



RESTOQUE^{SA}

CALL DE RESULTADOS | RELEASE 1T22



LE LIS
DUDALINA

JOHN  JOHN

rosa chã 

BO.BÔ

 INDIVIDUAL

DUDALINA
COLEÇÃO OUTONO INVERNO

DESTAQUES

DESTAQUES | 1T22

R\$283,7 MILHÕES
VLF*

+35,4%
VS. 1T21

+35%
SAME CUSTOMER SALE
LTM 1T22

R\$133,4 MILHÕES
LUCRO BRUTO

57,3%
MARGEM BRUTA

+47,6%
SSS VS. 1T21

R\$29,5 MILHÕES
EBITDA

12,7%
MARGEM EBITDA

+9,6%
SSS VS. 1T19

*VLF: VENDAS LIQUIDAS FATURADAS (PÓS-DEVOLUÇÕES)

DESTAQUES | RESTOQUE + DIGITAL

R\$44,9 MILHÕES
VENDAS B2C DIGITAL

15,8%
PENETRAÇÃO B2C DIGITAL
NAS VENDAS

31,1%
PENETRAÇÃO CLIENTES
DIGITAIS

R\$40,3 MILHÕES
VENDAS *OMNICHANNEL*

282,9%
CRESCIMENTO VS. 1T21

13%
PENETRAÇÃO CLIENTES
MULTICANAL

R\$87,3 MILHÕES
TOTAL VENDAS DIGITAIS

30,8%
PENETRAÇÃO DIGITAL
NAS VENDAS TOTAIS

43,7%
CRESCIMENTO CLIENTES
DIGITAIS VS. 1T21

SAME STORES SALES

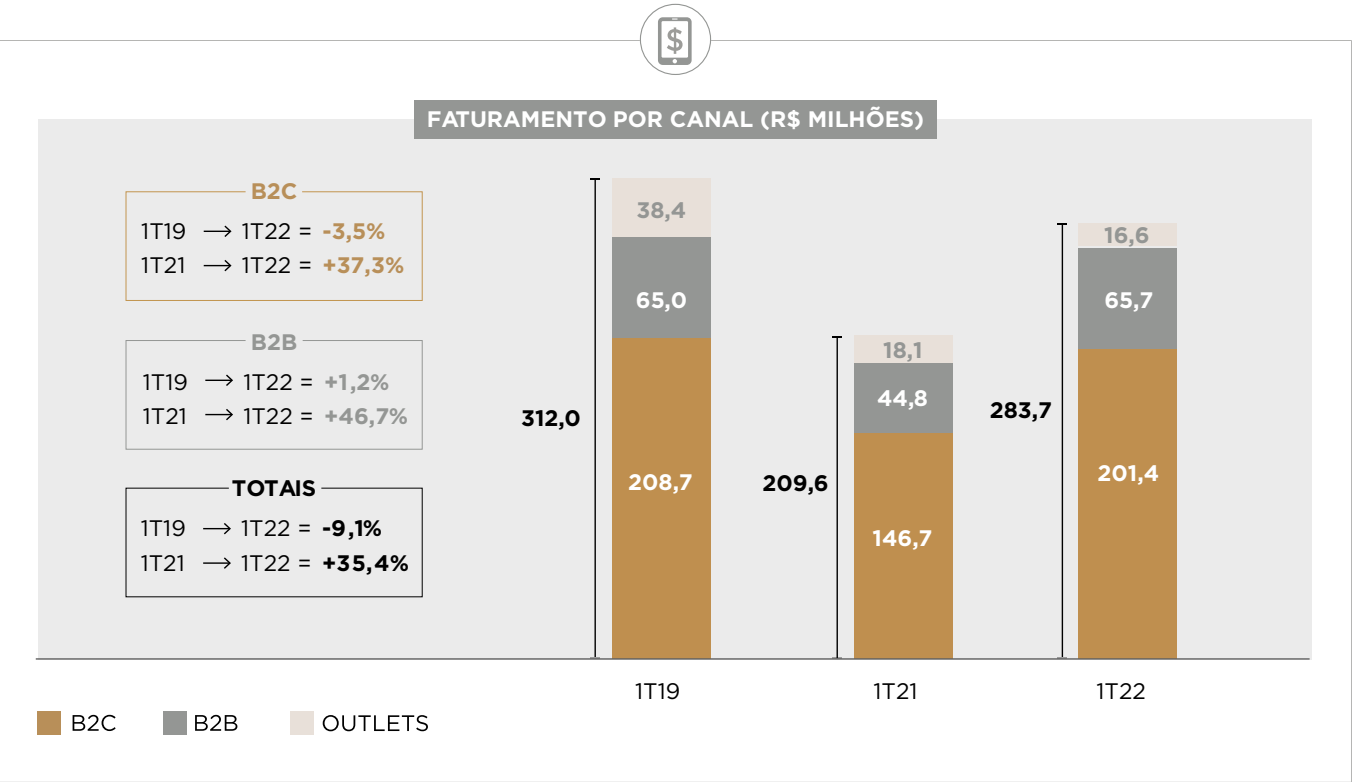
- *BREAKDOWN* POR MARCA

A COMPANHIA SEGUE AUMENTANDO SUA EFICIÊNCIA NAS MESMAS LOJAS.

SAME STORE SALES	1T22 VS. 1T21	1T22 VS. 1T19
B2C		
LE LIS	48,4%	-0,3%
DUDALINA	32,5%	38,1%
BO.BÔ	55,7%	13,1%
JOHN JOHN	71,7%	60,3%
ROSA CHÁ	-4,2%	-32,6%
CONSOLIDADO	47,6%	9,6%

FATURAMENTO POR CANAL

FATURAMENTO DA COMPANHIA TEVE UM CRESCIMENTO DE 35,4% EM RELAÇÃO AO 1T21 E -9,1% ABAIXO DO 1T19, PRINCIPALMENTE PELA REDUÇÃO DAS VENDAS EM OUTLETS

