

AREZZO & CO

EARNINGS RELEASE
1T2019



AREZZO SCHUTZ ANACAPRI ALEXANDRE BIRMAN **FIEVER** OWMG

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS 1T19

Belo Horizonte, 08 de maio de 2019. A Arezzo&Co (BM&FBOVSPA: ARZZ3), líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos no Brasil, divulga os resultados do 1º trimestre de 2019.

COTAÇÃO E VALOR DE MERCADO

08/05/2019

R\$ 50,90 e R\$ 4,6 Bn

CALL DE RESULTADOS

Quinta-Feira, 09 de maio de 2019
11h00 (Brasília) / 10h00 (NY)

Participantes (Brasil e outros países)

+55 11 2820-4001

+55 11 3193-1001

Participantes (EUA)

+1 646 828-8246

Senha: Arezzo

HIGHLIGHTS – PRO-FORMA*

- A Receita Líquida do 1T19 alcançou R\$ 377,2 milhões, aumento de 14,2% sobre o 1T18;
- No 1T19, o Lucro Bruto da Companhia somou R\$ 172,5 milhões (margem bruta de 45,7%) com crescimento de 17,7% ante o 1T18;
- O EBITDA do 1T19 totalizou R\$ 44,9 milhões (margem EBITDA de 11,9%) com crescimento de 10,1% ante o 1T18;
- No 1T19, o Lucro Líquido foi de R\$ 23,9 milhões com margem líquida de 6,3%;
- Crescimento de SSS *sell-out* (*Same-Store-Sales*) de 3,8% no trimestre;
- A Arezzo&Co teve abertura de 5 lojas líquidas no trimestre e terminou o 1T19 com crescimento de 6,3% da área de vendas nos últimos doze meses.

**Resultados desconsiderando a adoção do IFRS 16 / CPC 06 (R2)*



RELAÇÕES COM INVESTIDORES

Rafael Sachete – CFO

Aline Penna – Diretora de RI e Estratégia

Victoria Machado – Coordenadora de RI

Marcos Benetti – Analista de RI

E-mail: ri@arezzo.com.br

Tel: +55 11 2132-4300

Adoção da Norma IFRS 16 – Principais Impactos

A adoção da norma IFRS16 em janeiro de 2019 trouxe algumas alterações no modo de contabilizar a parcela fixa dos alugueis, enquadrados como arrendamento. Os compromissos futuros dos arrendamentos são reconhecidos como passivos, em contrapartida ao direito de uso que é reconhecido como um ativo fixo. Como consequência, as despesas de alugueis são substituídas por juros sobre o passivo de arrendamento e pela depreciação do direito de uso. Desta forma, quando comparado ao modelo IAS 17 / CPC 06, o IFRS 16 gera um efeito positivo no EBITDA, uma vez que os alugueis de propriedades comerciais são reclassificados de despesas operacionais para despesas de depreciação e despesas financeiras.

Dentro desse contexto, a Companhia avaliou sua carteira de contratos e identificou 105 contratos com componentes de arrendamento, sendo que 51 foram classificados dentro do escopo da norma. Tais contratos referem-se a alugueis mínimos de lojas próprias, escritórios, fábricas e centros de distribuição.

Ao longo do contrato, o valor total do aluguel pago é idêntico à soma da depreciação do direito de uso e dos juros sobre os arrendamentos a pagar, resultando em um efeito acumulado no lucro líquido idêntico quando comparado à norma anterior. No entanto, há um efeito temporal ligeiramente negativo, uma vez que as despesas financeiras no início do contrato são maiores e decrescem à medida que o prazo do contrato se esgota.

Para melhor entendimento das alterações, ao longo do release de resultados, foi incluída uma coluna pro-forma do 1T19, desconsiderando a adoção da norma, nas tabelas relativas às principais contas impactadas. Os impactos da aplicação desta nova norma estão demonstradas nas notas 12 – Imobilizado e 16 – Arrendamento das Notas Explicativas do ITR do 1T19.

BALANÇO	RESULTADOS
 Ativo - Direto de Uso +R\$ 190,6 Milhões	 CMV (Despesa com Ocupação) -R\$ 12 Mil
 Passivo - Arrendamento +R\$ 191,3 MM Milhões	 SG&A (Despesa com Ocupação) -R\$ 538 Mil
	 EBITDA +R\$ 9.718 Mil
	 Depreciação de Arrendamento (Despesa) -R\$ 8.986 Mil
	 Desp. Financeira de Arrendamento -R\$ 1.283 Mil
	 Lucro Líquido -R\$ 733 Mil

Reconciliação da Demonstrações de Resultados

Demonstração de Resultados	1T19 Reportado	Ajustes IFRS 16	1T19 Pró-forma
Receita Bruta	462.530	-	462.530
Receita Líquida	377.163	-	377.163
CMV	-204.687	-12	-204.699
Depreciação e amortização - Custo	-613	181	-432
Lucro Bruto	172.476	-12	172.464
<i>Margem Bruta</i>	45,7%	0,0%	45,7%
SG&A	-135.789	-538	-136.327
Depreciação e amortização - Despesa	-17.282	8.986	-8.296
% ROL	-36,0%	-0,1%	-36,1%
EBITDA	54.582	-9.718	44.864
<i>Margem EBITDA</i>	14,5%	-2,6%	11,9%
Resultado Financeiro	-5.247	1.283	-3.964
Lucro antes do IR e CS	31.440	733	32.173
IR + CS	-8.299	-	-8.299
Lucro líquido	23.141	733	23.874
<i>Margem Líquida</i>	6,1%	0,2%	6,3%

Resumo de Resultados	1T19 Reportado	1T18	Δ (%) 19 x 18
Receita Líquida	377.163	330.185	14,2%
Lucro Bruto	172.476	146.560	17,7%
<i>Margem bruta</i>	45,7%	44,4%	1,3 p.p.
EBITDA ¹	54.582	40.761	33,9%
<i>Margem EBITDA¹</i>	14,5%	12,3%	2,2 p.p.
Lucro líquido	23.141	27.114	-14,7%
<i>Margem líquida</i>	6,1%	8,2%	-2,1 p.p.

