalagens, aluguel complementar, royalties e marketing digital

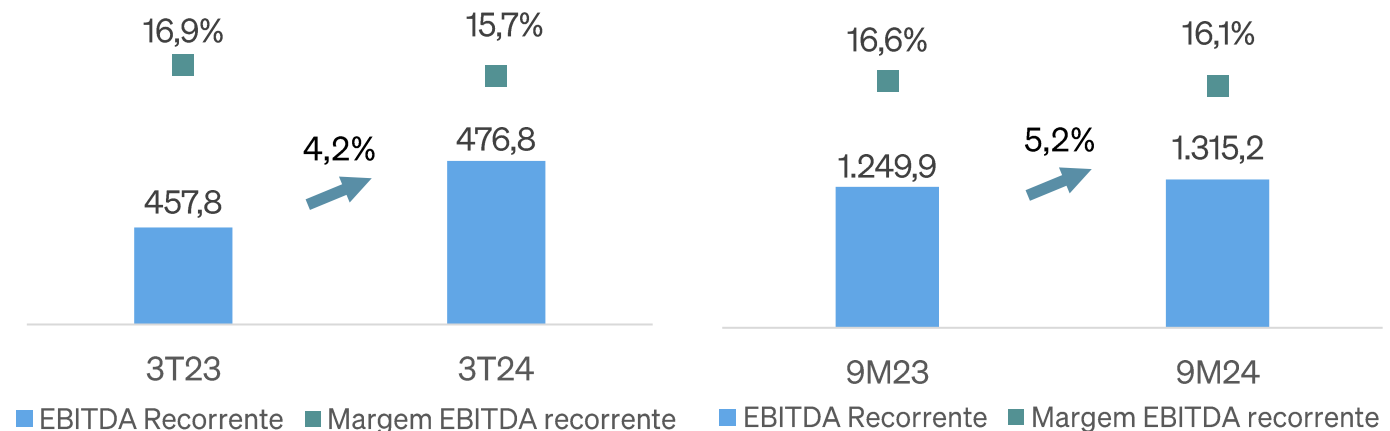
**Eventuais:** despesas com características de curto prazo, que podem ser gerenciadas com agilidade, como consultorias, viagens, lançamentos e eventos

# EBITDA e margem EBITDA recorrentes pro forma

No 3T24, o EBITDA recorrente (pro forma) totalizou R\$ 476,8 milhões, alta de 4,2% vs. 3T23, e registrou uma margem EBITDA recorrente (pro forma) de 15,7%, decréscimo de 1,2 p.p., devido aos fatores explicados anteriormente nas seções de lucro bruto e EBITDA.

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T23 (pro forma)	3T24 vs. 3T23	9M24 (pro forma)	9M23 (pro forma)	9M24 vs. 9M23
EBITDA	531,1	455,6	16,6%	1.285,6	1.188,3	8,2%
Ajustes <sup>(1)</sup>	(54,3)	2,1	n.a.	29,6	61,6	n.a.
<b>EBITDA recorrente</b>	<b>476,8</b>	<b>457,8</b>	<b>4,2%</b>	<b>1.315,2</b>	<b>1.249,9</b>	<b>5,2%</b>
<b>Margem EBITDA recorrente</b>	<b>15,7%</b>	<b>16,9%</b>	<b>-1,2 p.p</b>	<b>16,1%</b>	<b>16,6%</b>	<b>-0,6 p.p</b>
EBITDA recorrente (pré IFRS-16)	409,4	395,5	3,5%	1.116,7	1.070,3	4,3%
<i>Margem EBITDA recorrente (pré IFRS-16)</i>	<i>13,5%</i>	<i>14,6%</i>	<i>-1,1 p.p</i>	<i>13,7%</i>	<i>14,3%</i>	<i>-0,6 p.p</i>

Notas: (1) os ajustes se encontram descritos no Anexo Reconciliação do EBITDA recorrente (pro forma) e do Lucro Líquido nas páginas 39 e 40