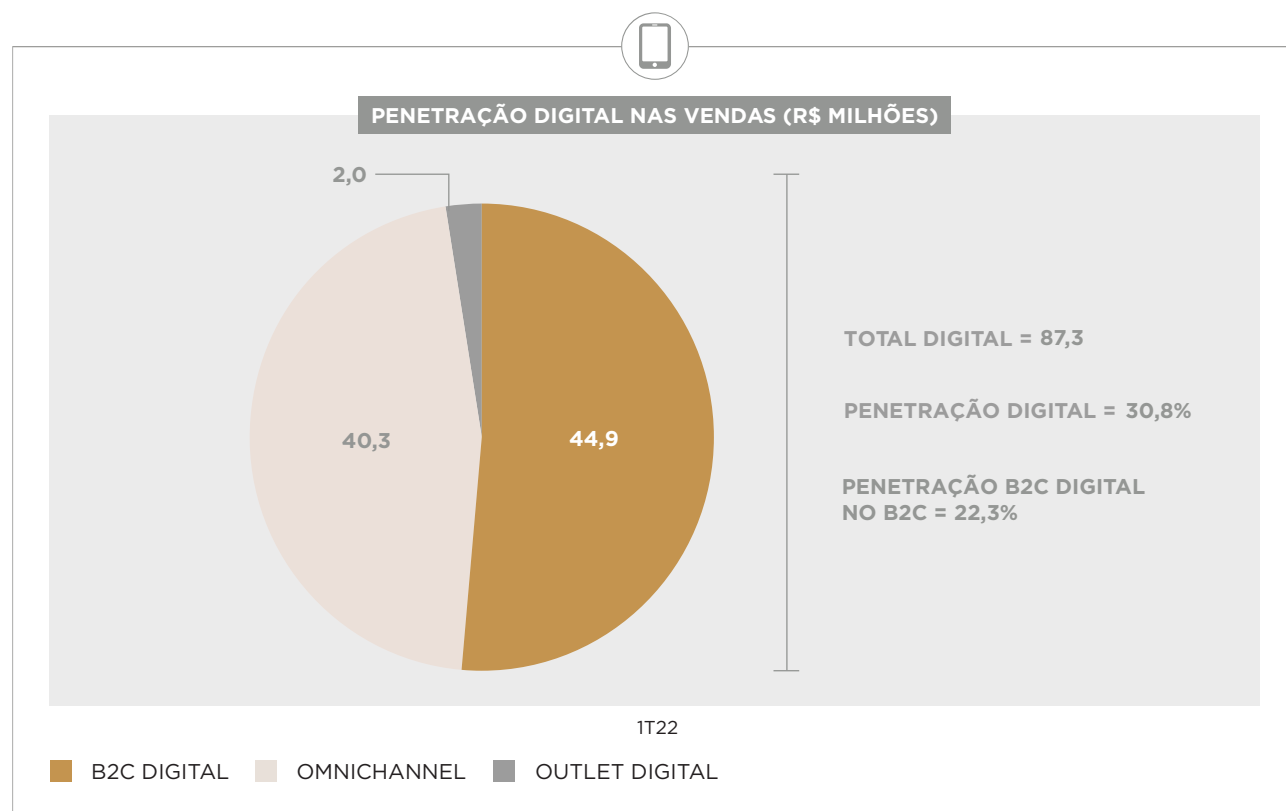


BO.BÔ
COLEÇÃO SOLAR

RESTOQUE + DIGITAL

FOCO VENDA MULTICANAL E DIGITAL | OMNICHANALIDADE

MELHORA DE NOSSO *E-COMMERCE* E DAS