



RESTOQUE^{SA}

CALL DE RESULTADOS | 2T22



LE LIS
DUDALINA

JOHN  JOHN

rosa chã 

BO.BÔ

 INDIVIDUAL

AGENDA

1. DESTAQUES
2. INVESTIMENTOS
E REVITALIZAÇÕES
3. FINANCIALS
4. MARCAS





BO.BÔ
COLEÇÃO PREVIEW S/S 23

DESTAQUES

DESTAQUES | 2T22

R\$333,4 MM
VLF*

+35,5%
VS. 2T21

+54,2%
SSS VS. 2T21

+28,4%
SSS VS. 2T19

+23%
SAME CUSTOMER SALE
LTM 2T22

R\$172,6 MM
LUCRO BRUTO

+67,7%
VS. 2T21

64,3%
MARGEM BRUTA

85%
VENDAS A PREÇO CHEIO

R\$54,6 MM
EBITDA

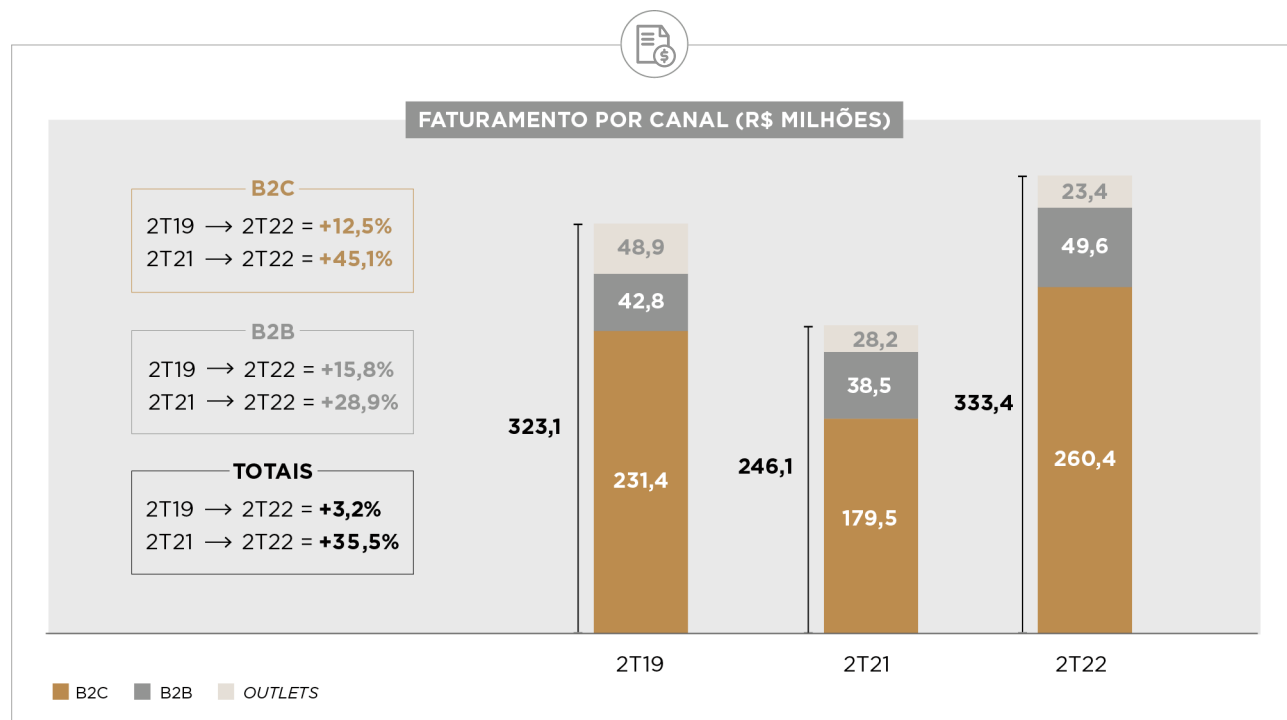
+369,2%
VS. 2T21

20,3%
MARGEM EBITDA

20,3%
PENETRAÇÃO DIGITAL
NAS VENDAS TOTAIS

*VLF: VENDAS LIQUIDAS FATURADAS (PÓS-DEVOLUÇÕES)