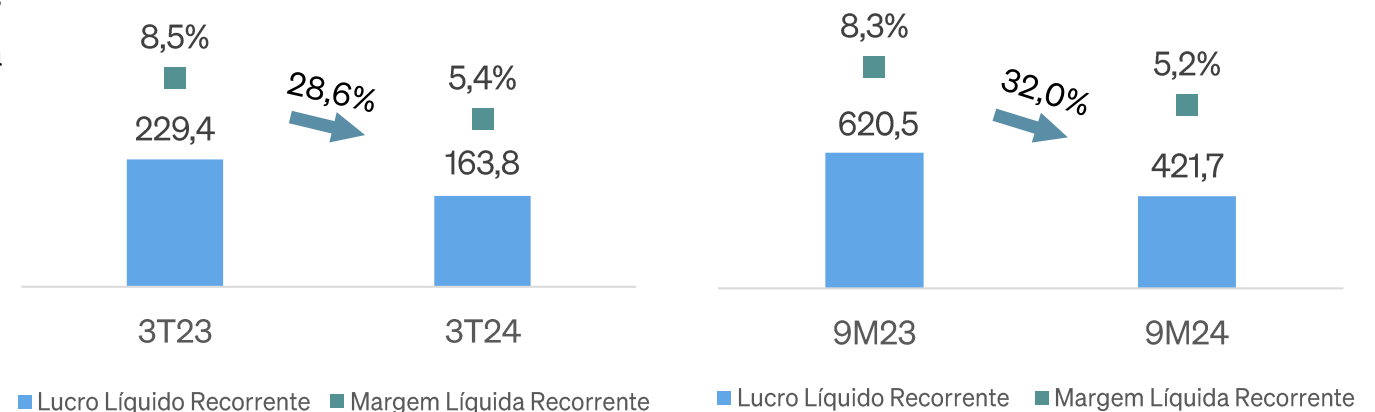


# Lucro líquido e lucro líquido recorrente pro forma

No 3T24, o lucro líquido recorrente (pro forma) totalizou R\$ 163,8 milhões, um decréscimo de 28,6% vs. 3T23, e registrou uma margem líquida de 5,4%. Vale notar que, a partir de 1 de janeiro de 2024 O lucro líquido foi impactado pela aprovação da Lei 14.789/23 que passou a tributar IR e CS sobre subvenções de ICMS. Excluindo os efeitos relacionados a Lei 14.789/23, o lucro líquido recorrente (pro forma) seria de R\$250,4 milhões no 3T24 e de R\$665,9 milhões nos 9M24.

R\$ Milhões	3T24 (pro forma)	3T23 (pro forma)	3T24 vs. 3T23	9M24 (pro forma)	9M23 (pro forma)	9M24 vs. 9M23
Lucro líquido	83,0	237,3	-65,0%	269,1	572,9	-53,0%
<b>Lucro líquido recorrente</b>	<b>163,8</b>	<b>229,4</b>	<b>-28,6%</b>	<b>421,7</b>	<b>620,5</b>	<b>-32,0%</b>
Margem líquida recorrente	5,4%	8,5%	-3,1p.p	5,2%	8,3%	-3,1p.p
<b>Lucro líquido recorrente ex. Lei 14.789/23</b>	<b>250,4</b>	<b>229,4</b>	<b>8,9%</b>	<b>665,9</b>	<b>620,5</b>	<b>5,9%</b>

Notas: (1) os ajustes se encontram descritos no Anexo Reconciliação do EBITDA recorrente (pro forma) e do Lucro Líquido nas páginas 39 e 40





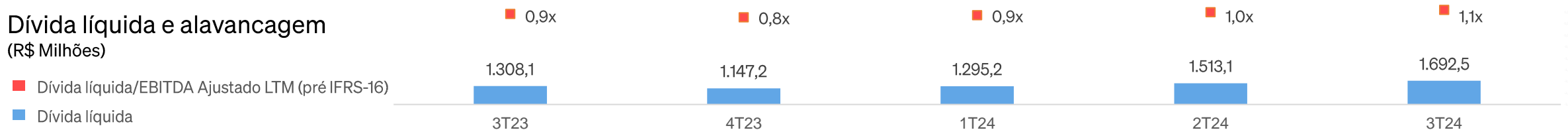
# Posição de caixa e endividamento pro forma

O AZZAS 2154 encerrou o terceiro trimestre de 2024 com caixa de R\$ 766,4 milhões e dívida líquida de R\$ 1.692,5 milhões, atingindo 1,1x no indicador Dívida líquida/EBITDA recorrente LTM (pré IFRS-16).