FERRAMENTAS *OMNICHANNEL*



B2C DIGITAL

- + R\$ 26,0 VS. O 1T21

GIFTBACK

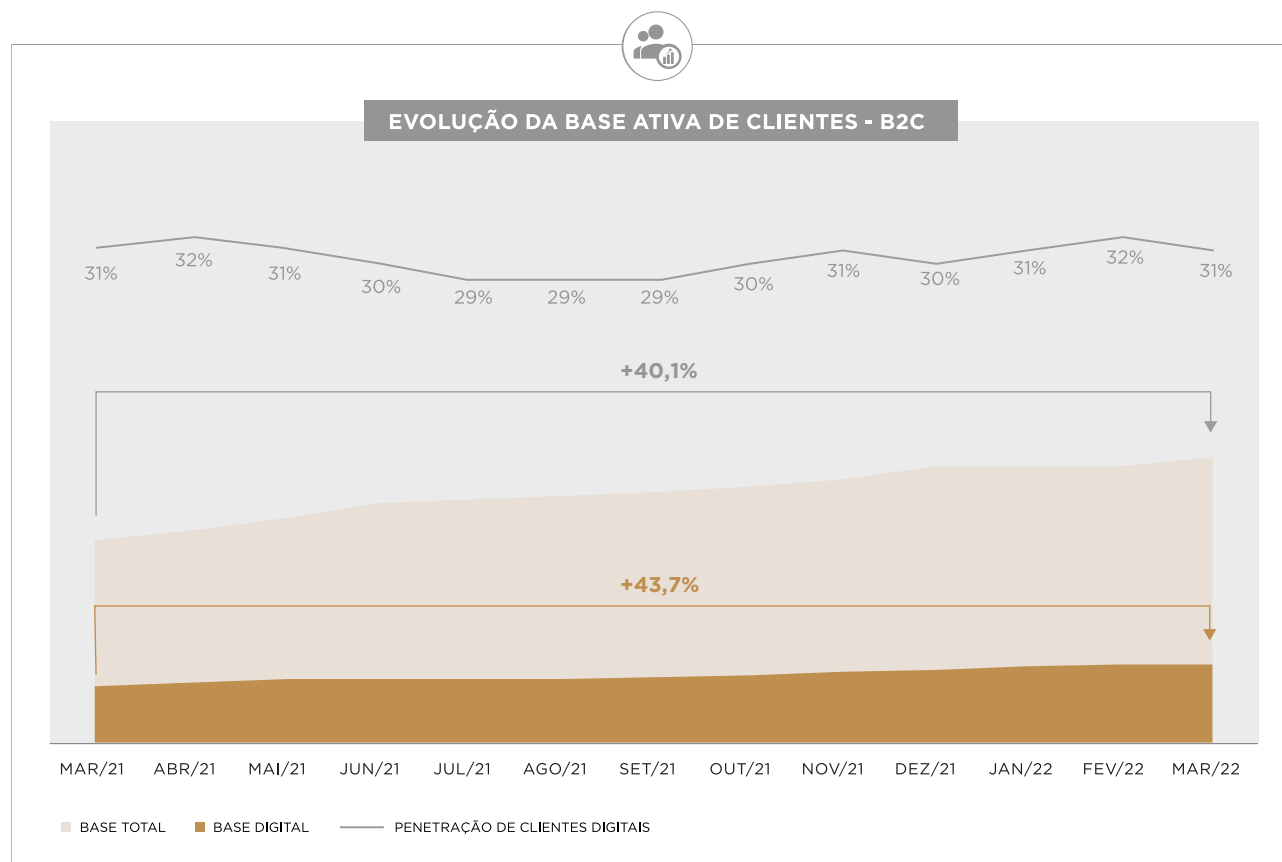
- R\$ 28,9 MILHÕES DE VENDA GERADA ATRAVÉS DA FERRAMENTA