1T19 Pro-Forma	Δ (%) 19 x 18
377.163	14,2%
172.464	17,7%
45,7%	1,3 p.p.
44.864	10,1%
11,9%	-0,4 p.p.
23.874	-11,9%
6,3%	-1,9 p.p.

Indicadores Operacionais	1T19 Reportado	1T18	Δ (%) 19 x 18
Número de pares vendidos ('000)	3.153	2.742	15,0%
Número de bolsas vendidas ('000)	376	358	5,1%
Número de funcionários	2.477	2.419	2,4%
Número de lojas*	690	625	65
<i>Próprias</i>	52	49	3
<i>Franquias</i>	638	576	62
Outsourcing (% da produção total)	90,8%	90,3%	0,5 p.p
SSS ² sell-in (franquias)	1,1%	3,7%	-2,6 p.p
SSS ² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	3,8%	8,4%	-4,6 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	1T19	Part%	1T18	Part%	Δ (%) 19 x 18
Receita bruta total	462.530		407.691		13,5%
Mercado externo	55.226	11,9%	30.481	7,5%	81,2%
<i>Exportações</i>	11.634	21,1%	9.274	30,4%	25,4%
<i>Operação USA</i>	43.590	78,9%	21.205	69,6%	105,6%
Mercado interno	407.304	88,1%	377.210	92,5%	8,0%
<u>Por marca</u>					
<i>Arezzo</i>	222.806	54,7%	218.731	58,0%	1,9%
<i>Schutz</i> ¹	112.279	27,6%	103.221	27,4%	8,8%
<i>Anacapri</i>	54.362	13,3%	45.321	12,0%	19,9%
<i>Outros</i> ²	17.857	4,4%	9.937	2,6%	79,7%
<u>Por canal</u>					
<i>Franquias</i>	208.336	51,2%	191.418	50,7%	8,8%
<i>Multimarcas</i>	96.500	23,7%	85.702	22,7%	12,6%
<i>Lojas próprias</i> ³	60.566	14,9%	65.912	17,5%	(8,1%)
<i>Web Commerce</i>	41.485	10,2%	33.365	8,8%	24,3%
<i>Outros</i> ⁴	417	0,1%	813	0,2%	(48,7%)

(1) Não inclui receitas provenientes da operação internacional

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

(3) Receita do canal impactada em 19,4% pelo repasses de 7 lojas próprias nos últimos 12 meses.

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

Marcas

O primeiro trimestre do ano contou com a transição da coleção de Verão para a de Inverno nas lojas de toda a rede Arezzo&Co. Por conta do carnaval tardio, o período de liquidação foi 20 dias mais longo que no 1T18, acarretando em um nível reduzido de sobras, apesar do forte SSS *sell-in de franquias* verificado no 4T18 (9,2%).

Todas as marcas apresentaram resultados positivos de SSS *sell-out*, bem como crescimento de sua receita bruta consolidada no trimestre. Em fevereiro, as marcas introduziram suas coleções de *Pre Fall*, importante termômetro para medir a receptividade das consumidoras às novas tendências e produtos, beneficiando-se do alto fluxo nas lojas no período promocional. Já o mês de março contou com o lançamento efetivo das coleções de Inverno – o que contribuiu significativamente para o SSS do mês, passado o período comemorativo do carnaval.

A marca **Arezzo** atingiu receita de R\$ 222,8 milhões no primeiro trimestre, um aumento de 1,9% em relação ao 1T18, representando 54,7% do faturamento do mercado interno da Arezzo&Co. Desconsiderando o efeito dos repasses de 2 lojas próprias para franquias nos últimos doze meses, a marca teria crescido 2,6%.

No mês de janeiro, a Arezzo lançou o "ZZLIFE" - novo modelo de tênis da marca, inspirado na rotina agitada das mulheres modernas. A estudante de moda e *influencer* Sasha Meneghel estrelou a campanha, que por sua vez teve ótima aceitação nas redes sociais e gerou forte engajamento, principalmente entre as consumidoras mais jovens. Em fevereiro, a Arezzo lançou a campanha #ArezzoJuntas, que contou com 5 protagonistas de diferentes backgrounds e profissões com o intuito de promover a sororidade como propósito da marca: Fiorella Mattheis (atriz), Carol Trentini (modelo e mãe), Marina Morena (empresária), Dani Calabresa (comediante) e Jeniffer Nascimento (cantora). Ainda em fevereiro, a marca lançou bota Western, aposta certa que combina com todos os estilos e pode ser usada independente da estação e ocasião.

Em março, a nova versão da bolsa BELLA foi apresentada em uma cartela de cores democrática e em diversos tamanhos nas lojas da marca. Além disso, Silvia Machado - diretora executiva de marcas da Arezzo&Co - participou do *Power Trip Summit*, evento anual promovido pela revista Marie Claire para discutir temas como feminismo e as diversas facetas da mulher na sociedade atual.

A marca **Schutz** representou 27,6% do faturamento do mercado interno da Companhia, somando R\$ 112,3 milhões de receita bruta no 1T19, crescimento de 8,8% em relação ao mesmo período do ano anterior – recuperação frente aos trimestres anteriores. Desconsiderando o efeito dos repasses de lojas próprias para franquias, a marca teria crescido 9,6%.