FATURAMENTO POR CANAL



B2C

- MARGEM BRUTA DO CANAL DE 70,4%
- MELHOR DIA DAS MÃES DOS ÚLTIMOS 7 ANOS

B2B

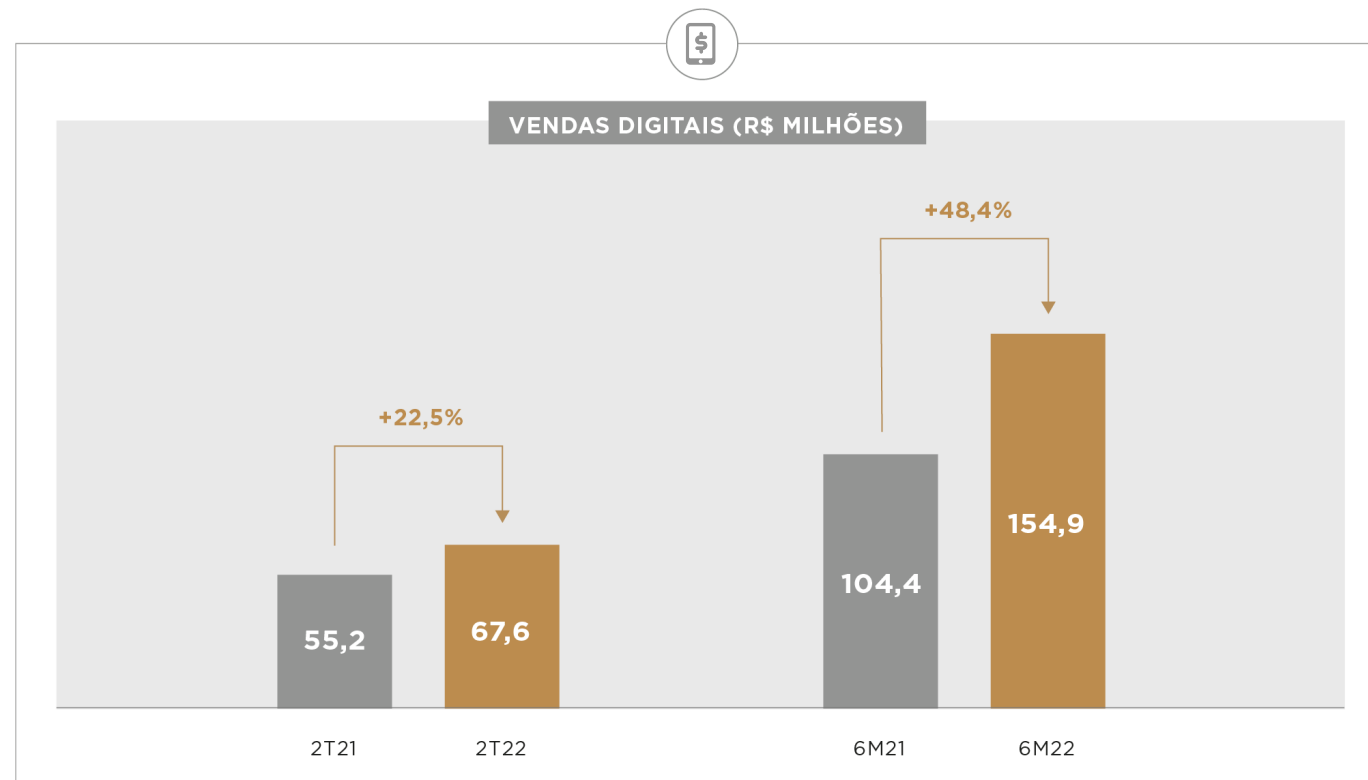
- 2,4 MIL CLIENTES ÚNICOS ATENDIDOS
- -64,0% DEVOLUÇÕES VS. O 2T19

OUTLETS

- MARGEM BRUTA DO CANAL DE 36,7%
- PERFORMANCE POSITIVA NO ANO

VENDAS DIGITAIS

- 20,3% DE REPRESENTATIVIDADE NAS VENDAS DA COMPANHIA
- VENDAS NA MODALIDADE PRATELEIRA INFINITA 6,8 VEZES MAIORES QUE NO 2T21

