

Divulgação de Resultados – 4T10 e 2010

AREZZO
&CO

AREZZO
SCHUTZ

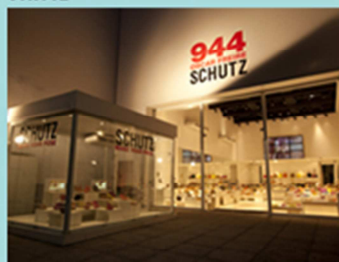
Alexandre Birman

ANACAPRI

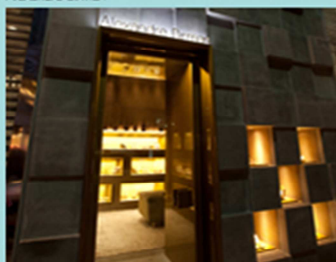
AREZZO



SCHUTZ



Alexandra Birman



ANACAPI



Belo Horizonte, 29 de março de 2011. A Arezzo&Co (BM&FBOVESPA: ARZZ3), líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos no Brasil, divulga os resultados do 4º trimestre e do ano de 2010. 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 2009 (4T09), exceto quando estiver indicado de outra forma.

Cotação ARZZ3 em 28.03.11:

R\$23,80

Valor de mercado em 28.03.11:

R\$2.107,3 milhões

Teleconferência de resultados:

Com tradução simultânea

Quinta-feira, 31 de março de 2011

11h00 (horário de Brasília)

Telefones para conexão:

Ligações do Brasil: (11) 4688-6361

Ligações de outros países: +1 786-924-6977

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

Daniel Maia

Gerente de RI

Contato:

E-mail: ri@arezzoco.com.br

Tel: +55 11 2132-4300

Arezzo&Co registra crescimento de 38,7% da receita líquida e de 57,7% de EBITDA, em relação ao ano de 2009

DESTAQUES

- A receita líquida do 4T10 foi de R\$174,8m, crescimento de 26,6% sobre o 4T09. Em 2010, o acumulado da receita líquida atingiu R\$571,5m, um aumento de 38,7% quando comparado a 2009
- O EBITDA no 4T10 foi de R\$31,0 milhões, representando uma margem de 17,7% ante 15,3% no 4T09. Em 2010, o EBITDA alcançou R\$95,5 milhões e a margem foi de 16,7% ante 14,7% de 2009
- O lucro líquido de 2010 foi de R\$64,5m um incremento de 32,4% quando comparado ao lucro líquido de 2009
- ROIC alcançado em 2010 foi de 42,5% contra 39,9% em 2009
- Em 2010, foram 33 aberturas líquidas de lojas, sendo 8 Lojas Próprias e 25 Franquias, encerrando o ano com 296 lojas e presente em 1.585 lojas multimarcas
- Em 2011, o objetivo é atingir 334 lojas considerando todas as marcas.

Mensagem da Administração

Em 2010, a Arezzo&Co apresentou sólido crescimento de receita atrelado a um resultado expressivo, com manutenção dos altos níveis de retorno sobre capital investido. Com a ampliação da rede de distribuição dos nossos produtos, em todo território nacional, e com os ganhos de eficiência e produtividade das nossas lojas, alcançamos uma receita líquida de R\$571,5m, montante 38,7% superior ao ano anterior.

O processo de expansão implementado nesses últimos anos trouxe também aumento de margens e rentabilidade; encerramos 2010 com margens EBITDA e Líquida respectivamente de 16,7% e 11,3% e com retorno no capital investido de 42,5%.

Nossa estratégia de distribuição conta com múltiplos canais de venda – Franquias, Lojas Próprias e Lojas Multimarcas – que reforçam substancialmente nossa capilaridade em todo país. O número de Franquias e Lojas Próprias abertas pelo grupo vem crescendo entre 10 e 15% ao ano.

Além de aumentar o número de lojas, iniciamos um movimento de crescimento de área de piso de vendas das lojas existentes, objetivando uma apresentação completa do mix de produtos e melhoria da capacidade de estocagem alavancando as nossas vendas.

Investimentos contínuos em P&D, Comunicação e Marketing são pilares do desenvolvimento da Companhia e da evolução de nossas marcas. Nesse processo tratamos com enorme cuidado a individualidade de cada marca e o seu posicionamento relativo a estilos de vida e comportamento.

Por exemplo, como parte da estratégia de posicionamento de marca da Schutz, inauguramos quatro lojas conceituais (Flagships) nos últimos 18 meses. A expansão trouxe resultados não só dentro das áreas de vendas das Flagships, como colaborou significativamente com o crescimento de vendas da Schutz em outros mercados e lojas. As vendas da marca aumentaram em 55,8% em 2010 ante 2009 no mercado interno.

Uma nova Diretoria de Recursos Humanos foi estruturada, com o objetivo de desenvolver equipes e atrair novos talentos. Além de buscar o aperfeiçoamento de ferramentas de incentivo meritocrático, o que permitirá a empresa tornar-se um lugar melhor para se trabalhar onde todos se desenvolvem juntos com a organização.

Destacamos a grande evolução da nossa estrutura e equipe interna em 2010, durante a preparação da Arezzo&Co para sua abertura de capital, em fevereiro de 2011. A listagem da Companhia na BM&F Bovespa aconteceu de forma exitosa, demonstrando a maturidade do grupo para buscar novos patamares de crescimento.

Como costumamos falar na Arezzo&Co, uma meta atingida nada mais é que a base para a próxima, por isso seguimos motivados e confiantes em relação às perspectivas para 2011.

