

**AREZZO  
& CO**

# RELATÓRIO ANUAL 2021

# SUMÁRIO

<b>01</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	03
	Sobre o Relatório .....	04
	Mensagem da Administração .....	06
<b>02</b>	<b>A AREZZO&amp;CO</b> .....	08
	Quem Somos .....	09
	Resultados Financeiros .....	34
	Geração de Valor .....	39
<b>03</b>	<b>GOVERNANÇA CORPORATIVA</b> .....	43
	Estrutura de Governança .....	45
<b>04</b>	<b>PRODUÇÃO RESPONSÁVEL</b> .....	52
	Sustentabilidade na Cadeia de Valor .....	53

<b>05</b>	<b>MEIO AMBIENTE SAUDÁVEL</b> .....	67
	Matérias-primas Responsáveis .....	68
	Operação Ecoeficiente .....	76
	Combate às Mudanças Climáticas .....	79
<b>06</b>	<b>PESSOAS EMPODERADAS</b> .....	85
	Talentos: a matéria-prima do nosso sucesso .....	86
	Diversidade e Inclusão .....	98
	Progresso e Desenvolvimento Profissional .....	103
<b>07</b>	<b>ANEXOS</b> .....	107
	Índice GRI .....	108
	Índice SASB .....	114
	Mapa de Capitais .....	115
	Mapa de ODS .....	116
	Carta da Auditoria .....	118
	Créditos .....	120

The background of the page features three models in red outfits. One model is standing in the background, another is sitting in the foreground on the left, and a third is sitting in the foreground on the right. The entire scene is overlaid with a semi-transparent teal color.

# 1 INTRODUÇÃO

CAPITAIS RELACIONADOS

Nosso Relatório segue as diretrizes do Relato Integrado. Em cada abertura de capítulo apresentaremos quais os capitais são abordados nele. Saiba mais na [página 05](#) e [página 115](#).



# SOBRE O RELATÓRIO

GRI 2-4

**Nossa trajetória é marcada pela força de adaptação e abertura para o novo, e esse caminho também nos levou a assumir compromissos para uma boa gestão da sustentabilidade em nossas marcas, negócios e operações.**

Essa história é contada ao longo deste relatório, divulgado pelo 4º ano consecutivo, e reforça nosso compromisso com uma gestão transparente, apresentando informações sobre os destaques do ano, nosso modelo de negócios, nossa cultura e os principais resultados entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2021.

Boa leitura!

## FIQUE ATENTO!

Ao longo do conteúdo, sempre que usarmos os termos “Arezzo&Co” ou “Companhia”, nos referimos a todas as nossas marcas e negócios.

Quando usarmos “Grupo Reserva” nos referimos às marcas Reserva, Reserva Go, Reserva Mini, Eva, Oficina e Ink. As menções à AR&Co compreendem todas as marcas do Grupo Reserva e a Baw.

Em 2021 iniciamos o processo de integração da gestão AR&Co em nossa base, por isso alguns dados referentes a esse negócio ainda não serão reportados de maneira consolidada neste relatório, bem como os dados da mais recente aquisição (Carol Bassi), ainda não serão reportados. Saiba mais sobre o escopo das nossas marcas na [página 13](#).

# FERRAMENTAS DE LEITURA

GRI 2-3

**Este relatório foi construído com base nas principais diretrizes internacionais de reporte e gestão da sustentabilidade.**



## Dúvidas sobre o Relatório?

Você pode entrar em contato conosco, para conversar sobre dúvidas ou sugestões referentes a esta publicação:  
[sustentabilidade@arezzo.com.br](mailto:sustentabilidade@arezzo.com.br)

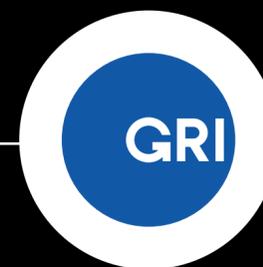
## SOBRE AS DIRETRIZES



### RELATO INTEGRADO (CAPITAIS)

O mapa de capitais na **página 115** informa em quais páginas encontrar o conteúdo correspondente a cada um dos capitais do Relato Integrado. No início de cada capítulo, também sinalizamos quais os capitais abordados ali, com os seguintes ícones:

- Natural**
- Social e de Relacionamento**
- Intelectual**
- Manufaturado**
- Humano**
- Financeiro**



### GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Ao longo do relatório, o símbolo GRI XXX-X aparece junto aos títulos ou subtítulos dos capítulos em que o indicador é reportado. É possível, também, encontrar uma lista completa dos indicadores no índice remissivo de conteúdo GRI, na **página 108**, com a descrição de cada indicador e referência à página em que está reportado.



### SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD (SASB)

Pela 1ª vez, nosso relatório também segue as diretrizes do Sustainability Accounting Standards Board (SASB), padrão voluntário para o reporte de sustentabilidade setorial, trazendo os indicadores direcionados aos setores de varejo e acessórios, vestuário e calçados. O índice está disponível na **página 114**, e o conteúdo correspondente está sinalizado, por meio da sigla SASB com os indicadores HC-BP-XX, ao longo da publicação.



### OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

Também reforçamos o compromisso da Companhia com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU). Para explicar a relação entre eles e nossos negócios de forma clara, no início dos capítulos sinalizamos os ODS que têm relação com o conteúdo. E na **página 116** você encontra o mapa de ODS, informando as páginas dos conteúdos correspondentes aos ODS prioritários para os nossos negócios.

# MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

**O ano de 2021, reflete a trajetória da Arezzo&Co, marcada por muito trabalho e paixão. Iniciamos o ano confiantes, com uma expansão robusta e escolhas assertivas. A rápida adaptação à crise e o enfrentamento à pandemia em 2020 nos possibilitaram estar preparados para os desafios e incertezas de 2021, mantendo nosso negócio em uma posição sólida e consistente no mercado, encerrando o ano com recordes jamais vistos em nossa história.**

Completamos em 2021 o primeiro ciclo de 12 meses da AR&Co, união que nos posicionou entre os maiores grupos de moda e lifestyle do Brasil, e obtivemos resultados expressivos, ultrapassando as metas do ano. Verticalizamos toda a produção de calçados da marca Reserva Go, trazendo mais eficiência para a produção. Ao final do 1º semestre, consolidamos a aquisição da Baw Clothing e encerramos o ano com um passo importante e inédito em direção a um mercado de aproximadamente R\$15 bilhões, com aquisição da Carol Bassi, marca do segmento de luxo de vestuário feminino, ampliando nosso mercado endereçável e a força para a sustentação dos negócios a longo prazo.

Com a força de nossas marcas, a performance financeira da Companhia também teve forte desempenho e alcançamos a maior receita da história da Companhia, atingindo a marca de R\$3,6 bilhões. A operação norte-americana também atingiu receita recorde, mar-

cando a concretização do nosso relacionamento com as principais lojas de departamento dos EUA. Somos uma Companhia multimarca e multicanal e nossos resultados equilibrados, entre cada uma dessas frentes, demonstra a solidez do nosso modelo de negócios.

A evolução da nossa estratégia CRM no ano e o grande investimento em iniciativas com foco no cliente para otimizar a experiência omni garantiram o crescimento do webcommerce, com um novo patamar de vendas em nosso canal digital, representando 25% da receita, mais alto patamar histórico. Além disso, sempre conectados com o futuro, para apoiar a Cultura de Inovação na Arezzo&Co, criamos nosso Centro de Desenvolvimento de Novas Tecnologias, o ZZ HUB, que apoiará o desenvolvimento de soluções que tenham ligação com os negócios.

Para potencializar nossa geração de valor e garantir produtos e experiências com qualidade e de menor impacto aos nossos públicos de relacionamento, nossa estratégia de sustentabilidade foi revisitada em 2021, considerando a chegada do Grupo Reserva ao grupo e os focos estratégicos e tendências ESG também no segmento de vestuário. Também amadurecemos nossa gestão, fortalecendo a governança da sustentabilidade com uma gerência dedicada, o lançamento de nossa Política de Sustentabilidade e a definição de nossa ambição de sermos referência em ESG no setor.

Tudo isso nos possibilitou dar passos importantes na estratégia ESG da Arezzo&Co e, como resultado, em 2021 passamos a integrar a carteira ISE da B3, nos destacando entre as melhores empresas do país em relação ao comprometimento com a sustentabilidade empresarial, apoio ao desenvolvimento sustentável e reconhecimento pela responsabilidade ética corporativa.

**Nossa cultura é um grande ativo da Companhia, nossas pessoas são engajadas, têm paixão pelo que fazem e são sempre comprometidas em fazer o melhor, nossos fornecedores são grandes parceiros e nossos clientes tem forte relação com as marcas. Nesse sentido, para potencializar nossos relacionamentos e o impacto positivo das regiões onde atuamos, construímos em 2021 nossa estratégia de diversidade e inclusão, reposicionamos a Alme como nossa marca sustentável, neutralizamos as emissões de escopo 1 e 2 em nossas operações, fortalecemos a Área de Auditoria Interna da Arezzo&Co e investimos em uma parceria com o Sebrae para garantir a conformidade em nossa cadeia.**

Finalizamos 2021 com fortes resultados, que representam a primeira etapa da Nova Era da Arezzo&Co que se iniciou aqui, abrindo perspectivas para oportunidades de expansão e posicionamento das nossas marcas. Seguiremos trabalhando para que no futuro tenhamos cada vez mais força na presença internacional e na consolidação da nossa atuação no setor de vestuário.

Por fim, nosso sentimento é de que, apesar de todas as adversidades pelo cenário macroeconômico em 2022, estamos muito bem-preparados para garantir não só produtos, mas também experiências com qualidade e sustentabilidade, agindo com assertividade nos momentos oportunos, dentro da nossa plataforma de moda internacional.

Encerro minhas palavras com agradecimento a todos que fazem essa história acontecer com tamanha prosperidade, sempre garantindo a excelência do estilo Arezzo&Co de ser e fazer: nossos investidores, analistas, colaboradores e todos os *stakeholders* da Companhia que apoiam nossa trajetória ao longo desses 49 anos.

Muito obrigado, boa leitura.

Rumo a 2154!

## **Alexandre Birman**

CEO e CCO Arezzo&Co



2

# A AREZZO & CO

CAPITAIS RELACIONADOS

ODS RELACIONADOS





# QUEM SOMOS

GRI 2-1 | 2-2 | 2-6 | 2-7 | 201-1

**Somos a Arezzo&Co, líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos no Brasil, com presença em todos os estados do País e atuação no exterior.**

Durante os nossos 49 anos de história, movidos pela conexão e o desafio de encantar clientes, ampliamos nossos negócios e nos tornamos uma *House of Brands*, expandindo nossa atuação para o setor de vestuário, com um portfólio que hoje contempla 16 marcas e duas plataformas online de moda.

## AREZZO&CO EM NÚMEROS

**5.968**

COLABORADORES

**7,3MM**

CLIENTES

R\$ **3,6BI**

RECEITA BRUTA

R\$ **816MM**

RECEITA DO E-COMMERCE

**+18MM**

PARES DE SAPATOS VENDIDOS

**+2MM**

BOLSAS VENDIDAS

**+4MM**

PEÇAS DE ROUPAS VENDIDAS

**+229MM**

VISITAS NOS SITES E APPS DAS MARCAS

**158**

LOJAS PRÓPRIAS (BRASIL E EXTERIOR)

**783**

LOJAS FRANQUEADAS (BRASIL E EXTERIOR)

**5.217**

LOJAS MULTIMARCAS

# NOSSA PRESENÇA

SASB CG-MR-000.A

Presença em lojas físicas nos

**26** estados  
do Brasil

-  3 Lojas Próprias no Exterior-Schutz
-  2 Lojas Próprias no Exterior- Birman
-  5 Franquias Arezzo no Exterior: América Latina
-  1 Franquia Arezzo na Europa: Portugal.
-  4 Centros de Distribuição\*
-  4 Fábricas próprias\*

\* Em Campo Bom - RS contamos com 2 centros de distribuição, um destinado ao território nacional e outro para exportação e 3 fábricas próprias.

 Estados Unidos - Los Angeles, CA

 Portugal

  Estados Unidos - Nova York, NY

 Estados Unidos - Bal Harbour, FL

 Estados Unidos - Aventura, FL

 Brasil - Rio de Janeiro, RJ

 Brasil - Cariacica, RS

  Brasil - Campo Bom, RS

 Brasil - Veranópolis, RS

   Paraguai

  Bolívia

# MANIFESTO

## NOSSAS PREMISAS ESSENCIAIS

Somos filhos de um **sonho empreendedor** e queremos encantar as pessoas, tornando-as mais felizes. Somos irmãos de uma **rede que pulsa nossas marcas**. Somos um time aguerrido em tudo o que fazemos e isso está refletido em nosso dia a dia, na paixão com que perseguimos nossos objetivos e na agilidade com que ajustamos nossos planos quando enxergamos um caminho melhor. **Não fugimos à luta!**

**Vibramos muito e quase nunca paramos.** Temos a audácia de querer entender a mente e adivinhar o desejo das pessoas. **Somos apaixonados pelo novo, orgulhosos do nosso ofício, inconformados com o hoje e temos a ambição de levar nosso sonho para mais pessoas no mundo.**

Somos a Arezzo&Co,  
Rumo a 2154!

## MISSÃO

### O que precisamos fazer

Garantir produtos e experiências, com qualidade e sustentabilidade, na hora certa, em uma plataforma de moda internacional.

