

AREZZO
&CO

Apresentação Institucional

2T18

Informações contidas neste documento podem incluir considerações futuras e refletem a percepção atual e perspectivas da diretoria sobre a evolução do ambiente macroeconômico, condições da indústria, desempenho da Companhia e resultados financeiros. Quaisquer declarações, expectativas, capacidades, planos e conjecturas contidos neste documento, que não descrevam fatos históricos, tais como informações a respeito da declaração de pagamento de dividendos, a direção futura das operações, a implementação de estratégias operacionais e financeiras relevantes, o programa de investimento, e os fatores ou tendências que afetem a condição financeira, liquidez ou resultados das operações, são considerações futuras de significado previsto no “*U.S. Private Securities Litigation Reform Act*” de 1995 e contemplam diversos riscos e incertezas. Não há garantias de que tais resultados venham a ocorrer. As declarações são baseadas em diversos fatores e expectativas, incluindo condições econômicas e mercadológicas, competitividade da indústria e fatores operacionais. Quaisquer mudanças em tais expectativas e fatores podem implicar que o resultado real seja materialmente diferente das expectativas correntes.

As informações financeiras consolidadas da Arezzo indústria e Comércio S/A – Arezzo&Co aqui apresentadas estão de acordo com os critérios do padrão contábil internacional - IFRS, emitido pelo *International Accounting Standards Board* - IASB, a partir de informações financeiras auditadas. As informações não financeiras, assim como outras informações operacionais, não foram objeto de auditoria por parte dos auditores independentes.

seção 01

| VISÃO GERAL DA COMPANHIA

1 Plataforma de marcas de referência

**AREZZO
&CO**

A Arezzo&Co é uma companhia líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos através de sua plataforma de marcas de referência

**AREZZO
&CO**

SCHUTZ

AREZZO

ALEXANDRE
BIRMAN

ANACAPRI

FIEVER

OWME

1

6ª Marca – OWME (“Own + Me”)

AREZZO &CO

OWME



@owmeoficial

TARGET



CLASSE AB1

35+

SEGMENTO



WELLNESS

CONFORTO

+

BELEZA

CONSTRUÇÕES
ATEMPORAIS



PILAR



FLORA



TERESA



1 Visão geral da Companhia

A Arezzo&Co é uma empresa referência no varejo brasileiro e possui um posicionamento único que alinha crescimento com elevada geração de caixa

Empresa líder no setor de calçados, bolsas e acessórios com presença em todos os estados do país

Acionistas controladores de referência no Setor

Desenvolvimento de coleções com eficiente *supply chain*

Asset Light: alta eficiência operacional

Forte geração de caixa e alto crescimento

- 12,1 milhões de pares ⁽¹⁾
- 1,2 milhões bolsas ⁽¹⁾
- Mais de 2.500 pontos de venda
- ~12% de *market share* total e ~25% de *market share* nas classes AB

- Mais de 45 anos de experiência no setor
- Amplo reconhecimento

- 11.500 modelos criados ao ano
- *Lead time* médio de 40 dias
- 15 a 18 lançamentos por ano

- 91,8% da produção *outsourced*
- ROIC de 31,2% em 2T18
- 2.468 funcionários

- CAGR da receita líquida de 7,9% (2012 - 2017)
- CAGR do lucro líquido de 8,1% (2012 - 2017)
- Crescente alavancagem operacional

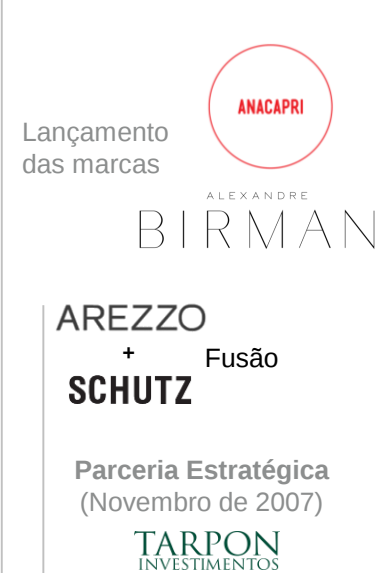
Notas:

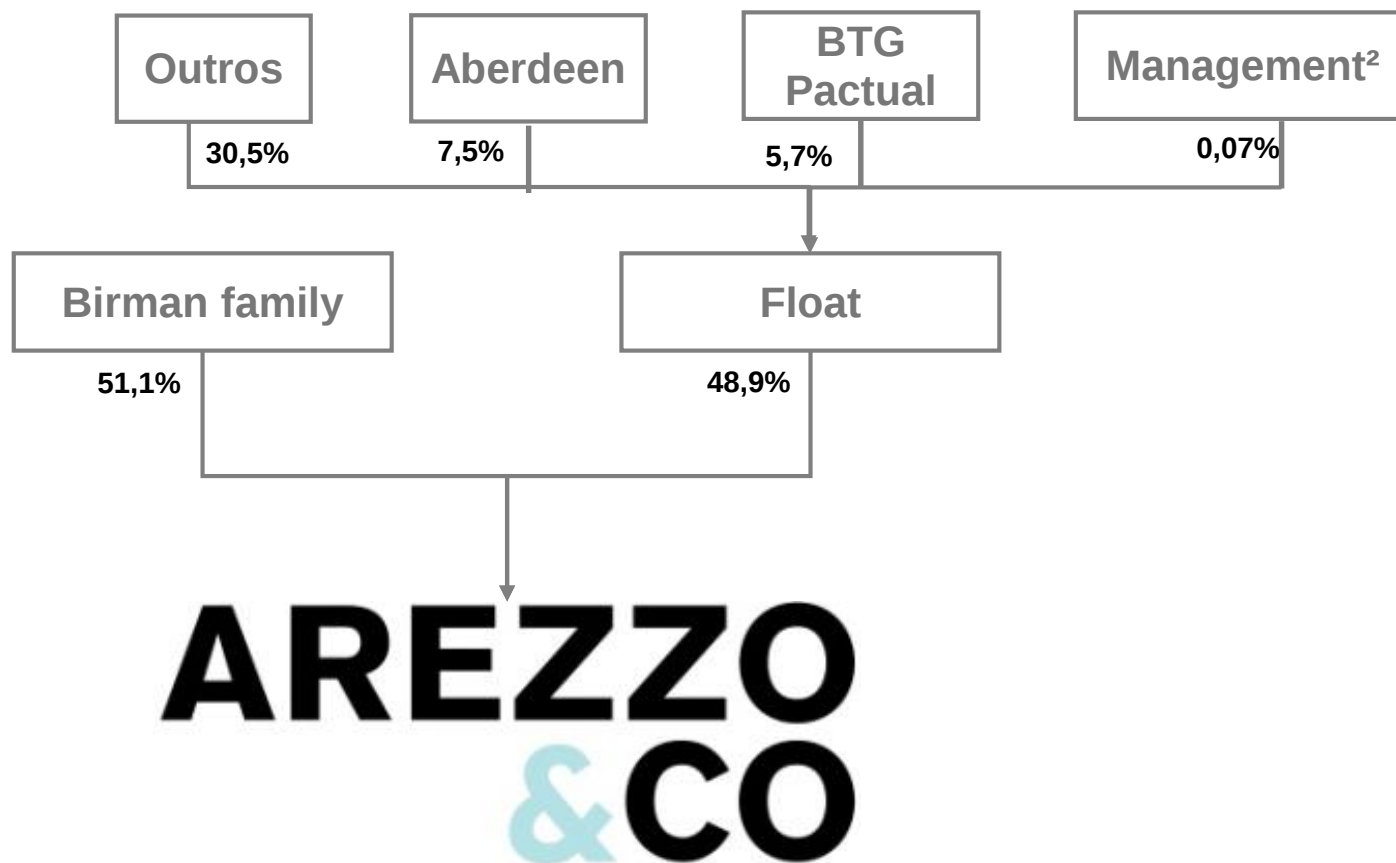
(1) Data Base - 2017

(2) Refere-se ao mercado brasileiro de calçados femininos (Fonte: dados da Companhia). Estimado para 2016.

1 Histórico de empreendedorismo e sucesso

Mudanças certas na hora certa marcaram o desenvolvimento da Companhia

Fundação e Estruturação	Era Industrial	Era Varejo	Era Corporativa	Empresa Referência do Setor
Década de 70	Década de 80	Década de 90	1ª Década de 2000	2011 - 2018
- Fundação em 1972 - Foco em produto e marca	- Modelo industrial verticalizado localizado em Minas Gerais 1,5 milhões de pares por ano e 2.000 funcionários	- Foco no varejo - P&D e <i>outsourcing</i> da produção no Vale dos Sinos - RS - Expansão das franquias	- Marcas específicas para cada público alvo - Expansão dos canais de distribuição <i>Supply chain</i> eficiente	
 Primeira fábrica de sapatos masculinos		 Abertura da <i>flagship</i> store na Oscar Freire	 Lançamento das marcas AREZZO + SCHUTZ Fusão Parceria Estratégica (Novembro de 2007) TARPON INVESTIMENTOS	Consolidar a posição de líder de mercado
Primeira loja Primeiro modelo de sapato de sucesso nacional		 Início da Schutz Centralização da operação comercial em São Paulo Conceito de <i>fast fashion</i>	IPO (Fevereiro de 2011)	



Notas:

1 - O capital social da Companhia é composto por 90.302.408 ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal

2 - Posição em 25/06/2018.

3 - Inclui Stock Option Plan – Executivos Arezzo&Co

1 Plataforma de marcas fortes

Plataforma de marcas fortes, destinadas a públicos específicos, permitindo capturar crescimento em diferentes segmentos

		AREZZO				SCHUTZ				ANACAPRI				ALEXANDRE BIRMAN			FIEVER		
Fundação		1972				1995				2008				2009			2015		
Perfil das Marcas		<i>Trendy</i> Novo Fácil de usar Eclético				<i>Fashion</i> Up to date Ousada Provocativa				<i>Pop</i> Sapatos flat Acessível Colorida				<i>Design</i> Exclusividade Identidade Sedução			<i>Casual</i> Jovem Urbana Moderna		
Público Feminino Alvo		16 - 60 anos				18 - 40 anos				12 - 60 anos				20 - 45 anos			15 - 30 anos		
Canal de Distribuição	PDV ¹	P	F	MM	EX	P	F	MM	EX	P	F	MM	EX	P	MM	EX	P	MM	EX
	% Rec. Bruta. ²	14	388	1.167	66	25	67	1.122	111	3	124	1.304	24	5	24	42	4	402	2
		13%	64%	14%	2%	25%	17%	29%	19%	8%	51%	34%	1%	31%	5%	61%	49%	40%	0%
% Receita Bruta Web		R\$ 70,2 MM (7%)				R\$ 60,0 MM (11%)				R\$ 11,2 MM (6%)				R\$ 1,6 MM (3%)			R\$ 2,1 MM (11%)		
Preço no Ponto de Venda		R\$ 220,00/par				R\$ 380,00/par				R\$ 110,00/par				R\$ 1.500,00/par			R\$ 280,00/par		
Volume de Vendas ³		R\$ 937,3 milhões				R\$ 556,1 milhões				R\$ 186,2 milhões				R\$ 59,2 milhões			R\$ 20,1 milhões		
% Receita Bruta ⁴		53,3%				31,6%				10,6%				3,4%			1,1%		

Notas:

1. Pontos de Venda (LTM): P = Lojas Próprias; F = Franquias Nacionais; MM = Lojas Multimarcas (mercado doméstico); EX = Exportações (inclui USA e operação wholesale).
2. % receita bruta (LTM) não inclui as Outras Receitas (não produzida pelas 6 marcas) e a receita proveniente da marca OWME.
3. Receita bruta LTM, inclui mercado externo; não inclui outras receitas (não provenientes das 6 marcas).
4. % da receita bruta total LTM.