PRATELEIRA INFINITA

- 1,1% DE REPRESENTATIVIDADE NO B2C FÍSICO

BASE ATIVA DE CLIENTES

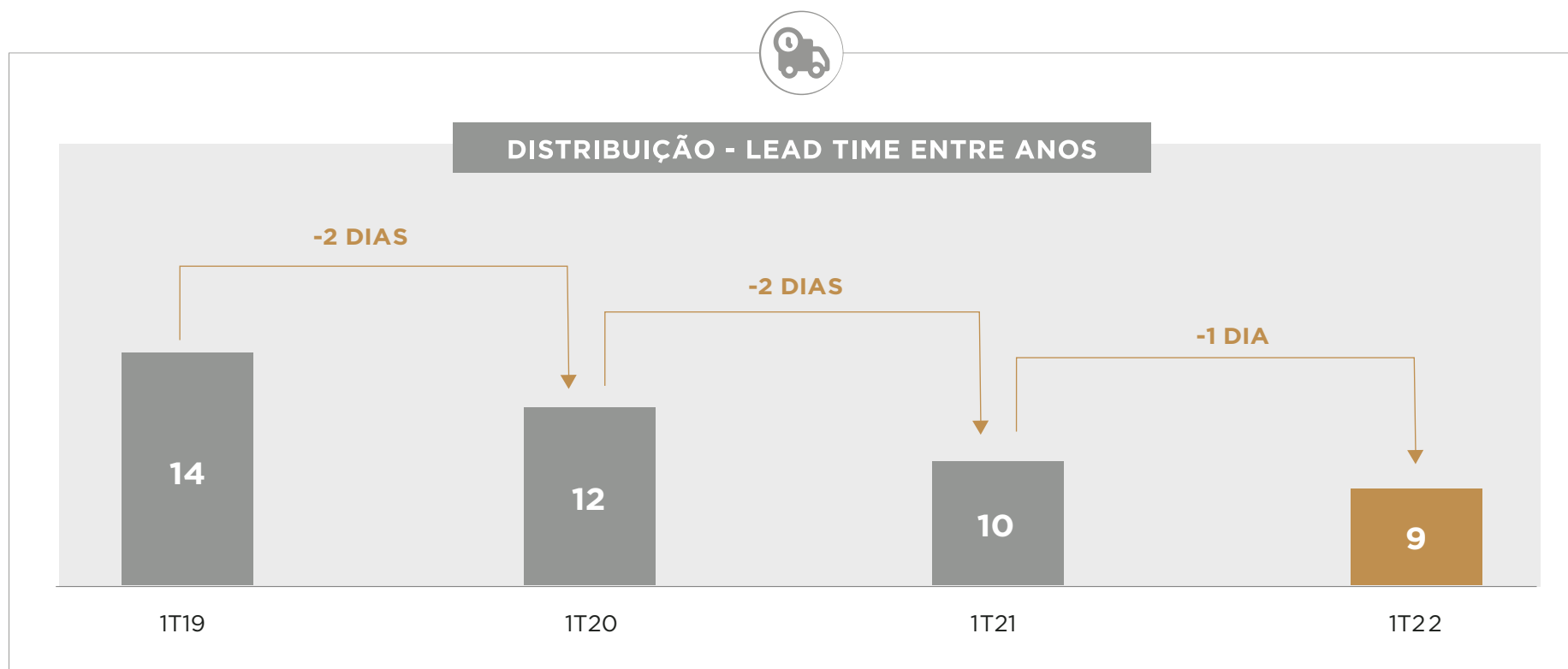
EVOLUÇÃO DA BASE ATIVA DE CLIENTES, ALCANÇANDO 95% DA BASE DE 2019



