

**Fernando Alterio:**

Bom dia e muito obrigado pela participação dos senhores na nossa apresentação de resultados.

Dando início à nossa apresentação, falaremos sobre o desempenho operacional e o pipeline de eventos.

Em música ao vivo, no primeiro trimestre de 2018, promovemos praticamente o mesmo número de shows indoor que no primeiro trimestre do ano anterior, e apenas 1 show outdoor a mais em decorrência do crescimento do Festival Lollapalooza Brasil, que passou de 2 para 3 dias. No entanto, houve um crescimento de 53% no público pagante, representando um importante incremento na taxa de ocupação por show tanto no segmento indoor quanto no outdoor.

Em família e teatro, os números de eventos e público apresentaram uma redução, principalmente pelo fato que neste ano, diferentemente de anos anteriores, estaremos o musical original da Broadway – O Fantasma da Ópera somente no segundo semestre do ano.

Apresentarei a seguir o pipeline de eventos, que vocês podem acompanhar através do slide número 5, começando com Música Ao Vivo Outdoor:

Iniciamos ontem a farewell tour de Ozzy Osbourne em Santiago, e seguiremos nos próximos dias para Buenos Aires, São Paulo, Curitiba, Belo Horizonte, finalizando no Rio de Janeiro.

Em outubro, promoveremos 11 shows da turnê de Roger Waters, sendo 8 shows em 7 capitais brasileiras, e 3 em Buenos Aires.

Em termos de Música Indoor, já temos programados mais de 60 shows de artistas nacionais e internacionais para o segundo trimestre do ano.

Em Eventos de Família e Teatro, conforme mencionei há pouco, o musical original da Broadway – O Fantasma da Ópera estreará somente em agosto, assim, até a première, nosso teatro permanecerá alugado para a apresentação do espetáculo A Noviça Rebelde.

Em Eventos Esportivos, seguiremos promovendo a Stock Car, o Campeonato Brasileiro de Marcas e a Stock Light.

Passo agora a palavra para a Flabia que comentará os resultados financeiros da companhia.

**Flabia Schiavon:**

Bom dia a todos!

Iniciando pelo slide 6, vocês podem observar que, no primeiro trimestre do ano, a receita líquida aumentou 41% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, alcançando R\$194 milhões.

Na promoção de eventos, a receita líquida aumentou 59% e, como o Fernando já mencionou, este incremento reflete um aumento na taxa de ocupação por show, somado a um incremento de 11% no preço médio dos ingressos vendidos, que alcançou R\$245.

O segmento de operações de bilheteria, alimentos & bebidas e venues teve sua receita reduzida em 22% devido ao fato que: os shows realizados neste primeiro trimestre tiveram quase a totalidade dos seus ingressos vendidos no trimestre anterior, além do fato que não iniciamos vendas neste trimestre para eventos futuros.

A receita de patrocínios aumentou 70% ano contra ano, principalmente pelo melhor desempenho no segmento de Festivais.

**No slide 7, temos** o lucro bruto que aumentou 22%, alcançando R\$35 milhões e o o SG&A que subiu 3% ano contra ano, em linha com a cesta de inflação do Brasil, Argentina e Chile. O aumento de 6% nas despesas totais é resultado de provisão para contingências não recorrentes.

Como consequência, o EBITDA aumentou 32%, alcançando R\$16 milhões.

**No próximo slide,** o resultado financeiro negativo de R\$1,2 milhão é devido às operações de hedge e, principalmente, pela correção monetária das provisões para contingências.

Com isso, encerramos o trimestre com lucro líquido de aproximadamente R\$5 milhões.

**Finalizando a apresentação,** a nossa posição de caixa alcançou R\$243 milhões.

Geramos R\$51 milhões de caixa operacional no período, pois houve recebimento das vendas dos ingressos para os shows do Roger Waters, que iniciamos as vendas em dezembro passado, bem como aumento no prazo de pagamento dos shows realizados neste primeiro trimestre.

Em investimentos, foram gastos R\$412 mil em capex de manutenção.

Em financiamento, houve pagamentos de: (i) R\$9,5 milhões com amortização e juros semestrais da 2ª emissão das debêntures e de R\$744 mil na

recompra de ações próprias para tesouraria, e recebemos R\$3,1 milhões de partes relacionadas.

Assim, encerramos o primeiro trimestre do ano com endividamento total de aproximadamente R\$17 milhões e caixa líquido de R\$226 milhões, 155% superior ao primeiro trimestre de 2017 e 31% superior ao trimestre passado.

Muito obrigada! O Fernando irá concluir a apresentação agora.

### **Fernando Alterio:**

Resumindo, o primeiro trimestre do ano começou bastante aquecido, principalmente, em música ao vivo. Houve um importante incremento no público pagante dos shows indoor e outdoor combinado com aumento no preço médio dos ingressos. Somado a isto, o festival Lollapalooza Brasil cresceu para 3 dias apresentando recorde de público, bilheteria e patrocínios.

No segmento de família e teatro, devido à logística, estaremos O Fantasma da Ópera somente no segundo semestre do ano, o que trará distorções nas comparações entre os segundos trimestres. É importante ressaltar que este conteúdo contempla o nosso recorde de bilheteria entre todos os musicais que apresentamos até hoje e, a nossa expectativa é que o resultado desse espetáculo no segundo semestre seja superior ao resultado de todo o ano passado neste segmento, dada a venda de patrocínios via Lei Rouanet, já contratada neste momento, ser significativamente superior a de todo o ano passado.

É importante salientar, como já fizemos no passado, que a melhor base de comparação para a nossa indústria é a anual, pois existem diversas sazonalidades entre os trimestres, que variam de acordo com logística, com agenda dos artistas e com aberturas de vendas. Para ilustrar esta sazonalidade, no ano de 2016, o primeiro trimestre foi o mais forte do ano e, em 2017, o quarto trimestre foi o mais forte.

Para finalizar, ressaltamos que continuamos confiantes no atingimento do guidance divulgado no início do ano.

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

Muito obrigada pela atenção dos senhores.