1 Múltiplos canais de distribuição

Plataforma flexível através de diferentes canais de distribuição com estratégias diferenciadas, maximizando o retorno à Companhia

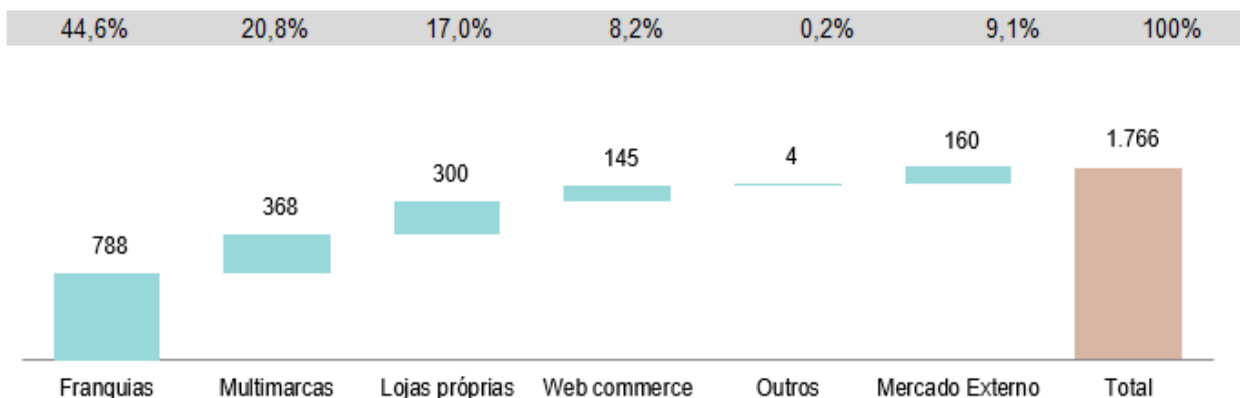
584
franquias
em mais de
220 cidades

48 lojas
próprias
no Brasil

2.342 clientes
multimarcas¹ em
mais de 1.270
cidades

Distribuição
abrangente
em todo
Brasil

Composição da Receita Bruta (R\$ milhões)²



Notas:

1. Sem overlap entre as marcas.
2. LTM
3. Apenas Mercado Doméstico – multimarca sem overlap.

NÚMERO DE LOJAS NO MERCADO INTERNO 2T18

AREZZO

FRANQUIAS _____ 388
LOJAS PRÓPRIAS _____ 14
MULTIMARCAS _____ 1.167

SCHUTZ

FRANQUIAS _____ 67
LOJAS PRÓPRIAS _____ 22
MULTIMARCAS _____ 1.122

ANACAPRI

FRANQUIAS _____ 124
LOJAS PRÓPRIAS _____ 3
MULTIMARCAS _____ 1.304

ALEXANDRE
BIRMAN

LOJAS PRÓPRIAS _____ 4
MULTIMARCAS _____ 24

FIEVER

LOJAS PRÓPRIAS _____ 4
MULTIMARCAS _____ 402

OWME

LOJAS PRÓPRIAS _____ 1
MULTIMARCAS _____ 97

seção 02

| MODELO DE NEGÓCIOS

Foco no cliente: buscamos antecipar o desejo de consumo da mulher brasileira

1

HABILIDADE
PARA INOVAR

P&D

2

SÓLIDO
PROGRAMA DE
COMUNICAÇÃO
E MARKETING

Comunicação e
Marketing

3

SUPPLY CHAIN
ÁGIL E
EFICIENTE

Sourcing e Logística

4

ESTRATÉGIA DE
DISTRIBUIÇÃO
NACIONAL

Multicanal

5

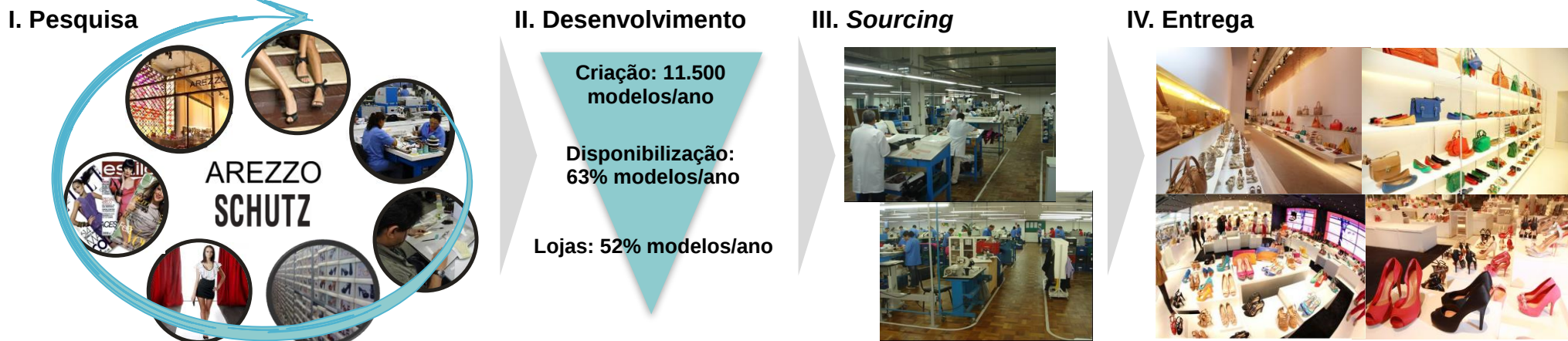
ADMINISTRAÇÃO
EXPERIENTE E
COM
INCENTIVOS
BASEADOS EM
RESULTADOS

Gestão

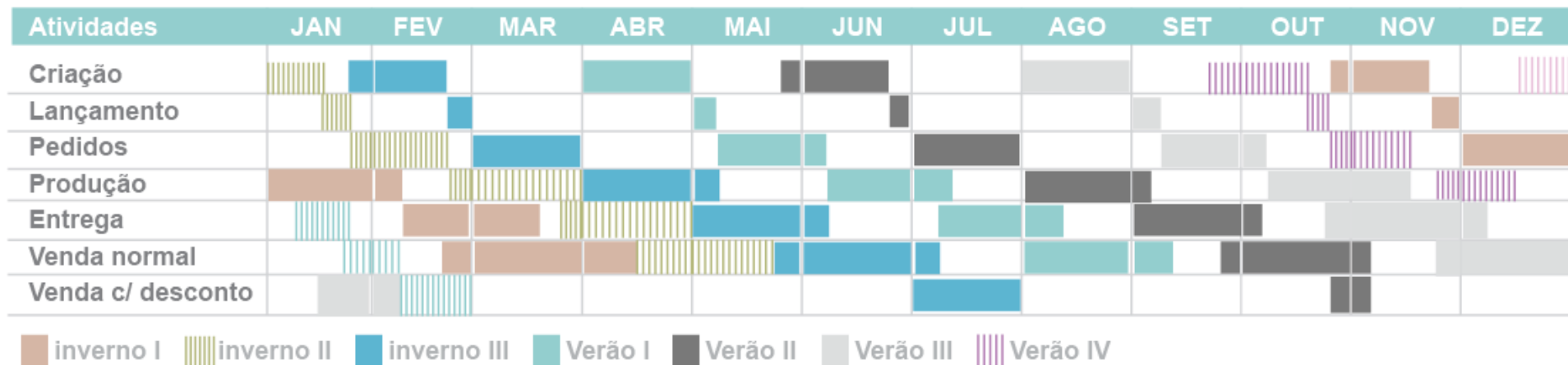
MARCAS DE REFERÊNCIA

2 Habilidade para inovar

Produzimos de 15 a 18 coleções por ano



Coleções Principais



A Arezzo&Co entrega em média 5 modelos por dia, mantendo aceso o desejo de compra da consumidora

2

Plano de comunicação e marketing

**AREZZO
& CO**

A marca conta com uma estratégia de comunicação integrada e expressiva, desde a criação das campanhas até o ponto de venda

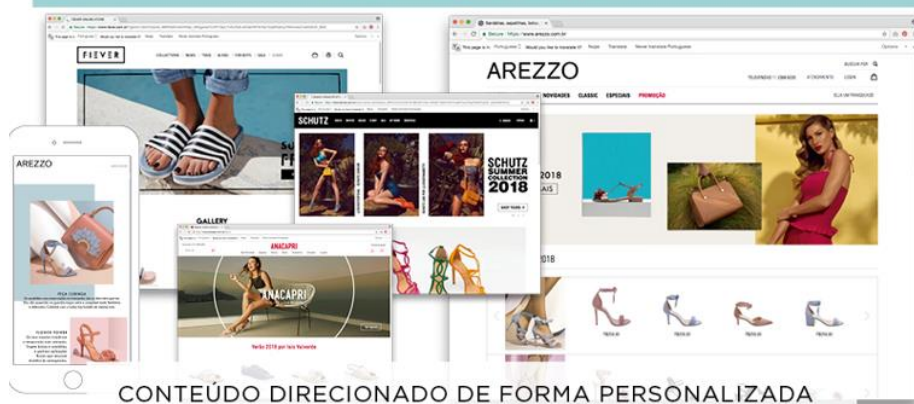
FORTE PRESENÇA NAS REDES SOCIAIS E MÍDIA DIGITAL E IMPRESSA



