

AZZAS
2154

**Apresentação
de Resultados**
2T25



FARM RIO

1. KEY MESSAGES
2. DESTAQUES DO TRIMESTRE
3. UNIDADES DE NEGÓCIO
4. RESULTADOS FINANCEIROS
5. ALTERAÇÕES NO MANAGEMENT
6. CONVITE DE LANÇAMENTO FARM ETC
7. Q&A

KEY MESSAGES

1. Capítulo decisivo na consolidação de Azzas 2154, marcando a união dos blocos controladores em torno da geração de valor.
2. Alterações na Governança priorizam simplicidade e clareza, com foco em três frentes estratégicas: acelerar a integração, focar a energia no negócio e definir a visão 2030 do Grupo.
3. No primeiro ano da fusão que criou o Azzas 2154, destaque para o crescimento de 10,3% na ROB e alavancagem operacional de 80bps como resultado controle das despesas fixas (+1,2%) e queda de 6% nas despesas eventuais.
4. BU Fashion & Lifestyle Women cresce 20,1%, impulsionada pela Farm no Brasil e no exterior; Farm Etc expandirá portfólio com foco na geração Z.
5. Desafios de crescimento nos canais de sell-in das BU Shoes & Bags e Basic, principalmente no canal de franquias.
6. Avanço em projetos estratégicos, como o hub de malharia, visando traduzir oportunidades em vantagem competitiva e eficiência operacional.

2T25

Receita Bruta

Marcas Continuadas

R\$ 3,6 Bi**+10,3%** vs. 2T24

EBITDA

Recorrente

R\$ 535,6 Mi (pós IFRS-16)**+9,0%** vs. 2T24**R\$ 461,4 Mi** (pré IFRS-16)**+8,0%** vs. 2T24

Margem EBITDA

Recorrente

18,5% (pós IFRS-16)**+0,8 p.p.** vs. 2T24**15,9%** (pré IFRS-16)**+0,5 p.p.** vs. 2T24

Lucro Líquido

Recorrente

R\$ 283,7 Mi**+81,7%** vs. 2T24

Lucro Líquido

Contábil

R\$ 537,7 Mi**+408,2%** vs. 2T24

1S25

Receita Bruta

Marcas Continuadas

R\$ 6,9 Bi**+13,0%** vs. 1S24

EBITDA

Recorrente

R\$ 963,3 Mi (pós IFRS-16)**+14,9%** vs. 1S24**R\$ 820,4 Mi** (pré IFRS-16)**+16,0%** vs. 1S24

Margem EBITDA

Recorrente

17,2% (pós IFRS-16)**+0,9 p.p.** vs. 1S24**14,7%** (pré IFRS-16)**+0,9 p.p.** vs. 1S24

Lucro Líquido

Recorrente

R\$ 401,4 Mi**+55,6%** vs. 1S24

Lucro Líquido

Contábil

R\$ 655,5 Mi**+252,4%** vs. 2T24

Nota: 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.

Shoes & Bags

Receita Bruta 2T25
(Marcas continuadas)

R\$ 1,1 Bi

+0,7% vs. 2T24

Receita Bruta 1S25
(Marcas continuadas)

R\$ 2,1 Bi

+2,7% vs. 1S24

- No 2T25, a BU Shoes & Bags registrou crescimento de 0,7% vs. 2T24. O desempenho foi negativamente impactado pela queda de 1,5% nos canais de sell-in.
- Foco importante na retomada da confiança do canal de franquias, com implementação de modelo de franchising mais ágil e orientado ao giro – mais de 120 pontos de venda já operam sob a nova estrutura, com melhora visível nos níveis de estoque e engajamento dos franqueados.
- Vans e Schutz apresentaram queda de receita, principalmente, de multimarcas, refletindo o momento desafiador do canal.
- Arezzo e Anacapri seguem saudáveis, com crescimento em níveis alinhados com o planejado no trimestre.
- Indicador SSS da Schutz de +5% em lojas próprias em praças premium (Iguatemi SP: +14%; JK SP: +8%; e Leblon RJ: +55%) é um termômetro importante de saúde da marca e evolução de turnaround.