No mercado externo, a operação dos Estados Unidos obteve crescimento de 98,1% no país em Reais vs o 1T18 e 70,3% em Dólares. Em termos globais, o crescimento da marca foi de 19,7% no período.

Em fevereiro, a marca lançou sua coleção de *Pre Fall* antecipando a tendência Western através das botas no estilo country com detalhes sofisticados como texturas, bordados e biqueiras. No final do mês, a Schutz lançou o projeto "*Unlock Your City*" que visou conectar a marca a uma narrativa urbana e inovadora, através de um novo olhar sob a cidade no qual arte, arquitetura e design se unem ao DNA de moda e vanguarda da Schutz. A primeira campanha teve São Paulo e seus patrimônios históricos como co-protagonistas, através de fotos feitas com drones. No mês de março, a Schutz lançou a campanha "*SCHUTZ 4GRLS*" celebrando quatro modelos de bolsas icônicas e best-sellers, relançadas em novas versões, inspiradas no *streetstyle* internacional.

O *rollout* de reformas para o novo conceito de *Digital Store* continua, bem como o crescente incentivo à omnicanalidade, com testes importantes feitos em sua maior praça - a cidade de São Paulo – integrando lojas próprias e franquias ao canal web-commerce.

A marca **Anacapri** alcançou receita de R\$ 54,4 milhões, com forte crescimento de 19,9% vs o 1T18, encerrando o trimestre com 13,3% de representatividade no faturamento no mercado interno da Companhia, ante 12,0% ante o 1T18. A boa performance é fruto do SSS consistente, da abertura de 34 franquias nos últimos 12 meses (sendo 3 lojas no 1T19) e da crescente relevância do canal multimarca. Vale destacar a performance relevante da categoria de bolsas na marca, que já representa 8,4% do mix.

Entre as principais realizações da marca no trimestre, destacam-se as ativações na praça do Rio de Janeiro com foco em incremento de *brand awareness*, além do lançamento da sua *pop-up store* em Búzios. Em março, a marca lançou sua coleção de inverno em conjunto com um novo propósito: a autoestima das mulheres, através do slogan *#EscolhaSerVocê*.

A marca **Alexandre Birman** apresentou crescimento global de 76,6%, com destaque para o SSS no mercado interno e para as vendas no exterior. Ao longo do trimestre, a marca esteve presente nas principais premiações internacionais (Globo de Ouro, Oscar e Grammy's) nos pés de celebridades como Julia Roberts, Emily Blunt, Lea Michelle e Laura Dern. Assim como nas demais marcas do grupo, no mês de fevereiro a marca também lançou seu primeiro tênis, o "*Clarita Sneaker*". O modelo já é *best-seller* nas lojas próprias e nas lojas de departamento nos Estados Unidos, com fila de espera no canal *web-commerce* americano.

A marca **Fiever** registrou crescimento de 70,3% no 1T19 ante o 1T18, com destaque para o canal de *web-commerce*, que registrou aumento expressivo no número de acessos e de conversão em relação ao ano anterior. No trimestre, a marca realizou diversos eventos de engajamento com o seu público-alvo jovem, como a participação em blocos de carnaval e festivais de música com uso da *hashtag* *#roleinfinitifiever* nas redes sociais. Além disso, seguindo os passos das marcas mais maduras da Arezzo&Co, a Fiever realizou uma parceria com a Disney para celebrar o lançamento do filme Dumbo nos cinemas brasileiros, através de uma coleção cápsula exclusiva.

A **OWME**, sexta marca do grupo, que completa um ano de existência no trimestre, lançou o projeto "OWME Inspira" - elegendo 10 mulheres inspiradoras – ativistas, escritoras, jornalistas, consultoras de moda, entre outras - para relatarem suas histórias e promoverem a marca através de vídeos em suas redes sociais. Assim como a Fiever, o canal *web-commerce* apresentou crescimento relevante, com elevação no número de acessos bem como uma taxa de conversão acima da prevista. O canal Multimarca, por sua vez, já conta com 285 pontos de vendas. Adicionalmente, a categoria de mocassins permanece em destaque, com performance relevante de vendas em todos os canais.

Canais

Monomarca – Franquias, Lojas Próprias e *Web-Commerce*

Refletindo a estratégia da Companhia de fortalecimento das lojas monomarca, a rede de PDVs Arezzo&Co (Lojas Próprias + Franquias + *Web-Commerce*) apresentou um crescimento de 7,2% nas vendas do *sell-out* no 1T19 em relação ao 1T18 devido, principalmente, ao forte crescimento do canal online e da abertura líquida de 59 lojas monomarca nos últimos 12 meses, além do aumento das vendas nas mesmas lojas, que foi de 3,8% no 1T19.

Durante o ano de 2018, seguindo a estratégia *asset light* da Companhia, foram repassadas 7 lojas próprias (2 da marca Arezzo e 5 da marca Schutz) para franquizados, o que implicou em queda de faturamento do canal de Lojas Próprias em benefício do canal de Franquias. Desconsiderando os repasses anteriormente mencionados, o canal teria crescido 11,3%.

A área de venda das lojas no Brasil e Exterior teve aumento de 6,3% no trimestre em comparação ao 1T18, com a adição líquida de 34 lojas da marca Anacapri, 20 da marca Arezzo, 2 da marca Schutz, 2 da marca Owme e 1 da marca Fiever, totalizando 2.599 m² (excluindo *outlets*).

O canal Franquias teve representatividade de 51,2% nas vendas domésticas no 1T19 e apresentou SSS *sell-in* de 1,1%, sobre uma base de comparação de 3,7% no 1T18 e 9,2% no 4T18. 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. No acumulado dos últimos doze meses, a Arezzo&Co apresentou um SSS *sell-in* de 4,0% e um SSS *sell-out* de 3,3%, nível saudável para o canal.