## VISÃO

### Nosso futuro

Ser líder em moda no Brasil, com presença internacional.

## PROPÓSITO

### Nossa visão de ser

Interpretar tendências e despertar desejos.

## PRINCÍPIOS

### Desafio

As metas cumpridas são a base para a próxima meta.

### Flexibilidade

Esteja sempre pronto para mudanças.

### União

Unidos venceremos! Divergências constroem. Conflitos destroem.

### Paixão

Curta, goste, envolva-se e seja sempre feliz.

### Envolvimento

Na dúvida, aja.

### Transparência

O que não pode ser transparente não deve ser feito.

# NOSSA HISTÓRIA

Nossa trajetória começou em 1972, na cidade de Belo Horizonte – MG, quando os irmãos Anderson e Jefferson Birman fundaram sua primeira fábrica de calçados.

**A força em lançar tendências de mercado e o espírito de inovação e expansão remodelaram nossa história.**

**1972**

Arezzo é lançada como marca masculina, mas logo migrou para os calçados femininos.

**1976**

Abertura da 1ª loja Monomarca – Gypsy, primeira boutique de sapatos de Belo Horizonte.

**1980**

Com a verticalização da produção, consolida-se como uma fábrica de sapatos com grande capacidade produtiva.

**1988**

Início das operações de Franchising, com abertura de 10 franquias em várias cidades do Brasil.

DÉCADA DE **90**

Expansão das lojas físicas e canal de franquias. Foco no varejo e *outsourcing* no Vale dos Sinos.

**1991**

Abertura da 1ª Flagship da Arezzo, na Rua Oscar Freire, em São Paulo – SP.

**1993**

Alexandre Birman, aos 16 anos, começa a ser preparado para a sucessão do negócio.

**1995**

Birman lança a marca Schutz.

ANOS **2000**

**ERA CORPORATIVA**

**2007**

Entrada do fundo Tarpon Investimentos, com 25% de participação e fusão das marcas Arezzo e Schutz.

**2008**

Criação da Anacapri, focada em calçados flat, e da marca Alexandre Birman, para o segmento de luxo.

**2011**

Abertura de capital Arezzo&Co (ARZZ3). Marca SCHUTZ lança o 1º e-commerce do Grupo.

**2012**

Entrada no mercado norte americano. Abertura da 1ª loja da Schutz na Madison Avenue em Nova York.

**2013**

Inauguração da sede em Campo Bom – RS, e concentração da produção no Vale dos Sinos.

**2015**

Criação da marca Fiever, com foco em *sneakers* práticos e versáteis.

**2016**

Inauguração do centro de distribuição em Cariacica-ES.

**2018**

Início do processo de transformação digital na Arezzo&Co. Criação da marca Alme, com foco em conforto e beleza.

**2019**

Licenciamento da marca Vans no Brasil.

**2020**

Grupo Reserva passa a fazer parte da Arezzo&Co e nasce Ar&Co.

Lançamento da ZZ MALL, *Marketplace* do grupo.

Aquisição de 75% da plataforma de *second-hand* TROC e entrada na economia circular.

Criação do ZZ Ventures – Braço de Corporate Venture Capital para aproximação do universo das startups.

**2021**

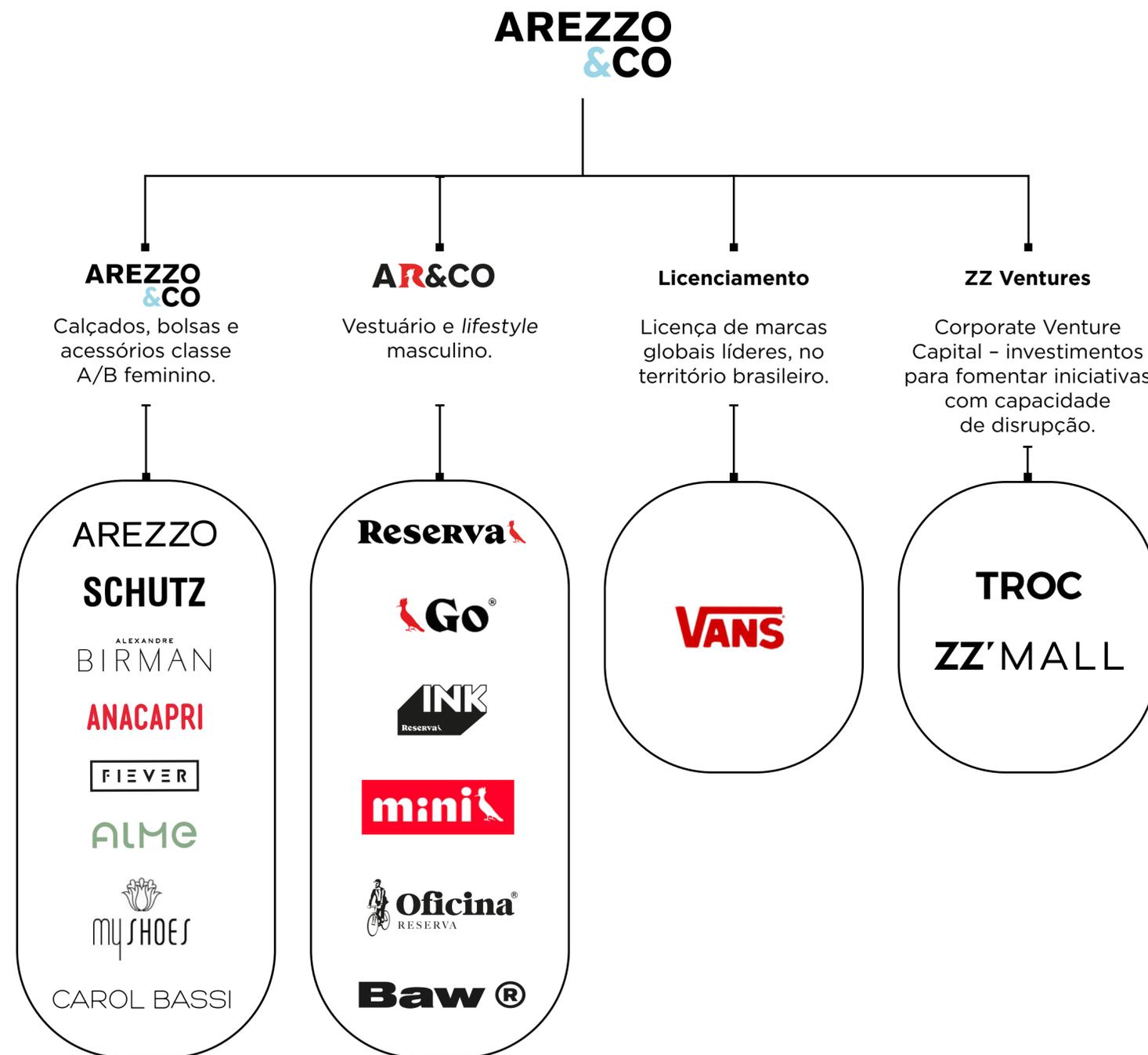
Aquisição da Baw Clothing, complementando o braço de lifestyle e vestuário da AR&Co agora com streetwear.

Aquisição da My Shoes e início da parceria estratégica com o Mercado Livre.

Aquisição da Carol Bassi em novembro de 2021

# NOSSAS MARCAS E NEGÓCIOS

GRI 2-1 | 2-2



Ao longo dos últimos anos, expandimos nossos negócios, aumentamos nosso mercado endereçável e incorporamos em nosso portfólio marcas de diferentes categorias e segmentos do ecossistema de moda e *lifestyle*, tornando-nos uma *House of Brands*.

A expansão da nossa atuação, tanto no Brasil quanto no exterior, se dá pela consolidação de um planejamento estratégico muito bem estruturado e um modelo de negócios que tem como foco o desenvolvimento de produtos, a flexibilidade nas escolhas de produção, a distribuição simultânea em escala nacional e um *leadtime* eficiente e competitivo na operação internacional.

## 🔍 PESQUISA

Por meio da nossa estratégia de monitoramento identificamos o comportamento do consumidor e as tendências da moda.

## 💡 DESENVOLVIMENTO

Criamos em média 65 mil modelos por ano, que são gradualmente selecionados pela equipe de produto. 41% do total chega a etapa de produção para serem disponibilizados nas lojas.

## 📦 ENTREGA

Distribuímos os produtos de forma coordenada para todas as lojas do País, movimentando milhares de peças por dia. Todas as coleções são apresentadas simultaneamente em todas as lojas do Brasil.

## ⚙️ SOURCING FLEXÍVEL

Analisamos e definimos o melhor processo de produção para cada peça. Para serem feitos em fábrica própria ou em fábricas contratadas.

Cada uma de nossas marcas tem um público e produtos específicos, opera por diversos canais de distribuição: lojas próprias, franquias, multimarcas, *e-commerce* e algumas atuam com exportação.

Além disso, cada marca possui diretorias executivas próprias, que comandam de maneira autônoma o seu planejamento estratégico, com foco em encantar e fidelizar clientes.

A seguir, apresentamos nossas marcas, nossos canais de *marketplace* e seu desempenho em 2021.

Além dos sites próprios de cada marca, nossos clientes também podem encontrar todas elas em nossa plataforma de *marketplace* ZZ MALL online ou no app, além de contar com *cashback* ZZPay [www.zzmall.com.br](http://www.zzmall.com.br)



# AREZZO

## Aliada na moda e na vida

Nossa primeira marca, referência no lançamento de tendências no País, é uma das mais consumidas no Brasil.

Tem presença nacional, com uma forte rede de distribuição que inclui franquias e multimarcas, além de lojas próprias localizadas no Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul.

Para conhecer o *e-commerce* exclusivo da AREZZO **clique aqui**.

18

LOJAS  
PRÓPRIAS

441

FRANQUIAS NO  
BRASIL E EXTERIOR

1.993

LOJAS  
MULTIMARCAS

6MI

DE SEGUIDORES  
NO INSTAGRAM

R\$255MM\*

RECEITA BRUTA DO  
WEBCOMMERCE

R\$1,1BI

RECEITA BRUTA  
NO MERCADO  
INTERNO EM 2021

32,7%

DO FATURAMENTO NO  
MERCADO INTERNO DA  
AREZZO&CO EM 2021

\*inclui ZSMALL

# B R I Z Z A

## **Linha full plastic da Arezzo**

Ao final de 2020, com o lançamento da Sublabel da marca Arezzo, a Brizza, marcamos nossa entrada no mercado de *Full Plastic*, focada em chinelos de dedo, rasteiras, *sliders* e bolsas, aumentando nossa competitividade e mercado endereçável, com a incorporação dessa nova categoria de produtos, muito consumida no País.

# 65

Modelos lançados.

+ de **1,4MI**  
de pares vendidos\*

\* Produzidos e vendidos em *sell-in*  
(franqueados, multimarcas, lojas próprias)



# BAMBINI

## Linha infantil da Arezzo

No mês de maio de 2021, a Arezzo lançou a coleção Bambini, a primeira linha infantil da marca, com cores vivas e sapatos confortáveis. Todos os modelos possuem versões adultas para as mães combinarem seus calçados com as filhas e caminharem juntas!

# 36

Modelos lançados

+ de **71MIL**  
pares vendidos\*

\* Produzidos e vendidos em *sell-in*  
(franqueados, multimarcas, lojas próprias)



# SCHUTZ

## Elevate the moment

Fundada por Alexandre Birman, a marca investe em pesquisa de tendências, novos materiais e tecnologias, para criação dos seus produtos.

As coleções da Schutz têm uma rede de pontos de venda em todos os estados brasileiros, além de lojas próprias no conceito *flagship* nos principais centros de moda do País.

No mercado externo, possui lojas próprias em Nova York, Flórida e Los Angeles, além de estar em diversos pontos de venda e lojas de departamento.

Para conhecer o *e-commerce* exclusivo da SCHUTZ **clique aqui**.

21

LOJAS PRÓPRIAS  
NO BRASIL

03

LOJAS PRÓPRIAS  
NOS EUA

4,6MI

DE SEGUIDORES  
NO INSTAGRAM

63

FRANQUIAS

18,7%

DO FATURAMENTO NO  
MERCADO INTERNO DA  
AREZZO&CO EM 2021

R\$ 191MM\*

RECEITA BRUTA  
DO *WEB*COMMERCE

+de 1,3mil

LOJAS  
MULTIMARCAS

R\$ 607,3MM

RECEITA BRUTA  
NO MERCADO  
INTERNO\* EM 2021

\*inclui ZSMALL





# ANACAPRI

## Escolha ser você

Marca desenvolvida para fazer parte do cotidiano das mulheres, seus produtos têm personalidade, qualidade, conforto e *design* casual.

A Anacapri possui franquias em diversos estados do Brasil, além de lojas próprias, em São Paulo e Rio de Janeiro. Com forte presença no canal multimarca, está em diversos pontos de venda do País.

O “Espaço Descomplica”, a *flagship* da marca, localizada na Rua Oscar Freire em São Paulo – SP, posiciona a Anacapri entre as maiores marcas do País, focadas em calçados *flats*.

Acesse o *e-commerce* exclusivo da Anacapri **aqui**.

