

AZZAS

2154

Companhia Aberta
CNPJ/MF nº 16.590.234/0001-76
NIRE 31.300.025.918 | Código CVM nº 02234-9

COMUNICADO AO MERCADO

Belo Horizonte, 9 de dezembro de 2024 – AZZAS 2154 S.A. (“Companhia” ou “AZZAS 2154”), comunica, que concluiu o estudo de revisão do seu portfólio de marcas com foco em melhorar sua alocação de capital.

A Companhia conduziu um processo detalhado, com a ajuda de assessores externos, que levou em consideração fatores como o potencial de crescimento, capital alocado, retorno sobre capital empregado (ROCE) e geração de caixa das suas marcas, buscando simplificar seu portfólio e maximizar o retorno aos acionistas.

Como resultado desse processo, as marcas Alme, Dzarm, Reversa (linha feminina da Reserva) e Simples serão descontinuadas. Adicionalmente, estão sendo avaliadas alternativas estratégicas para as marcas BAW, Paris-Texas e TROC, considerando o estágio de maturidade de cada uma. Essas marcas somadas representaram um faturamento bruto de, aproximadamente, R\$411 milhões nos doze meses encerrados em 30/09/2024, portanto, aproximadamente 3% do faturamento bruto da Companhia e seu EBITDA combinado é próximo do break-even.

A Companhia espera concluir todo o processo de otimização do portfólio até 28/02/2025 e não antecipa incorrer em despesas caixa relevantes. Levando em consideração o estágio das marcas, o término desse processo deve gerar também um impacto positivo no capital empregado, principalmente no que diz respeito à redução de estoques.

As marcas Brizza e Fábula passam a ser categorias de produto das marcas Arezzo e Farm respectivamente e, as marcas Carol Bassi e Foxtton serão transferidas para as unidades de negócio Vestuário Feminino e Vestuário Masculino, respectivamente. Tais movimentações visam aumentar a eficiência na gestão das respectivas marcas bem como otimizar a alocação de capital do grupo.

AZZAS 2154 reforça que movimentos de revisão de portfólio são processos naturais na indústria de moda global e que mantém uma combinação única de marcas desejadas em vários segmentos de atuação.

Belo Horizonte, 9 de dezembro de 2024.

Rafael Sachete da Silva

Diretor Financeiro, Corporativo e de Relações com Investidores

¹As informações acima apresentadas consideram a planilha de informações divulgadas pela Companhia, para simulação dos resultados da Companhia e do Grupo Soma combinados. Não são informações financeiras auditadas ou revisadas pelos auditores independentes.



Public-held Company
Corporate Taxpayer Registration (CNPJ) No. 16.590.234/0001-76
Commercial Registry Number (NIRE) 31.300.025.918 | CVM Code No. 02234-9

NOTICE TO THE MARKET

Belo Horizonte, December 9th, 2024 – AZZAS 2154 S.A. (“Companhia” ou “AZZAS 2154”), hereby informs that it has concluded the review study of its brand portfolio with a focus on improving its capital allocation.

The Company has conducted a detailed process, with the assistance of external advisors, considering factors such as growth potential, allocated capital, return on capital employed (ROCE), and cash generation of its brands, aiming to streamline its portfolio and maximize shareholder return.

As a result of this process, the brands Alme, Dzarm, Reversa (the women product extension of Reserva), and Simples will be discontinued. Additionally, strategic alternatives are being evaluated for the brands BAW, Paris-Texas, and TROC, taking into consideration the maturity stage of each of them. Together, these brands accounted for approximately R\$411 million in gross revenue during the twelve months ended on September 30th, 2024, representing approximately 3% of the Company’s gross revenue, with their combined EBITDA close to break-even.

The Company expects to complete the entire portfolio optimization process by February 28th, 2025, and does not anticipate incurring significant cash expenses. Considering the stage of these brands, the conclusion of this process is also expected to have a positive impact on capital employed, particularly in regards of reducing inventory levels.

The Brizza and Fábula brands will become product categories of the Arezzo and Farm brands, respectively, and the brands Carol Bassi and Foxton will be integrated into the Women's Apparel and Men's Apparel business units, respectively. These adjustments aim to enhance brand management efficiency and optimize capital allocation within the group.

AZZAS 2154 emphasizes that portfolio review initiatives are a natural process in the global fashion industry, and that the company maintains a unique combination of sought-after brands across various market segments.

Belo Horizonte, December 9th, 2024.

Rafael Sachete da Silva

Chief Financial, Corporate and Investor Relations Officer

¹The information presented above considers the spreadsheet of data disclosed by the Company for the simulation of the results of the Company and the Soma Group combined. These are not financial statements audited or reviewed by independent auditors.