Multimarcas

No 1T19, o faturamento do canal Multimarca apresentou crescimento de 12,6% ante o 1T18. A performance positiva é reflexo da combinação de diversas ações da Companhia no canal, como a conquista de novos clientes e o contínuo trabalho para um maior *cross-sell* entre as marcas do grupo nos mesmos pontos de venda. Vale destacar a excelente performance da marca Anacapri, que continua a apresentar elevado giro e atratividade para os lojistas do canal e a melhora de performance da marca Schutz. As marcas Fiever e OWME também mantém trajetória de crescimento significativa no canal.

As seis marcas do grupo passaram a ser distribuídas através de 2.603 lojas no 1T19, crescimento de 9,4% ante o 1T18, e estão presentes em 1.354 cidades.

Canais

Mercado Externo

No 1T19, a receita da Companhia no mercado externo, que inclui a operação do EUA e a exportação para o resto do mundo, foi 81,2% superior em relação ao 1T18, passando a representar 11,9% da receita total vs 7,5% no mesmo período do ano anterior.

Nos Estados Unidos, a receita da operação registrou crescimento de 105,6%. Em dólares, o crescimento foi de 76,7%. Todos os canais tanto da marca Schutz como da marca Alexandre Birman - *Wholesale* (lojas de departamento e lojas online), Lojas Próprias e *Web-Commerce* - apresentaram crescimento relevante no período, com destaque para a performance das lojas de departamento, cujas vendas foram alavancadas pela modalidade “*dropship*” (disponibilização de produtos de estoque próprio nos Estados Unidos nos *websites* de lojas como Nordstrom, Bloomingdale’s, Saks Fifth Avenue e Neiman Marcus).

No trimestre, abrimos mais uma loja própria da marca Schutz, no *Outlet Premium* em Las Vegas, dando sequência às aberturas no modelo de loja comercial e rentável, após a bem-sucedida abertura de loja no Aventura Mall em Miami.

Parte do crescimento da operação nos Estados Unidos também é explicada pela abertura de 5 lojas próprias no país nos últimos 12 meses. Adicionalmente, a operação própria online tem obtido crescimentos expressivos, resultante de maiores investimentos em marketing e *brand awareness*, com impacto direto nos indicadores de tráfego e conversão.

Já as exportações de nossos calçados para o resto do mundo tiveram um crescimento de 25,4% em Reais no 1T19 em comparação ao mesmo período de 2018, resultado parcialmente explicado pela postergação de alguns pedidos referentes ao 4T18 para o 1T19.

Expansão da Rede Monomarca

Encerramos o trimestre com 690 lojas, sendo 677 no Brasil e 13 no exterior - um aumento de área de 6,3%, com 65 aberturas líquidas nos últimos 12 meses.

No 1T19, a Arezzo&Co teve a abertura líquida de 5 lojas (3 lojas da marca Anacapri e 2 lojas da marca Schutz, sendo 1 no exterior).

Histórico de lojas	1T18	2T18	3T18	4T18	1T19
Área de venda^{1,3} - Total (m²)	41.487	42.044	42.504	43.965	44.086
Área de venda - franquias (m ²)	35.246	35.567	36.075	37.691	37.704
Área de venda - lojas próprias ² (m ²)	6.242	6.477	6.429	6.274	6.382
Total de lojas no Brasil	618	627	640	673	677
Número de franquias	571	579	590	628	632
Arezzo	385	388	393	405	405
Schutz	67	67	68	73	74
Anacapri	119	124	129	150	153
Número de lojas próprias	47	48	50	45	45
Arezzo	14	14	14	14	14
Schutz	22	22	22	17	17
Alexandre Birman	4	4	4	4	4
Anacapri	3	3	3	3	3
Fiever	4	4	5	5	5
Ow me	-	1	2	2	2
Total de lojas no Exterior	7	9	9	12	13
Número de franquias	5	5	5	6	6
Número de lojas próprias ⁴	2	4	4	6	7

(1) Inclui metragens das lojas no exterior

(2) Inclui sete lojas do tipo Outlets cuja área total é de 2.599 m²

(3) Inclui metragens de lojas ampliadas

(4) Inclui 3 lojas em Nova York, 2 em Miami, 1 em Los Angeles e 1 em Las Vegas das marcas Schutz e Alexandre Birman

Principais Indicadores Financeiros	1T19	1T18	Δ (%) 19 x 18	1T19 Proforma ⁴	Δ (%) 19 ⁴ x 18
Receita Bruta	462.530	407.691	13,5%	462.530	13,5%
Receita Líquida	377.163	330.185	14,2%	377.163	14,2%
CMV	(204.687)	(183.625)	11,5%	(204.699)	11,5%
Depreciação e amortização - Custo	(613)	(324)	n/a	(432)	n/a
Lucro bruto	172.476	146.560	17,7%	172.464	17,7%
<i>Margem bruta</i>	45,7%	44,4%	1,3 p.p	45,7%	1,3 p.p
SG&A	(135.789)	(114.224)	18,9%	(136.327)	19,4%
<i>%Receita</i>	(36,0%)	(34,6%)	(1,4 p.p)	(36,1%)	(1,5 p.p)
Despesa comercial	(83.372)	(74.731)	11,6%	(91.230)	22,1%
Lojas próprias e Web Commerce	(29.038)	(31.464)	(7,7%)	(32.592)	3,6%
Venda, logística e suprimentos	(54.334)	(43.267)	25,6%	(58.638)	35,5%
Despesas gerais e administrativas	(36.562)	(29.544)	23,8%	(38.228)	29,4%
Outras (despesas) e receitas	1.427	(1.848)	n/a	1.427	n/a
Depreciação e amortização - Despesa	(17.282)	(8.101)	113,3%	(8.296)	2,4%
EBITDA	54.582	40.761	33,9%	44.864	10,1%
<i>Margem EBITDA</i>	14,5%	12,3%	2,2 p.p	11,9%	(0,4 p.p)
Lucro líquido	23.141	27.114	(14,7%)	23.874	(11,9%)
<i>Margem líquida</i>	6,1%	8,2%	(2,1 p.p)	6,3%	(1,9 p.p)
Capital de giro¹ - % da receita	23,8%	24,8%	(1,0 p.p)	24,0%	(0,8 p.p)
Capital empregado² - % da receita	40,9%	36,6%	4,3 p.p	35,9%	(0,7 p.p)
Dívida total	174.253	172.112	1,2%	174.253	1,2%
Dívida líquida ³	(125.502)	(161.226)	(22,2%)	(125.502)	(22,2%)
Dívida líquida/EBITDA	-0,5x	-0,8x	-	-0,5x	-

