

Divulgação de Resultados - 3T14

AREZZO
&CO

AREZZO

SCHUTZ

ALEXANDRE
BIRMAN

ANACAPRI

Divulgação de Resultados - 3T14

AREZZO



SCHUTZ



ALEXANDRE
BIRMAN



ANACAPRI



Belo Horizonte, 29 de outubro de 2014. A Arezzo&Co (BM&FBOVESPA: ARZZ3), líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos no Brasil, divulga os resultados do 3º trimestre de 2014. 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 2013 (3T13), exceto quando estiver indicado de outra forma.

Cotação ARZZ3 em 28.10.14:

R\$ 27,21

Valor de mercado em 28.10.14:

R\$ 2.413,1 milhões

Teleconferência de resultados:

Quinta-feira, 30 de outubro de 2014

11h00 (horário de Brasília)

Telefones para conexão:

Participantes que ligam de São Paulo: 11

3301-3000

Participantes que ligam do Brasil e outros

países: +55 11 4003-9004

Participantes que ligam do EUA:

1-866-866-2673

Senha: Arezzo&Co

A apresentação de slides e a conexão via webcast (via internet) estarão disponíveis 30 minutos antes em:

www.arezozco.com.br

Relações com Investidores:

Thiago Borges

Diretor Financeiro e de RI

Leonardo Pontes dos Reis, CFA

Gerente de RI

Contato:

E-mail: ri@arezozco.com.br

Tel: +55 11 2132-4300

Arezzo&Co registra crescimento de 12,2% da receita bruta no 3T14 e crescimento de 14,3% do lucro líquido, totalizando R\$33,6 milhões

DESTAQUES

- A receita bruta do 3T14 alcançou R\$379,0 milhões, crescimento de 12,2% sobre o 3T13;
- No 3T14, o lucro bruto da Companhia atingiu R\$124,9 milhões, crescimento de 7,6% sobre o lucro bruto do 3T13;
- O EBITDA do 3T14 somou R\$51,4 milhões, crescimento de 10,0% em relação ao 3T13, com margem de 17,4%;
- No 3T14, o lucro líquido cresceu 14,3% sobre o 3T13, totalizando R\$33,6 milhões, com margem líquida de 11,3%;
- Neste trimestre, a Arezzo&Co abriu 11 lojas e ampliou duas lojas, com crescimento de 13,3% da área de vendas nos últimos 12 meses.

Resumo do Resultado	3T13	3T14	Cresc. ou spread (%)	9M13	9M14	Cresc. ou spread (%)
Receita Líquida	266.671	296.099	11,0%	705.349	763.272	8,2%
Lucro Bruto	116.079	124.900	7,6%	311.570	329.869	5,9%
<i>Margem bruta</i>	43,5%	42,2%	-1,3 p.p.	44,2%	43,2%	-1,0 p.p.
EBITDA ¹	46.756	51.427	10,0%	115.870	120.997	4,4%
<i>Margem EBITDA</i>	17,5%	17,4%	-0,1 p.p.	16,4%	15,9%	-0,5 p.p.
Lucro líquido	29.387	33.601	14,3%	77.810	82.667	6,2%
<i>Margem líquida</i>	11,0%	11,3%	0,3 p.p.	11,0%	10,8%	-0,2 p.p.

Indicadores Operacionais	3T13	3T14	Cresc. ou spread (%)	9M13	9M14	Cresc. ou spread (%)
Número de pares vendidos ('000) ³	2.805	2.979	6,2%	7.094	7.556	6,5%
Número de bolsas vendidas ('000) ³	183	233	27,3%	447	556	24,4%
Número de funcionários	2.007	2.065	2,9%	2.007	2.065	2,9%
Número de lojas*	429	479	50	429	479	50
<i>Próprias</i>	56	52	-4	56	52	-4
<i>Franquias</i>	373	427	54	373	427	54
Outsourcing (% da produção total)	91,8%	91,0%	-0,8 p.p.	90,7%	90,4%	-0,3 p.p.
SSS ² sell-in (franquias)	0,6%	-0,4%	-1,0 p.p.	4,3%	2,7%	-1,6 p.p.
SSS ² sell-out (lojas próprias + franquias)	-5,1%	8,0%	13,1 p.p.	0,5%	6,1%	5,6 p.p.
SSS ² sell-out (lojas próprias + web + franquias)	-4,1%	10,4%	14,5 p.p.	1,8%	7,5%	5,7 p.p.

*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.

3- O volume de pares e bolsas ora retificado para o 9M13 foi de 7.094 mil pares vendidos e 447 mil bolsas vendidas.