- MARCAS COMO LE LIS E BO.BÔ JÁ ULTRAPASSARAM A BASE DE CLIENTES DO 1T19
- CRESCIMENTO DE CLIENTES DIGITAIS +43,7% VS. O 1T21
- REPRESENTATIVIDADE DO CLIENTE MULTICANAL DE 13% NO 1T22, COM FREQUÊNCIA DE COMPRAS 3,2 VEZES MAIS ALTA

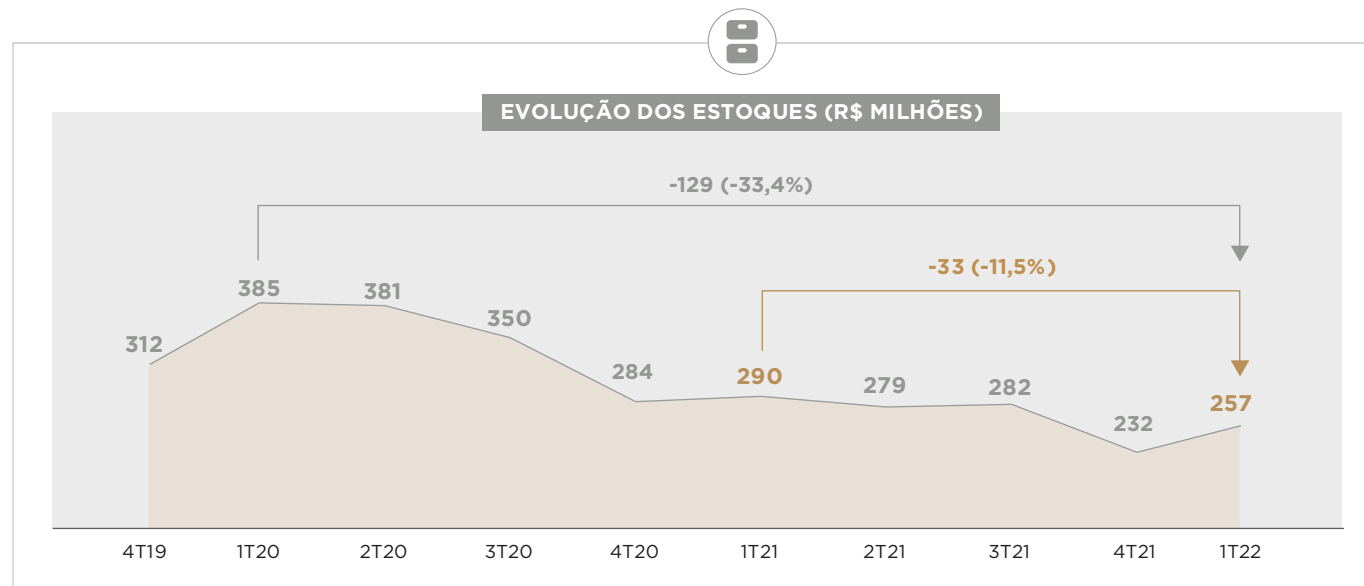
RÁPIDA REPOSIÇÃO DE NOSSAS LOJAS

REDUÇÃO CONSTANTE DO *LEAD TIME* DE ENTREGA, COM COM DIMINUIÇÃO NO PRAZO DE ATENDIMENTO ÀS LOJAS



GESTÃO DE ESTOQUES EFICIENTE

A RESTOQUE TEM GERIDO SEUS ESTOQUES COM FOCO EM MELHOR APROVEITAMENTO DE COLEÇÕES, REDUÇÃO DE PERDAS E, CONSEQUENTEMENTE, MELHOR GERAÇÃO DE CAIXA



MENOR NÍVEL DE ESTOQUE ANTIGO DESDE 2018, REPRESENTANDO 7% DAS PEÇAS

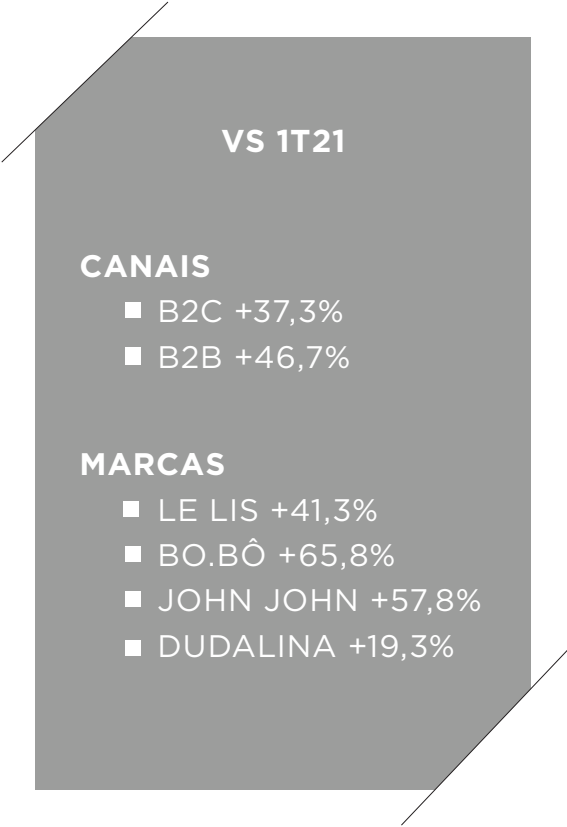
