

Fernando Alterio:

Bom dia e muito obrigado pela participação dos senhores na nossa apresentação de resultados do 1º trimestre de 2019.

Antes de falar sobre o nosso desempenho operacional e financeiro, vou comentar sobre os efeitos não-recorrentes que afetaram nossos resultados neste primeiro trimestre.

Primeiramente, tivemos o impacto da provisão de perda provável decorrente da decisão de segunda instância da ação judicial em que somos parte na Argentina, conforme fato relevante que divulgamos no último dia 06.

Esta ação é decorrente de uma discussão societária na Argentina que teve início em 2007 e está descrita em nosso formulário de referência no item 7.9 – Outras Informações Relevantes desde nossa Oferta Pública Inicial.

Na ação judicial, a LRPG, a quem Roberto Costa, antigo sócio da Pop Art na Argentina, cedeu seus direitos, pediu USD6,7MM mais juros de mora, dano moral, custas e despesas processuais. Em maio de 2018, foi proferida a sentença de 1ª. instância que condenou a Companhia em USD1,2MM. Este valor representava à época cerca de 15% da demanda de US\$ 7,6 milhões, atualizada por juros. Ainda assim a Companhia recorreu contra determinados pontos da decisão, assim como a LRPG.

Considerando as regras contábeis da Argentina (de que a probabilidade de perda é “baixa” ou “alta”, ou seja, não se aplica a probabilidade “média” ou a classificação de riscos prováveis, possíveis ou remotos, como no Brasil), após a sentença de 1ª. instância a decisão da Companhia foi de não fazer a provisão, pois a condenação em 1ª. instância não era materialmente relevante e com base na opinião dos advogados as chances de perda seriam baixas e, assim, resolveu-se aguardar o julgamento de 2ª. instância;

O recente julgamento de 2ª. instância mudou de forma radical e surpreendente a decisão de 1ª. instância, e foi contra a prova existente no processo que atesta a violação da obrigação de não concorrência, e o desrespeito ao prazo mínimo de 5 anos de exclusividade e ao de 8 anos de non compete, razão que não faria jus a qualquer tipo de indenização ou recebimento de valor por parte da Companhia. Contra a decisão de 2ª. instância foi apresentado recurso para a Suprema Corte da Argentina pela Companhia. No entanto, apesar desse novo recurso apresentado, resolvemos fazer a provisão do valor da condenação de US\$8,8 milhões, considerando que, na opinião dos assessores jurídicos, as chances de êxito desse recurso são baixas.

Em segundo lugar, tivemos também neste trimestre o efeito não-recorrente do distrato de nosso acordo de incorporação das operações da Bizarro no Chile, celebrado em setembro de 2015.

Por meio deste acordo, Bizarro e T4F atuaram em conjunto no Chile, sendo que a primeira era responsável pela promoção de shows latinos e a T4F pela promoção dos conteúdos “anglo”. Transcorrido o prazo de três anos, o acordo oferecia a possibilidade de fusão entre as partes (T4F e Bizarro), que por decisão dos sócios não se

materializou. Com isso, neste trimestre, foi realizada a baixa no resultado do investimento no valor de R\$7,4 milhões, e, a partir de janeiro de 2019, não promovemos shows latinos indoor no Chile, porém mantemos a operação da ticketeira e a promoção de shows “anglo”.

Desconsiderados os efeitos em impostos diferidos, esses dois eventos não-recorrentes, em conjunto, impactaram negativamente o resultado da Companhia em cerca de R\$41 milhões no primeiro trimestre. Considerados os ajustes nos impostos, o impacto foi de cerca de R\$30 milhões.

Agora falarei sobre o nosso desempenho operacional e o pipeline de eventos.