02

LOJAS  
PRÓPRIAS

R\$ 292MM

RECEITA BRUTA NO  
MERCADO INTERNO  
EM 2021

1,5MI

DE SEGUIDORES  
NO INSTAGRAM

207

FRANQUIAS

9%

DO FATURAMENTO NO  
MERCADO INTERNO DA  
AREZZO&CO EM 2021

R\$ 52MM\*

RECEITA BRUTA DO  
WEBCOMMERCE

+de 2MIL

PONTOS DE VENDA  
MULTIMARCAS

ALEXANDRE  
BIRMAN

**Experiência exclusiva**

A seleção de matérias-primas nobres compõe o DNA da grife, a marca mais luxuosa e internacional da Arezzo&Co.

Com projeção global, suas coleções são usadas por celebridades e ícones de estilo, estando presente nas melhores multimarcas do mundo, tais como Bergdorf Goodman e Saks Fifth Avenue, além das lojas próprias localizadas em locais nobres do Brasil e exterior.

Para saber mais acesse o *e-commerce* da marca **Alexandre Birman**.

**08**

LOJAS PRÓPRIAS  
NO BRASIL

**02**

LOJAS PRÓPRIAS  
NOS EUA

**1,8%**

DO FATURAMENTO NO  
MERCADO INTERNO DA  
AREZZO&CO EM 2021

R\$ **142MM**  
RECEITA BRUTA  
EM 2021

R\$ **9,8MM\***  
RECEITA BRUTA  
DO *WEB*COMMERCE

**402mil**  
SEGUIDORES NO  
INSTAGRAM





## Celebrar as diferenças

Seu nome é uma mistura de FIVE (por ser a 5ª marca do grupo) e FEVER (febre, em inglês). Com um conceito urbano, *cool* e despre-tensioso, a marca é voltada ao público jovem.

Com campanhas estreladas por *influencers* e coleções com representatividade *all gender*, a marca, que tem como ícone os tênis com *white solee*, é *cool* e versátil.

Entre no *e-commerce* exclusivo da FIEVER [aqui](#).

01

LOJA PRÓPRIA

01

FRANQUIA

0,8%

DO FATURAMENTO NO MERCADO INTERNO DA AREZZO&CO EM 2021

R\$ 25MM

RECEITA BRUTA NO MERCADO INTERNO EM 2021

504

PONTOS DE VENDA MULTIMARCAS

300mil

SEGUIDORES NO INSTAGRAM

R\$ 9MM\*

RECEITA BRUTA DO WEBCOMMERCE

\*inclui ZZMALL

# ALME

## Circule com alme

Em 2021 com o entendimento de que o conforto de Alme deveria ir além do individual e de que sentir-se confortável é uma relação coletiva, evoluímos nossa marca, por meio de um movimento ousado e necessário.

Com a premissa de design apurado e tecnologias de conforto, a Alme passou a desenvolver todos os seus produtos com matérias-primas de menor impacto ambiental e máximo conforto para os pés. O portfólio da marca conta com calçados do tamanho 33 até o 44, com produtos agêneros, além da garantia da produção responsável e brasileira.

Alme é uma marca carbono neutro, que compensa 100% das suas emissões de CO<sub>2</sub> com projetos de preservação das florestas brasileiras. Uma marca contra a mudança climática e a favor da mudança de hábitos (saiba mais na [página 61](#)).

Para conhecer os produtos sustentáveis da ALME, [clique aqui](#).

02

LOJAS  
PRÓPRIAS

02

FRANQUIAS

83MIL

SEGUIDORES  
NO INSTAGRAM

R\$ 8,4MM

RECEITA BRUTA  
NO MERCADO  
INTERNO EM 2021

R\$ 3,2MM\*

RECEITA BRUTA  
DO *WEBCOMMERCE*

\*inclui ZSMALL





# VANS

## "OFF THE WALL"

Licenciamos a marca no final de 2019 e somos responsáveis por sua distribuição exclusiva no Brasil. Em seus 56 anos de história, a Vans existe para fomentar a expressão criativa dos seus clientes.

A marca foi nossa primeira aquisição para além do mercado de calçados, pois seu portfólio também contempla vestuário. Em setembro de 2021 inauguramos a primeira *Brand Showcase Store* da marca na América Latina, na Avenida Paulista em São Paulo – SP.

Acesse o *e-commerce* da VANS [aqui](#).

**08**

LOJAS  
PRÓPRIAS

**05**

OUTLETS

+de **2MIL**

LOJAS  
MULTIMARCAS

**12,4%**

DO FATURAMENTO NO  
MERCADO INTERNO DA  
AREZZO&CO EM 2021

**17M**

DE SEGUIDORES  
NO INSTAGRAM  
@vansbrasil: + DE 700 MIL

R\$ **404MM**

RECEITA BRUTA  
NO MERCADO  
INTERNO EM 2021

**12**

FRANQUIAS

R\$ **91,4MM\***

RECEITA BRUTA  
DO *WEB*COMMERCE

\*inclui ZSMALL



Em julho de 2021, anunciamos o lançamento da My Shoes ao mercado e firmamos uma parceria com o Mercado Livre para a gestão logística da marca.

A incorporação da My Shoes contempla nossa estratégia de expansão. Seu portfólio reúne calçados, bolsas e conteúdos de moda focados na classe B- e C+, o que faz essa aquisição ampliar nosso mercado endereçável.

Os produtos da marca são operados em três canais. Apesar de serem vendidos em canais multimarcas, têm forte presença no mercado digital. O Mercado Livre é responsável pela operação da My Shoes tanto em sua própria plataforma, quanto em *e-commerce* próprio da marca, e é responsável por toda distribuição dos produtos.

Para conhecer o *e-commerce* da My Shoes [clique aqui](#).

766

PONTOS DE VENDA  
MULTIMARCAS

R\$ 14MM

RECEITA BRUTA NO  
MERCADO INTERNO EM 2021

+ de 200MIL R\$ 414,6MIL

SEGUIDORES

RECEITA BRUTA  
DO *WEBCOMMERCE*

0,5%

DO FATURAMENTO NO MERCADO  
INTERNO DA AREZZO&CO EM 2021

**Em 2022, iremos desenvolver uma rede de *outsourcing* em São João Batista - SC e Jaú - SP, com um aproveitamento de toda a expertise e o *know-how* da Arezzo&Co em P&D para a marca.**

## NOSSOS NEGÓCIOS

# ZZ' MALL

Criada em 2020, o *marketplace* é a primeira plataforma 100% digital da Companhia e conta com todas as marcas Arezzo&Co e AR&Co, além de diversas marcas de destaque, como Vivara, Hope, MOB, Spezatto, TVZ.

O ZZ MALL possui site, APP, revista digital MAGAZZINE e outros produtos e serviços (saiba mais na [página 31](#)).

Conheça o ZZ MALL [aqui](#).

1,8MI

BASE DE  
CLIENTES

R\$ 15,6MM

RECEITA BRUTA  
DO WEBCOMMERCE

67

MARCAS

80%

NPS, ÍNDICE DE  
SATISFAÇÃO DE CLIENTES

# TROC

Adquirida em 2020, a TROC é uma plataforma de *second hand* de marcas de moda *premium* e luxo. Nosso brechó online, a TROC atua para transformar a cultura do consumo, fortalecendo a ideia de circularidade no mundo da moda.

Ao longo do segundo semestre de 2021 a TROC contou com as TROC *Flash Pop Up*, lojas físicas temporárias, nas cidades de Curitiba-PR e São Paulo - SP. Ao final de 2021 encerraram suas atividades.

**Acesse** a plataforma TROC.

+de 13MIL

BASE DE  
CLIENTES

R\$ 3,7MM

RECEITA BRUTA  
DO WEBCOMMERCE

79%

NPS, ÍNDICE DE  
SATISFAÇÃO DE CLIENTES

## CAROL BASSI

Finalizamos o ano de 2021, com a aquisição da marca de roupas Carol Bassi, estreando a atuação da Arezzo&Co no segmento de vestuário feminino.

A marca criada pela empresária Anna Carolina Bassi possui peças atemporais, versáteis com design feminino e sofisticado e conta com 72 colaboradores.



# AR&CO

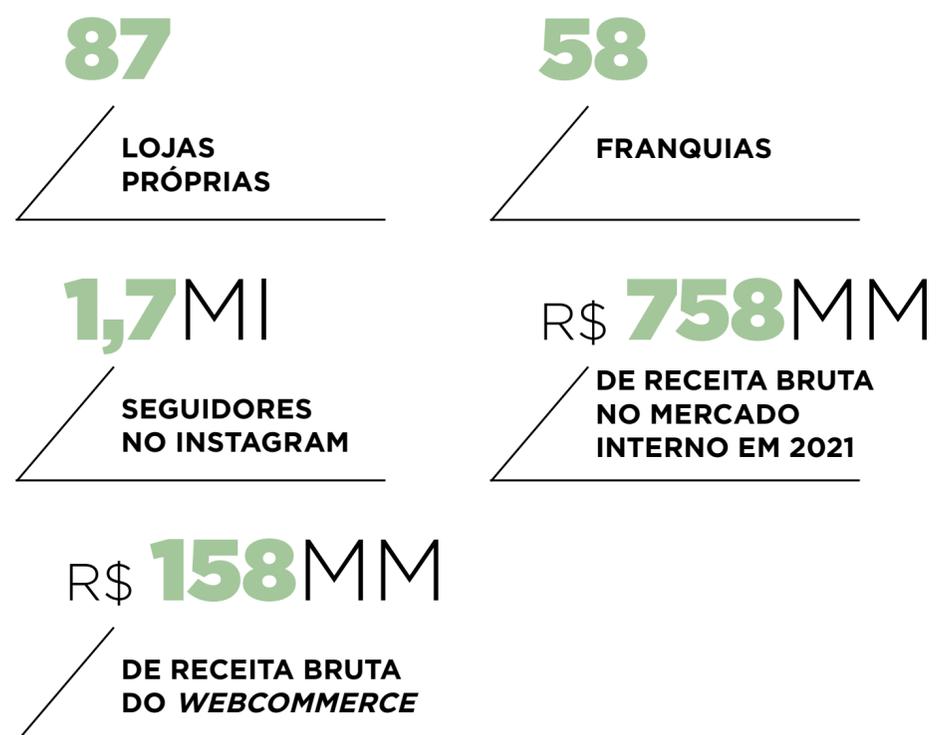
## Para voAR ainda mais alto

Após a incorporação do Grupo Reserva, em 2020, criamos a AR&Co, segmento dos negócios que contempla as marcas da Reserva e nossa recente aquisição: a Baw Clothing. Essa união, pautada em nosso planejamento estratégico de expansão, posicionou a Arezzo&Co entre os maiores grupos de moda e *lifestyle* do Brasil.

Reconhecida por mesclar moda e inovação para impactar positivamente seus usuários, a Reserva tem a certificação de Empresa B, concedida aos negócios que atendem altos padrões de desempenho social e ambiental, transparência e responsabilidade fiscal, alinhados à sustentabilidade financeira e propósito, modelo que será implementado em todas as marcas da Arezzo&Co (saiba mais na [página 63](#)).



### DESEMPENHO DAS MARCAS AR&CO EM 2021



### NOSSAS MARCAS

- Reserva**  
MODA MASCULINA
- Reserva mini**  
MODA INFANTIL E INFANTOJUVENIL
- Go**  
LINHA DE CALÇADOS
- INK**  
PLATAFORMA DE MARKETPLACE E DESIGN PARA EMPREENDEDORES DE MODA
- Oficina**  
FASHIONTECH COM TECNOLOGIA E MATÉRIAS-PRIMAS SOFISTICADAS PARA DESENVOLVER ROUPAS SOB MEDIDA.

## INTEGRAÇÃO

O ano de 2021 foi marcado pela integração do Grupo Reserva e construção da AR&Co, com resultados fortes e sólidos. Internalizamos a produção dos calçados da Reserva Go, ganhando eficiência e qualidade, a partir de nossa ampla experiência em calçados, reforçamos os lançamentos de coleções e desenvolvimento de produtos e, com isso, quadruplicamos o volume da produção e a lucratividade dos calçados da marca.

O processo de consolidação e integração da gestão das novas marcas ainda está em construção, trabalhamos para solidificar o alinhamento da cultura das novas empresas e essa transformação é um processo gradativo, por isso neste relatório alguns dados das marcas AR&Co ainda serão apresentados separadamente.



# Baw®

Em junho de 2021, adquirimos a Baw Clothing, para compor nosso segmento de *lifestyle* e vestuário. Essa aquisição apoia nossa estratégia de aumento do mercado endereçável e do fomento à diversidade na Companhia.

A BAW está entre as três marcas de *streetwear* mais conhecidas no Brasil, possui forte presença nos canais digitais e suas coleções são lançadas com intensa divulgação por influenciadores digitais.

Em novembro de 2021, lançamos a primeira loja física da marca, no bairro do Bom Retiro em São Paulo - SP.

R\$ **39,5MM 01**

RECEITA BRUTA  
DO WEBCOMMERCE

LOJA  
PRÓPRIA

**1,4MI**

SEGUIDORES  
NO INSTAGRAM

# INOVAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

**Na Arezzo&Co, a transformação digital existe para gerar mais valor aos nossos clientes.**

Com a pandemia de covid-19, nossas iniciativas de transformação digital, que estavam em planejamento e desenvolvimento desde 2018, foram aceleradas e nossa agilidade e assertividade na digitalização, com foco no cliente, têm sido fundamentais para a sustentação e a geração contínua de valor dos nossos negócios.