LIVE MARKETING E EXPERIÊNCIA NO PONTO DE VENDA



COMUNICAÇÃO DIGITAL



PR



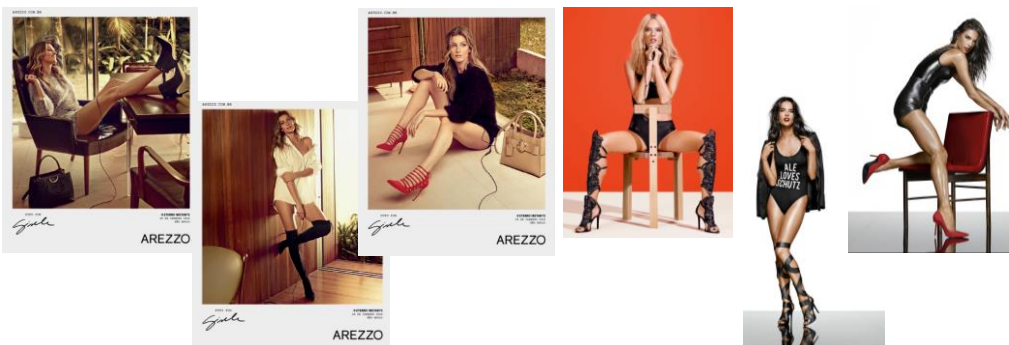
2

Comunicação e marketing refletidos em todos os aspectos da loja

**AREZZO
& CO**

Lojas constantemente modificadas a fim de incorporar o conceito de cada nova coleção e inspirar novos desejos de compra

Materiais nos Pontos de vendas



Vitrines e Visual Merchandising



Lojas “flagships”



Toda a comunicação visual das lojas é padronizada e atualizada simultaneamente em todo o Brasil a cada nova coleção

2

Atmosfera das lojas: conceitos diferenciados para cada marca

**AREZZO
&CO**

AREZZO



Prateleiras, Nichos e Estantes suspensas

- Aumento do número de modelos expostos.
- Produtos em destaque no centro da loja.
- Iluminação que realça o produto.
- Melhor distribuição dos móveis permite maior conforto às clientes.

SCHUTZ



Novo Conceito de Loja

- Novo conceito sendo testado nas lojas Flagship.
- Nova Experiência Digital: mobile check out, espelho RFID e touch TV
- Roll out esperado para 2018/19

ANACAPRI



Display de produtos ocupam todas as paredes

- Exposição de um ampla variedade de produtos
- Estoque na área de vendas: baixa necessidade de área de estoque

ALEXANDRE
BIRMAN



Disposição de cada tema em diferentes nichos

- Atmosfera de joalheria
- Experiência privativa de compra
- Foco em exclusividade, design e materiais nobres

FIEVER



Criativa e Experimental

- Espaço experimental e criativo
- Interação com clientes
- Experiência colaborativa

OWME



Experiências Sensorias

- Wellness (conforto+beleza)
- Conceito atemporal

Agilidade, flexibilidade e escalabilidade de produção garantem o crescimento esperado pela Arezzo&Co

Modelo de abastecimento flexível

Fábrica própria com capacidade de produção anual de 1,1 milhões de pares e forte relacionamento com o cluster de produção do Vale dos Sinos, principal região de *outsourcing*.

Certificação e auditoria de fornecedores

Certificação interna e auditoria asseguram qualidade e pontualidade (ISO 9001 certificação em 2008)

Novo Centro de Distribuição – Espírito Santo



Ganhos de escala

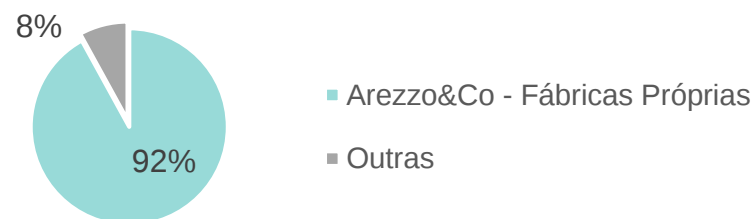
O porte e a estrutura da Arezzo&Co proporciona flexibilidade para terceirizar a produção de um grande número de SKU'S a partir de várias fábricas em um curto espaço de tempo, a preços competitivos



Compra em rede

Negociação de matéria-prima em conjunto com fornecedores locais

Outsourcing – 92% da produção é *outsourced*



Consolidação e distribuição simultânea em escala nacional

- 1 Recebimento: 100.000 peças/ dia
- 2 Armazenagem: 100.000 peças/ dia
- 3 Separação: 150.000 peças/ dia
- 4 Faturamento e etiquetagem: 200.000 peças/ dia

2 Operação composta por lojas flagship nas principais regiões do Brasil

Lojas Próprias são essenciais para o desenvolvimento de know-how e aumento contínuo de visibilidade da marca

Lojas Flagship



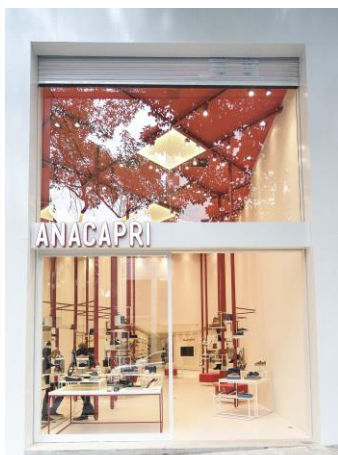
Arezzo – Iguatemi / SP



Fever – Oscar Freire/ SP



Schutz – Iguatemi/ SP



Anacapri – Oscar Freire/ SP

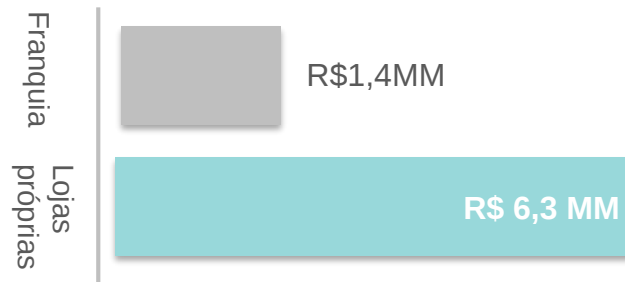


Owme – Oscar Freire/ SP

Maior visibilidade de marca aliada à eficiência operacional

- Concentrando lojas de maior produtividade em regiões principais, como SP e RJ, melhorando a eficiência operacional e rentabilidade:
- Interação direta com o cliente desenvolve competências de varejo, as quais também são refletidas nas lojas franquizadas.

Venda média anual por loja - LTM



2 Foco em performance tanto nas Lojas Próprias como em Franquias

Estrutura aplicada ao varejo a fim de alcançar melhores resultados de vendas e margens, bem como integração e conexão do suporte da todas as lojas monomarca

Grande foco na performance de Franquias e Lojas Próprias

- Todo o time de vendas (4000+) participa através de transmissão via internet de 3 Convenções de vendas por ano, alinhando o discurso de vendas e a grande motivação antes do início de cada coleção
- Amplo programa de serviços para auxiliar os franqueados em metas de vendas e rentabilidade
- Programas de treinamento recorrentes em produtos, tendências de moda, técnicas de vendas, gerenciamento de loja, TI, entre outros
- Forte visual merchandising, trade marketing e investimentos em ambientação e treinamento



Modelo permite rápida expansão com baixo investimento

Parceria de sucesso: “ganha-ganha”

- Intenso treinamento de varejo
- Suporte constante: média de 6 lojas por consultora e 22 visitas por loja/ano
- Sólido relacionamento e suporte constante ao franqueado
- Integração de sistemas de TI alcança 100% da rede
- Sendo lojas mono marca, as franquias reforçam o branding em cada cidade nas quais estão localizadas

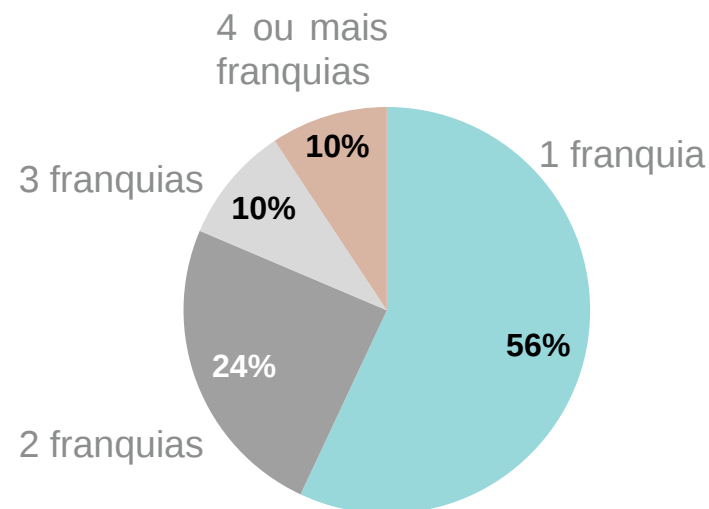
Selo de Excelência em Franchising da ABF

96% de satisfação dos franqueados¹

Contrato de 5 anos *Payback* médio de 36 a 48 meses²

Concentração das Franquias por Operador

(Quantidade de Operadores por Quantidade de Franquias Detidas)



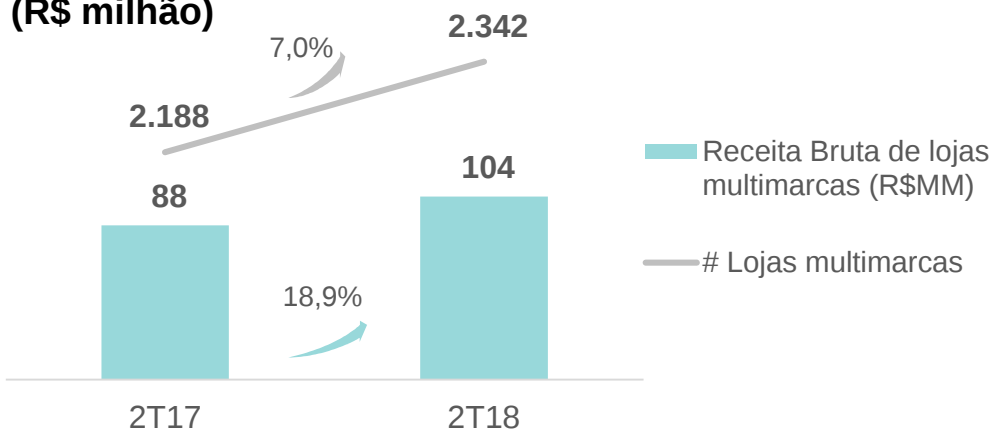
Notas:

1. 96% dos franqueados atuais indicaram que abririam uma franquia caso não fossem franqueados
2. Para uma loja padrão da Arezzo com faturamento estimado de R\$ 2,2 milhões, o investimento médio é de aproximadamente R\$ 670 mil, incluindo CAPEX da loja, taxa de franquia, capital de giro e estoque inicial.

