AREZZO

EARNINGS RELEASE **2T26**

AZZAS 2154

AZZAS 2154

No 2T26, Azzas 2154 atingiu uma receita bruta de R$ 3,4 bi, redução de 7,1% vs. 2T25. Resultado impactado pela queda dos canais de sell-in (-13,6% vs. 2T25), os quais apresentam maior margem de contribuição.
Paralelamente, a melhoria estrutural no capital de giro resultou em uma geração de caixa operacional de R$ 357 mi, 3x superior à do 2T25.

Principais Indicadores e Destaques 2T26

A receita bruta (marcas continuadas) totalizou R$ 3,4 Bi, -7,1% vs. 2T25, impactada, principalmente, pelo sell-in R$ 1,1 Bi (-13,6%)

O lucro bruto foi de R$ 1,5 Bi, -5,9% vs. 2T25. A margem bruta foi de 57,2%, +1,3 p.p. vs. 2T25

Os canais de sell-out totalizaram R$1,7 Bi, -1,9% vs. 2T25, impactados pela BU Basic. Excluindo esse efeito a variação seria de +0,3%

EBITDA atingiu R$ 379,6 Mi, -29,1% vs. 2T25. A margem EBITDA foi de 14,2%, -4,3 p.p . vs. 2T25, devido à desalavancagem operacional

Geração de caixa operacional de R$ 356,5 milhões, superando em 3,4 vezes o caixa gerado no 2T25

Redução de CAPEX em 18,9% vs. 2T25, refletindo diligência na alocação de capital

Redução de 31 dias no ciclo financeiro, com destaque para Dias de Estoque, que recuou 15 dias vs. 2T25[2]

Principais Indicadores e Destaques 1S26

A receita bruta (marcas continuadas) totalizou R$ 6,5 Bi, -5,8% vs. 1S25, impactada, principalmente, pelo sell-in R$ 2,2 Bi (-12,3%). O sell-out foi de R$ 3,3 Bi (-1,7%)

O lucro bruto foi de R$ 2,9 Bi, -7,2% vs. 1S25. A margem bruta foi de 55,9%, +0,6 p.p. vs. 1S25

EBITDA atingiu R$708,1 Mi, -26,5% vs. 1S25. A margem EBITDA foi de 13,8%, - 3,4 p.p . vs. 1S25, refletindo desalavancagem operacional

Redução de CAPEX em 22,7% vs. 1S25, refletindo o foco em geração de caixa livre

Geração de caixa operacional de R$ 504,3 milhões versus uma geração de R$ 56 milhões no 1S25

Operação internacional da marca FARM Rio registrou crescimento de 10,4% em USD vs. 1S25

1. Todos os indicadores são apresentados na visão recorrente, isto é, excluindo impactos pontuais e extemporâneo;
2. Visão ajustada, excluindo o efeito do ajustes referentes à provisão para perdas de estoques (R$ 67,3 milhões) e de contas a receber (R$ 11,0 milhões).

A'21 54

Videoconferência de Resultados

zoom

13 DE AGOSTO DE 2026
10h (BRASÍLIA) / 9h (US ET)

VIDEOCONFERÊNCIA
EM PORTUGUÊS
COM TRADUÇÃO
SIMULTÂNEA PARA O INGLÊS
https://us06web.zoom.us/j/84566562991

PREÇO DA AÇÃO E MARKET CAP - AZZA3
12 DE AGOSTO DE 2026

PREÇO POR AÇÃO: R$ 15,88
MARKET CAP: R$ 3,3 Bi

AREZZO FARM RIO HERING Reserva SCHUTZ
ALEXANDRE BIRMAN ANACAPRI ANIMALE BRIZZA AREZZO CAROL BASSI CRIS BARROS fábula FARM RIO ETC
foxton HERINGKIDS HERINGINTIMATES HERINGSPORTS INK MARIA FILÓ nv
OFFPREMIUM Oficina PARIS TEXAS Reserva Go Reserva mini VANS "OFF THE WALL" Vicenza ZZ'MALL

Mensagem da Administração

Apesar dos desafios encontrados ao longo do segundo trimestre de 2026, nossas marcas seguiram demonstrando resiliência e mantendo uma relação consistente com seus consumidores. O sell-out consolidado apresentou variação de -1,9% e, excluindo a unidade Basic, permaneceu praticamente estável, em +0,3%.

Os resultados do trimestre, no entanto, não refletiram o potencial de nossas marcas. A receita bruta atingiu R$3,4 bilhões, redução de 7,1% em relação ao 2T25, impactada principalmente pela queda de 13,6% nos canais de sell-in. Os principais impactos no sell in vieram: (i) das ações voltadas à normalização da cobertura dos franqueados, visando à equalização da rede em termos de estoque e melhora da relação entre sell-in e sell-out; (ii) de questões pontuais de calendário na unidade Shoes & Bags, que apresentou participação reduzida de faturamento de coleção verão no trimestre; (iii) do momento macroeconômico, ciclo de alta de juros que impacta, principalmente, os clientes multimarca. A redução da receita, principalmente advinda dos canais de sell-in, contribuiu para a desalavancagem operacional no trimestre.

A menor receita e a contração mais acentuada do sell-in produziram desalavancagem operacional no período. Temos clareza dos desafios e seguimos focados na recuperação do nosso crescimento, preservando ao mesmo tempo a qualidade da operação e a disciplina na gestão do negócio.

Nesse contexto, a evolução da geração de caixa foi o principal destaque do trimestre, atingindo R$356,5 milhões, mais de três vezes o valor registrado no 2T25, com conversão de 90% do EBITDA recorrente em caixa após capex. No primeiro semestre, alcançou R$ 504,3 milhões, frente a R$ 55,7 milhões no mesmo período de 2025. O ciclo financeiro encerrou o trimestre em 93 dias, redução de 31 dias na comparação anual.

Em Shoes & Bags, os resultados foram impactados pela redução do sell-in e pelos ajustes na estratégia de distribuição e de estoques dos canais. Arezzo e Schutz voltaram a se destacar no canal de lojas próprias, com crescimento de 12,3% e 7,7%, respectivamente.

Na Hering, avançamos na execução do plano de transformação. O estoque próprio encerrou o trimestre em 149 dias, redução de 59 dias na comparação anual, enquanto a geração de caixa após capex atingiu R$ 97 milhões, comparada a um consumo de R$ 76 milhões no 2T25. Ainda existem desafios para a recuperação de crescimento e rentabilidade, mas a evolução dos indicadores operacionais e financeiros demonstra avanços importantes no processo de transformação do negócio.

Em Fashion Women, o trimestre refletiu uma base de comparação elevada, de +20,1% no 2T25, além da continuidade dos ajustes de sell-in. O sell-out apresentou crescimento de 1,5%. A FARM Rio manteve sua estratégia de expansão internacional, com pop-ups em Marbella, Capri, Saint-Tropez e Ibiza, que se somam à operação de Mykonos.

Em Fashion Men, a Reserva manteve desempenho positivo de sell-out, com crescimento de 7,6% no trimestre, mesmo em um contexto de racionalização de descontos e investimentos em mídia.

1. Conversão do EBITDA recorrente pré IFRS em caixa operacional;

Mensagem da Administração

Encerramos o primeiro semestre com uma visão clara dos desafios e das prioridades para a segunda metade do ano. Temos um portfólio de marcas relevantes, sinais de resiliência no consumo final e avanços concretos em estoques, capital de giro e geração de caixa. Ao mesmo tempo, reconhecemos a necessidade de evoluir na retomada do crescimento e, principalmente, na recuperação da rentabilidade.

Seguimos focados na execução, com senso de urgência e disciplina. Nossa prioridade é transformar a força e a relevância de nossas marcas em crescimento sustentável, melhoria de resultados e geração consistente de valor de longo prazo para nossos acionistas.

Principais Indicadores

Indicadores financeiros consolidados

Principais Indicadores

PERFORMANCE DAS BUSINESS UNITS [1]

Shoes & Bags consolida as marcas Arezzo, Schutz, Anacapri, Alexandre Birman, Vans e Vicenza.

Fashion Women consolida as marcas FARM Rio, Animale, NV, Cris Barros, Maria Filó, Carol Bassi, Fábula e Off Premium.

Fashion Men consolida as marcas Reserva, Oficina, Foxton, Reserva Mini, Reserva Go e Reserva Ink.

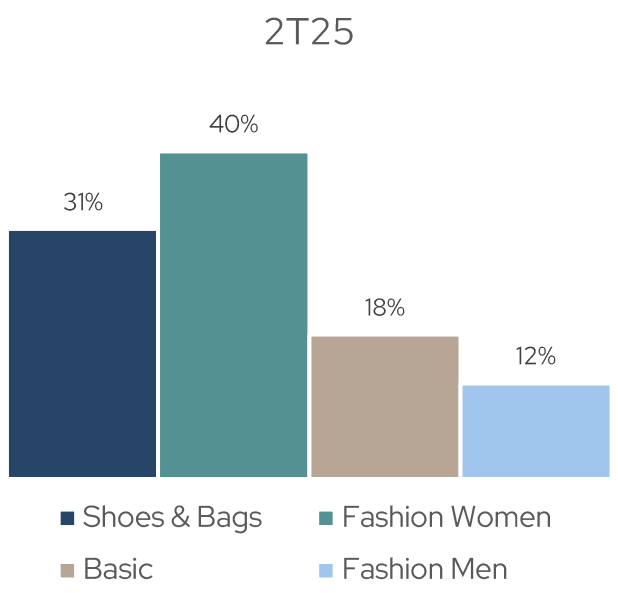
Basic consolida Hering, Hering Kids, Hering Sports, Hering Shoes e Hering Intimates.

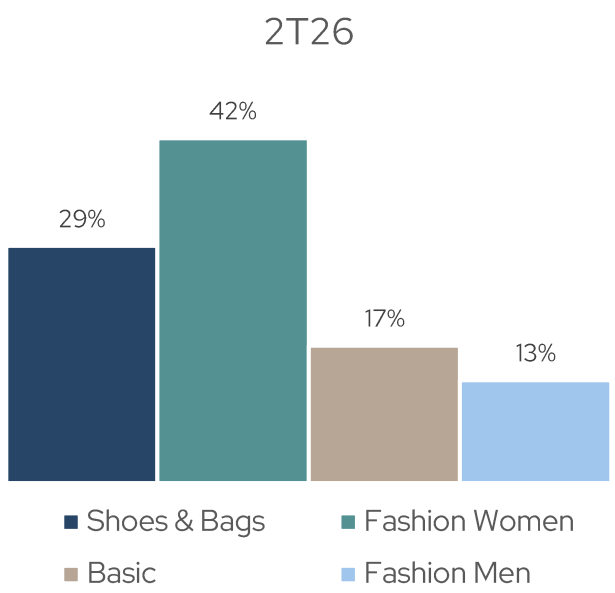
Outros considera valores alocados à indústria.

Marcas Descontinuadas consolida as receitas das seguintes marcas que não fazem mais parte do portfólio: Dzarm, Reserva Simples, Reversa, Baw, Alme e TROC.

R$ Milhões	2T25	2T26	2T26 vs. 2T25	1S25	1S26	1S26 vs. 1S25
Receita Bruta	**3.620,0**	**3.351,3**	**-7,4%**	**6.931,8**	**6.470,1**	**-6,7%**
Marcas Continuadas	**3.606,2**	**3.350,6**	**-7,1%**	**6.866,5**	**6.469,0**	**-5,8%**
Shoes & Bags	1.103,3	966,5	-12,4%	2.141,5	1.933,5	-9,7%
Fashion Women	1.444,9	1.404,4	-2,8%	2.689,4	2.704,3	0,6%
Fashion Men	421,3	420,2	-0,3%	782,0	769,4	-1,6%
Basic	636,5	559,5	-12,1%	1.252,6	1.061,8	-15,2%
Outros[2]	0,2	0,0	-100,0%	1,0	0,0	-100,0%
Marcas Descontinuadas	**13,8**	**0,7**	**-94,9%**	**65,3**	**1,1**	**-98,3%**

RECEITA BRUTA POR **BUSINESS UNIT**





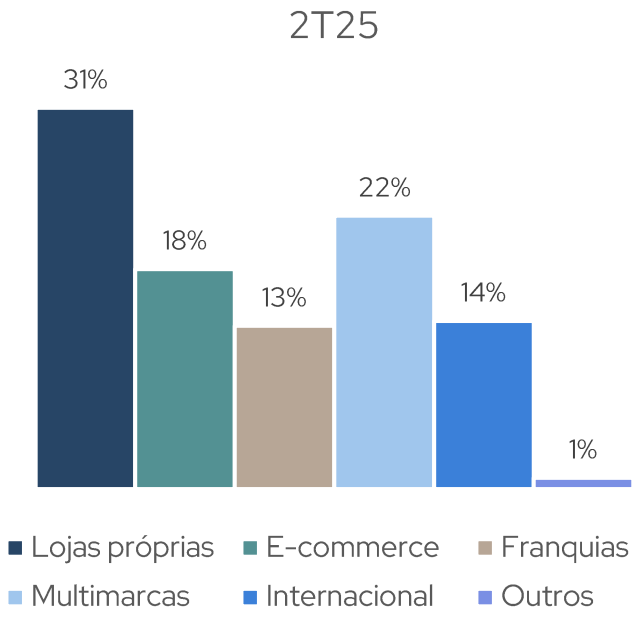
(1) Apresentamos a receita bruta recorrente e sua abertura em marcas continuadas (por BU) e marcas descontinuadas.
(2) Saldo residual alocado à indústria.