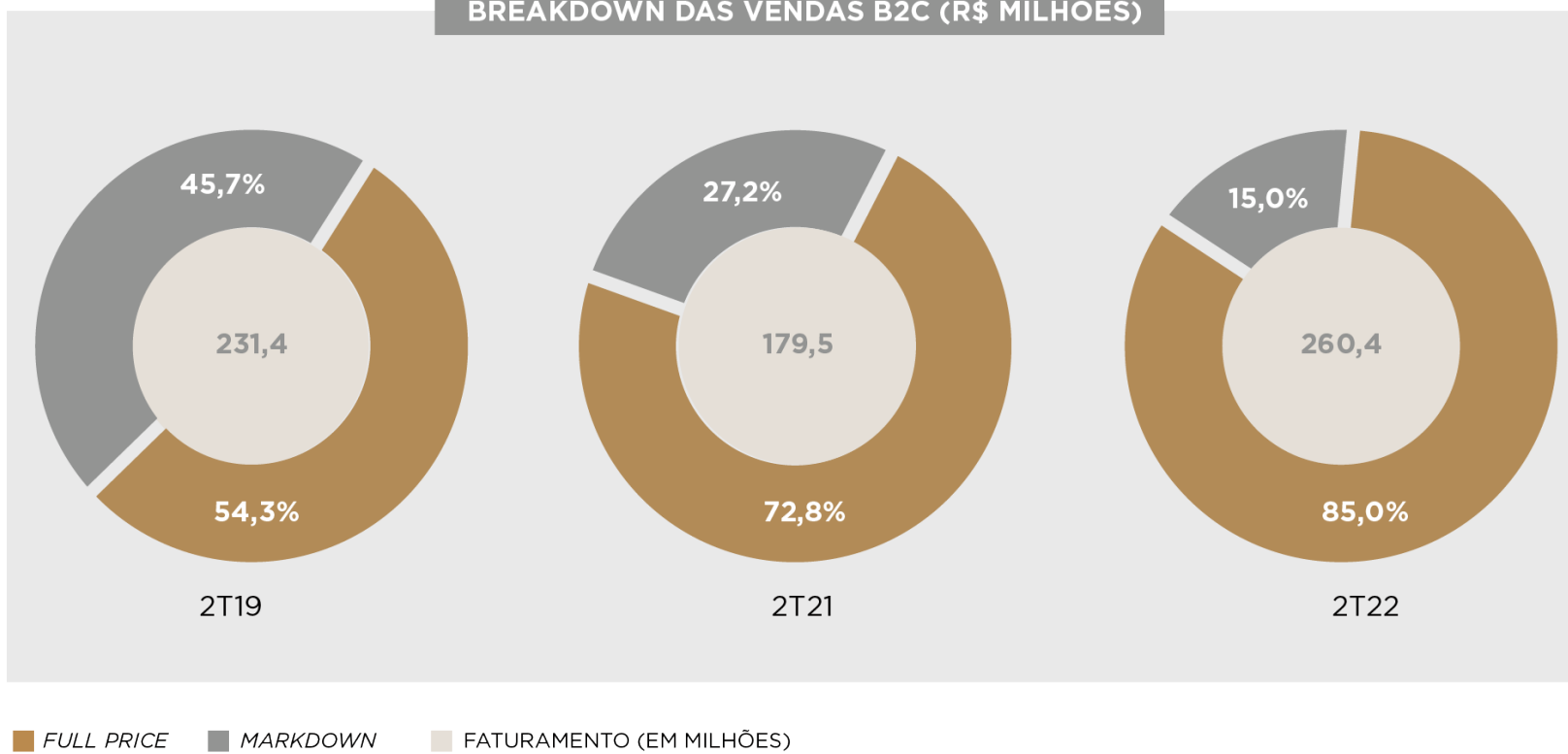


BREAKDOWN DE VENDAS

COM MELHOR MIX DE PRODUTOS E PRECIFICAÇÃO, A COMPANHIA OBTEVE EXPRESSIVA MELHORA NA QUALIDADE DE SUAS VENDAS, ATINGINDO 85% DE VENDAS A PREÇO CHEIO NO 2T22

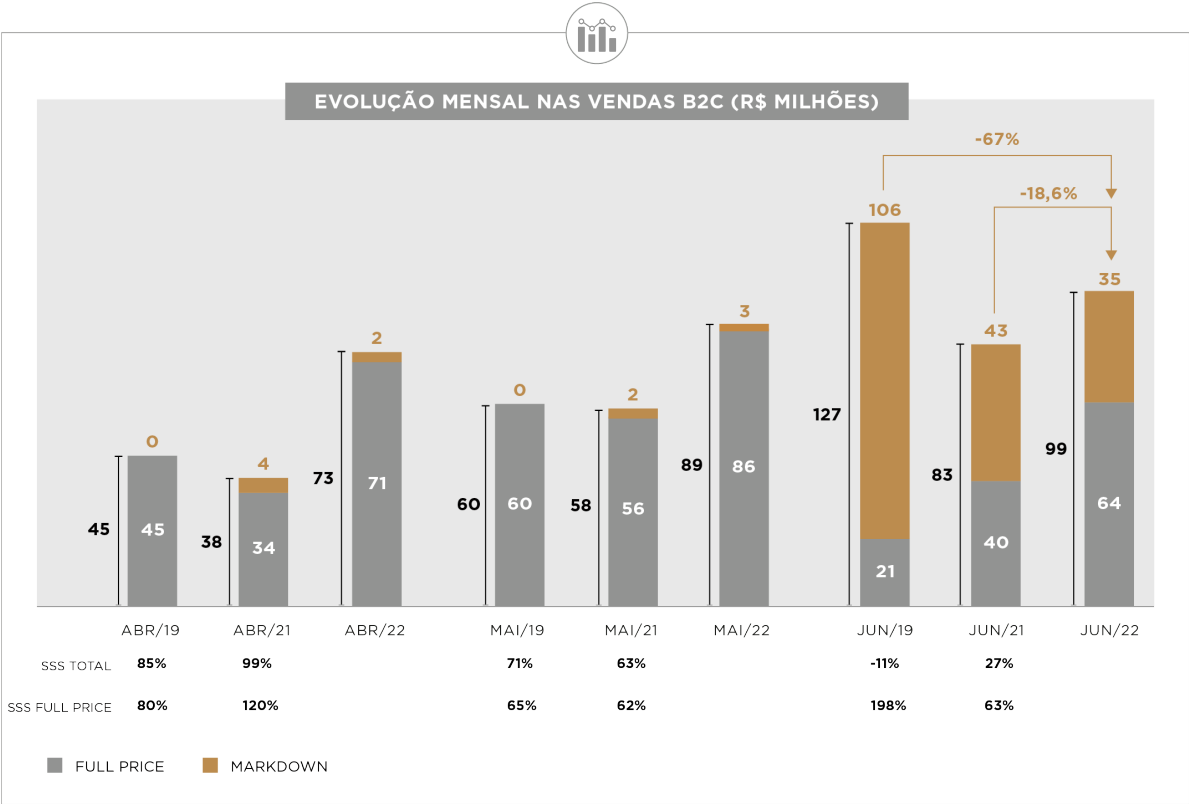


BREAKDOWN DAS VENDAS B2C (R\$ MILHÕES)



