



**AREZZO
& CO**

RESULTADOS 3T17

AREZZO

SCHUTZ

ANACAPRI

ALEXANDRE
BIRMAN

FEVER

Divulgação de Resultados - 3T17

AREZZO



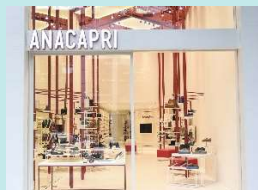
SCHUTZ



ALEXANDRE
BIRMAN



ANACAPRI



FIEVER



Belo Horizonte, 31 de Outubro de 2017. A Arezzo&Co (BM&FBOVESPA: ARZZ3), líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos no Brasil, divulga os resultados do 3º trimestre de 2017. 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 2016 (3T16), exceto quando estiver indicado de outra forma.

Cotação ARZZ3 em 31.10.17:

R\$ 53,30

Valor de mercado em 31.10.17:

R\$ 4,78 bilhões

Teleconferência de resultados:

Quinta-Feira, 01 de Novembro de 2017
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:

+1 786-924-6977

Senha: Arezzo

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

Relações com Investidores:

Daniel Levy

Diretor Financeiro e de RI

Aline Penna

Gerente de RI

Guilherme de Biagi

Coordenador de RI

Victoria Machado

Analista de RI

Contato:

E-mail: ri@arezzo.com.br

Tel: +55 11 2132-4300

O EBITDA da Arezzo&Co cresceu 17,1%, a Receita Líquida cresceu 6,9% e o Lucro Líquido 6,3%, quando comparados ao 3T16.

DESTAQUES

- A receita líquida do 3T17 alcançou R\$370,8 milhões, aumento de 6,9% sobre o 3T16;
- No 3T17, o lucro bruto da Companhia somou R\$169,8 milhões (margem bruta de 45,8%) com crescimento de 11,6% ante o 3T16;
- O EBITDA do 3T17 totalizou R\$ 65,4 milhões com margem de 17,6%, crescimento de 17,1% ante o 3T16;
- No 3T17, o lucro líquido foi de R\$37,7 milhões com margem de 10,2% e crescimento de 6,3%;
- A Arezzo&Co teve abertura de 9 lojas e terminou o 3T17 com crescimento de 4,2% da área de lojas nos últimos doze meses.

Resumo de Resultados	3T17	3T16	Δ 17 x 16	9M17	9M16	Δ 17 x 16
Receita Líquida	370.793	346.941	6,9%	996.873	900.240	10,7%
Lucro Bruto	169.819	152.200	11,6%	454.214	396.060	14,7%
Margem bruta	45,8%	43,9%	1,9 p.p.	45,6%	44,0%	1,6 p.p.
EBITDA¹	65.435	55.896	17,1%	151.783	123.226	23,2%
Margem EBITDA¹	17,6%	16,1%	1,5 p.p.	15,2%	13,7%	1,5 p.p.
Lucro líquido	37.681	35.440	6,3%	99.126	80.332	23,4%
Margem líquida	10,2%	10,2%	0,0 p.p.	9,9%	8,9%	1,0 p.p.

Indicadores Operacionais	3T17	3T16	Δ 17 x 16	9M17	9M16	Δ 17 x 16
Número de pares vendidos ('000)	3.414	3.231	5,7%	8.480	8.088	4,8%
Número de bolsas vendidas ('000)	353	284	24,2%	899	752	19,5%
Número de funcionários	2.355	2.206	6,8%	2.355	2.206	6,8%
Número de lojas*	576	544	32	576	544	32
Próprias	51	47	4	51	47	4
Franquias	525	497	28	525	497	28
Outsourcing (% da produção total)	90,7%	89,5%	1,2 p.p.	90,1%	89,6%	0,5 p.p.
SSS² sell-in (franquias)	7,2%	2,1%	5,1 p.p.	6,5%	1,0%	5,5 p.p.
SSS² sell-out (lojas próprias + franquias)	1,5%	5,6%	-4,1 p.p.	3,2%	1,4%	1,8 p.p.
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	2,7%	6,4%	-3,7 p.p.	4,4%	1,9%	2,5 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	3T17	Part%	3T16	Part%	Δ (%) 17 x 16	9M17	Part%	9M16	Part%	Δ (%) 17 x 16
Receita bruta total	454.990		426.460		6,7%	1.230.688		1.134.538		8,5%
Mercado externo	38.952	8,6%	36.392	8,5%	7,0%	113.678	9,2%	114.307	10,1%	(0,6%)
Mercado interno	416.038	91,4%	390.068	91,5%	6,7%	1.117.010	90,8%	1.020.230	89,9%	9,5%
Por marca										
<i>Arezzo</i>	238.068	57,2%	220.131	56,4%	8,1%	637.250	57,0%	585.024	57,3%	8,9%
<i>Schutz</i>	125.882	30,3%	130.138	33,4%	(3,3%)	343.946	30,8%	342.756	33,6%	0,3%
<i>Anacapri</i>	41.512	10,0%	33.411	8,6%	24,2%	107.134	9,6%	79.601	7,8%	34,6%
<i>Outros¹</i>	10.576	2,5%	6.388	1,6%	65,6%	28.680	2,6%	12.849	1,3%	123,2%
Por canal										
<i>Franquias</i>	201.685	48,5%	182.108	46,7%	10,8%	537.790	48,1%	491.035	48,1%	9,5%
<i>Multimarcas</i>	110.745	26,6%	107.102	27,5%	3,4%	276.318	24,7%	242.830	23,8%	13,8%
<i>Lojas próprias</i>	67.916	16,3%	71.313	18,3%	(4,8%)	207.217	18,6%	206.939	20,3%	0,1%
<i>Web Commerce</i>	35.342	8,5%	28.678	7,4%	23,2%	93.120	8,3%	77.473	7,6%	20,2%
<i>Outros²</i>	350	0,1%	867	0,2%	(59,6%)	2.565	0,2%	1.953	0,2%	31,3%