**Somos uma grande plataforma digital de moda, com vasta experiência em marca. Na Arezzo&Co, a tecnologia busca trazer ainda mais inteligência para capturar tendências, despertar desejos e conectar tudo isso em múltiplos canais, aumentando a recorrência dos clientes.**

A seguir, apresentaremos os principais destaques das frentes de transformação digital em 2021.

## CANAIS: EXPERIÊNCIA OMNICHANNEL

GRI 2-29

Em 2021, consolidamos nossa estrutura de transformação digital e inovação, evoluímos na estratégia de CRM, com alcance transnacional, e criamos ferramentas que aprimoram a experiência de compras e a satisfação dos clientes, ligando o físico e o digital.

**Nossa base de dados CRM tem 9,7 milhões de clientes cadastrados, com os quais realizamos ações de relacionamento por canais diversos.**

Contamos com um time de **Negócios Digitais** focado em incubar e desenvolver novos projetos e soluções digitais que preencham lacunas da Arezzo&Co e de outros parceiros, trazendo, além do potencial aumento de vendas, a possibilidade de vender soluções para o público externo e criar novos negócios para nosso ecossistema, ampliando as frentes de geração de receita para a Companhia.

+ de **9MM**  
**clientes** na base de dados

**44%**  
acionados via e-mail

**65%**  
via celular

Com a nossa robustez na digitalização do varejo junto à análise de dados em CRM, alcançamos mais de R\$497 milhões em vendas impulsionadas pelo digital, representando 14% da nossa receita.

## PLATAFORMA DE MARCA

Com a variedade de marcas compondo nossa plataforma, temos múltiplos canais para ampliar nosso relacionamento com os clientes e conhecê-los cada vez mais, podendo criar ações estratégicas precisas para aumentar nossa base e a frequência de compras nas diversas marcas.



## CLIENTES OMNI

Durante a pandemia aceleramos nossas iniciativas para otimizar a experiência omni e o volume de clientes dessa frente aumentou 13,8%, o que resulta diretamente no crescimento da receita dos nossos negócios.



### Ticket médio

R\$ **302,11** web

R\$ **273,19** loja física

**10,6%** maior\*



### Frequência

**4,72**

**+ 56%**

em relação  
a lojas físicas\*

### BASE ATIVA DE CLIENTES



Gasto do cliente **OMNI**  
é **3X MAIOR**  
do que os exclusivos  
em um só canal.

\*dados não incluem AR&CO

## CRM: NOVAS ABORDAGENS DE COMUNICAÇÃO

Em 2021 concluímos a implantação do CRM DATA, que organiza, de maneira técnica e estrutural, todos os dados do público consumidor da Arezzo&Co, nos permitindo atendimento mais individual e personalizado e, portanto, maior acerto nas ações de relacionamento.

Também inovamos com o projeto Gerentes Digitais, criado no ZZLab da área de novos negócios digitais, em que oferecemos às lojas a inteligência da nossa rede e o conhecimento dos clientes para implementarem estratégias locais de social media. No projeto, nossos times de transformação digital promovem o planejamento e estratégia de ativação e criação de conteúdo das mídias sociais da loja, empoderando e aperfeiçoando seu processo e, conseqüentemente, potencializando vendas.



# 93

**lojas impactadas**  
pelo projeto Gerente  
Digitais em

**20** **idades**  
do Brasil



No ano, criamos ainda um clube de assinatura semestral **SCHUTZ**, em que os clientes recebem, mensalmente, um *box* surpresa em casa, *cashback* e têm experiências exclusivas, como ativação em primeira mão sobre novos lançamentos.

+de **1.000**

ASSINATURAS

**54%**

AUMENTO NA BASE

**38%**

AUMENTO DO  
TICKET MÉDIO



## ZZ APP

**Em 2021 redesenhamos o ZZ App, também conhecido como app da vendedora, solução digital de vendas lançada em 2020.**

O aplicativo é uma ferramenta central de inteligência para o time de vendas. Nele, as vendedoras encontram os contatos, veem o perfil individualizado e checam o histórico de consumo de cada cliente.

### ZZ APP (APP DA VENDEDORA)

**1,6MI**

VENDAS INFLUENCIADAS  
PELO APP EM 2021

**18,5MI**

ATIVAÇÕES DE CLIENTES  
PELO APP EM 2021

**754**

LOJAS UTILIZANDO

**497MI**

RECEITA INFLUENCIADA  
PELA FERRAMENTA DIGITAL

**25%**

DAS VENDAS DE 2021 FORAM  
IMPULSIONADAS PELO DIGITAL

A ferramenta é uma peça fundamental em nossa estratégia de CRM, utilizada para facilitar o contato e o acesso do time de vendas com a nossa clientela de maneira estratégica, personalizada, baseada em análise de dados.

### FAZ UM PIX!

**Para facilitar o desempenho das vendas, também desenvolvemos uma solução de PIX. Com ela, qualquer vendedor pode enviar um código PIX para o cliente e concretizar sua venda, por meio dessa transação.** Essa solução é acionada pelo aplicativo e pode ser usada tanto nas lojas físicas quanto no modelo à distância.

### ZZ LINK

Com o objetivo de dar mais eficiência e segurança, desenvolvemos e lançamos, em 2021, uma ferramenta proprietária integrada ao ZZ App, o ZZ LINK, nossa solução de pagamento remoto possui um sistema robusto de antifraude, diminuindo exponencialmente nossos riscos em relação a pagamentos fraudados com cartões clonados.

# MARCA E PRODUTO: CONEXÕES QUE DESPERTAM DESEJOS

## ZZ MALL

Em 2020, quando as telas se tornaram nossas maiores vitrines, criamos a plataforma **ZZ MALL**, nosso ativo digital, onde os clientes encontram todas as marcas da Arezzo&Co em um só *marketplace*. Nesse espaço virtual, desenvolvemos conteúdos focados em ações especiais para nossas marcas, engajando uma rede de influenciadoras para potencializar o engajamento dos nossos clientes.

**Além disso nossa plataforma também integra experiência de compra, curadoria e conteúdo de marcas consagradas e insurgentes.**

Em 2021, lançamos um programa de fidelidade, por meio de uma carteira de pagamentos, a **ZZPay**, que contribuiu para os bons resultados nas vendas da plataforma. Ao longo do ano, o **ZZ MALL** apresentou-se como nosso ambiente virtual com mais recorrência de compras e com o maior NPS e índice de satisfação de serviço.

**1.256**

NOVOS CLIENTES

**14,7%**

PEDIDOS COM O USO DE  
ZZPAY NO APLICATIVO

**80**

NPS DA PLATAFORMA  
ZZ MALL

+ de **1.000**  
Influenciadoras ativas

Trabalham diretamente na **ZZ MALL** e recebem comissões pela plataforma, de acordo com o seu desempenho.

+ de **R\$110 MIL**  
de remuneração em 2021



# TECNOLOGIA: INTEGRAÇÃO E INTELIGÊNCIA DE DADOS

**Temos desenvolvido uma plataforma robusta, flexível, altamente escalável, que suporta nossa estratégia de transformação digital e investimos continuamente, ano após ano, em seu avanço.**

Em 2021, além do investimento contínuo, avançamos na integração da operação da Vans e do Grupo Reserva nos sistemas, da MyShoes e Mercado Livre, além da adaptação de todos os nossos sites à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

## SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO E PRIVACIDADE

**SASB CG-MR-230a.1 | SASB CG-MR-230a.2 | GRI 418-1**

Prezamos o respeito à privacidade e à proteção dos dados pessoais, não apenas dos nossos colaboradores, mas de todos os nossos clientes, franqueados e demais pessoas e entidades com as quais a Arezzo&Co se relaciona e não efetuamos transferência de dados ou informações a terceiros por meio de venda, aluguel ou compartilhamento.

A área de Segurança da Informação da Companhia tem três pilares de atuação:

- Política e Privacidade (*Compliance*).
- Segurança Cibernética (infraestrutura de segurança da informação).
- Desenvolvimento Seguro (desenvolvimento de tecnologias de forma segura).

Nosso principal sistema de gestão atualmente está hospedado dentro de um *datacenter tier 3*, com as melhores práticas do mercado de segurança, e nossa Política de Privacidade se aplica a todas as operações da Companhia, incluindo nossa cadeia de fornecedores.

Contamos com o certificado de segurança SSL Pro SGC, emitido pela GMO GlobalSign, uma das maiores autoridades certificadoras do mundo. Por meio dele, todas as informações fornecidas pelo titular em nossos sites de compras são criptografadas e mantidas em sigilo em servidores seguros. No ano de 2022, aplicaremos nosso Plano de Segurança da Informação que está em desenvolvimento durante o período vigente deste relatório.

O gerenciamento em casos de agravamento de problemas relacionados à privacidade é realizado pelo serviço de Data Protection Officer (DPO) contratado pela Arezzo&Co. Além disso, está previsto em nosso Código de Conduta e Política de Segurança da Informação, as ações disciplinares em caso de violação da proteção de dados. No ano de 2021 não tivemos queixas comprovadas relativas à violação da privacidade, bem como não foram identificados vazamentos, furtos ou perdas de dados dos clientes no período.

**Além disso, realizamos uma avaliação de riscos com definição de score e plano de ação para 2022, visando mitigar os riscos e aumentar a segurança da informação da Companhia.**

Caso nossos públicos de relacionamento tomem conhecimento de alguma violação à Política de Privacidade, a área de Segurança da Informação deverá ser acionada, por meio do Canal de Ética da Arezzo&Co.

Toda denúncia é apurada, medidas de contenção, avaliação de impacto e necessidade de comunicação sobre o incidente são avaliadas.

A área de Segurança da Informação analisa toda e qualquer informação, bem como as evidências disponíveis que possam identificar a causa do problema. As informações são compiladas e anexadas a um relatório para formalização do ocorrido.

Possíveis infratores e aqueles que colaborarem com eles são submetidos às sanções previstas nos contratos pelos quais se vinculam à Arezzo&Co, sem prejuízo de outras sanções (civis, penais ou administrativas) previstas na legislação brasileira e respondem pessoalmente pelos eventuais danos e prejuízos causados à Arezzo&Co ou a terceiros.



## CULTURA DE INOVAÇÃO

GRI 203-1 | 203-2

Em 2021, demos um passo importante para nossa atuação em inovação, com a inauguração do ZZHUB, nosso Centro de Desenvolvimento de Novas Tecnologias e produtos digitais, em um prédio tombado, patrimônio histórico, que já foi sede de uma fábrica da marca Arezzo em Campo Bom - RS. O espaço é focado 100% em tecnologia, para o desenvolvimento de soluções que tenham ligação com o negócio e nossa perspectiva é que tenhamos, em 2022, cerca de 100 colaboradores fixos trabalhando com inovação no ZZHUB.

Para isso, temos ativado nossos relacionamentos focados em construir parcerias com universidades e *startups*, que desenvolvam pesquisas e soluções ligadas aos nossos negócios, para compor nossas equipes de trabalho. O ZZHUB tem um espaço dedicado a *coworking* para receber nossos parceiros e construir soluções para os grandes desafios de tecnologia e negócio.

**O ZZHUB também apoia nosso objetivo de atração e retenção de talentos de maneira inovadora, contando com espaços definidos, como de criação, salas para jogos e atividades colaborativas.**



+ de R\$4MI investidos



2.000m<sup>2</sup> de escritório



100 novos postos de trabalho



# RESULTADOS FINANCEIROS

GRI 201-1

**Somos marcados pela coragem e disposição de mudar, qualidades que garantem o crescimento financeiro da Arezzo&Co, mesmo diante da crise.**

A sustentabilidade financeira dos nossos negócios está muito bem estruturada. Apesar de o ano de 2021 ainda ter sido marcado pela pandemia, com breve período de fechamento de lojas físicas no segundo trimestre, operamos nosso orçamento de maneira flexível, e pudemos agir com assertividade, para adaptar nosso modelo de negócios ao cenário.

Nossa gestão financeira é focada na medição frequente dos nossos resultados. Iniciamos o ano trabalhando com peças orçamentárias adaptáveis e, assim, conseguimos consolidar um planejamento estratégico construído de maneira sólida e bem arquitetado, gerando bons resultados.

## CONTEXTO

Em 2021, em função da pandemia, enfrentamos um momento complexo no sentido macroeconômico, um cenário inflacionário desafiador e incertezas sobre o comportamento de consumo. Diante disso, trabalhamos tanto para o fortalecimento das nossas vendas, quanto para reestruturar e manter a eficiência da nossa produção.

Nossa gestão verticalizada de produto e cadeia de valor nos possibilitaram ter agilidade na produção, atributo essencial para superarmos as adversidades enfrentadas ao longo do ano.

O nosso time – apaixonado e aguerrido – foi essencial para a evolução da Companhia neste e nos últimos anos, principalmente superando os obstáculos e dificuldades trazidos pela pandemia.

Encerramos o ano com superação relevante de nossas metas internas, resultando no pagamento máximo de bônus.

Ao longo dos 11 anos com capital aberto, dos 44 trimestres, tivemos 40 trimestres com crescimento de receita e 35 com crescimento de EBITDA. Do IPO até hoje, nossas ações valorizaram mais de 306%, patamar bem acima dos 81% de valorização do IBOV.