Receita Bruta	3T13	Part%	3T14	Part%	Cresc. %	9M13	Part%	9M14	Part%	Cresc. %
Receita bruta total	337.798		378.991		12,2%	900.705		982.354		9,1%
Mercado externo	18.243	5,4%	24.532	6,5%	34,5%	45.732	5,1%	50.751	5,2%	11,0%
Mercado interno	319.555	94,6%	354.459	93,5%	10,9%	854.973	94,9%	931.603	94,8%	9,0%
Por marca										
<i>Arezzo</i>	201.670	63,1%	210.594	59,4%	4,4%	523.936	61,3%	550.175	59,1%	5,0%
<i>Schutz</i>	106.510	33,3%	119.309	33,7%	12,0%	296.087	34,6%	324.745	34,9%	9,7%
<i>Anacapri</i>	9.728	3,0%	22.451	6,3%	130,8%	26.731	3,1%	50.770	5,4%	89,9%
<i>Outros¹</i>	1.647	0,6%	2.105	0,6%	27,8%	8.219	1,0%	5.913	0,6%	-28,1%
Por canal										
<i>Franquias</i>	167.586	52,4%	180.943	51,0%	8,0%	418.981	49,0%	477.945	51,3%	14,1%
<i>Multimarcas</i>	82.811	25,9%	96.847	27,3%	16,9%	230.386	26,9%	236.074	25,3%	2,5%
<i>Lojas próprias²</i>	68.376	21,4%	75.407	21,3%	10,3%	199.627	23,3%	214.255	23,0%	7,3%
<i>Outros³</i>	782	0,3%	1.262	0,4%	61,4%	5.979	0,8%	3.329	0,4%	-44,3%

(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 terceiro trimestre do ano marca a transição entre as coleções de inverno e verão. No mês de julho, as Lojas Próprias e Franquias do Grupo encerraram a liquidação dos produtos de inverno e começaram a oferecer o preview da coleção de verão. O mês de agosto marcou a virada da coleção, quando todas as lojas passaram a ser compostas apenas por produtos da nova estação, que apresentaram forte aceitação pelas consumidoras. A Companhia busca o constante alinhamento da equipe das lojas com a estratégia das marcas. Como exemplo, foi realizado um grande evento no início de agosto, onde foram reunidas as gerentes de todas as lojas das quatro marcas do Grupo com o objetivo de apresentar as novas tendências, bem como todas as estratégias de marketing e reforçar a cultura de moda através de um talk show realizado com uma importante revista de moda. Nesse evento, também foi lançada mais uma ferramenta de capacitação da equipe de vendas, um portal de treinamento à distância, chamado de AIR: Aprendizado, Inovação e Resultado.

A marca Arezzo alcançou R\$210,6 milhões em receita bruta no 3T14, representando 59,4% das vendas domésticas. Para o lançamento da sua nova coleção de verão, solidificando uma estratégia que tem gerado excelentes resultados, a marca concentra esforços para que o lançamento cause um forte impacto perante as consumidoras. Dentre essas iniciativas, destacam-se a renovação completa do visual merchandising, estendendo até o uniforme para a equipe de venda, a campanha utilizando uma das principais atrizes em destaque atualmente no Brasil, bem como a já conhecida Mob Party, evento de lançamento que acontece simultaneamente em todas as lojas, gerando forte mídia espontânea e estimulando o desejo de compra. Além disso, dando continuidade à importante iniciativa de expansão e reforma das lojas, a marca inaugurou oito lojas no seu novo modelo arquitetônico, incluindo quatro ampliações e reformas, resultando em aumento de produtividade nas lojas com o novo layout.

A marca Schutz apresentou crescimento de 12,0% no 3T14 em relação ao 3T13, atingindo receita bruta de R\$119,3 milhões, ou 33,7% das vendas no mercado interno. A execução da estratégia na categoria de bolsas continuou apresentando ótimos resultados, com crescimento de 59,6% no volume de vendas no trimestre. Adicionalmente, a marca lançou sua nova loja online em uma avançada plataforma tecnológica e totalmente alinhada com a sua proposta de valor, ressaltando seus produtos e permitindo atender ainda mais o desejo de compra das suas consumidoras, com a possibilidade de finalizar a compra em um único passo. No trimestre, a marca atingiu crescimento de 129,8% no canal. A estratégia de comunicação e marketing adotada pela marca de celebrar um contrato com uma renomada top model internacional tem gerado bons resultados na elevação do seu branding. Para o lançamento da coleção de verão, a marca teve uma excelente coordenação entre a execução da campanha e visual merchandising, tendo como tema o mundo do surf, revolucionando a maneira de expor seus produtos.