(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.

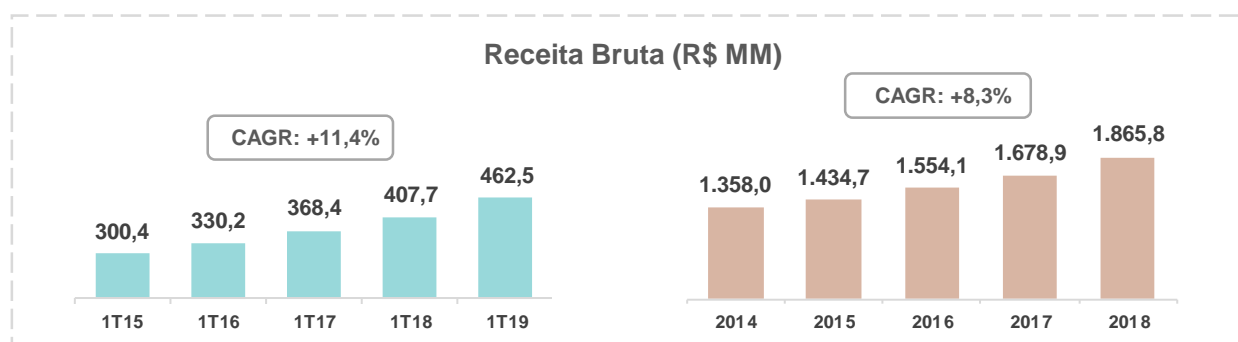
(3) Dívida Líquida é equivalente à posição total de endividamento oneroso ao final de um período, subtraída da posição de caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras de curto prazo.

(4) Descontando os impactos do IFRS 16 / CPC 06 (R2)

Receita Bruta

A receita bruta da Companhia atingiu R\$ 462,5 milhões neste trimestre, crescimento de 13,5% em relação ao 1T18. Dentre os principais fatores que resultaram nesse crescimento, destacam-se:

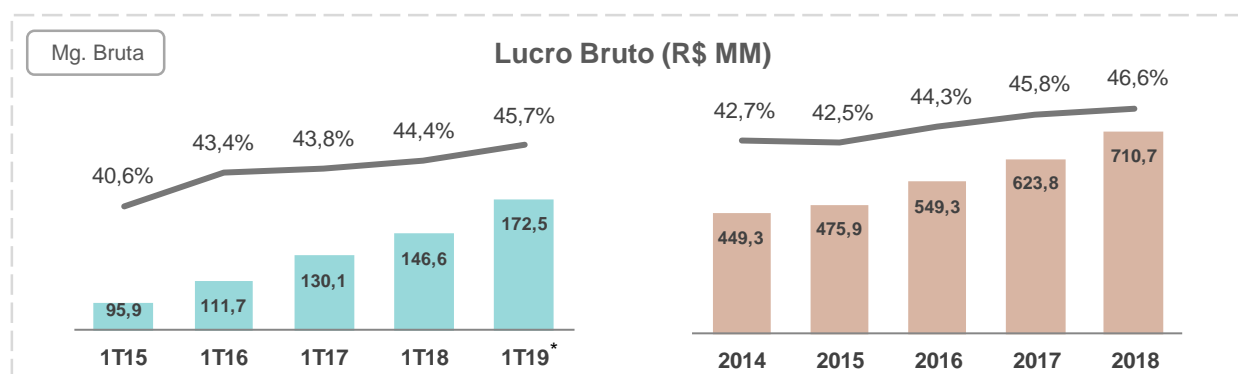
- Crescimento de 8,8% do canal de Franquias e 12,6% do canal de Multimarcas vs o 1T18;
- Crescimento de 8,8% da marca Schutz e 19,9% da receita da marca Anacapri vs o 1T18;
- Crescimento de 24,3% do canal Web Commerce, alcançando 10,2% da receita bruta do mercado interno ante 8,8% no 1T18;
- crescimento de 81,2% do Mercado Externo, que contempla a Operação nos Estados Unidos e as Exportações.



Lucro Bruto (Pro-forma)

O lucro bruto ajustado do 1T19 totalizou R\$ 172,5 milhões, crescimento de 17,7% ante 1T18, com expansão de 130 bps na margem bruta, que alcançou 45,7% no 1T19.

Dentre os fatores responsáveis pela margem bruta, destacam-se positivamente: (i) a melhora de margem e maior participação da Operação norte-americana no mix de receita, (ii) a melhora de margem bruta nos canais de sell in (Franquias e Multimarcas), fruto da exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS/Cofins e (iii) negativamente, a menor representatividade do canal de Lojas Próprias no *mix*, devido aos repasses de 7 lojas a franqueados ao longo de 2018.



