



RESTOQUE^{SA}

CALL DE RESULTADOS | 3T22

LE LIS

JOHN  JOHN

BO.BÔ

 DUDALINA

rosa chã 

 INDIVIDUAL

AGENDA

1. ESTRUTURA DE CAPITAL
2. DESTAQUES
3. FINANCIALS



LE LIS
ALTO VERÃO

ESTRUTURA DE
CAPITAL

ESTRUTURA DE CAPITAL | CONCLUSÃO DO PROCESSO DE CONVERSÃO

A DÍVIDA BRUTA DA COMPANHIA, QUE TOTALIZAVA R\$ 1,76 BILHÃO PREVIAMENTE À OPERAÇÃO, FOI REDUZIDA EM 93%, RESULTANDO EM UM SALDO REMANESCENTE DE R\$ 130 MILHÕES

Resumo da Conversão (em R\$)	#	#
Saldo Total 12ª emissão	1.767.741.968	100%
Total Convertido	1.637.347.329	93%
CDI + 1,1%	117.033.550	7%
TR + 1%	13.361.089	1%

Resumo da Conversão	
1.637.347.329	Conversão em reais
2,10	Preço de emissão das novas ações
779.689.288	Ações emitidas - conversão
51.748	Ações emitidas - sobras + exercício de preferência
68.850.829	Ações atuais
848.591.865	Total ações de ações LLIS3
92%	Diluição da base acionária



INDIVIDUAL
PRIMAVERA

DESTAQUES

DESTAQUES | 3T22

ÓTIMA PERFORMANCE NO TRIMESTRE COM CRESCIMENTO ROBUSTO DE VENDAS E AVANÇO NOS PRINCIPAIS INDICADORES DA COMPANHIA

R\$351,8 MM
VLF* +26,3%
VS. 3T21

+32,3% +47,0%
SSS VS. 3T21 SSS VS. 3T19

+20%
SAME CUSTOMER SALE
LTM 3T22

R\$175,2 MM
LUCRO BRUTO +36,9%
VS. 3T21

61,0%
MARGEM BRUTA
(+410 BPS VS. 3T21)

83%
VENDAS A PREÇO CHEIO

R\$55,5 MM
EBITDA +79,9%
VS. 3T21

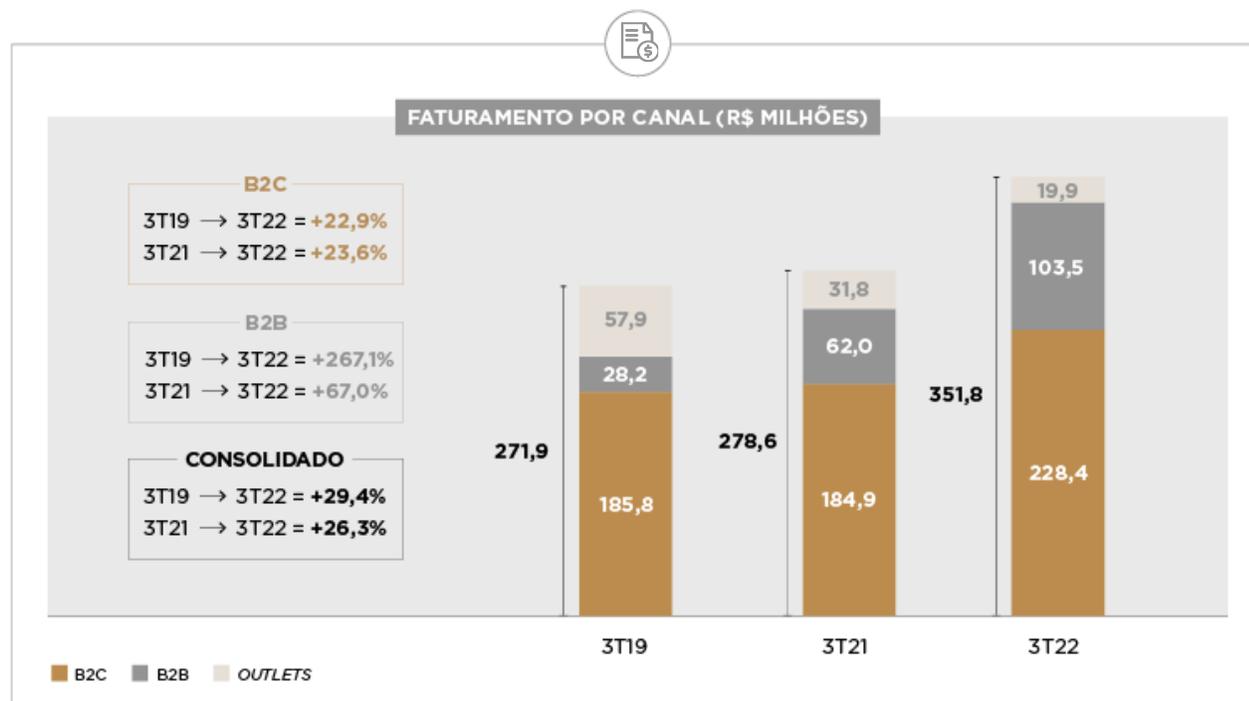
19,3%
MARGEM EBITDA
(+560 BPS VS. 3T21)

25,1%
CRESCIMENTO DO
E-COMMERCE VS. 3T21

*VLF: VENDAS LIQUIDAS FATURADAS (PÓS-DEVOLUÇÕES)

FATURAMENTO POR CANAL

AUMENTO NO VOLUME DE VENDAS COM DESTAQUE PARA EVOLUÇÃO DO CANAL B2B
CRESCENDO +67,0% VS. O 3T21 E B2C, TANTO FÍSICO COMO DIGITAL



