

Divulgação de Resultados - 2T15

AREZZO
&CO

AREZZO

SCHUTZ

ALEXANDRE
BIRMAN

ANACAPRI

Divulgação de Resultados - 2T15

AREZZO

SCHUTZ

ALEXANDRE
BIRMAN

ANACAPRI



Belo Horizonte, 5 de agosto de 2015. A Arezzo&Co (BM&FBOVESPA: ARZZ3), líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos no Brasil, divulga os resultados do 2º trimestre de 2015. 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 2014 (2T14), exceto quando estiver indicado de outra forma.

Cotação ARZZ3 em 04.08.15:

R\$ 20,32

Valor de mercado em 04.08.15:

R\$ 1.803,1 milhões

Teleconferência de resultados:

Quinta-feira, 6 de agosto de 2015

12h00 (horário de Brasília)

Telefones para conexão:

Participantes que ligam de São Paulo: 11 3193-1001

Participantes que ligam do Brasil e outros países: +55 11 2820-4001

Participantes que ligam do EUA: 1-866-700-0802

Senha: Arezzo&Co

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

Relações com Investidores:

Thiago Borges

Diretor Financeiro e de RI

Leonardo Pontes dos Reis, CFA

Gerente de RI

Leandro Vieira

Analista de RI

Contato:

E-mail: ri@arezzoco.com.br

Tel: +55 11 2132-4300

Arezzo&Co registra crescimento de 12,5% da receita líquida no 2T15 e EBITDA de R\$43,0 milhões

DESTAQUES

- A receita líquida do 2T15 alcançou R\$285,5 milhões, crescimento de 12,5% sobre o 2T14;
- No 2T15, o lucro bruto da Companhia atingiu R\$120,6 milhões, com margem bruta de 42,2%;
- O EBITDA do 2T15 somou R\$43,0 milhões, com margem de 15,1%;
- No 2T15, o lucro líquido foi de R\$31,9 milhões, com margem líquida de 11,2%;
- Neste trimestre a Arezzo&Co abriu três lojas, com crescimento de 8,8% da área de vendas nos últimos 12 meses.

Resumo do Resultado	2T14	2T15	Cresc. ou spread (%)	1S14	1S15	Cresc. ou spread (%)
Receita Líquida	253.748	285.450	12,5%	467.173	521.692	11,7%
Lucro Bruto	112.908	120.555	6,8%	204.969	216.455	5,6%
<i>Margem bruta</i>	44,5%	42,2%	-2,3 p.p.	43,9%	41,5%	-2,4 p.p.
EBITDA¹	42.281	42.979	1,7%	69.570	71.090	2,2%
<i>Margem EBITDA</i>	16,7%	15,1%	-1,6 p.p.	14,9%	13,6%	-1,3 p.p.
Lucro líquido	31.633	31.938	1,0%	49.066	50.081	2,1%
<i>Margem líquida</i>	12,5%	11,2%	-1,3 p.p.	10,5%	9,6%	-0,9 p.p.

Indicadores Operacionais	2T14	2T15	Cresc. ou spread (%)	1S14	1S15	Cresc. ou spread (%)
Número de pares vendidos ('000)	2.519	2.380	-5,5%	4.577	4.607	0,6%
Número de bolsas vendidas ('000)	161	227	41,0%	323	413	27,9%
Número de funcionários*	2.062	2.193	6,4%	2.062	2.193	6,4%
Número de lojas**	468	517	49	468	517	49
<i>Próprias</i>	51	52	1	51	52	1
<i>Franquias</i>	417	465	48	417	465	48
Outsourcing (% da produção total)	89,8%	91,3%	1,5 p.p.	90,0%	91,2%	1,2 p.p.
SSS² sell-in (franquias)	1,1%	-6,0%	-7,1 p.p.	4,7%	-5,0%	-9,7 p.p.
SSS² sell-out (lojas próprias + franquias)	6,7%	0,6%	-6,1 p.p.	5,1%	0,6%	-4,5 p.p.
SSS² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	7,7%	1,4%	-6,3 p.p.	5,9%	1,8%	-4,1 p.p.

*Número de funcionários não inclui vagas legais

**Incluem 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. 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 de Franquias – 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 de 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 passa a também reportar o SSS de sell-out incluindo as vendas do canal web commerce.