SAME STORES SALES | BREAKDOWN POR MARCA

A COMPANHIA SEGUE AUMENTANDO SUA EFICIÊNCIA NAS MESMAS LOJAS, BEM COMO VENDENDO MELHOR A CADA ANO

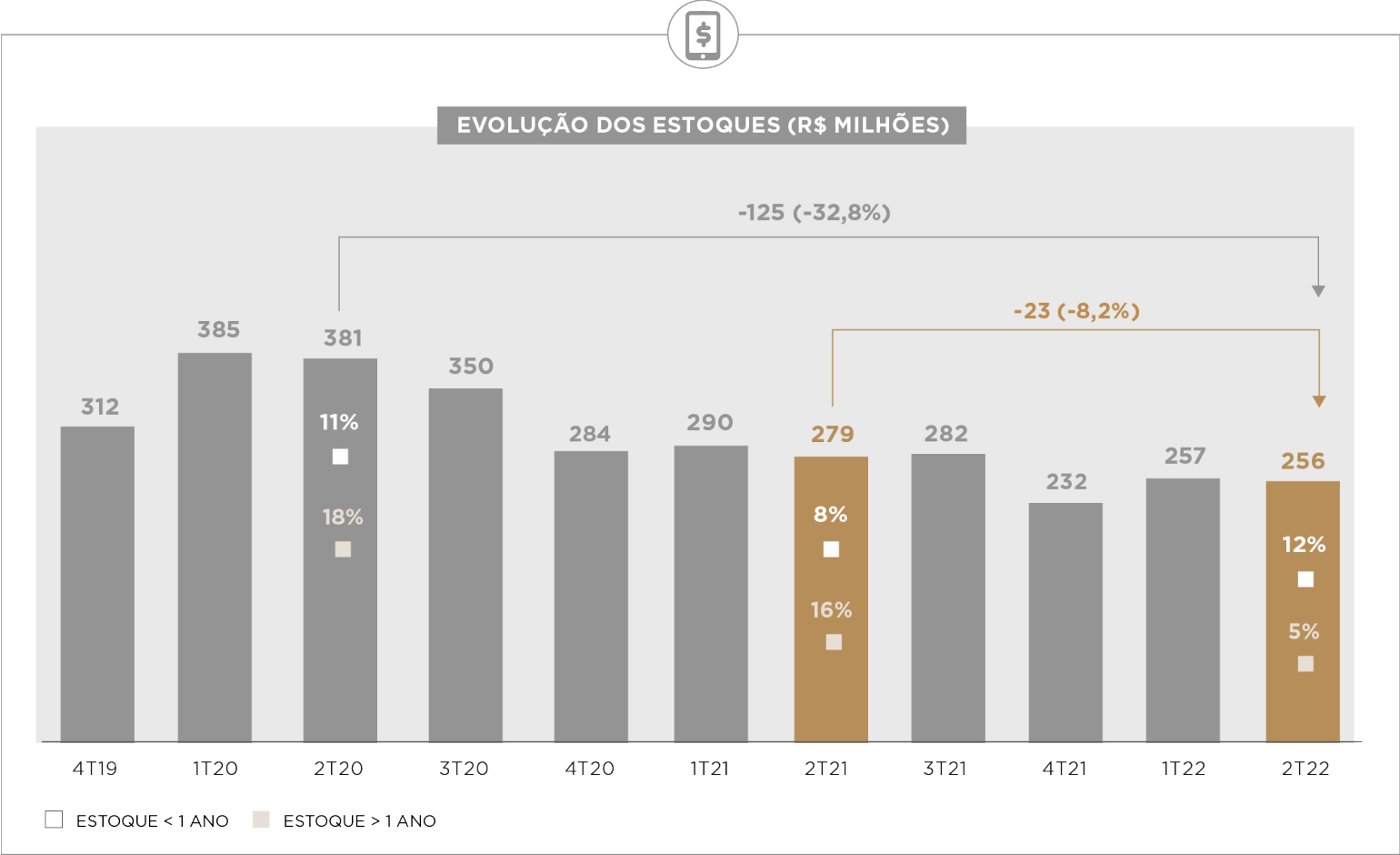


SAME STORE SALES	2T22 VS. 2T21	2T22 VS. 2T19
B2C		
LE LIS	54,2%	24,1%
DUDALINA	47,7%	25,1%
BO.B Ô	63,9%	32,5%
JOHN JOHN	54,3%	82,1%
ROSA CHÁ	-8,4%	-31,4%
CONSOLIDADO	54,2%	28,4%

