



**AREZZO
&CO**

earnings release 2T18

AREZZO SCHUTZ ANACAPRI ALEXANDRE BIRMAN **FIEVER** OWME

Divulgação de Resultados - 2T18

**AREZZO
&CO**

AREZZO
SCHUTZ

ALEXANDRE
BIRMAN
ANACAPRI

FEVER
OWME

Belo Horizonte, 01 de agosto de 2018. A Arezzo&Co (BM&FBOVESPA: ARZZ3), líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos no Brasil, divulga os resultados do 2º trimestre de 2018. As informações da Companhia, exceto quando indicado, têm como base números consolidados, em milhares de reais, conforme as Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS). Todas as comparações referem-se ao mesmo período de 2017 (2T17), exceto quando estiver indicado de outra forma.

Cotação ARZZ3 em 01.08.2018:

R\$ 42,65

Valor de mercado em 01.08.2018:

R\$ 3,9 Bn

Teleconferência de resultados:

Quinta-Feira, 02 de agosto de 2018
11h00 (horário de Brasília)

Telefones para conexão:

Participantes que ligam do Brasil e outros países:

+55 11 2820-4001

+55 11 3193-1001

Participantes que ligam do EUA:

+1 646 828-8246

Senha: Arezzo

A apresentação de slides e a conexão via webcast (via internet) estarão disponíveis 30 minutos antes em: www.arezco.com.br

Relações com Investidores:

Rafael Sachete
CFO

Aline Penna
Diretora de RI

Victoria Machado
Coordenadora de RI

Rafaella Nolli
Analista de RI

Contato:

E-mail: ri@arezzo.com.br

Tel: +55 11 2132-4300

DESTAQUES

- A Receita Líquida do 2T18 alcançou R\$373,9 milhões, aumento de 13,7% sobre o 2T17;
- Crescimento de SSS (Same-Store-Sales) de 3,9% no trimestre;
- No 2T18, o Lucro Bruto da Companhia somou R\$178,8 milhões (margem bruta de 47,8%) com crescimento de 15,8% ante o 2T17;
- O EBITDA do 2T18 totalizou R\$ 56,6 milhões (margem EBITDA de 15,1%) com crescimento de 12,4% ante o 2T17;
- Registramos um aumento de 750bps no ROIC, atingindo o patamar de 31,2%;
- A Arezzo&Co teve abertura de 11 lojas no trimestre e terminou o 2T18 com crescimento de 8,0% da área de vendas nos últimos doze meses.
- Excluindo o efeito não-caixa proveniente de variação cambial, o lucro líquido teria alcançado R\$ 46,9 milhões, 19,4% superior ao 2T17.

Resumo de Resultados	2T18	2T17	Δ 18 x 17	1S18	1S17	Δ 18 x 17
Receita Líquida	373.859	328.903	13,7%	704.044	626.080	12,5%
Lucro Bruto	178.751	154.331	15,8%	325.311	284.395	14,4%
Margem bruta	47,8%	46,9%	0,9 p.p.	46,2%	45,4%	0,8 p.p.
EBITDA¹	56.552	50.315	12,4%	97.313	86.348	12,7%
Margem EBITDA¹	15,1%	15,3%	-0,2 p.p.	13,8%	13,8%	0,0 p.p.
Lucro líquido	33.123	39.270	-15,7%	60.237	61.445	-2,0%
Margem líquida	8,9%	11,9%	-3,0 p.p.	8,6%	9,8%	-1,2 p.p.

Indicadores Operacionais	2T18	2T17	Δ 18 x 17	1S18	1S17	Δ 18 x 17
Número de pares vendidos ('000)	3.075	2.587	18,8%	5.817	5.147	13,0%
Número de bolsas vendidas ('000)	308	287	7,3%	666	554	20,2%
Número de funcionários	2.468	2.337	5,6%	2.468	2.337	5,6%
Número de lojas*	636	567	69	636	567	69
Próprias	52	49	3	52	49	3
Franquias	584	518	66	584	518	66
Outsourcing (% da produção total)	91,8%	90,3%	1,5 p.p.	91,1%	89,8%	1,3 p.p.
SSS² sell-in (franquias)	7,3%	-0,8%	8,1 p.p.	5,4%	6,2%	-0,8 p.p.
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	3,9%	6,8%	-2,9 p.p.	5,9%	4,9%	1,0 p.p.