B2C

- MARGEM BRUTA DO CANAL 70,8%
- MELHOR SEMANA DO DIA DOS PAIS NA HISTÓRIA DAS MARCAS LE LIS, JOHN JOHN E BO.BÔ
- E-COMMERCE +25,1% VS. 3T21

B2B

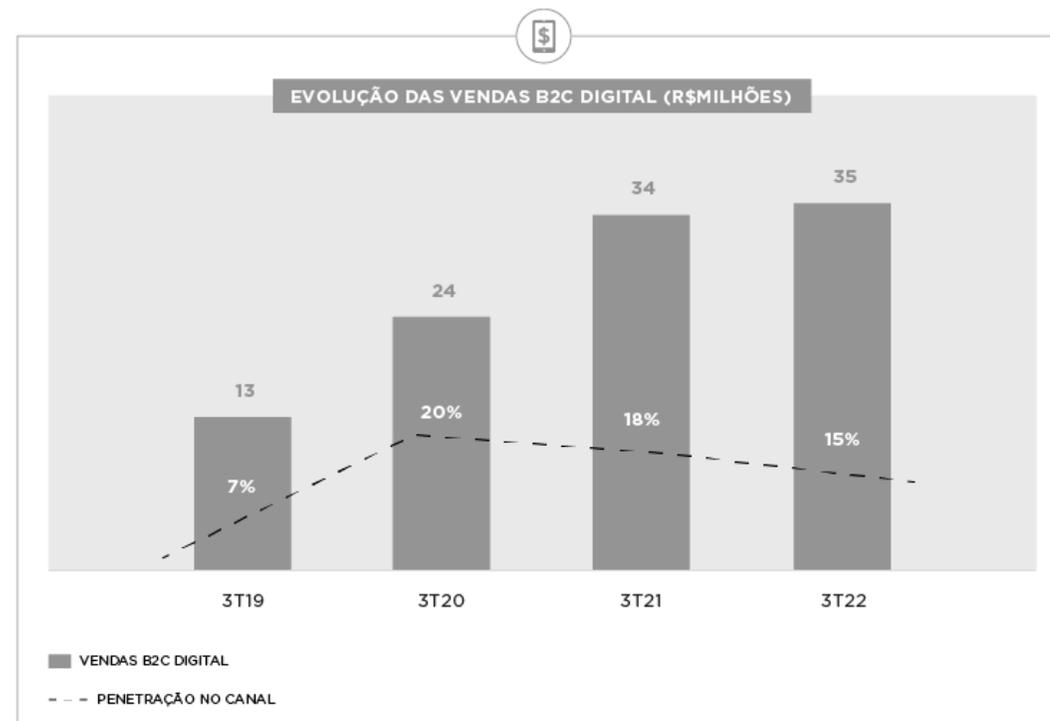
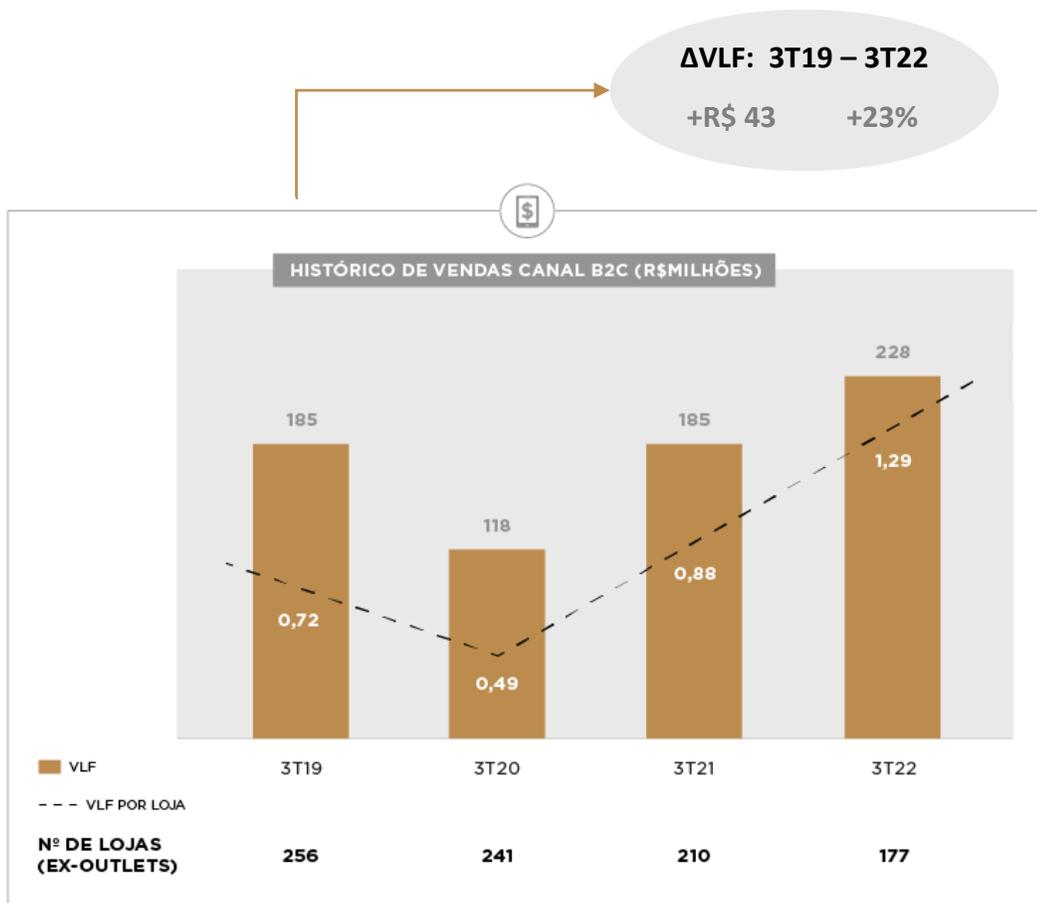
- 2,5 MIL CLIENTES ÚNICOS ATENDIDOS
- -52,0% DEVOLUÇÕES VS. O 3T19