Marcas

A marca Anacapri atingiu um forte crescimento de 130,8% no trimestre, ainda alavancado pelo roll out da marca no canal Franquias com a abertura de oito lojas no trimestre, atingindo 34 franquias e em linha com o objetivo de 25 aberturas em 2014. Os resultados seguem bastante positivos e reforçam a confiança no modelo de negócios e posicionamento da marca. Em sua nova coleção de verão, a marca lançou novos produtos, sempre em linha com seu posicionamento na categoria de flats, a fim de apresentar uma maior variedade às consumidoras e aumentar ainda mais a produtividade das lojas.

No trimestre, a marca Alexandre Birman, com o objetivo de assegurar o suprimento de produtos dentro do altíssimo padrão de qualidade da marca, bem como criar uma referência para os fornecedores, inaugurou a sua nova fábrica em um investimento total de R\$2,7 milhões, sediada em Campo Bom, possuindo equipamentos de última geração e possibilitando o fomento da formação de mão-de-obra especializada na região. Além disso, vale destacar que a marca foi a única marca brasileira presente na Semana de Moda de Paris, celebrando um evento com a presença de várias celebridades internacionais, além do lançamento da sua nova coleção para a imprensa mundial.

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 18,4% no 3T14 em relação ao 3T13, devido principalmente à expansão da área de vendas em 13,3% e ao crescimento de 10,4% das vendas nas mesmas lojas (SSS - sell-out) no período. Em relação ao indicador SSS sell-out, vale destacar que:

(i) demonstrando a saúde da rede e consistência do indicador, todos os meses do trimestre apresentaram SSS positivo, com setembro superando os dois meses anteriores;

(ii) devido ao período da Copa da Mundo no trimestre, o indicador foi impactado negativamente em 390 bps;

(iii) o indicador SSS sell-out inclui também as vendas online. Excluindo o canal web commerce, o SSS seria de 8,0%.

O crescimento da receita da Companhia proveniente das lojas monomarca, representadas por sell-in de franquias e sell-out de lojas próprias, foi de 8,6% no 3T14 ante o 3T13, devido principalmente à expansão da área de vendas em 10,3% nos últimos 12 meses, excluindo abertura de outlets, e também devido ao forte crescimento de 27,3% no volume da categoria de bolsas no período, resultado do trabalho de desenvolvimento de produto nas marcas. As lojas monomarca representaram 72,3% das vendas domésticas no 3T14.

O canal Franquias apresentou crescimento de 8,0% no sell-in no trimestre, representando 51,0% das vendas domésticas no 3T14, impulsionado pela abertura de 56 franquias nos últimos 12 meses, sendo 16 da marca Arezzo, 8 da marca Schutz e 32 da marca Anacapri. Além disso, 12 franquias da marca Arezzo foram expandidas nos últimos 12 meses, adicionando 274,1 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 0,4% no 3T14 quando comparado ao 3T13, ao mesmo tempo em que o SSS sell-out das lojas físicas cresceu 8,0%.

Considerando somente o canal Lojas Próprias, houve crescimento de 10,3% da receita no 3T14 quando comparado ao 3T13, mesmo com redução de 9,3% na área de vendas, excluindo outlets, em função dos repasses de lojas para o canal de Franquias no mesmo período, resultando em aumento de produtividade no canal e também impulsionado pelas vendas no Webcommerce. Nos últimos 12 meses, houve expansão de duas lojas próprias, adicionando 210,9 m² à área de vendas do canal.

Com a abertura de 11 lojas, a Companhia encerrou o trimestre com 472 lojas monomarcas no Brasil e sete no exterior, sendo no Brasil 361 da marca Arezzo, 69 da marca Schutz, 40 da marca Anacapri e duas da marca Alexandre Birman.

Canais

Histórico de lojas	3T13	4T13	1T14	2T14	3T14
Área de venda^{1,3} - Total (m²)	28.999	31.848	32.138	32.381	32.859
Área de venda - franquias (m²)	23.174	25.262	25.498	26.056	26.472
Área de venda - lojas próprias ² (m²)	5.825	6.586	6.640	6.325	6.387
Total de lojas no Brasil	420	449	452	461	472
Número de franquias	365	395	399	411	421
Arezzo	328	340	341	342	344
Schutz	35	40	41	43	43
Anacapri	2	15	17	26	34
Número de lojas próprias	55	54	53	50	51
Arezzo	16	17	17	17	17
Schutz	27	27	27	25	26
Alexandre Birman	2	2	2	2	2
Anacapri	10	8	7	6	6
Total de lojas no Exterior	9	9	9	7	7
Número de franquias	8	8	8	6	6
Número de lojas próprias	1	1	1	1	1