* Inclui lojas no exterior

(1) EBITDA = Lucro Antes do Resultado Financeiro, Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro, Depreciação e Amortização. O EBITDA não é uma medida utilizada nas práticas contábeis adotadas no Brasil, não representando o fluxo de caixa para os períodos apresentados e não deve ser considerado como uma alternativa ao lucro líquido na qualidade de indicador do desempenho operacional ou como uma alternativa ao fluxo de caixa na qualidade de indicador de liquidez. O EBITDA não tem um significado padronizado e a definição da Companhia de EBITDA pode não ser comparável ao EBITDA ajustado de outras companhias. Ainda que o EBITDA não forneça, de acordo com as práticas contábeis utilizadas no Brasil, uma medida do fluxo de caixa operacional, a Administração o utiliza para mensurar o desempenho operacional. Adicionalmente, a Companhia entende que determinados investidores e analistas financeiros utilizam o EBITDA como indicador do desempenho operacional de uma Companhia e/ou de seu fluxo de caixa.

(2) SSS (vendas nas mesmas lojas): as lojas são incluídas nas vendas de lojas comparáveis a partir do 13º mês de operação. Variações em vendas de lojas comparáveis entre os dois períodos são baseadas nas vendas líquidas de devoluções para as vendas do sell-out, e em vendas brutas para sell-in de franquias que estavam em operação durante ambos os períodos comparados. A partir do 4T16 a companhia passou a reportar o SSS sell-in líquido de descontos. Se uma loja estiver incluída no cálculo de vendas de lojas comparáveis por apenas uma parte de um dos dois períodos comparados, então essa loja será incluída no cálculo da parcela correspondente do outro período. Quando metros quadrados são acrescentados ou reduzidos a uma loja que é incluída nas vendas de lojas comparáveis, impactando a área de vendas em mais de 15%, a loja é excluída nas vendas de lojas comparáveis. Quando a operação de uma loja é descontinuada, as vendas dessa loja são excluídas do cálculo das vendas de lojas comparáveis para os períodos comparados. Considera-se que quando um operador franqueado abre um depósito, sua venda será incluída nas vendas de lojas comparáveis do sell-in se as franquias do operador estiverem em operação durante ambos os períodos que estão sendo comparados. O chamado SSS sell-in, refere-se à comparação de vendas da Arezzo&Co junto a cada loja franqueada em operação há mais de 12 meses, servindo como um indicador mais preciso para monitoramento da receita do grupo. Já o SSS sell-out é baseado na performance de vendas dos pontos de vendas, o que no caso da Arezzo&Co demonstra melhor o comportamento das vendas de lojas próprias e vendas de sell-out de franquias. Os números de sell-out de franquias representam a melhor estimativa calculada com base em informações fornecidas por terceiros. A partir do 1T14, a Companhia passou a também reportar o SSS de sell-out incluindo as vendas do canal online.

Receita Bruta	2T18	Part%	2T17	Part%	Δ (%) 18 x 17	1S18	Part%	1S17	Part%	Δ (%) 18 x 17
Receita bruta total	454.679		407.301		11,6%	862.370		775.698		11,2%
Mercado externo	49.740	10,9%	47.037	11,5%	5,7%	80.221	9,3%	74.726	9,6%	7,4%
Mercado interno	404.939	89,1%	360.264	88,5%	12,4%	782.149	90,7%	700.972	90,4%	11,6%
Por marca										
<i>Arezzo</i>	226.952	56,0%	199.806	55,5%	13,6%	445.683	57,0%	399.182	56,9%	11,6%
<i>Schutz</i> ¹	114.478	28,3%	119.738	33,2%	(4,4%)	217.699	27,8%	218.064	31,1%	(0,2%)
<i>Anacapri</i>	48.277	11,9%	31.862	8,8%	51,5%	93.598	12,0%	65.622	9,4%	42,6%
<i>Outros</i> ²	15.232	3,8%	8.858	2,5%	72,0%	25.169	3,2%	18.104	2,6%	39,0%
Por canal										
<i>Franquias</i>	184.789	45,6%	162.859	45,2%	13,5%	376.207	48,1%	336.105	47,9%	11,9%
<i>Multimarcas</i>	104.163	25,7%	87.635	24,3%	18,9%	189.865	24,3%	165.573	23,6%	14,7%
<i>Lojas próprias</i>	74.955	18,5%	76.693	21,3%	(2,3%)	140.867	18,0%	139.301	19,9%	1,1%
<i>Web Commerce</i>	40.745	10,1%	32.471	9,0%	25,5%	74.110	9,5%	57.778	8,2%	28,3%
<i>Outros</i> ³	287	0,1%	606	0,2%	(52,6%)	1.100	0,1%	2.215	0,3%	(50,3%)

(1) Não inclui receitas provenientes da operação internacional

(2) Inclui as marcas A. Birman, Fievel e Owme apenas no mercado interno e outras receitas não específicas das marcas.