OUTLETS

- MARGEM BRUTA DO CANAL NO 3T22 DE 40,1%
- PERFORMANCE POSITIVA NO ANO COM MARGEM DE 38,2%

EVOLUÇÃO DE VENDAS B2C

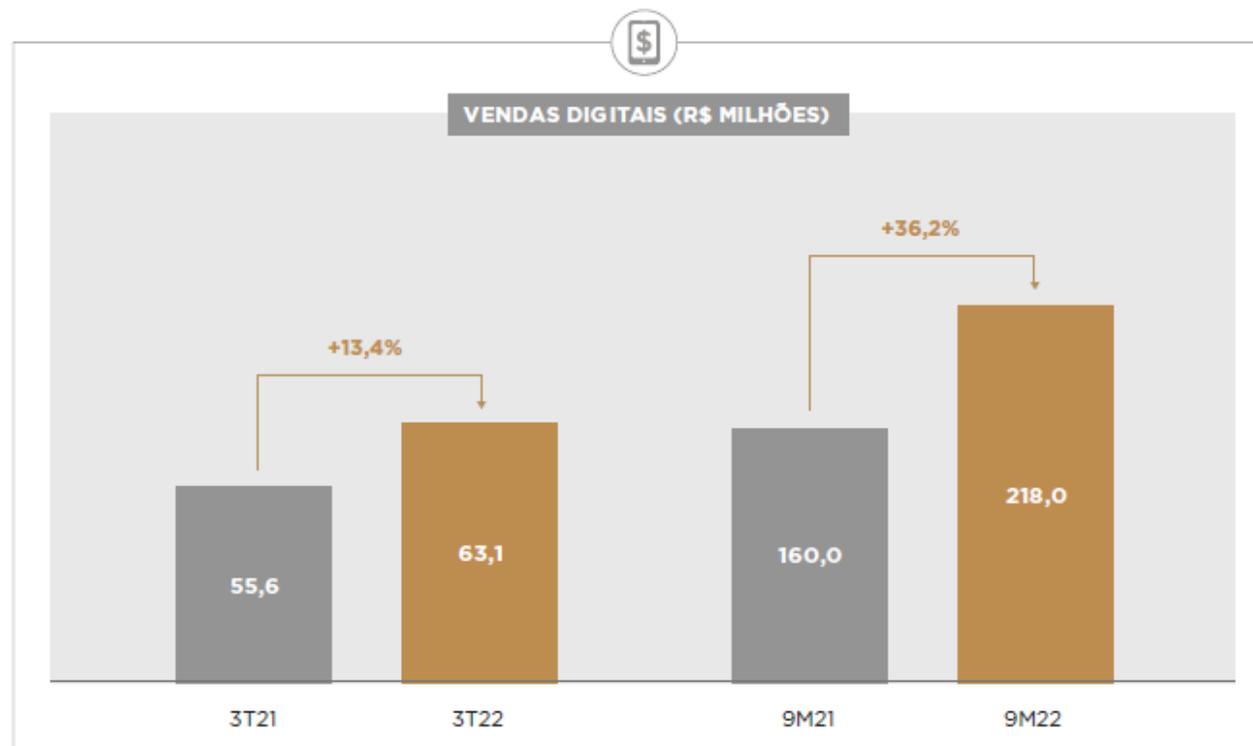
O CANAL B2C OBTVE EXPRESSIVA MELHORA EM VOLUME E QUALIDADE DE SUAS VENDAS, ATINGINDO 83% DE VENDAS A PREÇO CHEIO NO 3T22, MESMO COM UMA REDUÇÃO NA BASE DE LOJAS DE 15,7% VS. O 3T21