1. Inclui metragens das 9 lojas no exterior

2. Inclui 6 lojas do tipo Outlets cuja área total é de 2.217 m²

3. Inclui metragens de lojas ampliadas

Multimarcas

Neste trimestre, o canal Multimarcas retomou seu viés de crescimento, atingindo um aumento de receita de 16,9% em relação ao 3T13, devido principalmente ao maior interesse demonstrado pelo canal em produtos de maior assertividade no ponto de venda, bem como uma base do número de lojas mais comparável aos 12 meses anteriores. Vale lembrar que, em função do processo de roll-out em lojas monomarca, a marca Schutz, que representou 56,0% da receita bruta do canal Multimarcas no 3T14, iniciou em 2013 um processo de descredenciamento de lojas no canal Multimarcas com a finalidade de preservar seu branding, impactando o crescimento do canal nos dois trimestres anteriores devido à menor base de lojas. A Companhia continua acreditando na importância estratégica do canal, trabalhando para conquistar novos clientes, crescer o share of wallet nos clientes existentes, e aumentar o cross selling entre as marcas. Em 2014, especialmente devido à menor base de lojas durante o primeiro semestre, é possível que o canal apresente faturamento apenas ligeiramente superior ao de 2013.

Devido ao descredenciamento mencionado acima, as quatro marcas do grupo passaram a ser distribuídas através de 2.178 lojas, redução de 11,2% ante o 3T13, e estão presentes em 1.169 cidades.

Principais indicadores financeiros	3T13	3T14	Cresc. ou spread (%)	9M13	9M14	Cresc. ou spread (%)
Receita Líquida	266.671	296.099	11,0%	705.349	763.272	8,2%
CMV	(150.592)	(171.199)	13,7%	(393.779)	(433.403)	10,1%
Lucro bruto	116.079	124.900	7,6%	311.570	329.869	5,9%
<i>Margem bruta</i>	43,5%	42,2%	-1,3 p.p.	44,2%	43,2%	-1,0 p.p.
SG&A	(72.130)	(76.766)	6,4%	(203.477)	(218.471)	7,4%
<i>%Receita</i>	27,0%	25,9%	-1,1 p.p.	28,8%	28,6%	-0,2 p.p.
Despesa comercial	(51.706)	(55.418)	7,2%	(144.151)	(153.243)	6,3%
Lojas próprias	(21.001)	(22.074)	5,1%	(65.358)	(66.936)	2,4%
Venda, logística e suprimentos	(30.705)	(33.344)	8,6%	(78.793)	(86.307)	9,5%
Despesas gerais e administrativas	(16.980)	(18.033)	6,2%	(52.200)	(53.012)	1,6%
Outras (despesas) e receitas	(637)	(22)	-96,5%	651	(2.617)	n/a
Depreciação e amortização	(2.807)	(3.293)	17,3%	(7.777)	(9.599)	23,4%
EBITDA	46.756	51.427	10,0%	115.870	120.997	4,4%
<i>Margem EBITDA</i>	17,5%	17,4%	-0,1 p.p.	16,4%	15,9%	-0,5 p.p.
Lucro líquido	29.387	33.601	14,3%	77.810	82.667	6,2%
<i>Margem líquida</i>	11,0%	11,3%	0,3 p.p.	11,0%	10,8%	-0,2 p.p.
Capital de giro¹ - % da receita	27,3%	29,7%	2,4 p.p.	27,3%	29,7%	2,4 p.p.
Capital empregado² - % da receita	36,9%	42,4%	5,5 p.p.	36,9%	42,4%	5,5 p.p.
Dívida total	109.042	86.473	-20,7%	109.042	86.473	-20,7%
Dívida líquida ³	(90.738)	(89.383)	-1,5%	(90.738)	(89.383)	-1,5%
Dívida líquida/EBITDA	-0,6x	-0,5x	n/a	-0,6x	-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.

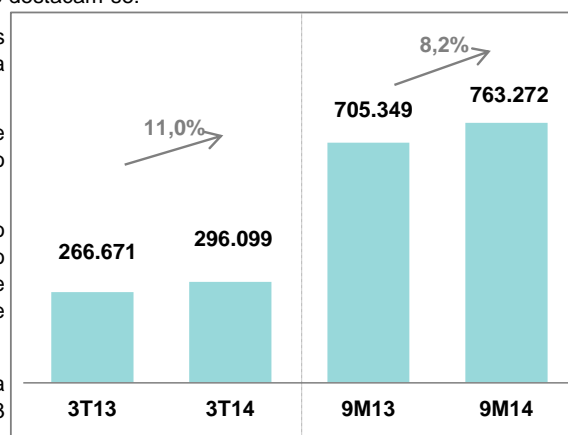
2 - Capital Empregado: Capital de Giro somado Ativo Permanente e Outros Ativos de Longo Prazo descontando Imposto de renda e contribuição social diferido.