Receita Bruta	2T14	Part%	2T15	Part%	Cresc. %	1S14	Part%	1S15	Part%	Cresc. %
Receita bruta total	327.520		363.495		11,0%	603.363		663.939		10,0%
Mercado externo	16.683	5,1%	30.546	8,4%	83,1%	26.219	4,3%	47.306	7,1%	80,4%
Mercado interno	310.837	94,9%	332.949	91,6%	7,1%	577.144	95,7%	616.633	92,9%	6,8%
Por marca										
<i>Arezzo</i>	175.027	56,3%	179.079	53,8%	2,3%	339.581	58,8%	345.527	56,0%	1,8%
<i>Schutz</i>	117.188	37,7%	126.046	37,9%	7,6%	205.436	35,6%	225.435	36,6%	9,7%
<i>Anacapri</i>	16.525	5,3%	25.039	7,5%	51,5%	28.320	4,9%	40.924	6,6%	44,5%
<i>Outros¹</i>	2.097	0,7%	2.785	0,8%	32,8%	3.807	0,7%	4.747	0,8%	24,7%
Por canal										
<i>Franquias</i>	151.097	48,6%	155.292	46,6%	2,8%	297.002	51,5%	301.309	48,9%	1,5%
<i>Multimarcas</i>	83.629	26,9%	88.614	26,6%	6,0%	139.227	24,1%	154.671	25,1%	11,1%
<i>Lojas próprias²</i>	74.920	24,1%	87.700	26,3%	17,1%	138.848	24,1%	158.242	25,7%	14,0%
<i>Outros³</i>	1.191	0,3%	1.343	0,5%	12,8%	2.067	0,3%	2.411	0,3%	16,6%

(1) Inclui a marca Alexandre Birman apenas no mercado interno e outras receitas não específicas das marcas.

(2) Lojas Próprias: inclui o canal de vendas Web Commerce.

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

Marcas

A Arezzo&Co tem em sua plataforma quatro importantes marcas: Arezzo, Schutz, Anacapri e Alexandre Birman, distribuídas através de uma rede de Lojas Próprias, Franquias, Multimarcas e Web Commerce, presente em todos os estados do país. Os produtos também são comercializados internacionalmente através de diversos canais: Lojas Próprias, Franquias, Multimarcas e Lojas de Departamento.

Seguindo o calendário de coleções da Companhia, o segundo trimestre concentra a maior parte das vendas da coleção de inverno. Este período é marcado por duas das principais datas de sell-out do primeiro semestre: Dia das Mães, em maio, e Dia dos Namorados, em junho. No fim do trimestre, em paralelo com a liquidação da coleção de inverno, a Companhia inicia a preparação para a coleção de verão com a Cruise Collection na marca Arezzo e a Resort na marca Schutz, trazendo uma primeira informação do que será tendência nas lojas na estação.

A marca Arezzo alcançou R\$179,1 milhões em receita bruta no 2T15, crescimento de 2,3% em relação ao 2T14, representando 53,8% das vendas domésticas. Para o Dia das Mães, a marca executou sua campanha de forma criativa, engajando consumidoras na ação "Mãe Eu Te Amo" através de kits especialmente desenvolvidos para a data e um visual merchandising atrativo nas lojas, resultando em um saudável aumento de vendas na rede no período, particularmente em bolsas. Adicionalmente, a marca Arezzo atingiu mais de 1 milhão de seguidores no Instagram, consolidando sua presença online através de um diálogo constante e direto com as suas consumidoras, já em preparação para o lançamento do canal webcommerce na marca no 3T15. Além disso, neste trimestre, foram reformadas duas lojas para o novo modelo arquitetônico da marca.

A marca Schutz apresentou crescimento de 7,6% no 2T15 em relação ao 2T14, atingindo receita bruta de R\$126,0 milhões, ou 37,9% das vendas no mercado interno. A categoria de bolsas continuou sendo destaque e apresentou crescimento de 42,0% no trimestre: a coleção Schutz Tag Me, com bolsas e calçados que podiam ser customizados com adesivos desenvolvidos especialmente para a marca, permitiu que a consumidora refletisse seu próprio lifestyle no produto. Adicionalmente, a execução da estratégia do canal web commerce, com a nova plataforma completando um ano no 3T15, continuou apresentando forte resultado, atingindo crescimento de 40,4% no trimestre. Ainda no 2T15, a marca Schutz lançou seu aplicativo mobile chamado Schutz Now, possibilitando maior interação da cliente com a marca, além de fomentar a estratégia Omni Channel do Grupo.

A marca Anacapri atingiu receita de R\$25,0 milhões no 2T15, crescimento de 51,5% sobre o 2T14. No trimestre, a marca realizou mais uma vez parcerias estratégicas de sucesso para o Dia das Mães e Dia dos Namorados, fortalecendo seu branding. A marca continua sua expansão no canal Franquias, com resultados positivos que proporcionam saudável crescimento da marca, encerrando o trimestre com 56 lojas no canal. O canal web commerce, lançado na marca no trimestre anterior, vem apresentando bom desenvolvimento e já representa aproximadamente 3% do faturamento da marca.