## NOSSO DESEMPENHO

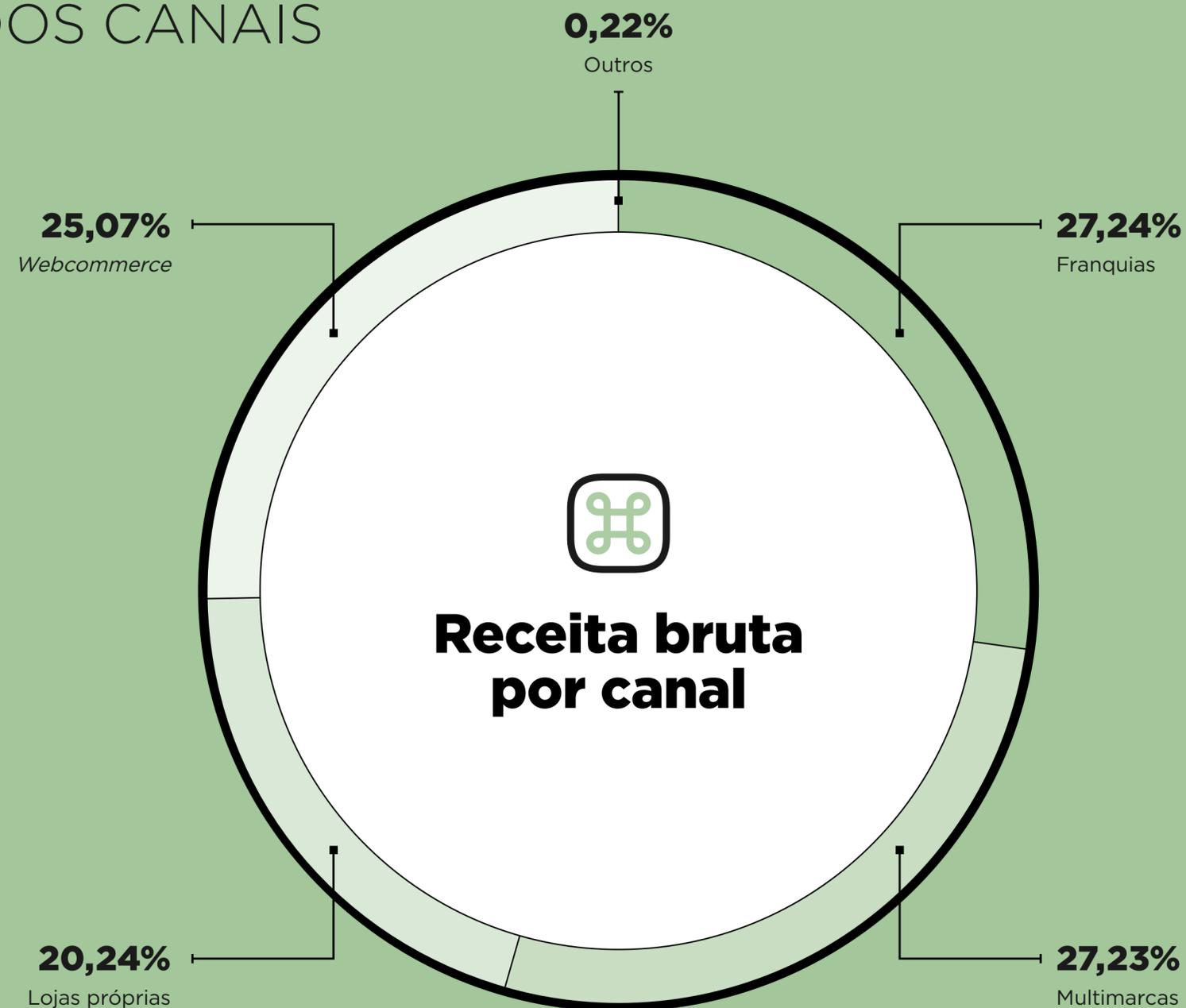
No ano que marcou o primeiro ciclo completo da AR&CO integrada ao grupo, comercializamos mais de 25 milhões de produtos – 18,4 milhões de calçados, 4,6 milhões de peças de roupa e 2,2 milhões de bolsas.

Alcançamos a maior receita da história da Companhia, de R\$3,6 bilhões e EBITDA ajustado recorde de R\$ 459 milhões. O canal digital atingiu um novo patamar de vendas, encerrando o ano com R\$ 816 milhões de receita, cerca de 25% de nosso faturamento.

As marcas orgânicas da Arezzo&Co cresceram 44% no ano e as marcas inorgânicas alcançaram resultados acima do esperado. A Reserva encerrou o ano com R\$ 731 milhões de receita. Também chegamos ao recorde da operação norte-americana, com receita de R\$ 347 milhões e margem EBITDA positiva.

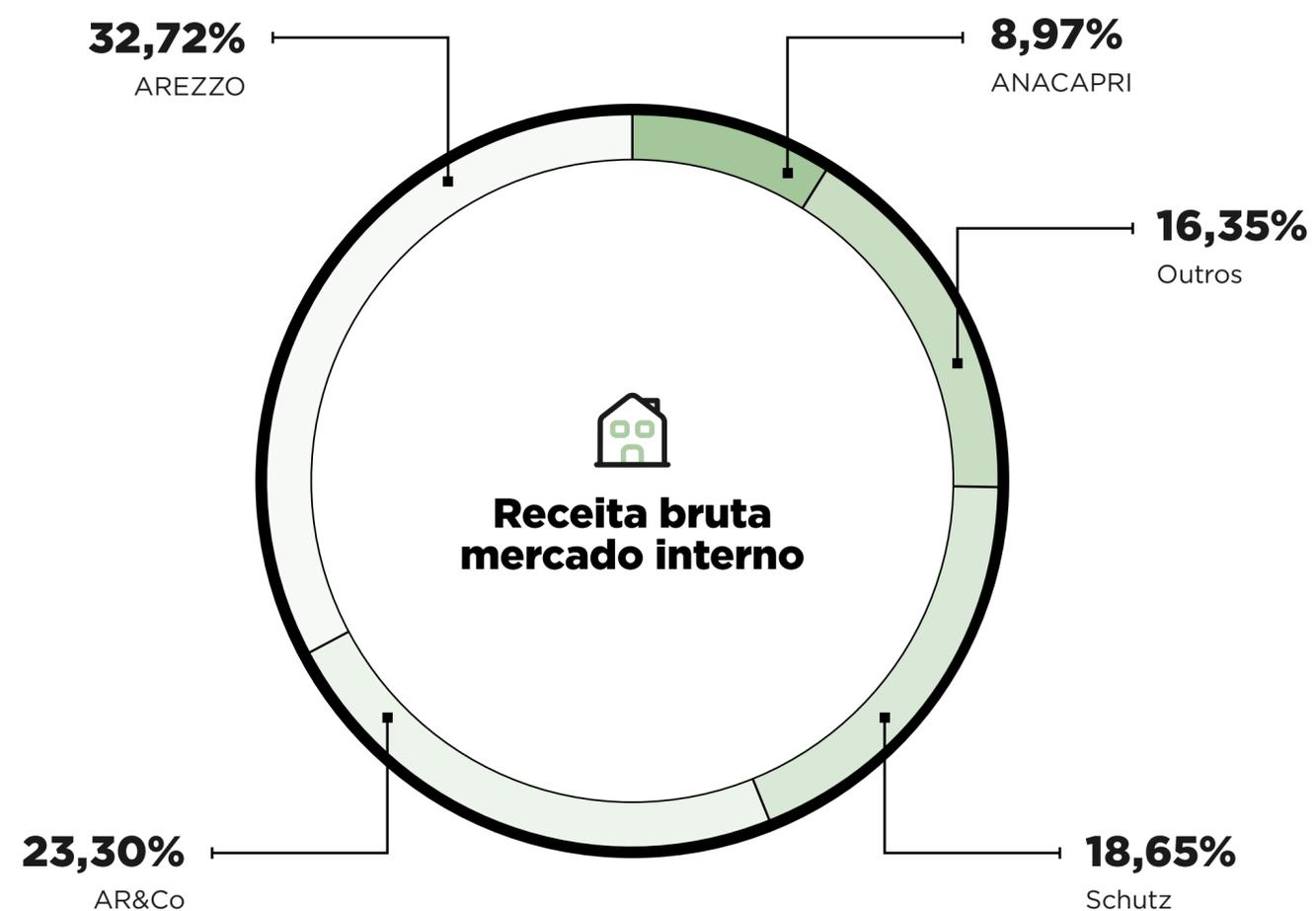
Expandimos nossa margem bruta em 510bps, passando para 53% e tivemos um EBITDA contábil recorde no ano de R\$ 572 milhões e obtivemos lucro líquido de R\$343,7 milhões.

## DESTAQUES DOS CANAIS



\*Outros: Inclui receitas do mercado interno que não são específicas dos canais de distribuição.

## DESTAQUES DAS MARCAS



**A força das marcas *core* Arezzo&Co estão expressas no seu ótimo desempenho em 2021.**

### AREZZO

**Receita Brasil:** R\$ 1,1 BI  
**Crescimento:** +40,1% vs 2020

### SCHUTZ

**Receita\*:** R\$ 607,4 MM  
**Crescimento:** +42,0% vs 2020

\*Não inclui receitas provenientes da operação internacional

### AR&CO

**Receita Brasil:** R\$ 758,8 MM  
**Crescimento:** +94,4% vs 2020

### ANACAPRI

**Receita Brasil:** R\$ 292,1 MM  
**Crescimento:** +34% vs 2020

### Outros

**Receita:** R\$ 532,5 MM  
**Crescimento:** +77,2 % vs 2020

\*Inclui as marcas Vans, A. Birman, Fiever, Alme, TROC e MyShoes apenas no mercado interno e outras receitas não específicas das marcas

# DESTAQUES FINANCEIROS DE 2021

R\$ **3,6**BI

RECEITA BRUTA  
CONSOLIDADA

R\$ **269**MM

LUCRO LÍQUIDO  
AJUSTADO

+ **660**bps

MARGEM  
BRUTA

R\$ **816**MM

RECEITA BRUTA  
WEB COMMERCE

R\$ **459**MM

EBITDA  
AJUSTADO

**25%**

PARTICIPAÇÃO  
WEB COMMERCE

**15,7%**

MARGEM EBITDA  
AJUSTADA

R\$ **759**MM

RECEITA BRUTA  
AR&CO

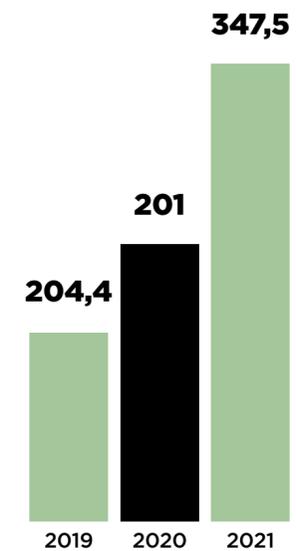


## OPERAÇÃO INTERNACIONAL

**Como resultado, obtivemos o maior nível de receita da história da operação internacional, apoiado principalmente pelo bom desempenho do *webcommerce*.**

Encerramos 2021 com crescimento impulsionado pelas vendas fora do canal de lojas físicas, obtendo resultados positivos, com receita bruta de R\$ 347,5 milhões, patamar 72,8% maior em relação ao ano anterior.

RECEITA BRUTA  
R\$ MILHÕES



CRESCIMENTO EM  
RELAÇÃO A 2020

**72,8%**

Nossa Operação internacional obteve um bom desempenho e crescimento robusto.

**9,6%**  
da receita bruta total

**+R\$146,5MM**  
em relação a 2020

**87,63MIL**  
novos clientes

# GERAÇÃO DE VALOR

Em nossa missão nos comprometemos a “garantir produtos e experiências, com qualidade e sustentabilidade” aos nossos clientes.

Para realizá-la, nossa estratégia de sustentabilidade orienta nosso modelo de negócios, na busca pelo desenvolvimento e geração de valor e mitigação de impacto negativo em toda a cadeia, a partir de parcerias e relações éticas, colaborativas e sustentáveis.

**Para a Arezzo&Co, a sustentabilidade é definida como norma, buscando nível de diferenciação nas marcas.**

## ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE

GRI 3-2 | 2-4 | 3-1 | 2-17 | 2-22 | 2-13

Construída em 2019 e revisada anualmente, nossa estratégia está organizada em três pilares, nos quais assumimos compromissos públicos de avanço da gestão e desempenho até 2024.

Em 2021, a revisão da estratégia envolveu um estudo das principais referências do mercado de capitais em sustentabilidade – índices, ratings e outras empresas – e, também, promoveu a consolidação das estratégias antigas de Arezzo&Co e do Grupo Reserva, gerando uma organização estratégica única Arezzo&Co, ainda que com ações específicas para cada negócio e marca do grupo.

Em 2021, pela primeira vez, fomos selecionados a compor a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3, o que demonstra a solidez na adoção de boas práticas ESG nos posicionando entre as empresas referência em sustentabilidade no Brasil.

### TEMAS MATERIAIS AREZZO&CO



## NOSSOS COMPROMISSOS PÚBLICOS (2020-2024)

GRI 2-23



### PRODUÇÃO RESPONSÁVEL

- 100% da cadeia de fornecedores rastreada e certificada.
- 100% de transparência dos produtos para clientes, com informações de composição, origem e fabricação.
- Integrar carteira ISE (B3).
- Estar posicionada entre as top 10 empresas de varejo no Brasil, em índices de sustentabilidade de relevância.
- Reconhecimento das práticas de sustentabilidade das marcas.