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\$296,1 milhões neste trimestre, crescimento de 11,0% em relação ao 3T13. Dentre os principais fatores que resultaram neste crescimento destacam-se:

- Excluindo outlets, expansão de 10,3% da área de vendas ante o 3T13, com destaque para o crescimento de 14,2% da área de Franquias;
- Crescimento do indicador de same store sales (conceito de vendas nas mesmas lojas) do sell-out em 10,4% e redução de 0,4% do sell-in;
- Canal Multimarcas apresentou crescimento de 16,9% no trimestre, principalmente devido ao menor efeito do descredenciamento de lojas multimarcas iniciado no 3T13 e pelo maior interesse demonstrado pelo canal em produtos de marcas de maior assertividade;
- Encerramento do benefício devido à redução temporária da alíquota de ICMS, a qual impactou positivamente o 3T13 em R\$3,8 milhões na receita líquida.

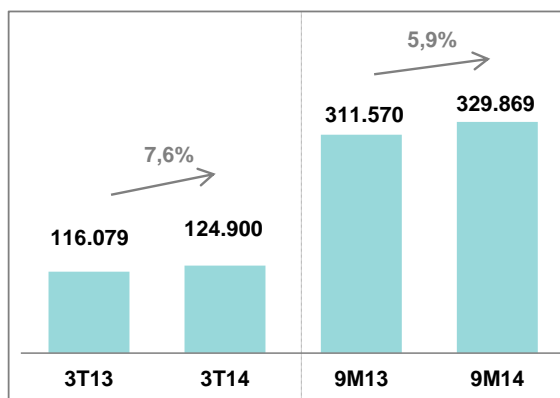


Lucro bruto

O lucro bruto do 3T14 cresceu 7,6% na comparação com o 3T13, totalizando R\$124,9 milhões e margem bruta de 42,2%, redução de 130 bps em relação ao mesmo período do ano anterior.

O crescimento do lucro bruto no 3T14 reflete, em especial, o aumento da receita líquida em 11,0%.

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 3T14, o encerramento do benefício devido à redução temporária da alíquota de ICMS e a mudança do mix de canais impactaram a margem bruta consolidada.

**Despesas operacionais**

A Companhia trabalha fortemente para adequar os níveis de despesas ao crescimento da Companhia. Nos últimos 12 meses, observou-se uma contínua desaceleração das despesas, que neste trimestre apresentaram redução de 110 bps como percentual do faturamento em comparação ao 3T13.

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 3T14, houve uma expansão de 7,2% das despesas comerciais quando comparadas ao 3T13, alcançando R\$55,4 milhões neste trimestre ante R\$51,7 milhões no mesmo período do ano anterior. As despesas de venda, logística e suprimentos somaram R\$33,3 milhões no período, aumento de 8,6% ante o mesmo trimestre do ano anterior, abaixo do crescimento de 12,5% do sell-in.

As despesas com lojas próprias totalizaram R\$22,1 milhões no 3T14, aumento de 5,1% na comparação com o 3T13, ficando abaixo do crescimento de 10,3% do sell-out de lojas próprias no mesmo período, principalmente em virtude da redução de despesas com pessoal nas lojas ocorrida durante o segundo semestre de 2013.

Despesas Gerais e Administrativas

No 3T14, as despesas gerais e administrativas somaram R\$18,0 milhões ante R\$17,0 milhões no mesmo trimestre do ano anterior, aumento de 6,2% devido principalmente a maiores investimentos em treinamento e em TI, ficando abaixo do crescimento da Companhia apresentado no período em função dos fortes controles implementados pela Administração.

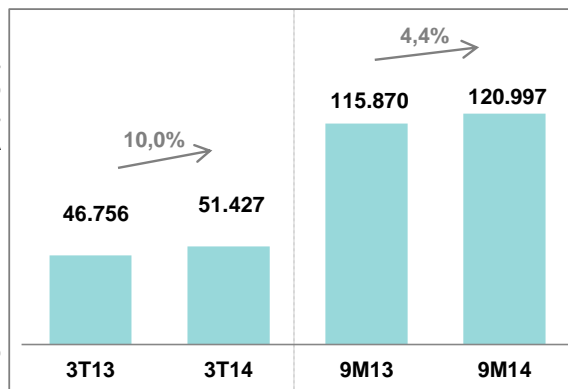
Outras (despesas) e receitas

No 3T14, a Companhia somou uma despesa de R\$22 mil na linha de Outras Despesas Operacionais, em comparação com R\$637 mil no 3T13.