A Administração

Resumo dos Resultados	4T09	4T10	Cresc. ou spread (%)	2009	2010	Cresc. ou spread (%)
Receita Líquida	138.069	174.784	26,6%	412.063	571.525	38,7%
Lucro Bruto	57.637	68.177	18,3%	166.821	231.641	38,9%
Margem Bruta	41,7%	39,0%	-2,7 p.p.	40,5%	40,5%	0,0 p.p.
Ebitda ¹	21.079	31.002	47,1%	60.533	95.490	57,7%
Margem Ebitda ¹	15,3%	17,7%	2,5 p.p.	14,7%	16,7%	2,0 p.p.
Lucro Líquido	20.919	21.502	2,8%	48.739	64.534	32,4%
Margem Líquida	15,2%	12,3%	-2,8 p.p.	11,8%	11,3%	-0,5 p.p.
ROIC ²				39,9%	42,5%	2,6 p.p.

Indicadores Operacionais	4T09	4T10	Cresc. (%)	2009	2010	Cresc. (%)
Número de pares vendidos ('000)	1.584	1.863	17,6%	5.063	6.431	27,0%
Número de bolsas vendidas ('000)	140	182	29,8%	337	412	22,2%
Número de funcionários	1.080	1.557	44,2%	1.080	1.557	44,2%
Número de Lojas	263	296	12,5%	263	296	12,5%
LPs	21	29	38,1%	21	29	38,1%
Franquias	242	267	10,3%	242	267	10,3%
SSS ³ (Franquias – sell-in)	13,0%	17,2%		3,7%	29,1%	
SSS ³ (Lojas Próprias – sell-out)	48,2%	4,7%		28,9%	17,6%	

1 EBITDA = Lucro antes das Despesas Financeiras Líquidas, Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro, Depreciação, Amortização, Despesas com Plano de Opções de Compra de Ações, Resultado da Baixas de Ativos Fixos e Despesas Extraordinárias. 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 O cálculo do ROIC consiste na divisão entre o Lucro Operacional Após Impostos dos últimos 12 meses e o Capital Investido médio ao longo do período analisado. Por Lucro Operacional Após Impostos entendemos o Lucro Antes de Juros e Impostos subtraído de impostos efetivamente pagos no período. Por Capital Investido médio entendemos a média entre o saldo do período atual e o período anterior das contas de Capital de Giro, Ativos de Longo Prazo excluindo os créditos tributários decorrentes de ágios, e Ativos Fixos.

3 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 das lojas que estavam em operação durante ambos os períodos que estão sendo 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, 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. O chamado SSS de Franquias – Sell In, refere-se a comparação de vendas da Arezzo&Co junto cada Loja Franqueada em operação a mais de 12 meses, servindo como um indicador mais preciso para monitoramento da Receita do grupo. Já o SSS de Lojas Próprias – Sell Out é baseado na performance de vendas do ponto de venda, o que no caso da Arezzo&Co demonstra melhor o comportamento das vendas de Lojas Próprias.

Receita Bruta	4T09	4T10	Cresc. (%)	2009	2010	Cresc. (%)
Receita Bruta Total	171.038	218.858	28,0%	512.950	712.867	39,0%
Mercado Externo	10.360	13.921	34,4%	44.196	50.386	14,0%
Mercado Interno	160.677	204.936	27,5%	468.754	662.481	41,3%
Por marca						
Arezzo	117.358	149.376	27,3%	350.821	479.178	36,6%
Schutz	41.106	53.653	30,5%	111.073	173.072	55,8%
Outras marcas ¹	2.213	1.907	-13,8%	6.860	10.231	49,1%
Mercado Interno	160.677	204.936	27,5%	468.754	662.481	41,3%
Por canal						
Franquias	86.821	111.085	27,9%	260.920	358.685	37,5%
Multimarcas	44.412	56.000	26,1%	133.715	188.372	40,9%
Lojas Próprias	27.822	37.523	34,9%	70.406	109.986	56,2%
Outros ²	1.622	328	-79,8%	3.713	5.438	46,5%

¹ Outras marcas: Incluem-se as marcas Alexandre Birman e Anacapri apenas no mercado interno.

² Outros: inclui receitas do mercado interno que não são específicas dos canais de distribuição.

Marcas

O grupo Arezzo&Co tem hoje em sua plataforma 4 importantes marcas: Arezzo, Schutz, Alexandre Birman e Anacapri.

Sua linha de produtos destaca-se pela constante inovação, design, conforto e excelente relação de custo-benefício.

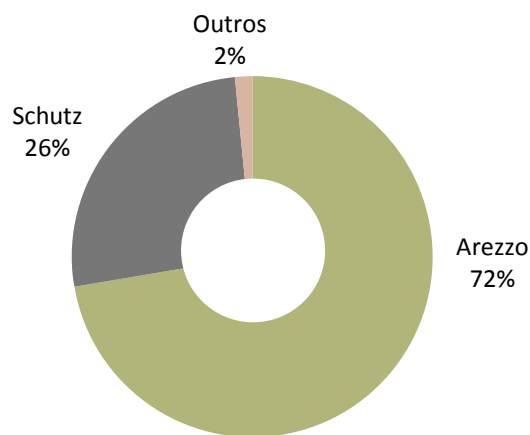
A marca Arezzo, principal marca em vendas do grupo, alcançou em 2010 R\$479,2m em receita bruta, um crescimento de 36,6% em relação ao ano anterior, representando 67,2% das vendas consolidadas e 72,3% das vendas no mercado doméstico do grupo. A marca investe fortemente em treinamento de vendas de varejo. No ano, foram mais de 88 mil horas ministradas para toda a equipe de Lojas Próprias e Franquias, cobrindo temas como: técnica de vendas, moda, produto e comportamento.