(3) Inclui receitas do mercado interno que não são específicas dos canais de distribuição

Marcas

O segundo trimestre do ano concentra a maior parte das vendas da coleção de Inverno das seis marcas da Arezzo&Co. Além disso, o período reúne datas importantes do calendário da Companhia, como Dia das Mães (em Maio) e Dia dos Namorados (em Junho), que contam com coleções-cápsula exclusivas. As marcas apresentaram boa performance nas datas mencionadas, em continuidade ao bom desempenho da coleção de inverno que foi lançada no final do primeiro trimestre. Vale destacar que, no sábado que antecedeu o Dia das Mães, a Arezzo&Co bateu seu recorde de vendas diário histórico. Na metade do mês de junho, em paralelo ao período de liquidação, as marcas lançaram suas coleções de transição (*Cruise* e *Resort*), trazendo tendências da nova estação, com intuito de já testar a receptividade das consumidoras aos novos produtos em tempo de possíveis reações antes do lançamento oficial das coleções de Verão.

A marca **Arezzo** alcançou R\$227,0 milhões de receita bruta no 2T18, crescimento de 13,6% em relação ao 2T17, representando 56,0% das vendas do mercado interno. No mês de abril, a marca lançou o *scarpin* Nina, produto que contou com forte engajamento nas redes sociais através de clientes e influenciadoras digitais, eventos em lojas e ações com o CRM da marca. Como resultado, o modelo impulsionou o *Same Store Sales* (SSS) da marca tornando-se *best seller* da coleção, com mais de 20 mil pares vendidos. No mês de maio, a Arezzo teve excelente performance no período do Dia das Mães, que contou com ações de customização de embalagens de presente e conteúdo exclusivo da modelo Gisele Bündchen para a data comemorativa. Além disso, no mês de maio a marca apresentou o ZZMOV, importante ativação na categoria de tênis, que contou eventos exclusivos em sua *flagship* na Oscar Freire com a presença de influenciadoras e área dedicada aos tênis na loja. A revista Vogue também abordou a categoria ZZMOV em suas produções e incluiu o selo "Vogue Indica" nos produtos da marca. No mês de junho, a Arezzo firmou parceria com a marca de cosméticos MAC para o Dia dos Namorados.

A marca **Schutz** representou 28,3% do faturamento do mercado interno da Companhia, somando R\$ 114,5 milhões de receita bruta no 2T18, retração de 4,4% em relação ao mesmo período do ano anterior. No mercado externo, o faturamento cresceu 11,2% em reais no 2T18 ante 2T17, com destaque positivo para operação dos Estados Unidos - frente importante para o desenvolvimento internacional da marca, que obteve crescimento de 22,3% no país vs o 2T17.

No trimestre, a Schutz deu seguimento às três frentes iniciadas em 2018, que já se demonstraram muito positivas para o resultado da marca, tanto em SSS como em *branding*. São elas: (i) fortalecimento do posicionamento da marca, (ii) renovação do conceito de loja física (*digital store*) e (iii) piloto do novo modelo de suprimentos de franquias.

Na primeira frente, a marca apresentou no mês de maio o novo conceito *#BecauseSchutz* desenvolvido por renomada agência norte-americana, em conjunto com a campanha internacional estrelada pela modelo Adriana Lima - veiculada no Brasil e nos Estados Unidos. Tal conceito combina espontaneidade, sensualidade e exclusividade aliado a uma estratégia de marketing diferenciada que visa integrar todos os meios de comunicação da Schutz. No mesmo mês, a Schutz inaugurou sua loja *pop-up* no bairro Soho em Nova York, que contou com um evento de lançamento e diversas ativações nas redes sociais e nas ruas da cidade (*outdoors*).

Com relação à segunda frente, a marca encerrou o trimestre com 7 lojas reformadas, que obtiveram melhor performance de *Same Store Sales* (SSS) em relação às lojas no conceito antigo. Como próximos passos, a Schutz continuará o *roll-out* das reformas das demais lojas próprias, e já conta com algumas reformas de franquias planejadas para o segundo semestre.

Por fim, a terceira frente refere-se ao piloto do novo modelo de suprimento de franquias, no qual a marca participa ativamente da decisão de compra do franqueado e aumenta o volume de compras "*in-season*", proporcionando assim maior assertividade nas vendas e redução de *lead time*. Em contrapartida, o modelo pressupõe o recebimento dos *royalties* devidos apenas no *sell out*, o que posterga o faturamento de nossas vendas no canal franquia, com impacto de curto prazo na receita do trimestre. O modelo obteve resultados positivos até o momento, com diferença de performance de *sell out* positiva entre o grupo piloto e o grupo de controle.