Em música ao vivo, no primeiro trimestre de 2019, promovemos 22 shows com 232 mil ingressos vendidos versus 55 shows com 521 mil ingressos vendidos no primeiro trimestre de 2018. Esta redução reflete a mudança de data do festival Lollapalooza, que em 2019 ocorreu no segundo trimestre, e em 2018 ocorreu no primeiro, assim como os sidershows e Lollaparties. Enquanto no 1T18 apresentamos 5 shows outdoor sendo 3 dias do Lollapalooza, 1 show do Pearl Jam e 1 show do Gorillaz, no 1T19 promovemos os 4 shows da turnê do Paul McCartney. Além disso, a partir de janeiro, não promovemos shows latinos no Chile, refletindo na redução no número de shows indoor.

Em família e teatro, o forte crescimento no número de eventos e de ingressos vendidos reflete a realização do musical O Fantasma da Ópera, em cartaz desde agosto de 2018 no Teatro Renault, enquanto no 1T18 apresentamos apenas o espetáculo Fuerza Bruta.

No slide 5, vocês podem ver nosso pipeline de eventos.

Em música ao vivo outdoor, promovemos em abril o show do Arctic Monkeys no Rio de Janeiro e a sétima edição do Lollapalooza Brasil com 3 dias de festival. É importante ressaltar que as receitas de patrocínios e de taxa de conveniência, nossas linhas de resultados com maiores margens, vêm sendo reconhecidas desde o momento de abertura de vendas, enquanto a receita de bilheteria e todos os custos relativos à promoção do evento são reconhecidos apenas no trimestre de realização do festival.

Ainda em música outdoor, em julho promoveremos dois dias do festival Villa Mix no autódromo de Interlagos em São Paulo, que terá como headliner a banda Maroon 5, além de Alok, Jorge e Mateus, Gustavo Lima, Luan Santanta, entre outros.

Em novembro, realizaremos também em São Paulo o Popload Festival, cujas atrações serão anunciadas em breve.

Em música indoor, já temos cerca de 40 shows programados para o segundo trimestre, incluindo artistas nacionais e internacionais como Aurora, Snow Patrol, Djavan e Nando Reis.

Em Eventos de Família e Teatro, continuaremos apresentando o musical original da Broadway O Fantasma da Ópera no Teatro Renault em São Paulo.

Em Eventos Esportivos, seguiremos promovendo as categorias de automobilismo Stock Car e Stock Light.

Passando para o slide 6 da apresentação, vocês podem observar que a receita líquida do primeiro trimestre totalizou R\$120,6 milhões, 38% inferior ao mesmo período do ano anterior, principalmente devido ao festival Lollapalooza ter acontecido no 2º trimestre este ano.

Com isso, a receita líquida na promoção de eventos de música ao vivo apresentou redução de 42%. Em eventos de família e teatro, a receita aumentou 535% dado que no 1º trimestre de 2018 não tínhamos nenhum musical da Broadway em cartaz e no 1T19 apresentamos O Fantasma da Ópera. Em eventos esportivos, o campeonato da Stock Car e Stock Light teve início em abril este ano, enquanto no ano passado teve início em março.

As reduções de 40% na receita de Operações de Bilheteria, A&B e Venues e de 50% em patrocínios também são reflexo da mudança de data do festival Lollapalooza para o 2º trimestre em 2019, quando será reconhecida a receita integral de A&B do festival e grande parte da receita de patrocínios. Além disso, enquanto no 1T18 tínhamos vendas abertas, e conseqüente reconhecimento de taxa de conveniência, para 14 shows outdoor de meses posteriores, no 1T19 tivemos vendas abertas para 4 shows outdoor do 2T19 (3 dias do Lollapalooza Brasil e 1 show do Arctic Monkeys).

No slide 7, temos o lucro bruto que apresentou redução de 44%, alcançando R\$19,5 milhões devido à menor atividade no período. A linha de promoção de eventos, que apresenta menores margens, registrou melhora de R\$6,8 milhões enquanto as linhas de Operação de Bilheteria, A&B e Venues e Patrocínios apresentaram redução de 61% e 50%, respectivamente.

