

Operadora:

Bom dia, e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da T4F, para discussão dos resultados referentes ao 4T16. Estão presentes hoje conosco os senhores Fernando Alterio, Diretor Presidente, e Flabia Schiavon, Diretora Financeira e de Relações com Investidores.

Informamos que este evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Companhia. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas apenas para analistas e investidores, quando instruções adicionais serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de assistência durante a conferência, queira, por favor, solicitar a ajuda de um operador, digitando *0.

O replay deste evento estará disponível logo após seu encerramento, por um período de uma semana.

Gostaríamos de informar que perguntas só poderão ser feitas através do telefone. Caso você esteja conectado pelo *webcast*, sua pergunta deverá ser enviada diretamente para a equipe de RI, pelo e-mail ri@t4f.com.br.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da Companhia, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da Diretoria da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis. Considerações futuras não são garantias de desempenho. Elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais, podem afetar o desempenho futuro da Companhia e podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Alterio, Diretor Presidente, que dará início à apresentação. Por favor, Sr. Alterio, pode prosseguir.

Fernando Alterio:

Bom dia a todos, e muito obrigado pela participação dos senhores em nossa teleconferência de resultados do ano de 2016.

Iniciaremos com uma análise do cenário macroeconômico e os impactos da indústria de entretenimento ao vivo, e em seguida falarei sobre o pipeline de eventos. Na sequência, a Flabia comentará sobre o desempenho financeiro da Companhia.

Como vocês puderam observar no release divulgado ontem, entregamos receita líquida recorde em 2016, em linha com o *guidance* divulgado no início do ano, principalmente devido ao expressivo crescimento do segmento de música ao vivo.

Para os próximos anos, a Companhia continuará voltada para esse segmento, devido, principalmente, à menor dependência de patrocínios e por possuir um

grande contingente de fãs, mostrando-se, portanto, resiliente, mesmo diante de um cenário macroeconômico adverso.

O Brasil, nosso maior mercado de atuação, enfrentou 11 trimestres seguidos de recessão, com queda de 9% no PIB, e mesmo assim nossa divisão de música ao vivo cresceu 25% em 2015, e mais do que dobrou para 2016. Com isso, esse segmento passou a representar 66% da receita líquida total da Companhia, contra 36% da nossa média histórica.

Outro ponto que favorece o segmento de música ao vivo é que os artistas estão cada vez mais dependentes das apresentações ao vivo, e mesmo com a forte desvalorização da nossa cesta de moedas, com o USD atingindo R\$4,16 no 1T16, nomes como Rolling Stones, Coldplay, Paul McCartney e vários outros continuaram vindo para apresentar-se na América do Sul.

Infelizmente, não verificamos a mesma resiliência em patrocínios. As empresas reduziram de forma significativa suas verbas de marketing diante desse cenário adverso. Em 2016, a receita de patrocínios representou 12% da receita líquida total da Companhia, contra uma média histórica de 22%.

No entanto, vislumbramos na linha de patrocínios um pilar importante de crescimento de resultados e de margem no médio prazo, não somente pela perspectiva de recuperação da economia brasileira, mas também pelo desejo dos *millennials* em consumir mais experiências em vez de bens materiais, o que favorece diretamente a venda de patrocínios.

Nesse sentido, a T4F se posiciona de forma vantajosa, como uma plataforma diversificada e integrada na América do Sul, proporcionando uma solução única para os patrocinadores que buscam associar suas marcas a experiências.

Somente como exemplo, se tivéssemos em 2016 a receita média de patrocínios que apresentamos entre 2010 e 2012, somente ajustada pela inflação, o EBITDA do ano de 2016 mais do que dobraria.

Seguindo a apresentação, no slide quatro, vocês podem observar o pipeline de eventos para os próximos meses. Em março, realizaremos a sexta edição do festival Lollapalooza Brasil, com mais de 40 atrações, das quais destacamos os *headliners* Metallica, The Strokes, The XX e The Weeknd. Entre março e abril, promoveremos três shows da turnê de Justin Bieber e seis shows da turnê de Elton John e James Taylor em estádios e arenas.

Em música *indoor*, já temos programas ao redor de 30 shows de música internacional e mais de 50 apresentações de música brasileira e latina.

No segmento de família e teatro, promovemos no início do ano o espetáculo argentino Fuerza Bruta na cidade do Rio de Janeiro. E amanhã, 10 de março, estaremos o musical Les Misérables, em uma nova versão que retorna ao Brasil depois de 15 anos. E em maio, promoveremos em São Paulo e Rio de Janeiro o espetáculo Disney on Ice.

Em eventos esportivos, seguiremos promovendo as principais categorias do automobilismo nacional, com a primeira etapa em abril, na cidade de Goiânia.

Passo agora a palavra para a Flabia.

Flabia Schiavon:

Bom dia a todos. Iniciarei com o resultado operacional e os reflexos na receita líquida para o ano e o 4T, que, em nossa apresentação, referem-se aos slides cinco e seis.