Marcas

No trimestre, a marca Alexandre Birman reforçou seu conceito de exclusividade com a icônica sandália Clarita e para celebrar este internacionalmente reconhecido best-seller em todas as coleções, a marca ofereceu um jantar em Nova Iorque intitulado “Clarita Celebratory Dinner”, no qual estiveram presentes diversos formadores de opinião, além de importantes veículos de mídia. Para o Dia dos Namorados, a marca ofereceu pingentes em metais para personalizar seus sapatos com as iniciais da consumidora. Vale mencionar também que a coleção de resort da marca obteve boa aceitação, contribuindo para a penetração da marca em diversos países da Europa.

Canais

Monomarcas - Franquias e Lojas Próprias

Seguindo a estratégia da Companhia de fortalecimento das lojas monomarca, as vendas do sell-out da rede Arezzo&Co (Lojas Próprias + Web Commerce + Franquias) cresceram 8,8% no 2T15 em relação ao 2T14, devido principalmente à expansão da área de vendas em 8,8%, enquanto as vendas nas mesmas lojas (SSS - sell-out) apresentaram crescimento de 1,4% no período.

O crescimento da receita da Companhia proveniente das lojas monomarca, representadas por sell-in de franquias e sell-out de lojas próprias, foi de 7,5% no 2T15 ante o 2T14, devido principalmente à expansão da área de vendas em 10,1% nos últimos 12 meses, excluindo área de outlets, e também devido ao forte crescimento de 41,0% no volume da categoria de bolsas no período, resultado do trabalho de desenvolvimento da estratégia da categoria nas marcas. As lojas monomarca representaram 73,0% das vendas domésticas no 2T15.

O canal Franquias apresentou crescimento de 2,8% no sell-in no trimestre, representando 46,6% das vendas domésticas no 2T15, impulsionado pela abertura de 49 franquias nos últimos 12 meses, sendo 14 da marca Arezzo, 5 da marca Schutz e 30 da marca Anacapri. Além disso, 8 franquias da marca Arezzo foram expandidas nos últimos 12 meses, adicionando 213,1 m² à área de vendas do canal.

As vendas de sell-in, ou seja, aquelas feitas pela Arezzo&Co aos seus franqueados, tiveram redução nas mesmas franquias (SSS – franquias) de 6,0% no 2T15 quando comparado ao 2T14, devido principalmente à estratégia da Companhia de aumentar a margem bruta da rede, com maior mark-up médio e menos sobras ao final das coleções, resultando em SSS sell-in abaixo do SSS sell-out neste trimestre.

Considerando somente o canal Lojas Próprias, houve crescimento de 17,1% no 2T15 quando comparado ao 2T14, impulsionado pelo aumento de 8,5% na área de vendas, excluindo outlets, além do crescimento do canal web commerce.

Com a abertura de três lojas, a Companhia encerrou o trimestre com 511 lojas monomarcas no Brasil e seis no exterior, sendo no Brasil 373 da marca Arezzo, 76 da marca Schutz, 60 da marca Anacapri e duas da marca Alexandre Birman.

Canais

Histórico de lojas	2T14	3T14	4T14	1T15	2T15
Área de venda^{1, 3} - Total (m²)	32.381	32.859	35.641	35.735	35.235
Área de venda - franquias (m²)	26.056	26.472	28.466	28.337	28.744
Área de venda - lojas próprias ² (m²)	6.325	6.387	7.175	7.398	6.491
Total de lojas no Brasil	461	472	508	508	511
Número de franquias	411	421	455	455	460
Arezzo	342	344	359	356	356
Schutz	43	43	46	46	48
Anacapri	26	34	50	53	56
Número de lojas próprias	50	51	53	53	51
Arezzo	17	17	19	19	17
Schutz	25	26	27	28	28
Alexandre Birman	2	2	2	2	2
Anacapri	6	6	5	4	4
Total de lojas no Exterior	7	7	8	6	6
Número de franquias	6	6	7	5	5
Número de lojas próprias	1	1	1	1	1

1. Inclui metragens das 6 lojas no exterior

2. Inclui 5 lojas do tipo Outlets cuja área total é de 2.032 m²

3. Inclui metragens de lojas ampliadas

Multimarcas

No 2T15, o faturamento do canal Multimarcas apresentou crescimento de 6,0%, continuando a tendência de crescimento apresentada nos três trimestres anteriores em razão da consolidação da estratégia da Companhia de unificação da gestão de todas as marcas do canal, aliado ao contínuo interesse demonstrado pelos lojistas em produtos e marcas com histórico de maior assertividade no ponto de venda. A Companhia acredita na importância estratégica do canal, trabalhando para conquistar novos clientes, crescer o share of wallet nos clientes existentes inclusive através de novas categorias, tais como bolsas, e aumentar o cross selling entre as marcas.

Devido ao descredenciamento de algumas lojas do canal ocorrido a partir do segundo semestre de 2013, as quatro marcas do grupo passaram a ser distribuídas através de 2.228 lojas, redução de 2,3% ante o 2T14, e estão presentes em 1.216 cidades.