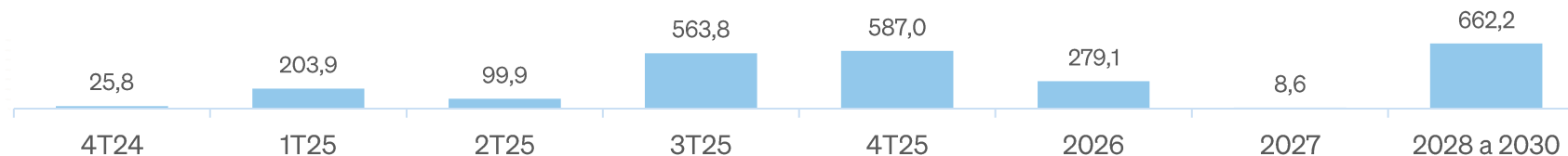
A companhia encerrou o 3T24 com saldo total de recebíveis de cartões de crédito no valor de R\$ 912,2 milhões. Vale ressaltar que tais ativos possuem baixíssimo risco de crédito e alta capacidade de geração de liquidez.

R\$ Milhões	3T23	4T23	1T24	2T24	3T24
Caixa e equivalentes de caixa	819,5	1.355,5	1.363,7	1.310,8	766,4
Dívida bruta	2.127,6	2.502,7	2.659,0	2.823,9	2.458,9
Curto prazo	1.782,5	1.854,0	1.123,8	1.222,8	903,2
% dívida bruta	83,8%	74,1%	42,3%	43,3%	36,7%
Longo prazo	345,1	648,6	1.535,2	1.601,1	1.555,8
% dívida bruta	16,2%	25,9%	57,7%	56,7%	63,3%
Dívida líquida	1.308,1	1.147,2	1.295,2	1.513,1	1.692,5
Dívida líquida/EBITDA recorrente LTM (pré IFRS-16)	0,9x	0,8x	0,9x	1,0x	1,1x

## Dívida líquida e alavancagem (R\$ Milhões)



## Aging da dívida (R\$ Milhões)



Nota: Dívida líquida pro forma entre 3T23 e 3T24.

## Capex pro forma

No 3T24, o CAPEX totalizou R\$ 139,2 milhões, com destaque para os investimentos em tecnologia (Corporativo), reformas e aberturas de lojas, principalmente, nas BU de Vestuário Feminino e de Vestuário Masculino e os para os investimentos em máquinas e equipamentos destinados à fábrica de calçados no Ceará (Outros).

- **Corporativo:** Investimentos de maior concentração na área de tecnologia, como plataformas, novos equipamentos e licenciamentos, reformas e ampliações dos escritórios, aquisição de móveis e utensílios
- **Lojas:** Expansão e Reformas, concentrados nas reformas e aberturas de novas lojas do Grupo Soma, AR&CO, Arezzo&Co. e Hering
- **Outros:** Investimentos para aquisição de máquinas e equipamentos para a fábrica do Ceará e para o CD Anápolis de Hering, bem como adequações legais referentes a esses investimentos

R\$ Milhões	3T24	3T23	9M24	9M23
CAPEX Total	139,2	120,4	359,3	350,3
Corporativo	69,2	59,8	182,2	202,5
Lojas	46,8	42,7	120,9	103,7
Outros	23,1	17,8	56,2	44,2

# Demonstrativo de resultado - visão contábil

R\$ Milhões	3T24	3T23	3T24 vs. 3T23	9M24	9M23	9M24 vs. 9M23
Receita líquida	2.546,6	1.265,8	101,2%	4.975,9	3.422,1	45,4%
Custos dos produtos vendidos	(1.152,5)	(585,1)	97,0%	(2.339,3)	(1.590,1)	47,1%
Lucro bruto	1.394,2	680,7	104,8%	2.636,7	1.832,1	43,9%
Receitas (despesas) operacionais	(1.037,6)	(505,5)	105,3%	(2.039,6)	(1.426,6)	43,0%
Comerciais	(943,2)	(428,2)	120,3%	(1.754,8)	(1.177,0)	49,1%
Administrativas e Gerais	(257,9)	(107,2)	140,6%	(453,6)	(278,5)	62,9%
Outras receitas operacionais líquidas	163,4	29,8	448,0%	168,7	28,9	483,9%
Lucro antes do resultado financeiro	356,5	175,2	103,5%	597,0	405,5	47,2%
Resultado Financeiro	(145,1)	(48,1)	201,6%	(236,8)	(131,4)	80,3%
Lucro antes do IR e CS	211,4	127,1	66,4%	360,2	274,1	31,4%
Imposto de Renda e Contribuição Sociais	(4,5)	(13,4)	(66,7%)	46,3	3,4	1266,2%
Corrente	(3,2)	(41,4)	(92,3%)	(11,7)	(61,2)	(81,0%)
Diferido	(1,3)	28,0	(104,6%)	57,9	64,6	(10,3%)
Lucro líquido do Período	207,0	113,7	82,1%	406,5	277,5	46,5%