### MEIO AMBIENTE SAUDÁVEL

- Neutralização de emissões até 2024 (escopos 1, 2 e 3).
- 100% de embalagens produzidas com material reciclado e/ou biodegradável.
- 40% de certificação, substituição ou redução de matéria-prima (produtos) por alternativas mais sustentáveis.



### PESSOAS EMPODERADAS

- 100% dos fornecedores e colaboradores treinados anualmente em tópicos relevantes.
- Estar entre as 3 melhores empresas de varejo no Brasil no GPTW Mulher.
- Constante desenvolvimento do quadro de sapateiros.



**Nosso Conselho de Administração, a Diretoria Executiva e o Comitê de Sustentabilidade também iniciaram, em 2021, a revisão do posicionamento estratégico de sustentabilidade do Grupo, que deve orientar a revisão da estratégia em 2022.**

Nesta revisão, definimos a ambição de ser referência em ESG do setor no País e definimos os temas prioritários para 2022, alinhados à materialidade e aos compromissos públicos:

- conformidade da cadeia.
- rastreabilidade de couro.
- matérias-primas sustentáveis.
- remuneração variável atrelada a ESG para todos os executivos.
- construção de uma Cultura ESG.
- diversidade e Inclusão.
- circularidade.

Conheça, nos capítulos a seguir, o desempenho e atuação da Companhia em cada um dos pilares de nossa estratégia de sustentabilidade.

## GESTÃO

### GRI 2-13

Contamos com uma Diretoria de Sustentabilidade desde 2018 e uma gerência dedicada ao tema. Em 2021, a área foi reestruturada para acelerar a condução da estratégia de sustentabilidade e promover o avanço, de maneira integrada, nos diferentes departamentos do negócio.

Adicionalmente, nosso Comitê de Sustentabilidade realiza encontros bimestrais com os presidentes da Arezzo&Co e do Conselho de Administração, os diretores executivos e a gerência da área, orientando a sustentabilidade da operação da Companhia e analisando os tópicos relacionados à estratégia.

## POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE

### GRI 2-23

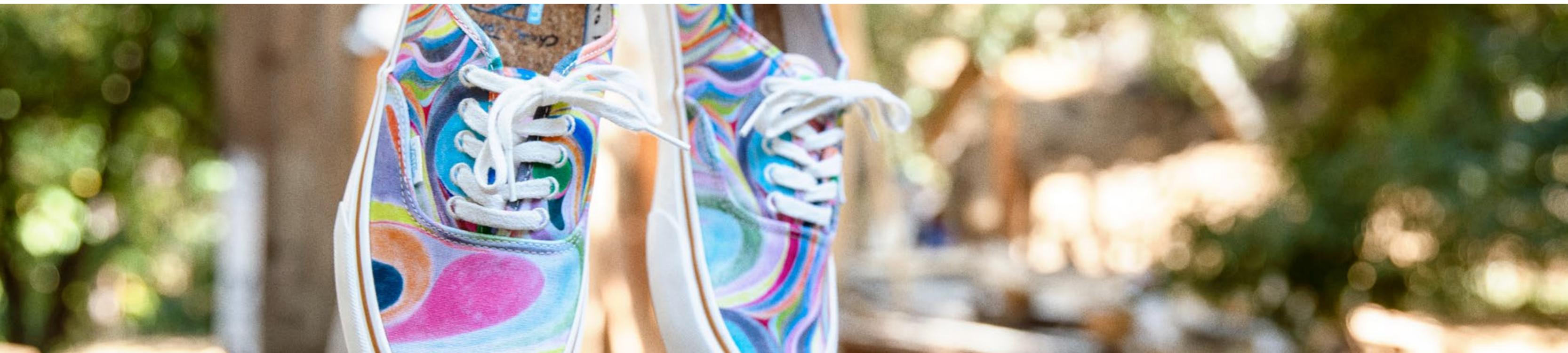
Em julho de 2021, implementamos nossa Política de Sustentabilidade, documento que junto ao Código de Conduta e Ética da cadeia de Suprimentos, consolida nossa estratégia de desenvolvimento sustentável dos negócios e demais atividades, adotando boas práticas de gestão ambiental, social e de governança em nossa cadeia de valor.

As diretrizes da Política de Sustentabilidade da Arezzo&Co estabelecem compromissos e metas para nossa atuação, focadas na redução de impactos negativos, na promoção de impactos positivos e na geração de valor para nossos públicos de interesse.

O documento está alinhado aos nossos princípios de atuação ética, transparente e sustentável, para a condução das operações em conformidade com aspectos socioambientais, normas, regulamentos e legislação vigentes aplicáveis aos negócios, além de firmar nosso compromisso em comunicar, de forma transparente, nosso desempenho em relação aos temas abordados.



Leia na íntegra nossa **Política de Sustentabilidade**.



# GERAÇÃO DE VALOR EM 2021



3

# GOVERNANÇA CORPORATIVA

CAPITAIS RELACIONADOS

ODS RELACIONADOS



# GOVERNANÇA CORPORATIVA

GRI 2-1 | 2-29 | 3-3

A Arezzo&Co é uma companhia de capital aberto desde 2011, com ações listadas no Novo Mercado na Bolsa de Valores (B3), segmento que exige das empresas a adoção de melhores práticas de governança corporativa.

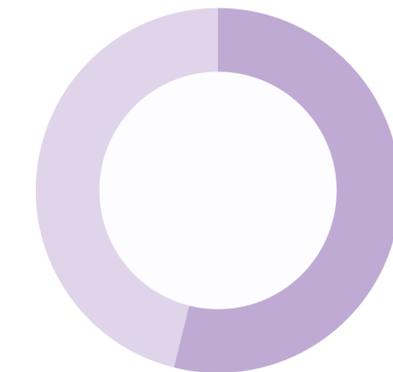
Nosso modelo de Governança é estruturado para otimizar o desempenho da Companhia e proteger todas as partes interessadas, buscando o desenvolvimento sustentável do negócio e uma atuação alinhada ao nosso compromisso com a transparência, equidade de tratamento entre os acionistas e prestação de contas.

## COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA\*

Acionistas	Quantidade de Ações	%
Controladores	45.700.588	45,87%
Administradores	3.848.048	3,86%
Ações em Circulação	50.082.778	50,27%
Acionistas com 5% ou mais do capital	-	-
Demais acionistas	50.082.778	50,27%
<b>TOTAL</b>	<b>99.631.414</b>	<b>100,00%</b>

\* Composição acionária em dezembro de 2021.

+ de **306%**  
valorização das  
ações desde 2011\*\*\*



**54,13%**  
Float\*\*

**45,87%**  
Família Birman

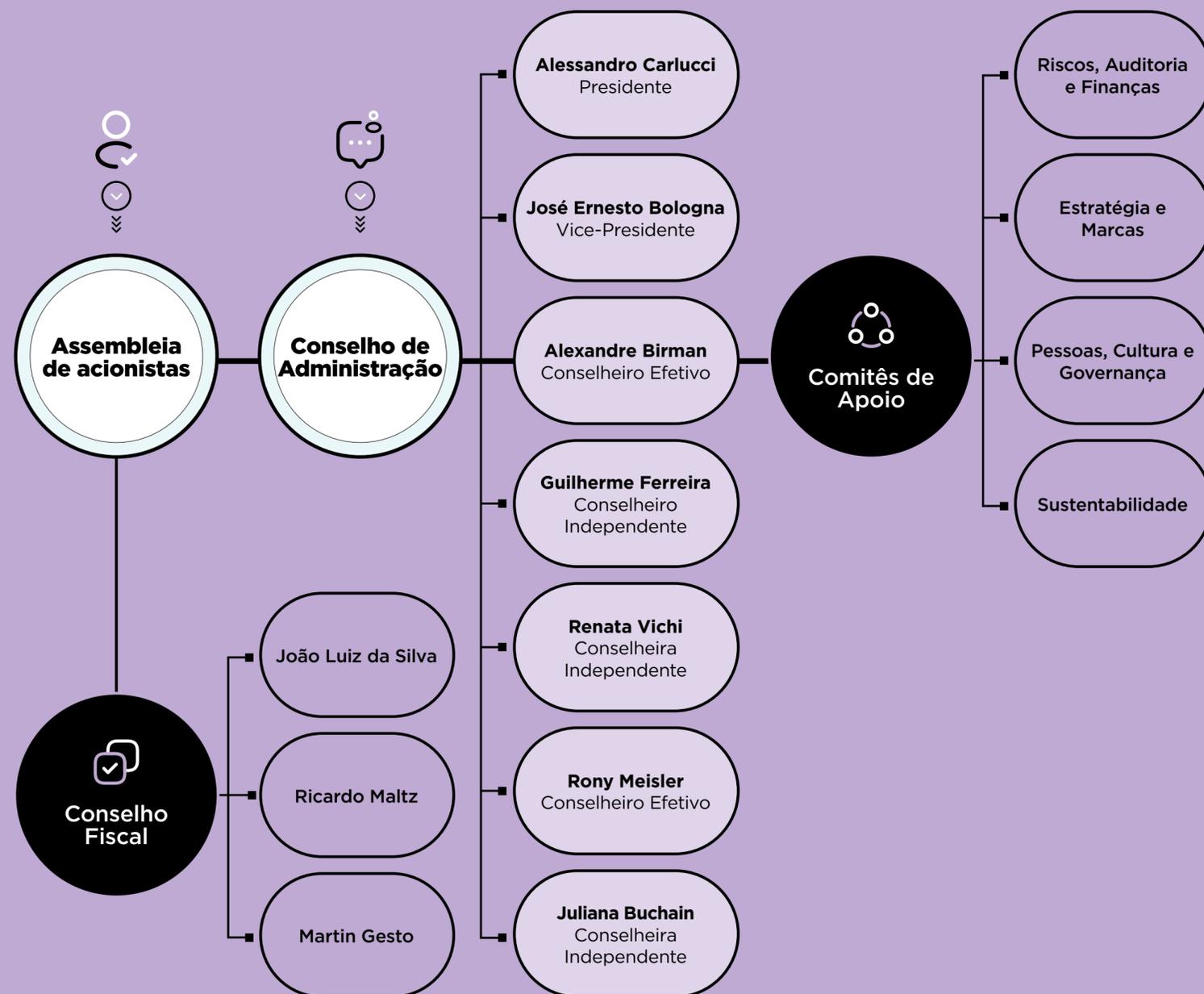
\*\* Float contempla o percentual das ações em circulação na Bolsa de Valores, livre para qualquer investidor interessado.

\*\*\* Valor considera a média da cotação das ações ARZZ3 no período de janeiro de 2012 a dezembro de 2021.

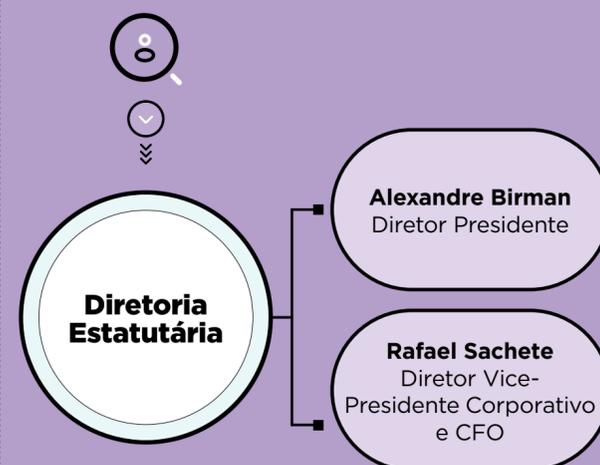
# ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