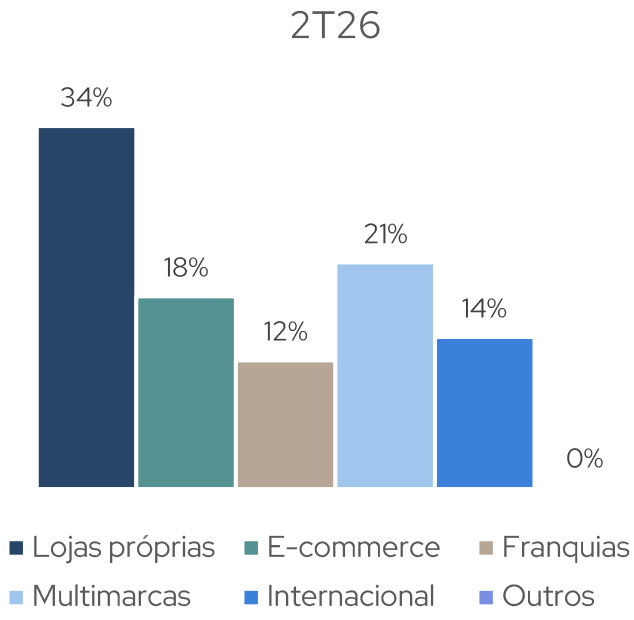
Principais Indicadores

PERFORMANCE DOS CANAIS[1]

R$ Milhões	2T25	2T26	2T26 vs. 2T25	1S25	1S26	1S26 vs. 1S25
Receita Bruta	**3.620,0**	**3.351,3**	**-7,4%**	**6.931,8**	**6.470,1**	**-6,7%**
Marcas Continuadas	**3.606,2**	**3.350,6**	**-7,1%**	**6.866,5**	**6.469,0**	**-5,8%**
Sell-Out	**1.781,3**	**1.748,1**	**-1,9%**	**3.391,6**	**3.333,9**	**-1,7%**
Lojas próprias	1.128,9	1.139,2	0,9%	2.125,9	2.110,5	-0,7%
E-commerce	652,4	608,9	-6,7%	1.265,7	1.223,4	-3,3%
Sell-In	**1.293,5**	**1.117,4**	**-13,6%**	**2.564,1**	**2.249,1**	**-12,3%**
Franquias	483,7	404,6	-16,4%	949,6	810,3	-14,7%
Multimarcas	809,8	712,8	-12,0%	1.614,5	1.438,8	-10,9%
Internacional	**498,3**	**478,6**	**-4,0%**	**846,7**	**865,0**	**2,2%**
Outros [2] [3]	**33,1**	**6,5**	**-80,4%**	**64,1**	**21,0**	**-67,2%**
Marcas Descontinuadas	**13,8**	**0,7**	**-94,9%**	**65,3**	**1,1**	**-98,3%**

RECEITA BRUTA POR CANAL





(1) Apresentamos a receita bruta recorrente e sua abertura em marcas continuadas (por canal) e marcas descontinuadas.
(2) Contempla a receita secundária decorrente da venda de matéria-prima, saldo alocado à indústria e outras transações não relevantes.
(3) No 3T25, foram realizadas reclassificações entre canais nas unidades de negócio de Shoes & Bags e Fashion Women, conforme comentado no quadro de cada unidade.
(4) Entre o 1T25 e o 1T26, foram realizadas reclassificações entre os canais de lojas próprias e e-commerce da marca Foxton.

Indicadores Financeiros 2T26

R$ Milhões	2T25 recorrente	2T26 recorrente	Δ (%) recorrente 2T26 vs. 2T25
Receita Bruta	**3.620,0**	**3.351,3**	**-7,4%**
Receita Bruta (Continuadas)	**3.606,2**	**3.350,6**	**-7,1%**
Receita Líquida	**2.901,4**	**2.664,1**	**-8,2%**
CMV	**(1.280,9)**	**(1.139,4)**	**-11,0%**
CMV (ex. D&A)	(1.271,2)	(1.131,6)	-11,0%
CMV (ex. D&A ex. IFRS-16)	(1.272,5)	(1.132,9)	-11,0%
Arrendamento (impacto IFRS-16)	1,3	1,3	0,0%
Depreciação e Amortização	(9,7)	(7,8)	-19,6%
Lucro Bruto	**1.620,5**	**1.524,7**	**-5,9%**
Margem Bruta	*55,9%*	*57,2%*	*1,3 p.p.*
Despesas	**(1.237,8)**	**(1.291,4)**	**4,3%**
Despesas (ex. D&A)	(1.094,6)	(1.152,9)	5,3%
(%) Receita Líquida	*37,7%*	*43,3%*	*5,6 p.p.*
Fixas	(475,1)	(520,0)	9,5%
(%) Receita Líquida	*16,4%*	*19,5%*	*3,1 p.p.*
Variáveis	(551,2)	(567,9)	3,0%
(%) Receita Líquida	*19,0%*	*21,3%*	*2,3 p.p.*
Eventuais	(141,2)	(132,2)	-6,4%
(%) Receita Líquida	*4,9%*	*5,0%*	*0,1 p.p.*
Arrendamentos (Impacto IFRS-16)	72,9	67,2	-7,8%
(%) Receita Líquida	*-2,5%*	*-2,5%*	*0,0 p.p.*
Depreciação e Amortização	(143,2)	(138,5)	-3,3%
EBITDA	**535,6**	**379,6**	**-29,1%**
Margem EBITDA	*18,5%*	*14,2%*	*-4,3 p.p.*
EBITDA (pré IFRS-16)	**461,4**	**311,1**	**-32,6%**
Margem EBITDA (pré IFRS-16)	*15,9%*	*11,7%*	*-4,2 p.p.*
EBIT	**382,7**	**233,3**	**-39,0%**
Resultado Financeiro	(199,5)	(187,6)	-6,0%
EBT	**183,2**	**45,7**	**-75,1%**
IR e CSLL	100,5	60,8	-39,5%
Lucro Líquido	**283,7**	**106,5**	**-62,5%**
Margem Líquida	*9,8%*	*4,0%*	*-5,8 p.p.*

(i) Mais detalhes dos resultados recorrentes podem ser analisados no Anexo nas seções de "Indicadores Financeiros 2T26"; "Reconciliação do EBITDA Recorrente" e "Reconciliação do Lucro Líquido Recorrente".

(ii) No 2T26, foram realizadas reclassificações entre linhas de despesas, sem impacto no montante total. Tais ajustes foram refletidos historicamente e tiveram como objetivo o aprimoramento da padronização da alocação de despesas em todas as unidades de negócio.

Indicadores Financeiros 1S26

R$ Milhões	1S25 Recorrente	1S26 recorrente	Δ (%) recorrente 1S26 vs. 1S25
Receita Bruta	**6.931,8**	**6.470,1**	**-6,7%**
Receita Bruta (Continuadas)	**6.866,5**	**6.469,0**	**-5,8%**
Receita Líquida	**5.597,9**	**5.143,6**	**-8,1%**
CMV	**(2.500,6)**	**(2.268,6)**	**-9,3%**
CMV (ex. D&A)	(2.480,4)	(2.253,1)	-9,2%
CMV (ex. D&A ex. IFRS-16)	(2.483,0)	(2.255,7)	-9,2%
Arrendamento (impacto IFRS-16)	2,6	2,6	0,0%
Depreciação e Amortização	(20,2)	(15,5)	-23,3%
Lucro Bruto	**3.097,3**	**2.875,0**	**-7,2%**
Margem Bruta	*55,3%*	*55,9%*	*0,6 p.p.*
Despesas	**(2.438,6)**	**(2.460,8)**	**0,9%**
Despesas (ex. D&A)	(2.154,2)	(2.182,4)	1,3%
(%) Receita Líquida	*38,5%*	*42,4%*	*3,9 p.p.*
Fixas	(963,7)	(1.005,9)	4,4%
(%) Receita Líquida	*17,2%*	*19,6%*	*2,4 p.p.*
Variáveis	(1.069,5)	(1.062,7)	-0,6%
(%) Receita Líquida	*19,1%*	*20,7%*	*1,6 p.p.*
Eventuais	(261,3)	(249,6)	-4,5%
(%) Receita Líquida	*4,7%*	*4,9%*	*0,2 p.p.*
Arrendamentos (Impacto IFRS-16)	140,3	135,8	-3,2%
(%) Receita Líquida	*-2,5%*	*-2,6%*	*-0,1 p.p.*
Depreciação e Amortização	(284,4)	(278,4)	-2,1%
EBITDA	**963,3**	**708,1**	**-26,5%**
Margem EBITDA	*17,2%*	*13,8%*	*-3,4 p.p.*
EBITDA (pré IFRS-16)	**820,4**	**569,7**	**-30,6%**
Margem EBITDA (pré IFRS-16)	*14,7%*	*11,1%*	*-3,6 p.p.*
EBIT	**658,7**	**414,2**	**-37,1%**
Resultado Financeiro	(357,2)	(372,2)	4,2%
EBT	**301,5**	**42,0**	**-86,1%**
IR e CSLL	99,9	128,4	28,5%
Lucro Líquido	**401,4**	**170,4**	**-57,5%**
Margem Líquida	*7,2%*	*3,3%*	*-3,9 p.p.*

(i) Mais detalhes dos resultados recorrentes podem ser analisados no Anexo nas seções de "Indicadores Financeiros 2T26"; "Reconciliação do EBITDA Recorrente" e "Reconciliação do Lucro Líquido Recorrente".

(ii) No 2T26, foram realizadas reclassificações entre linhas de despesas, sem impacto no montante total. Tais ajustes foram refletidos historicamente e tiveram como objetivo o aprimoramento da padronização da alocação de despesas em todas as unidades de negócio.

Unidade de Negócio

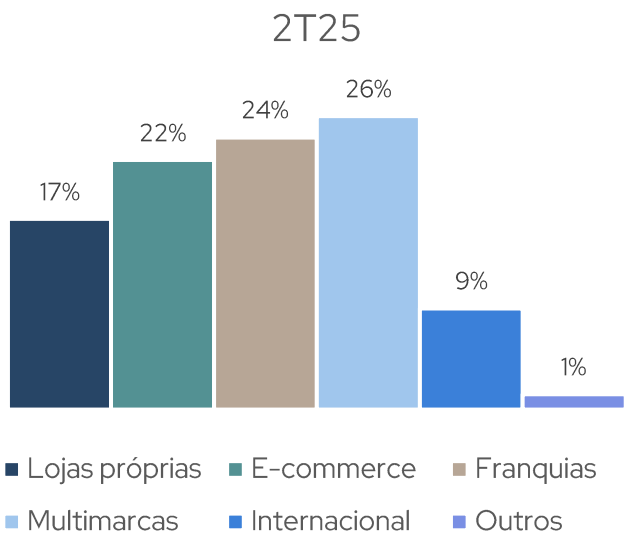
Shoes & Bags

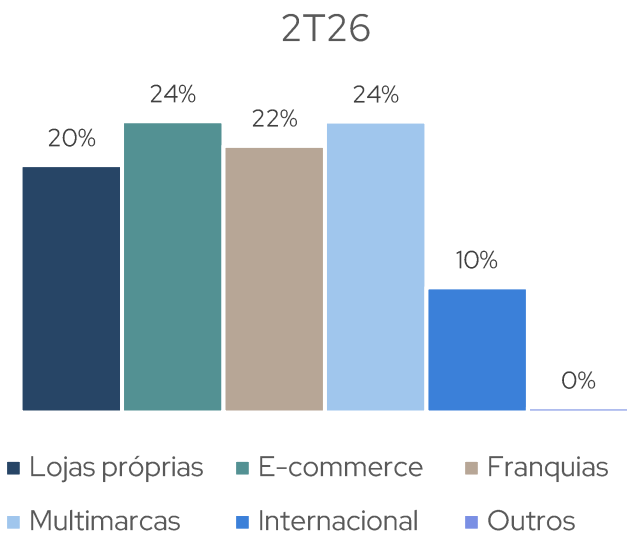
Shoes & Bags

RECEITA BRUTA POR CANAL – SHOES & BAGS

R$ Milhões	2T25	2T26	2T26 vs. 2T25	1S25	1S26	1S26 vs. 1S25
Receita Bruta	**1.104,9**	**966,6**	**-12,5%**	**2.144,3**	**1.933,6**	**-9,8%**
Marcas Continuadas	**1.103,3**	**966,5**	**-12,4%**	**2.141,5**	**1.933,5**	**-9,7%**
Sell-Out	**432,7**	**424,5**	**-1,9%**	**832,2**	**835,4**	**0,4%**
Lojas Próprias	187,4	195,0	4,1%	348,3	368,4	5,8%
E-commerce	245,3	229,5	-6,4%	483,9	467,0	-3,5%
Sell-In	**556,0**	**439,4**	**-21,0%**	**1.071,7**	**879,2**	**-18,0%**
Franquias	267,4	210,2	-21,4%	528,0	443,8	-15,9%
Multimarcas	288,6	229,2	-20,6%	543,7	435,4	-19,9%
Internacional	**99,5**	**98,7**	**-0,8%**	**211,0**	**208,8**	**-1,0%**
Outros[1]	**15,1**	**3,9**	**-74,2%**	**26,6**	**10,1**	**-62,0%**
Marcas Descontinuadas[2]	**1,6**	**0,1**	**-93,8%**	**2,8**	**0,1**	**-96,4%**

RECEITA BRUTA POR CANAL





(1) Contempla receita secundária referente a venda de matéria-prima e outras transações não relevantes
(2) No 3T25, foi realizado ajuste de alocação das receitas descontinuadas referentes ao primeiro semestre de 2025, sem impacto na receita total.

Shoes & Bags

SELL-OUT SEGUE DEMONSTRANDO SAÚDE DAS MARCAS: AREZZO E SCHUTZ CRESCERAM 12,3% E 7,7% NAS LOJAS PRÓPRIAS, RESPECTIVAMENTE

No 2T26, a unidade de **Shoes & Bags** registrou receita bruta de R$ 966,5 milhões, com dinâmicas distintas entre os canais de distribuição. Os canais de sell-out mantiveram crescimento em lojas próprias, reforçando o desejo dos consumidores pelas marcas, enquanto nos canais de sell-in, tivemos uma redução, refletindo: (i) o foco da Companhia no equilíbrio da relação entre sell-out e sell-in dos franqueados, (ii) a coordenação do faturamento com as datas de sell-out e (iii) impactos em multimarcas, principalmente na marca Vans.

Destaque para as marcas **Arezzo** e **Schutz**, cujas receitas de lojas próprias avançaram 12,3% e 7,7%, respectivamente, reforçando o forte desejo pelas marcas.