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

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

Marcas

Seguindo o calendário de coleções da Companhia, o terceiro trimestre marca a transição entre as coleções de inverno e verão. No mês de Julho, as lojas monomarca encerraram a liquidação dos produtos de inverno de maneira bastante saudável, com aumento do percentual de vendas a preço cheio, com menor volume de sobras e, portanto, aumento do *mark-up* médio da rede. O *preview* da coleção nos permitiu uma leitura do comportamento de venda na ponta e respostas rápidas e assertivas nos pedidos de reposição dentro da própria coleção. Além disso, também tivemos a coleção em parceria com a Disney para a marca Arezzo, que resultou em enorme sucesso de vendas e de divulgação nas mídias *online*, contribuindo também para o crescimento das vendas.

A marca **Arezzo** alcançou R\$238,1 milhões de receita bruta no 3T17, crescimento de 8,1% em relação ao 3T16, representando 57,2% das vendas domésticas. No início do trimestre, em Julho, a marca realizou o lançamento de seu *preview de verão*, a *Cruise Collection*, no Shopping Iguatemi SP, reunindo micro influenciadoras e a apresentadora Isabella Fiorentino em um bate-papo sobre os diferentes papéis da mulher. O impacto foi nacional - não apenas pela presença dos principais veículos de moda do país, como também pela forte cobertura nas redes sociais. Já a importante virada da coleção de inverno para verão em toda rede de lojas ocorreu em Agosto, com o lançamento de mais uma campanha estrelada por Gisele Bündchen. Foram realizadas ações semanais de ativações de produtos, que juntas impactaram mais de 13 milhões de mulheres, fortalecendo cada vez mais o desejo pelos produtos da marca.

Em Setembro tivemos o lançamento da coleção construída em parceria com a Disney, que trouxe referências aos personagens Mickey e Minnie em uma leitura moderna e em linha com o posicionamento democrático da marca. Através de um efetivo plano de comunicação e marketing, alcançamos mais de 70 mil conexões simultâneas durante a transmissão *online* do desfile de lançamento nas redes sociais. Além disso, executamos outra grande ação que envolveu a participação de mais de 1.000 influenciadoras digitais de todo o país. Como consequência, tivemos uma forte resposta das clientes, sendo que alguns produtos da coleção representaram cerca de 30% das vendas da marca na semana do lançamento, e alguns *best-sellers* exigiram reposição nas lojas em tempo recorde.

Por fim, o faturamento de franquias da marca ("*sell-in*") continua em patamar saudável, demonstrando a evolução do modelo de negócios da Companhia, com maior frequência de coleções e um mix de produtos cada vez mais assertivo, que melhoram a performance e a confiança da rede. Já o *web-commerce* da marca Arezzo continuou sua consolidação como importante canal, com crescimento de 30,4% no trimestre, representando 7,1% das vendas, ante 5,9% no 3T16. Adicionalmente, vale destacar a performance de bolsas, que aumentou sua representatividade no *sell-out* das lojas físicas em 110 bps ante o 3T16, para 19,4%.

A marca **Schutz** representou 30,3% no faturamento do mercado interno da Companhia, somando R\$125,8 milhões de receita bruta no 3T17, queda de 3,3% em comparação com o 3T16. Seguindo a estratégia de aumentar sua participação no *sell-out*, a categoria de bolsas continua sendo um destaque positivo. O canal *web commerce* da Schutz manteve um crescimento de 10,6% no 3T17 e representou 11,8% das vendas da marca no mercado local, expandindo 150 bps de participação ante o 3T16. O canal Multimarca, que representa 41,4% das vendas no mercado interno apresentou queda de 2,3% de vendas vs o 3T16. Por outro lado, no mercado externo, o faturamento da marca subiu 8,8% em reais no 3T17 ante 3T16.

Entre as principais ações da marca no período, destaca-se o lançamento da coleção de verão em Agosto, com campanha estrelada pela atriz Marina Ruy Barbosa - positivamente recebida pelas formadoras de opinião. Além disso, durante o trimestre o conceito de *lifestyle* da marca no Brasil e nos EUA foi reforçado com a realização de duas edições do *Schutz Trip*, uma em Nova Iorque e outra em Paris, acompanhando assim o calendário da moda internacional. Nos EUA, o projeto continua sua evolução, tendo como importante foco a conquista de *brand awareness*. A operação dos EUA obteve crescimento de 14,9% das vendas em reais e 17,8% em dólares vs o 3T16, com destaque para o crescimento do canal *wholesale*, consequência da ampliação da presença da marca nas lojas de departamento.