A marca Schutz apresentou expressivo crescimento alcançando receita de R\$173,1m, montante 55,8% superior ao ano anterior. A estratégia de lançamento das Flagships, atrelado a maior difusão e consequente fortalecimento da marca, foram as grandes alavancas desse resultado.

A marca Alexandre Birman é a primeira marca brasileira a ter espaço ao lado dos maiores nomes da moda em grandes cadeias internacionais de varejo, tais como: Saks, Neiman Markus, Bergdorf Goodman, Printemps, entre outras. Em 2010, inaugurou também sua Flagship em exclusivo espaço na Rua Oscar Freire, em São Paulo.

O marca Anacapri apresentou em 2010 um novo conceito: produtos confortáveis coloridos e acessíveis. Atualmente, opera 5 lojas na cidade de São Paulo. Em janeiro de 2011, a marca foi apresentada aos clientes multimarcas dentro da feira Couromoda, um canal que permitirá levar os produtos Anacapri para diversas cidades do país.

Receita Bruta por marca¹



1 - Mercado doméstico

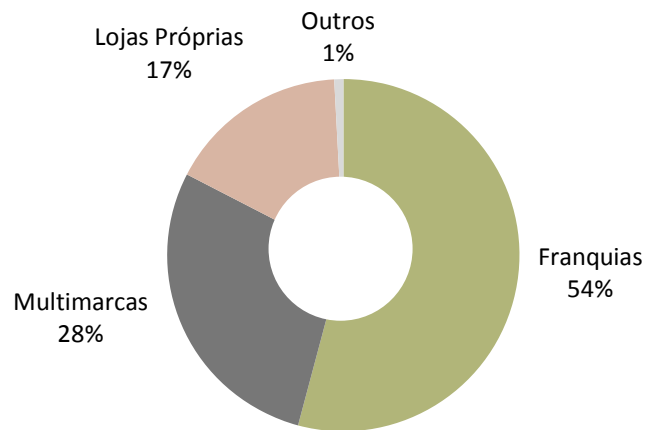
Canais

A estratégia multicanal permite ao grupo ter grande capilaridade em sua distribuição por meio de Lojas Próprias, Franquias e Multimarcas, estando presente em todos os estados do país.

Internacionalmente, os produtos das marcas são comercializados também em Franquias, Lojas Multimarcas e Lojas de Departamento.

As Lojas Próprias e Franquias são lojas exclusivas das nossas marcas. Adotam o mesmo padrão de atendimento, o mesmo material de visual merchandising e seguem simultaneamente as mesmas coleções, respeitando os padrões de consumo regionais do Brasil.

Receita bruta por canal¹



1 - Mercado doméstico

Franquias

Ao final do ano de 2010, a Arezzo&Co contava com 267 franquias. Este é o canal de vendas mais importante para o grupo e representa 54,1% das vendas do mercado interno.

Durante o ano de 2010, foram abertas 25 Lojas Franquias; somando o aumento de área das Lojas Franqueadas existentes, a expansão total da área de vendas do canal foi de 1.738 m². O 4º trimestre de 2010 apresentou uma expansão de 14 lojas e uma expansão de área total de 765 m².

As vendas de Sell-in, ou seja, aquelas feitas pela Arezzo&Co aos seus Franqueados, tiveram uma expansão em vendas nas mesmas Franquias (SSS - Franquias) de 29,1% quando comparado com o ano de 2009 e de 17,3% no 4T10 comparado ao mesmo período do ano anterior.

Lojas Próprias

Este canal representa 16,6% das vendas da Arezzo&Co. São 29 Lojas Próprias, divididas entre 13 da marca Arezzo, 10 da marca Schutz, 5 da marca Anacapri e uma loja da marca Alexandre Birman. Do total, 26 estão localizadas em São Paulo e no Rio de Janeiro.

Foram abertas 8 Lojas Próprias ao longo de 2010, sendo 2 delas Lojas Flagship da marca Schutz, as quais buscam maior visibilidade e visam fortalecer a marca “Schutz” nas principais cidades do País. As demais 6 inaugurações foram das outras marcas do grupo: Arezzo, Alexandre Birman e Anacapri.

A expansão total da metragem quadrada de 2010 foi equivalente a 900,2 m², dos quais 93,0 m² foram expandidos no último trimestre do ano.

As vendas nas mesmas Lojas Próprias (SSS – Lojas Próprias) tiveram um crescimento de 17,6% no ano de 2010 quando comparado com o ano de 2009.

No 4T10, o número de SSS das Lojas Próprias foi de 4,7%. O resultado do quarto trimestre foi impactado pela performance das lojas do Rio de Janeiro, onde atualmente está sendo conduzido um processo de mudança das lideranças e de abertura de novas Lojas, com o intuito de reforçar o posicionamento e a performance das marcas. As Lojas Próprias se concentram primordialmente em São Paulo e Rio de Janeiro e, portanto, uma dessas regiões pode impactar significativamente o canal.

Histórico - Lojas Franqueadas e Próprias	2009	1T10	2T10	3T10	2010
Área de Venda - Total (m ²)	14.919	15.317	15.799	16.700	17.558
Área de Venda - Franquia (m ²)	12.853	13.175	13.329	13.826	14.591
Área de Venda - Loja Própria (m ²)	2.067	2.142	2.470	2.874	2.967 ¹
Número de Lojas Total	263	267	273	280	296
Número de Franquias	242	245	248	253	267
Arezzo	240	243	247	252	266
Schutz	1	1	1	1	1
Outros	1	1	-	-	-
Número de Lojas Próprias	21	22	25	27	29
Arezzo	9	10	11	13	13 ¹
Schutz	9	9	9	10	10
Alexandre Birman	-	-	1	1	1
Anacapri	3	3	4	3	5

1 - Inclui 3 lojas do tipo Outlets cuja área total é de 936 m²

Multimarcas

Em 2010, as marcas do grupo eram distribuídas por meio de 1.585 lojas multimarcas em todos os estados brasileiros.