GRI 2-9

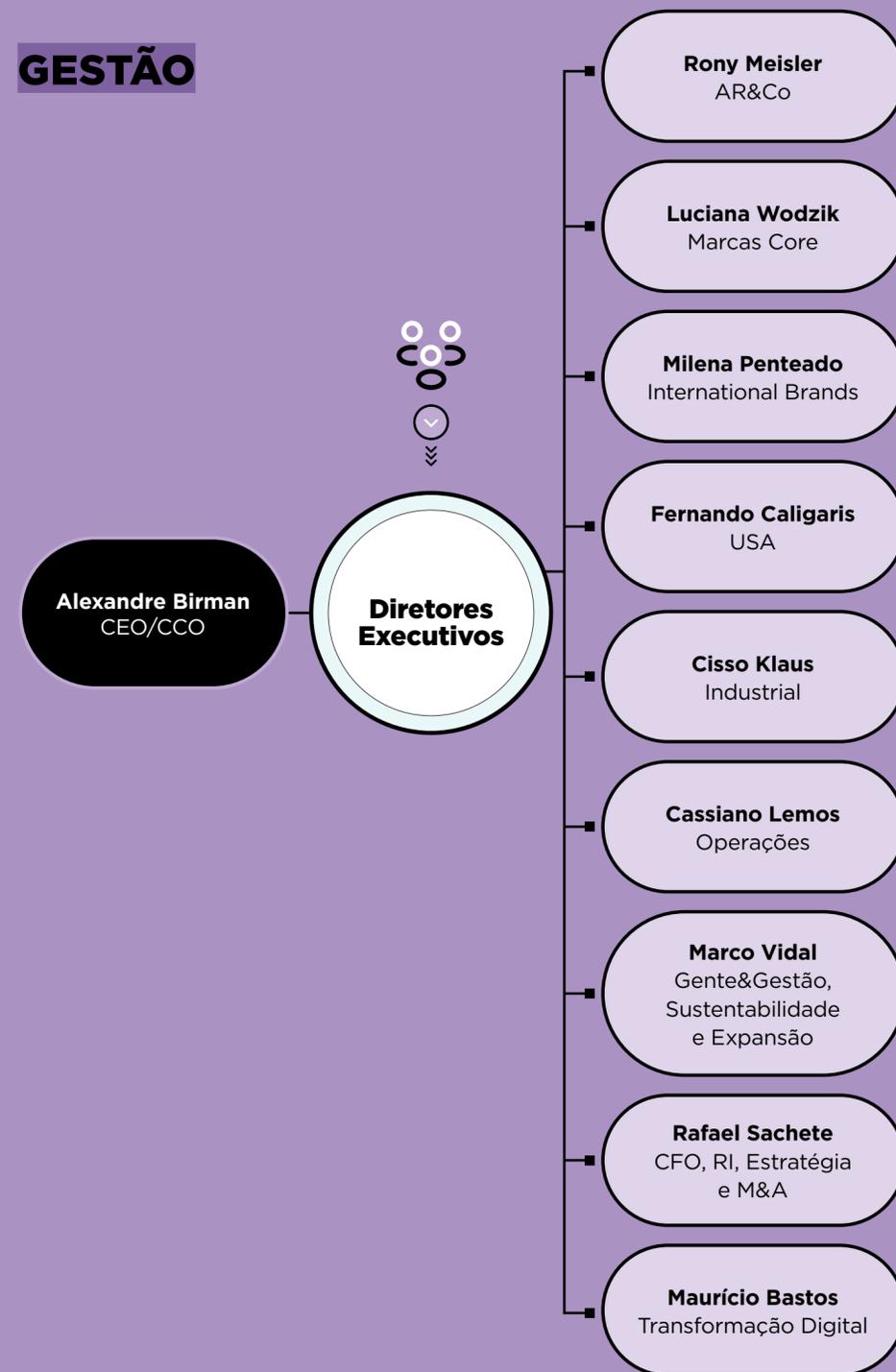
## CONSELHO E COMITÊS



## ADMINISTRADORES



## GESTÃO



# CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GRI 2-9 | 2-10 | 2-11

**Nosso Conselho de Administração é composto por, no mínimo, cinco e, no máximo, dez membros, dos quais 20% são conselheiros independentes, de acordo com os termos do Regulamento do Novo Mercado da B3.**

Nossos conselheiros, residentes ou não no País, são eleitos por uma Assembleia Geral para um mandato unificado de dois anos, sendo permitida a reeleição. Independentemente da data da eleição de seus membros, os respectivos mandatos se encerram na data da Assembleia Geral Ordinária que examina as contas relativas ao último exercício de suas gestões.

Os membros são escolhidos, considerando o alinhamento com o propósito e o posicionamento estratégico da Companhia, e por critérios como diversidade, independência, conhecimento e experiências relacionadas a tópicos econômicos, ambientais e sociais. No segundo semestre de 2021 iniciamos mais um mandato, composto por um colegiado com novas competências e conhecimento, atualmente, o Conselho de Administração é composto por sete membros:

Nome	Cargo	Frequência nas reuniões	Eleição	Mandato
Alessandro Giuseppe Carlucci	Presidente	100%	AGO de 2021	2 anos
José Ernesto Beni Bologna	Vice-Presidente	100%	AGO de 2021	2 anos
Alexandre Café Birman	Conselheiro Efetivo	100%	AGO de 2021	2 anos
Guilherme Affonso Ferreira	Conselheiro Independente	100%	AGO de 2021	2 anos
Renata Figueiredo de Moraes Vichi	Conselheira Independente	100%	AGO de 2021	2 anos
Rony Meisler	Conselheiro Efetivo	100%	AGO de 2021	2 anos
Juliana Buchain Corrêa Fonseca	Conselheira Independente	100%	AGO de 2021	2 anos

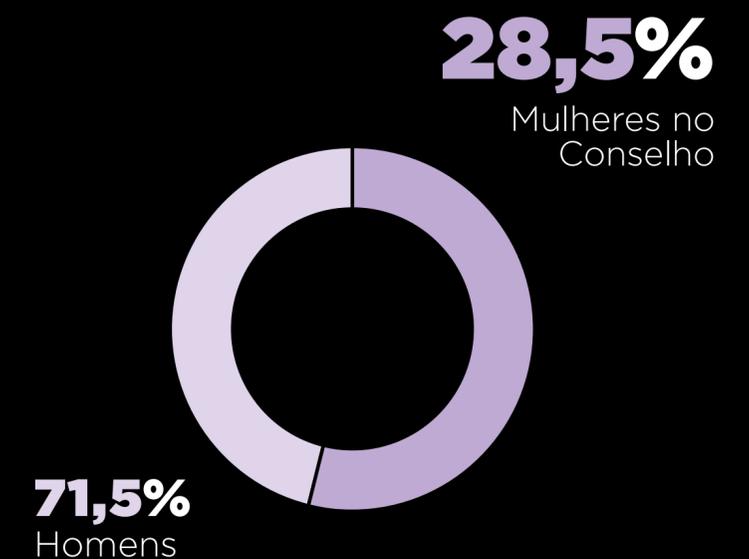
## DIVERSIDADE NO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GRI 2-0 | 405-1

Desde 2011, quando nos tornamos uma empresa de capital aberto, inovamos sendo o primeiro conselho do novo mercado a ter duas mulheres na sua composição logo na primeira formação, percentual que se mantém após 11 formações de Conselho.

Com isso, somos reconhecidos pelo certificado Women on Board (WOB), iniciativa independente que valoriza e divulga empresas com, pelo menos, duas conselheiras efetivas em seus quadros.

Conheça o Regimento do Conselho e a experiência detalhada de cada membro [aqui](#).



## EXPERIÊNCIA DO CONSELHO

Nossos conselheiros têm ampla experiência setorial, engajamento e compromisso com o planejamento estratégico da AREZZO&CO.

## COMITÊS DE APOIO

**GRI 2-12 | 2-13 | 2-17**

O Conselho de Administração é assessorado por quatro comitês, que apoiam sua tomada de decisão do Conselho com maior agilidade e precisão, garantindo o alinhamento ao planejamento estratégico e aos desafios da dinâmica do negócio. São eles:

- Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças
- Comitê de Pessoas, Cultura e Governança
- Comitê de Estratégia e Marcas
- Comitê de Sustentabilidade

**Os Comitês de Riscos e Sustentabilidade, junto ao Conselho de Administração, a Alta Administração e o Departamento de Auditoria Interna da Arezzo&Co têm um papel relevante no processo de gestão de riscos da Companhia, apoiando as decisões estratégicas relacionadas ao tema. (saiba mais na página 50).**

## AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

**GRI 2-18**

Realizamos avaliações de desempenho dos membros de Conselho de Administração e seus comitês, com base no alinhamento de sua atuação aos valores da Companhia, visando a melhoria e renovação, quando necessário. Realizada anualmente e internamente pela área de RI da Arezzo&Co, a avaliação visa:

- Melhorar o alinhamento do perfil do Conselho com a estratégia corporativa.
- Aprimorar o suporte oferecido ao Diretor Presidente.
- Melhorar o processo de recrutamento e renovação de Conselheiros e da Diretoria Executiva.
- Garantir a credibilidade do Conselho.
- Avaliar a adequação das ações do Diretor Presidente à execução do direcionamento estratégico da Companhia.

Nossa avaliação não tem qualquer impacto sobre a remuneração dos membros do Conselho de Administração, que é fixa. Adotamos como indicadores de desempenho da Diretoria metas empresariais qualitativas e quantitativas.

Dentre as metas quantitativas, estão incluídos, dentre outros, o acompanhamento do resultado global mensurado pelo EBITDA, bem como o ROIC (retorno sobre capital investido). Além disso, realizamos avaliações periódicas para mensurar o desempenho individual, com base em metas específicas estabelecidas no Programa de Participação nos Lucros e Resultados da Companhia.



## CONSELHO FISCAL

Contamos com um Conselho Fiscal instalado na Assembleia Geral Ordinária (AGO) de 2021, com mandato até 2023, dando ainda mais segurança, solidez e transparência aos controles da Companhia e apoiando sua estratégia fiscal.

### MEMBROS DO CONSELHO FISCAL

Nome	Cargo	Frequência nas reuniões	Eleição	Mandato
Martin da Silva Gesto	Membro Efetivo	100%	AGO de 2021	2 anos
João Luiz Trindade Telles da Silva	Membro Efetivo	100%	AGO de 2021	2 anos
Ricardo Guz Maltz	Membro Efetivo	100%	AGO de 2021	2 anos

## DIRETORIA

Contamos com uma Diretoria Estatutária e um Grupo de Executivos não estatutários que apoiam o desenvolvimento e crescimento do negócio de maneira ágil e alinhada aos pilares fundamentais da cultura Arezzo&Co, ao mesmo tempo em que preservam o DNA e a gestão independente das marcas, aprimorando a experiência e conexão dos clientes.

## REMUNERAÇÃO

GRI 2-19 | 2-20

**Contamos com um modelo de remuneração da alta liderança voltado a promover a criação de valor sustentável e de longo prazo, com base em metas estratégicas e nas melhores práticas de Governança Corporativa do mercado.**

A remuneração fixa global da Diretoria Estatutária, Conselho de Administração e Fiscal é definida em Assembleia Geral de Acionistas e, então, o Conselho faz a distribuição entre os membros, considerando o parecer do Comitê de Pessoas, Cultura e Governança. A remuneração da Diretoria não estatutária é definida pelo Comitê de Pessoas, Cultura e Governança, com base em informações adquiridas por meio de pesquisa de mercado, realizada anualmente.

Os membros do Conselho de Administração têm remuneração fixa, baseada em informações adquiridas por meio de pesquisa mercado, realizada anualmente. Não se baseia em participação em reuniões, não recebem qualquer benefício e podem receber remuneração adicional por participação em comitês.

A remuneração dos membros da Diretoria estatutária e da Diretoria não estatutária da Companhia é composta por remuneração fixa (salário ou pró-labore) e por remuneração variável (PLR – participação nos resultados e ILP baseado em ações), além de benefícios, que englobam vale refeição, seguro de vida e assistência médica.



Os elementos da remuneração variável, visam a remunerá-los de acordo com os resultados de indicadores de desempenho da Companhia e as metas individuais estabelecidas no Programa de Participação nos Lucros e Resultados. Tal prática contribui para a alta performance e o atingimento das metas pré-estabelecidas. Adicionalmente, as parcelas resultantes dos planos também se revelam importantes para retenção dos executivos como um incentivo de longo prazo.

# ÉTICA

GRI 2-23 | 2-24 | 2-25 | 2-26 | 205-2

**Nossa Companhia sempre atuou com elevados padrões de ética, integridade, honestidade, transparência, sustentabilidade e respeito aos direitos humanos, instrumentos fundamentais para a sustentação dos negócios da Arezzo&Co, para a manutenção de um ambiente de trabalho íntegro e para impactar positivamente a sociedade onde estamos inseridos.**

Em novembro de 2021, lançamos nosso novo Código de Conduta\*, aprovado pelo Conselho de Administração, para estabelecer e formalizar os princípios e diretrizes de conduta que devem nortear nossas ações, decisões e relacionamentos.

O documento é direcionado aos nossos colaboradores e a todos os demais públicos e entidades com as quais interagimos em nossas atividades (clientes, franqueados, acionistas, parceiros comerciais, agentes públicos etc.).

Nosso Departamento de Auditoria Interna é a área responsável pela determinação das sanções, medidas disciplinares e/ou providências previstas no Código de Conduta para casos de infração. As decisões são tomadas com base nas informações recebidas e apuradas sobre as potenciais infrações, observado que a aplicação de qualquer penalidade deve seguir critérios uniformes e os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade.

\*Durante o ano de 2021 nosso Código de Conduta passou por um processo de atualização. Portanto, os treinamentos sobre o documento (que incluem temáticas de combate à corrupção) não foram realizados no ano, mas em 2022 voltarão a ocorrer.

## CANAL DE ÉTICA

Desde 2013, a Arezzo&Co disponibiliza o Canal de Ética, acessível a todos os colaboradores e à sociedade, para a comunicação segura de condutas consideradas antiéticas ou que violem os princípios éticos, padrões de conduta, legislação e regulamentação vigentes, nosso Código de Conduta, e/ou demais normas internas da Companhia.

O canal é operado por empresa independente e especializada, assegurando o sigilo absoluto e o tratamento adequado a cada situação. As apurações das denúncias são conduzidas pelo Departamento de Auditoria Interna, de forma independente e imparcial.

Canal: 0800-721-0731 (Brasil) ou 1-800-824-3984 (USA).

<https://www.canaldeetica.com.br/arezzoco/>

O canal fica disponível 24 horas por dia, e o denunciante pode acompanhar o status do relato.



A AR&Co também conta com o “Pronto Falei” um canal de comunicação direto com o CEO (Rony Meisler), em que todos os colaboradores podem se comunicar de forma segura e até mesmo anônima, se preferirem.

Além disso, para o público externo, contamos com o SAC, um canal humanizado e aberto a todos.