# Anexos



AREZZO  
A'21  
54

# Balanço Patrimonial - visão contábil

Ativo (R\$ Milhões)	30/09/24	31/12/23
<b>Ativo circulante</b>	<b>6.607,9</b>	<b>2.915,1</b>
Caixa e equivalentes de caixa	162,4	73,3
Aplicações financeiras	604,0	676,4
Contas a receber de clientes CP	2.512,5	1.125,4
Estoques	2.313,1	774,3
Instrumentos financeiros derivativos CP	29,7	0,0
Impostos a recuperar CP	326,8	111,7
IR e CS a recuperar CP	224,8	17,9
Outros valores a receber CP	434,6	136,0
<b>Ativo não circulante</b>	<b>8.298,4</b>	<b>3.060,9</b>
Aplicações financeiras LP	8,4	0,0
Instrumentos financeiros derivativos LP	59,2	78,2
Contas a receber de clientes LP	10,6	3,2
Depósitos judiciais	203,3	137,8
Imposto de renda e contribuição social diferidos	912,4	193,1
Impostos a recuperar LP	1.013,2	183,7
Outros valores a receber LP	10,6	7,8
Propriedades para investimento	4,2	4,2
Imobilizado	2.168,3	890,9
Intangível	3.908,2	1.561,9
<b>Ativo total</b>	<b>14.906,3</b>	<b>5.975,8</b>

# Balanço Patrimonial - visão contábil

Passivo (R\$ Milhões)	30/09/24	31/12/23
<b>Passivo Circulante</b>	<b>3.706,2</b>	<b>2.292,3</b>
Empréstimos e financiamentos	903,2	882,2
Fornecedores	1.771,7	834,5
Instrumentos financeiros derivativos Passivo - CP	4,3	59,5
Arrendamento	201,6	107,7
Imposto de renda e contribuição social a pagar	0,0	2,7
Obrigações fiscais e sociais	205,9	100,5
Obrigações trabalhistas	361,6	103,9
Parcelamento de Impostos CP	18,4	1,9
Obrigações a pagar na aquisição de controlada CP	30,6	79,3
Outras contas a pagar	207,6	119,0
Receitas diferidas CP	1,3	1,3
<b>Passivo não circulante</b>	<b>3.316,3</b>	<b>754,5</b>
Empréstimos e financiamentos LP	1.555,8	198,9
Arrendamento LP	626,2	407,5
Provisões para riscos trabalhistas, fiscais e cíveis	649,3	16,1
Impostos diferidos LP	239,9	0,0
Obrigações a pagar na aquisição de controlada LP	191,1	42,4
Parcelamento de Impostos LP	29,2	6,3
Instrumentos financeiros derivativos Passivo - LP	-	78,2
Outras contas a pagar LP	20,7	-
Receitas diferidas LP	4,1	5,1
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>7.883,8</b>	<b>2.929,1</b>
Capital social	2.317,2	1.738,2
Ações em tesouraria	(1,3)	(9,9)
Reservas de capital	4.228,6	183,9
Reserva de lucros	120,5	120,5
Reserva de Incentivos Fiscais	879,1	879,1
Ajuste de avaliação Patrimonial	(23,2)	2,0
Resultados abrangentes	(4,4)	(4,2)
Resultado do exercício	349,0	-
Patrimônio líquido atribuível aos acionistas controladores	7.865,4	2.909,6
Participação de não controladores	18,3	19,5
<b>Passivo Total</b>	<b>14.906,3</b>	<b>5.975,8</b>



# Reconciliação EBITDA recorrente pro forma

- **Despesas de M&A:** referem-se às despesas extraordinárias relacionadas à fusão do Grupo Soma com Arezzo&Co. Através de fato relevante, divulgamos uma expectativa de gastos com a transação de R\$ 145,0 milhões para o ano de 2024. Neste trimestre, contabilizamos R\$ 139,0 milhões. Alguns pagamentos previstos para o 4T24 foram antecipados e estimamos, portanto, que os custos relacionados à transação sejam menores do que o anteriormente esperado no referido trimestre.
- **Provisão DIFAL:** efeito líquido de constituição de provisão na Arezzo&Co e de reversão de provisão anteriormente constituída pelo Grupo Soma.
- **ILP:** programa de incentivo de longo prazo (ILP), sem impacto em caixa no período.
- **Créditos de IRPJ e CSLL:** como parte do processo de alinhamento de práticas contábeis entre Arezzo&Co. e o Grupo Soma, conforme divulgado no 2T24, a Arezzo&Co. adotou uma mudança de critério de reconhecimento contábil de subvenções do benefício do ICMS.