Principais indicadores financeiros	2T14	2T15	Cresc. ou spread (%)	1S14	1S15	Cresc. ou spread (%)
Receita Líquida	253.748	285.450	12,5%	467.173	521.692	11,7%
CMV	(140.840)	(164.895)	17,1%	(262.204)	(305.237)	16,4%
Lucro bruto	112.908	120.555	6,8%	204.969	216.455	5,6%
<i>Margem bruta</i>	44,5%	42,2%	-2,3 p.p.	43,9%	41,5%	-2,4 p.p.
SG&A	(73.724)	(83.697)	13,5%	(141.705)	(157.270)	11,0%
<i>%Receita</i>	29,1%	29,3%	0,2 p.p.	30,3%	30,1%	-0,2 p.p.
Despesa comercial	(51.903)	(55.710)	7,3%	(97.824)	(106.774)	9,1%
Lojas próprias	(22.291)	(25.108)	12,6%	(44.862)	(48.066)	7,1%
Venda, logística e suprimentos	(29.612)	(30.602)	3,3%	(52.962)	(58.708)	10,8%
Despesas gerais e administrativas	(17.065)	(20.646)	21,0%	(34.980)	(36.558)	4,5%
Outras (despesas) e receitas	(1.659)	(1.220)	-26,5%	(2.595)	(2.033)	-21,7%
Depreciação e amortização	(3.097)	(6.121)	97,6%	(6.306)	(11.905)	88,8%
EBITDA	42.281	42.979	1,7%	69.570	71.090	2,2%
<i>Margem EBITDA</i>	16,7%	15,1%	-1,6 p.p.	14,9%	13,6%	-1,3 p.p.
Lucro líquido	31.633	31.938	1,0%	49.066	50.081	2,1%
<i>Margem líquida</i>	12,5%	11,2%	-1,3 p.p.	10,5%	9,6%	-0,9 p.p.
Capital de giro¹ - % da receita	30,2%	29,0%	-1,2 p.p.	30,2%	29,0%	-1,2 p.p.
Capital empregado² - % da receita	41,9%	43,1%	1,2 p.p.	41,9%	43,1%	1,2 p.p.
Dívida total	80.853	98.387	21,7%	80.853	98.387	21,7%
Dívida líquida ³	(78.343)	(77.924)	-0,5%	(78.343)	(77.924)	-0,5%
Dívida líquida/EBITDA	-0,5x	-0,5x	n/a	-0,5x	-0,5x	n/a

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

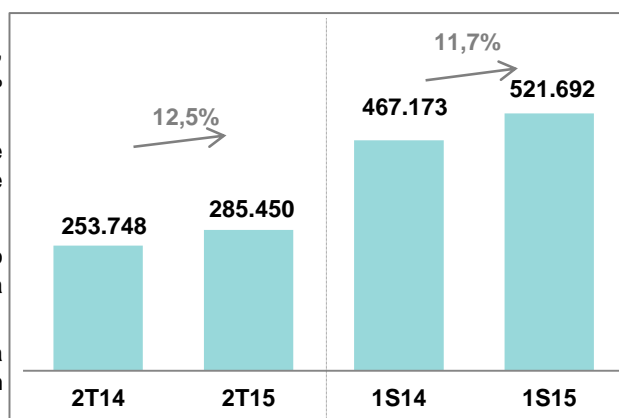
A receita líquida da Companhia atingiu R\$285,5 milhões neste trimestre, crescimento de 12,5% em relação ao 2T14. Dentre os principais fatores que resultaram neste crescimento destacam-se:

i) Expansão de 10,1% da área de vendas ante o 2T14, excluindo outlets, com destaque para o crescimento de 10,3% da área de Franquias;

ii) Crescimento do indicador de same store sales (conceito de vendas nas mesmas lojas) do sell-out em 1,4% e redução de 6,0% do SSS sell-in;

iii) Canal Multimarcas apresentou crescimento de 6,0% ante o 2T14, continuando a tendência de crescimento apresentada nos últimos 9 meses;

iv) Encerramento do benefício fiscal devido à redução da alíquota de ICMS, a qual impactou positivamente o 2T14 em R\$1,2 milhão na receita líquida.

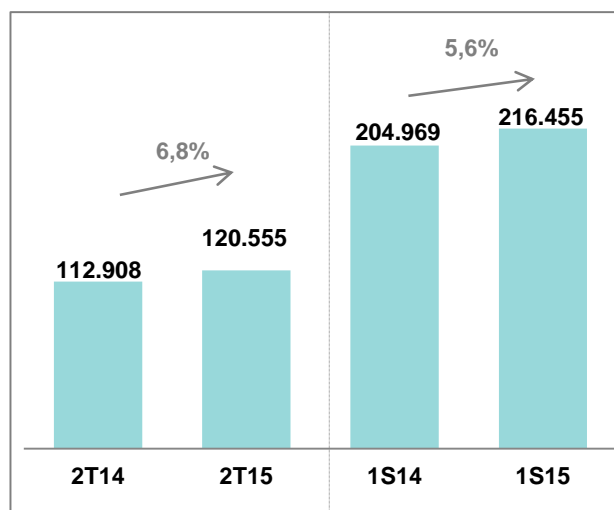


Lucro bruto

O lucro bruto do 2T15 cresceu 6,8% na comparação com o 2T14, totalizando R\$120,6 milhões e margem bruta de 42,2%.