Lucro Bruto antes da adoção do IFRS 16 / CPC 06 (R2)

Despesas Operacionais (Pro-forma)

No 1T19, as despesas foram impactadas principalmente em razão dos seguintes fatores: (i) desenvolvimento da operação norte-americana e (ii) despesas discricionárias relacionadas aos projetos estratégicos da Companhia no Brasil, com foco na sustentabilidade de seu crescimento a longo prazo.

Despesas Comerciais

No 1T19 houve uma expansão de 22,1% das despesas comerciais quando comparadas ao 1T18, alcançando R\$ 91,2 milhões. Vale ressaltar que as despesas comerciais incluem:

(i) despesas de lojas próprias e web-commerce (canais de sell-out), que somaram R\$ 32,6 milhões - aumento de 3,6% em relação ao 1T18 - abaixo do crescimento de 24,3% do canal de *web-commerce* e em linha com a menor relevância do canal de lojas próprias no mix.

(ii) despesas de Vendas, Logística e Suprimentos, que somaram R\$58,6 milhões - aumento de 35,5% em relação ao 1T18. Excluindo os gastos incrementais relacionados às deliberações do planejamento estratégico da Companhia, tais como a expansão da operação norte-americana, desenvolvimento das marcas mais novas do grupo (OWME e Fiever) e investimentos nas frentes de transformação digital (estruturação de 5 *squads*) - o incremento de despesas seria de 10,3%, menor que o crescimento das vendas dos canais de *sell-in* (multimarcas, franquias e exportação), que foi de 10,5%. Adicionalmente, além dos projetos estratégicos, na frente de logística, tivemos incremento de despesas devido ao reajuste anual na tabela de frete. Adicionalmente, além dos projetos estratégicos, na frente de logística, tivemos incremento de despesas devido ao reajuste anual na tabela de frete.

Despesas Gerais e Administrativas

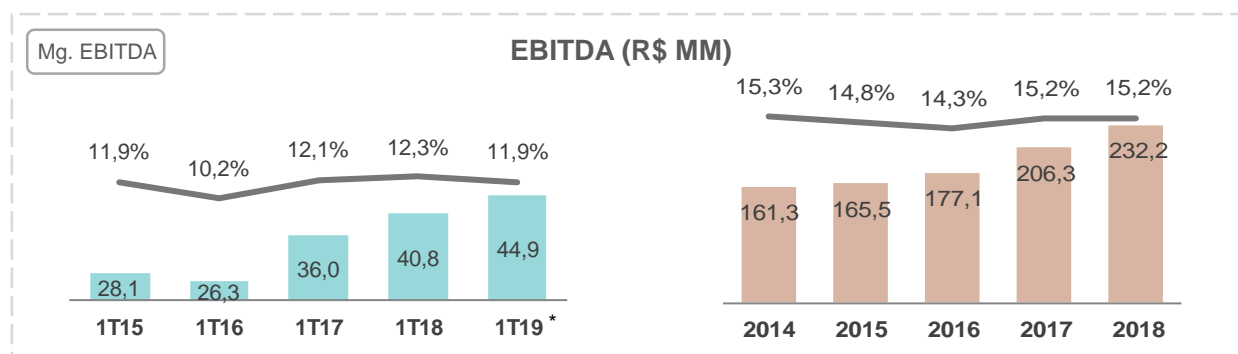
No 1T19, as despesas gerais e administrativas cresceram R\$ 8,9 milhões, incremento de 29,4% frente ao 1T18. Tal valor inclui despesas referentes ao planejamento estratégico da Companhia, com destaque para o desenvolvimento da operação dos Estados Unidos, que inclui o reforço da estrutura organizacional no país, que foi concluída no segundo semestre de 2018.

**Despesas antes da adoção do IFRS 16 / CPC 06 (R2)*

EBITDA e margem EBITDA (Pro-forma)

A Companhia atingiu EBITDA de R\$ 44,9 milhões no 1T19, com margem de 11,9% e um aumento de 10,1% em relação aos resultados apresentados no 1T18. Dentre os principais fatores, destacam-se:

- Crescimento de 14,2% na receita líquida ante o mesmo período do ano anterior;
- Expansão da margem bruta em 130bps.
- Excluindo a operação nos EUA, a margem EBITDA consolidada da Companhia aumentaria 360 bps no trimestre, montante superior aos 200 bps registrados no 1T18 - resultante do contínuo investimento na expansão internacional da Companhia, através das marcas Schutz e Alexandre Birman.

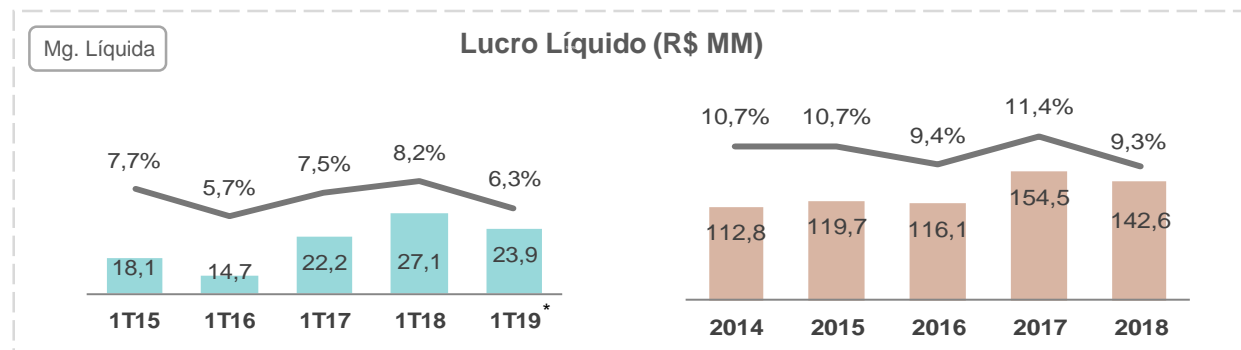


EBITDA antes da adoção do IFRS 16 / CPC 06 (R2)

Lucro líquido e Margem líquida (Pro-forma)

A Companhia apresentou margem líquida ajustada de 6,3% no 1T19 e o lucro líquido do período somou R\$ 23,9 milhões, sendo 11,9% inferior em relação ao 1T18.