Entre os principais destaques do trimestre:

- Os canais de sell-out apresentaram leve retração de 1,9% em relação ao 2T25.
  - **Lojas próprias** cresceram 4,1%, impulsionadas pelas marcas core **Arezzo** e **Schutz**.
  - **E-commerce** recuou 6,4%, o que é explicado pela estratégia de priorização de rentabilidade, com menor nível de descontos, resultando em expansão significativa da margem bruta.
- **Nos canais de sell-in,** a receita recuou 21,0%, em função dos seguintes fatores:
  - **Franquias:** (i) priorização da redução dos estoques dos franqueados, com o objetivo de viabilizar uma retomada sustentável do crescimento; (ii) menor participação de faturamento da coleção Verão no trimestre (vs. 2T25), devido à coordenação com o ritmo do sell-out; (iii) momento de estabilização da marca **Anacapri,** após um ciclo de forte expansão, refletindo o processo de ajuste de posicionamento, com o intuito de elevar a percepção de valor do seu produto.
  - **Multimarcas:** (i) maior conservadorismo nas compras do clientes do canal, refletindo o cenário de taxa de juros em patamares elevados; (ii) menor participação de faturamento da coleção Verão no trimestre (vs. 2T25), devido à coordenação com o ritmo do sell-out; (iii) menor receita de saldistas, devido à baixa oferta de estoques, que se apresentam em níveis saudáveis; (iv) queda concentrada na marca **Vans**, que segue trabalhando na recomposição de sua carteira.
  - **A operação internacional** apresentou crescimento de 11,4% em dólar vs. 2T25, impulsionada, principalmente, pela forte expansão da marca **Arezzo**, que ampliou a distribuição nas lojas de departamento e expandiu seu portfólio com a categoria de bolsas . O canal e-commerce da marca teve destaque atingindo crescimento expressivo. A marca **Schutz** registrou crescimento sólido, com expansão em todos os canais. Em Real, a variação foi de -0,8% vs. 2T25, queda integralmente explicada pela variação cambial no período.

Unidade de Negócio

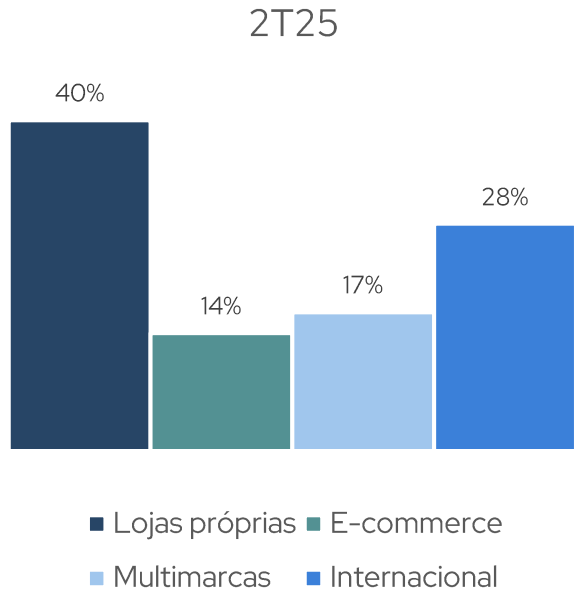
Fashion Women

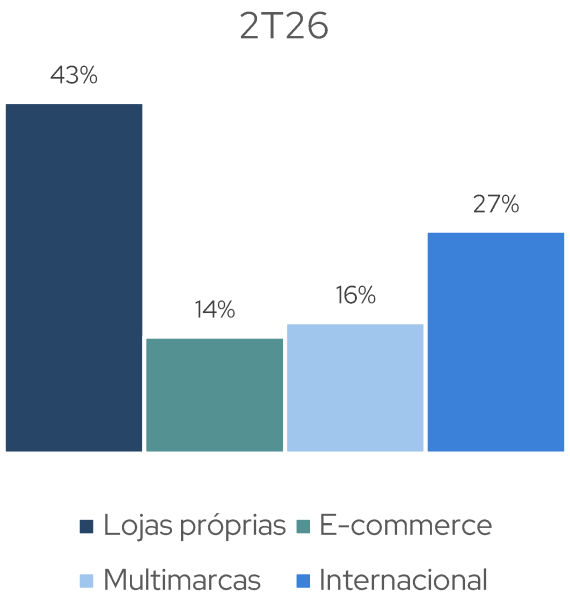
Fashion Women

RECEITA BRUTA POR CANAL – FASHION WOMEN

R$ Milhões	2T25	2T26	2T26 vs. 2T25	1S25	1S26	1S26 vs. 1S25
Receita Bruta	**1.444,9**	**1.404,4**	**-2,8%**	**2.689,4**	**2.704,3**	**0,6%**
Marcas Continuadas	**1.444,9**	**1.404,4**	**-2,8%**	**2.689,4**	**2.704,3**	**0,6%**
Sell-Out	**787,1**	**798,8**	**1,5%**	**1.492,8**	**1.516,1**	**1,6%**
Lojas Próprias	580,4	599,5	3,3%	1.109,2	1.112,3	0,3%
E-commerce	206,7	199,3	-3,6%	383,6	403,8	5,3%
Sell-In	**245,7**	**227,1**	**-7,6%**	**534,8**	**532,2**	**-0,5%**
Franquias	2,4	3,4	41,7%	4,2	9,1	116,7%
Multimarcas	243,3	223,7	-8,1%	530,6	523,1	-1,4%
Internacional	**398,8**	**379,9**	**-4,7%**	**635,7**	**656,2**	**3,2%**
Outros[(1) (2)]	**13,3**	**(1,4)**	**-110,5%**	**26,1**	**(0,2)**	**-100,8%**

RECEITA BRUTA POR CANAL





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

(2) No 3T25, foram realizados ajustes de classificação de receitas entre linhas, sem alterar a receita total.

Fashion Women

CRESCIMENTO DE 4,3% (USD) DA FARM RIO INTERNACIONAL E ABERTURA DE POP-UPS DE VERÃO NA EUROPA

A unidade **Fashion Women** registrou receita bruta de R$ 1,4 bilhão no trimestre, uma queda de 2,8% vs. 2T25. Nessa comparação, o recuo da receita é potencializado pela base de +20,1% do segundo trimestre de 2025.

- **Os canais de sell-out**, que representam 56,9% da receita da unidade se mantiveram resilientes (+1,5%) vs. 2T25, sendo que a receita de lojas próprias cresceu de 3,3%, enquanto o e-commerce recuou 3,6%. As marcas **CRIS BARROS e Carol Bassi** foram os destaques de crescimento do sell-out no trimestre, crescendo 19,9% e 13,9% respectivamente vs. 2T25.
- **A receita do canal multimarcas** teve um recuo de 8,1% vs. 2T25. Os clientes multimarca são mais sensíveis ao cenário de juros altos e adotaram uma postura mais conservadora na compra que refletiu no trimestre.
- **A operação internacional** da **FARM Rio** cresceu 4,3% em Dólar. O 2T25 teve maior participação no faturamento da coleção *Spring Summer* e cresceu 25% (em Dólar) naquele trimestre e, consequentemente, criou uma forte base de comparação. Além disso, vale mencionar o impacto negativo da apreciação do Real frente ao Dólar (queda da PTAX média de 10,9% em relação ao 2T25).
- **Pop-ups na Europa.** Em junho de 2026, a **FARM Rio** abriu quatro pop-ups em locais estratégicos: Marbella (Espanha), Capri (Itália), Saint-Tropez (França), Ibiza (Espanha), que se somam à pop-up de Mykonos (Grécia). As inaugurações geram experiência de marca e ajudam a ampliar o *awareness* da **FARM Rio** no continente europeu e no mundo. As lojas ficam abertas durante toda a temporada de verão.

Unidade de Negócio

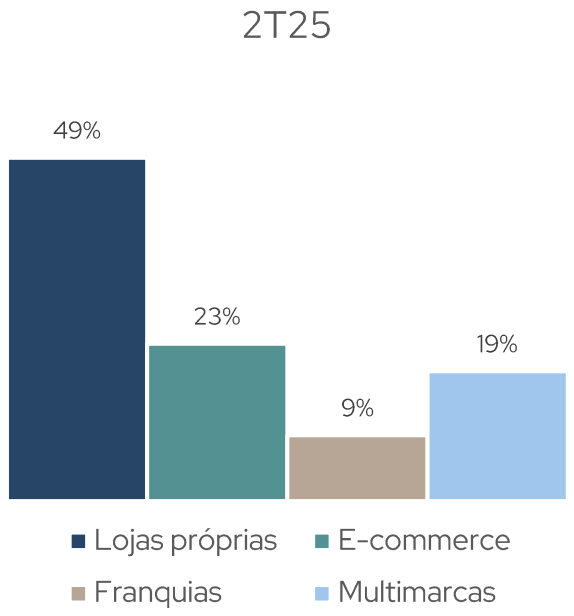
Fashion Men

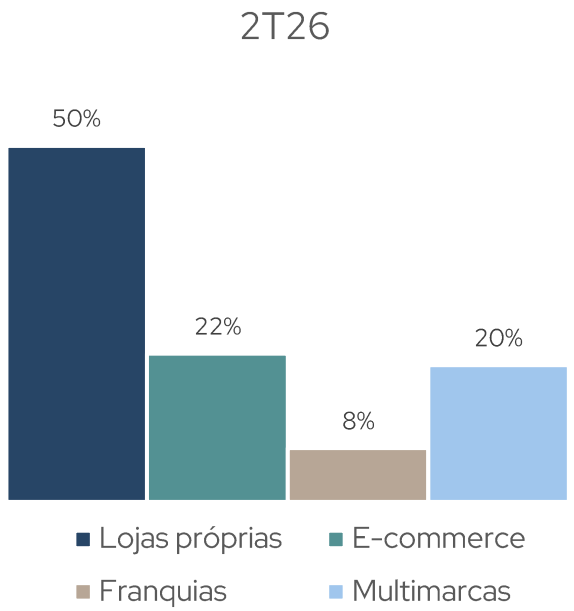
Fashion Men

RECEITA BRUTA POR CANAL – FASHION MEN

R$ Milhões	2T25	2T26	2T26 vs. 2T25	1S25	1S26	1S26 vs. 1S25
Receita Bruta	**430,5**	**420,7**	**-2,3%**	**818,6**	**770,0**	**-5,9%**
Marcas Continuadas	**421,3**	**420,2**	**-0,3%**	**782,0**	**769,4**	**-1,6%**
Sell-Out	**302,7**	**304,0**	**0,4%**	**560,5**	**558,4**	**-0,4%**
Lojas Próprias	206,5	211,8	2,6%	372,3	380,3	2,1%
E-commerce	96,2	92,2	-4,2%	188,2	178,1	-5,4%
Sell-In	**118,2**	**114,8**	**-2,9%**	**219,2**	**206,5**	**-5,8%**
Franquias	39,8	32,4	-18,6%	72,7	55,5	-23,7%
Multimarcas	78,4	82,4	5,1%	146,5	151,0	3,1%
Outros[1]	**0,4**	**1,4**	**250,0%**	**2,3**	**4,5**	**95,7%**
Marcas Descontinuadas	**9,2**	**0,5**	**-94,6%**	**36,6**	**0,6**	**-98,4%**

RECEITA BRUTA POR CANAL





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

(2) Entre o 1T25 e o 1T26, foram realizadas reclassificações entre os canais de lojas próprias e e-commerce da marca Foxton.

Fashion Men

CONTINUIDADE DO FOCO EM RENTABILIDADE

No trimestre, a receita bruta de marcas continuadas da unidade recuou 0,3% vs. 2T25. A unidade de negócios se manteve estável nos canais de sell-out, mesmo reduzindo o custo de aquisição de clientes: menor nível de descontos e racionalização dos investimentos em marketing digital (*ad costs*). O recuo na receita da unidade é explicado, principalmente, pela variação do sell-in (-2,9%), em decorrência da iniciativa de redução da cobertura de estoques dos franqueados da **Reserva**, que por sua vez, seguem com sell-out positivo no 2T26 (+5,0%). É válido lembrar que no 2T25, a unidade apresentou crescimento de 11,5%, com forte crescimento do sell-in (31,3%). A Copa do Mundo também impactou negativamente o fluxo nas lojas físicas e o comportamento de compra dos consumidores no período.

Destaques do trimestre:

- A **Reserva** segue com alto desejo de marca e crescimento da receita de lojas próprias. Apesar da redução na receita do canal de franquias, a rede atingiu mais um trimestre de sell-out positivo.
- A **Oficina** teve um aumento de receita de 7,6% sobre uma base de +30% no 2T25. O crescimento da receita da marca é acompanhado de uma rentabilidade saudável.
- A **Foxton** registrou crescimento no trimestre, com destaque para o canal de multimarcas.
- **A receita do canais de sell-out** cresceu 0,4% vs. 2T25:
  - **Lojas próprias** cresceram 2,6%, com destaque para as marcas **Reserva** e **Oficina**.
  - **E-commerce** teve queda de 4,2%, refletindo a redução significativa de promoções e despesas com mídia digital na **Reserva**, que representa um menor custo de aquisição de cliente para a marca.
- **A receita dos canais de sell-in** tiveram um recuo de 2,9% vs. 2T25, com sinais opostos em multimarcas e franquias.
  - **Em multimarcas**, a receita cresceu 5,1%, com aumento das vendas em todas as marcas da unidade de negócios. O principal destaque foi a linha Reserva Go (+17%).
  - **Em franquias,** a receita teve um recuo de 18,6%, refletindo os ajustes que visam o melhor equilíbrio da relação entre sell-in e sell-out das franquias da **Reserva**.