2 Lojas multimarcas são ferramentas de aumento de capilaridade

Lojas multimarcas ampliam a capilaridade da distribuição e visibilidade das marcas, resultando em forte presença no varejo

Receita Bruta¹ e número de Lojas Multimarcas (R\$ milhão)



Lojas Multimarcas



Nota:

1. Considera apenas o canal multimarca no mercado interno

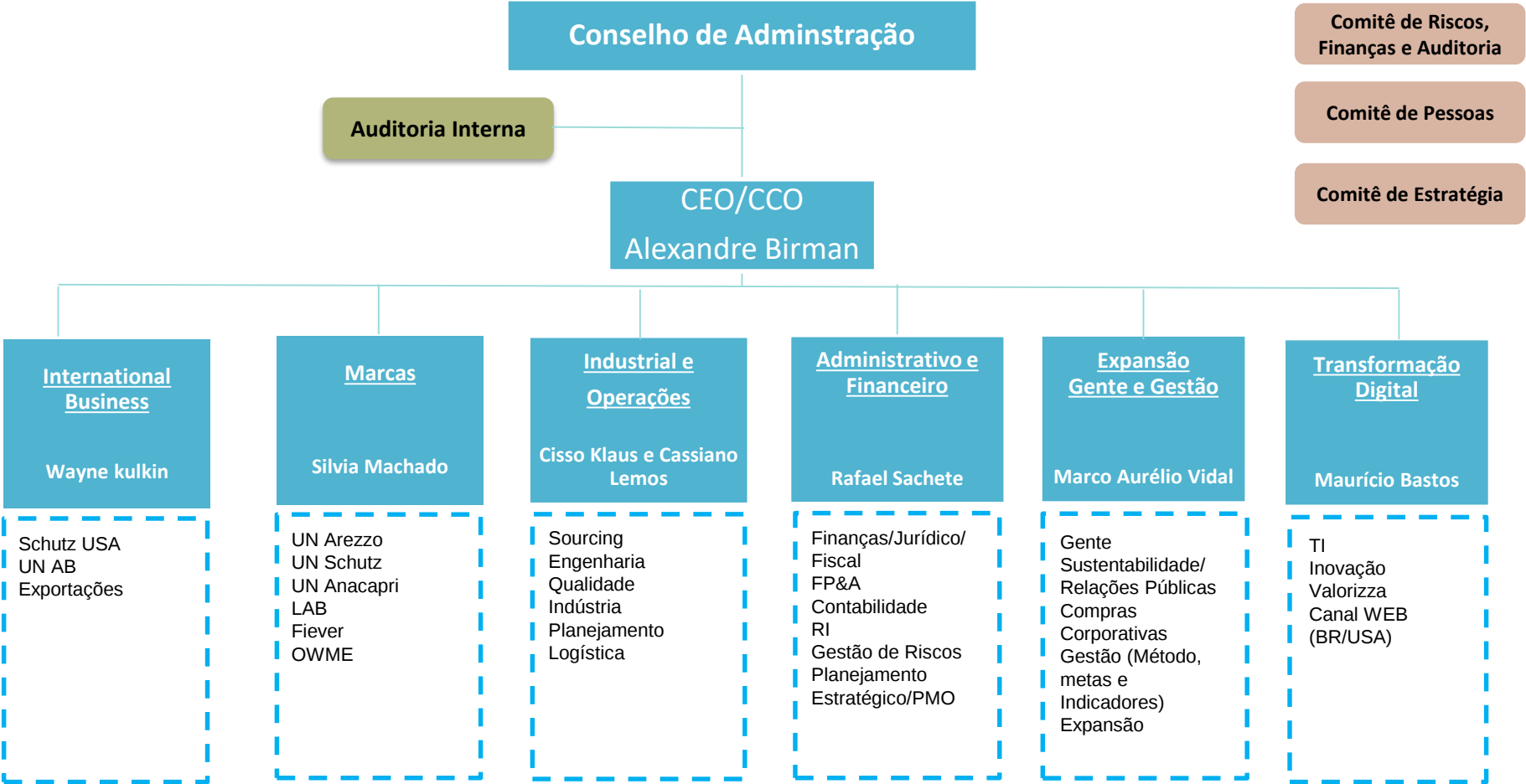
Aumento da distribuição e visibilidade

- Aumento da capilaridade da marca
- Presença em mais de 1.250 cidades
- Rápida expansão da marca com baixo investimento e risco
- Foco principal: *share of wallet*, através da venda de mais marcas no mesmo ponto de vendas e aumento de bolsas no mix.
- Importante canal de vendas para cidades menores e de interior.
- Otimização do time de vendas: time interno e representantes de venda comissionados

2

Nova Estrutura Organizacional

A nova estrutura representa uma redução no número de reports do CEO, cadeia de valor integrada e maior agilidade na tomada de decisão, com maior foco em pessoas e sustentabilidade.



O Conselho é composto por 7 membros, dos quais 2 são independentes, e possuem alto engajamento com o planejamento estratégico da Arezzo&Co.

Conselho da administração

Alessandro Carlucci <i>Presidente</i>	CEO da Natura por mais de uma década e ex membro do conselho da Renner, Redecard, Alcoa Latam e Itau-Unibanco	Alexandre Birman <i>Conselheiro</i>	Atual CEO da Arezzo&Co e parte do grupo de controle. Fundador da marca Schutz, com mais de 18 anos de experiência na indústria calçadista.
José Bolonha <i>Vice Presidente</i>	Fundador e presidente da “Ethos Desenvolvimento Humano e Organizacional”; Membro do Conselho do Cies (ONU, OMS)	Juliana Rozenbaum <i>Conselheiro</i>	13 anos de experiência em <i>Sell Side Equity Research</i> , com foco em empresas do setor de Consumo e Varejo
Paula Bellizia <i>Conselheiro Independente</i>	CEO da Microsoft Brasil. Ex CEO da Apple Brasil e Diretora de Vendas do Facebook Latam. Membro do Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social	Luiz Fernando Giorgi <i>Conselheiro</i>	28 anos de experiência em Gestão e Liderança. Membro do comitê de pessoas do Santander, Sul América e Grupo Martins
Guilherme A. Ferreira <i>Conselheiro Independente</i>	Presidente da Bahema Participações, membro do Conselho do Pão de Açúcar, Banco Signatura Lazard, Eternit, Tavex e Rio Bravo Investimentos		

Comitês

Riscos, Auditoria e Finanças

Guilherme A. Ferreira (Coordenador)

Membros:

Alessandro Carlucci, Guilherme A. Ferreira e Edward Ruiz

Estratégia e Marcas

Juliana Rozenbaum (Coordenador)

Membros:

Alexandre Birman, Paula Bellizia e Juliana Rozenbaum

Pessoas

José Bolonha (Coordenador)

Membros:

Luiz Fernando Giorgi, José Bolonha e Claudia Falcão

2

Estratégia multimarca e multicanal

AREZZO
& CO

Crescimento orgânico alavancado pela estratégia multimarca e multicanal em calçados e bolsas

	AREZZO	SCHUTZ	ANACAPRI	ALEXANDRE BIRMAN	FIEVER	RECEITA BRUTA LTM ^{1,2}
 FRANQUIAS	FOCO NO SSS BOLSAS SEGMENTAÇÃO SERVIÇOS	NOVAS CATEGORIAS FOCO NO SSS LIFE STYLE	ROLL-OUT NACIONAL PROGRAMA DE CONTINUÁVEIS INVEST. EM MKT	LANÇAMENTO DE FRANQUIAS	MODELO PRONTO PRIMEIRA FRANQUIA 2018	44,8% R\$ 788 MM
 MULTIMARCAS	CROSS-SELL DE BOLSAS ATIVAÇÃO MKT PDV	AUMENTO DE SHARE DE WALLET ATRAÇÃO DE NOVOS CLIENTES CROSS- SELL DE BOLSAS	AUMENTAR PENETRAÇÃO E RECONHECIMENTO NO CANAL	VENDA EM PONTOS SELECIONADOS E ALINHADOS COM O BRANDING	EXPANSÃO EM NOVOS PONTOS DE VENDA	20,8% R\$ 367 MM
 LOJAS PRÓPRIAS	FOCO NO SSS	CRESCIMENTO COM FOCO NO SSS REFRESH FLAGSHIP	FINALIZAR REPASSES LOJAS-PILOTO MANTENDO NO MÁXIMO 2 FLAGSHIPS	FOCO NO SSS ABERTURA DE LOJA MADSON	ABERTURA DE LOJAS FLAGSHIP	17,0% R\$ 300 MM
 WEB COMMERCE	POTENCIALIZAÇÃO DO CANAL, EX: APP PILOTO STORE SHIPPING	FASHION INFO SHOP NOVO APP	REFORÇO PRESEÇA DIGITAL, AUMENTAR FLUXO E CONVERSÃO	LANÇAMENTO EM 2017 NO BRASIL E 2018 MUNDIAL	PRESEÇA ONLINE PARA AUMENTAR BRAND AWARENESS E PENETRAÇÃO	8,2% R\$ 145 MM
 MERCADO EXTERNO	FOCO EM KEY ACCOUNTS	OPERAÇÃO USA EXPORTAÇÃO P/ LOJAS MULTIMARCAS	NÃO É FOCO ATUAL	FÁBRICA PERMITIRÁ ATENDER A DEMANDA CRESCENTE	NÃO É FOCO ATUAL	9,1% R\$ 156 MM
REPRESENTATIVIDADE DA MARCA (LTM) ²	53,2% R\$937 MM	31,6% R\$556 MM	10,6% R\$187 MM	3,4% R\$59 MM	1,1% R\$20 MM	100% R\$ 1,8 BI

Notas:

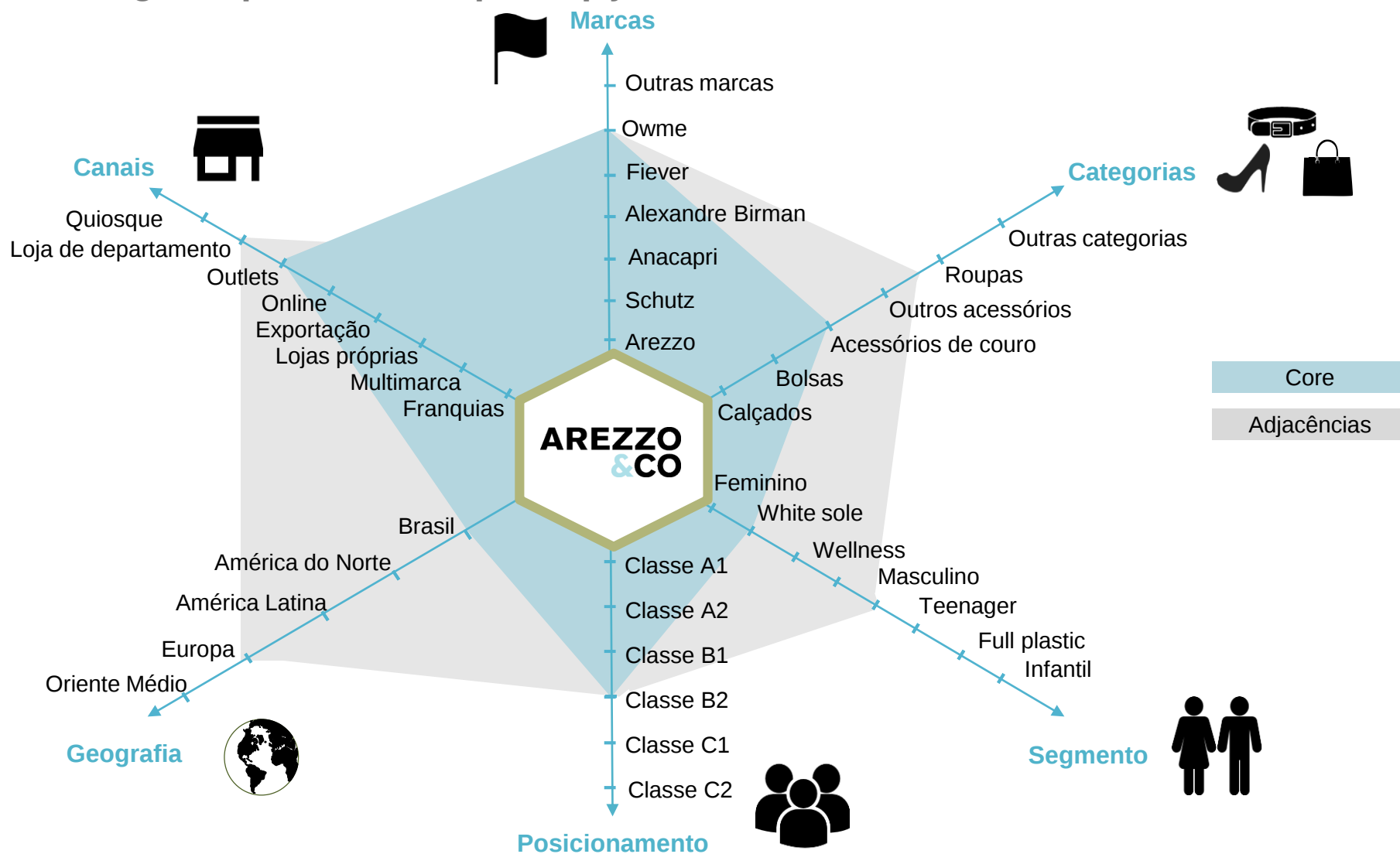
1. % receita bruta (LTM) não inclui as Outras Receitas (não produzida pelas 5 marcas).

2. Receita bruta LTM das 5 marcas (Arezzo, Schutz, Anacapri, AB e Fiever); inclui mercado externo; não inclui outras receitas (não provenientes das 5 marcas).

BASE: junho de 2018

2 Estratégia

Modelo de negócio permite múltiplas opções de crescimento



A Arezzo&Co continua evoluindo seu modelo de negócio de forma sustentável

1

Modelo de negócio consolidado com diversas oportunidades de crescimento

- Crescimento sustentável e melhora na rentabilidade de marcas existentes
- Lançamento da nova marca Owme e resultados encorajadores na marca Fiever

2

Processo de gestão de pessoas em evolução continua

- Criação de valor para os acionistas sustentada por liderança e desenvolvimento de talentos
- Fortificação da cultura da Arezzo&Co

3

Domínio da cadeia de valor, vantagem competitiva cada vez maior

- Modelo mais ágil e colaborativo
- Orientação para sell-out potencializa os resultados na cadeia

4

Sólido crescimento financeiro

- Histórico de geração de caixa atrelado a constante política de pagamento de dividendos
- Otimização de despesas em linha com receitas crescentes

5

Know-how na gestão multicanal, excelente plataforma para impulsionar as marcas

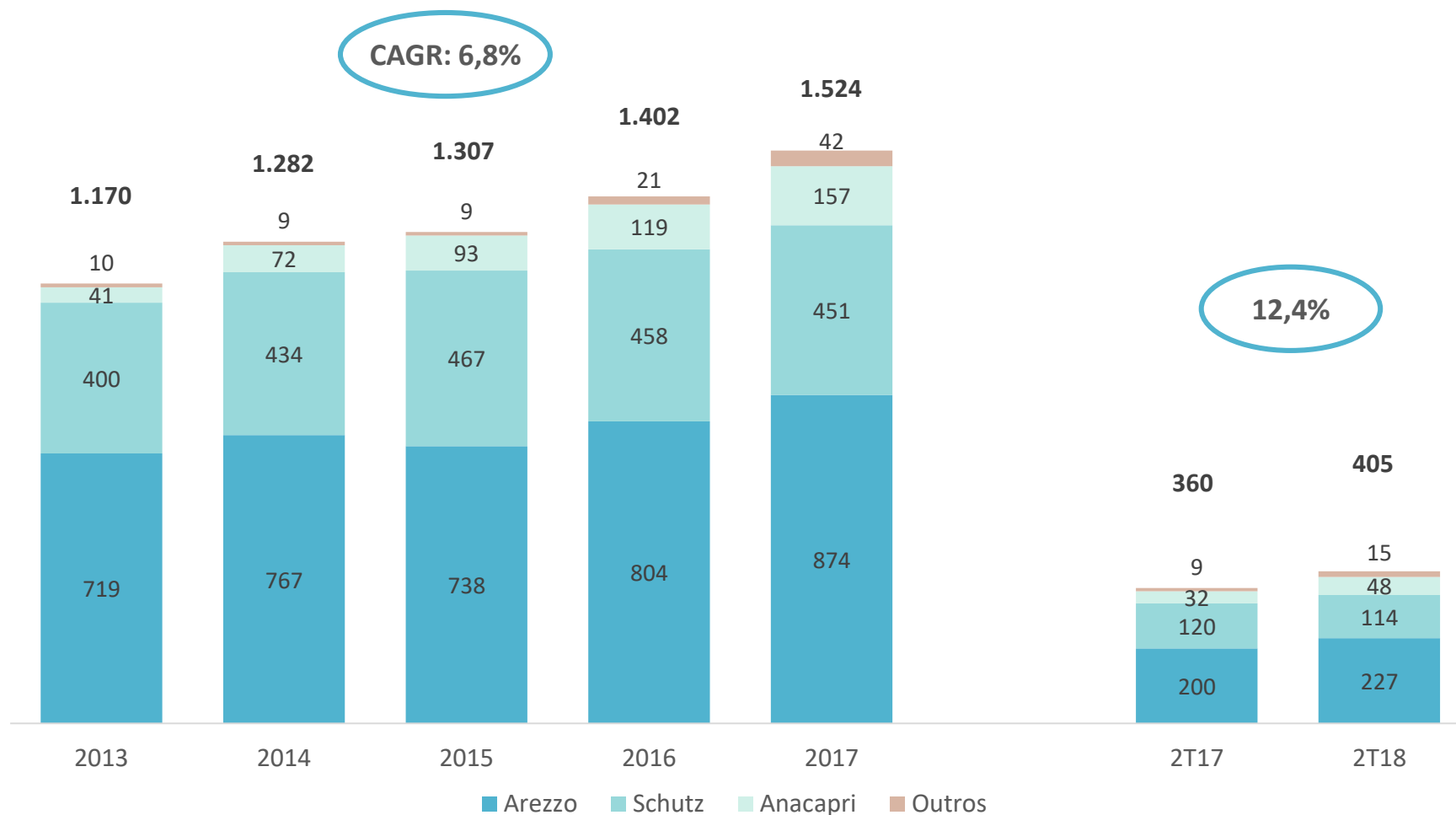
- Transformação digital e crescimento do OMNI Channel como principais prioridades
- Forte conhecimento na gestão de canal franquia aliado a oportunidades de melhorias
- Canal multimarca alavancando crescimento das novas marcas

seção

03

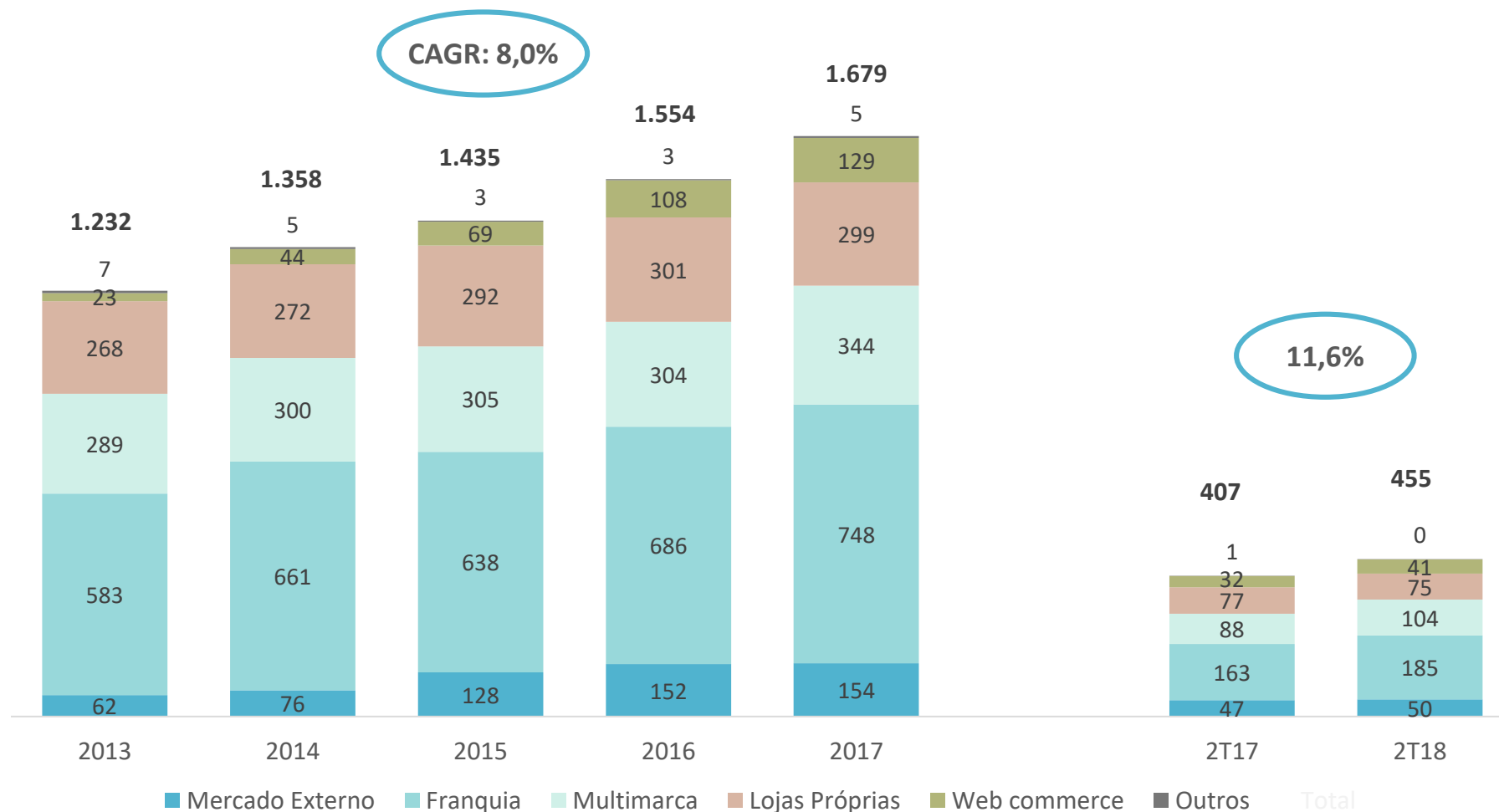
| Destaques Financeiros e Operacionais

Receita Bruta por Marca – Mercado Interno (R\$ milhões)



Outros: inclui as marcas A. Birman e Fiever apenas no mercado interno e outras receitas não específicas das marcas.