INDIVIDUAL
COLEÇÃO BRINGING BALANCE

FINANCIALS

ESTRATÉGIA QUE GERA RESULTADOS

SEGUIMOS AUMENTANDO A VENDA ANO A ANO, COM MELHORA NO MIX DE CANAIS DE VENDA

R\$ MILHÕES VLF	1T21	1T22	VS 1T21	VAR%
FATURAMENTO	209,6	283,7	74,1	35,4%
POR CANAL				
B2C	146,7	201,4	54,7	37,3%
LOJAS FÍSICAS	111,0	156,4	45,4	40,9%
DIGITAL	35,7	44,9	9,3	26,0%
B2B	44,8	65,7	20,9	46,7%
OUTLETS	18,1	16,6	(1,5)	-8,4%
LOJAS OUTLETS	15,1	14,6	(0,5)	-3,4%
SITE ESTOQUE	3,0	2,0	(1,0)	-33,2%
POR MARCA				
LE LIS	87,7	124,0	36,3	41,3%
DUDALINA	53,1	63,3	10,2	19,3%
BO.BÔ	11,5	19,1	7,6	65,8%
JOHN JOHN	35,9	56,7	20,8	57,8%
ROSA CHÁ	3,4	2,3	(1,1)	-33,3%
DESCONTOS	18,2	17,0	(1,2)	-6,7%
RETAGUARDA	(0,3)	1,3	1,6	-540,8%