No ano, a Companhia reformulou sua política comercial junto ao canal, aperfeiçoando o atendimento aos lojistas, o que contribuiu para o aumento das vendas.

Atualmente, este é o principal canal para a marca Schutz, cuja representatividade foi de 75,6% nas suas vendas no mercado interno em 2010. A distribuição é feita para todos os estados do país, o que amplia a capilaridade da distribuição de produtos.

A marca Anacapri começou a se estruturar no final de 2010 para distribuir seus produtos em lojas multimarcas em todo país, de forma a acelerar sua presença nacional.

Comunicação e Marketing

A Arezzo&Co promove suas marcas por meio de diversas campanhas divulgadas em vários veículos e meios de comunicação. Em 2010, a Arezzo&Co esteve presente regularmente na mídia. No total foram:

- 343 exibições em TV e 620 exibições em cinema;
- 117 inserções em mídia impressa em 225 páginas;
- 423 mil acessos ao site Arezzo/mês e 96 mil acessos/mês ao site Schutz;
- 206 exibições em editoriais de moda.

A Comunicação e Marketing também são refletidos em todos os aspectos das Lojas que são constantemente modificadas a fim de incorporar o conceito de cada uma das 7 a 9 novas coleções e inspirar novos desejos de compra.

Sempre que se apresenta uma nova coleção, são enviados a toda a rede nacional de Lojas Próprias e Franquias novos materiais de Ponto de Venda, tais como: catálogos, embalagens, conteúdo de visual merchandising, entre outros.

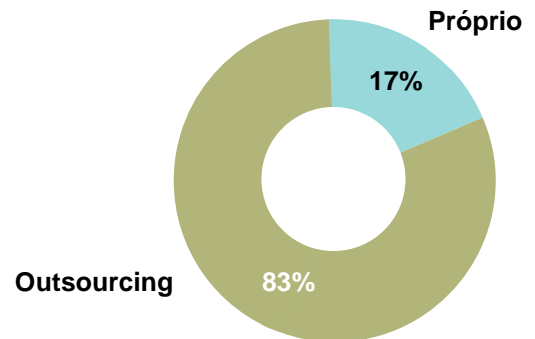
Processo de suprimento

A flexibilidade do processo de suprimentos combinando outsourcing e fabricação própria, principalmente na região do Vale dos Sinos no Estado do Rio Grande do Sul, permite à Arezzo&Co ajustar sua capacidade de produção ao longo do ano e de se adequar de forma ágil à demanda do mercado.

O formato do processo produtivo permite ao grupo alta eficácia, com baixa utilização de capital e mantendo o controle de custos, qualidade e cumprimento dos prazos de entrega.

Todo outsourcing e processo produtivo interno é certificado e auditado, garantindo qualidade e pontualidade (certificação ISO 9001 certificado em 2008).

Perfil de suprimento¹



1 – Medido em número de pares no ano de 2010.

Principais indicadores financeiro	4T09	4T10	Cresc. ou spread (%)	2009	2010	Cresc. ou spread (%)
Receita Líquida	138.069	174.784	26,6%	412.063	571.525	38,7%
(-) CMV	(80.432)	(106.607)	32,5%	(245.242)	(339.884)	38,6%
Lucro Bruto	57.637	68.177	18,3%	166.821	231.641	38,9%
<i>Margem Bruta</i>	41,7%	39,0%	-2,74 p.p.	40,5%	40,5%	0,05 p.p.
(-) SG&A ¹	(37.040)	(37.998)	2,6%	(107.942)	(138.821)	28,6%
<i>% da Receita</i>	-26,8%	-21,7%	5,09 p.p.	-26,2%	-24,3%	1,91 p.p.
(-)Despesa comercial	(26.337)	(27.633)	4,9%	(73.666)	(96.597)	31,1%
(-) Lojas Próprias	(7.771)	(11.526)	48,3%	(22.212)	(36.562)	64,6%
(-) Venda, logística e suprimentos	(18.566)	(16.107)	-13,2%	(51.454)	(60.035)	16,7%
(-) Despesa Geral e Administrativa	(11.030)	(11.199)	1,5%	(36.929)	(45.679)	23,7%
(-) Depreciação	(483)	(823)	70,4%	(1.655)	(2.670)	61,3%
(-) Outras (Despesas) e Receitas	327	834	155,0%	2.653	3.455	30,2%
EBITDA	21.079	31.002	47,1%	60.533	95.490	57,7%
<i>Margem EBITDA</i>	15,3%	17,7%	2,47 p.p.	14,7%	16,7%	2,02 p.p.
(-) Impostos a pagar	834	(8.029)	-1062,4%	(10.113)	(24.755)	144,8%
Lucro Líquido	20.919	21.502	2,8%	48.739	64.534	32,4%
<i>Margem Líquida</i>	15,2%	12,3%	-2,85 p.p.	11,8%	11,3%	-0,54 p.p.
Capital de Giro - % da Receita	-	-	-	21,4%	24,8%	3,33 p.p.
Capital Empregado - % da Receita	-	-	-	29,7%	28,0%	-1,65 p.p.
Dívida total	39.318	46.769	19,0%	39.318	46.769	19,0%
Dívida líquida ²	(5.574)	33.765	n/a	(5.574)	33.765	n/a
Dívida líquida/EBITDA	n/a	n/a	n/a	-0,1 X	0,4 X	n/a