F&L Women

Receita Bruta 2T25

R\$ 1,4 Bi

+20,1% vs. 2T24

Receita Bruta 1S25

R\$ 2,7 Bi

+23,2% vs. 1S24

- Mais um trimestre de crescimento robusto.
- No canal internacional, a Farm Rio cresceu 35,3% em Real e 25% em Dólar, demonstrando a força da marca, mesmo em um cenário global impactado por incertezas políticas e econômicas.
- Os canais de sell-out cresceram, 15,7% vs. 2T24, impulsionados pelo bom desempenho das marcas Farm, Animale e NV.
- O canal de multimarcas cresceu 10,3% no 2T25, acumulando uma alta de 31,4% no 1S25, impulsionada pela marca NV, que ampliou o número de showrooms e registrou expressivo crescimento de 123,2% neste canal.
- SSS em destaque: cresceu 22% nas lojas Farm (Brasil) e 16% nas lojas da Animale.
- Marca Carol Bassi já está se beneficiando da integração na BU, com aumento do escoamento de estoque através do Off Premium.



Basic

Receita Bruta 2T25
(Marcas continuadas)

R\$ 637 Mi

+7,3% vs. 2T24

Receita Bruta 1S25
(Marcas continuadas)

R\$ 1,3 Bi

+12,9% vs. 1S24

- Destaque para os canais de sell-out, com alta de 20,7%.
- Lojas próprias cresceram 24,2% vs. 2T24, principalmente, devido ao novo projeto de loja inaugurado em dezembro de 2024 (megalojas Cobogó), com crescimento de 86,5%.
- O e-commerce segue com forte crescimento, alta de 15,9% vs. 2T24, impulsionada pelo forte desempenho no site e no app.
- O canal de multimarcas cresceu 8,4%, apoiado pelo projeto *go-to-market* que obteve 132 novos clientes e atingiu *same client sales* de 37% nas regiões norte e nordeste.
- Por outro lado, o canal de franquias retraiu 7,8%, refletindo ação de redução de estoques na rede e o gap de SSS entre lojas próprias e franquias.
- Na campanha de Dia das Mães, a Hering cresceu de maneira significativa seu alcance, com um resultado 57% acima do ano passado e um engajamento 126% maior na mesma comparação.



F&L Men

Receita Bruta 2T25

(Marcas continuadas)

R\$ 421 Mi

+11,5% vs. 2T24

Receita Bruta 1S25

(Marcas continuadas)

R\$ 782 Mi

+12,0% vs. 1S24

- A BU segue com crescimento consistente com sua estratégia.
- Destaque para o sell-in, que registrou expressivo aumento de 31,3%, impactado principalmente pelo aumento de 34,9% no canal multimarcas.
- Lojas próprias cresceram 13,5%, com destaque para marca Oficina, que apresentou SSS acima de 20% no trimestre.
- A receita de e-commerce retraiu 8,5% vs. 2T24, impactada pela estratégia da marca Reserva de priorizar rentabilidade e aumentar a venda a fullprice nas lojas.



1. KEY MESSAGES
2. DESTAQUES DO TRIMESTRE
3. UNIDADES DE NEGÓCIO
4. RESULTADOS FINANCEIROS
5. ALTERAÇÕES NO MANAGEMENT
6. CONVITE DE LANÇAMENTO FARM ETC
7. Q&A