VENDAS DIGITAIS

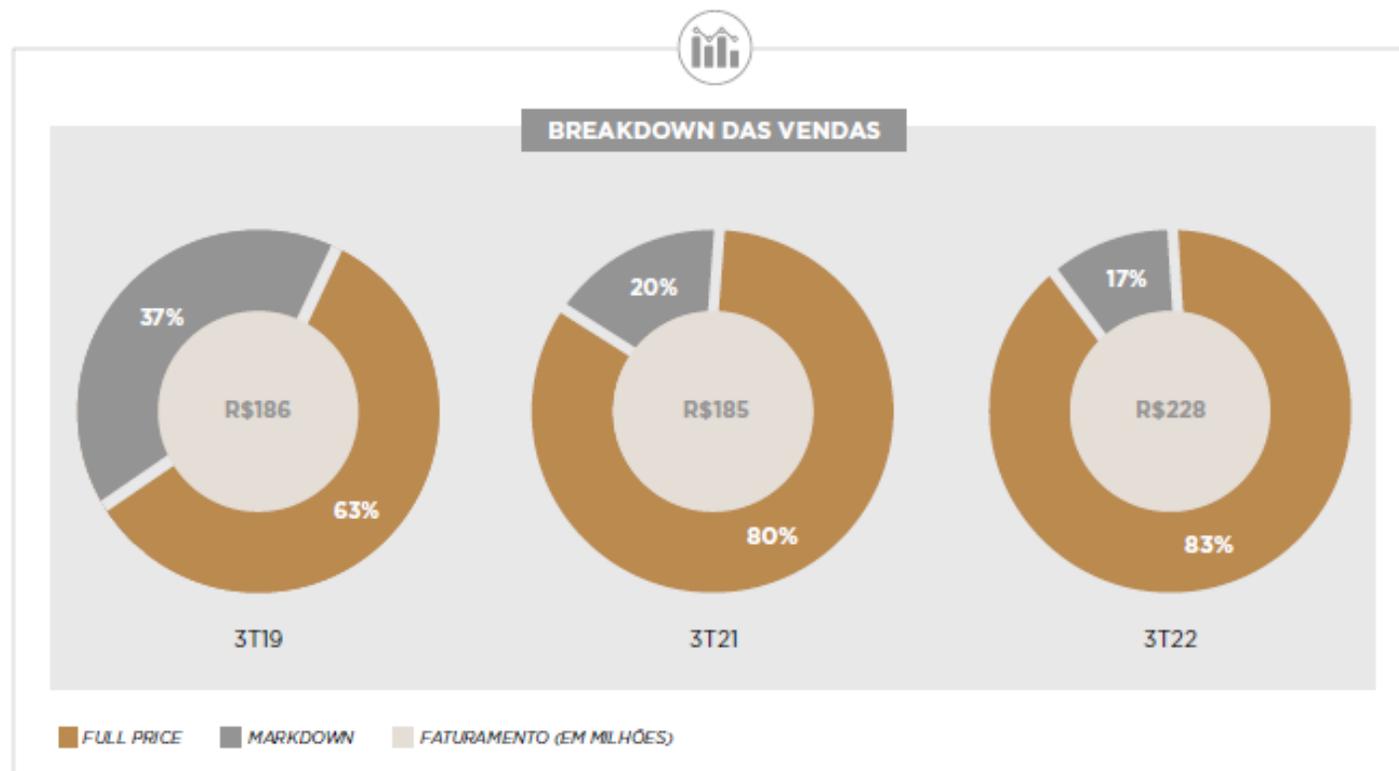
AS FERRAMENTAS DIGITAIS, REPRESENTADAS PELO B2C DIGITAL, ECOSSISTEMA OMNICHANNEL E SITE OUTLETS, OBTIVERAM PARTICIPAÇÃO DE 17,9% NAS VENDAS TOTAIS DA COMPANHIA NESSE 3T22

- O FATURAMENTO BRUTO DESSAS FERRAMENTAS FOI +13,4% SUPERIOR VS. O 3T21
- VENDAS NA MODALIDADE PRATELEIRA INFINITA 5 VEZES MAIORES QUE NO 3T21