A **Anacapri** atingiu receita de R\$41,5 milhões no 3T17, com crescimento de 24,2% sobre o 3T16. A marca expandiu sua presença no mercado, encerrando o trimestre com 10,0% de representatividade no faturamento no mercado interno da companhia ante 8,6% no 3T16. O canal de franquias também obteve forte crescimento em comparação com mesmo período do ano anterior, fruto da abertura de 6 lojas no trimestre e, principalmente, do incremento de SSS - este resultante de um posicionamento assertivo em calçados *flats* e *price point* acessível às classes A e B. Além disso, 6,3% das vendas da marca foram realizadas através do *web-commerce*, 30 bps acima do 3T16.

A marca continua reforçando seu investimento em marketing, tanto *on-line* como *off-line*. Os índices de retorno continuam elevados e destacam-se no período ações com influenciadoras digitais, publicações em revistas de circulação nacional e participação inédita no São Paulo Fashion Week, com a exposição de produtos em ilha exclusiva da marca durante todo evento. Adicionalmente, a escolha da atriz Isis Valverde como garota propaganda da marca há cerca de um ano mostrou-se extremamente acertada, na medida em que a mesma representa a essência da consumidora da marca, casual e descomplicada.

A marca **Alexandre Birman** apresentou desempenho expressivo no trimestre, duplicando suas vendas no mercado interno ante o 3T16, além de crescer cerca de 20% no mercado externo. No 3T17, a marca realizou diversas ações no exterior, como a apresentação da nova coleção para mais de 100 convidados e imprensa no Hotel Ritz em Paris, reforçando assim o seu posicionamento frente as principais lojas de departamento de luxo internacionais. Seguindo sua estratégia de expansão também em território nacional, a marca inaugurou sua primeira loja no Rio de Janeiro, no Shopping Village Mall.

A marca **Fiever** continua seu processo de fortalecimento de marca no mercado nacional, com crescimento de receita de 72,0% no 3T17 ante o 3T16. O trimestre contou com um importante marco na história da Fiever: sua participação no festival Rock In Rio. Para o evento, criamos uma coleção especial de calçados inspirada no universo musical e montamos uma loja exclusiva dentro da área VIP do festival, além das diversas ativações da marca feitas durante os intervalos dos shows.

Canais

Monomarca – Franquias, Lojas Próprias e Web Commerce

Refletindo a estratégia da Companhia de fortalecimento das lojas monomarca, a rede de lojas Arezzo&Co (lojas próprias + franquias + web commerce) apresentou um crescimento de 9,0% nas vendas do *sell-out* no 3T17 em relação ao 3T16 devido, principalmente, ao crescimento expressivo do canal online e da abertura líquida de 28 franquias e 4 lojas próprias nos últimos 12 meses, além do aumento das vendas nas mesmas lojas, que foi de 2,7% no 3T17. A área de venda das lojas teve aumento de 4,2% em comparação ao 3T16, com a adição de 17 lojas da marca Anacapri, 6 da marca Schutz, 4 da marca Arezzo, 3 da marca Fiever e 2 da marca Alexandre Birman, totalizando de 1.959 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 8,1% no 3T17 ante o 3T16, em virtude principalmente do crescimento do canal de franquias de 10,0% e do crescimento de 23,2% do canal *web-commerce*. As lojas monomarca representaram 73,3% do faturamento no mercado doméstico no 3T17.

O canal franquias teve representatividade de 48,5% nas vendas domésticas no 3T17 e apresentou SSS *sell-in* de 7,2%, reflexo de um efeito calendário mais favorável que no 2T17 em termos de concentração de pedidos de *sell-in*, associado à estratégia da Companhia de manter saudável o nível de estoque dos franqueados, capturando aumento de margem bruta na rede ao se vender mais em períodos de venda a *full-price* e menos em períodos de liquidação.

Histórico de lojas	3T16	4T16	1T17	2T17	3T17
Área de venda^{1, 3} - Total (m²)	37.687	38.828	38.623	38.930	39.351
Área de venda - franquias (m ²)	31.410	32.440	32.374	32.660	33.029
Área de venda - lojas próprias ² (m ²)	6.278	6.387	6.249	6.270	6.322
Total de lojas no Brasil	537	558	555	560	569
Número de franquias	492	510	509	513	520
Arezzo	365	369	368	369	369
Schutz	55	61	61	61	62
Anacapri	72	80	80	83	89
Número de lojas próprias	45	48	46	47	49
Arezzo	15	15	15	14	15
Schutz	23	23	22	22	22
Alexandre Birman	2	3	3	3	4
Anacapri	4	4	4	4	4
Fiever	1	3	2	4	4
Total de lojas no Exterior	7	7	7	7	7
Número de franquias	5	5	5	5	5
Número de lojas próprias	2	2	2	2	2

(1) Inclui metragens das lojas no exterior

(2) Inclui sete lojas do tipo Outlets cuja área total é de 1.959 m²

(3) Inclui metragens de lojas ampliadas

Multimarcas

No 3T17, o faturamento do canal Multimarcas apresentou crescimento de 3,4% ante o 3T16, consolidando a trajetória de recuperação do canal. A performance positiva é reflexo da combinação de ações da Companhia para melhorar o nível de serviço, de uma coleção com mix de produtos mais assertivo, da conquista de novos clientes e o esforço contínuo para um maior *cross-sell*, tanto entre as cinco marcas como através do aumento da representatividade de bolsas no mix.