	R\$ Milhões	2T24 recorrente (pro forma)	2T25 recorrente	Δ (%) recorrente 2T25 vs. 2T24
1	Receita Bruta (Continuadas)	3.269,5	3.606,2	10,3%
2	Receita Líquida	2.769,3	2.901,4	4,8%
	CMV	(1.214,5)	(1.280,9)	5,5%
	CMV (ex. D&A)	(1.204,8)	(1.271,2)	5,5%
	Depreciação e Amortização	(9,7)	(9,7)	0,0%
3	Lucro Bruto	1.554,8	1.620,5	4,2%
	<i>Margem Bruta</i>	56,1%	55,9%	-0,2 p.p.
	Despesas	(1.197,3)	(1.237,8)	3,4%
	Despesas (ex. D&A)	(1.073,0)	(1.094,6)	2,0%
	(%) Receita Líquida	38,7%	37,7%	-1,0 p.p.
	Depreciação e Amortização	(124,3)	(143,2)	15,2%
	EBITDA	491,5	535,6	9,0%
	<i>Margem EBITDA</i>	17,7%	18,5%	0,8 p.p.
4	EBITDA (pré IFRS-16)	427,4	461,4	8,0%
	<i>Margem EBITDA (pré IFRS-16)</i>	15,4%	15,9%	0,5 p.p.
	EBIT	357,5	382,7	7,1%
	Resultado Financeiro	(151,8)	(199,5)	31,4%
	EBT	205,7	183,2	(10,9%)
	IR e CSLL	(49,6)	100,5	(302,6%)
	Lucro Líquido	156,1	283,7	81,7%
	<i>Margem Líquida</i>	5,6%	9,8%	4,2 p.p.
	Lucro Líquido (ex. Lei 14.789/23)	218,5	n.a.	n.a.

1 Crescimento de 10,3% da receita bruta (continuadas)

Destaque para crescimento da BU F&L Women (+20,1%) e da BU F&L Men (+11,5%).

2 Crescimento de 4,8% da receita líquida

Crescimento de 2,6 p.p. abaixo da variação da receita bruta, pelos seguintes motivos:

- I. menor patamar de receitas de subvenções, especialmente na BU F&L Men, associada a uma gestão mais eficiente de estoques e de caixa;
- II. maior volume de devoluções nos canais de sell-in, impactando as unidades Shoes & Bags e Basic.

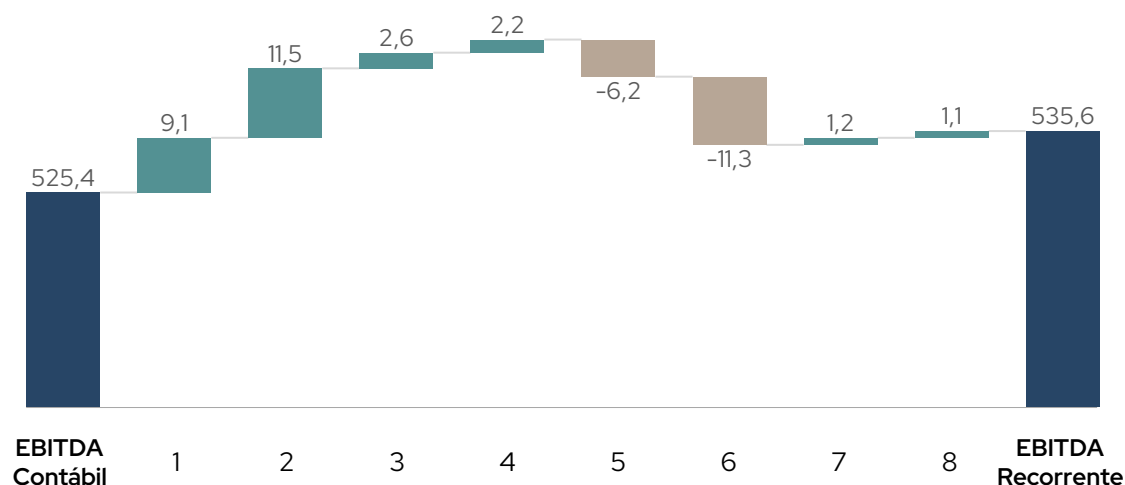
3 Crescimento de 4,2% do lucro bruto recorrente e decréscimo da margem bruta de -20 bps

- I. pelo cenário desafiador de crescimento na BU Shoes & Bags, gerando maiores níveis de markdown;
- II. pelo sell in de franquia menor que o planejado na BU Basic, gerando uma sobra de compras de outono e inverno e, portanto, maiores níveis de markdown para gerenciamento de estoques

4 Crescimento de 8% do EBITDA recorrente (pré IFRS-16) e +50 bps de margem EBITDA

Menores níveis (em percentual da receita líquida) de despesas fixas e eventuais, resultando em maior alavancagem operacional.