- **Ajustes históricos:** ajustes realizados separadamente pelas Companhias (Arezzo&Co. e Grupo Soma) em períodos anteriores à fusão.

R\$ Milhões	Impacto DRE	3T24	3T23	9M24	9M23
EBITDA	-	531,1	455,6	1.285,6	1.188,3
Despesas de M&A	Despesa	139,0	0,0	139,0	0,0
Provisão DIFAL	Despesa	9,1	0,0	9,1	0,0
ILP	Despesa	10,5	13,3	32,1	32,2
Créditos de IRPJ e CSLL	Despesa	(212,9)	0,0	(212,9)	0,0
Ajustes Históricos – CPV	CPV	0,0	0,0	5,1	14,0
Ajustes Históricos - Despesa	Despesa	0,0	(11,2)	56,8	15,4
EBITDA recorrente		476,8	457,8	1.314,7	1.249,9
Margem EBITDA recorrente		15,7%	16,9%	16,1%	16,6%
Arrendamento (impacto IFRS-16)	Despesa	66,2	62,2	194,6	181,4
Arrendamento (impacto IFRS-16)	CPV	1,3	1,2	3,9	3,5
EBITDA recorrente (pré IFRS-16)		409,4	394,3	1.116,3	1.065,0
Mg. EBITDA recorrente (pré IFRS-16)		13,5%	14,5%	13,7%	14,2%

# Reconciliação lucro líquido recorrente pro forma

- **D&A – Mais valia Hering:** impacto de valores justos CPC15/IFRS3 – combinação de negócios.
- **Atualização monetária:** atualização monetária decorrente de indébito tributário, sem impacto em IR/CS.
- **Baixa de IRPJ e CSLL diferido do Soma:** baixa dos créditos de IR/CS do Grupo Soma, devido à incorporação por Azzas 2154.

R\$ Milhões	Impacto DRE	3T24	3T23	9M24	9M23
Lucro líquido	-	83,0	237,3	269,1	572,9
Ajustes do EBITDA		(54,3)	2,1	(14,1)	61,6
D&A - Mais valia Hering	D&A	11,0	9,7	33,0	33,0
Atualização monetária	Resultado Financeiro	0,0	(15,7)	0,0	(15,7)
Efeito dos ajustes aplicáveis no IRPJ e no CSLL (34%) <sup>(1)</sup>	IR/CS	(67,2)	(4,0)	(103,1)	(30,0)
Baixa de IR e CS diferido do Soma	IR/CS	191,3	0,0	191,3	0,0
Lucro líquido recorrente		163,8	229,4	376,2	621,8
Margem líquida recorrente		5,4%	8,5%	4,6%	8,3%

Notas (1): Para o 3T24 equivale a 34% x [ R\$139,0 milhões (M&A) + R\$9,1 milhões (Provisão DIFAL) + R\$10,5 milhões (ILP) + R\$28,0 milhões (créditos de IRPJ e CSLL)+ R\$11,0 milhões (D&A Mais Valia Hering) ]