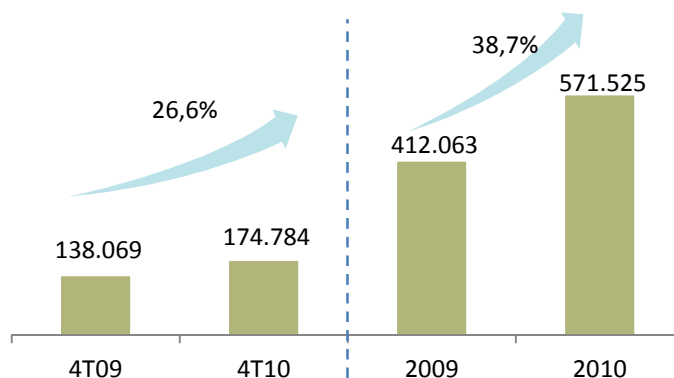
1 Por SG&A entende-se: A somatória das Despesas Gerais, Administrativas e Comerciais da Companhia, inclusive Depreciação e Outras Despesas e Receitas Operacionais.

2 Dívida Líquida é equivalente a posição total de endividamento oneroso da companhia ao final de um período subtraída da posição de caixa e equivalentes de caixa e aplicações de caixa de curto prazo.

Receita Líquida

A receita da Companhia expandiu 26,6% no 4T10 contra o 4T09, aumentando de R\$138,1m para R\$174,8m. No ano de 2010, a aceleração foi de 38,7%, totalizando R\$571,5m. Os principais fatores de sustentação do crescimento de 2010 foram:

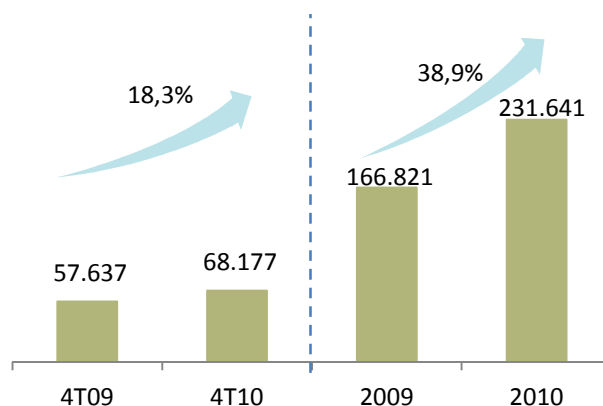
- Expansão da área de vendas: 17,7% de aumento quando comparado a 2009;
- Maturação das 26 Lojas Próprias e Franquias abertas ao longo de 2009;
- Aumento da produtividade das lojas no conceito de SSS, tanto nas Franquias (29,1%) quanto nas Lojas Próprias (17,6%);
- Crescimento do canal multimarca.



Lucro Bruto

O Lucro Bruto do 4T10 teve um crescimento de 18,3% sobre o ano anterior, totalizando R\$68,2m, com uma margem bruta de 39,0%.

No 4T10, a margem bruta foi impactada, principalmente, pela oscilação da margem de exportação, além da ação de CRM (sigla em inglês para Gestão de Relacionamento com Clientes), em que se distribuiu cerca de 40 mil bolsas como presentes às principais clientes. Essa ação de marketing teve impacto em margem uma vez que tais bolsas foram vendidas com margens bastante reduzidas aos Franqueados e às Lojas Próprias.



No ano de 2010, o Lucro Bruto atingiu R\$231,6m apresentando crescimento de 38,9% ante ao Lucro Bruto de R\$166,8m do ano anterior. A Margem Bruta de 2010 alcançou 40,5%, mesmo patamar do ano anterior.

SG&A

Programa de Participação nos Resultados (PPR)

No 4T10, a provisão de participação de resultados foi de R\$1,7m em um total de R\$11,2 milhões provisionados em 2010; no 4T09, o provisionamento foi de R\$7,0m em um total de R\$8,4 milhões provisionados em 2009. O PPR encontra-se distribuído em Despesas Comerciais e Gerais e Administrativas.

Despesas Comerciais

As Despesas Comerciais da Companhia poderiam ser divididas em dois grandes grupos:

1. Despesas de Venda, Logística e Suprimentos:
 - Compreendem despesas da operação de sell-in e de sell-out;
2. Despesas de Lojas Própria:
 - Abrangem apenas as despesas das lojas próprias, sell-out;

No 4T10 houve uma expansão de 4,9% das Despesas Comerciais quando comparado ao 4T09, alcançando R\$27,6m. O aumento ocorreu principalmente por conta das despesas com lojas que somaram R\$11,5m no 4T10, um aumento de 48,3% sobre o 4T09, em virtude da abertura de 19 Lojas Próprias nos últimos 24 meses.

Em 2010, as Despesas Comerciais somaram R\$96,6m, representando um crescimento de 31,1% em relação ao ano anterior. As Despesas de Venda, de Logística e de Suprimentos somaram R\$60,0m contra R\$51,5m em 2009, um crescimento de 16,7%. As Despesas de Lojas Próprias totalizaram R\$36,6m contra R\$22,2m em 2009, equivalente a um aumento de 64,6% também relacionado à forte abertura de Lojas Próprias.

Despesas Gerais e Administrativas

No 4T10, as Despesas Gerais e Administrativas (descontadas de depreciação) somaram R\$10,4m ante R\$10,6m no 4T09, queda de 1,6%.