O lucro líquido foi impactado negativamente pelos seguintes fatores: (i) redução das receitas financeiras; resultante de uma posição de caixa médio menor no período e da significativa queda na taxa SELIC nos últimos 12 meses; (ii) variação cambial associada ao saldo de dívida em USD, em sua maioria com efeito não-caixa e (iii) piora da alíquota efetiva de imposto de renda, resultante do prejuízo auferido na operação norte-americana no trimestre, não dedutível para fins de IR no Brasil.



Lucro Líquido antes da adoção do IFRS 16 / CPC 06 (R2)

Reconciliação do EBITDA	1T19 Reportado	1T18	1T19 Pró-Forma
Lucro líquido	23.141	27.114	23.874
(-) Imposto de renda e contribuição social	(8.299)	(6.447)	(8.299)
(-) Resultado financeiro	(5.247)	1.225	(3.964)
(-) Depreciação e amortização	(17.895)	(8.425)	(8.728)
(=) EBITDA	54.582	40.761	44.864

Geração de Caixa Operacional

A Arezzo&Co gerou R\$ 42,9 milhões de caixa operacional no 1T19, montante superior ao apresentado no 1T18.

Cabe destacar o pagamento de juros sobre capital próprio referentes ao 2º semestre de 2018 em 15 de janeiro de 2019, no montante de R\$20,8 milhões.

Geração de caixa operacional	1T19	1T18
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social (LAIR)	31.440	33.561
Depreciações e amortizações	17.895	8.425
Outros	5.586	(1.742)
Decréscimo (acrécimo) de ativos/passivos	(4.897)	(7.372)
Contas a receber de clientes	(12.646)	(8.207)
Estoques	(12.866)	(14.352)
Fornecedores	41.946	28.421
Variação de outros ativos e passivos circulantes e não circulantes	(21.331)	(13.234)
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(7.105)	(3.390)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	42.919	29.482

Investimentos - CAPEX

Os investimentos da Companhia possuem três naturezas:

- i) Investimentos em expansão e reforma de pontos de venda próprios no Brasil;
- ii) Investimentos corporativos que incluem TI, instalações, showrooms e escritório; e
- iii) Outros investimentos, principalmente relacionados à operação norte-americana e à operação industrial.

No 1T19, a Arezzo&Co investiu R\$ 8,6 milhões em CAPEX, com destaque para:

Operação Brasil: (i) readequação da fábrica e instalações da marca Schutz, (ii) investimentos na nova fábrica da marca Alexandre Birman, (iii) investimentos na frente de transformação digital e (iv) implementação de contador de fluxo em todas as lojas das marcas Arezzo, Schutz e Anacapri.

Operação Estados Unidos: (i) lançamento da loja da Schutz Outlet Premium em Las Vegas e (ii) investimentos em softwares e TI na estrutura corporativa.

Sumário de investimentos	1T19	1T18	$\Delta 19 \times 18$ (%)
CAPEX total	8.634	7.213	19,7%
Lojas - expansão e reformas	134	3.411	(96,1%)
Corporativo	3.744	2.330	60,7%
Outros	4.756	1.472	223,1%

Posição de Caixa e Endividamento

A Companhia encerrou o 1T19 com caixa líquido de R\$ 125,5 milhões. No período, a política de endividamento se manteve conservadora, apresentando como principais características:

- Endividamento total de R\$ 174,3 milhões no 1T19 ante R\$ 172,1 milhões no 1T18;
- Caixa líquido de 0,5x frente a 0,8x o EBITDA no 1T18.

Posição de caixa e endividamento	1T19	4T18	1T18
Caixa e equivalentes de caixa	299.755	235.801	333.338
Dívida total	174.253	111.418	172.112
Curto prazo	81.827	43.978	156.354
<i>% dívida total</i>	47,0%	39,5%	90,8%
Longo prazo	92.426	67.440	15.758
<i>% dívida total</i>	53,0%	60,5%	9,2%
Dívida líquida	(125.502)	(124.383)	(161.226)

ROIC - Retorno sobre o Capital Investido (Pro-forma)

O retorno sobre o capital investido (ROIC) atingiu o patamar de 29,4% - ligeiramente inferior ao reportado no 1T18. Apesar do crescimento do NOPAT de 7,7%, o indicador foi impactado pelo aumento no capital de giro.

O incremento do capital de giro deve-se a um maior volume de estoques no período, reflexo do crescimento de vendas consolidado da Companhia, bem como do aumento da relevância do programa *dropship* e dos itens de pronta entrega na operação norte-americana, ambos visando maior agilidade e assertividade na ponta.

Considerando os efeitos da adoção da norma IFRS 16, o ROIC seria de 25,9%.

Resultado operacional	1T19	1T19 Pró-forma	1T18	1T17	Δ 19 x 18 Reportado	Δ 19 x 18 Pró-Forma
EBIT (LTM)	195.631	195.081	176.611	160.613	10,8%	10,5%
+ IR e CS (LTM)	(29.206)	(29.206)	(22.648)	(44.318)	29,0%	29,0%
NOPAT	166.425	165.875	153.963	116.295	8,1%	7,7%
Capital de giro ¹	374.410	408.682	345.346	307.837	8,4%	18,3%
Ativo permanente	344.181	153.570	148.267	157.656	132,1%	3,6%
Outros ativos de longo prazo ²	39.990	39.990	33.917	28.275	17,9%	17,9%
Capital empregado	758.581	602.242	527.530	493.768	43,8%	14,2%
Média do capital empregado³	643.056	564.886	510.649		25,9%	10,6%
ROIC⁴	25,9%	29,4%	30,2%			

(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.