A marca **Anacapri**, atingiu receita de R\$48,3 milhões no 2T18, com expressivo crescimento de 51,5% sobre o 2T17, encerrando o trimestre com 11,9% de representatividade no faturamento no mercado interno da Companhia, ante 8,8% no 2T17. O canal de Franquias obteve forte crescimento de 77,0%, fruto da abertura de 5 lojas no 2T18 e 41 lojas nos últimos doze meses – além do próprio aumento de SSS – resultado de um mix de produtos assertivo e excelente relação custo benefício para a consumidora. Cabe destacar também o aumento da penetração no canal multimarca, que obteve crescimento de 49,0%. Entre as principais realizações do trimestre destaca-se o lançamento da campanha de Inverno com a atriz Isis Valverde, que contou com o relançamento do modelo de tênis "New Ana" em diversos formatos, que se tornou *best seller* da marca no trimestre. O sucesso do modelo reforça a crescente relevância de *sneakers* na Anacapri.

A marca **Alexandre Birman** apresentou um crescimento expressivo de 34,0% no trimestre vs 2T17, com forte aumento de SSS no Brasil bem como das vendas totais no exterior. No mês de abril, a marca lançou sua coleção de *Pre Fall* com uma loja *pop-up* exclusiva na loja de luxo Stivali em Lisboa e Alexandre Birman, CEO da Arezzo&Co, participou como palestrante do renomado evento "*Condé Nast International Luxury Conference*" no qual teve oportunidade de abordar a trajetória da marca e seu papel no universo dos calçados de luxo, bem como seus futuros planos de crescimento. No mês de maio, a marca teve como marco relevante em sua história a abertura de sua primeira loja internacional, na *Madison Avenue* em Nova York. A loja, que segue a identidade visual das lojas nacionais, consolida a presença da marca no mercado de luxo norte-americano. No mesmo mês, a marca esteve presente no MET Gala em Nova York - baile promovido pelo renomado Metropolitan Museum of Art e considerado um dos maiores eventos de moda do mundo - participação inédita para uma marca brasileira, que gerou mais de 10 milhões de visualizações na mídia e nas redes sociais. Simultaneamente, a marca lançou seu *e-commerce* internacional. Seguindo a sua estratégia de expansão internacional, a marca Alexandre Birman inaugurou seu *showroom* em Milão, um dos principais centros do mundo da moda, e já apresentou aumento em sua base de clientes no canal *wholesale* na região.

A marca **Fiever**, em continuidade com a sua consolidação como marca de *sneakers*, apresentou forte performance nos canais de Lojas Próprias, Web Commerce e Multimarcas, com crescimento de 65,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. No trimestre, a marca lançou seu novo tênis, o Bold - tênis *chunky* que se destaca pelo estilo robusto e *mix* de texturas e materiais. Em conjunto com seu lançamento, o modelo esteve presente na capa da revista Glamour do mês de maio. Além disso, a marca continua seu processo de abertura de lojas e contará com uma nova unidade no terceiro trimestre, no Shopping Higienópolis em São Paulo, já trazendo um novo projeto arquitetônico, de modo a integrar a crescente linha de produtos masculinos em seu *layout*.

A **OWME**, sexta marca do grupo que busca atender mulheres das classes AB1, acima de 35 anos, que possuem uma demanda crescente por sapatos confortáveis e com estilo, inaugurou no início de maio a sua *flagship store* na Rua Oscar Freire em São Paulo e seu *e-commerce*, superando as expectativas de vendas da Companhia em seus primeiros meses de operação. A loja vem apresentando um indicador de peças por atendimento acima da média do grupo, mostrando assim a boa aderência da consumidora aos produtos. No canal Multimarcas, a OWME esteve presente na SICC Gramado - feira multimarca que vem ganhando bastante relevância na indústria calçadista - além de participar da tradicional feira Francal em São Paulo. Como próximos passos, a marca pretende aumentar sua capilaridade via clientes multimarca e abrir mais uma loja física no terceiro trimestre do ano.

Canais

Monomarca – Franquias, Lojas Próprias e Web Commerce

Refletindo a estratégia da Companhia de fortalecimento das lojas monomarca - e apesar de eventos externos como a greve dos caminhoneiros e a Copa do Mundo, que impactaram negativamente o tráfego nas lojas - a rede de PDVs Arezzo&Co (Lojas Próprias + Franquias + Web Commerce) apresentou um crescimento de 8,5% nas vendas do sell out no 2T18 em relação ao 2T17 devido, principalmente, ao forte crescimento do canal online e da abertura líquida de 66 franquias nos últimos 12 meses, além do aumento das vendas nas mesmas lojas, que foi de 3,9% no 2T18.

A área de venda das lojas no Brasil e Exterior teve aumento de 8,0% em comparação ao 2T17, com a adição líquida de 40 lojas da marca Anacapri, 19 da marca Arezzo, 7 da marca Schutz, 2 da marca Alexandre Birman e 1 da marca Owme, totalizando 3.115 m² (excluindo outlets).