Unidade de Negócio

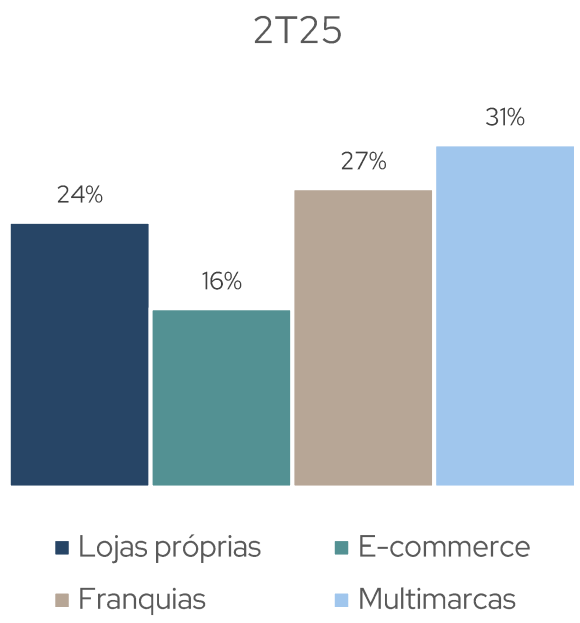
Basic

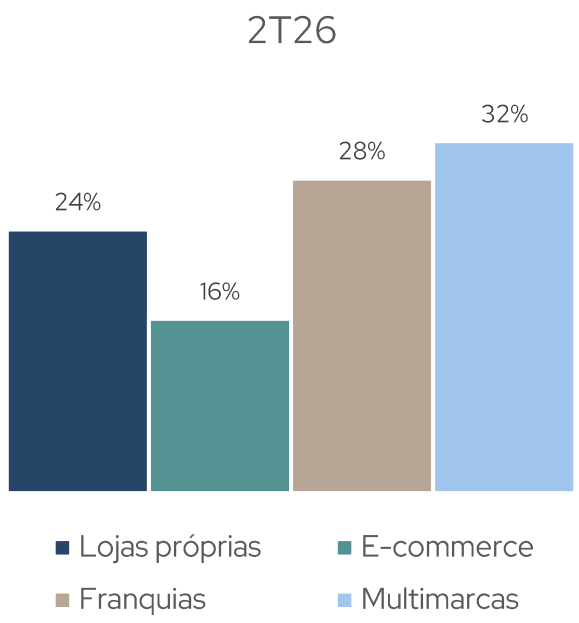
Basic

RECEITA BRUTA POR CANAL – BASIC

R$ Milhões	2T25	2T26	2T26 vs. 2T25	1S25	1S26	1S26 vs. 1S25
Receita Bruta	**639,5**	**559,6**	**-12,5%**	**1.278,5**	**1.062,2**	**-16,9%**
Marcas Continuadas	**636,5**	**559,5**	**-12,1%**	**1.252,6**	**1.061,8**	**-15,2%**
Sell-Out	**258,8**	**220,8**	**-14,7%**	**506,1**	**424,0**	**-16,2%**
Lojas Próprias	154,6	132,9	-14,0%	296,1	249,5	-15,7%
E-commerce	104,2	87,9	-15,6%	210,0	174,5	-16,9%
Sell-In	**373,6**	**336,1**	**-10,0%**	**738,4**	**631,2**	**-14,5%**
Franquias	174,1	158,6	-8,9%	344,7	301,9	-12,4%
Multimarcas	199,5	177,5	-11,0%	393,7	329,3	-16,4%
Outros[1]	**4,1**	**2,6**	**-36,6%**	**8,1**	**6,6**	**-18,5%**
Marcas Descontinuadas	**3,0**	**0,1**	**-96,7%**	**25,9**	**0,4**	**-98,5%**

RECEITA BRUTA POR CANAL





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

Basic

PERFORMANCE NO TRIMESTRE

No 2T26, a unidade **Basic (Hering)** registrou queda de 12,1% na receita bruta de marcas continuadas vs. 2T25, com tendência de melhora frente ao 1T26 em 6,4 p.p. Vale destacar que a base do 2T25 crescia 7,3%, entretanto, essa venda carregava um ROIC que não era atrativo, gerando altos volumes de estoques e operava com um nível de promoção muito elevado nos canais de multimarcas. No trimestre, a **Hering** atingiu uma geração de caixa (pós capex) de R$ 97 milhões vs. consumo de R$ 76 milhões no 2T25, sinalizando uma melhora substancial na gestão de caixa da operação.

No 2T26, os canais de sell-out recuaram 14,7% vs. 2T25, sobre uma base de +20,7%.

- A receita de lojas próprias recuou 14,0%, refletindo o foco em qualidade da receita versus uma base que crescia de maneira insustentável, com acúmulo alto de estoques. Além disso, nos últimos 12 meses, a Hering repassou sete lojas para franqueados.
- O e-commerce registrou queda de 15,6%, entretanto, apresentou melhora da rentabilidade, refletindo maior disciplina promocional e melhora de mix.

Nos canais de sell-in, o desempenho refletiu a combinação de decisões estruturais associadas à normalização da rede e à evolução do modelo operacional da Companhia.

- A receita de franquias recuou 8,9%, impactada, principalmente pela estratégia de normalização dos níveis de cobertura de estoques da rede franqueada, além do fechamento líquido de 47 franquias nos últimos 12 meses. Em contrapartida, temos observado boa aderência dos franqueados ao sell-in das coleções de verão e alto verão, além de melhora nos indicadores de cobertura.
- A receita de multimarcas caiu 11,0% versus o 2T25, sobre uma base de +8,4% no período anterior, refletindo o menor nível de *markdown* e uma postura mais conservadora na compra dos clientes multimarcas, que são mais sensíveis ao cenário persistente de taxas de juros alta no país.

No showroom de verão, vemos uma sinalização positiva, com crescimento relevante da carteira de pedidos, reforçando a expectativa de recuperação do sell-in.

A unidade segue avançando em seu plano de turnaround operacional e na otimização do capital de giro. No trimestre, a unidade registrou expansão de 1,2 p.p. da margem bruta, atingindo 40,4% de margem bruta. O indicador de dias de estoque teve uma redução de 59 dias vs. 2T25.

Basic

CONTINUIDADE DO PLANO DE TURNAROUND

O plano de turnaround da Hering segue em curso, com avanços importantes ao longo do primeiro semestre na reconstrução dos fundamentos econômicos do negócio. As iniciativas implementadas têm como foco principal a recuperação da rentabilidade, expansão de margem, maior geração de caixa, redução do capital empregado e consequente melhoria do ROIC. A prioridade neste momento é consolidar uma operação estruturalmente mais saudável e eficiente, criando as bases para uma retomada sustentável do crescimento.

Entre os principais avanços do período, destacam-se:

- Melhoria da qualidade das vendas e recuperação de margem: redução de 25% nas participação de produtos remarcados/com desconto na receita da rede monomarca, contribuindo para aumento da margem realizada e refletindo maior disciplina comercial e melhoria na qualidade dos estoques.
- Conclusão dos ciclos de sell-in de Verão: finalizamos a captação de pedidos das coleções da estação, encerrando o ciclo com uma carteira de pedidos que apresentou crescimento de 34% versus a coleção de verão do ano anterior, em um contexto de maior disciplina de compras e busca por melhor equilíbrio econômico da rede.
- Redução relevante dos níveis de estoque na controladora: o número de dias de estoque foi reduzido de 214 dias no 2T25 para 149 dias no 2T26, como resultado de maior disciplina de compras, planejamento e gestão do capital empregado.
- Expressiva inflexão na geração de caixa operacional, após capex, da unidade de negócios: a Hering passou de um consumo de caixa de R$ 163 milhões no 1S25 para uma geração de R$ 166 milhões no 1S26, refletindo os avanços na rentabilidade, redução dos estoques e maior disciplina na gestão do capital de giro.
- Evolução da saúde econômica da rede monomarca: menor dependência de remarcações e maior alinhamento entre sell-in, sell-out e abastecimento, contribuindo para uma operação mais saudável e rentável para os parceiros.
- Avanço estrutural do turnaround: as iniciativas do primeiro semestre avançaram de ações de estabilização para mudanças estruturais em produto, planejamento, abastecimento, canais e gestão da rede, com foco na construção de um modelo operacional mais eficiente e com maior disciplina de capital.

Rentabilidade e retorno sobre o capital seguem como prioridades: o turnaround, orientado à expansão de margem, geração de caixa, redução do capital empregado e consequente melhoria do ROIC. Estamos focados em fortalecer os fundamentos econômicos necessários para uma retomada sustentável do crescimento.

Indicadores Financeiros

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

Indicadores Financeiros

Receita Bruta

No 2T26, a receita bruta das marcas continuadas totalizou R$ 3,4 bilhões, 7,1% abaixo do registrado no 2T25. Considerando também as marcas descontinuadas, a receita bruta reportada teve uma variação de -7,4% vs. 2T25.

Nos canais de sell-out, a receita bruta teve um leve decréscimo de -1,9%, influenciada, principalmente, pelo canal de e-commerce (-6,7%). Em contrapartida, as lojas próprias cresceram 0,9%, refletindo o aumento da receita nas unidades de **Shoes & Bags** (+4,1%), **Fashion Women** (+3,3%) e **Fashion Men** (+2,6%), com destaque para as marcas **Arezzo** (+12,3%), **Schutz** (+7,7%) e **CRIS BARROS** (+42,2%).

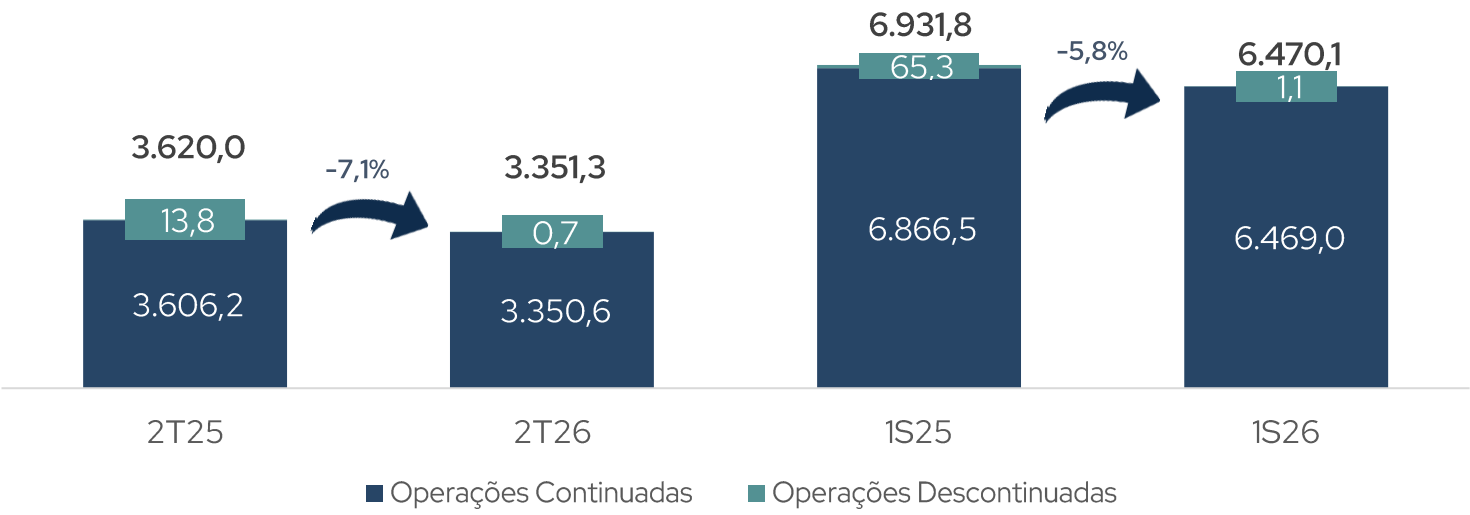
Nos canais de sell-in, a receita retraiu 13,6% vs. 2T25. A Companhia segue priorizando o equilíbrio entre sell-in e sell-out na rede de franqueados. No canal multimarcas, o desempenho refletiu a compra mais conservadora dos clientes multimarcas e a menor participação no faturamento do verão em **Shoes & Bags**.

As operações internacionais apresentaram variação de -4,0% vs. 2T25. A redução da receita em moeda local é explicada basicamente pela menor participação no faturamento B2B do *Spring Summer* da **FARM Rio** vs. 2T25 e pela apreciação do Real frente ao Dólar (queda da PTAX média de 10,9% no período). Em dólar, a receita da operação internacional teve um crescimento de 5,9%.

R$ Milhões	2T25	2T26	2T26 vs. 2T25	1S25	1S26	1S26 vs. 1S25
Receita Bruta	**3.620,0**	**3.351,3**	**-7,4%**	**6.931,8**	**6.470,1**	**-6,7%**
Marcas Continuadas	3.606,2	3.350,6	-7,1%	6.866,5	6.469,0	-5,8%
Marcas Descontinuadas	13,8	0,7	-94,9%	65,3	1,1	-98,3%
Receita Líquida	**2.901,4**	**2.664,1**	**-8,2%**	**5.597,9**	**5.143,6**	**-8,1%**

Receita Bruta Consolidada

R$ milhões



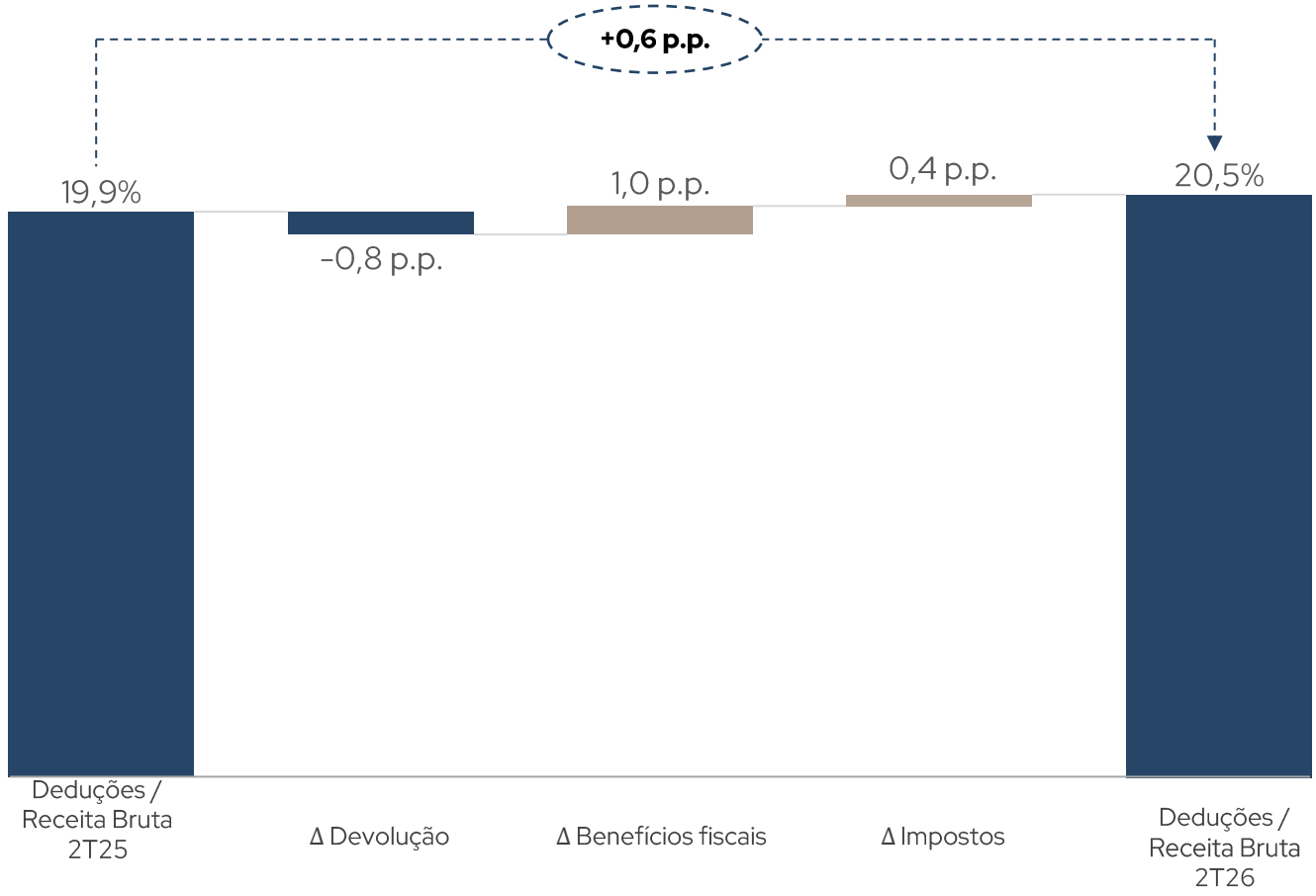
Indicadores Financeiros

Receita Líquida

No 2T26, a receita líquida somou R$ 2,7 bilhões, queda de 8,2% vs. 2T25. A receita bruta recuou 7,4%, uma diferença de 0,8 p.p. entre as variações, representando uma tendência de melhora frente aos trimestres anteriores. As deduções representaram 20,5% da receita bruta, aumento de 0,6 p.p. frente ao 2T25 e em linha com a dedução do 1T26.