O crescimento do lucro bruto no 2T15 reflete, em especial, o aumento da receita líquida em 12,5%.

A Companhia segue uma estratégia de manter as margens estáveis por canal, sendo que o canal de Lojas Próprias é o que está sujeito à maior variação. No 2T15, a mudança do mix de canais impactou negativamente a margem bruta consolidada.



Neste trimestre, diferentemente do 2T14, os gastos de agenciamento foram incluídos nos custos de produtos vendidos em vez de despesas comerciais com vendas, logística e suprimentos, impactando negativamente a comparação da margem bruta entre os períodos em 130 bps. Além disso, o encerramento do benefício temporário de ICMS também impactou a comparação da margem bruta com o 2T14 em 30 bps. Excluindo esses efeitos, o lucro bruto seria de R\$125,6 milhões, com margem bruta de 43,8%.

Despesas operacionais

Despesas Comerciais

As Despesas Comerciais da Companhia podem ser divididas em dois principais grupos:

- i) Despesas de Lojas Próprias:
 - Abrangem apenas as despesas das lojas próprias, sell out.
- ii) Despesas de Venda, Logística e Suprimentos:
 - Compreendem despesas da operação de sell in e de sell out.

No 2T15, houve uma expansão de 7,3% das despesas comerciais quando comparadas ao 2T14, alcançando R\$55,7 milhões neste trimestre ante R\$51,9 milhões no mesmo período do ano anterior. As despesas de venda, logística e suprimentos somaram R\$30,6 milhões no período, aumento de 3,3%, devido principalmente à variação cambial de R\$1,4 milhão nas despesas da operação dos Estados Unidos em relação ao mesmo trimestre do ano anterior.

As despesas com lojas próprias totalizaram R\$25,1 milhões no 2T15, aumento de 12,6% na comparação com o 2T14, ficando abaixo do crescimento de 17,1% do sell-out no mesmo período.

Despesas Gerais e Administrativas

No 2T15, as despesas gerais e administrativas somaram R\$20,6 milhões ante R\$17,1 milhões no mesmo trimestre do ano anterior, crescimento de 21,0%. Durante o período, despesas com ajustes no quadro de colaboradores totalizaram R\$1,0 milhão, cujos benefícios devem ser apresentados ao longo do ano. Adicionalmente, novas despesas relativas ao ERP da Companhia, tais como licenças de software e pessoas anteriormente alocadas no projeto de implantação, totalizaram R\$900 mil no período. Além disso, a variação cambial na operação dos Estados Unidos em relação ao mesmo trimestre do ano anterior totalizou R\$400 mil. A Companhia continua buscando um forte controle das despesas com o objetivo de atingir maior alavancagem operacional, em linha com suas expectativas para o ano.

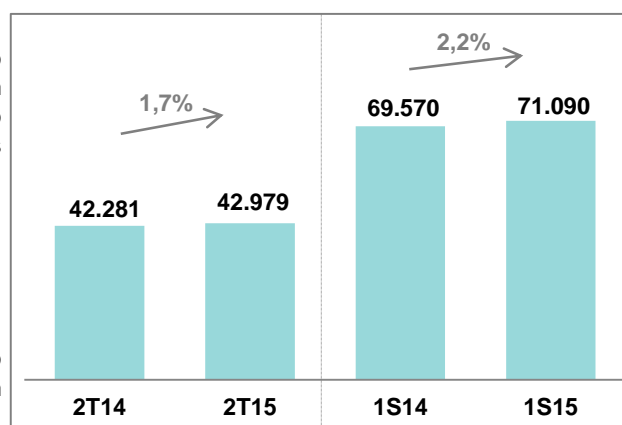
Outras (despesas) e receitas

No 2T15, a Companhia somou uma despesa de R\$1,2 milhão na linha de Outras Despesas Operacionais, em comparação com R\$1,7 milhão no 2T14.

EBITDA e margem EBITDA

O EBITDA da Companhia apresentou crescimento de 1,7% no 2T15 ante o 2T14, totalizando R\$43,0 milhões em comparação com R\$42,3 milhões do mesmo período do ano anterior, com margem EBITDA de 15,1%. Os principais fatores que levaram ao crescimento do EBITDA no trimestre foram:

- i) Aumento da receita líquida em 12,5%;
- ii) Crescimento do lucro bruto em 6,8%;
- iii) Despesas operacionais, excluindo depreciação, como percentual da receita em 27,2%, redução de 60 bps em relação ao apresentado no 2T14.