SAME STORE SALES	2T22 VS. 2T21	2T22 VS. 2T19
SSS FULL PRICE	77,4%	93,1%

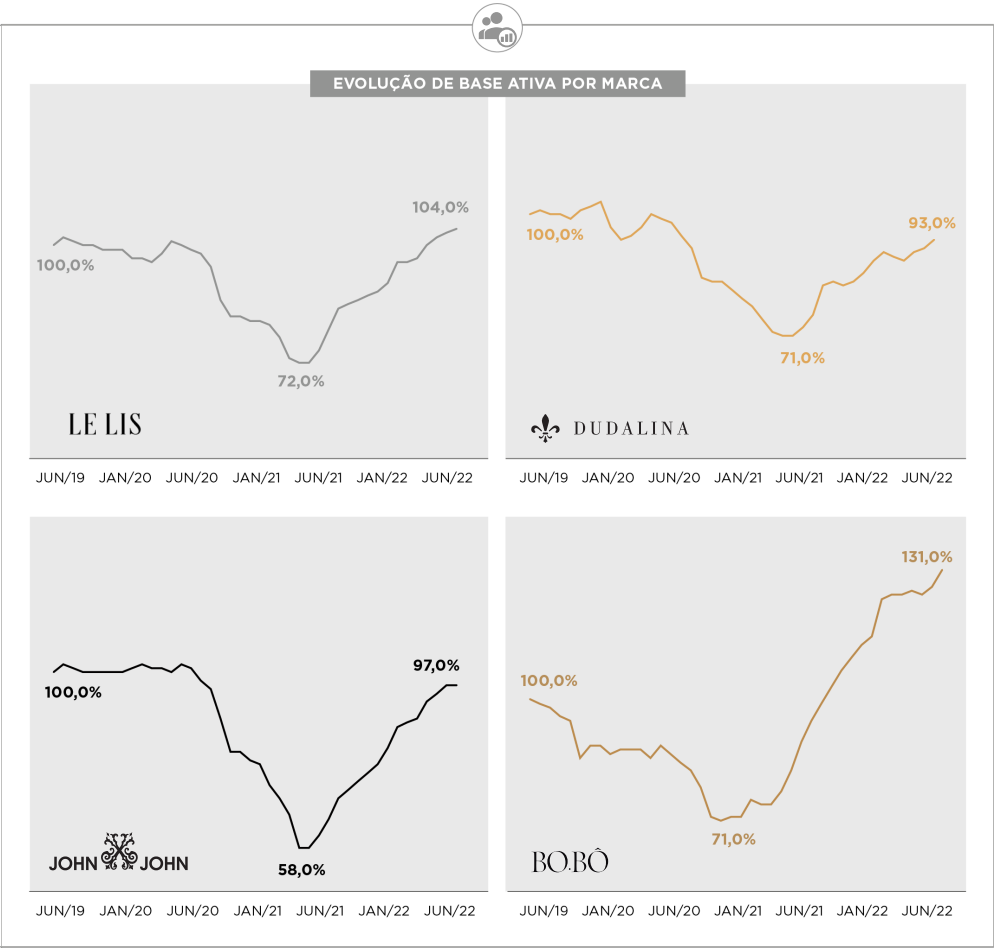
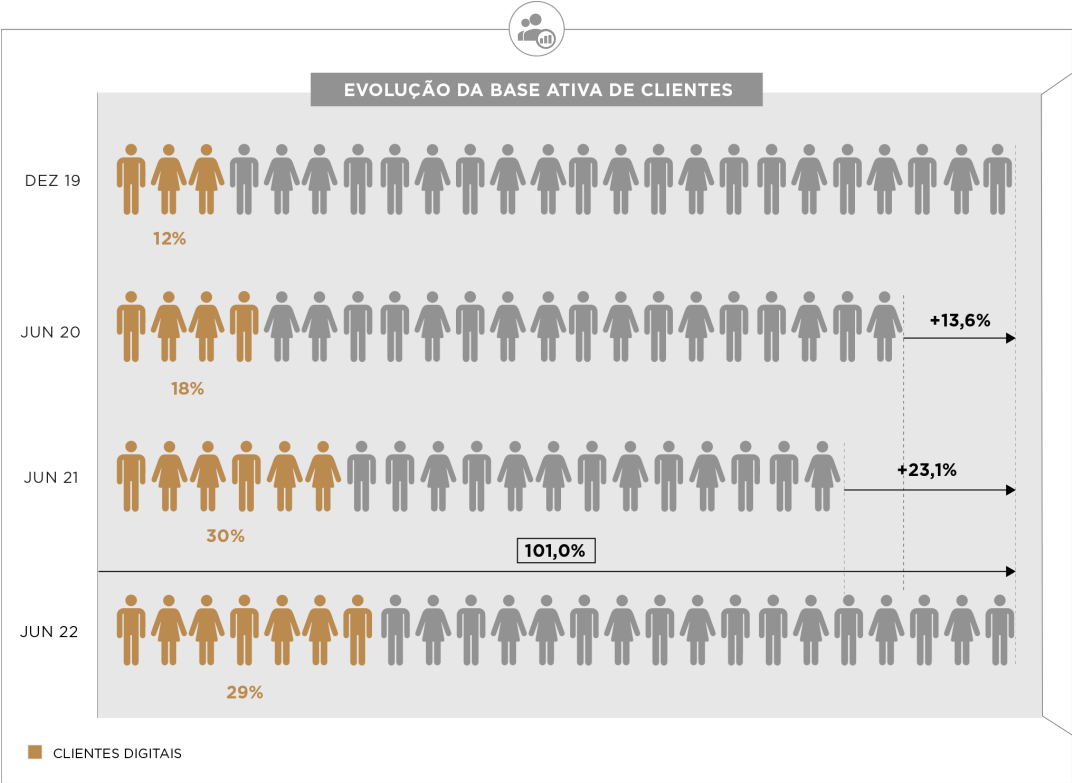
GESTÃO DE ESTOQUES

TERMINAMOS O SEMESTRE COM ESTOQUE EM PEÇAS ADEQUADO AO MOVIMENTO DAS VENDAS, COM APENAS 18% DO SALDO DE ESTOQUE REFERENTE A COLEÇÕES ANTIGAS (13% DO VERÃO PASSADO E 5% DE COLEÇÕES MAIS ANTIGAS)



BASE ATIVA DE CLIENTES

A BASE ATIVA DE CLIENTES DA COMPANHIA ATINGIU 602 MIL CLIENTES ATIVOS, +23,1% VS. O 2T21, REPRESENTANDO A ENTRADA DE 114 MIL NOVOS CLIENTES NO PERÍODO



JOHN JOHN
COLEÇÃO ALTO INVERNO

INVESTIMENTOS E REVITALIZAÇÕES

NOVOS INVESTIMENTOS

NO SEGUNDO TRIMESTRE DE 2022, REINAUGURAMOS A FLAGSHIP DA LE LIS, NO SHOPPING IGUATEMI SÃO PAULO, BEM COMO A LE LIS JK IGUATEMI E LE LIS IGUATEMI ALPHAVILLE.



