

VIVARA PARTICIPAÇÕES S.A.

CNPJ/ME nº 33.839.910/0001-11

NIRE 35.300.539.087

Companhia Aberta de Capital Autorizado

Código CVM nº 2480-5

FATO RELEVANTE

PRÉVIA OPERACIONAL DE VENDAS DE 2023

A **Vivara Participações S.A.** (“Vivara” ou “Companhia”) (B3: VIVA3), a maior rede de joalherias da América Latina, em cumprimento ao disposto no § 4º do artigo 157 da Lei n.º 6.404, de 15 de dezembro de 1976, conforme alterada (“Lei das S.A.”) e na regulamentação da CVM, em especial a Resolução CVM n.º 44, de 23 de agosto de 2021, conforme alterada, anuncia aos acionistas e ao mercado em geral a prévia operacional de vendas⁽¹⁾ do ano de 2023, bem como os principais destaques do período de maior sazonalidade do quarto trimestre.

No ano de 2023, as vendas totais atingiram R\$ 2,8 bilhões, superando em 21,6% o ano de 2022, alcançando um novo recorde de vendas. No 4T23, as vendas representaram uma receita de R\$1,0 bilhão, 24,2% maior que o 4T22.

VENDA BRUTA POR CANAL (Líq. Dev.)

(Não considera outras receitas e receita de serviços)

Em 2023, as lojas exclusivas da marca Life registraram um crescimento de 103,4%, comparado ao ano de 2022. Esse forte crescimento é explicado pelas 45 novas lojas exclusivas da marca Life inauguradas ao longo do ano de 2023, pelo aumento do sortimento de produtos da marca Life e pela estratégia de marketing.

As Lojas Vivara, embora seja um canal mais consolidado e maduro, segue apresentando bons desempenhos: no ano, as vendas desse canal expandiram 8,1%, comparado a 2022 e no trimestre registrou ganho de 13,0%, na comparação com o 4T22. Na visão phygital, que considera as vendas assistidas, originalmente registradas como vendas digitais, alocadas às respectivas lojas, o canal apresentou crescimento de 19,0% no 4T23, quando comparado ao 4T22.

Por fim, as vendas digitais que seguem apresentando crescimentos robustos. No ano, registraram um expressivo aumento de 44,1% versus 2022 e no 4T23, um ganho de 34,5%, impulsionadas pela consolidação das iniciativas de omnicanalidade.

Vendas por canal (R\$ mil)	4T23	4T22	Δ% 23vs22	2023	2022	Δ% 23vs22
Venda Bruta (Líq. de devoluções)	1.012.028	814.745	24,2%	2.771.717	2.279.855	21,6%
Lojas Físicas	834.178	682.497	22,2%	2.330.761	1.973.745	18,1%
Lojas Vivara	639.279	565.850	13,0%	1.863.096	1.723.788	8,1%
Lojas Life	183.835	104.052	76,7%	431.664	212.254	103,4%
Quiosques	11.063	12.595	-12,2%	36.000	37.704	-4,5%
Vendas Digitais	177.850	132.248	34,5%	440.956	306.110	44,1%

(1) Os resultados apresentados são gerenciais e preliminares e não foram auditados pela Auditoria Independente. Dados sujeitos a alterações.

VENDA BRUTA POR CATEGORIA (Líqu. Dev.)

(Não considera outras receitas e receita de serviços)

Ao longo de 2023, a marca Life foi o destaque em todos os canais, com expansão de 3,8 p.p. nas vendas totais. Esse crescimento é decorrente do significativo aumento no número de lojas exclusivas da marca, bem como pelo aumento do sortimento de produtos e da assertiva de comunicação e marketing, focada no aumento de *awareness*.

As vendas das joias Vivara, marca mais consolidada do grupo, apresentou sólido crescimento de 19,5% no 4T23, comparado ao 4T22. O bom desempenho da marca é explicado pelo lançamento de quatro novas coleções, bem como pela performance dos itens mais tradicionais de joalheria. Além disso, é importante destacar a relevante contribuição da estratégia de marketing, focada em reforçar a conexão da marca com as grandes celebrações da vida dos clientes.