A variação da alíquota de dedução da receita bruta é explicada pelos seguintes fatores: (i) menor geração de benefícios fiscais nas unidades **Fashion Women** e **Fashion Men** no trimestre, sobretudo créditos de ICMS e (ii) aumento na linha de impostos, principalmente, devido à maior participação dos canais de sell-out na receita e ao ISS sobre royalties; esses fatores foram parcialmente compensados pela redução da devolução de produtos.

Deduções da Receita Bruta
%



Indicadores Financeiros

Lucro Bruto e Margem Bruta Recorrentes

No 2T26, o lucro bruto totalizou R$ 1.524,7 milhões, um recuo de 5,9% vs. 2T25, inferior à redução na receita líquida. A margem bruta foi de 57,2%, que representou um expansão de 1,3 p.p. em relação ao 2T25.

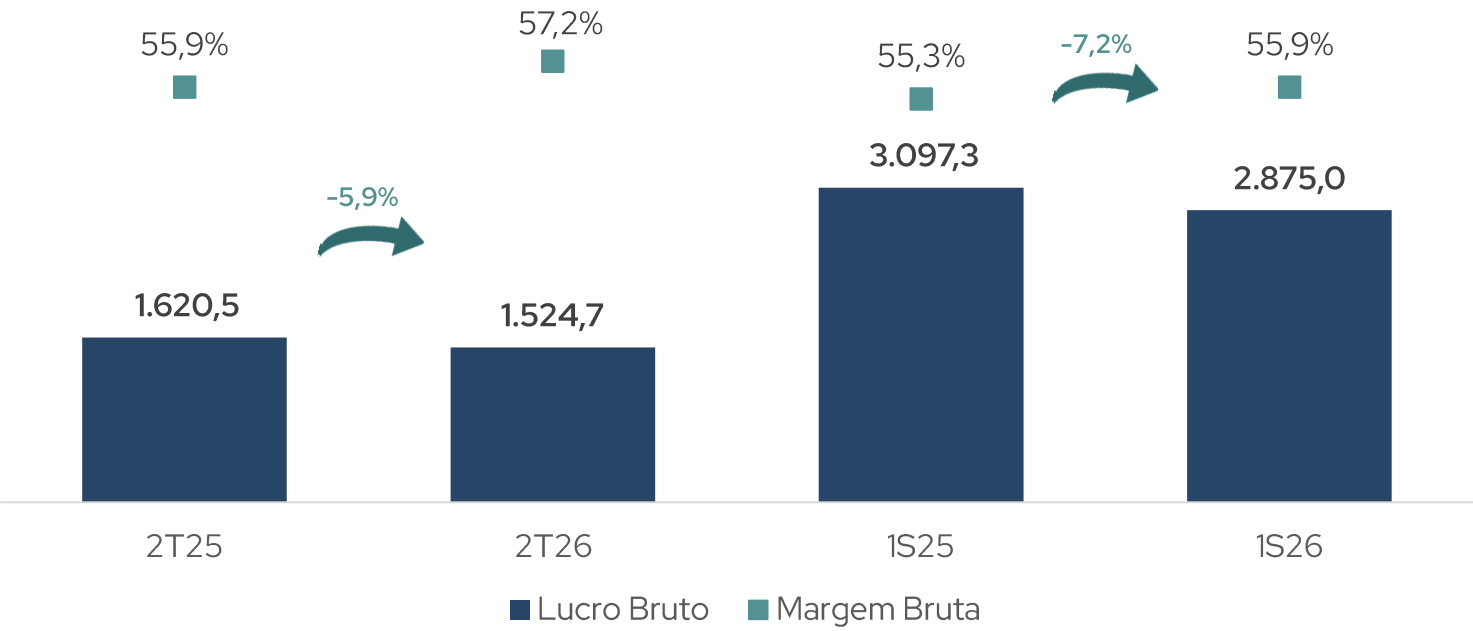
A **margem bruta ex-Basic** totalizou 60,6%, um crescimento de 1,3 p.p. vs. 2T25, que é explicada pelo menor nível de *markdown* e pela maior participação dos canais de sell-out, superando o impacto do aumento das deduções da receita bruta.

A **margem bruta Basic** foi de 40,4%, uma expansão de 1,2 p.p. vs. 2T25, mesmo registrando uma menor participação dos canais de sell-out na receita, repercutindo uma venda com mais qualidade e menor nível de desconto nos canais.

R$ Milhões	2T25	2T26	2T26 vs. 2T25	1S25	1S26	1S26 vs. 1S25
Lucro Bruto	**1.620,5**	**1.524,7**	**-5,9%**	**3.097,3**	**2.875,0**	**-7,2%**
Margem Bruta	**55,9%**	**57,2%**	***1,3 p.p.***	**55,3%**	**55,9%**	***0,6 p.p.***
Lucro Bruto ex-Basic	1.424,9	1.343,8	-5,7%	2.716,4	2.544,3	-6,3%
Margem Bruta ex-Basic	59,3%	60,6%	*1,3 p.p.*	59,0%	59,2%	*0,2 p.p.*
Lucro Bruto Basic	195,6	180,9	-7,5%	380,9	330,7	-13,2%
Margem Bruta Basic	39,2%	40,4%	*1,2 p.p.*	38,4%	39,1%	*0,7 p.p.*

Lucro Bruto e Margem Bruta Recorrentes

R$ milhões



Importante ressaltar que as decisões da Companhia são tomadas de forma consolidada, na qual abrangem múltiplas marcas que compartilham estruturas e gestão integrada. O destaque da unidades de negócio Basic (marca Hering) visa demonstrar apenas a transformação em curso, não caracterizando um segmento distinto.

Indicadores Financeiros

Despesas recorrentes ex. D&A [1]

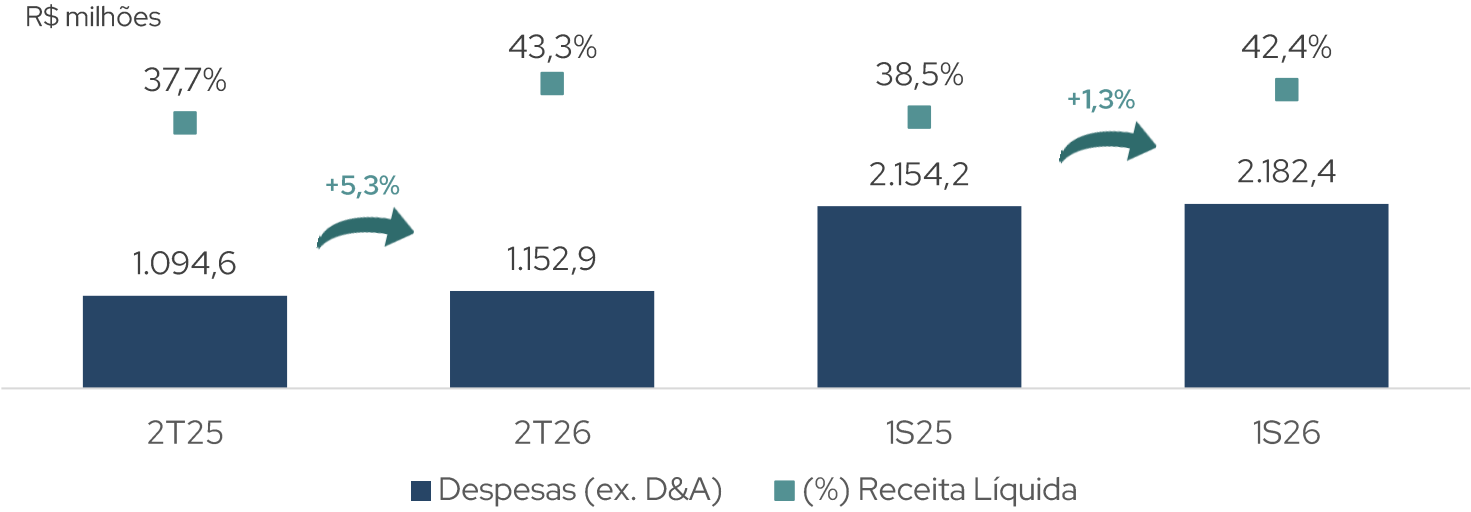
No 2T26, as despesas recorrentes ex-D&A totalizaram R$ 1.152,9 milhões, aumento de 5,3% vs. 2T25, representando 43,3% da receita líquida (+5,6 p.p. vs. 2T25), que teve uma queda de 8,2% no período. Destacam-se os seguintes pontos:

- **Despesas fixas** apresentaram um aumento de 9,5% vs. 2T25, explicado principalmente pela correção anual de contratos de aluguel, bem como pela abertura líquida de 21 lojas próprias, elevando os gastos com CTO. Adicionalmente, as despesas foram impactadas pela expansão do quadro da FARM Rio, decorrente da estratégia de expansão internacional da marca.
- **Despesas variáveis** cresceram 3,0% vs. 2T25, refletindo um aumento de despesas com PDD no canal de multimarcas e aumento do número de lojas da unidade Fashion Men. Esses impactos foram parcialmente compensados pela melhor gestão de gastos com fretes e comissões.
- **Despesas eventuais**, novamente, apresentaram redução no trimestre (-6,4% vs. 2T25), com destaque para as queda das despesas com consultorias, viagens e locomoção.

R$ Milhões	2T25	2T26	2T26 vs. 2T25	1S25	1S26	1S26 vs. 1S25
Despesas (ex. D&A)	**1.094,6**	**1.152,9**	**5,3%**	**2.154,2**	**2.182,4**	**1,3%**
(%) Receita Líquida	37,7%	43,3%	5,6 p.p.	38,5%	42,4%	3,9 p.p.
Fixas	475,1	520,0	9,5%	963,7	1.005,9	4,4%
(%) Receita Líquida	16,4%	19,5%	3,1 p.p.	17,2%	19,6%	2,4 p.p.
Variáveis	551,2	567,9	3,0%	1.069,5	1.062,7	-0,6%
(%) Receita Líquida	19,0%	21,3%	2,3 p.p.	19,1%	20,7%	1,6 p.p.
Eventuais	141,2	132,2	-6,4%	261,3	249,6	-4,5%
(%) Receita Líquida	4,9%	5,0%	0,1 p.p.	4,7%	4,9%	0,2 p.p.
Arrendamentos (Impacto IFRS-16)	(72,9)	(67,2)	-7,8%	(140,3)	(135,8)	-3,2%
(%) Receita Líquida	-2,5%	-2,5%	0,0 p.p.	-2,5%	-2,6%	-0,1 p.p.

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".
(2) No 1T26, foram realizadas reclassificações entre linhas de despesas, sem impacto no montante total. Tais ajustes foram refletidos historicamente e tiveram como objetivo o aprimoramento da padronização da alocação de despesas em todas as unidades de negócio.