EBITDA e margem EBITDA

O EBITDA da Companhia apresentou crescimento de 10,0% no 3T14 ante o 3T13, totalizando R\$51,4 milhões em comparação com R\$46,8 milhões do mesmo período do ano anterior, com margem EBITDA de 17,4%. Os principais fatores que levaram ao crescimento do EBITDA no trimestre foram:

- i) Aumento da receita líquida em 11,0%;
- ii) Crescimento do lucro bruto em 7,6%;
- iii) Despesas operacionais como percentual da receita em 25,9%, redução de 110 bps em relação ao apresentado no 3T13.



Nos Estados Unidos, a Companhia continua analisando a atratividade da proposta de valor da marca Schutz, através da avaliação da existência de uma oportunidade futura para oferecer produtos com qualidade e velocidade naquele mercado. Vale mencionar que, excluindo o efeito da operação nos Estados Unidos, a margem EBITDA da Companhia teria sido de 18,8% no 3T14, ou 140 bps acima da apresentada.

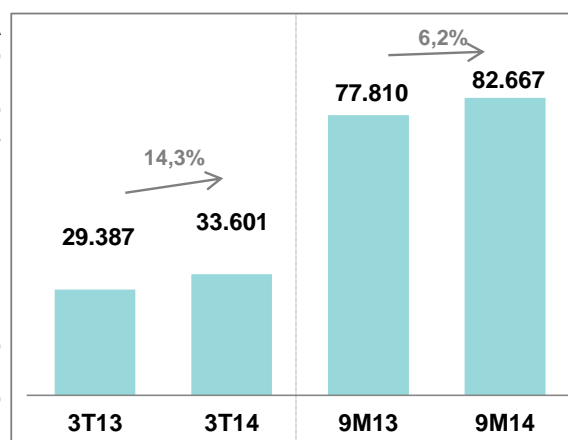
Reconciliação do EBITDA	3T13	3T14	9M13	9M14
Lucro líquido	29.387	33.601	77.810	82.667
(-) Imposto de renda e contribuição social	(16.243)	(18.214)	(34.670)	(39.178)
(-) Resultado financeiro	1.681	3.681	4.387	10.447
(-) Depreciação e amortização	(2.807)	(3.293)	(7.777)	(9.599)
(=) EBITDA	46.756	51.427	115.870	120.997

Lucro líquido e margem líquida (%)

A Companhia apresentou conversão de margem EBITDA de 17,4% no 3T14 para margem líquida de 11,3% no trimestre, reflexo do aumento do capital empregado em ativo imobilizado durante os últimos dois anos, resultado do maior número de lojas próprias e maiores investimentos em TI.

Devido ao maior ativo permanente no 3T14 em comparação com o 3T13, a depreciação teve um aumento de 17,3% no período.

O lucro líquido do 3T14 somou R\$33,6 milhões, crescimento de 14,3% em relação ao apresentado no 3T13, com margem líquida de 11,3%, expansão de 30 bps em relação a margem líquida apresentada no mesmo período do ano anterior.



Geração de caixa operacional

No 3T14, a Arezzo&Co apresentou uma saudável geração de caixa operacional de R\$33,9 milhões no 3T14, devido principalmente ao maior lucro operacional do período atrelado a uma melhoria na gestão do capital de giro. Conforme antecipado, este trimestre reverteu a maior constituição de estoques apresentada no trimestre anterior que tinha por fim garantir o suprimento da nova Coleção de Verão na rede. Vale mencionar que, devido ao aumento da participação de produtos continuáveis nas vendas, há a necessidade de manter estoques estratégicos para reposição com maior frequência na rede.

Geração de caixa operacional	3T13	3T14	Varição em R\$	Varição em %	9M13	9M14	Varição em R\$	Varição em %
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	45.630	51.815	6.185	13,6%	112.480	121.845	9.365	8,3%
Depreciações e amortizações	2.807	3.293	486	17,3%	7.777	9.599	1.822	23,4%
Outros	(4.028)	1.249	5.277	n/a	(4.314)	(181)	4.133	-95,8%
Decréscimo (acréscimo) de ativos/passivos	(27.875)	(9.957)	17.918	-64,3%	(39.160)	(21.610)	17.550	-44,8%
Contas a receber de clientes	(41.250)	(45.337)	(4.087)	9,9%	(32.153)	(33.645)	(1.492)	4,6%
Estoques	(9.595)	4.666	14.261	n/a	(23.785)	(31.269)	(7.484)	31,5%
Fornecedores	22.559	28.843	6.284	27,9%	30.608	51.113	20.505	67,0%
Variação de outros ativos e passivos circulantes e não circulantes	411	1.871	1.460	355,2%	(13.830)	(7.809)	6.021	-43,5%
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(5.907)	(12.538)	(6.631)	112,3%	(23.505)	(33.080)	(9.575)	40,7%
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	10.627	33.862	23.235	218,6%	53.278	76.573	23.295	43,7%

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 3T14 foi de R\$12,3 milhões devido principalmente a investimentos corporativos em TI em razão do projeto de implantação de seu novo sistema transacional visando sustentabilidade de seu crescimento e ganhos de eficiência. No trimestre, a Companhia inaugurou a fábrica-conceito da marca Alexandre Birman em Campo Bom, no Rio Grande do Sul, garantindo o suprimento da marca com produtos de alta qualidade para os próximos anos.