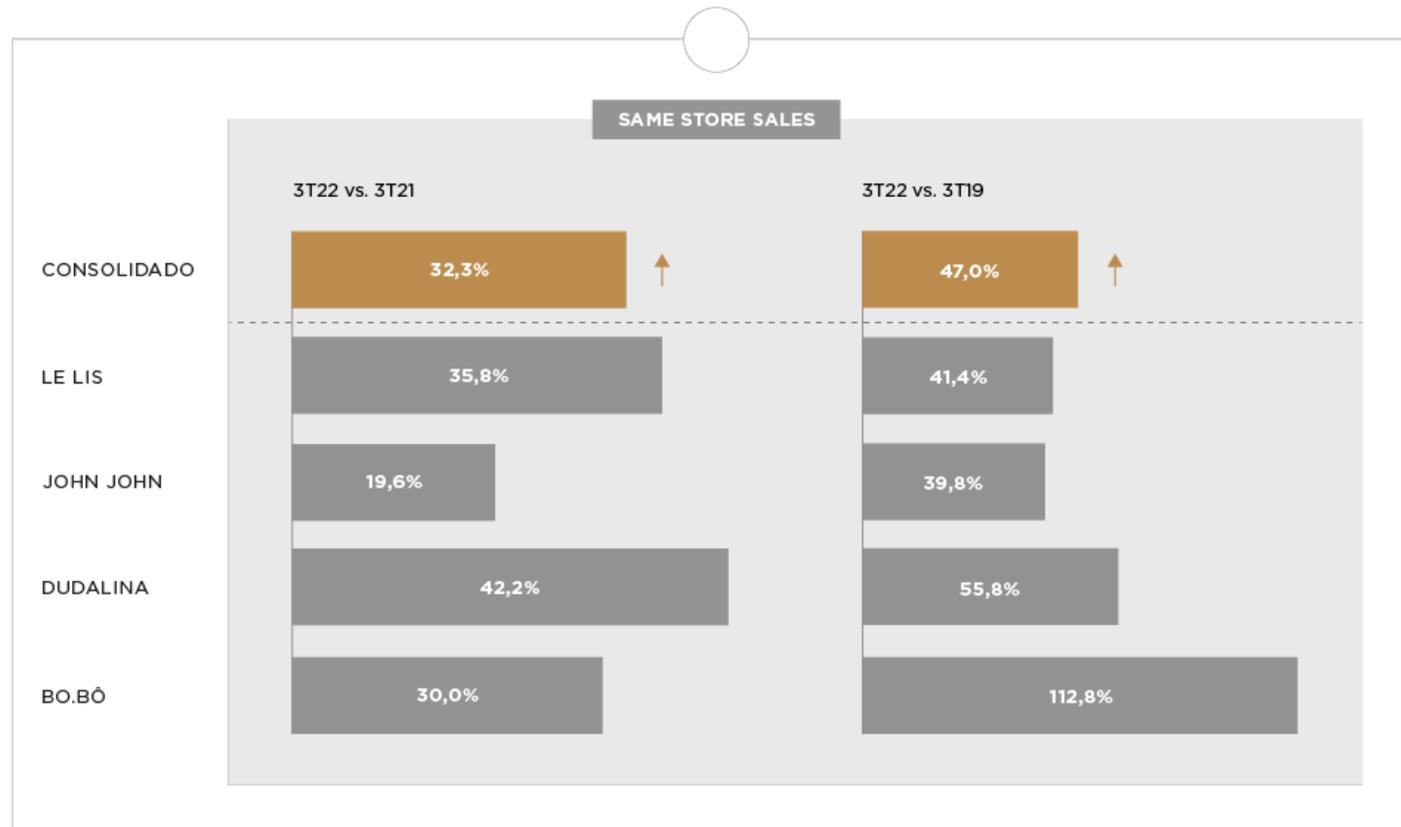
BREAKDOWN DE VENDAS

AUMENTO DAS VENDAS A PREÇO CHEIO E MENORES PERÍODOS DE LIQUIDAÇÃO DAS MARCAS
(+20% DE PEÇAS VENDIDAS A PREÇO CHEIO VS. O 3T21 E +27% VS. O 3T19)