Reconciliação EBITDA



1 – ILP: programa de incentivo de longo prazo (ILP).

2 – Otimização de pessoal: indenizações trabalhistas referentes a simplificações de estruturas.

3 – Projetos estratégicos: despesa com consultorias que suportam os projetos de Azzas 2154, com foco em captura de sinergias e planejamento estratégico de longo prazo.

4 – Despesas de M&A: despesas residuais, principalmente, com consultorias e assessorias legais.

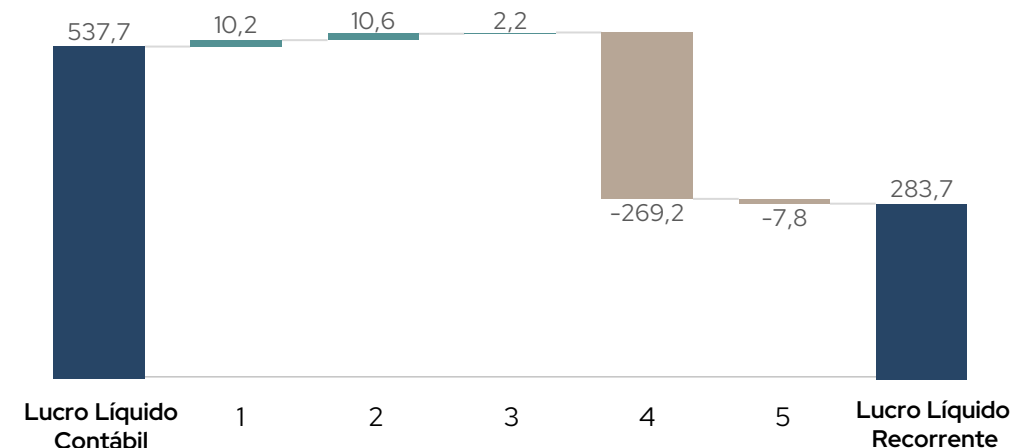
5 – Contingências Judiciais: reversão de provisão de ação indenizatória (franquia Hering), devido à atualização de entendimento do processo.

6 – Earn-out: estorno de apropriação de earn-out da marca Carol Bassi.

7 – Otimização de portfólio: despesa referente a transferência de ponto de marcas descontinuadas.

8 – Crédito Extemporâneo: reversão de provisão realizada no 4T24, referente à otimização de portfólio.

Reconciliação Lucro Líquido



1 – Ajustes do EBITDA: detalhados ao lado.

2 – Mais-valia Hering: impacto de valores justos CPC15/IFRS3 – combinação dos negócios.

3 – Earn-out referente a aquisições: Atualização monetária de earn-out referente à aquisição da marca Carol Bassi.