Vale destacar o crescimento de Arezzo, que cresceu suas vendas 8,3% no canal no trimestre, além de Anacapri que cresceu 7,4% ante o 3T16.

As cinco marcas do grupo passaram a ser distribuídas através de 2.289 lojas no 3T17, crescimento de 9,5% ante o 3T16, e estão presentes em 1.253 cidades.

Mercado Externo

A receita da Companhia no mercado externo, que inclui a operação do EUA e a exportação para o resto do mundo, foi 6,5% superior em relação ao 3T16, representando 9,6% da receita total.

Nos EUA, através das marcas Schutz e A. Birman nos canais multimarca (lojas de departamento, lojas online de terceiros e lojas multimarca de menor escala) e lojas próprias (física e online), o grupo apresentou crescimento de 19,1% em dólares e 16,1% em reais, representando 56,0% das vendas de mercado externo no 3T17.

Já as exportações de nossos calçados para o resto do mundo tiveram queda de 2,6% em reais no 3T17 em comparação ao mesmo período de 2016, por conta de uma importante redução em nosso volume de vendas *private label*, com contrapartida positiva em termos de margem bruta.

Principais indicadores financeiros	3T17	3T16	Δ (%) 17 x 16	9M17	9M16	Δ (%) 17 x 16
Receita Líquida	370.793	346.941	6,9%	996.873	900.240	10,7%
CMV	(200.974)	(194.741)	3,2%	(542.659)	(504.180)	7,6%
Lucro bruto	169.819	152.200	11,6%	454.214	396.060	14,7%
<i>Margem bruta</i>	45,8%	43,9%	1,9 p.p	45,6%	44,0%	1,6 p.p
SG&A	(113.602)	(102.804)	10,5%	(325.061)	(292.115)	11,3%
<i>%Receita</i>	(30,6%)	(29,6%)	(1,0 p.p)	(32,6%)	(32,4%)	(0,2 p.p)
Despesa comercial	(79.149)	(75.208)	5,2%	(226.054)	(209.528)	7,9%
Lojas próprias e Web Commerce	(30.876)	(30.625)	0,8%	(91.132)	(89.437)	1,9%
Venda, logística e suprimentos	(48.273)	(44.583)	8,3%	(134.922)	(120.091)	12,4%
Despesas gerais e administrativas	(24.953)	(19.570)	27,5%	(75.560)	(61.476)	22,9%
Outras (despesas) e receitas	(282)	(1.526)	(81,5%)	(817)	(1.830)	(55,4%)
Depreciação e amortização	(9.218)	(6.500)	41,8%	(22.630)	(19.282)	17,4%
EBITDA	65.435	55.896	17,1%	151.783	123.226	23,2%
<i>Margem EBITDA</i>	17,6%	16,1%	1,5 p.p	15,2%	13,7%	1,5 p.p
Lucro líquido	37.681	35.440	6,3%	99.126	80.332	23,4%
<i>Margem líquida</i>	10,2%	10,2%	-	9,9%	8,9%	1,0 p.p
Capital de giro¹ - % da receita	23,5%	29,1%	(5,6 p.p)	23,4%	29,1%	(5,7 p.p)
Capital empregado² - % da receita	38,8%	45,3%	(6,5 p.p)	38,7%	45,3%	(6,6 p.p)
Dívida total	93.221	95.785	(2,7%)	110.847	95.785	15,7%
Dívida líquida ³	(125.033)	(125.806)	(0,6%)	(199.268)	(125.806)	58,4%
Dívida líquida/EBITDA	-0,6x	-0,7x	-	-0,7x	-0,7x	-

(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.

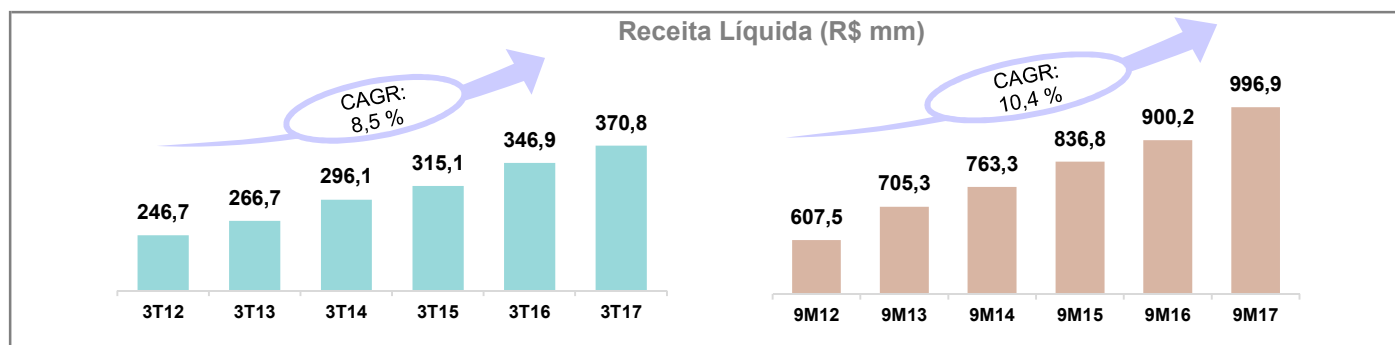
(2) Capital Empregado: Capital de Giro somado Ativo Permanente e Outros Ativos de Longo Prazo, descontando Imposto de renda e contribuição social diferido.