Excluindo os efeitos do encerramento do benefício fiscal devido à redução da alíquota de ICMS e da variação cambial na operação dos Estados Unidos, o EBITDA do 2T15 teria sido de R\$46,0 milhões, com margem de 16,0%.

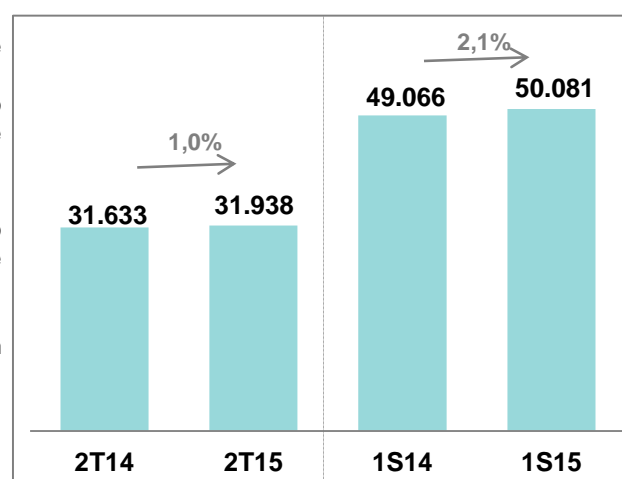
Reconciliação do EBITDA	2T14	2T15	1S14	1S15
Lucro líquido	31.633	31.938	49.066	50.081
(-) Imposto de renda e contribuição social	(11.400)	(6.973)	(20.964)	(19.180)
(-) Resultado financeiro	3.849	2.053	6.766	10.076
(-) Depreciação e amortização	(3.097)	(6.121)	(6.306)	(11.905)
(=) EBITDA	42.281	42.979	69.570	71.090

Lucro líquido e margem líquida (%)

A Companhia apresentou conversão de margem EBITDA de 15,1% no 2T15 para margem líquida de 11,2% no trimestre, reflexo do aumento do capital empregado em ativo imobilizado durante os últimos três anos, resultado do maior número de lojas próprias e maiores investimentos em TI.

O início da depreciação do novo ERP da Companhia em razão da finalização de sua implantação resultou em um aumento de 97,6% nas despesas com depreciação no período.

O lucro líquido do 2T15 somou R\$31,9 milhões, com margem líquida de 11,2%.



Geração de caixa operacional

A Arezzo&Co gerou R\$13,2 milhões de caixa operacional no 2T15, devido principalmente à menor necessidade de capital de giro, especialmente em estoques, além de apresentar uma menor alíquota de imposto de renda no trimestre.

Geração de caixa operacional	2T14	2T15	Variação em R\$	Variação em %	1S14	1S15	Variação em R\$	Variação em %
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	43.033	38.911	(4.122)	-9,6%	70.030	69.261	(769)	-1,1%
Depreciações e amortizações	3.097	6.121	3.024	97,6%	6.306	11.905	5.599	88,8%
Outros	1.754	(5.335)	(7.089)	n/a	(1.430)	(1.186)	244	-17,1%
Decréscimo (acrécimo) de ativos/passivos	(20.855)	(15.386)	5.469	-26,2%	(11.653)	(28.463)	(16.810)	144,3%
Contas a receber de clientes	9.189	5.511	(3.678)	-40,0%	11.692	(13.414)	(25.106)	n/a
Estoques	(18.161)	3.583	21.744	n/a	(35.935)	(19.603)	16.332	-45,4%
Fornecedores	(17.130)	(18.559)	(1.429)	8,3%	22.270	15.571	(6.699)	-30,1%
Variação de outros ativos e passivos circulantes e não circulantes	5.247	(5.921)	(11.168)	n/a	(9.680)	(11.017)	(1.337)	13,8%
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(18.200)	(11.109)	7.091	-39,0%	(20.542)	(14.128)	6.414	-31,2%
Disponibilidades líq. geradas pelas ativ. operacionais	8.829	13.202	4.373	49,5%	42.711	37.389	(5.322)	-12,5%

Investimentos - Capex

Os investimentos da Companhia têm 3 naturezas: 1) investimento em expansão ou reformas de pontos de venda próprios; 2) investimentos corporativos que incluem TI, instalações, showrooms e escritório; e 3) outros investimentos, que são principalmente relacionados à modernização da operação industrial.

O capex total no 2T15 foi de R\$5,8 milhões, relacionados principalmente a investimentos na estratégia Omni Channel da Companhia. O capex do 2T15 em comparação com o mesmo período do ano anterior reflete o encerramento da implantação do novo ERP e as diretrizes da Companhia para reduzir os investimentos em 2015.