■ **LE LIS IGUATEMI SÃO PAULO**

SSS DE +161% VS. O 2T21 E +36% VS. O 2T19

■ **LE LIS JK IGUATEMI**

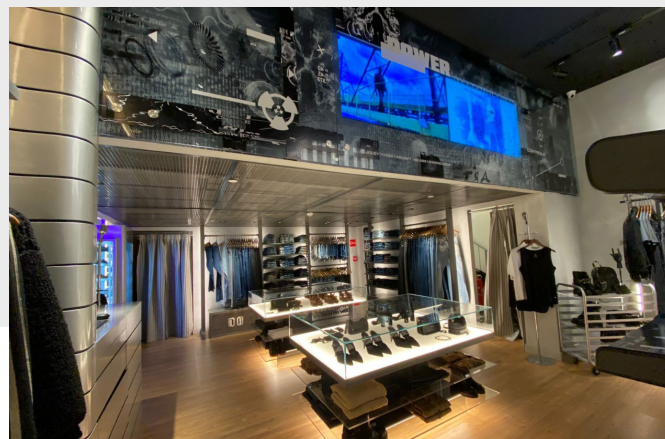
SSS +90% VS. O 2T21 E +25% VS. O 2T19

■ **LE LIS IGUATEMI ALPHAVILLE**

SSS DE +92% VS. O 2T21 E +46% VS. O 2T19

■ **JOHN JOHN IGUATEMI SÃO PAULO**

SSS DE +135% VS. O 2T21 E +115% VS. O 2T19



ACIMA, **LOJAS LE LIS JK IGUATEMI E IGUATEMI ALPHAVILLE.** NA ESQUERDA, **LOJA JOHN JOHN IGUATEMI.**



INDIVIDUAL
CÁPSULA HIGH TECH

FINANCIALS

ESTRATÉGIA QUE GERA RESULTADOS | FATURAMENTO

SEGUIMOS AUMENTANDO A VENDA ANO A ANO, COM MELHORA NO MIX DE CANAIS DE VENDA, ASSERTIVIDADE NAS VENDAS E AUMENTO DE NOSSA BASE DE CLIENTES RECORRENTES

R\$ MILHÕES VLF	2T21	2T22	VS 2T21	VAR%	2T19	VS 2T19	VAR%
FATURAMENTO	246,1	333,4	87,3	35,5%	323,1	10,2	3,2%
POR CANAL							
B2C	179,5	260,4	80,9	45,1%	231,4	29,0	12,5%
LOJAS FÍSICAS	135,2	221,9	86,7	64,1%	219,1	2,9	1,3%
DIGITAL	44,3	38,4	(5,8)	-13,2%	12,4	26,1	211,1%
B2B	38,5	49,6	11,1	28,9%	42,8	6,8	15,8%
OUTLETS	28,2	23,4	(4,7)	-16,7%	48,9	(25,5)	-52,1%
LOJAS OUTLETS	25,1	20,7	(4,4)	-17,5%	43,2	(22,5)	-52,1%
SITE ESTOQUE	3,1	2,8	(0,3)	-10,3%	5,7	(3,0)	-51,8%
POR MARCA							
LE LIS	103,8	156,9	53,1	51,1%	136,7	20,2	14,8%
DUDALINA	49,1	66,0	16,9	34,4%	79,8	(13,8)	-17,3%
BO.BÔ	15,1	22,8	7,8	51,4%	14,6	8,3	56,5%
JOHN JOHN	45,8	59,3	13,5	29,6%	51,9	7,5	14,4%
ROSA CHÁ	3,7	1,6	(2,1)	-55,8%	7,4	(5,8)	-78,0%
DESCONTOS	28,4	24,6	(3,8)	13,4%	51,0	(26,4)	-51,7%
RETAGUARDA	0,2	2,1	1,9	919,7%	(18,2)	20,3	-111,6%