(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 líquida

A receita líquida da Companhia atingiu R\$ 370,8 milhões neste trimestre, crescimento de 6,9% em relação ao 3T16. Dentre os principais fatores que resultaram nesse crescimento, destacam-se:

- i) crescimento de 9,9% do canal Franquias com destaque para as marcas Arezzo e Anacapri;
- ii) receita na operação dos Estados Unidos 23,1% maior que o 3T16;
- iii) crescimento de 11,3% do canal Web commerce, alcançando 7,0% da receita líquida do mercado interno ante 6,7% no 3T16, com destaque para as marcas Arezzo, Anacapri.



Lucro Bruto

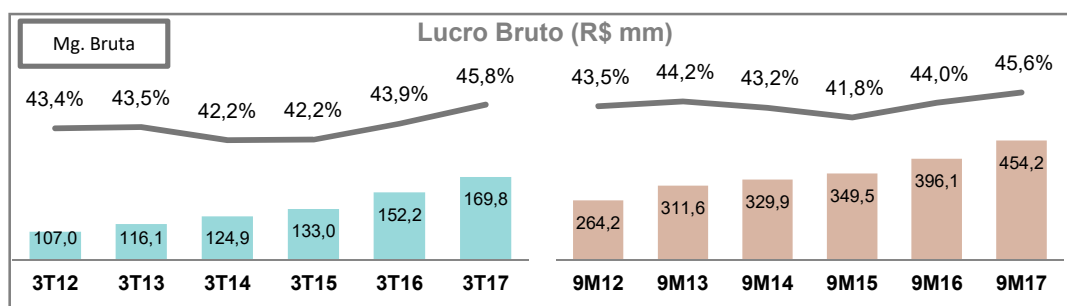
O lucro bruto do 3T17 totalizou R\$ 169,8 milhões, crescimento de 11,6% ante 3T16, com expansão de 190 bps na margem bruta, que alcançou 45,8% no 3T17. Dentre os principais fatores, destacam-se:

(i) impacto positivo de 100 bps devido a melhora de margem bruta nos canais de Franquia e Multimarcas, fruto de uma melhor gestão na concessão de descontos comerciais nos canais de *sell-in*;

(ii) impacto positivo de 40 bps devido a melhora de margem bruta nos canais Lojas Próprias e Web commerce, fruto de um foco contínuo da Companhia no *sell-out*, resultando em um maior nível de vendas a *full-price* e com menor nível de sobras;

(iii) impacto positivo de 30 bps devido a melhora de margem bruta no mercado externo, resultado de:
- incremento de 90 bps no canal de exportação, associado ao mix mais favorável de vendas, que conteve um menor volume de produtos *private label*
- redução de 60 bps na operação dos EUA, devido a uma maior participação do canal wholesale no mix de vendas.

(iv) impacto positivo de 20bps devido à maior participação do canal *web commerce*, que representou 8,5% do faturamento bruto da Companhia no mercado interno, ante 7,3% no 3T16.



Despesas operacionais

A Companhia trabalha fortemente para controlar os níveis de despesas e adequá-las à evolução de suas vendas. No 3T17, as despesas foram impactadas pelos principais fatores: (i) provisão para pagamento de participação nos Lucros (PPR), em vista da performance de resultados do período, (ii) despesas relacionadas aos projetos estratégicos da companhia e (iii) reforço da estrutura organizacional.

Despesas Comerciais

No 3T17, houve uma expansão de 5,2% das despesas comerciais quando comparadas ao 3T16, alcançando R\$79,1 milhões. Vale ressaltar que as despesas comerciais incluem despesas de lojas próprias e *web commerce*, que somaram R\$ 30,8 milhões, aumento de apenas 0,8% em relação ao 3T16, abaixo da inflação do período, mesmo com o crescimento de 23,2% do *web commerce*, reforçando a contribuição positiva do canal também para margens.

As despesas de Vendas, Logística e Suprimentos cresceram 8,3% no trimestre, incremento de R\$ 3,7 milhões frente ao 3T16. Excluindo os gastos incrementais com (i) provisão para participação nos resultados ("PPR") de R\$2,0 milhões, o incremento de despesas seria de 3,9%, abaixo do crescimento de 7,3% das vendas dos canais de *sell-in* (Multimarcas, Franquias e Exportação).

Despesas Gerais e Administrativas

No 3T17, as despesas gerais e administrativas cresceram 27,5%, incremento de R\$5,4 milhões frente ao 3T16 e somaram gastos com despesas relacionadas:

- (i) à operação dos Estados Unidos, na ordem de R\$ 2,0 milhões,
- (ii) aos projetos estratégicos da companhia, na ordem de R\$ 1,1 milhões;
- (iii) ao reforço da estrutura de pessoal e governança da companhia, na ordem de R\$1,8 milhões.