Sumário de investimentos	3T13	3T14	Var. (%)	9M13	9M14	Var. (%)
Capex total	10.486	12.325	17,5%	30.655	36.497	19,1%
Lojas - expansão e reforma	3.623	1.347	-62,8%	10.162	7.063	-30,5%
Corporativo	6.197	8.877	43,2%	18.203	24.991	37,3%
Outros	666	2.101	215,4%	2.290	4.443	94,0%

Posição de caixa e endividamento

A Companhia encerrou o 3T14 com R\$89,4 milhões de caixa líquido. A política de endividamento se manteve conservadora, apresentando como principais características:

- Endividamento total de R\$86,5 milhões no 3T14 ante R\$109,0 milhões no 3T13;
- Endividamento de Longo Prazo de 29,2% da dívida total no 3T14, ante 38,6% no 3T13;
- O custo médio ponderado da dívida total da Companhia no 3T14 se mantém em níveis reduzidos.

Posição de caixa e endividamento	3T13	2T14	3T14
Caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras	199.780	159.196	175.856
Dívida total	109.042	80.853	86.473
Curto prazo	66.930	49.753	61.249
% dívida total	61,4%	61,5%	70,8%
Longo prazo	42.112	31.100	25.224
% dívida total	38,6%	38,5%	29,2%
Dívida líquida	(90.738)	(78.343)	(89.383)

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 23,5% no 3T14, impactado pela maior necessidade de capital de giro e pela concentração de investimentos em infra-estrutura que somente apresentarão efeitos positivos nos médio e longo prazos.

Resultado operacional	3T12	3T13	3T14	Cresc. (%)
EBIT (UDM)	118.751	149.549	151.794	1,5%
+ IR e CS (UDM)	(34.450)	(44.881)	(50.070)	11,6%
NOPAT	84.301	104.668	101.724	-2,8%
Capital de giro ¹	196.310	262.017	302.987	15,6%
Ativo permanente	102.605	128.935	156.237	21,2%
Outros ativos de longo prazo ²	8.045	8.429	8.107	-3,8%
Capital empregado	306.960	399.381	467.331	17,0%
Média do capital empregado³		353.171	433.356	22,7%
ROIC⁴		29,6%	23,5%	

1 - 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.

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

Balanco patrimonial

Ativo	3T13	2T14	3T14
Ativo circulante	574.288	552.254	611.196
Caixa e equivalentes de caixa	10.748	12.557	6.579
Aplicações financeiras	189.032	146.639	169.277
Contas a receber de clientes	241.476	235.814	281.055
Estoques	99.819	120.458	115.835
Impostos a recuperar	17.469	20.170	20.346
Outros créditos	15.744	16.616	18.104
Ativo não circulante	144.964	162.328	172.174
Realizável a longo Prazo	16.029	14.876	15.937
Aplicações financeiras	22	27	30
Imposto de renda e contribuição social diferidos	7.600	6.694	7.830
Outros créditos	8.407	8.155	8.077
Imobilizado	67.683	72.123	73.524
Intangível	61.252	75.329	82.713
Total do ativo	719.252	714.582	783.370

Passivo	3T13	2T14	3T14
Passivo circulante	179.422	142.906	193.602
Empréstimos e financiamentos	66.930	49.753	61.249
Fornecedores	66.115	57.129	85.972
Dividendos e juros sobre capital próprio a pagar	0	1	0
Outras obrigações	46.377	36.023	46.381
Passivo não circulante	49.111	38.629	32.420
Empréstimos e financiamentos	42.112	31.100	25.224
Partes relacionadas	801	725	879
Outras obrigações	6.198	6.804	6.317
Patrimônio líquido	490.719	533.047	557.348
Capital social	157.186	219.186	220.086
Reserva de capital	126.781	68.856	69.727
Reservas de lucros	153.162	208.174	208.174
Proposta de distribuição de dividendo adicional	0	0	0
Lucro do exercício	53.590	36.831	59.361
Total do passivo e patrimônio líquido	719.252	714.582	783.370