A receita da Companhia proveniente das lojas monomarca, representadas por *sell in* de Franquias e *sell out* de Lojas Próprias e Web Commerce, apresentou crescimento de 10,3% no 2T18 ante o 2T17, em virtude principalmente do crescimento do canal de Franquias de 13,5% e do crescimento de 25,5% do canal Web Commerce.

O canal Franquias teve representatividade de 45,6% nas vendas domésticas no 2T18 e apresentou SSS *sell in* de 7,3%. Para efeitos de comparação, recomenda-se que os indicadores de SSS *sell in* e SSS *sell out* sejam analisados em um período de 12 meses, evitando assim possíveis efeitos de calendário, comuns à operação da Companhia.

Multimarcas

No 2T18, o faturamento do canal Multimarcas, que possui elevada importância em nossa estratégia de aumento de capilaridade em cidades de menor porte, apresentou crescimento de 18,9% ante o 2T17. A performance positiva é reflexo da combinação de ações da Companhia no canal, como a conquista de novos clientes e o esforço contínuo para um maior *cross-sell*, tanto entre as marcas como através do aumento da representatividade de bolsas no mix de vendas.

As seis marcas do grupo passaram a ser distribuídas através de 2.342 lojas no 2T18, crescimento de 7,0% ante o 2T17, e estão presentes em 1.270 cidades.

Mercado Externo

No 2T18, a receita da Companhia no mercado externo, que inclui a operação do EUA e a exportação para o resto do mundo, foi 5,7% superior em relação ao 2T17, representando 10,9% da receita total.

Em continuidade a estratégia de expansão global da Arezzo&Co, o Sr. Wayne Kulkin assumiu a posição de CEO das Operações Internacionais da Arezzo&Co no mês de Maio. Wayne é um profissional de renome comprovado, com 26 anos de experiência no segmento de calçado de moda, tendo atuado por 17 anos como CEO de uma renomada marca de calçados *premium* com presença global. Entre suas atribuições, está o crescimento sustentável das marcas Schutz e Alexandre Birman nos EUA, bem como a evolução e a expansão da marca Alexandre Birman em novos mercados.

Nos EUA, através das marcas Schutz e Alexandre Birman nos canais *Wholesale* (lojas de departamento, lojas online de terceiros e lojas multimarca), *Retail (flagship stores)* e *Web Commerce*, a receita da operação registrou crescimento de 23,8%, com crescimento em todos os canais. A operação encerrou o trimestre representando 57,5% das vendas de mercado externo. Já as exportações de nossos calçados para o resto do mundo tiveram uma retração de 11,6% em reais no 2T18 em comparação ao mesmo período de 2T17, fruto da redução em seu volume de vendas *private label*.

Expansão da Rede Monomarca

Encerramos o trimestre com 636 lojas, sendo 627 no Brasil e 9 no exterior - um aumento de área de 8,0%, com 66 aberturas líquidas nos últimos 12 meses. No 2T18, abrimos 11 lojas (5 lojas da marca Anacapri, 3 lojas da marca Arezzo - duas delas no formato Light, uma loja da marca Owme, uma loja da marca Alexandre Birman e uma loja da marca Schutz, sendo as duas últimas nos Estados Unidos).

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
Owme	—	—	—	—	1
Total de lojas no Exterior	7	7	7	7	9
Número de franquias	5	5	5	5	5
Número de lojas próprias ⁴	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

(4) Inclui 3 lojas em Nova York e 1 em Los Angeles das marcas Schutz e Alexandre Birman

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.

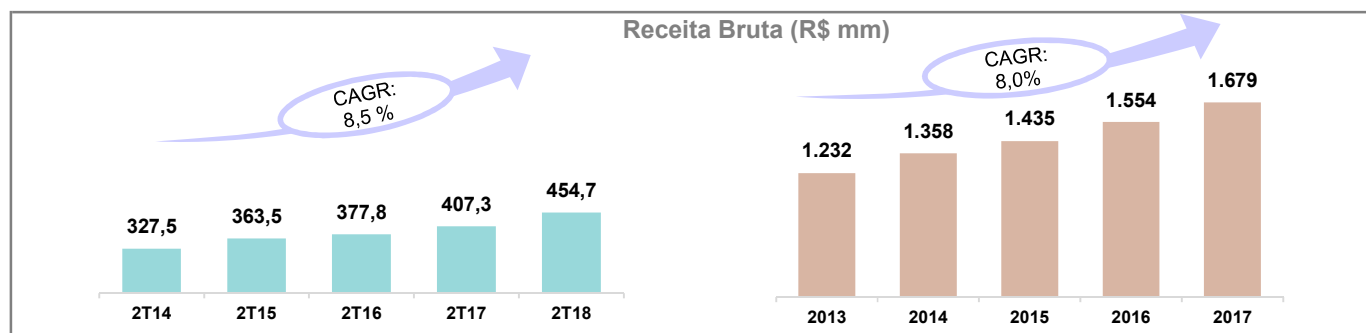
(2) Capital Empregado: Capital de Giro somado Ativo Permanente e Outros Ativos de Longo Prazo, descontando Imposto de renda e contribuição social diferido.