VS 2T21

CANAIS

- B2C +45,1%
- B2B +28,9%

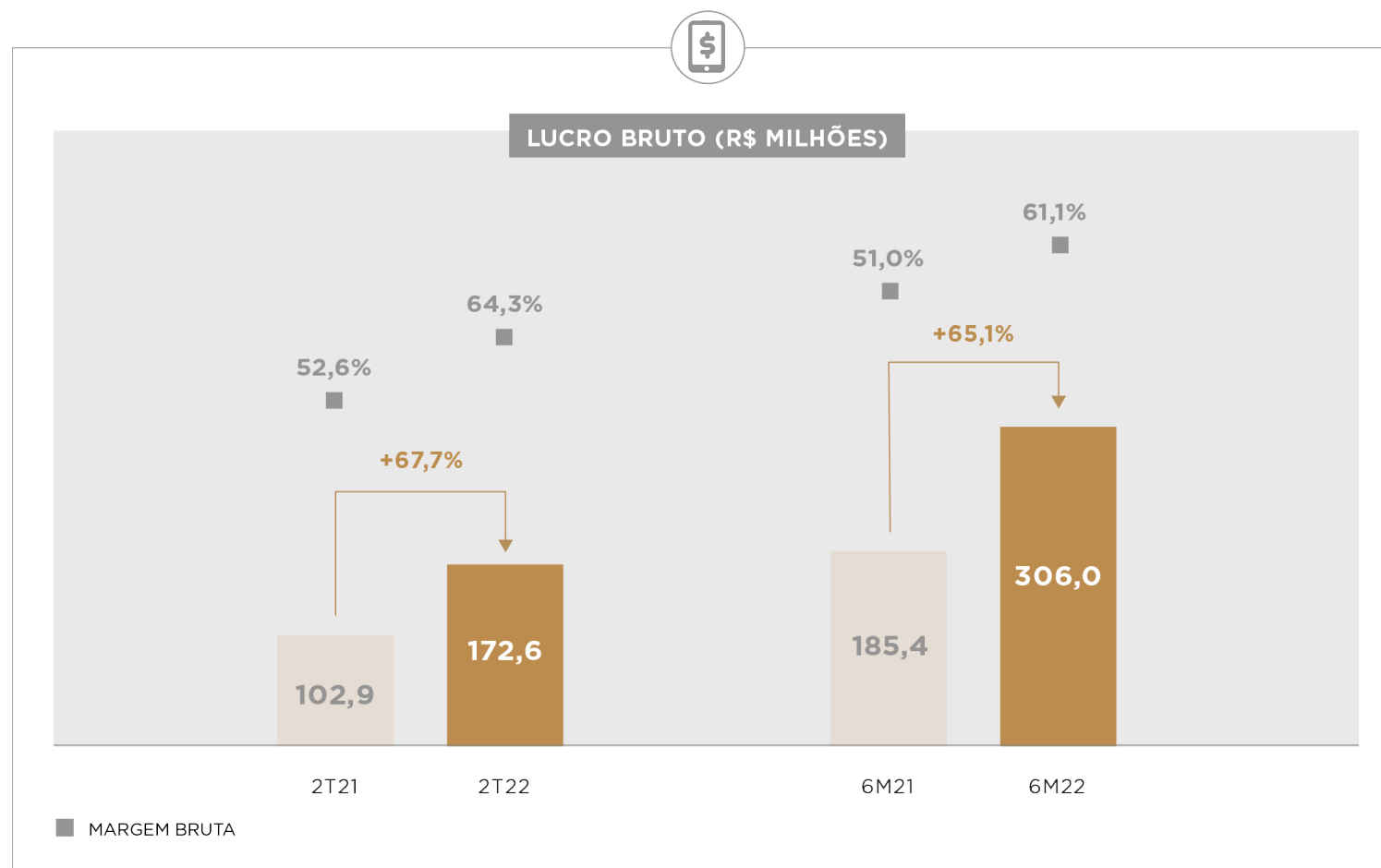
MARCAS

- LE LIS +51,1%
- BO.BÔ +51,4%
- JOHN JOHN +29,6%
- DUDALINA +34,4%

ESTRATÉGIA QUE GERA RESULTADOS | LUCRO BRUTO

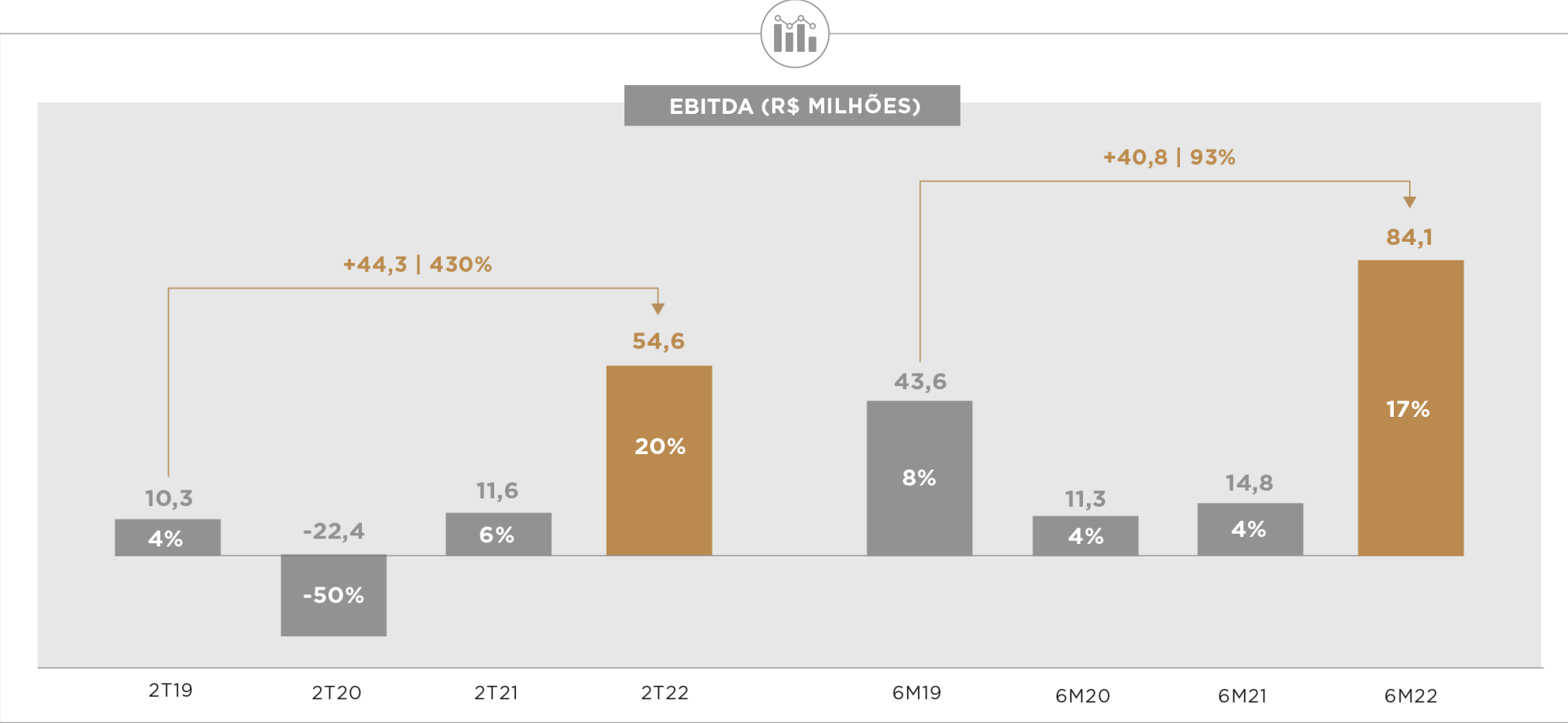
O LUCRO BRUTO FOI DE R\$ 172,6 MILHÕES NO 2T22, +67,7% VS. O 2T21.