O SG&A diminuiu 34% em relação ao 1T18, totalizando R\$13,3 milhões, devido principalmente à reversão de provisão de bônus aos administradores no 1T19 pelo não atingimento das metas de 2018. O aumento de 91% nas despesas totais reflete a baixa de investimento de R\$7,4 milhões referente ao distrato com a Bizarro no Chile e a provisão de perda provável da ação judicial na Argentina com impacto em outras despesas operacionais ao redor de R\$17 milhões.

Como consequência, o EBITDA do 1T19 foi de R\$8,1 milhões negativo e o EBITDA ajustado, excluindo os efeitos não-recorrentes, foi positivo em R\$8,6 milhões, com margem de 7,1%.

No próximo slide, vocês podem ver que o resultado financeiro foi negativo em R\$25,7 milhões, devido principalmente à provisão de cerca de R\$17 milhões referente a juros de mora da ação judicial na Argentina na conta de variação monetária. A linha de outras despesas financeiras sofreu impacto negativo de R\$3,9 milhões devido ao ajuste de hiperinflação na Argentina, de acordo com a norma contábil adotada desde o final do ano passado. Excluindo esses efeitos, o resultado financeiro líquido seria negativo em aproximadamente R\$4,5 milhões versus R\$ 1,2 milhão negativo no 1T18.

Com isso, encerramos o trimestre com resultado líquido negativo em R\$34,3 milhões. Excluídos os efeitos não-recorrentes e o ajuste de hiperinflação na Argentina, o resultado líquido seria negativo em cerca de R\$900 mil versus lucro líquido de R\$4,9 milhões no 1T18.

No último slide, vou comentar sobre nosso fluxo e posição de caixa.

Geramos R\$64 milhões de caixa operacional no período, pois houve recebimento das vendas de ingressos do festival Lollapalooza Brasil, realizado em abril, e dos shows da turnê do Paul McCartney, que se iniciaram em dezembro e cujo cachê já havia sido pago, em sua maior parte, no 4T18.

Em investimentos, foram gastos R\$370 mil em capex de manutenção e R\$3,0 milhões referentes ao ágio das aquisições de investimento realizadas no trimestre.

Em financiamento, devido à nova norma contábil, estão registrados os pagamentos de R\$3,3 milhões referente aos contratos de aluguel de longo prazo das nossas casas de espetáculos, que anteriormente eram registrados no fluxo de caixa operacional. Além disso, houve

consumo de R\$5,0 milhões em partes relacionadas, devido principalmente à variação cambial no período.

Assim, encerramos o 1T19 com endividamento total de R\$158 milhões, 31% superior ao 4T18, e caixa líquido de R\$103 milhões, 27% superior ao 4T18.

CONCLUSÃO

Em resumo, nosso resultado do primeiro trimestre deste ano foi fortemente impactado principalmente pelo efeito não-recorrente da inesperada condenação de USD8,8 milhões em 2ª instância da ação judicial na Argentina, dado que a decisão em 1ª instância havia estabelecido o valor de USD1,2 milhão, com possibilidade de reversão a nosso favor.

Desconsiderando os efeitos não-recorrentes, nossos resultados refletem ainda um baixo fluxo de artistas para a região neste começo de ano, que deve se estender durante todo o primeiro semestre, visto que em shows outdoor teremos no 2T19 os 3 dias do Festival Lollapalooza e o sideshow do Arctic Monkeys, já realizados.

No segmento de Família e Teatro, continuaremos em cartaz com o musical O Fantasma da Ópera até o final do ano, conforme previsto inicialmente. A partir de 2020, a nova instrução normativa da lei de incentivo à cultura, que diminui o limite de captação de patrocínio de espetáculos musicais de R\$60 milhões para R\$1,0 milhão por projeto, além de estabelecer novas restrições, deve impactar nossas margens em novos musicais, que historicamente captam cerca de R\$14 milhões por ano.

E, em música ao vivo, ainda em 2019, temos um importante desafio na contratação de novos conteúdos para o quarto trimestre e início de 2020, com abertura de vendas no terceiro e no quarto trimestres deste ano, quando esperamos resultados com melhores margens.

A partir deste momento a equipe de RI estará disponível para responder eventuais perguntas.

Obrigado.