(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.

Receita Bruta

A receita bruta da Companhia atingiu R\$ 454,7 milhões neste trimestre, crescimento de 11,6% em relação ao 2T17. Dentre os principais fatores que resultaram nesse crescimento, destacam-se:

- i) crescimento de 25,5% do canal Web Commerce, alcançando 10,1% da receita bruta do mercado interno ante 9,0% no 2T17;
- ii) crescimento de 13,6% da receita da marca Arezzo e 51,5% da marca Anacapri vs o 2T17;
- iii) crescimento de 13,5% do canal de Franquias e 18,9% do canal de Multimarcas vs o 2T17.

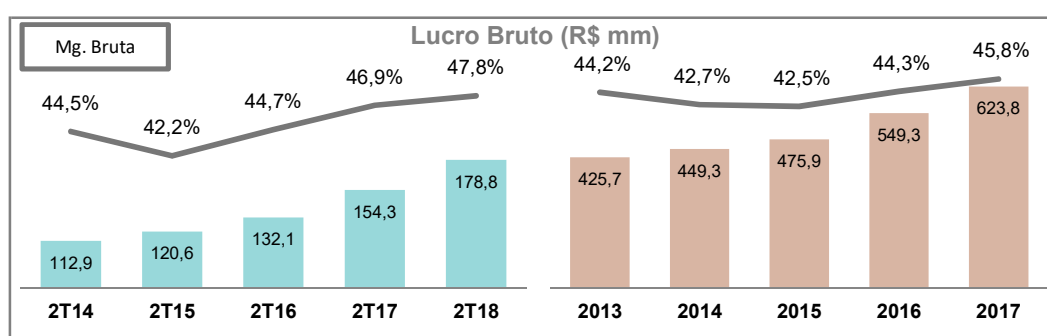


Lucro Bruto

O lucro bruto do 2T18 totalizou R\$ 178,8 milhões, crescimento de 15,8% ante 2T17, com expansão de 90 bps na margem bruta, que alcançou 47,8% no 2T18.

Dentre os fatores, destacam-se (i) a melhora de margem bruta nos canais de *sell out* (Lojas Próprias e *Web Commerce*) e de *sell in* (Franquias e Multimarcas), fruto da exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS/Cofins nos canais mencionados, (ii) a melhora de margem bruta no mercado externo e (iii) a maior participação do canal *Web Commerce* no mix, que representou 10,1% do faturamento bruto da Companhia no mercado interno, ante 9,0% no 2T17.

A partir de 2018, a depreciação da ZZSAP (fábrica) passou a ser contabilizada como custo e a impactar o CMV da Companhia. Em contrapartida, o mesmo efeito foi deduzido das despesas. Sem esse efeito, a margem bruta teria expandido 10bps adicionais.



Despesas operacionais

A Companhia trabalha fortemente para controlar os níveis de despesas e adequá-las à evolução de suas vendas. Contudo, no 2T18, as despesas foram impactadas pelos seguintes fatores: (i) desenvolvimento da operação norte-americana e (ii) despesas relacionadas aos projetos estratégicos da Companhia.

Despesas Comerciais

No 2T18 houve uma expansão de 15,2% das despesas comerciais quando comparadas ao 2T17, alcançando R\$88,3 milhões. Vale ressaltar que as despesas comerciais incluem:

(i) despesas de Lojas Próprias e *Web Commerce* (canais de *sell out*), que somaram R\$ 31,1 milhões - aumento de apenas 1,6% em relação ao 2T17, abaixo do crescimento de 25,5% do canal de *Web Commerce*;

(ii) despesas de Vendas, Logística e Suprimentos, que somaram R\$57,3 milhões - aumento de 24,2% em relação ao 2T17. Excluindo os gastos incrementais relacionados às deliberações do planejamento estratégico da Companhia, tais como o desenvolvimento da marca OWME, a aceleração da expansão internacional da marca Alexandre Birman, Valorizza (frente de CRM) e o *roll-out* do formato Light da marca Arezzo - o incremento de despesas seria de 14,4%, em linha com o crescimento das vendas dos canais de *sell-in* (Multimarcas, Franquias e Exportação).