RESULTADO CONSOLIDADO

COMPANHIA NESSE TRIMESTRE RECOMPÔS SUAS MARGENS E ENTREGOU REDUÇÃO DE SG&A SOBRE SUA RECEITA

R\$ MIL DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO	1T21	1T22	VS 1T21	1T19	VS 1T19
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	167.896	232.766	64.870	250.396	(17.630)
(-) CUSTO DOS PRODUTOS VENDIDOS	(83.924)	(97.579)	(13.655)	(77.475)	(20.104)
(-) D&A	(1.490)	(1.747)	(257)	(510)	(1.237)
LUCRO BRUTO	82.482	133.440	50.958	172.411	(38.971)
MG BRUTA	49,1%	57,3%	8P.P	68,9%	-12P.P
RECEITA (DESPESAS) OPERACIONAIS	(114.346)	(138.104)	(23.758)	(149.484)	11.380
(-) SG&A	(71.708)	(85.916)	(14.208)	(100.077)	14.161
SG&A (%ROL)	-42,7%	-36,9%	6P.P	-40,0%	3P.P
(-) OUTRAS RECEITAS E DESPESAS	(9.601)	(19.726)	(10.665)	(17.212)	(2.514)
(-) D&A	(33.577)	(32.462)	1.115	(32.195)	(267)
LUCRO (PREJUÍZO) ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	(31.864)	(4.664)	27.200	22.927	(27.591)
EBITDA	3.203	29.545	26.342	55.632	(26.087)
EBITDA %	1,9%	12,7%	11P.P	22,2%	-10P.P

RECOMPOSIÇÃO DA MARGEM BRUTA

- AUMENTO DA PARTICIPAÇÃO DE VENDAS A PREÇO CHEIO
- MELHORA NO MIX DE CANAIS, COM AUMENTO DA PARTICIPAÇÃO DO CANAL B2B E DO CANAL B2C
- ADEQUAÇÃO DO CANAL DE OUTLETS, QUE VEM ENTREGANDO MAIOR RENTABILIDADE

REDUÇÃO DE DESPESAS

- DIMINUIÇÃO RELATIVA DAS DESPESAS EM RELAÇÃO À RECEITA LÍQUIDA DE 5,8P.P. VS. O 1T21

AUMENTO DA MARGEM EBITDA

- COMPANHIA APRESENTOU EBITDA DE R\$ 29,5 MILHÕES E MARGEM EBITDA DE 12,7%, +10,8P.P. VS. O 1T21



JOHN JOHN
COLEÇÃO SPARKLING SPIRIT

INVESTIMENTOS E REVITALIZAÇÕES

NOVOS INVESTIMENTOS

A PARTIR DE ABRIL, DEMOS INÍCIO AO NOVO POSICIONAMENTO DA MARCA LE LIS BLANC QUE SE TORNOU LE LIS, COM INAUGURAÇÃO DO NOVO PROJETO ARQUITETÔNICO.



*LE LIS IGUATEMI APÓS
REINAUGURAÇÃO EM ABRIL DE 2022*



*LE LIS IGUATEMI ALPHAVILLE
APÓS REINAUGURAÇÃO
EM ABRIL DE 2022*

NOVOS INVESTIMENTOS

INAUGURAÇÃO DA NOVA LOJA JOHN JOHN NO SHOPPING IGUATEMI, EM SÃO PAULO, JUNTAMENTE COM SEU NOVO PROJETO ARQUITETÔNICO.



*JOHN JOHN IGUATEMI APÓS REINAUGURAÇÃO
EM ABRIL DE 2022*



BO.BÔ
COLEÇÃO FREE FALL

RESTOQUE^{SA}