Receita Bruta por Canal – Mercado Interno e Externo (R\$ milhões)



Outros: inclui receitas do mercado interno que não são específicas dos canais de distribuição

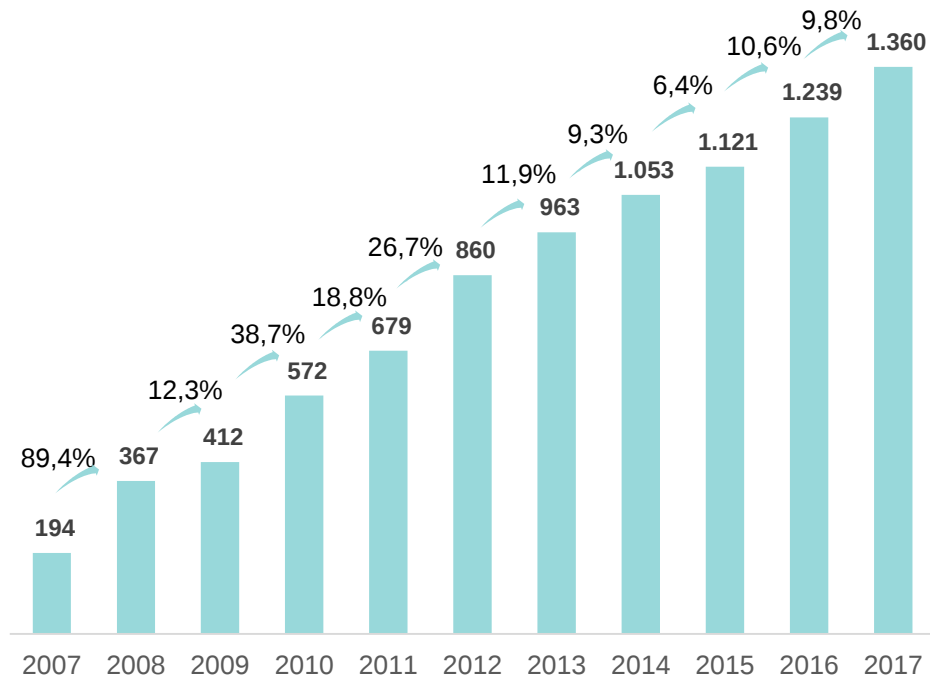
3 Destaques Financeiros e Operacionais

A Receita Bruta do 2T18 alcançou R\$ 455 milhões, aumento de 11,6% sobre 2T17

Aumento da área de vendas em 8,0% nos últimos doze meses

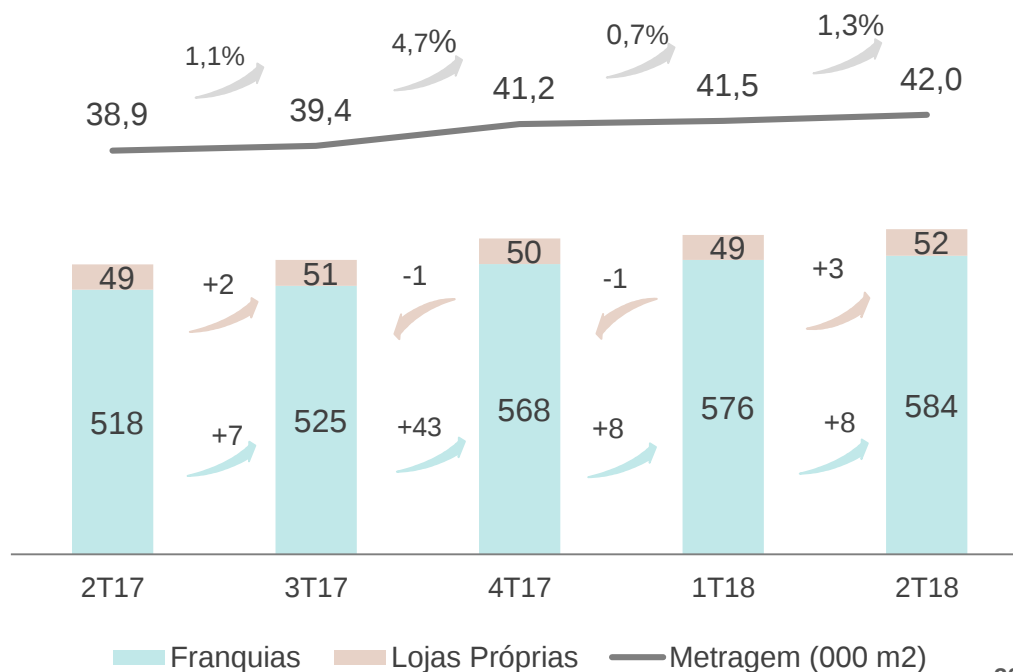
Receita Líquida (R\$ milhão)

CAGR 2007-2017: 21,5%

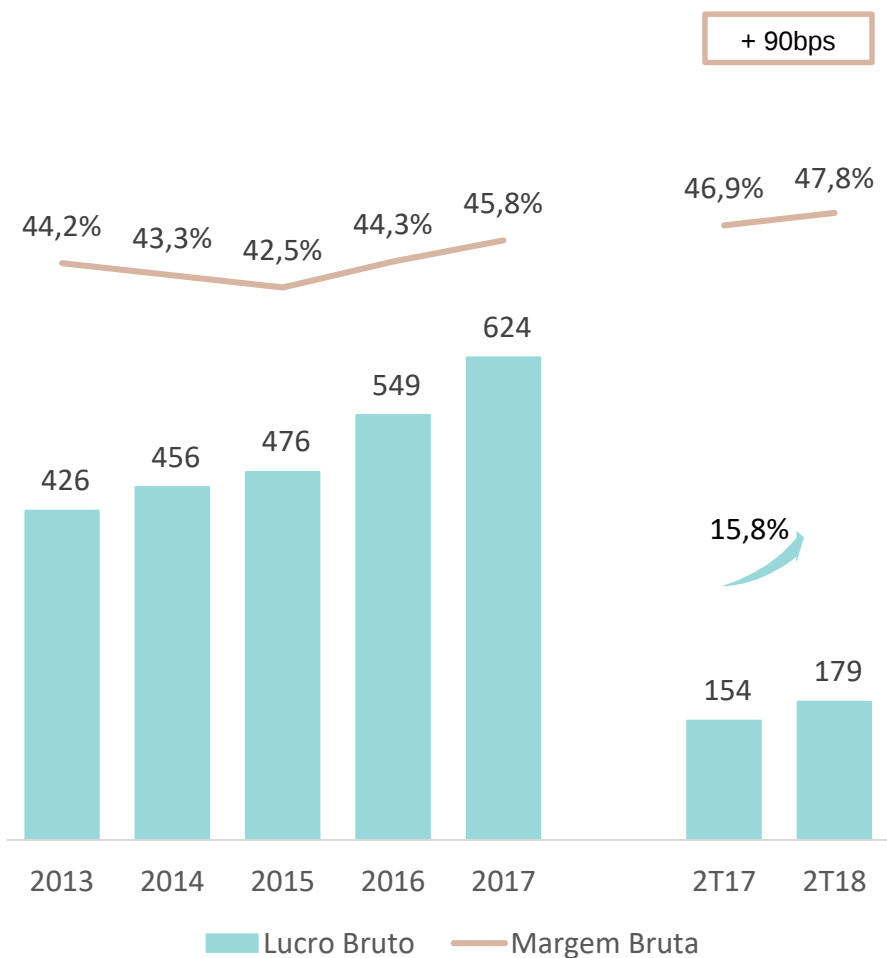


Número de Lojas (R\$ mm) e Área de Venda (m² R\$ '000)

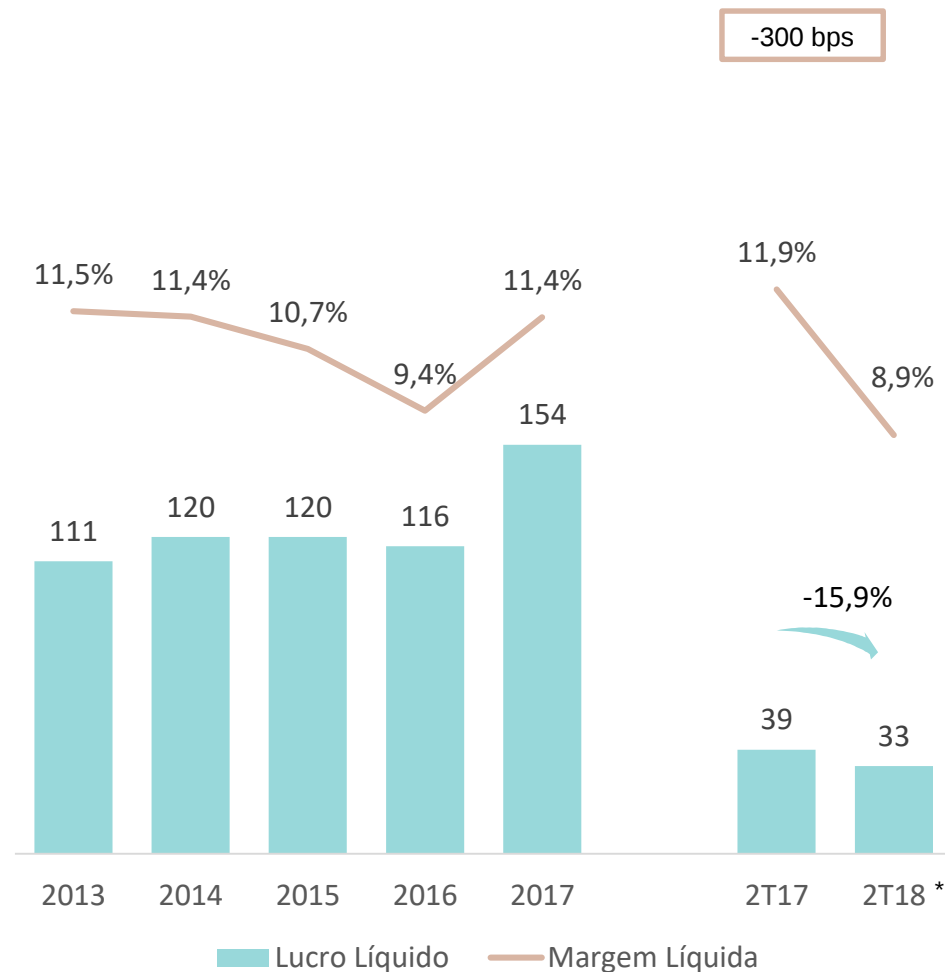
CAGR Área 2011-2017: 10,5%



Evolução Lucro Bruto (R\$ MM) e Margem Bruta (%)