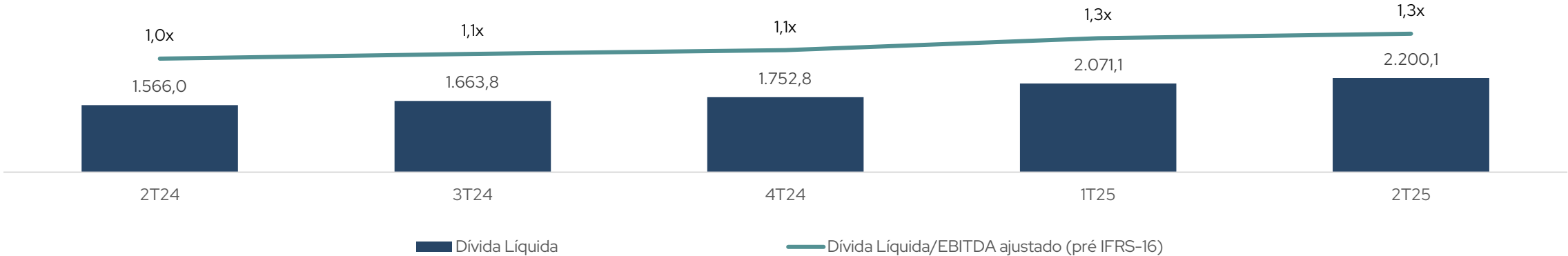
3 – Reversão de IR/CS sobre subvenção ICMS/RJ (2024): Reversão do IRPJ e CSLL sobre subvenção de ICMS do Rio de Janeiro que havia sido provisionado no exercício de 2024, em linha com o entendimento da Companhia.

4 – Efeito dos ajustes no IR/CS: trata-se de ajustes aos resultados pro forma realizados separadamente pelas Companhias (Arezzo&Co e Grupo SOMA) em períodos anteriores à fusão.

Endividamento

R\$ Milhões	2T24 (pro forma)	3T24 (pro forma)	4T24	1T25	2T25
Caixa e equivalentes de caixa	1.310,8	766,4	774,5	1.103,4	823,2
Contratos de swap ⁽¹⁾	(52,9)	28,7	127,4	65,4	10,0
Dívida bruta	2.823,9	2.458,9	2.654,7	3.239,9	3.033,3
Curto prazo	1.222,8	903,1	1.476,5	1.904,1	1.741,3
% Dívida bruta	43,3%	36,7%	55,6%	58,8%	57,4%
Longo prazo	1.601,1	1.555,8	1.178,2	1.335,8	1.292,0
% Dívida bruta	56,7%	63,3%	44,4%	41,2%	42,6%
Dívida líquida	1.566,0	1.663,8	1.752,8	2.071,1	2.200,1
Dívida líquida / EBITDA recorrente (pré IFRS-16)	1,0x	1,1x	1,1x	1,3x	1,3x

Dívida Líquida e Alavancagem
R\$ Milhões



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

1. KEY MESSAGES
2. DESTAQUES DO TRIMESTRE
3. UNIDADES DE NEGÓCIO
4. RESULTADOS FINANCEIROS
5. ALTERAÇÕES NO MANAGEMENT
6. CONVITE DE LANÇAMENTO FARM ETC
7. Q&A

Alterações na Diretoria: BU Shoes & Bags e Diretoria Financeira



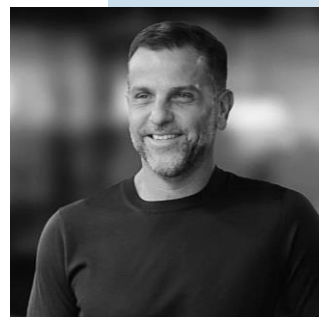
Eric Alencar
Diretor Financeiro e de Relações com Investidores

Eric possui sólida trajetória em gestão financeira, aliada à visão estratégica e profundo entendimento de modelagens de negócio, competências fundamentais para impulsionar essa nova fase focada na integração e busca por eficiência na Companhia. Eric possui mais de 20 anos de experiência, tendo atuado como CFO do Grupo Carrefour Brasil, Cyrela, Grupo Oncoclínicas e Aché Laboratórios Farmacêuticos. É formado em Engenharia Robótica pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo e possui MBA pela The Wharton School, University of Pennsylvania.