Balço Patrimonial

Ativo	1T19	4T18	1T18
Ativo circulante	928.010	842.001	875.500
Caixa e bancos	5.691	8.501	8.292
Aplicações financeiras	294.064	227.300	325.046
Contas a receber de clientes	394.770	382.728	345.085
Estoques	162.613	150.861	128.153
Impostos a recuperar	42.903	49.370	51.568
Outros créditos	27.969	23.241	17.356
Ativo não circulante	404.581	203.031	197.259
Realizável a longo Prazo	60.400	49.338	48.992
Contas a receber de clientes	11.070	10.720	10.766
Imposto de renda e contribuição social diferidos	20.410	17.491	15.075
Outros créditos	28.920	21.127	23.151
Propriedades para Investimento	3.324	3.324	3.324
Imobilizado	275.874	83.201	68.843
Intangível	64.983	67.168	76.100
Total do ativo	1.332.591	1.045.032	1.072.759
Passivo	1T19	4T18	1T18
Passivo circulante	428.398	255.889	355.966
Empréstimos e financiamentos	81.827	43.978	156.354
Arrendamento	34.272	0	0
Fornecedores	148.825	110.121	132.837
Outras obrigações	163.474	101.790	66.775
Passivo não circulante	260.079	77.801	26.165
Empréstimos e financiamentos	92.426	67.440	15.758
Partes relacionadas	1.452	1.443	1.238
Outras obrigações	9.130	8.918	9.169
Arrendamento	157.071	0	0
Patrimônio líquido	644.114	711.342	690.628
Capital social	341.073	341.073	330.375
Reserva de capital	47.908	46.725	45.676
Reservas de lucros	90.033	165.033	224.748
Reserva de Incentivos Fiscais	136.443	136.443	64.658
Outros resultados abrangentes	5.516	4.342	-1.943
Lucros acumulados	23.141	17.726	27.114
Total do passivo e patrimônio líquido	1.332.591	1.045.032	1.072.759

Demonstrativo de Resultado

DRE	1T19	1T18	Var.%	1T19 Pró-Forma	Var.%
Receita operacional líquida	377.163	330.185	14,2%	377.163	14,2%
Custo dos produtos vendidos	(204.687)	(183.625)	11,5%	(204.699)	11,5%
Lucro bruto	172.476	146.560	17,7%	172.464	17,7%
Receitas (despesas) operacionais:	(135.789)	(114.224)	18,9%	(136.327)	19,4%
Comerciais	(96.100)	(80.911)	18,8%	(96.277)	19,0%
Administrativas e gerais	(41.116)	(31.465)	30,7%	(41.477)	31,8%
Outras receitas operacionais, líquidas	1.427	(1.848)	-177,2%	1.427	-177,2%
Lucro antes do resultado financeiro	36.687	32.336	13,5%	36.137	11,8%
Resultado Financeiro	(5.247)	1.225	-528,3%	(3.964)	-423,6%
Lucro antes do IR e CS	31.440	33.561	-6,3%	32.173	-4,1%
Imposto de renda e contribuição social	(8.299)	(6.447)	28,7%	(8.299)	28,7%
Corrente	(12.069)	(9.989)	20,8%	(12.069)	20,8%
Diferido	3.770	3.542	6,4%	3.770	6,4%
Lucro líquido do exercício	23.141	27.114	-14,7%	23.874	-11,9%

Fluxo de Caixa

DFC	1T19	1T18
Das atividades operacionais		
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	31.440	33.561
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	23.481	6.683
Depreciações e amortizações	17.895	8.425
Rendimento de aplicação financeira	(3.715)	(5.018)
Pagamentos de juros sobre empréstimos	(817)	(679)
Juros e variação cambial	6.001	1.205
Outros	4.117	2.750
Decréscimo (acréscimo) em ativos		
Contas a receber de clientes	(12.646)	(8.207)
Estoques	(12.866)	(14.352)
Impostos a recuperar	6.726	(891)
Variação de outros ativos circulantes	(8.250)	(2.660)
Depósitos judiciais	(4.768)	(148)
(Decréscimo) acréscimo em passivos		
Fornecedores	41.946	28.421
Obrigações trabalhistas	(10.717)	(8.190)
Obrigações fiscais e sociais	(4.463)	(2.502)
Variação de outras obrigações	141	1.157
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(7.105)	(3.390)
Arrendamento	-	-
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	42.919	29.482
Das atividades de investimento		
Alienação de imobilizado e intangível	-	682
Aquisições de imobilizado e intangível	(8.634)	(7.213)
Aplicações financeiras	(287.097)	(226.044)
Resgate de aplicações financeiras	223.627	233.379
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	(72.104)	804
Das atividades de financiamento com terceiros		
Captações	73.607	4.566
Pagamentos de empréstimos	(13.450)	(14.833)
Caixa líquido utilizado pelas atividades de financiamento com terceiros	47.198	(10.267)
Das atividades de financiamento com acionistas		
Juros sobre o capital próprio	-	-
Distribuição de lucros	(20.847)	(20.920)
Créditos (débitos) com sócios	8	6
Emissão de ações	-	-
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(20.839)	(21.906)
Aumento (redução) das disponibilidades	(2.826)	(1.887)
Disponibilidades		
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	16	23
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	8.501	10.156
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	5.691	8.292
Aumento (redução) das disponibilidades	(2.826)	(1.887)

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.