No ano de 2016, apresentamos receita líquida recorde, totalizando R\$792 milhões, 44% superior a 2015. Na promoção de eventos, a receita líquida quase dobrou, devido ao crescimento de 40% no público pagante de música ao vivo, pela promoção de shows *outdoor* com maior apelo de público, combinado com o aumento de dois dígitos no preço médio dos ingressos vendidos, tanto de música ao vivo quanto em eventos de família e teatro.

Em relação ao segmento de operações, a receita líquida diminuiu 18%, pela redução da receita de taxa de conveniência.

No final de 2015, houve concentração das vendas de 21 shows *outdoor* de 2016, ao passo que em 2016 iniciamos as vendas somente para três shows de 2017.

Em patrocínios, mantivemos o valor absoluto da receita ano contra ano, apesar da redução na verba de marketing das empresas, pelo cenário macroeconômico desfavorável no Brasil. Porém, como percentual da receita total, houve uma queda de 5 p.p. em relação a 2015 e de 10 p.p. em relação à média histórica.

Olhando somente para o 4T, a receita líquida apresentou queda de 41%, reflexo do calendário atípico de 2016, que apresentou uma grande concentração de shows *outdoor* no 1T em vez do 4T, que historicamente é o trimestre mais forte do ano. Assim, a comparação entre o 4T16 e o 4T15 fica prejudicada pela atípica sazonalidade em 2016.

Em relação ao lucro bruto e ao EBITDA, vocês podem observar no slide sete que o lucro bruto atingiu R\$134 milhões, resultado 23% superior devido ao melhor desempenho na promoção de eventos, que apresentou aumento na taxa de ocupação dos eventos promovidos, com a maioria dos grandes shows *sold out*.

Como reflexo do maior lucro bruto e da manutenção das despesas praticamente em linha, o EBITDA de 2016 atingiu R\$64,6 milhões, resultado 55% superior a 2015. No 4T16 o EBITDA foi de aproximadamente R\$12 milhões, com ganho de margem de 1,7 p.p.

Analisando o resultado financeiro, no próximo slide, podemos notar que em 2016 o dispêndio foi de R\$6,8 milhões. Apesar de um aumento de 63% nas receitas financeiras pelo maior caixa médio, e de uma redução nas despesas financeiras pelo menor endividamento, o resultado financeiro líquido foi negativo devido à variação cambial, pois mantivemos parte do caixa em USD e fizemos hedge para

fazer frente a compromissos assumidos de pagamentos de cachês de artistas internacionais.

Em consequência do que já foi dito, a Companhia apresentou lucro líquido de R\$26 milhões, 25% superior a 2015.

Observem agora, no último slide, a posição de caixa. Consumimos R\$80 milhões em caixa operacional em 2016, e em 2015 geramos R\$169 milhões.

Devido à atípica concentração das vendas de ingressos dos shows de 2016 no final de 2015, há uma distorção entre os anos. Porém, considerando os dois anos somados, a geração de caixa foi de R\$88 milhões, o que corresponde a uma conversão de 83% do EBITDA dos dois últimos anos em caixa.

Em investimentos, foram gastos aproximadamente R\$4 milhões em CAPEX de manutenção, e aplicamos aproximadamente R\$14 milhões em nota estruturada indexada ao USD, como forma de hedge.

Em financiamento, despendemos R\$25 milhões na amortização das debêntures, na quitação de capital de giro na Argentina e em pagamento de dividendos.

Com isso, encerramos o ano de 2016 com redução de 28% no endividamento total e caixa líquido de aproximadamente R\$94 milhões.

Muito obrigada. Agora o Fernando irá concluir a apresentação.

Fernando Alterio:

Resumindo, o ano de 2016 apresentou receita líquida recorde graças à excelente performance dos shows de música ao vivo. Nossa expectativa para 2017 é de manutenção da receita líquida em relação a 2016, pois ela carrega um crescimento bastante expressivo em relação a 2015.

No entanto, estaremos focados em obter uma pequena alteração na composição do nosso *mix* de receitas. Estimamos um crescimento das linhas de operação de bilheteria, alimentos e bebidas e *venues*, e em patrocínios, que são as linhas do nosso negócio com maiores margens, trazendo como consequência uma melhor margem EBITDA. Porém, é importante ressaltar que nossas projeções consideram um crescimento ainda tímido em patrocínios, pouco acima da inflação.

Também continuamos focados na simplificação de nossos processos e controle de gastos, e com isso projetamos um crescimento entre 15% e 30% para o nosso EBITDA em 2017.

Para finalizar, além do crescimento orgânico, com melhoria de resultados e margens, buscamos oportunidades de consolidação, tanto nos mercados em que atuamos, como na expansão para novos mercados na América do Sul. Nesse sentido, iniciamos 2017 com a recente incorporação das operações do maior promotor de música latina no Peru, a ACT.

A partir deste momento, estamos à disposição dos senhores para eventuais perguntas. Muito obrigado.

Operadora:

Obrigada. A teleconferência dos resultados do 4T16 da T4F está encerrada. Vocês podem desconectar suas linhas agora. Tenham um bom dia.

“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de relações com investidor (e/ou institucional) da respectiva companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição.”