Rafael Sachete
CEO da BU Shoes & Bags

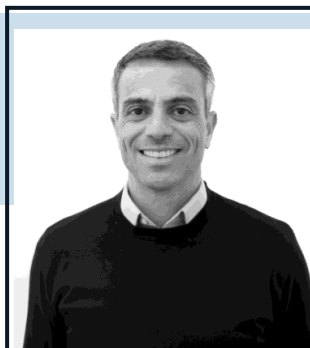
Rafael possui mais de 20 anos de experiência no varejo. No Grupo, já foi gerente financeiro, jurídico e fiscal, diretor financeiro e CFO. Agora assume a posição a frente a BU Shoes & Bags levando seu profundo conhecimento no negócio e o sua expertise em finanças que vai ser importante para direcionar a BU para atingir seus objetivos com foco em retomada do crescimento saudável e alavanca de rentabilidade e geração de caixa para o grupo.



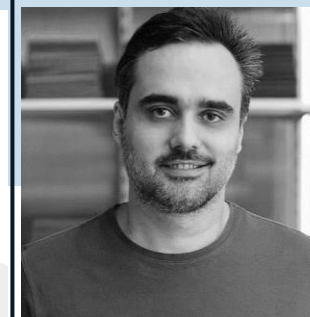
CEO / CCO
Azzas 2154
Alexandre Birman



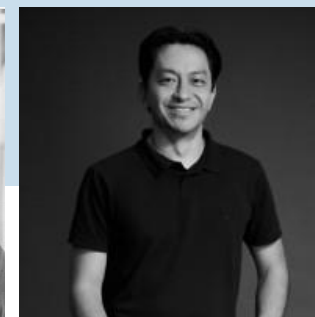
CEO BU
Fashion & Lifestyle
Women
Roberto Jatahy



CEO BU
Shoes & Bags
Rafael Sachete



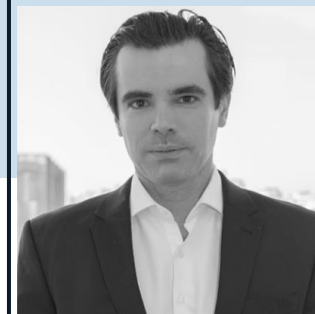
CEO BU
Basic
Thiago Hering



CEO BU
Fashion & Lifestyle
Men
Ruy Kameyama



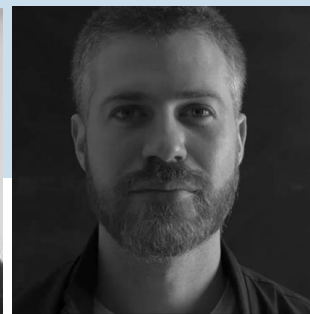
CEO Indústria
João Fernando



CFO
Eric Alencar



CHRO
Weider Campos



CTO
Maurício Bastos



CIO
Andre Rizzi

Nosso time de liderança após as alterações anunciadas.

Profissionais estratégicos e altamente qualificados que contribuem para o crescimento sustentável, inovação e excelência operacional do negócio.

1. KEY MESSAGES
2. DESTAQUES DO TRIMESTRE
3. UNIDADES DE NEGÓCIO
4. RESULTADOS FINANCEIROS
5. ALTERAÇÕES NO MANAGEMENT
6. CONVITE DE LANÇAMENTO FARM ETC
7. Q&A

O lifestyle da FARM agora tem nome:

Vem aí FARM etc!

O que não se veste, a gente vive!

Descubra o ETC na nossa flagship na
Garcia D'ávila, 110 - Ipanema

Nosso evento de lançamento vai ter brunch,
shows surpresa e ativações imperdíveis
tudo isso no coração de Ipanema.

Abertura oficial: 26/08

Evento de lançamento: 31/08

Praça Nossa Senhora da Paz, a partir das 16h.

Te vejo lá!



Tudo que estamos construindo é fruto de um espírito coletivo de pessoas apaixonadas pelo o que fazem e que trabalham muito duro.

Agradeço a todos que compartilham desse sonho!

AZZAS
2154

Q&A

AZZAS
2154

Relações com Investidores
ri@azzas2154.com.br



FARM RIO