Indicadores Financeiros

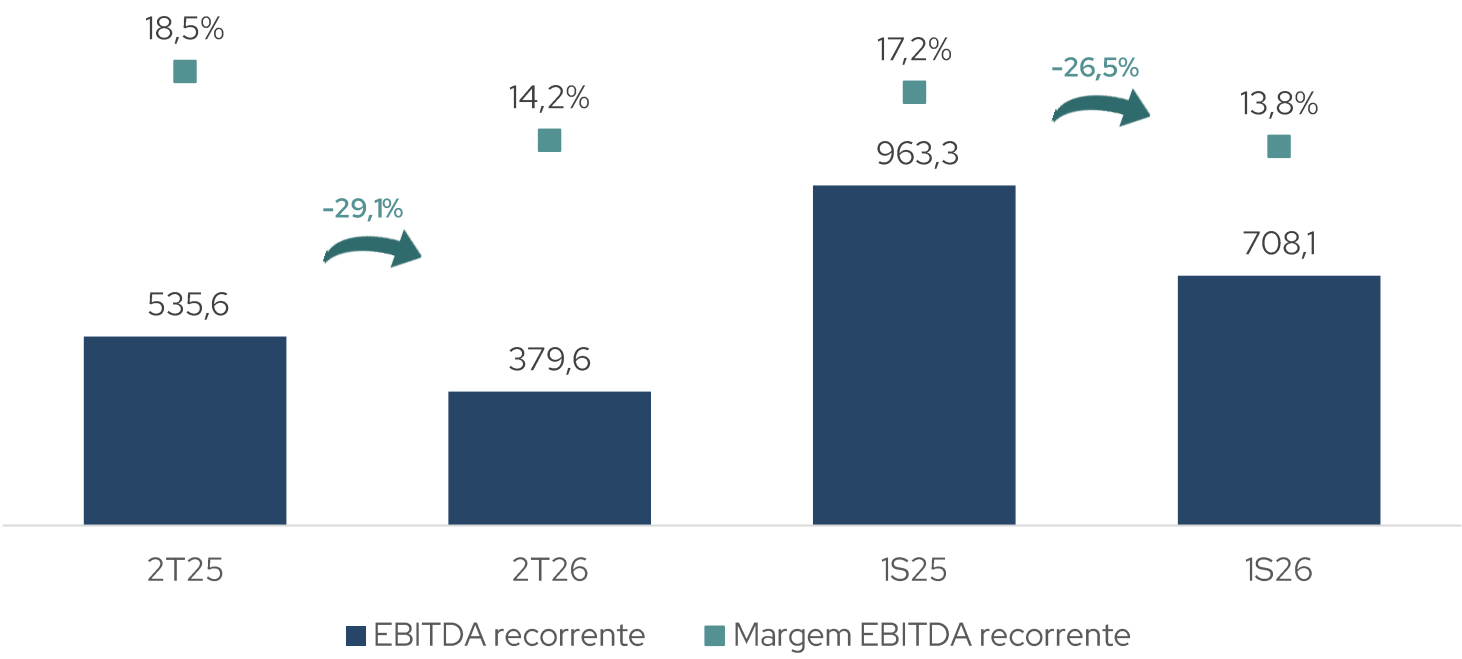
EBITDA e Margem EBITDA Recorrente[1]

No 2T26, o **EBITDA recorrente** totalizou R$ 379,6 milhões, com margem de 14,2%. Apesar da expansão de 1,3 p.p. da margem bruta em relação ao 2T25, a redução da receita líquida resultou em desalavancagem operacional, levando a uma contração de 4,3 p.p. da margem EBITDA recorrente. A margem EBITDA recorrente pré-IFRS 16 recuou 4,2 p.p. na mesma base de comparação.

R$ Milhões	2T25	2T26	2T26 vs. 2T25	1S25	1S26	1S26 vs. 1S25
EBITDA	525,4	279,2	-46,9%	964,1	585,1	-39,3%
Ajustes [1]	10,2	100,4	885,4%	(0,8)	123,0	n.a.
EBITDA recorrente	535,6	379,6	-29,1%	963,3	708,1	-26,5%
Margem EBITDA recorrente	18,5%	14,2%	-4,3 p.p.	17,2%	13,8%	-3,4 p.p.
EBITDA recorrente (pré IFRS-16)	461,4	311,1	-32,6%	820,4	569,7	-30,6%
Margem EBITDA recorrente (pré IFRS-16)	15,9%	11,7%	-4,2 p.p.	14,7%	11,1%	-3,6 p.p.

EBITDA e Margem EBITDA Recorrente

R$ milhões e %



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

Indicadores Financeiros

Reconciliação do EBITDA Recorrente

A seguir, apresentamos a reconciliação entre o EBITDA reportado e o EBITDA recorrente. No 2T26, o EBITDA recorrente totalizou R$ 379,6 milhões, com margem de 14,2%.

Neste trimestre, os principais ajustes estão relacionados aos seguintes temas: (i) decisão da administração de rever as regras de provisionamento de perdas de estoque antigos, com o objetivo de aumentar a aderência dos provisionamentos ao perfil dos negócios. Neste processo, foi definida nova premissa de provisão na qual reconhecemos perda para calçados e matérias-primas há mais de 2 anos em estoque. No trimestre, essa revisão gerou impacto de provisão adicional de R$ 67,3 milhões; (ii) reconhecimento de perda de recebíveis extemporâneos na operação internacional de Shoes & Bags junto a um grande cliente que possui lojas de departamento (R$ 11,0 milhões); (iii) despesas com rescisões decorrentes da saída de executivos (R$ 7,1 milhões) e (iv) reconhecimento de despesa referente ao plano de incentivo de longo prazo (R$ 6,0 milhões).

R$ Milhões	2T25	2T26	1S25	1S26
EBITDA	**525,4**	**279,2**	**964,1**	**585,1**
Ajustes ao EBITDA impactando as linhas:	(10,2)	(100,4)	0,8	(123,0)
CMV	0,0	67,3	0,0	67,3
Despesas	10,2	33,1	(0,8)	55,7
EBITDA Recorrente	**535,6**	**379,6**	**963,3**	**708,1**
Margem EBITDA Recorrente	18,5%	14,2%	17,2%	13,8%
CMV (impacto IFRS-16)	(1,3)	(1,3)	(2,6)	(2,6)
Despesas (impacto IFRS-16)	(72,9)	(67,2)	(140,3)	(135,8)
EBITDA Recorrente (pré IFRS-16)	**461,4**	**311,1**	**820,4**	**569,7**
Margem EBITDA Recorrente (pré IFRS-16)	15,9%	11,7%	14,7%	11,1%

Indicadores Financeiros

Resultado Financeiro

No 2T26, a Companhia registrou uma despesa financeira líquida de R$ 187,6 milhões versus R$ 201,7 milhões no 2T25. A redução da despesa líquida reflete, principalmente, o menor impacto da despesa de variação cambial, que é explicado, principalmente, por contratos de hedge operacional firmados em patamares de taxa de câmbio (real x dólar) inferiores aos estavam contratados no 2T25, gerando um menor intervalo entre a taxa firmada e a taxa do realizada no período.

R$ Milhões	2T25	2T26	2T26 vs. 2T25	1S25	1S26	1S26 vs. 1S25
Resultado Financeiro	**(201,7)**	**(187,6)**	**-7,0%**	**(359,4)**	**(372,2)**	**3,6%**
Receitas Financeiras	**44,9**	**33,7**	**-24,9%**	**69,1**	**78,4**	**13,5%**
Rendimento de aplicações financeiras	21,3	22,6	6,1%	32,4	49,9	54,0%
Juros ativos	6,8	3,9	-42,6%	16,2	12,3	-24,1%
Variação monetária Ativa	4,4	0,9	-79,5%	4,9	1,9	-61,2%
Outras receitas	12,4	6,3	-49,2%	15,6	14,3	-8,3%
Despesas Financeiras	**(224,1)**	**(213,5)**	**-4,7%**	**(415,0)**	**(425,1)**	**2,4%**
Juros sobre financiamentos	(96,1)	(106,4)	10,7%	(179,5)	(206,4)	15,0%
Despesas bancárias	(5,8)	(3,6)	-37,9%	(12,4)	(7,3)	-41,1%
Despesas com custas cartoriais	(0,2)	(0,1)	-50,0%	(0,4)	(0,2)	-50,0%
Juros de arrendamento	(26,1)	(18,3)	-29,9%	(46,5)	(38,4)	-17,4%
Taxa de administração de cartão de crédito	(43,4)	(38,7)	-10,8%	(74,9)	(73,2)	-2,3%
Variação monetária passiva	(7,2)	(2,5)	-65,3%	(7,7)	(5,5)	-28,6%
Outras despesas	(2,7)	(2,1)	-22,2%	(9,8)	(9,4)	-4,1%
Ajuste a valor presente Fornecedores	(42,6)	(41,8)	-1,8%	(83,8)	(84,7)	1,1%
Variação cambial Líquida	**(22,5)**	**(7,8)**	**-65,3%**	**(13,5)**	**(25,5)**	**88,9%**

Indicadores Financeiros

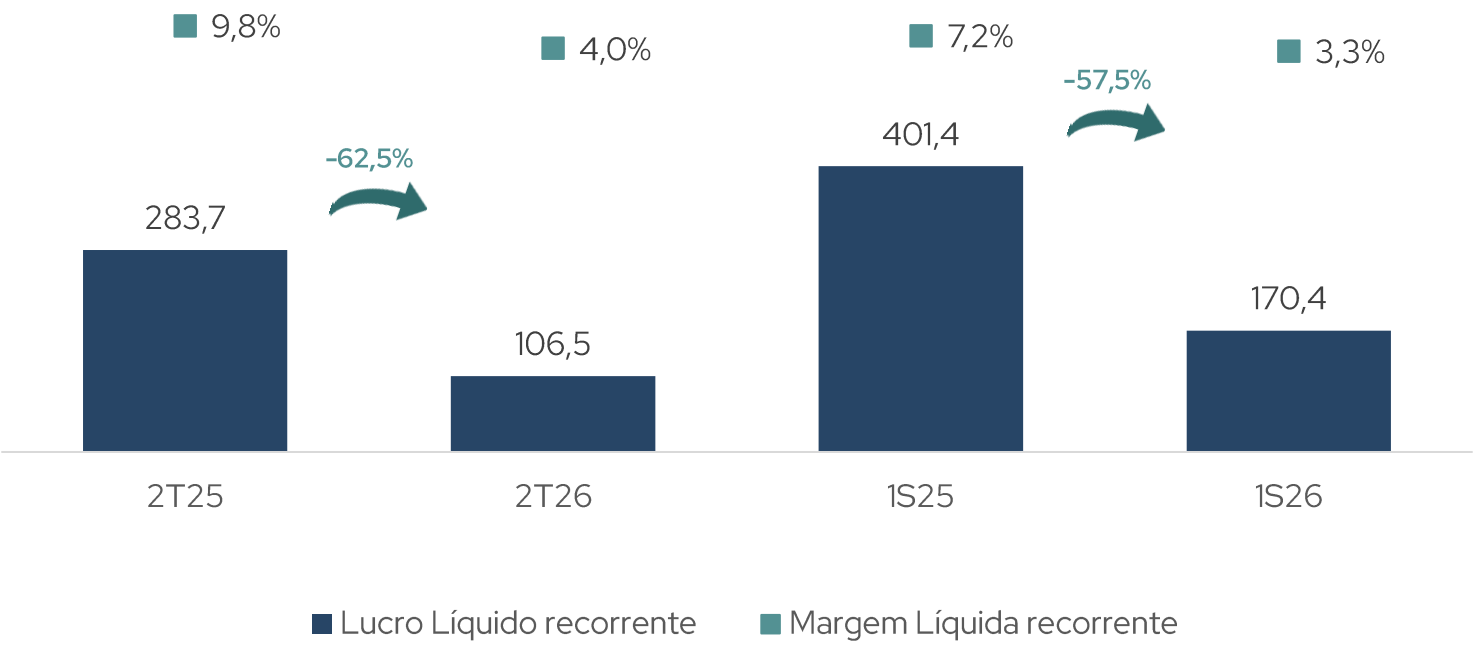
Lucro Líquido e Margem Líquida Recorrentes[1]

No 2T26, o lucro líquido recorrente totalizou R$ 106,5 milhões, recuo de 62,5% em relação ao 2T25 e uma margem líquida de 4,0%.

R$ Milhões	2T25	2T26	2T26 vs. 2T25	1S25	1S26	1S26 vs. 1S25
EBT recorrente	**183,2**	**45,7**	**-75,1%**	**301,5**	**42,0**	**-86,1%**
IR e CSLL recorrente	100,5	60,8	-39,5%	99,9	128,4	28,5%
Lucro Líquido recorrente	**283,7**	**106,5**	**-62,5%**	**401,4**	**170,4**	**-57,5%**
Lucro Líquido contábil	**537,7**	**29,8**	**-94,5%**	**655,5**	**68,4**	**-89,6%**
Ajustes [1]	(254,0)	76,7	-130,2%	(254,1)	102,0	-140,1%
Lucro Líquido recorrente	**283,7**	**106,5**	**-62,5%**	**401,4**	**170,4**	**-57,5%**
Margem Líquida recorrente	9,8%	4,0%	-5,8 p.p.	7,2%	3,3%	-3,9 p.p.

Lucro Líquido e Margem Líquida Recorrente

R$ milhões e %



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

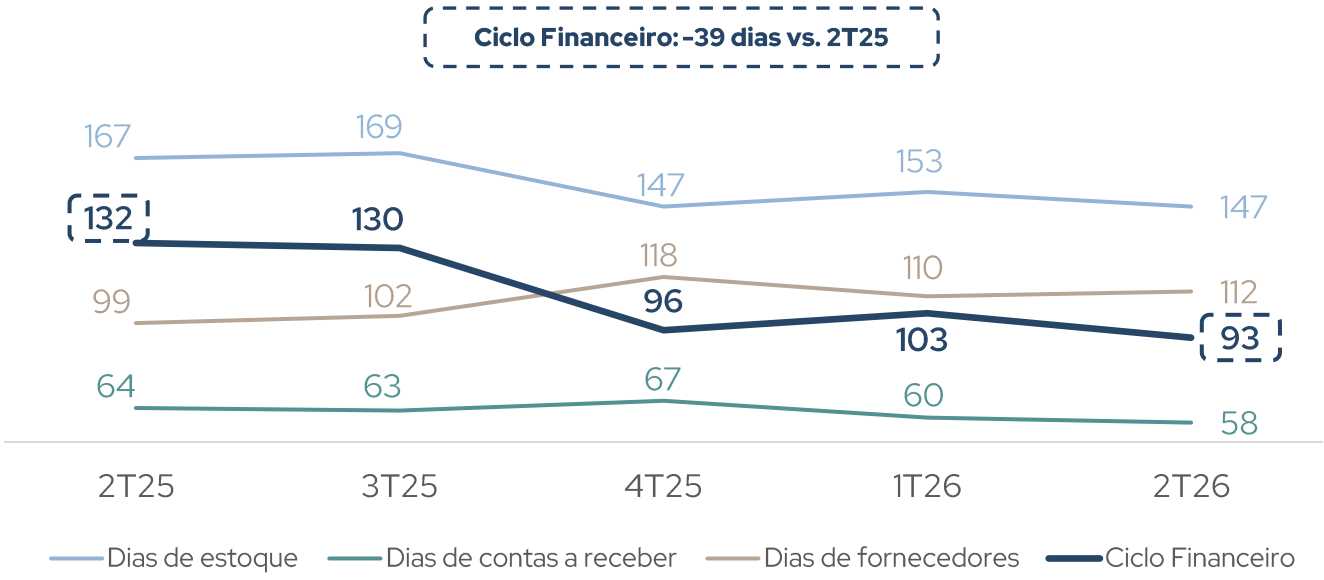
Indicadores Financeiros

Fluxo de Caixa (visão gerencial)[1]

No 2T26, a Companhia atingiu geração de caixa operacional de R$ 356,5 milhões, com conversão de EBITDA em caixa[1] de **115%,** versus uma geração de R$ 106,0 milhões no 2T25. Na visão pós capex, a geração de caixa foi de R$ 280,1 milhões, uma conversão de EBITDA em caixa[1] de **90%**. Considerando os últimos 12 meses acumulados, a geração de caixa operacional foi de R$ 1,6 bilhão e a geração pós capex atingiu R$ 1,3 bilhão, que representa uma conversão de EBITDA LTM em caixa[1] de **91%**.