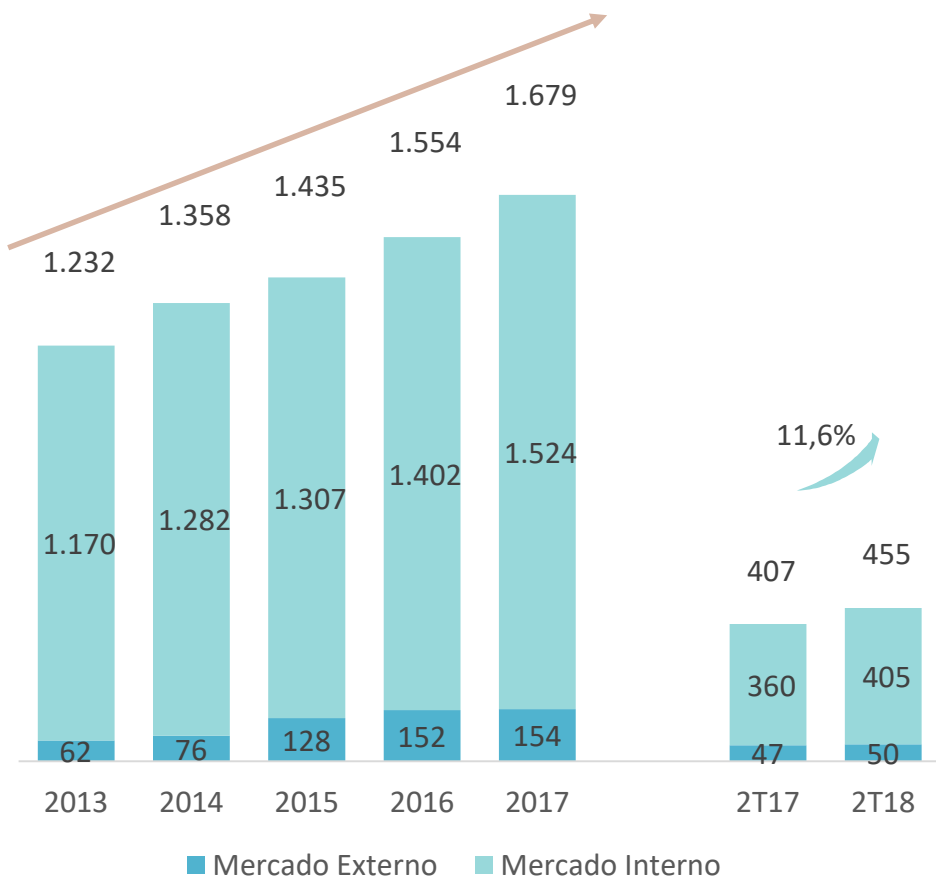
Evolução Lucro Líquido (R\$ MM) e Margem Líquida (%)



- No 4T17 a companhia obteve liminar que prevê a exclusão do recolhimento de IR e CSLL sobre o benefício fiscal relativo ao ICMS, o qual permaneceu válido durante o 2T18.
- Excluindo o efeito não-caixa proveniente de variação cambial, o lucro líquido teria alcançado R\$ 46,9 milhões, 19,4% superior ao 2T17.

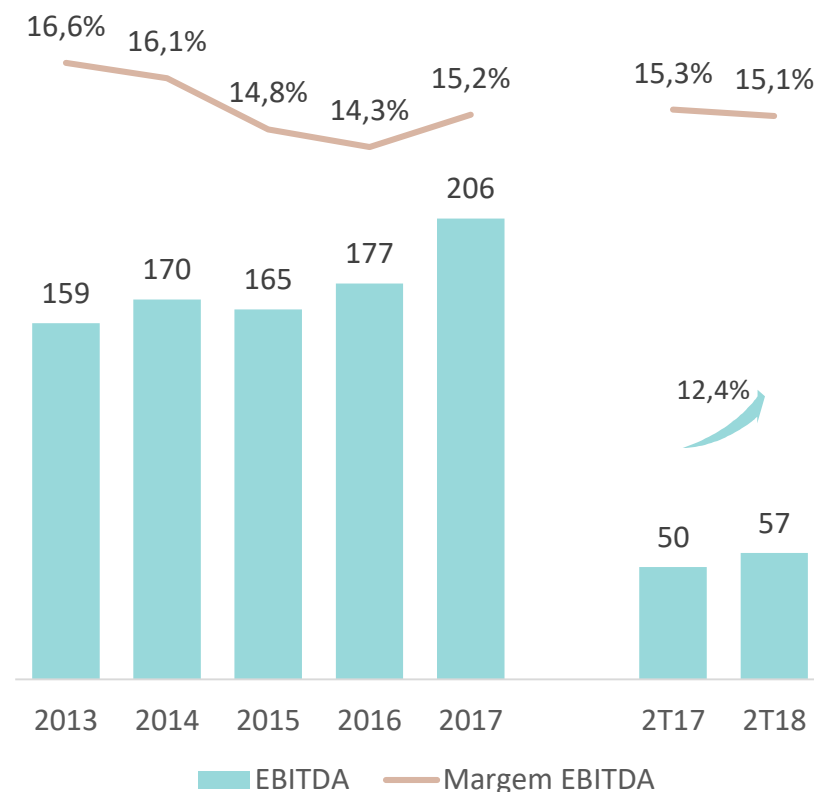
Receita Bruta (R\$ MM)

CAGR: 8,0%



Evolução EBITDA (R\$ MM) e Margem EBITDA (%)

-20 bps



3

Destaques Financeiros e Operacionais

A Arezzo&Co possui sólido balanço com saudável posição de caixa líquido atrelado a uma forte capacidade de geração de caixa operacional e pagamento de dividendos

Operating cash flow
yield¹

3,2%

A Arezzo&Co gerou R\$137 MM em fluxo de caixa operacional nos últimos 12 meses, apresentando *operating cash flow yield* de 3,2%.

Dividend Payout (YTD)

111,2%

Distribuição de dividendos de forma consistente, com *payout* de 111,2%% do lucro líquido do 1S18.

Capital de Giro (% da
Receita Líquida)

26,3%

Aumento da necessidade de Capital de Giro em 290 bps 2T18 vs 2T17.

Capex / Depreciação
LTM

-1,0x

Mudança de patamar do Capex a partir de 2015, ficando em linha ou abaixo da depreciação anual.

Dívida líquida / EBITDA

-0,5x

A Companhia continua com um balanço forte com caixa líquido/EBITDA de -0,5x em junho/18.

1) Operating cash flow yield = Fluxo de Caixa Operacional / Valor da Firma. Utilizado Firm Value de R\$ 4.359,2 MM com base na cotação média das ações de 30/06/2017 até 30/06/2018.

3 Destaques Financeiros e Operacionais

Capital de Giro (R\$ '000)

Ciclo de Conversão de Caixa	2T18		2T17		Variação (em dias)
	#dias	(R\$ mil)	#dias	(R\$ mil)	
	101	367.491	99	327.574	2
Estoque ¹	66	140.861	62	123.048	4
Contas a receber ²	85	333.982	82	293.872	3
(-) Contas a pagar ¹	51	107.352	45	89.346	5

¹ Dias de CMV

² Dias da Receita Líquida

CAPEX (R\$ milhão)

Sumário de investimentos	2T18	2T17	Δ 18 x 17 (%)
CAPEX total	15.014	5.606	167,8%
Lojas - expansão e reformas	3.705	1.976	87,4%
Corporativo	7.377	2.265	225,7%
Outros	3.932	1.365	188,1%

Indicadores Operacionais

Indicadores Operacionais	2T18	2T17	Δ 18 x 17
Número de pares vendidos ('000)	3.075	2.587	18,8%
Número de bolsas vendidas ('000)	308	287	7,3%
Número de funcionários	2.468	2.337	5,6%
Número de lojas*	636	567	69
<i>Próprias</i>	52	49	3
<i>Franquias</i>	584	518	66
Outsourcing (% da produção total)	91,8%	90,3%	1,5 p.p
SSS ² sell-in (franquias)	7,3%	-0,8%	8,1 p.p
SSS ² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	3,9%	6,8%	-2,9 p.p

Caixa gerado pelas atividades operacionais (R\$ '000)

Geração de caixa operacional	2T18	2T17
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social (LAIR)	34.883	48.497
Depreciações e amortizações	8.788	6.737
Outros	15.226	1.509
Decréscimo (acréscimo) de ativos/passivos	(28.098)	(1.541)
Contas a receber de clientes	9.804	21.450
Estoques	(14.689)	(5.462)
Fornecedores	(25.485)	(23.682)
Variação de outros ativos e passivos circulantes e não circulantes	2.272	6.153
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(2.751)	(14.421)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	28.048	40.781

Endividamento (R\$ '000)

Endividamento total de R\$ 175,5 milhões no 2T18 ante R\$110,8 milhões no 2T17.

Endividamento de longo prazo de 7,7% da dívida total no 2T18, ante 20,3% no 2T17.

O custo médio ponderado da dívida total da Companhia no 1T18 se manteve em níveis reduzidos.