# Fluxo de caixa - visão contábil

R\$ Milhões	3T24	3T23	9M24	9M23
<b>Das atividades operacionais</b>				
Lucro líquido do exercício	207,0	113,7	406,5	277,5
<b>Ajustes para conciliar resultado à disp. derada pelas atividades operacionais</b>				
Depreciações e amortizações	122,9	55,6	243,1	159,5
Resultado na venda de ativos permanentes	3,2	0,2	3,2	2,2
Provisão para riscos trabalhistas, fiscais e cíveis	7,7	(1,9)	9,1	(0,6)
Encargos financeiros e variação cambial sobre financiamentos	30,5	58,2	203,4	22,2
Rendimento de aplicação financeira	(24,0)	(15,8)	(48,5)	(44,9)
Perdas de crédito esperadas	0,1	(0,8)	10,1	(2,0)
Provisão para perdas no estoque	(1,4)	2,1	1,8	5,2
Plano de opções de ações e ações restritas	5,4	4,9	11,8	13,6
Juros de arrendamento	20,6	10,6	43,0	30,5
Crédito extemporâneo	(172,3)	(22,5)	(172,3)	(25,7)
Imposto de renda e contribuição social	4,5	33,2	(46,3)	(3,4)
Outros	43,2	(29,5)	(66,5)	45,7
<b>Decréscimo (acrécimo) em ativos</b>				
Contas a receber de clientes	(158,9)	(139,0)	(6,4)	(31,9)
Estoques	(104,3)	(4,6)	(247,2)	(57,8)
Impostos a recuperar	(43,7)	(9,0)	(99,2)	37,7
Depósitos judiciais	0,4	(13,5)	(1,9)	(37,3)
Variação de outros ativos	(208,7)	2,4	(301,1)	(31,0)
<b>(Decréscimo) acréscimo em passivos</b>				
Fornecedores	248,9	85,7	159,4	(129,5)
Obrigações trabalhistas	55,8	10,5	57,9	(47,6)
Obrigações fiscais e sociais	7,0	(15,5)	(21,7)	(8,2)
Variação de outros passivos	2,2	19,5	(6,0)	(11,3)
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	(2,0)	(15,2)	(5,3)	(31,1)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(78,9)	(14,6)	(127,3)	(16,6)
<b>Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais</b>	<b>(34,9)</b>	<b>114,6</b>	<b>(0,6)</b>	<b>115,4</b>

# Fluxo de caixa - visão contábil

R\$ Milhões	3T24	3T23	9M24	9M23
<b>Das atividades de Investimento</b>				
Resultados na venda de imobilizado e intangível (Recebimento de caixa)				
Acréscimo do imobilizado e intangível	(115,5)	(47,7)	(223,8)	(173,2)
Caixa proveniente de combinação de negócios	467,9	-	467,9	-
Aplicações financeiras	(2.072,1)	(693,1)	(3.917,9)	(3.094,2)
Resgate de aplicações financeiras	2.340,5	731,3	4.372,3	2.993,6
Aquisição de controlada, líquido do caixa obtido na aquisição	-	(0,2)	-	(194,6)
Aquisição de participação de não controladores	7,8	-	(1,0)	-
<b>Caixa líquido usado (gerado) nas atividades de investimento</b>	<b>628,6</b>	<b>(9,8)</b>	<b>697,5</b>	<b>(468,5)</b>
<b>Das atividades de Financiamento</b>				
Captações de empréstimos	472,6	58,7	587,1	761,9
Pagamentos de empréstimos financiamento	(810,7)	(37,8)	(918,3)	(83,8)
Contraprestação de arrendamento	(66,7)	(35,2)	(131,4)	(102,1)
Juros sobre o capital próprio	-	(94,2)	-	(176,3)
Pagamento de dividendos	(60,0)	(8,0)	(60,0)	(8,0)
Pagamento de obrigação na aquisição de controlada	(19,3)	-	(89,9)	-
Gastos na emissão de ações	(1,8)	-	(1,8)	-
Recompra de Ações	-	-	-	(9,2)
<b>Caixa líquido usado (gerado) pelas atividades de financiamento</b>	<b>(485,8)</b>	<b>(116,4)</b>	<b>(614,3)</b>	<b>382,4</b>
<b>Aumento (redução)de caixa e equivalentes de caixa</b>	<b>107,9</b>	<b>(11,6)</b>	<b>82,6</b>	<b>29,4</b>
Efeito da variação cambial de caixa e equivalentes de caixa	0,7	(1,1)	6,5	2,5
Caixa e equivalentes de caixa iniciais	(53,0)	73,5	73,3	28,8
Caixa e equivalentes de caixa finais	55,5	60,7	162,4	60,7
<b>Aumento (redução) das disponibilidades</b>	<b>107,9</b>	<b>(11,6)</b>	<b>82,6</b>	<b>29,4</b>