Demonstrativo de resultado (IFRS)

DRE - IFRS	3T13	3T14	Var.%	9M13	9M14	Var.%
Receita operacional líquida	266.671	296.099	11,0%	705.349	763.272	8,2%
Custo dos produtos vendidos	(150.592)	(171.199)	13,7%	(393.779)	(433.403)	10,1%
Lucro bruto	116.079	124.900	7,6%	311.570	329.869	5,9%
Receitas (despesas) operacionais:	(72.130)	(76.766)	6,4%	(203.477)	(218.471)	7,4%
Comerciais	(53.203)	(57.137)	7,4%	(148.211)	(158.368)	6,9%
Administrativas e gerais	(18.290)	(19.607)	7,2%	(55.917)	(57.486)	2,8%
Outras receitas operacionais, líquidas	(637)	(22)	-96,5%	651	(2.617)	n/a
Lucro antes do resultado financeiro	43.949	48.134	9,5%	108.093	111.398	3,1%
Resultado Financeiro	1.681	3.681	119,0%	4.387	10.447	138,1%
Lucro antes do IR e CS	45.630	51.815	13,6%	112.480	121.845	8,3%
Imposto de renda e contribuição social	(16.243)	(18.214)	12,1%	(34.670)	(39.178)	13,0%
Corrente	(16.945)	(19.350)	14,2%	(36.006)	(41.494)	15,2%
Diferido	702	1.136	61,8%	1.336	2.316	73,4%
Lucro líquido do exercício	29.387	33.601	14,3%	77.810	82.667	6,2%

Fluxo de Caixa - IFRS

DFC	3T13	3T14	9M13	9M14
Das atividades operacionais				
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	45.630	51.815	112.480	121.845
Ajustes para conciliar o resultado às dispon. geradas pelas atividades operacionais:	(1.221)	4.542	3.463	9.418
Depreciações e amortizações	2.807	3.293	7.777	9.599
Rendimento de aplicação financeira	(3.728)	(3.641)	(9.893)	(8.836)
Juros e variação cambial	(1.840)	4.122	3.227	2.369
Outros	1.540	768	2.352	6.286
Decréscimo (acrécimo) em ativos				
Contas a receber de clientes	(41.250)	(45.337)	(32.153)	(33.645)
Estoques	(9.595)	4.666	(23.785)	(31.269)
Impostos a recuperar	1.367	(176)	(2.812)	(1.158)
Variação de outros ativos circulantes	(1.657)	(951)	(4.880)	(799)
Depósitos judiciais	(121)	(459)	424	(195)
Decréscimo (acrécimo) em passivos				
Fornecedores	22.559	28.843	30.608	51.113
Obrigações trabalhistas	3.598	4.766	3.417	6.401
Obrigações fiscais e sociais	(4.394)	(2.344)	(13.165)	(9.313)
Variação de outras obrigações	1.618	1.035	3.186	(2.745)
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(5.907)	(12.538)	(23.505)	(33.080)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	10.627	33.862	53.278	76.573
Das atividades de investimento				
Alienação de imobilizado e intangível	146	4	4.368	4.671
Aquisições de imobilizado e intangível	(10.487)	(12.325)	(30.656)	(36.497)
Aplicações financeiras	(80.287)	(118.186)	(248.742)	(295.908)
Resgate de aplicações financeiras	101.880	99.186	260.237	307.365
Acrécimo de Investimentos	-	-	-	-
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	11.252	(31.321)	(14.793)	(20.369)
Das atividades de financiamento com terceiros				
Captações	4.703	14.940	29.910	30.800
Pagamentos de empréstimos	(1.275)	(12.551)	(16.990)	(43.470)
Pagamentos de juros sobre empréstimos	(409)	(891)	(1.189)	(1.644)
Caixa líquido utilizado pelas atividades de financiamento com terceiros	3.019	1.498	11.731	(14.314)
Das atividades de financiamento com acionistas				
Juros sobre o capital próprio	(9.346)	-	(18.291)	(18.038)
Distribuição de lucros	(13.328)	(11.071)	(33.709)	(31.965)
Créditos (débitos) com sócios	(177)	154	(172)	6
Emissão de Ações	1.186	900	1.186	900
Custos de transação para emissão de ações	-	-	-	-
Caixa líquido usado nas atividades de financiamento	(21.665)	(10.017)	(50.986)	(49.097)
Aumento (redução) das disponibilidades	3.233	(5.978)	(770)	(7.207)
Disponibilidades				
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	7.515	12.557	11.518	13.786
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	10.748	6.579	10.748	6.579
Aumento (redução) das disponibilidades	3.233	(5.978)	(770)	(7.207)

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.