Sumário de investimentos	2T14	2T15	Var. (%)	1S14	1S15	Var. (%)
Capex total	14.312	5.791	-59,5%	24.172	16.083	-33,5%
Lojas - expansão e reforma	2.534	1.572	-38,0%	5.716	2.039	-64,3%
Corporativo	10.028	4.083	-59,3%	16.114	11.579	-28,1%
Outros	1.750	135	-92,3%	2.342	2.465	5,2%

Posição de caixa e endividamento

A Companhia encerrou o 2T15 com R\$77,9 milhões de caixa líquido. A política de endividamento se manteve conservadora, apresentando como principais características:

- Endividamento total de R\$98,4 milhões no 2T15 ante R\$80,9 milhões no 2T14;
- Endividamento de Longo Prazo de 30,9% da dívida total no 2T15, ante 38,5% no 2T14;
- O custo médio ponderado da dívida total da Companhia no 2T15 se mantém em níveis reduzidos.

Posição de caixa e endividamento	2T14	1T15	2T15
Caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras	159.196	210.149	176.311
Dívida total	80.853	98.138	98.387
Curto prazo	49.753	65.718	67.946
% dívida total	61,5%	67,0%	69,1%
Longo prazo	31.100	32.420	30.441
% dívida total	38,5%	33,0%	30,9%
Dívida líquida	(78.343)	(112.011)	(77.924)

ROIC (Retorno sobre o Capital Investido)

Em linha com o direcionamento estratégico da Companhia, os níveis de investimento em Capital Empregado estão superiores aos dos anos anteriores, especialmente devido à abertura de lojas próprias ocorridas desde 2010. O Retorno sobre o Capital Investido (ROIC) foi de 21,6% no 2T15, impactado principalmente pela concentração de investimentos em infra-estrutura realizados ao longo dos últimos anos que somente apresentarão efeitos positivos nos médio e longo prazos, tais como os investimentos realizados na implantação do novo ERP da Companhia.

Resultado operacional	2T13	2T14	2T15	Cresc. (%)
EBIT (UDM) ¹	146.213	147.610	152.715	3,5%
+ IR e CS (UDM) ²	(42.341)	(48.099)	(49.736)	3,4%
NOPAT	103.872	99.511	102.979	3,5%
Capital de giro ³	244.670	299.906	321.277	7,1%
Ativo permanente	121.773	147.452	167.257	13,4%
Outros ativos de longo prazo ⁴	8.632	8.182	9.597	17,3%
Capital empregado	375.075	455.540	498.131	9,3%
Média do capital empregado⁵		415.308	476.836	14,8%
ROIC⁶		24,0%	21,6%	

1 - Não inclui impacto contábil não caixa e não recorrente de R\$8,7 milhões referente à implantação do novo ERP no 4T14.

2 - Ajustado pelo valor de R\$2,8 milhões para refletir o efeito mencionado acima no EBIT UDM.

3 - Capital de Giro: Ativo Circulante menos Caixa, Equivalente de Caixa e Aplicações Financeiras subtraído do Passivo Circulante menos Empréstimos e Financiamentos e Dividendos a pagar.

4 - Descontados do IR e Contribuição Social diferidos.

5 - Média de capital empregado no período e no mesmo período do ano anterior.

6 - ROIC: NOPAT dos últimos 12 meses dividido pelo capital empregado médio

Balço patrimonial

Ativo	2T14	1T15	2T15
Ativo circulante	552.254	668.561	628.169
Caixa e equivalentes de caixa	12.557	7.536	5.025
Aplicações financeiras	146.639	202.613	171.286
Contas a receber de clientes	235.814	296.838	291.327
Estoques	120.458	121.079	117.496
Impostos a recuperar	20.170	25.164	19.725
Outros créditos	16.616	15.331	23.310
Ativo não circulante	162.328	186.292	184.224
Realizável a longo Prazo	14.876	15.942	16.967
Aplicações financeiras	27	55	71
Imposto de renda e contribuição social diferidos	6.694	6.154	7.370
Outros créditos	8.155	9.733	9.526
Imobilizado	72.123	76.665	74.982
Intangível	75.329	93.685	92.275
Total do ativo	714.582	854.853	812.393

Passivo	2T14	1T15	2T15
Passivo circulante	142.906	221.701	198.527
Empréstimos e financiamentos	49.753	65.718	67.946
Fornecedores	57.129	104.445	85.886
Dividendos e juros sobre capital próprio a pagar	1	0	0
Outras obrigações	36.023	51.538	44.695
Passivo não circulante	38.629	39.521	37.499
Empréstimos e financiamentos	31.100	32.420	30.441
Partes relacionadas	725	1.152	1.107
Outras obrigações	6.804	5.949	5.951
Patrimônio líquido	533.047	593.631	576.367
Capital social	219.186	260.197	260.197
Reserva de capital	68.856	31.943	33.154
Reservas de lucros	208.174	250.120	250.120
Ajuste de avaliação patrimonial	0	-2.120	-1.632
Proposta de distribuição de dividendo adicional	0	35.348	0
Lucro do exercício	36.831	18.143	34.528
Total do passivo e patrimônio líquido	714.582	854.853	812.393