Posição de caixa e endividamento	2T18	1T18	2T17
Caixa e equivalentes de caixa	283.172	333.338	310.115
Dívida total	175.501	172.112	110.847
Curto prazo	162.002	156.354	88.311
% dívida total	92,3%	90,8%	79,7%
Longo prazo	13.499	15.758	22.536
% dívida total	7,7%	9,2%	20,3%
Dívida líquida	(107.671)	(161.226)	(199.268)

Apêndice

Principais indicadores de desempenho

Principais Indicadores Financeiros	2T18	2T17	Δ (%) 18 x 17	1S18	1S17	Δ (%) 18 x 17
Receita Bruta	454.679	407.301	11,6%	862.370	775.698	11,2%
Receita Líquida	373.859	328.903	13,7%	704.044	626.080	12,5%
CMV	(195.108)	(174.572)	11,8%	(378.733)	(341.685)	10,8%
Depreciação e amortização - Custo	(329)	-	n/a	(653)	-	n/a
Lucro bruto	178.751	154.331	15,8%	325.311	284.395	14,4%
<i>Margem bruta</i>	47,8%	46,9%	0,9 p.p	46,2%	45,4%	0,8 p.p
SG&A	(130.987)	(110.753)	18,3%	(245.210)	(211.459)	16,0%
<i>%Receita</i>	(35,0%)	(33,7%)	(1,3 p.p)	(34,8%)	(33,8%)	(1,0 p.p)
Despesa comercial	(88.314)	(76.661)	15,2%	(163.045)	(146.905)	11,0%
Lojas próprias e Web Commerce	(31.059)	(30.575)	1,6%	(62.523)	(60.256)	3,8%
Venda, logística e suprimentos	(57.255)	(46.086)	24,2%	(100.522)	(86.649)	16,0%
Despesas gerais e administrativas	(32.126)	(26.890)	19,5%	(61.670)	(50.607)	21,9%
Outras (despesas) e receitas	(2.088)	(465)	349,0%	(3.935)	(535)	635,5%
Depreciação e amortização - Despesa	(8.459)	(6.737)	25,6%	(16.560)	(13.412)	23,5%
EBITDA	56.552	50.315	12,4%	97.314	86.348	12,7%
<i>Margem EBITDA</i>	15,1%	15,3%	(0,2 p.p)	13,8%	13,8%	-
Lucro líquido	33.123	39.270	(15,7%)	60.237	61.445	(2,0%)
<i>Margem líquida</i>	8,9%	11,9%	(3,0 p.p)	8,6%	9,8%	(1,2 p.p)
Capital de giro¹ - % da receita	26,3%	23,4%	2,9 p.p	26,3%	23,4%	2,9 p.p
Capital empregado² - % da receita	36,9%	38,7%	(1,8 p.p)	36,9%	38,7%	(1,8 p.p)
Dívida total	175.501	110.847	58,3%	175.501	110.847	58,3%
Dívida líquida ³	(107.671)	(199.268)	(46,0%)	(107.671)	(199.268)	(46,0%)
Dívida líquida/EBITDA	-0,5x	-1,0x	-	-0,5x	-1,0x	-

(1) Capital de Giro: Ativo Circulante menos Caixa, Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras subtraído do Passivo Circulante menos Empréstimos e Financiamentos e Dividendos a pagar.

(2) Capital Empregado: Capital de Giro somado Ativo Permanente e Outros Ativos de Longo Prazo, descontando Imposto de renda e contribuição social diferido.

(3) Dívida Líquida é equivalente à posição total de endividamento oneroso ao final de um período, subtraída da posição de caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras de curto prazo.

Histórico de lojas	2T17	3T17	4T17	1T18	2T18
Área de venda^{1,3} - Total (m²)	38.930	39.351	41.211	41.487	42.044
Área de venda - franquias (m²)	32.660	33.029	34.925	35.246	35.567
Área de venda - lojas próprias ² (m²)	6.270	6.322	6.286	6.242	6.477
Total de lojas no Brasil	560	569	611	618	627
Número de franquias	513	520	563	571	579
Arezzo	369	369	382	385	388
Schutz	61	62	67	67	67
Anacapri	83	89	114	119	124
Número de lojas próprias	47	49	48	47	48
Arezzo	14	15	15	14	14
Schutz	22	22	22	22	22
Alexandre Birman	3	4	4	4	4
Anacapri	4	4	3	3	3
Fiever	4	4	4	4	4
Ow me	—	—	—	—	1
Total de lojas no Exterior	7	7	7	7	9
Número de franquias	5	5	5	5	5
Número de lojas próprias	2	2	2	2	4

(1) Inclui metragens das lojas no exterior

(2) Inclui sete lojas do tipo Outlets cuja área total é de 2.100 m²

(3) Inclui metragens de lojas ampliadas

Balanço Patrimonial - IFRS

Ativo	2T18	1T18	2T17
Ativo circulante	842.426	875.500	767.569
Caixa e bancos	17.464	8.292	7.695
Aplicações financeiras	265.708	325.046	302.420
Contas a receber de clientes	333.982	345.085	293.872
Estoques	140.861	128.153	123.048
Impostos a recuperar	48.899	51.568	20.858
Outros créditos	35.512	17.356	19.676
Ativo não circulante	213.878	197.259	200.220
Realizável a longo Prazo	59.363	48.992	43.222
Contas a receber de clientes	10.569	10.766	8.432
Imposto de renda e contribuição social diferidos	25.207	15.075	14.049
Outros créditos	23.587	23.151	20.741
Propriedades para Investimento	3.325	3.324	2.406
Imobilizado	77.831	68.843	71.549
Intangível	73.359	76.100	83.043
Total do ativo	1.056.304	1.072.759	967.789

Passivo	2T18	1T18	2T17
Passivo circulante	360.659	355.966	256.977
Empréstimos e financiamentos	162.002	156.354	88.311
Fornecedores	107.352	132.837	89.346
Outras obrigações	91.305	66.775	79.320
Passivo não circulante	24.089	26.165	32.160
Empréstimos e financiamentos	13.499	15.758	22.536
Partes relacionadas	1.436	1.238	1.232
Outras obrigações	9.154	9.169	8.392
Patrimônio líquido	671.556	690.628	678.652
Capital social	341.073	330.375	330.375
Reserva de capital	45.925	45.676	41.758
Reservas de lucros	178.748	224.748	269.024
Reserva de Incentivos Fiscais	64.658	64.658	0
Outros resultados abrangentes	1.916	-1.943	-2.410
Lucros acumulados	39.236	27.114	39.905
Total do passivo e patrimônio líquido	1.056.304	1.072.759	967.789



DRE - IFRS	2T18	2T17	Var.%	1S18	1S17	Var.%
Receita operacional líquida	373.859	328.903	13,7%	704.044	626.080	12,5%
Custo dos produtos vendidos	(195.108)	(174.572)	11,8%	(378.733)	(341.685)	10,8%
Lucro bruto	178.751	154.331	15,8%	325.311	284.395	14,4%
Receitas (despesas) operacionais:	(130.987)	(110.753)	18,3%	(245.211)	(211.459)	16,0%
Comerciais	(94.581)	(81.387)	16,2%	(175.492)	(156.340)	12,3%
Administrativas e gerais	(34.319)	(28.901)	18,7%	(65.784)	(54.584)	20,5%
Outras receitas operacionais, líquidas	(2.087)	(465)	348,8%	(3.935)	(535)	635,5%
Lucro antes do resultado financeiro	47.764	43.578	9,6%	80.100	72.936	9,8%
Resultado Financeiro	(12.881)	4.919	-361,9%	(11.656)	9.998	-216,6%
Lucro antes do IRe CS	34.883	48.497	-28,1%	68.444	82.934	-17,5%
Imposto de renda e contribuição social	(1.760)	(9.227)	-80,9%	(8.207)	(21.489)	-61,8%
Corrente	(9.001)	(9.594)	-6,2%	(18.990)	(27.133)	-30,0%
Diferido	7.241	367	1873,0%	10.783	5.644	91,1%
Lucro líquido do exercício	33.123	39.270	-15,7%	60.237	61.445	-2,0%

DFC	2T18	2T17	1S18	1S17
Das atividades operacionais				
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	34.883	48.497	68.444	82.934
Ajustes p/ conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	24.014	8.246	31.376	12.066
Depreciações e amortizações	8.788	6.737	17.213	13.412
Rendimento de aplicação financeira	(4.605)	(6.888)	(9.623)	(14.866)
Juros e variação cambial	12.858	2.540	14.063	2.241
Outros	6.973	5.857	9.723	11.279
Decréscimo (acrécimo) em ativos				
Contas a receber de clientes	9.804	21.450	1.597	19.511
Estoques	(14.689)	(5.462)	(29.041)	(14.808)
Impostos a recuperar	(9.036)	(3.686)	(9.927)	(8.498)
Variação de outros ativos circulantes	(1.005)	(1.669)	(3.665)	(4.270)
Depósitos judiciais	(857)	(1.618)	(1.005)	(2.554)
Decréscimo (acrécimo) em passivos				
Fornecedores	(25.485)	(23.682)	2.936	22.905
Obrigações trabalhistas	10.545	9.199	2.355	3.508
Obrigações fiscais e sociais	(781)	2.301	(3.283)	(3.057)
Variação de outras obrigações	3.406	1.626	4.563	1.868
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(2.751)	(14.421)	(6.141)	(14.871)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	28.048	40.781	58.209	94.734

DFC	2T18	2T17	1S18	1S17
Das atividades de investimento				
Alienação de imobilizado e intangível	(2)	6	680	37
Aquisições de imobilizado e intangível	(15.014)	(5.606)	(22.227)	(8.860)
Aplicações financeiras	(182.058)	(253.452)	(408.102)	(484.530)
Resgate de aplicações financeiras	244.619	239.513	477.998	431.664
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	47.545	(19.539)	48.349	(61.689)
Das atividades de financiamento com terceiros				
Captações	45.770	32.777	50.336	39.107
Pagamentos de empréstimos	(60.872)	(22.292)	(75.705)	(36.293)
Pagamentos de juros sobre empréstimos	(1.685)	(301)	(2.364)	(647)
Caixa líquido utilizado pelas atividades de financiamento com terceiros	(16.787)	10.184	(27.733)	2.167
Das atividades de financiamento com acionistas				
Juros sobre o capital próprio	-	-	(20.920)	-
Distribuição de lucros	(48.796)	(52.975)	(48.796)	(52.975)
Créditos (débitos) com sócios	198	52	204	18
Emissão de ações	-	20.367	-	20.367
Recompra de Ações	(1.814)	-	(2.806)	-
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(50.412)	(32.556)	(72.318)	(32.590)
Aumento (redução) das disponibilidades	8.394	(1.130)	6.507	2.622
Disponibilidades				
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	778	151	801	53
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	8.292	8.674	10.156	5.020
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	17.464	7.695	17.464	7.695
Aumento (redução) das disponibilidades	8.394	(1.130)	6.507	2.622

Contatos

Diretor Financeiro

Rafael Sachete da Silva

Diretora de RI

Aline Penna

Coordenadora de RI

Victoria Machado

Analista de RI

Rafaella Nolli

AREZZO
&CO

Telefone: +55 11 2132-4300

ri@arezzoco.com.br

www.arezzoco.com.br