Despesas Gerais e Administrativas

No 2T18, as despesas gerais e administrativas cresceram R\$5,2 milhões, incremento de 19,5% frente ao 2T17. Tal valor inclui despesas referentes ao planejamento estratégico da Companhia, com destaque para:

(i) desenvolvimento da operação dos Estados Unidos, que inclui principalmente o reforço da estrutura organizacional com a contratação de novos executivos do mercado norte-americano e as novas campanhas de marketing das marcas Schutz e Alexandre Birman;

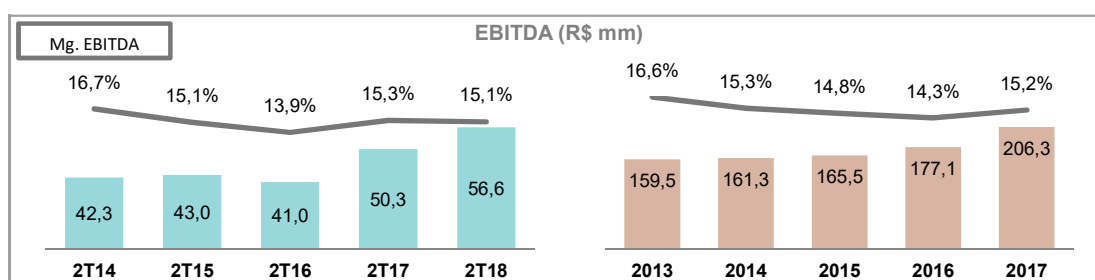
(ii) frentes estratégicas corporativas tais como Projeto de Sustentabilidade ("Eternizze") e Projeto Cultura Organizacional.

EBITDA e margem EBITDA

A Companhia atingiu EBITDA de R\$56,6 milhões no 2T18, o que representa uma margem de 15,1% e um aumento de 12,4% em relação aos resultados apresentados no 2T17. Dentre os principais fatores, destacam-se:

- Crescimento de 13,7% na receita líquida ante o mesmo período do ano anterior;
- Expansão da margem bruta em 90bps, parcialmente compensada pelo aumento de 18,6% nas despesas operacionais, conforme destacado anteriormente.

Excluindo a operação nos EUA, a margem EBITDA consolidada da Companhia aumentaria 295 bps no trimestre, montante superior aos 200 bps registrados no 2T17 - resultante do contínuo investimento na estruturação da estratégia de expansão internacional da Companhia.

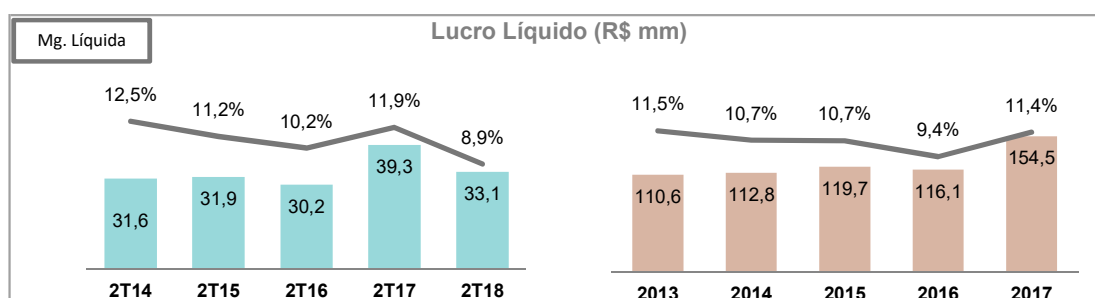
**Lucro líquido e margem líquida**

A Companhia apresentou margem líquida de 8,9% no 2T18 e o lucro líquido do período somou R\$ 33,1 milhões, 15,7% inferior em relação ao 2T17. Excluindo o efeito não-caixa, o lucro líquido seria de R\$ 46,9 milhões, 19,4% superior ao 2T17.

Vale destacar que no 4T17 a companhia obteve liminar possibilitando a exclusão do recolhimento de IR e CSLL (34%) sobre o benefício fiscal de ICMS retroativo a 2017 – liminar esta que se manteve válida durante o primeiro semestre deste ano.

Em contrapartida, o lucro líquido foi impactado negativamente pela piora do resultado financeiro - decorrente de (i) maior variação cambial apurada no período (sem efeito caixa no resultado da Companhia); (ii) elevação das despesas financeiras, atrelada a um maior endividamento frente ao 2T17 e (iii) menor receita financeira por conta da redução da taxa Selic ao longo dos últimos 12 meses.

Reconciliação do EBITDA	2T18	2T17	1S18	1S17
Lucro líquido	33.123	39.270	60.237	61.445
(-) Imposto de renda e contribuição social	(1.760)	(9.227)	(8.207)	(21.489)
(-) Resultado financeiro	(12.881)	4.919	(11.656)	9.998
(-) Depreciação e amortização	(8.459)	(6.737)	(16.560)	(13.412)
(=) EBITDA	56.223	50.315	96.660	86.348



Geração de caixa operacional

A Arezzo&Co gerou R\$ 28,0 milhões de caixa operacional no 2T18, montante inferior ao apresentado no 2T17.