Demonstrativo de resultado (IFRS)

DRE - IFRS	2T14	2T15	Var.%	1S14	1S15	Var.%
Receita operacional líquida	253.748	285.450	12,5%	467.173	521.692	11,7%
Custo dos produtos vendidos	(140.840)	(164.895)	17,1%	(262.204)	(305.237)	16,4%
Lucro bruto	112.908	120.555	6,8%	204.969	216.455	5,6%
Receitas (despesas) operacionais:	(73.724)	(83.697)	13,5%	(141.705)	(157.270)	11,0%
Comerciais	(53.510)	(59.927)	12,0%	(101.231)	(114.893)	13,5%
Administrativas e gerais	(18.555)	(22.550)	21,5%	(37.879)	(40.344)	6,5%
Outras receitas operacionais, líquidas	(1.659)	(1.220)	-26,5%	(2.595)	(2.033)	-21,7%
Lucro antes do resultado financeiro	39.184	36.858	-5,9%	63.264	59.185	-6,4%
Resultado Financeiro	3.849	2.053	-46,7%	6.766	10.076	48,9%
Lucro antes do IR e CS	43.033	38.911	-9,6%	70.030	69.261	-1,1%
Imposto de renda e contribuição social	(11.400)	(6.973)	-38,8%	(20.964)	(19.180)	-8,5%
Corrente	(9.802)	(8.189)	-16,5%	(22.144)	(22.426)	1,3%
Diferido	(1.598)	1.216	-176,1%	1.180	3.246	175,1%
Lucro líquido do exercício	31.633	31.938	1,0%	49.066	50.081	2,1%

Fluxo de Caixa - IFRS

DFC	2T14	2T15	1S14	1S15
Das atividades operacionais				
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	43.033	38.911	70.030	69.261
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	4.851	786	4.876	10.719
Depreciações e amortizações	3.097	6.121	6.306	11.905
Rendimento de aplicação financeira	(885)	(3.496)	(5.195)	(8.879)
Juros e variação cambial	(800)	(4.032)	(1.753)	4.044
Outros	3.439	2.193	5.518	3.649
Decréscimo (acréscimo) em ativos				
Contas a receber de clientes	9.189	5.511	11.692	(13.414)
Estoques	(18.161)	3.583	(35.935)	(19.603)
Impostos a recuperar	4.606	5.439	(982)	8.017
Variação de outros ativos circulantes	269	(7.050)	152	(11.239)
Depósitos judiciais	(298)	(299)	264	(610)
Acréscimo (decréscimo) em passivos				
Fornecedores	(17.130)	(18.559)	22.270	15.571
Obrigações trabalhistas	4.135	4.423	1.635	1.209
Obrigações fiscais e sociais	(596)	(7.818)	(6.969)	(8.229)
Variação de outras obrigações	(2.869)	(616)	(3.780)	(165)
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(18.200)	(11.109)	(20.542)	(14.128)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	8.829	13.202	42.711	37.389
Das atividades de investimento				
Alienação de imobilizado e intangível	2.204	1.871	4.667	1.871
Aquisições de imobilizado e intangível	(14.312)	(5.791)	(24.172)	(16.083)
Aplicações financeiras	(93.137)	(227.767)	(177.722)	(344.254)
Resgate de aplicações financeiras	143.963	262.574	208.179	371.359
Caixa líquido gerado pelas atividades de investimento	38.718	30.887	10.952	12.893
Das atividades de financiamento com terceiros				
Captações	5.569	15.904	15.860	34.451
Pagamentos de empréstimos	(20.201)	(11.010)	(30.919)	(38.108)
Pagamentos de juros sobre empréstimos	(367)	(613)	(753)	(1.410)
Caixa líquido gerado (utilizado) pelas atividades de financiamento com terceiros	(14.999)	4.281	(15.812)	(5.067)
Das atividades de financiamento com acionistas				
Juros sobre o capital próprio	(10.440)	(15.553)	(18.038)	(15.553)
Distribuição de lucros	(20.894)	(35.348)	(20.894)	(35.348)
Créditos (débitos) com sócios	370	(45)	(148)	157
Emissão de Ações	-	-	-	-
Custos de transação para emissão de ações	-	-	-	-
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(30.964)	(50.946)	(39.080)	(50.744)
Efeito da variação cambial sobre o caixa e equivalentes de caixa	-	65	-	(277)
Aumento (redução) das disponibilidades	1.584	(2.511)	(1.229)	(5.806)
Disponibilidades				
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	10.973	7.536	13.786	10.831
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	12.557	5.025	12.557	5.025
Aumento (redução) das disponibilidades	1.584	2.511	(1.229)	5.806

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.