# Rede de lojas Azzas 2154

BU Calçados e Acessórios	3T23	4T23	1T24	2T24	3T24
Área Total (m²)	60.130	63.182	62.783	63.465	63.520
Lojas Próprias	10.902	12.423	12.432	12.910	12.874
Franquias	49.228	50.758	50.351	50.555	50.647
Número de Lojas	821	855	840	851	847
Lojas Próprias	81	90	88	92	91
Arezzo	22	24	23	24	24
Schutz	20	20	19	19	19
Alexandre Birman	11	13	13	13	13
Anacapri	2	2	2	2	2
Fiever	0	0	0	-	-
Alme	2	2	2	2	2
Vans	20	21	21	23	23
Carol Bassi	4	7	7	8	7
Vicenza	-	1	1	1	1
Franquias	728	755	742	749	746
Arezzo	417	421	416	418	419
Schutz	61	61	58	56	53
Anacapri	233	252	247	253	253
Fiever	-	-	0	-	-
Alme	-	1	1	1	0
Vans	17	20	20	21	21
My Shoes	-	-	-	-	-

# Rede de lojas Azzas 2154

BU Vestuário Feminino	3T23	4T23	1T24	2T24	3T24
Área Total (m²)	44.039	45.937	45.450	46.209	45.683
Lojas Próprias	42.750	44.728	44.504	45.328	44.889
Franquias	1.289	1.209	946	881	794
Número de Lojas	315	326	319	317	317
Lojas Próprias	295	307	304	302	303
Animale	69	70	68	64	64
Cris Barros	10	10	11	11	11
Fábula	21	20	19	18	16
Farm	96	104	106	106	108
Farm Global	3	4	4	6	6
Foxton	32	32	32	32	32
Maria Filó	35	36	33	33	34
NV	17	19	19	19	19
Off Premium	12	12	12	13	13
A Brand	0	0	0	0	0
FYI	0	0	0	0	0
Franquias	20	19	15	15	14
Farm Global	0	0	0	1	2
Maria Filó	20	19	15	14	12

# Rede de lojas Azzas 2154

BU Vestuário Masculino	3T23	4T23	1T24	2T24	3T24
Área Total (m²)	15.059	16.705	16.876	17.226	17.657
Lojas Próprias	9.652	10.690	10.746	10.964	11.103
Franquias	5.407	6.015	6.130	6.262	6.553
Número de Lojas	184	207	209	213	217
Lojas Próprias	<b>106</b>	<b>118</b>	<b>118</b>	<b>120</b>	<b>121</b>
Lojas AR&Co	106	118	118	120	121
Franquias	<b>78</b>	<b>89</b>	<b>91</b>	<b>93</b>	<b>96</b>
Lojas AR&Co	78	89	91	93	96
BU Vest. Democrático					
Área Total (m²)	93.109	93.710	92.524	93.436	92.783
Lojas Próprias	17.680	18.098	18.098	18.618	18.535
Franquias	75.429	75.612	74.426	74.818	74.248
Número de Lojas	748	742	723	714	706
Lojas Próprias	<b>71</b>	<b>71</b>	<b>71</b>	<b>71</b>	<b>70</b>
Hering	53	51	51	50	49
Hering - Megalojas	15	17	17	18	19
Dzarm	3	3	3	3	2
Franquias	<b>677</b>	<b>671</b>	<b>652</b>	<b>643</b>	<b>636</b>
Hering	644	636	615	601	593
Hering - Megalojas	14	16	18	23	24
Internacional	19	19	19	19	19



# 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 Combinação de Negócios, as informações financeiras da AZZAS 2154 passaram a consolidar os resultados do Grupo SOMA. Assim, considerando que as informações financeiras referentes ao terceiro trimestre de 2024 da AZZAS 2154 (“3T24”) são as primeiras informações financeiras a serem divulgadas após a Combinação de Negócios e, ainda, dada a data de consumação da operação, que o 3T24 abrange informações financeiras de três meses da Arezzo&Co (de 1º de julho de 2024 a 30 de setembro de 2024) e dois meses do Grupo Soma (de 1º de agosto de 2024 a 30 de setembro de 2024), para auxiliar o mercado na análise dos resultados e facilitar a visualização e interpretação dos dados do 3T24 de Azzas 2154, foram disponibilizadas informações financeiras Pro Forma, neste relatório e na planilha de resultados 3T24 (<https://ri.azzas2154.com.br/resultados-e-apresentacoes/planilha-dinamica/>).



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 do 3T24 de Azzas 2154;
2. As informações financeiras Pro Forma, que 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 Earnings Release

2154

3T24

Relações com Investidores

[ir@azzas2154.com.br](mailto:ir@azzas2154.com.br)