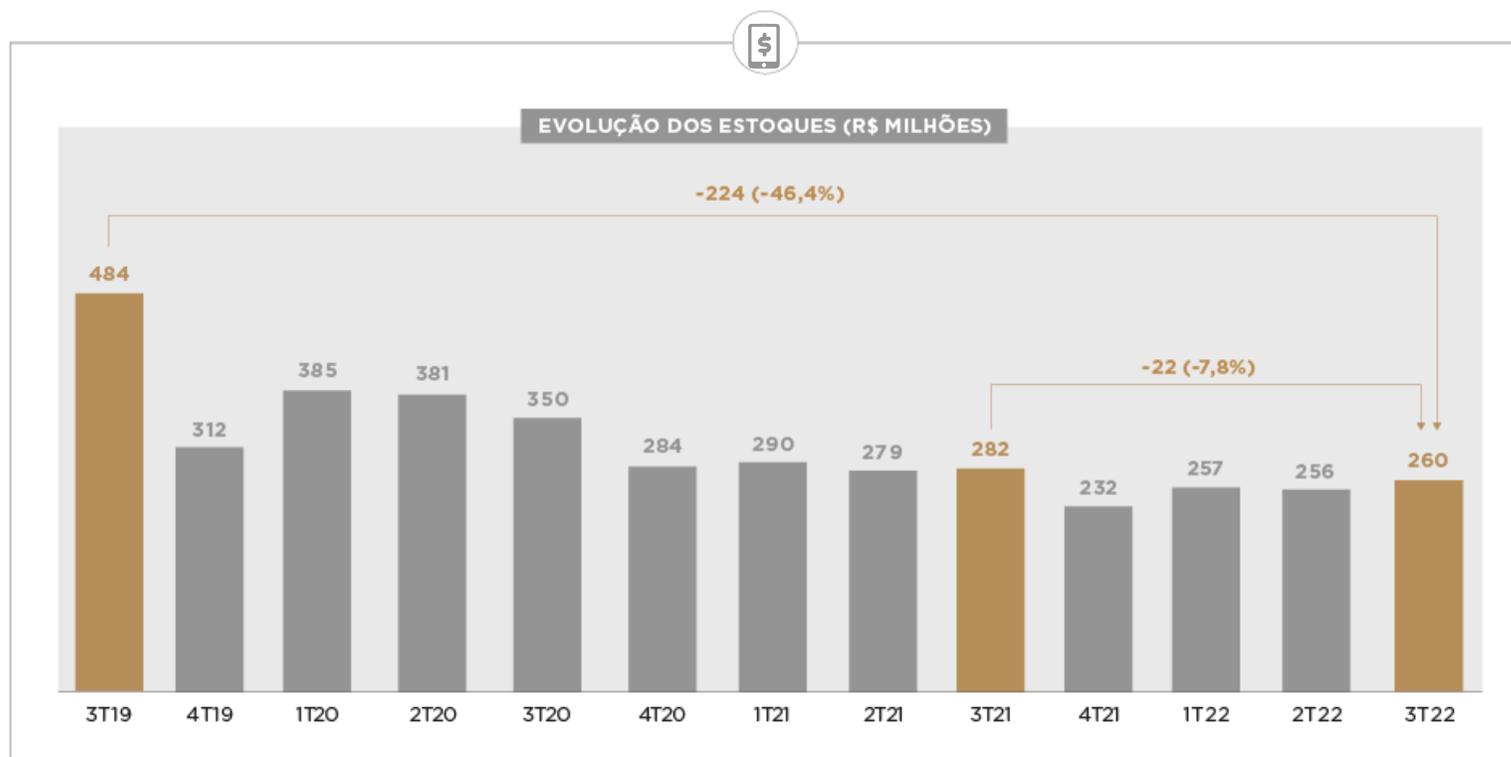
SAME STORE SALES | BREAKDOWN POR MARCA

O SSS CRESCERU 32,3% NESSE TRIMESTRE VS. O 3T21 E 47,0% VS. O 3T19, COM RESULTADOS RELEVANTES NA MAIORIA DAS MARCAS



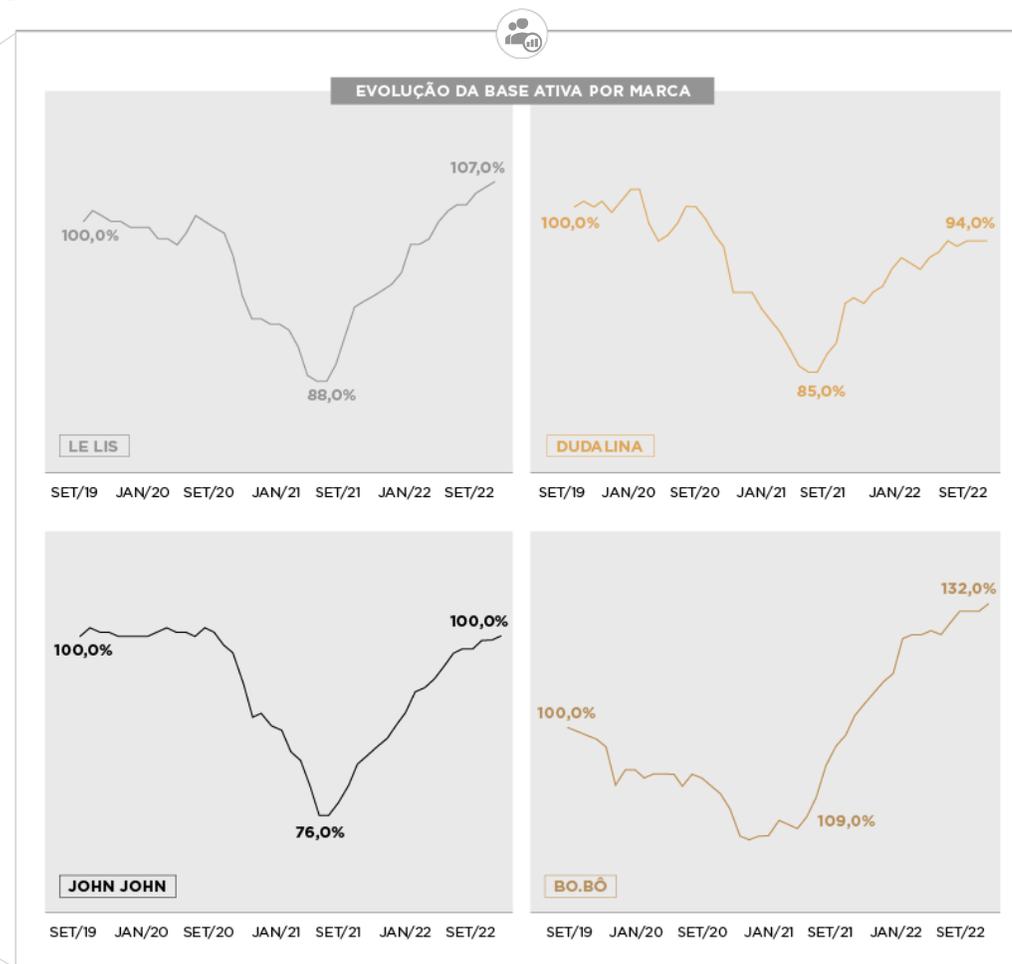
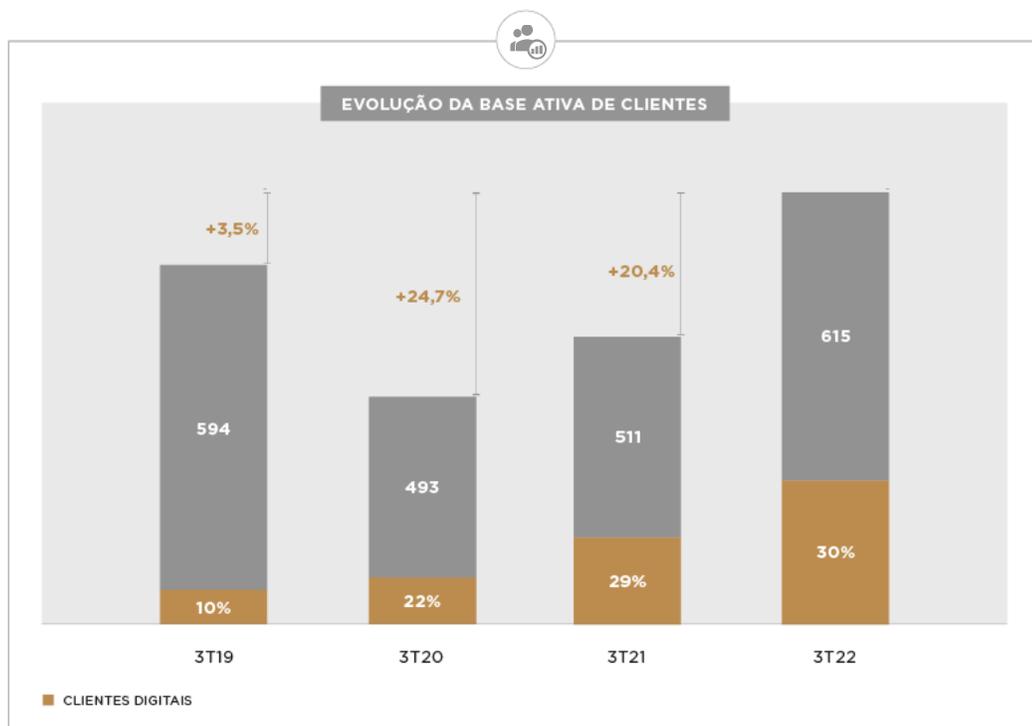
GESTÃO DE ESTOQUES

NESSE TRIMESTRE, O SALDO DE ESTOQUES VARIOU -7,8% VS. O 3T21 EM UM MOMENTO DE VENDAS 26,3% SUPERIOR, DANDO CONTINUIDADE E REFORÇANDO A BOA PERFORMANCE DE VENDAS A UM PATAMAR MAIS EQUILIBRADO DE PEÇAS