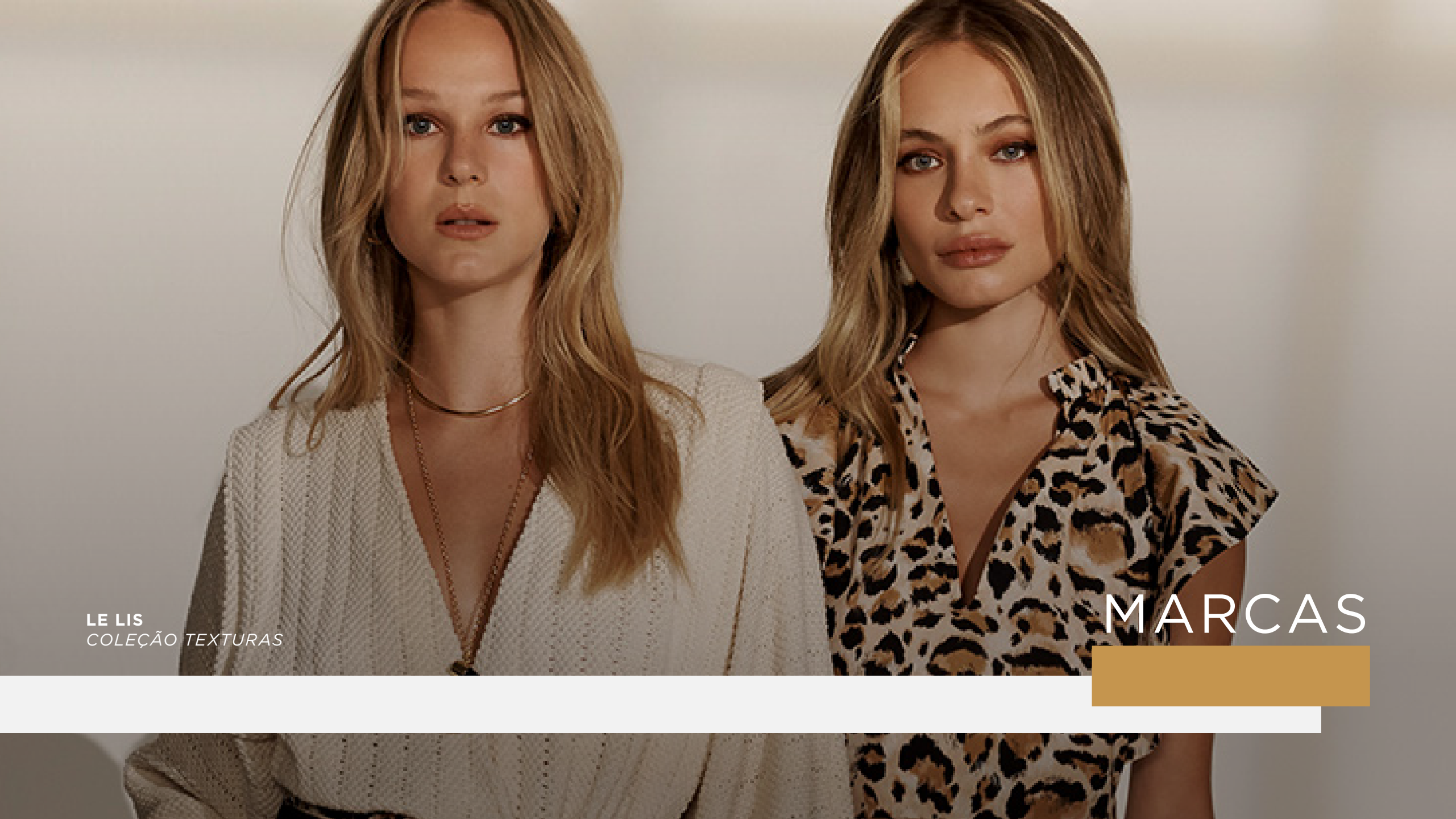
A MARGEM BRUTA FOI DE 64,3% VS. 52,6% NO 2T21, CRESCIMENTO DE 11,7P.P. NO PERÍODO.



ESTRATÉGIA QUE GERA RESULTADOS | EBITDA

NO 2T22, A COMPANHIA REGISTROU UM EBITDA DE R\$ 54,6 MILHÕES, COM MARGEM EBITDA DE 20,3%. NA COMPARAÇÃO COM O 2T21, O RESULTADO É 4,7 VEZES SUPERIOR COM UMA MARGEM 14,4P.P. MAIOR.





LE LIS
COLEÇÃO TEXTURAS

MARCAS

A woman with dark hair is lying on a white cushion with a black and white geometric pattern. She is wearing a black, off-the-shoulder, cropped top with a large circular buckle detail and a matching black skirt. She is also wearing a black beaded necklace and large hoop earrings. She is resting her head on her hand and looking towards the camera. In the background, there is a calm body of water reflecting the surrounding greenery and a wooden fence.

LE LIS

R\$159,9 MILHÕES
FATURAMENTO

+51,1%
VS. 2T21

+580 BPS
MARGEM BRUTA VS. 2T21

+54,2%
SSS VS. 2T21



JOHN JOHN

R\$59,3 MILHÕES
FATURAMENTO

+29,6%
VS. 2T21

76,7%
FATURAMENTO LOJAS
FÍSICAS VS. 2T21

63,9%
SSS VS. 2T21



DUDALINA

R\$52,8 MILHÕES
FATURAMENTO

+35,3%
VS. 2T21

+630 BPS **+47,7%**
MARGEM BRUTA VS. 6M21 SSS VS. 2T21



BO.BÔ

R\$22,8 MILHÕES
FATURAMENTO

+51,4%
VS. 2T21

+660 BPS
MARGEM BRUTA VS. 2T21

+54,3%
SSS VS. 2T21



I INDIVIDUAL

R\$13,1 MILHÕES
FATURAMENTO

+42,3%
VS. 2T21

+220 BPS
MARGEM BRUTA VS. 6M21



BO.BÔ
COLLAB SANRIO

RESTOQUE^{SA}