R$ milhões	2T25	3T25	4T25[2]	1T26	2T26	2T26 LTM
EBITDA recorrente pré IFRS-16	**461,4**	**406,0**	**425,2**	**258,6**	**311,1**	**1.400,9**
Geração (consumo) caixa operacional	**106,0**	**275,9**	**838,1**	**147,8**	**356,5**	**1.618,3**
Conversão de EBITDA em caixa	23%	68%	197%	57%	115%	116%
Geração (consumo) caixa operacional pós CAPEX	**11,8**	**166,8**	**742,1**	**86,2**	**280,1**	**1.275,2**
Conversão de EBITDA em caixa	3%	41%	175%	33%	90%	91%
Geração (consumo) caixa de ativ. de investimento	246,4	(19,0)	(274,0)	(211,8)	(20,0)	(524,8)
Geração (consumo) de caixa de ativ. de financiamento	(308,6)	(258,5)	(564,4)	(122,2)	(214,0)	(1.159,1)
Aumento (redução) de caixa e equivalentes de caixa	**43,8**	**(1,6)**	**(0,3)**	**(186,2)**	**122,5**	**(65,6)**

Ciclo Financeiro (visão gerencial)[3]



No 2T26, o Ciclo Financeiro da Companhia encerrou o trimestre em 93 dias, uma redução de 39 dias em relação ao 2T25. O desempenho reflete, principalmente, as iniciativas voltadas à redução dos níveis de estoque, que resultaram em uma queda de 20 dias no indicador de Dias de Estoque. Adicionalmente, o prazo de Dias de Fornecedores aumentou 13 dias, enquanto o indicador de Dias de Contas a Receber recuou 6 dias. **Em uma visão ajustada**, excluindo as provisões para perdas de estoques (R$ 67,3 milhões) e para perdas de contas a receber (R$ 11,0 milhões) no 2T26, a redução em Dias de estoque teria sido de **15 dias,** enquanto os Dias de Contas a Receber apresentariam redução de **5 dias.** Em paralelo, Dias de Fornecedores aumentaria em **11 dias**, resultando em uma melhora do Ciclo Financeiro de **31 dias** vs. 2T25.

(1) Conversão do EBITDA recorrente pré IFRS em caixa operacional;
(2) No Fluxo de Caixa (visão gerencial) consideramos a conta de "Pagamentos de juros sobre empréstimos" na geração (consumo) de caixa das atividades de financiamento. Além disso, no 4T25, excluímos o impacto de R$ 144,9 milhões referentes à conversão de ativos tributários em caixa.
(3) Os indicadores foram calculados conforme explicado a seguir: Dias de estoque: 365/(CMV/estoque); Dias de contas a receber: 365/(receita bruta/contas a receber); Dias de fornecedores: 365/(((CMV+Estoque final–Estoque inicial)/fornecedores). Números de DRE somam os últimos doze meses, números do balanço atual e variação de estoques nos últimos doze meses.

Indicadores Financeiros

Dívida Líquida

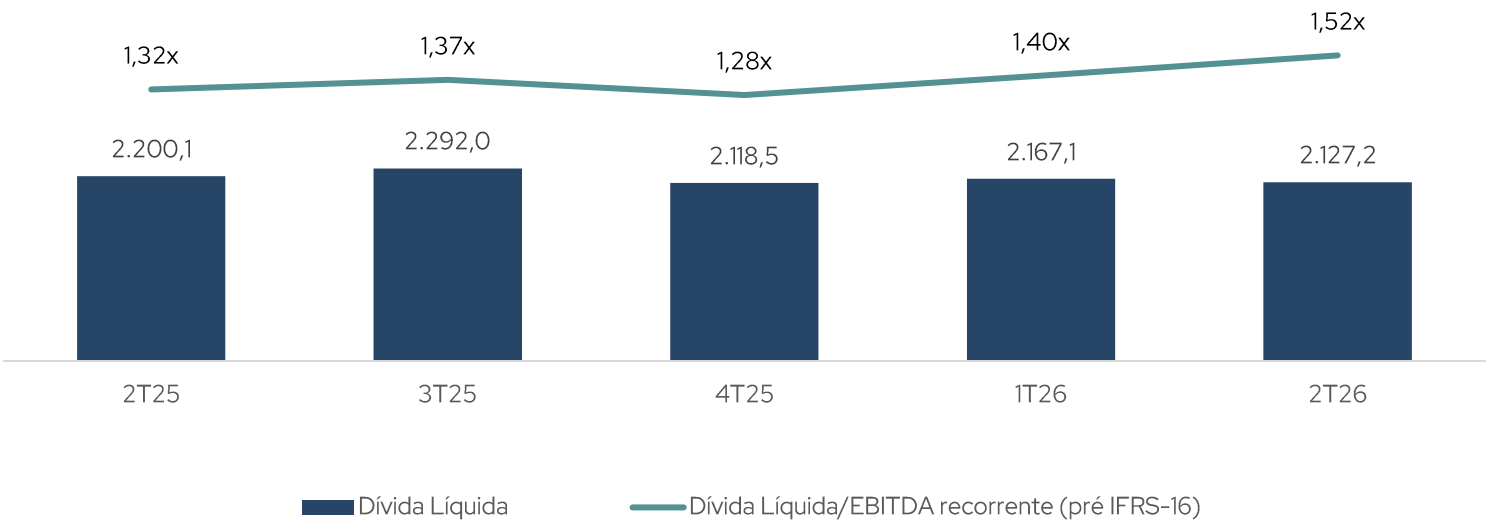
Ao final do 2T26, a Companhia registrou posição de caixa de R$ 1.136,2 milhões. A dívida líquida totalizou R$2.127,2 milhões, uma redução de R$ 39,9 milhões em relação ao trimestre anterior, devido à melhor geração de caixa. A alavancagem, medida pela relação Dívida Líquida/EBITDA recorrente LTM (pré-IFRS 16), encerrou o trimestre em 1,52x, ligeiramente mais alto, refletindo o recorte do EBITDA LTM mais baixo no 2T26. O perfil de endividamento segue concentrado no longo prazo, que representa 82% da dívida total da Companhia.

Recebíveis de cartão de crédito - Ao final do trimestre, a Companhia registrou saldo de R$ 964,0 milhões em recebíveis de cartões de crédito, reforçando a liquidez operacional e a flexibilidade financeira de curto prazo.

R$ Milhões	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26
Caixa e Equivalentes de Caixa	**823,2**	**735,5**	**1.081,3**	**1.063,2**	**1.136,2**
Contratos de Swap[1]	**10,0**	**35,1**	**26,8**	**13,9**	**4,5**
Dívida Bruta	**3.033,3**	**3.062,6**	**3.226,6**	**3.244,2**	**3.267,9**
Curto Prazo	1.741,3	1.010,7	1.031,1	561,3	579,0
% Dívida Bruta	57,4%	33,0%	32,0%	17,3%	17,7%
Longo Prazo	1.292,0	2.051,9	2.195,5	2.682,9	2.688,9
% Dívida Bruta	42,6%	67,0%	68,0%	82,7%	82,3%
Dívida Líquida	**2.200,1**	**2.292,0**	**2.118,5**	**2.167,1**	**2.127,2**
Dívida Líquida / EBITDA recorrente LTM (pré IFRS-16)	1,32x	1,37x	1,28x	1,40x	1,52x

Dívida Líquida e Alavancagem

R$ Milhões



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

Indicadores Financeiros

CAPEX

No 2T26, o CAPEX somou R$ 76,4 milhões, recuo de 18,9% em relação ao 2T25. A redução segue refletindo a estratégia da Companhia de reforçar a geração de caixa e manter disciplina na alocação de capital, com foco em projetos de maior retorno.

Entre os principais investimentos do 2T26, destacaram-se:

- **Corporativo** – investimentos em projetos de tecnologia, incluindo iniciativas de inteligência artificial e automação do Centro de Distribuição da unidade Shoes & Bags.
- **Lojas** – destaque para reforma de lojas de marcas, tais como: Animale, NV, Reserva e Oficina.
- **Outros** – investimentos na operação internacional e em projetos diversos.

R$ Milhões	2T25	2T26	2T26 vs. 2T25	1S25	1S26	1S26 vs. 1S25
CAPEX	**94,2**	**76,4**	**-18,9%**	**178,6**	**138,0**	**-22,7%**
Corporativo	60,7	43,7	-28,0%	107,2	83,5	-22,1%
Lojas	21,2	19,1	-9,9%	42,6	37,7	-11,5%
Outros	12,3	13,6	10,6%	28,8	16,8	-41,7%

Anexos

Indicadores Financeiros

2T26

R$ Milhões	2T25 (contábil)	2T26 (contábil)	2T25 recorrente	2T26 recorrente	Δ (%) recorrente 2T26 vs. 2T25
Receita Bruta	**3.620,0**	**3.351,3**	**3.620,0**	**3.351,3**	**-7,4%**
Receita Bruta (Continuadas)	**3.606,2**	**3.350,6**	**3.606,2**	**3.350,6**	**-7,1%**
Receita Líquida	**2.901,4**	**2.664,1**	**2.901,4**	**2.664,1**	**-8,2%**
CMV	**(1.280,9)**	**(1.206,7)**	**(1.280,9)**	**(1.139,4)**	**-11,0%**
CMV (ex. D&A)	(1.271,2)	(1.198,9)	(1.271,2)	(1.131,6)	-11,0%
CMV (ex. D&A ex. IFRS-16)	(1.272,5)	(1.200,2)	(1.272,5)	(1.132,9)	-11,0%
Arrendamento (impacto IFRS-16)	1,3	1,3	1,3	1,3	0,0%
Depreciação e Amortização	(9,7)	(7,8)	(9,7)	(7,8)	-19,6%
Lucro Bruto	**1.620,5**	**1.457,4**	**1.620,5**	**1.524,7**	**-5,9%**
Margem Bruta	*55,9%*	*54,7%*	*55,9%*	*57,2%*	*1,3 p.p.*
Despesas	**(1.258,6)**	**(1.340,3)**	**(1.237,8)**	**(1.291,4)**	**4,3%**
Despesas (ex. D&A)	(1.104,8)	(1.186,0)	(1.094,6)	(1.152,9)	5,3%
(%) Receita Líquida	*38,1%*	*44,5%*	*37,7%*	*43,3%*	*5,6 p.p.*
Fixas	(495,3)	(533,0)	(475,1)	(520,0)	9,5%
(%) Receita Líquida	*17,1%*	*20,0%*	*16,4%*	*19,5%*	*3,1 p.p.*
Variáveis	(551,2)	(582,1)	(551,2)	(567,9)	3,0%
(%) Receita Líquida	*19,0%*	*21,8%*	*19,0%*	*21,3%*	*2,3 p.p.*
Eventuais	(131,2)	(138,1)	(141,2)	(132,2)	-6,4%
(%) Receita Líquida	*4,5%*	*5,2%*	*4,9%*	*5,0%*	*0,1 p.p.*
Arrendamentos (Impacto IFRS-16)	72,9	67,2	72,9	67,2	-7,8%
(%) Receita Líquida	*-2,5%*	*-2,5%*	*-2,5%*	*-2,5%*	*0,0 p.p.*
Depreciação e Amortização	(153,8)	(154,3)	(143,2)	(138,5)	-3,3%
EBITDA	**525,4**	**279,2**	**535,6**	**379,6**	**-29,1%**
Margem EBITDA	*18,1%*	*10,5%*	*18,5%*	*14,2%*	*-4,3 p.p.*
EBITDA (pré IFRS-16)	**451,2**	**210,7**	**461,4**	**311,1**	**-32,6%**
Margem EBITDA (pré IFRS-16)	*15,6%*	*7,9%*	*15,9%*	*11,7%*	*-4,2 p.p.*
EBIT	**361,9**	**117,1**	**382,7**	**233,3**	**-39,0%**
Resultado Financeiro	(201,7)	(187,6)	(199,5)	(187,6)	-6,0%
EBT	**160,2**	**(70,5)**	**183,2**	**45,7**	**-75,1%**
IR e CSLL	377,5	100,3	100,5	60,8	-39,5%
Lucro Líquido	**537,7**	**29,8**	**283,7**	**106,5**	**-62,5%**
Margem Líquida	*18,5%*	*1,1%*	*9,8%*	*4,0%*	*-5,8 p.p.*