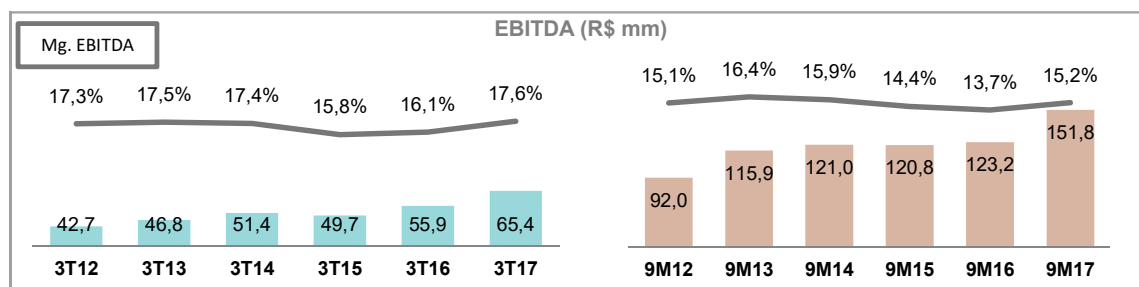
Excluindo tais impactos, as despesas gerais e administrativas teriam crescido em linha com a inflação do período.

EBITDA e margem EBITDA

A Companhia atingiu EBITDA de R\$65,4 milhões no 3T17, o que representa uma margem de 17,6% e um aumento de 17,1% em relação aos resultados apresentados no 3T16. Dentre os principais motivos, destacam-se:

- i) crescimento de 6,9% na receita líquida ante o mesmo período do ano anterior;
- ii) expansão da margem bruta em 190bps, encerrando o 3T17 em 45,8%;
- iii) aumento nas despesas relacionadas aos projetos estratégicos da Companhia e ao reforço de estrutura de pessoal e governança corporativa.

Em linha com o impacto apresentado nos trimestres anteriores, excluindo a operação nos EUA, a margem EBITDA consolidada da Companhia aumentaria 150 bps em linha com 3T16

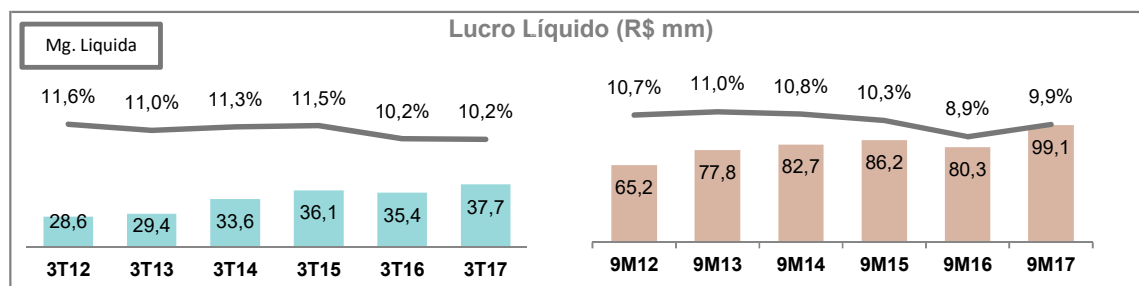


Lucro líquido e margem líquida

A Companhia apresentou conversão de margem EBITDA de 17,6% para margem líquida de 10,2% no 3T17 e o lucro líquido do período somou R\$ 37,7 milhões, um crescimento de 6,3% ante o 3T16.

Entre os fatores que contribuíram para um menor crescimento de Lucro Líquido em relação ao crescimento de EBITDA destacam-se: (i) maior alíquota efetiva no trimestre, em razão da não dedutibilidade do prejuízo da operação dos EUA; (ii) amortização de ativos intangíveis de duas lojas Anacapri; e (iii) menor receita financeira, dada a redução da taxa SELIC nos últimos 12 meses.

Reconciliação do EBITDA	3T17	3T16	9M17	9M16
Lucro líquido	37.681	35.440	99.126	80.332
(-) Imposto de renda e contribuição social	(20.532)	(17.329)	(42.021)	(30.130)
(-) Resultado financeiro	1.996	3.373	11.994	6.518
(-) Depreciação e amortização	(9.218)	(6.500)	(22.630)	(19.282)
(=) EBITDA	65.435	55.896	151.783	123.226



Geração de caixa operacional

A Arezzo&Co gerou R\$ 33,2 milhões de caixa operacional no 3T17, montante superior ao apresentado no 3T16, fruto do foco da Companhia em gerir de forma mais eficiente seu capital de giro, com melhora significativa e contínua em contas a receber e estoques, bem como o aumento do LAIR em 10,3%.