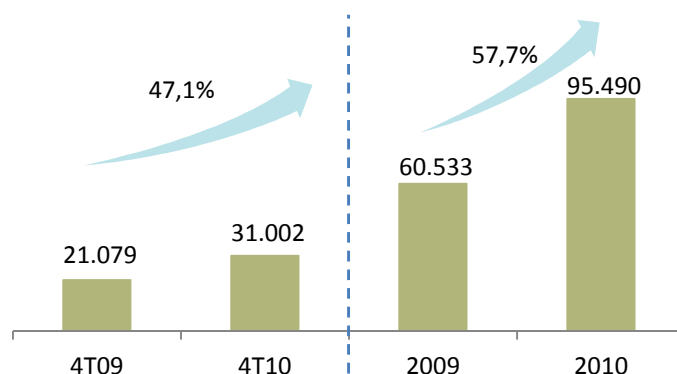
No ano de 2010, as Despesas Gerais e Administrativas (descontadas de depreciação) somaram R\$43,0m, uma alta de 21,9% quando comparado aos R\$35,3m de 2009.

EBITDA e Margem EBITDA (%)

O EBITDA da Companhia cresceu 47,1% no 4T10 ante o 4T09, totalizando R\$31,0m. As margens EBITDA da Companhia expandiram em 2,4 pontos percentuais, para 17,7% no 4T10 ante 15,3% no 4T09, por conta de diluição do SG&A.

Em 2010, a Arezzo&Co gerou R\$95,5m de EBITDA, com crescimento anual de 57,7%, obtendo uma margem EBITDA de 16,7% contra R\$60,5m em 2009, quando a margem foi de 14,7%.

A melhora de margem EBITDA de 2010 ante 2009 é resultado da diluição de SG&A.



Reconciliação do Ebitda	4T09	4T10	2009	2010
Lucro Líquido	20.919	21.502	48.739	64.534
(-) Imposto de renda e Contribuição Social	834	(8.029)	(10.113)	(24.755)
(-) Resultado financeiro	(512)	(648)	(27)	(3.531)
(-) Depreciação e Amortização	(483)	(823)	(1.655)	(2.670)
Ebitda	21.079	31.002	60.533	95.490

Provisão para Imposto de Renda e Contribuição Social

A alíquota nominal do período se manteve em 34,0%. A taxa efetiva de 2010 foi 27,6%, comparada com uma taxa de 17,2% no período anterior.

Em 2009 a Companhia iniciou a apuração de benefícios fiscais relacionados à Lei do Bem (Lei 11.196 de 21 de novembro de 2005) cuja natureza permite deduzir da base tributária despesas relacionadas com inovação tecnológica.

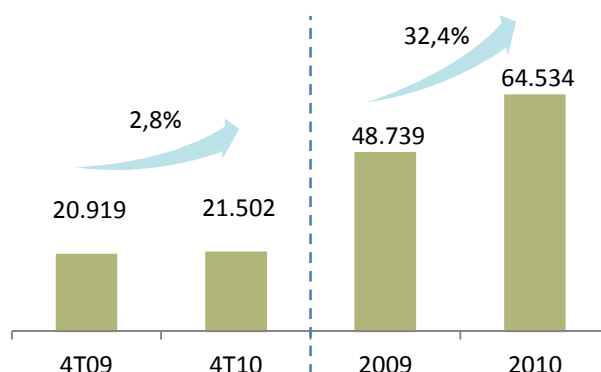
Em 2009 a Cia. apurou um total de R\$8,5m em benefícios da Lei do Bem sendo R\$7,0m no 4T09. Em 2010 este benefício fiscal foi de R\$4,9m, enquanto no 4T10 foi de R\$1,4m.

Lucro Líquido e Margem Líquida (%)

A Companhia manteve uma alta conversão de EBITDA (margem de 16,7% em 2010) para Lucro Líquido (margem de 11,3% em 2010), um reflexo da baixa alavancagem financeira e baixo uso de capital em ativo imobilizado característico do seu modelo de negócios, que, portanto, possui baixa depreciação.

O Lucro Líquido do 4T10 foi superior em 44,6% ao 4T09 excluindo o efeito dos benefícios da Lei do Bem conforme explicado acima. Sem considerar o ajuste, o aumento do 4T10 seria de 2,8% ante o 4T09.

O resultado anual de 2010 foi 48,2% superior ao ano de 2009, quando expurgado o impacto dos benefícios da Lei do Bem. Desconsiderando os ajustes, o lucro líquido de 2010 foi de R\$64,5 milhões, com margem líquida de 11,3%, um crescimento de 32,4% ante 2009.



Geração de Caixa Operacional

Apesar da forte expansão de EBITDA e Lucro Líquido, a geração de caixa operacional foi impactada em 2010 pelo aumento de capital de giro. Dois efeitos explicam o consumo de caixa em capital de giro: (i) aumento do ciclo de conversão de caixa e (ii) crescimento da operação.

O aumento do capital de giro busca permitir que as lojas tenham um nível de estoque mais eficiente e, portanto, busca reduzir seus níveis de ruptura de venda, causados pela falta de um determinado tamanho ou cor de um produto desejado pela cliente.

Além disso, a Companhia passou a antecipar a compra de alguns produtos, formando maior estoque, com o intuito de buscar melhores termos negociais.

Geração de Caixa Operacional	4T09	4T10	Variação	2009	2010	Variação
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	20.085	29.531	9.446	58.852	89.289	30.437
Depreciações e amortizações	483	823		1.655	2.670	
Outros	(1.560)	976		(7.261)	1.735	
Decréscimo (acrécimo) em ativos	(13.752)	(24.533)	(10.781)	(25.743)	(57.730)	(31.987)
Contas a receber de clientes	(14.405)	(20.709)		(13.218)	(29.170)	
Estoque	3.125	2.536		(6.914)	(27.657)	
Impostos a recuperar	(1.333)	(5.410)		(1.810)	(4.063)	
Variação de outros ativos circulantes	(391)	(510)		(2.387)	3.108	
Depósitos judiciais	(335)	(491)		(1.382)	47	
Demais contas a receber	(413)	51		(32)	5	
(Decréscimo) acréscimo em passivos	3.917	(5.700)	(9.617)	24.889	9.035	(15.854)
Fornecedores	(7.652)	(14.615)		12.483	(330)	
Obrigações trabalhistas	5.314	(2.084)		6.052	2.843	
Obrigações fiscais e sociais	6.194	10.696		6.077	7.719	
Variação de outras obrigações	61	303		277	(1.197)	
Pagamento de Imposto de renda e contribuição social	(2.966)	(11.695)	(8.729)	(12.481)	(24.542)	(12.061)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	6.207	(10.598)	(16.805)	39.911	20.457	(19.454)

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 relacionado a modernização da operação industrial.