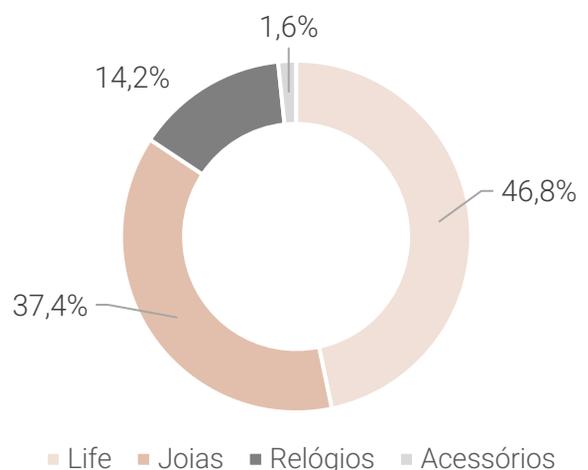
Vendas por Categoria (R\$ mil)	4T23	4T22	Δ% 23vs22	2023	2022	Δ% 23vs22
Venda Bruta (Líqu. de devoluções)	1.012.028	814.745	24,2%	2.771.717	2.279.855	21,6%
Joias Vivara	466.731	390.663	19,5%	1.369.777	1.199.370	14,2%
Life	407.992	309.218	31,9%	1.011.378	746.051	35,6%
Relógios	122.837	101.633	20,9%	337.149	295.809	14,0%
Acessórios	14.467	13.231	9,3%	53.412	38.626	38,3%

Black Friday

A Black Friday foi um sucesso para a Companhia, com forte desempenho em todos os canais e categorias. As vendas do período de campanha, entre os dias 13 e 27 de novembro, cresceram 31,2%. Os destaques regionais da campanha foram as regiões Nordeste e Sul, com crescimentos superiores a 35%. A performance da campanha de Black Friday foi impulsionada pelo volume de itens vendidos, responsável por 75,0% do crescimento de vendas.

Em 2023, a Black Friday foi marcada por significativas melhorias na operação, tanto de lojas quanto da plataforma de vendas online, como por exemplo a emissão do cartão de garantia digital, para acelerar o *checkout*, a emissão de senhas de forma online, tanto para lojas Vivara, mas principalmente para lojas Life de maior fluxo, bem como a otimização da estrutura de integração de estoques, que disponibilizou mais produtos para a equipe de vendas durante todo o evento.

MIX DE VENDAS



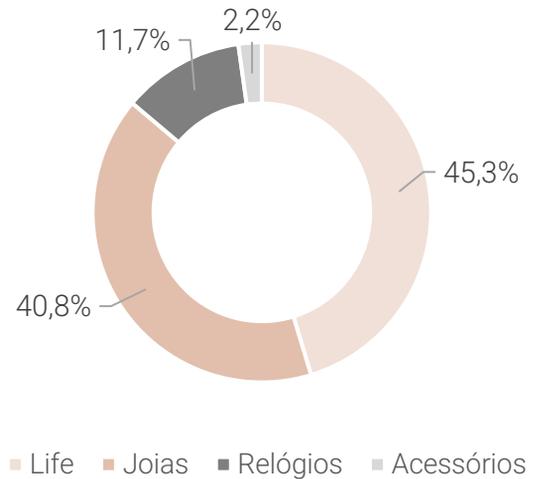
Natal

Para o Natal, foram lançadas oito novas coleções, sendo quatro para a marca Vivara e quatro para a Life. A antecipação do abastecimento das lojas potencializou a venda dos produtos das novas coleções durante o período.

Do dia 01 a 24 de dezembro, as vendas ultrapassaram a marca de R\$440 milhões, 20,3% maiores que no ano anterior, com destaque para as regiões Nordeste e Centro-Oeste, que apresentaram expansão de mais de 25% nas vendas do período. Vale ressaltar, que esse desempenho robusto do período parte de uma base comparativa bastante forte do ano anterior.

O aumento das vendas reflete a expansão de itens vendidos, responsável por 65% do crescimento registrado.

MIX DE VENDAS



AVISO LEGAL

As afirmações contidas neste documento relacionadas a perspectivas sobre os negócios, projeções sobre resultados operacionais e financeiros e aquelas relacionadas a perspectivas de crescimento da Vivara S.A. são meramente projeções e, como tais, são baseadas exclusivamente nas expectativas da Diretoria sobre o futuro dos negócios. Essas expectativas dependem, substancialmente, das condições de mercado, do desempenho da economia brasileira, do setor e dos mercados internacionais e, portanto, sujeitas à mudança sem aviso prévio. Todas as variações aqui apresentadas são calculadas com base nos números em milhares de reais, assim como os arredondamentos.

O presente relatório de desempenho inclui dados gerenciais e não auditados e não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes da Companhia.

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Otávio Lyra – Diretor Administrativo e Financeiro
 Melina Rodrigues – Diretora de Relações com Investidores
 Nicole Caputo – Especialista de RI

E-mail: ri@vivara.com.br
 Whatsapp: +55 11 95394-1234

São Paulo, 03 de Janeiro de 2024

Otávio Chacon do Amaral Lyra
 Diretor Administrativo-Financeiro e de Relações com Investidores