Geração de caixa operacional	3T17	3T16	$\Delta 17 \times 16$ (R\$)	$\Delta 17 \times 16$ (%)	9M17	9M16	$\Delta 17 \times 16$ (R\$)	$\Delta 17 \times 16$ (%)
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	58.213	52.769	5.444	10,3%	141.147	110.462	30.685	27,8%
Depreciações e amortizações	9.218	6.500	2.718	41,8%	22.630	19.282	3.348	17,4%
Outros	(2.925)	(880)	(2.045)	232,4%	(4.271)	(22.555)	18.284	n/a
Decréscimo (acrécimo) de ativos/passivos	(18.260)	(21.674)	3.414	(15,8%)	(3.655)	(31.950)	28.295	(88,6%)
Contas a receber de clientes	(50.078)	(50.634)	556	(1,1%)	(30.567)	(53.991)	23.424	(43,4%)
Estoques	5.014	3.741	1.273	34,0%	(9.794)	(17.917)	8.123	(45,3%)
Fornecedores	19.670	21.930	(2.260)	(10,3%)	42.575	38.169	4.406	11,5%
Varição de outros ativos e passivos circulantes e não circulantes	7.134	3.289	3.845	116,9%	(5.869)	1.789	(7.658)	n/a
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(13.040)	(10.672)	(2.368)	22,2%	(27.911)	(19.209)	(8.702)	45,3%
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	33.206	26.043	7.163	27,5%	127.940	56.030	71.910	128,3%

Investimentos - CAPEX

Os investimentos da Companhia possuem três naturezas:

- i) Investimento em expansão ou 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 3T17, a Arezzo&Co investiu R\$ 5,1 milhões em capex, com destaque para a abertura de duas lojas próprias, uma da marca Arezzo e outra da marca Alexandre Birman, bem como aquisição de algumas licenças de software.

Sumário de investimentos	3T17	3T16	$\Delta 17 \times 16$ (%)	9M17	9M16	$\Delta 17 \times 16$ (%)
CAPEX total	5.084	5.343	(4,9%)	13.945	20.783	(32,9%)
Lojas - expansão e reformas	1.798	856	109,9%	5.453	5.801	(6,0%)
Corporativo	2.517	3.174	(20,7%)	5.963	8.336	(28,5%)
Outros	770	1.313	(41,4%)	2.529	6.646	(62,0%)

Posição de caixa e endividamento

A Companhia encerrou o 3T17 com caixa líquido de R\$ 125,0 milhões. No período, a política de endividamento se manteve conservadora, apresentando como principais características:

- Endividamento total de R\$93,2 milhões no 3T17 ante R\$95,7 milhões no 3T16;
- Endividamento de longo prazo de 21,7% da dívida total no 3T17, ante 30,7% no 3T16;
- O custo médio ponderado da dívida total da Companhia no 3T17 se manteve em níveis reduzidos.

Cabe destacar que durante o 3T17 houve pagamento de dividendos no montante de R\$ 88,8 milhões.

Posição de caixa e endividamento	3T17	2T17	3T16
Caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras	218.254	310.115	221.591
Dívida total	93.221	110.847	95.785
Curto prazo	72.946	88.311	66.424
% dívida total	78,3%	79,7%	69,3%
Longo prazo	20.275	22.536	29.361
% dívida total	21,7%	20,3%	30,7%
Dívida líquida	(125.033)	(199.268)	(125.806)

ROIC (Retorno sobre o Capital Investido)

O retorno sobre o capital investido (ROIC) novamente apresentou crescimento no 3T17, atingindo o patamar de 23,9%. Entre os fatores responsáveis pela melhora estão:

- Crescimento do NOPAT em 18,9% ante 3T16;
- Ações de melhoria de capital de giro, com foco na redução de estoques e contas a receber;
- Redução de ativo permanente, resultado da menor representatividade de lojas próprias no mix da Companhia.

Resultado operacional	3T17	3T16	3T15	$\Delta 17 \times 16$ (%)
EBIT (LTM)	176.535	142.470	145.373	23,9%
+ IR e CS (LTM)	(52.742)	(38.381)	(46.200)	37,4%
NOPAT	123.793	104.089	99.173	18,9%
Capital de giro ¹	314.394	344.943	341.839	(8,9%)
Ativo permanente	151.562	162.540	168.276	(6,8%)
Outros ativos de longo prazo ²	32.025	31.450	23.276	1,8%
Capital empregado	497.981	538.933	533.391	(7,6%)
Média do capital empregado³	518.457	536.162		(3,3%)
ROIC⁴	23,9%	19,4%		

(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	3T17	2T17	3T16
Ativo circulante	712.162	767.569	719.074
Caixa e equivalentes de caixa	4.920	7.695	7.155
Aplicações financeiras	213.334	302.420	214.436
Contas a receber de clientes	340.155	293.872	334.858
Estoques	116.783	123.048	124.019
Impostos a recuperar	19.966	20.858	21.468
Outros créditos	17.004	19.676	17.138
Ativo não circulante	200.494	200.220	203.994
Realizável a longo Prazo	48.932	43.222	41.454
Contas a receber de clientes	10.368	8.432	13.896
Imposto de renda e contribuição social diferidos	16.907	14.049	10.004
Outros créditos	21.657	20.741	17.554
Investimento	2.406	2.406	1.177
Imobilizado	68.954	71.549	72.741
Intangível	80.202	83.043	88.622
Total do ativo	912.656	967.789	923.068
Passivo	3T17	2T17	3T16
Passivo circulante	252.460	256.977	230.221
Empréstimos e financiamentos	72.946	88.311	66.424
Fornecedores	109.014	89.346	103.050
Outras obrigações	70.500	79.320	60.747
Passivo não circulante	29.957	32.160	37.887
Empréstimos e financiamentos	20.275	22.536	29.361
Partes relacionadas	1.180	1.232	1.208
Outras obrigações	8.502	8.392	7.318
Patrimônio líquido	630.239	678.652	654.960
Capital social	330.375	330.375	310.008
Reserva de capital	43.268	41.758	38.371
Reservas de lucros	217.024	269.024	261.249
Ajuste de avaliação patrimonial	-1.182	-2.410	-1.850
Lucro do exercício	40.754	39.905	47.182
Proposta de distribuição de dividendos adicional	-	-	-
Total do passivo e patrimônio líquido	912.656	967.789	923.068