BASE ATIVA DE CLIENTES

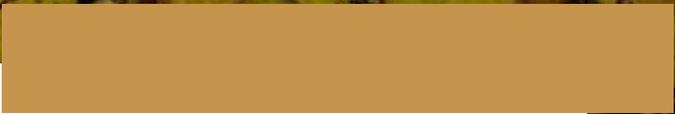
A BASE ATIVA DE CLIENTES DA COMPANHIA ATINGIU 615 MIL CLIENTES ATIVOS, +20,4% VS. O 3T21, REPRESENTANDO A ENTRADA DE 104 MIL NOVOS CLIENTES NO PERÍODO





JOHN JOHN
SUMMER DEVOTION

FINANCIALS



FATURAMENTO | CANAIS E MARCAS

AS PRINCIPAIS LINHAS DE NEGÓCIO E MARCAS DA COMPANHIA APRESENTARAM EVOLUÇÃO EM VOLUME DE VENDAS FRENTE AO ANO DE 2021

R\$ Milhões	3T21	3T22	vs. 3T21	Var. %	3T19	vs. 3T19	Var. %
Faturamento Bruto							
Faturamento	278,6	351,8	73,2	26,3%	271,9	79,9	29,4%
Por Canal							
B2C	184,9	228,4	43,5	23,6%	185,8	42,6	22,9%
Lojas Físicas	151,0	193,5	42,4	28,1%	173,2	20,3	11,7%
Digital	33,8	34,9	1,1	3,3%	12,6	22,3	176,8%
B2B	62,0	103,5	41,5	67,0%	28,2	75,3	267,1%
Outlets	31,8	19,9	(11,9)	-37,4%	57,9	(38,0)	-65,7%
Lojas Outlets	29,1	17,6	(11,5)	-39,6%	47,1	(29,5)	-62,6%
Site Estoque	2,6	2,3	(0,4)	-13,6%	10,8	(8,6)	-79,0%
Por Marca							
Le Lis	104,2	138,6	34,4	33,0%	109,2	29,4	26,9%
Dudalina	62,0	91,9	29,9	48,2%	62,7	29,3	46,7%
BO.BÔ	18,9	25,2	6,3	33,4%	14,0	11,2	80,0%
John John	57,1	72,2	15,1	26,4%	54,2	18,1	33,3%
Rosa Chá	4,0	1,1	(2,8)	-71,3%	8,1	(6,9)	-85,9%
Descontos	32,3	21,8	(10,5)	-32,5%	60,1	(38,4)	-63,8%
Retaguarda	0,2	1,0	0,8	435,2%	(36,3)	37,3	-102,7%

