

**Fernando Alterio:**

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

Eu iniciarei com o desempenho operacional e o pipeline de eventos para os próximos meses.

No 2T18 promovemos apenas espetáculos de música ao vivo, que totalizaram 58 eventos com público pagante de 230 mil de pessoas. A redução em ambos os indicadores, neste trimestre, está associada basicamente à (i) sazonalidade na nossa indústria, que concentra mais conteúdos em alguns trimestres, em detrimento de outros, devido à agenda dos artistas; e (ii) ao evento da Copa do Mundo, que impactou o número de shows indoor em nossas venues no mês de junho.

Em relação à família e teatro, como explicamos em conferências anteriores, não estreamos, como fazemos todos os anos, um musical original da Broadway em março. Neste ano, estreamos O Fantasma da Ópera somente agora em agosto, por isso este segmento não contribuiu para o nosso resultado no segundo trimestre. No entanto, entre abril e maio, alugamos o nosso Teatro, na cidade de São Paulo, para o espetáculo A Noviça Rebelde, promovida por Charles Möeller & Cláudio Botelho, que se mostrou um grande sucesso de público e facilitou a negociação com a dupla de promotores para que se juntasse à T4F.

Charles Möeller e Cláudio Botelho, que são reconhecidos como um dos maiores produtores teatrais do país, tendo promovido nos últimos anos, além de Noviça Rebelde, Um Violinista no Telhado, Hair, Sweet Charity, O Mágico de Oz, entre muitos outros, agora vão trabalhar em associação com a T4F, que será sócia majoritária, em todas as produções teatrais, incluindo, na nossa associação, musicais adaptados e obras de texto, reforçando a nossa presença neste segmento.

Em relação ao pipeline de eventos para os próximos meses, para o 2S18, iremos promover 16 shows outdoor, sendo 12 em estádios. A título de comparação, eu relembro que no 2S17 promovemos 10 shows outdoor, sendo 5 em estádios e 5 em arenas.

- No 3T18, promoveremos o festival Villa Mix na cidade de São Paulo, e abriremos as vendas de ingressos para a nossa 6ª edição do Lollapalooza Brasil, que promoveremos em abril de 2019.
- Em outubro, promoveremos 10 shows da turnê de Roger Waters em estádios, sendo 8 no Brasil e 2 na Argentina.

- Em novembro, apresentaremos o festival Solid Rock no Allianz Parque, em São Paulo, e em arenas nas cidades de Buenos Aires e Santiago.
- E, em dezembro, apresentaremos o festival Summer Break em arenas em São Paulo e Santiago, tendo como headliner Noel Gallagher

Em música indoor, já temos programados mais de 100 shows de artistas internacionais e nacionais para o 2S18.

Em Eventos de Família e Teatro, seguiremos apresentando o musical O Fantasma da Ópera, que foi nosso recorde de público entre todos os nossos musicais, quando apresentado em 2005/2006, e continua no topo do ranking se considerarmos a quantidade de ingressos vendidos até esta data.

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

A Flabia seguirá a apresentação, descrevendo os resultados financeiros do trimestre.

### **Flabia Schiavon:**

Bom dia!

Como vocês podem observar no slide 5 da nossa apresentação, a receita líquida totalizou R\$72 milhões no 2T18.

No segmento de promoção de eventos, houve retração de 60%, devido a não realização de eventos de família e teatro e à menor atividade no segmento de música ao vivo, tanto nos shows indoor quanto em estádios. No 2T17 apresentamos 3 shows em estádios (2 do Justin Bieber e 1 do Elton John), enquanto neste trimestre apresentamos apenas 1 show, da turnê do Ozzy Osbourne. Os demais shows foram em arenas, resultando em queda do público pagante. A redução verificada no preço médio dos ingressos deve-se ao mix de eventos.

A receita líquida de operações de bilheteria, A&B e venues reduziu 67% no segundo trimestre de 2018, pela menor atividade na promoção de eventos e pela não abertura de vendas de ingressos para shows outdoor no 2S18. Comparativamente, no 2T17, iniciamos as vendas de ingressos para 4 shows da turnê do Paul McCartney.

Em patrocínios, a receita líquida ficou em linha, o que sinaliza uma melhora comparativa, ano contra ano, neste segmento, visto que tivemos uma redução importante no número de eventos.

No próximo slide, vocês podem observar a redução do lucro bruto de 68%, que reflete o menor nível de atividade na promoção de eventos e em operações, sendo parcialmente compensado pela manutenção da receita de patrocínios.

É importante ressaltar que o SG&A reduziu 14% ano contra ano e, se considerarmos outras despesas operacionais, a redução foi ainda maior, alcançando 39%.

Com isso, encerramos o segundo trimestre com EBITDA de R\$1,2 milhão.

No slide 7, temos o resultado financeiro, que ficou positivo em quase R\$7 milhões, resultado de uma receita financeira superior em R\$1,1 milhão às despesas financeiras, somada a uma variação cambial positiva de R\$5,5 milhões nas operações de hedge do Brasil e Argentina.

Com isso, terminamos o segundo trimestre com lucro líquido de R\$3,7 milhões.

No último slide, falarei sobre o caixa da Companhia.

Em relação ao fluxo de caixa:

- Consumimos R\$58 milhões de caixa operacional, pois realizamos os pagamentos de cachês e custos de produção dos shows realizados no 1T18 e não iniciamos vendas de ingressos, no segundo trimestre, para grandes shows futuros.
- Investimos R\$1,1 milhão, sendo aproximadamente R\$ 600 mil em capex de manutenção e R\$500 mil em aplicações financeiras.
- No fluxo de financiamento, destacamos o pagamento de R\$21 milhões em dividendos, R\$1,1 milhão na aquisição de ações próprias e o recebimento de R\$3,4 milhões de partes relacionadas.

Com isso, finalizamos o trimestre com R\$ 172 milhões em caixa, em linha com o segundo trimestre do ano anterior, mesmo após pagamento de dividendos e redução do endividamento em 51%, que totalizaram R\$39 milhões.

Muito obrigada! O Fernando retorna agora para concluir a nossa apresentação.

### **Fernando Alterio:**

Conforme ressaltamos no trimestre anterior, relembro que para a nossa indústria a melhor base de comparação é a anual, pois há diversas

sazonalidades entre os trimestres, que variam de acordo com logística e agenda dos artistas e das aberturas de vendas.

Em 2016, o terceiro trimestre foi o mais fraco do ano, em 2017 foi o primeiro, e em 2018 o 2º trimestre será o mais fraco.

É importante ressaltar que ainda apresentamos resultados positivos em termos de EBITDA e lucro líquido neste trimestre, apesar do baixo nível de atividade e resultado, que já estavam inclusive considerados nas nossas projeções iniciais, assim como um segundo semestre do ano mais forte em relação ao ano anterior.

Neste momento conseguimos ter uma boa visibilidade do 3º trimestre do ano que virá com resultado acima do ano anterior, por isso continuamos confiantes no atingimento do guidance divulgado no início do ano, de crescimento de EBITDA de 15% em relação ao ano de 2017.

A partir deste momento nossa equipe de RI estará disponível para responder eventuais perguntas, muito obrigado.