Cabe destacar o pagamento de dividendos suplementares (referentes a 2017) no montante de R\$2,8 milhões e o pagamento de dividendos intermediários com base na reserva de lucros acumulados do balanço de 2017 no montante de R\$46 milhões. Ambos pagamentos foram efetuados no dia 08 de junho de 2018.

Geração de caixa operacional	2T18	2T17	1S18	1S17
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social (LAIR)	34.883	48.497	68.444	82.934
Depreciações e amortizações	8.788	6.737	17.213	13.412
Outros	15.226	1.509	14.163	(1.346)
Decréscimo (acrécimo) de ativos/passivos	(28.098)	(1.541)	(35.470)	14.605
Contas a receber de clientes	9.804	21.450	1.597	19.511
Estoques	(14.689)	(5.462)	(29.041)	(14.808)
Fornecedores	(25.485)	(23.682)	2.936	22.905
Variação de outros ativos e passivos circulantes e não circulantes	2.272	6.153	(10.962)	(13.003)
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

Investimentos - CAPEX

Os investimentos da Companhia possuem três naturezas:

- i) Investimento em expansão e reforma de pontos de venda próprios;
- ii) Investimentos corporativos que incluem TI, instalações, showrooms e escritório; e
- iii) Outros investimentos, principalmente relacionados à modernização da operação industrial.

No 2T18, a Arezzo&Co investiu R\$ 15,0 milhões em CAPEX, com destaque para:

Operação Brasil: (i) nova sede da Arezzo&Co em São Paulo, (ii) lançamento da primeira loja flagship da OWME na rua Oscar Freire em São Paulo (iii) reformas de lojas próprias da Schutz no Brasil para o novo conceito de Digital Store e (iv) concepção e construção de fábrica própria focada na categoria de tênis e conforto.

Operação Estados Unidos: (i) lançamento da loja pop up da marca Schutz no *Soho* e da *flagship* da marca Alexandre Birman na *Madison Avenue*, ambas em Nova York e (ii) abertura do showroom em Milão.

Sumário de investimentos	2T18	2T17	Δ 18 x 17 (%)	1S18	1S17	Δ 18 x 17 (%)
CAPEX total	15.014	5.606	167,8%	22.227	8.861	150,9%
Lojas - expansão e reformas	3.705	1.976	87,4%	7.116	3.656	94,7%
Corporativo	7.377	2.265	225,7%	9.707	3.446	181,7%
Outros	3.932	1.365	188,1%	5.404	1.759	207,2%

Posição de caixa e endividamento

A Companhia encerrou o 2T18 com caixa líquido de R\$ 107,7 milhões. No período, a política de endividamento se manteve conservadora, apresentando como principais características:

- Endividamento total de R\$175,5 milhões no 2T18 ante R\$110,8 milhões no 2T17;
- O custo médio ponderado da dívida total da Companhia no 2T18 se manteve em níveis reduzidos;
- Caixa líquido de 0,5x frente a 1,0x no 2T17.

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)

ROIC (Retorno sobre o Capital Investido)

O retorno sobre o capital investido (ROIC) apresentou forte crescimento no 2T18, atingindo o patamar de 31,2%. Entre os fatores responsáveis pela melhora estão:

- Crescimento do NOPAT em 37,8% ante o 2T17. É importante ressaltar que parte desse aumento se deve à liminar obtida no 4T17 que possibilitou a exclusão do recolhimento de IR e CSLL (34%) sobre o benefício fiscal de ICMS (retroativo a 2017) – liminar esta que se manteve válida durante o primeiro semestre deste ano.
- Contínua redução de ativo permanente, resultado da menor representatividade de lojas próprias no mix da Companhia.

Resultado operacional	2T18	2T17	2T16	$\Delta 18 \times 17$ (%)
EBIT (LTM)	180.797	169.714	136.651	6,5%
+ IR e CS (LTM)	(15.181)	(49.539)	(38.515)	(69,4%)
NOPAT	165.616	120.175	98.136	37,8%
Capital de giro ¹	378.688	307.097	327.433	23,3%
Ativo permanente	154.515	156.998	165.567	(1,6%)
Outros ativos de longo prazo ²	34.156	29.173	29.505	17,1%
Capital empregado	567.359	493.268	522.505	15,0%
Média do capital empregado³	530.314	507.887		4,4%
ROIC⁴	31,2%	23,7%		

(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) Descontados do IR e Contribuição Social diferidos.

(3) Média de capital empregado no período e no mesmo período do ano anterior.

(4) ROIC: NOPAT dos últimos 12 meses dividido pelo capital empregado médio.

Balanço patrimonial

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

Demonstrativo de resultado (IFRS)

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 IR e 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%

Fluxo de Caixa - IFRS

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 para 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
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

Aviso importante

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 Companhia 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.