VS 3T21

CANAIS

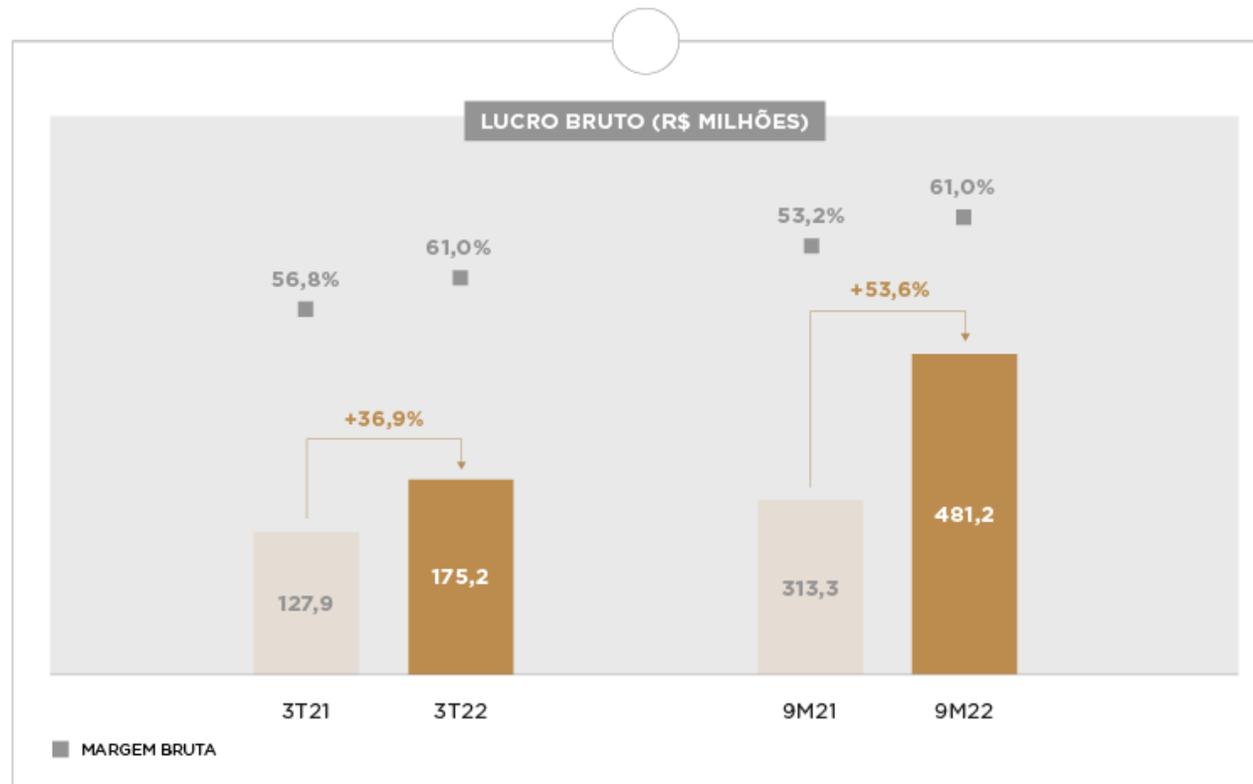
- B2C +23,6%
- B2B +67,0%

MARCAS

- LE LIS +33,0%
- BO.BÔ +33,4%
- JOHN JOHN +26,4%
- DUDALINA +48,2%

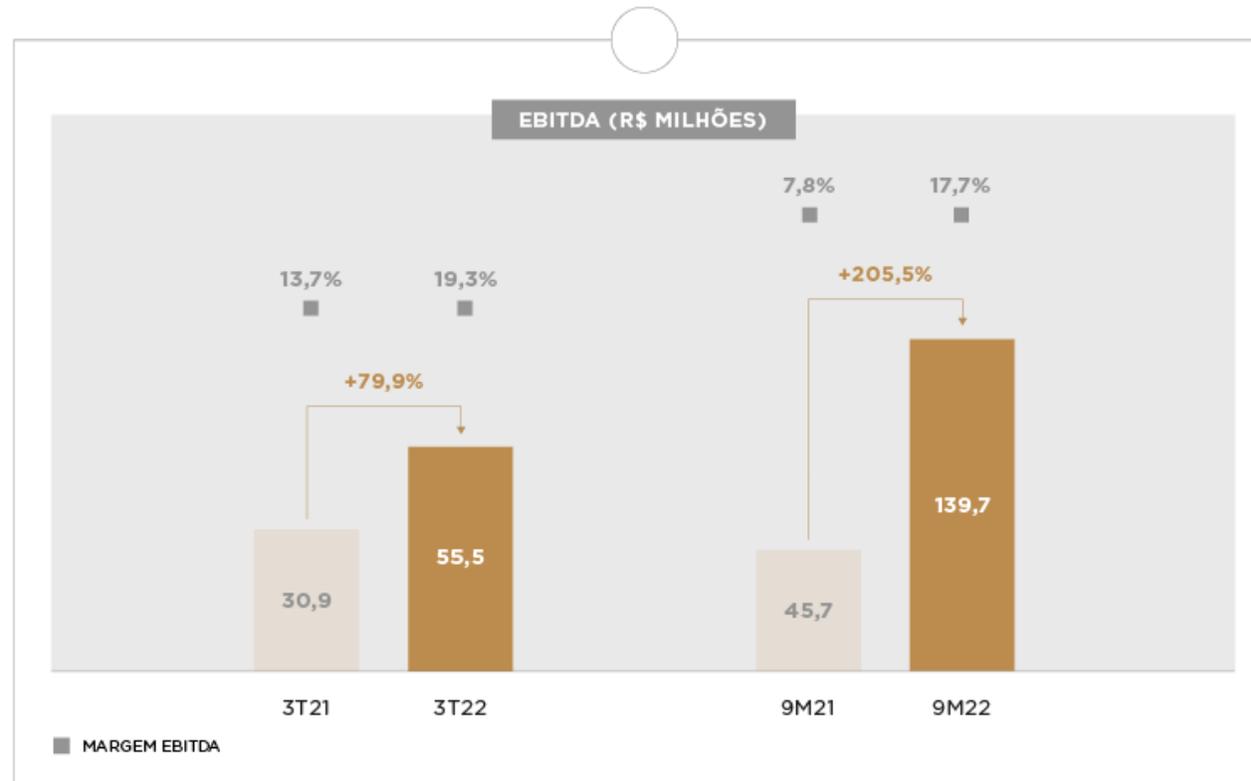
ESTRATÉGIA QUE GERA RESULTADOS | LUCRO BRUTO

O LUCRO BRUTO ATINGIU A MARCA DE R\$ 175,2 MILHÕES NO 3T22, UM AVANÇO DE +36,9% VS. O 3T21. A MARGEM BRUTA FOI DE 61,0% NO PERÍODO, AVANÇO DE 4,1P.P.



ESTRATÉGIA QUE GERA RESULTADOS | EBITDA

O EBITDA NO TRIMESTRE ATINGIU R\$ 55,5 MILHÕES, +79,9% VS. O 3T21. A MARGEM EBITDA FOI DE 19,3% E APRESENTOU FORTE CRESCIMENTO NO MESMO PERÍODO (+5,6P.P.)



LUCRO LÍQUIDO

EXCLUINDO O EFEITO DAS DEBÊNTURES DA 12ª EMISSÃO, A COMPANHIA APRESENTOU UM LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO PELO SEGUNDO TRIMESTRE CONSECUTIVO, TOTALIZANDO ASSIM R\$ 9,0 MILHÕES NOS 9M22

R\$ MIL DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO	9M21	AJUSTES	9M21 (PÓS AJUSTE)	9M22	AJUSTES	9M22 (PÓS AJUSTE)
EBIT	(59.625)		(59.625)	21.528		21.528
(+/-) RESULTADO FINANCEIRO	(102.964)	69.918	(33.046)	(227.187)	178.493	(48.694)
(+/-) IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	19.479	-	19.479	36.128	-	36.128
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	(143.110)	69.918	(73.192)	(169.531)	178.493	8.962

R\$ MIL DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO	3T21	AJUSTES	3T21 (PÓS AJUSTE)	3T22	AJUSTES	3T22 (PÓS AJUSTE)
EBIT	(5.357)		(5.357)	6.532		6.532
(+/-) RESULTADO FINANCEIRO	(43.779)	30.000	(13.779)	(85.281)	68.931	(16.350)
(+/-) IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	-	-	-	12.042	-	12.042
LUCRO (PREJUÍZO) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	(49.136)	30.000	(19.136)	(66.707)	68.931	2.224



DUDALINA
BLOSSOM UP

RESTOQUE^{SA}