Demonstrativo de resultado (IFRS)

DRE - IFRS	3T17	3T16	Var. %	9M17	9M16	Var. %
Receita operacional líquida	370.793	346.941	6,9%	996.873	900.240	10,7%
Custo dos produtos vendidos	(200.974)	(194.741)	3,2%	(542.659)	(504.180)	7,6%
Lucro bruto	169.819	152.200	11,6%	454.214	396.060	14,7%
Receitas (despesas) operacionais:	(113.602)	(102.804)	10,5%	(325.061)	(292.116)	11,3%
Comerciais	(86.311)	(80.003)	7,9%	(242.651)	(223.320)	8,7%
Administrativas e gerais	(27.009)	(21.275)	27,0%	(81.593)	(66.966)	21,8%
Outras receitas operacionais, líquidas	(282)	(1.526)	-81,5%	(817)	(1.830)	-55,4%
Lucro antes do resultado financeiro	56.217	49.396	13,8%	129.153	103.944	24,3%
Resultado Financeiro	1.996	3.373	-40,8%	11.994	6.518	84,0%
Lucro antes do IR e CS	58.213	52.769	10,3%	141.147	110.462	27,8%
Imposto de renda e contribuição social	(20.532)	(17.329)	18,5%	(42.021)	(30.130)	39,5%
Corrente	(23.390)	(20.079)	16,5%	(50.523)	(33.849)	49,3%
Diferido	2.858	2.750	3,9%	8.502	3.719	128,6%
Lucro líquido do exercício	37.681	35.440	6,3%	99.126	80.332	23,4%

Fluxo de Caixa - IFRS

DFC	3T17	3T16	9M17	9M16
Das atividades operacionais				
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	58.213	52.769	141.147	110.462
Ajustes p/ conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	6.293	5.620	18.359	(3.273)
Depreciações e amortizações	9.218	6.500	22.630	19.282
Rendimento de aplicação financeira	(6.485)	(6.804)	(21.351)	(21.722)
Juros e variação cambial	(1.301)	6.203	940	(5.427)
Outros	4.861	(279)	16.140	4.594
Decréscimo (acrécimo) em ativos				
Contas a receber de clientes	(50.078)	(50.634)	(30.567)	(53.991)
Estoques	5.014	3.741	(9.794)	(17.917)
Impostos a recuperar	350	2.188	(8.148)	(5.820)
Variação de outros ativos circulantes	4.015	3.405	(255)	6.813
Depósitos judiciais	(1.281)	(1.971)	(3.835)	(4.412)
Decréscimo (acrécimo) em passivos				
Fornecedores	19.670	21.930	42.575	38.169
Obrigações trabalhistas	8.726	6.045	12.234	10.744
Obrigações fiscais e sociais	(2.803)	(4.029)	(5.860)	(5.459)
Variação de outras obrigações	(1.873)	(2.349)	(5)	(77)
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(13.040)	(10.672)	(27.911)	(19.209)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	33.206	26.043	127.940	56.030
Das atividades de investimento				
Alienação de imobilizado e intangível	637	2.745	674	2.745
Aquisições de imobilizado e intangível	(5.084)	(5.342)	(13.944)	(20.783)
Aplicações financeiras	(180.541)	(228.192)	(665.071)	(560.956)
Resgate de aplicações financeiras	274.971	231.652	706.635	579.577
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	89.983	863	28.294	583
Das atividades de financiamento com terceiros				
Captações	11.138	22.485	50.245	46.248
Pagamentos de empréstimos	(26.238)	(30.858)	(62.531)	(63.818)
Pagamentos de juros sobre empréstimos	(288)	(140)	(935)	(1.321)
Caixa líquido utilizado pelas atividades de financiamento com terceiros	(15.388)	(8.513)	(13.221)	(18.891)
Das atividades de financiamento com acionistas				
Juros sobre o capital próprio	(21.540)	(21.893)	(21.540)	(21.893)
Distribuição de lucros	(88.832)	1	(141.807)	(18.704)
Créditos (débitos) com sócios	(52)	67	(34)	(183)
Emissão de Ações	-	950	20.367	1.931
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(110.424)	(20.875)	(143.014)	(38.849)
Aumento (redução) das disponibilidades	(2.623)	(2.482)	(1)	(1.127)
Disponibilidades				
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	(152)	30	(99)	(540)
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	7.695	9.607	7.155	8.822
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	4.920	7.155	7.695	7.155
Aumento (redução) das disponibilidades	(2.623)	(2.482)	639	(1.127)

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.