Sobre os investimentos em Lojas, no 4T10 a abertura de 2 Lojas Próprias demandou um Capex de R\$2,7m, montante 42,1% abaixo se comparado ao mesmo período de 2009, quando houve expansão da rede em 4 Lojas.

Os investimentos corporativos somaram R\$5,8m em 2010, um aumento de R\$3,9m ante 2009. Esse crescimento está relacionado à compra de um terreno para a nova sede da Arezzo&Co, em Campo Bom-RS, e a investimentos em Sistemas e Tecnologia de Informação.

Na comparação de 2010 com 2009, o Capex total aumentou em R\$4,2m entre 2010 e 2009, principalmente por conta do aumento dos investimentos corporativos.

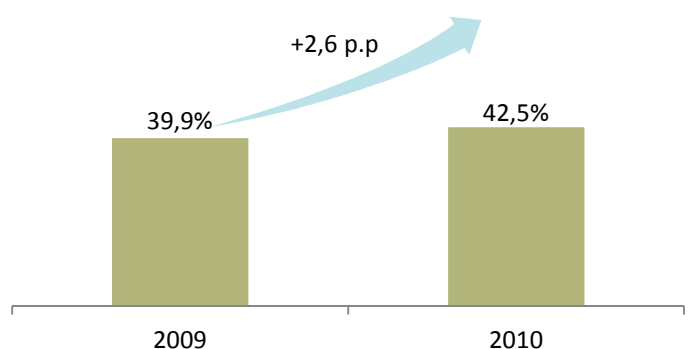
Sumário de Investimentos	4T09	4T10	Cresc. (%)	2009	2010	Cresc. (%)
Capex - total	5.752	6.058	5,3%	11.141	15.365	37,9%
Lojas - expansão e reformas	4.675	2.708	-42,1%	8.930	7.869	-11,9%
Corporativo	946	2.975	214,5%	1.879	5.752	206,1%
Outros	131	375	186,3%	332	1.744	425,1%

ROIC (Retorno sobre o Capital Investido)

O modelo de negócios da Arezzo&Co combina bons níveis de margens operacionais com baixa necessidade de caixa, seja pelo modelo de *sourcing*, ou pelo modelo de distribuição de vendas, onde as Franquias e Multimarcas tem grande relevância.

Essa combinação permitiu à Companhia gerar Retorno sobre o Capital Investido (sigla em inglês, ROIC) de 42,5% em 2010 contra 39,9% no ano de 2009, uma expansão de 2,6 pontos percentuais.

Mesmo com o incremento do investimento em Capital de Giro em 2010, a Arezzo&Co foi capaz de aumentar os retornos sobre o capital investido, o que comprova sua capacidade de geração de valor ao acionista.



Principais Premiações Recebidas em 2010

O grupo Arezzo&Co recebeu prêmios de diversas organizações conceituadas no Brasil, o que reflete o reconhecimento do mercado à sua atuação:

Organizador	Prêmio	Categoria
Associação Brasileira de Franchising (ABF)	Selo de Excelência em Franchising	
Alshop	Prêmio Alshop Lojista - Liderança a frente da categoria (Hors Concours)	Calçados Femininos
Alshop	Prêmio Alshop Lojista Centro-Oeste	Calçados Femininos
Revista Globo Rural	Melhor do Agro Negócio do setor	Couro e Calçados
Revista Exame	Premiação das Melhores e Maiores de Exame	
Revista Valor Econômico	Ranking das 1000 Maiores Empresas	
Shopper Experience/ Consumidor Moderno	Empresa que mais respeita os consumidores	Calçados

Aviso importante

Informações contidas neste documento podem incluir considerações futuras e refletem a percepção atual e perspectivas da diretoria sobre a evolução do ambiente macro-econômico, 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 Arezzo indústria e Comércio S/A – Arezzo&Co 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".

Balanco Patrimonial – IFRS

Ativo			Passivo		
	31/12/2010	31/12/2009		31/12/2010	31/12/2009
Ativo circulante			Passivo circulante		
Caixa e equivalentes de caixa	8.004	38.991	Empréstimos e financiamentos	27.370	24.583
Aplicações financeiras	5.000	5.901	Fornecedores	28.744	29.074
Contas a receber de clientes	132.402	103.290	Dividendos e juros sobre capital próprio a pagar	11.964	18.507
Estoques	48.862	21.205	Outras obrigações	<u>25.708</u>	<u>20.494</u>
Impostos a recuperar	7.889	3.418	Total do passivo circulante	93.786	92.658
Outros créditos	<u>6.910</u>	<u>10.018</u>			
Total do ativo circulante	209.067	182.823			
Ativo não circulante			Passivo não circulante		
Realizável a longo prazo	-	-	Empréstimos e financiamentos	19.399	14.735
Aplicações financeiras	98	116	Partes relacionadas	2.075	1.514
Impostos a recuperar	3.903	4.311	Outras obrigações	<u>6.678</u>	<u>9.588</u>
Imposto de renda e contribuiçã	14.449	19.697	Total do passivo não circulante	28.152	25.837
Outros créditos	<u>4.491</u>	<u>7.644</u>			
			Patrimônio líquido		
Investimento	-	-	Capital social	21.358	21.358
Imobilizado	21.376	12.403	Reserva de capital	71.019	71.019
Intangível	<u>14.772</u>	<u>11.033</u>	Reservas de lucros	37.779	27.155
Total do ativo não circulante	59.089	55.204	Proposta de distribuição de dividendos adicional	<u>16.062</u>	-
Total do ativo	268.156	238.027	Total do Patrimônio Líquido	146.218	119.532
			Total do passivo e patrimônio líquido	268.156	238.027