Indicadores Financeiros

1S26

R$ Milhões	1S25 (contábil)	1S26 (contábil)	1S25 recorrente	1S26 recorrente	Δ (%) recorrente 1S26 vs. 1S25
Receita Bruta	**6.931,8**	**6.470,1**	**6.931,8**	**6.470,1**	**-6,7%**
Receita Bruta (Continuadas)	**6.866,5**	**6.469,0**	**6.866,5**	**6.469,0**	**-5,8%**
Receita Líquida	**5.597,9**	**5.143,6**	**5.597,9**	**5.143,6**	**-8,1%**
CMV	**(2.500,6)**	**(2.335,9)**	**(2.500,6)**	**(2.268,6)**	**-9,3%**
CMV (ex. D&A)	(2.480,4)	(2.320,4)	(2.480,4)	(2.253,1)	-9,2%
CMV (ex. D&A ex. IFRS-16)	(2.483,0)	(2.323,0)	(2.483,0)	(2.255,7)	-9,2%
Arrendamento (impacto IFRS-16)	2,6	2,6	2,6	2,6	0,0%
Depreciação e Amortização	(20,2)	(15,5)	(20,2)	(15,5)	-23,3%
Lucro Bruto	**3.097,3**	**2.807,7**	**3.097,3**	**2.875,0**	**-7,2%**
Margem Bruta	*55,3%*	*54,6%*	*55,3%*	*55,9%*	*0,6 p.p.*
Despesas	**(2.459,3)**	**(2.548,1)**	**(2.438,6)**	**(2.460,8)**	**0,9%**
Despesas (ex. D&A)	(2.153,4)	(2.238,1)	(2.154,2)	(2.182,4)	1,3%
(%) Receita Líquida	*38,5%*	*43,5%*	*38,5%*	*42,4%*	*3,9 p.p.*
Fixas	(990,3)	(1.028,7)	(963,7)	(1.005,9)	4,4%
(%) Receita Líquida	*17,7%*	*20,0%*	*17,2%*	*19,6%*	*2,4 p.p.*
Variáveis	(1.071,6)	(1.077,5)	(1.069,5)	(1.062,7)	-0,6%
(%) Receita Líquida	*19,1%*	*20,9%*	*19,1%*	*20,7%*	*1,6 p.p.*
Eventuais	(231,8)	(267,7)	(261,3)	(249,6)	-4,5%
(%) Receita Líquida	*4,1%*	*5,2%*	*4,7%*	*4,9%*	*0,2 p.p.*
Arrendamentos (Impacto IFRS-16)	140,3	135,8	140,3	135,8	-3,2%
(%) Receita Líquida	*-2,5%*	*-2,6%*	*-2,5%*	*-2,6%*	*-0,1 p.p.*
Depreciação e Amortização	(305,9)	(310,0)	(284,4)	(278,4)	-2,1%
EBITDA	**964,1**	**585,1**	**963,3**	**708,1**	**-26,5%**
Margem EBITDA	*17,2%*	*11,4%*	*17,2%*	*13,8%*	*-3,4 p.p.*
EBITDA (pré IFRS-16)	**821,2**	**446,7**	**820,4**	**569,7**	**-30,6%**
Margem EBITDA (pré IFRS-16)	*14,7%*	*8,7%*	*14,7%*	*11,1%*	*-3,6 p.p.*
EBIT	**638,0**	**259,6**	**658,7**	**414,2**	**-37,1%**
Resultado Financeiro	(359,4)	(372,2)	(357,2)	(372,2)	4,2%
EBT	**278,6**	**(112,6)**	**301,5**	**42,0**	**-86,1%**
IR e CSLL	376,9	181,0	99,9	128,4	28,5%
Lucro Líquido	**655,5**	**68,4**	**401,4**	**170,4**	**-57,5%**
Margem Líquida	*11,7%*	*1,3%*	*7,2%*	*3,3%*	*-3,9 p.p.*

Indicadores Financeiros

Reconciliação do Lucro Líquido Recorrente

- **Ajustes ao EBITDA:** explicações detalhadas na seção "Reconciliação do EBITDA recorrente" deste relatório.
- **Depreciação e Amortização:** Amortização de mais valia (valores justos CPC15/IFRS3 – combinação dos negócios) da Cia Hering (R$ 10,6 milhões) e do Grupo Soma (R$ 5,2 milhões).
- **IRPJ/CSLL:** Efeito dos ajustes de EBITDA e depreciação e amortização no IRPJ/CSLL (34%), no montante de R$39,5 milhões no 2T26.

R$ Milhões	2T25	2T26	1S25	1S26
Lucro Líquido	**537,7**	**29,8**	**655,5**	**68,4**
Ajustes ao EBITDA	10,2	100,4	(0,8)	123,0
Depreciação e Amortização	10,6	15,8	21,5	31,6
Resultado Financeiro	2,2	0,0	2,2	0,0
IRPJ e CSLL	(277,0)	(39,5)	(277,0)	(52,6)
Lucro Líquido Recorrente	**283,7**	**106,5**	**401,4**	**170,4**
Margem Líquida Recorrente	9,8%	4,0%	7,2%	3,3%

Balanço Patrimonial

Visão Contábil (R$ milhões)

Ativo	4T25	2T26
Ativo circulante	**6.924,6**	**6.500,5**
Caixa e equivalentes de caixa	320,6	244,1
Aplicações financeiras	760,7	892,1
Contas a receber	2.714,3	2.285,3
Estoques	2.142,8	2.044,5
Instrumentos financeiros - derivativos	17,6	0,0
Impostos a recuperar	355,9	460,4
IRPJ e CSLL a recuperar	281,5	253,4
Outros créditos	331,2	320,7
Ativo não circulante	**8.524,0**	**8.552,2**
Aplicações financeiras	0,4	4,8
Instrumentos financeiros – derivativos	67,8	75,1
Contas a receber de clientes	10,0	18,0
Depósitos judiciais	227,0	238,3
IRPJ e CSLL diferidos	1.655,2	1.846,8
Impostos a recuperar	822,8	824,7
IRPJ e CSLL a recuperar	91,6	70,0
Outros créditos	8,8	8,0
Investimentos	32,9	28,4
Propriedades para investimento	4,1	4,1
Imobilizado	2.116,1	1.988,2
Intangível	3.487,3	3.445,8
Total do Ativo	**15.448,6**	**15.052,7**

Passivo	4T25	2T26
Passivo circulante	**3.765,6**	**2.871,0**
Empréstimos e financiamentos	1.031,1	579,0
Fornecedores	1.687,3	1.423,9
Instrumentos financeiros derivativos	3,5	21,7
Arrendamento	213,2	200,6
Obrigações fiscais e sociais	201,1	220,2
Obrigações trabalhistas	317,5	259,6
Parcelamento de impostos	13,0	12,4
Obrigações a pagar na aquisição de controlada	75,0	0,0
Outras obrigações	222,6	152,3
Receitas diferidas	1,3	1,3
Passivo não circulante	**3.705,8**	**4.141,4**
Empréstimos e financiamentos	2.195,5	2.688,9
Fornecedores LP	1,6	0,0
Arrendamento	556,8	504,9
Provisões para riscos trabalhistas, fiscais e cíveis	606,5	622,1
Outras obrigações	8,7	9,6
Impostos diferidos	222,4	214,7
Obrigações a pagar na aquisição de controlada	97,4	89,2
Parcelamento de impostos	14,4	10,2
Receitas diferidas	2,5	1,8
Patrimônio líquido	**7.977,2**	**8.040,3**
Capital social	2.317,2	2.317,2
Ações em tesouraria	(161,7)	(151,7)
Reservas de capital	4.261,6	4.267,0
Reserva de lucros	694,7	694,7
Reserva de Incentivos Fiscais	879,1	879,1
Ajuste de avaliação Patrimonial	(8,5)	(29,5)
Resultados abrangentes	(5,2)	(4,9)
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	**15.448,6**	**15.052,7**

Demonstrativo de Resultados

Visão Contábil

R$ Milhões	1S25	1S26	1S26 vs. 1S25
Receita Líquida	5.597,9	5.143,6	(8,1%)
Custos dos produtos vendidos	(2.500,6)	(2.335,9)	(6,6%)
Lucro Bruto	3.097,3	2.807,7	(9,4%)
Receitas (despesas) operacionais	(2.459,3)	(2.548,1)	3,6%
Comerciais	(1.792,9)	(1.860,9)	3,8%
Administrativas e Gerais	(711,9)	(689,9)	(3,1%)
Outras receitas (despesas) líquidas	45,5	2,7	(93,8%)
Lucro antes do resultado financeiro	638,0	259,6	(59,3%)
Resultado Financeiro	(359,4)	(372,2)	3,6%
Lucro antes do IR e CS	278,6	(112,6)	(140,4%)
Imposto de Renda e Contribuição Social	376,9	181,0	(52,0%)
Corrente	(10,8)	(22,6)	109,3%
Diferido	387,7	203,6	(47,5%)
Lucro Líquido do Período	655,5	68,4	(89,6%)

Demonstrativo de Fluxo de Caixa

Visão Contábil

R$ Milhões	1S25	1S26
Atividades Operacionais		
Lucro líquido do exercício	**655,5**	**68,4**
Ajustes - conciliação do resultado à geração de caixa da atividade operacional	**55,7**	**453,3**
Depreciações e amortizações	333,7	335,5
Lucro de investimentos financeiros	(27,5)	(49,3)
Encargos financeiros e variação cambial sobre financiamentos	(19,3)	155,5
Imposto de renda e contribuição social	(376,9)	(181,0)
Outros	145,7	192,5
Decréscimo (acréscimo) em ativos	**(144,4)**	**407,2**
Contas a receber de clientes	203,7	408,1
Estoques	(231,1)	13,6
Impostos a recuperar	(81,7)	(49,3)
Variação de outros ativos	(25,1)	46,1
Depósitos judiciais	(10,2)	(11,3)
(Decréscimo) acréscimo em passivos	**(583,7)**	**(661,1)**
Fornecedores	(272,9)	(264,9)
Obrigações trabalhistas	(20,5)	(57,9)
Obrigações fiscais e sociais	(44,5)	(2,2)
Variação de outros passivos	(162,0)	(93,4)
Pagamentos de imposto de renda e contribuição social	(11,1)	(6,2)
Pagamento de juros sobre empréstimos	(72,7)	(236,5)
Caixa gerado pelas atividades operacionais	**(16,9)**	**267,8**

Demonstrativo de Fluxo de Caixa

Visão Contábil

R$ Milhões	1S25	1S26
Atividades de Investimento		
Aquisição de ativos fixos e intangíveis	(178,6)	(138,0)
Aplicações financeiras	(3.963,5)	(4.235,4)
Resgate de aplicações financeiras	3.925,0	4.141,6
Baixa de caixa por perda de controle (Paris Texas)	(24,3)	0,0
Caixa líquido usado nas atividades de investimento	**(241,4)**	**(231,8)**
Atividades de financiamento		
Captações de empréstimos	766,7	528,0
Pagamentos de empréstimos financiamento	(292,8)	(406,0)
Pagamento de obrigação na aquisição de controlada	(56,4)	(75,0)
Contraprestação de arrendamento	(146,4)	(147,1)
Custo na emissão de debentures	(3,3)	0,3
Recompra de Ações	(10,0)	0,0
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	**257,8**	**(99,7)**
Aumento (redução) em caixas e equivalentes de caixas	**(0,5)**	**(63,7)**
Caixa e equivalentes de caixa		
Efeito da variação cambial de caixa e equivalentes de caixa	(3,3)	(12,8)
Caixa e equivalentes de caixa iniciais	181,2	320,6
Caixa e equivalentes de caixa finais	177,4	244,1
Aumento (redução) em caixa e equivalentes de caixa	**(0,5)**	**(63,7)**

Rede de Lojas

Lojas	2T25	3T25	4T25	1T26	2T26
Azzas 2154					
Área (m²)	**208.452**	**208.039**	**213.289**	**211.499**	**208.922**
Área (m²) - Continuadas	**208.323**	**208.039**	**213.289**	**211.499**	**208.922**
Lojas Próprias	87.890	87.688	91.512	91.194	89.636
Franquias	120.434	120.351	121.777	120.306	119.286
Área (m²) - Descontinuadas	129	0	0	0	0
Número de Lojas	**2.061**	**2.033**	**2.063**	**2.042**	**2.024**
Número de Lojas - Continuadas	**2.059**	**2.033**	**2.063**	**2.042**	**2.024**
Lojas Próprias	560	560	584	581	581
Franquias	1451	1424	1430	1.410	1.392
Internacional	48	49	49	51	51
Número de Lojas - Descontinuadas	**2**	**0**	**0**	**0**	0
Shoes & Bags [1]					
Área (m²)	**45.577**	**45.482**	**47.534**	**47.154**	**45.023**
Área (m²) – Continuadas	**45.577**	**45.482**	**47.534**	**47.154**	**45.023**
Lojas Próprias	7.239	7.204	8.537	8.495	6.812
Franquias	38.337	38.278	38.997	38.659	38.211
Área (m²) – Descontinuadas	**0**	**0**	**0**	**0**	0
Número de Lojas	**841**	**832**	**844**	**835**	**824**
Número de Lojas – Continuadas	**841**	**832**	**844**	**835**	**824**
Lojas Próprias	75	74	81	80	79
Franquias	751	743	748	740	730
Internacional	15	15	15	15	15
Número de Lojas – Descontinuadas	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Fashion Women					
Área (m²)	**47.719**	**48.557**	**50.725**	**50.948**	**51.020**
Lojas Próprias	**46.723**	**47.732**	**49.972**	**49.972**	**49.988**
Franquias	996	825	753	976	1.032
Número de Lojas	**302**	**305**	**319**	**321**	**322**
Lojas Próprias	277	283	298	298	298
Franquias	12	9	8	8	9
Internacional	13	13	13	15	15
Fashion Men					
Área (m²)	**22.268**	**22.431**	**23.382**	**23.028**	**23.059**
Área (m²) – Continuadas	**22.209**	**22.431**	**23.382**	**23.028**	**23.059**
Lojas Próprias	15.136	15.358	15.609	15.332	15.441
Franquias	7.074	7.074	7.774	7.696	7.618
Área (m²) – Descontinuadas	**58**	**0**	**0**	**0**	0
Número de Lojas	**246**	**247**	**258**	**255**	**255**
Número de Lojas – Continuadas	**245**	**247**	**258**	**255**	**255**
Lojas Próprias	142	144	146	144	145
Franquias	103	103	112	111	110
Número de Lojas – Descontinuadas	**1**	**0**	**0**	**0**	**0**
Basic					
Área (m²)	**92.889**	**91.570**	**91.648**	**90.369**	**89.820**
Área (m²) – Continuadas	**92.818**	**91.570**	**91.648**	**90.369**	**89.820**
Lojas Próprias	18.791	17.395	17.395	17.395	17.395
Franquias	74.027	74.175	74.253	72.974	72.425
Área (m²) - Descontinuadas	**71**	**0**	**0**	0	0
Número de Lojas	**672**	**649**	**642**	**631**	**623**
Número de Lojas - Continuadas	**671**	**649**	**642**	**631**	**623**
Lojas Próprias	66	59	59	59	59
Franquias	585	569	562	551	543
Internacional	20	21	21	21	21
Número de Lojas - Descontinuadas	**1**	**0**	**0**	**0**	**0**

AZZAS 2154

O maior grupo de moda da América Latina

Earnings Release 2T26

Relações com Investidores
ri@azzas2154.com.br