Demonstrativo de Resultados – IFRS

Demonstrativo de Resultados do Exercício - IFRS				
	4T10	4T09	2010	2009
Receita operacional líquida	174.784	138.069	571.525	412.063
Custo dos produtos vendidos	<u>(106.607)</u>	<u>(80.432)</u>	<u>(339.884)</u>	<u>(245.242)</u>
Lucro bruto	68.177	57.637	231.641	166.821
Receitas (despesas) operacionais:				
Comerciais	(27.633)	(26.337)	(96.597)	(73.666)
Administrativas e gerais	(11.199)	(11.030)	(45.679)	(36.929)
Resultado de equivalência patrimonial				-
Outras receitas operacionais, líquidas	<u>834</u>	<u>327</u>	<u>3.455</u>	<u>2.653</u>
Total de Receitas (despesas) operacionais	(37.998)	(37.040)	(138.821)	(107.942)
Lucro antes do resultado financeiro	30.178	20.597	92.820	58.879
Resultados Financeiros	(648)	(512)	(3.531)	(27)
Lucro antes do imposto de renda e da contribuição social	29.531	20.085	89.289	58.852
Imposto de renda e contribuição social				
Corrente	(4.295)	(2.015)	(19.507)	(8.102)
Diferido	<u>(3.734)</u>	<u>2.849</u>	<u>(5.248)</u>	<u>(2.011)</u>
Lucro líquido do exercício	21.502	20.919	64.534	48.739

Demonstrativos de Fluxo de Caixa – IFRS

Fluxo de Caixa - IFRS	4T10	4T09	2010	2009
Das atividades operacionais				
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	29.531	20.085	89.289	58.852
Ajustes para conciliar o resultado às disponibilidades geradas pelas atividades operacionais				
Depreciações e amortizações	823	483	2.670	1.655
Resultado na venda de ativos permanentes	52	4	131	18
Resultado de equivalência patrimonial	-	-	-	-
Provisão para riscos trabalhistas, fiscais e cíveis	1.430	(12)	(112)	817
Juros e variação cambial	(348)	(1.466)	2.031	(7.634)
Outros	(158)	(86)	(315)	(462)
Decréscimo (acrécimo) em ativos				
Contas a receber de clientes	(20.709)	(14.405)	(29.170)	(13.218)
Estoques	2.536	3.125	(27.657)	(6.914)
Impostos a recuperar	(5.410)	(1.333)	(4.063)	(1.810)
Variação de outros ativos circulantes	(510)	(391)	3.108	(2.387)
Depósitos judiciais	(491)	(335)	47	(1.382)
Demais contas a receber	51	(413)	5	(32)
(Decréscimo) acréscimo em passivos				
Fornecedores	(14.615)	(7.652)	(330)	12.483
Obrigações trabalhistas	(2.084)	5.314	2.843	6.052
Obrigações fiscais e sociais	10.696	6.194	7.719	6.077
Variação de outras obrigações	303	61	(1.197)	277
Pagamento de Imposto de renda e contribuição social	(11.695)	(2.966)	(24.542)	(12.481)
Disponibilidades líquidas geradas pelas atividades operacionais	(10.598)	6.207	20.457	39.911
Das atividades de investimento				
Aquisições de imobilizado e intangível	(4.853)	(5.758)	(14.183)	(11.170)
Aplicações financeiras	(1.392)	(4.189)	(1.392)	(5.779)
Resgate de aplicações financeiras	815	-	2.684	-
Adiantamento para aumento de capital	-	1.140	-	-
Caixa líquido utilizado pelas atividades de investimento	(5.430)	(8.807)	(12.891)	(16.949)
Das atividades de financiamento com terceiros				
Captações de longo prazo	30.534	6.645	43.204	11.480
Captações de curto prazo	(9.635)	8.388	12.631	18.253
Pagamentos de empréstimos	(11.239)	(12.284)	(50.415)	(44.253)
Créditos (débitos) com partes relacionadas, exceto sócios	(21)	383	(21)	(992)
Caixa líquido utilizado pelas atividades de financiamento com terceiros	9.639	3.132	5.399	(15.512)
Das atividades de financiamento com acionistas				
Juros sobre o capital próprio	-	(1.122)	(4.906)	(4.618)
Distribuição de lucros	-	-	(39.485)	(21.315)
Créditos (débitos) com sócios	(113)	(1.249)	439	(11.841)
Aumento de capital	-	1.250	-	1.250
Constituição reserva de capital	-	14.240	-	14.240
Caixa líquido utilizado pelas atividades de financiamento com acionistas	(113)	13.119	(43.952)	(22.284)
Redução das disponibilidades	(6.502)	13.651	(30.987)	(14.834)
Disponibilidades				
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo inicial	14.506	25.340	38.991	53.825
Caixa e equivalentes de caixa - Saldo final	8.004	38.991	8.004	38.991
Aumento (redução) das disponibilidades	(6.502)	13.651	(30.987)	(14.834)