# GESTÃO DE RISCOS

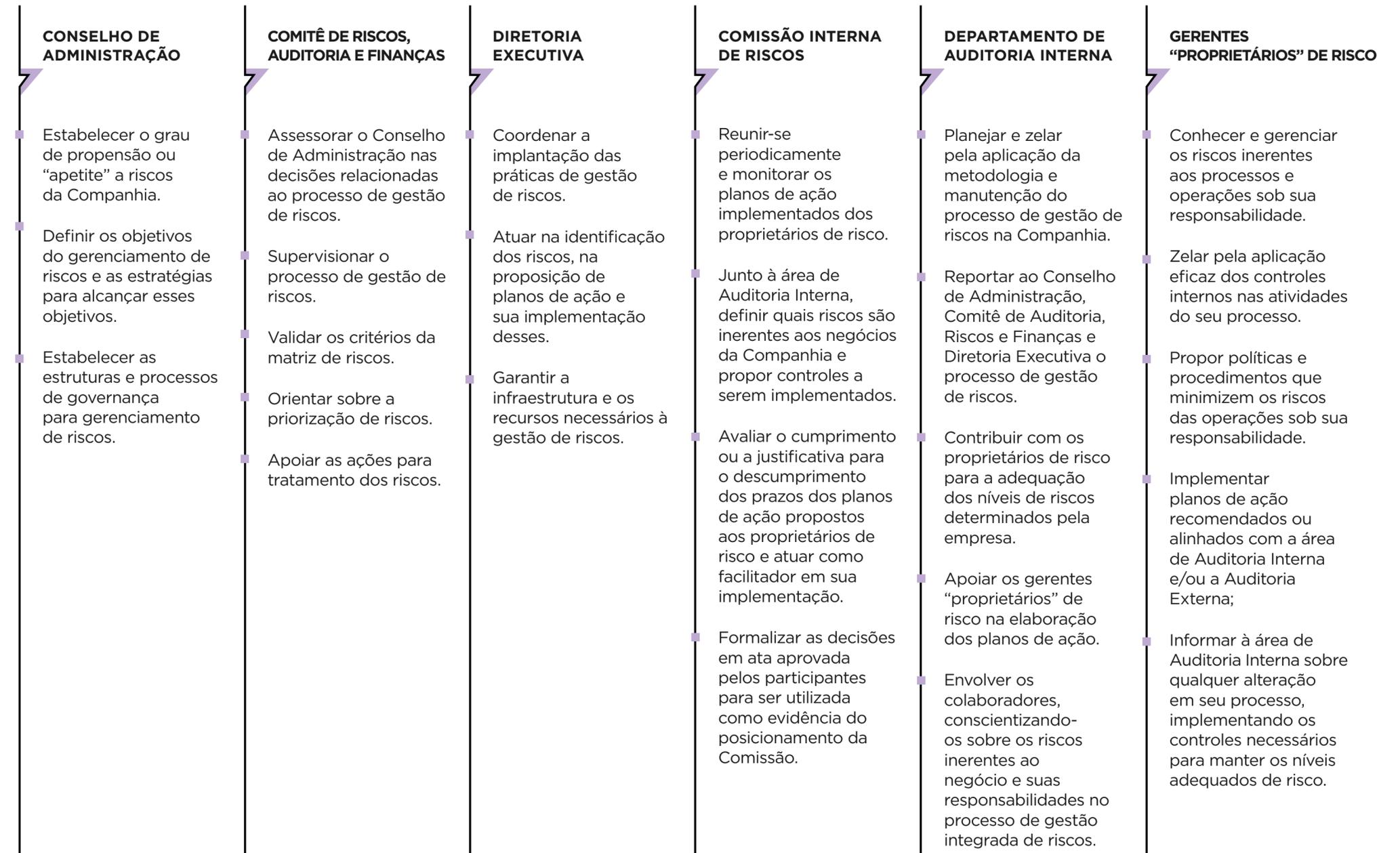
GRI 2-12

Na Arezzo&Co, o processo de gerenciamento de riscos permeia todos os níveis da Organização. Nesse sentido, abordamos o gerenciamento de riscos como uma responsabilidade de todos os colaboradores da Companhia, que, na medida de suas atribuições e funções, devem buscar assegurar o adequado funcionamento dos sistemas de controles internos, monitorar os riscos dos processos e comunicar sistemática e formalmente fatos que possam afetar negativamente os resultados da Arezzo&Co.

Para que a condução do negócio esteja alinhada às diretrizes definidas pela administração, o Conselho de Administração, Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças e a Diretoria Executiva têm, coletivamente, a responsabilidade e o dever sobre o estabelecimento dos objetivos da Companhia, a definição de estratégias para alcançar esses objetivos e o estabelecimento de estruturas e processos de governança para gerenciar os riscos durante a realização desses objetivos.

Em 2021, a Companhia instituiu a **Comissão Interna de Riscos**, composta pelas Diretorias Executivas Administrativo Financeira, de Gente e Operações, uma estrutura multidisciplinar responsável por apoiar as definições das políticas e procedimentos internos da gestão de riscos, a definição das mudanças nos níveis de exposição ao risco e por monitorar as práticas de gestão de riscos.

As responsabilidades pela gestão de riscos da Companhia dividem-se dentre as instâncias organizacionais apresentadas no organograma ao lado:



Nas etapas de identificação e mapeamento, definimos uma matriz de riscos, mensurando seus impactos e probabilidades. A partir daí, elaboramos um relatório de recomendação, com planejamento para o aprimoramento do processo, ou do controle, a fim de mitigar os riscos. A execução das ações recomendadas é desdobrada para as equipes competentes (que contam com o apoio contínuo do time de Auditoria Interna), e é considerada na avaliação de desempenho das áreas e de seus responsáveis.

**O monitoramento, bem como o acompanhamento dos planos de ação e suas implementações para a gestão de riscos é de responsabilidade da Comissão Interna de Riscos.**

Em caso de impasses entre as sugestões de gerenciamento do Departamento de Auditoria Interna e dos “proprietários” de risco, a Comissão deverá decidir por meio de consenso, quais ações serão implementadas. Quando não houver consenso, o assunto deve ser submetido à aprovação do Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças. Para aprimorar essa gestão, nossa Política de Gerenciamento de Riscos está em desenvolvimento.

## PRINCIPAIS RISCOS GERIDOS

### Categorias prioritárias para a Gestão de Riscos



- Relacionamento com os franqueados
- Mudanças nas tendências de moda e preferências dos clientes
- Atração e retenção de talentos



- Pandemias
- Responsabilidade socioambiental na cadeia de fornecedores
- Mudanças climáticas



- Logística
- Eficiência no processo produtivo
- Integração de canais



- Manutenção e desenvolvimento do valor das marcas
- Mudanças nos benefícios fiscais

## COMUNICAÇÃO DE PREOCUPAÇÕES CRUCIAIS

### GRI 2-16

O Departamento de Auditoria Interna é responsável pela gestão e reporte da comunicação de preocupações críticas de *stakeholders* sobre impactos negativos da Companhia, reais ou potenciais.

Qualquer denúncia apurada que viole os padrões de conduta e/ou legislação vigente relacionados aos colaboradores, operações e unidades da Arezzo&Co são reportadas ao Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças, que assessora o Conselho de Administração. Bem como a Diretoria Executiva tem o compromisso de comunicar o Conselho caso alguma ocorrência não seja apurada diretamente pelo canal de ética.

A Companhia não realiza um controle sobre o total de preocupações e/ou situações reportadas ao Conselho de Administração.

# 4 PRODUÇÃO RESPONSÁVEL

CAPITAIS RELACIONADOS

ODS RELACIONADOS





# SUSTENTABILIDADE NA CADEIA DE VALOR

GRI 3-3

## NOSSOS FORNECEDORES

GRI 2-29 | 2-6 | 204-1 | SASB CG-AA-000.A

### PERFIL DA CADEIA

O relacionamento com nossa cadeia de fornecedores é de grande relevância estratégica ao nosso modelo de negócio, considerando que nossas fábricas próprias são responsáveis por 10% da nossa produção, enquanto os outros 90% são fabricados por nossos parceiros locais no segmento de calçados, bolsas e acessórios. E para o segmento de vestuário, 100% da produção é realizada por nossos parceiros.

**Por isso, temos um modelo de atuação bastante próximo dos nossos fornecedores, buscando promover seu desenvolvimento sustentável e o compartilhamento das melhores práticas, para garantir produtos de qualidade e em conformidade socioambiental.**

Com o aumento em torno de 46% no volume da produção de calçados e 42% no volume de bolsas em relação à 2020, ampliamos nossa cadeia produtiva em aproximadamente 41 fábricas em 2021.

No total, R\$ 1,4 bilhão foram destinados a 343 fornecedores contratados em 2021, somando toda a cadeia Arezzo&Co contemplando as categorias: vestuário, calçados, bolsas, carteiras, cintos, acessórios e complementos, de todas\* as marcas.

\*Exceto a marca Baw

# MAPA DA CADEIA

Gasto e presença por região

**343**

Fornecedores diretos

Total gasto

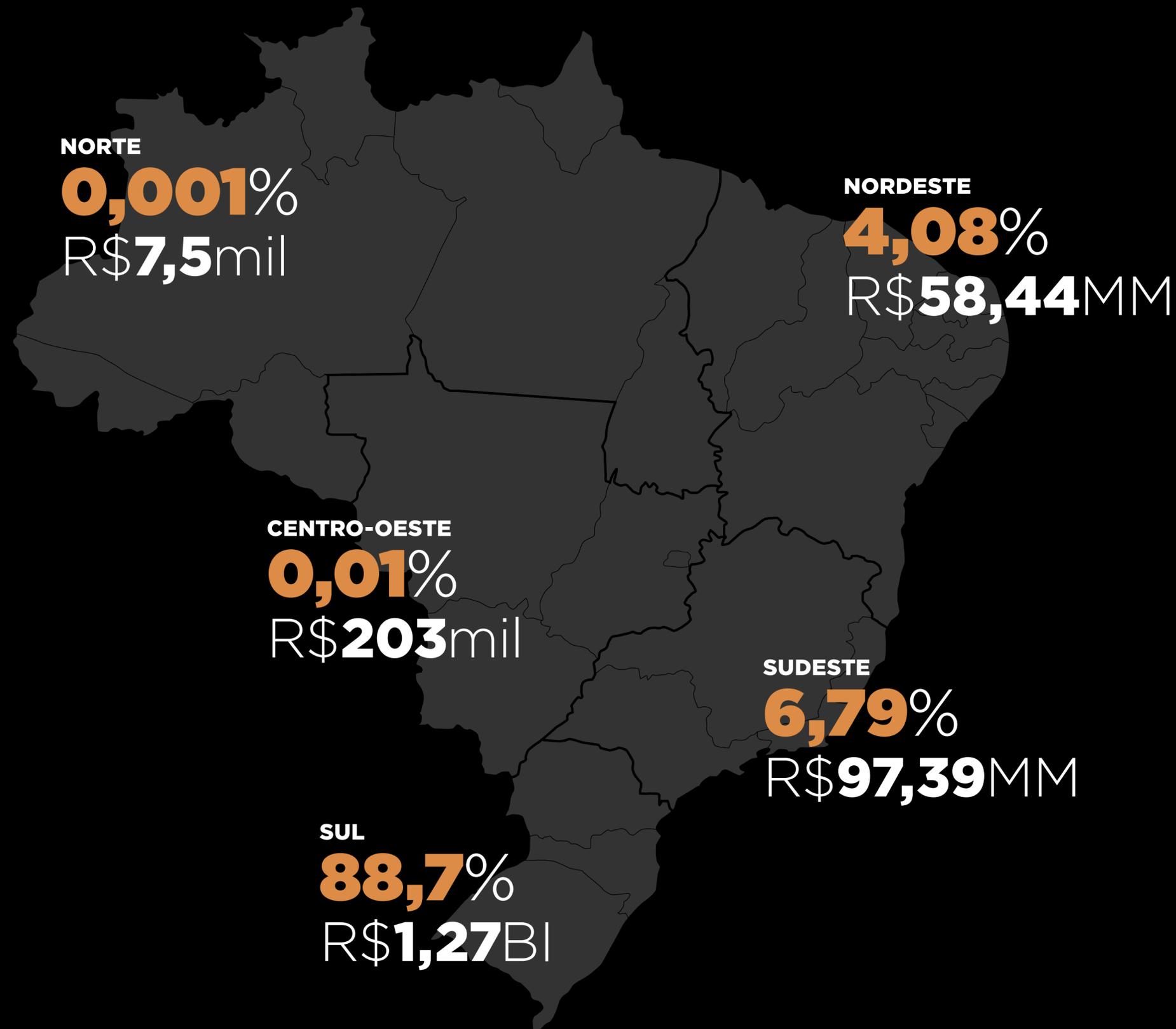
+ de R\$ **1,4BI**



**0,42%**

Fornecedores estrangeiros

R\$ **5,9MM**



## DESENVOLVIMENTO REGIONAL GRI 203-2

Em nossa cadeia produtiva, 99,58% dos nossos fornecedores estão localizados no território nacional. Alinhados com nosso propósito em gerar valor para os negócios e para as comunidades locais, além de permitir um relacionamento próximo e de longo prazo, construindo e mantendo parcerias de confiança.

**89% do volume de calçados, bolsas e acessórios é produzido na região do Vale dos Sinos (RS), onde está localizada a nossa sede e fábricas próprias. E 65,7% do volume de peças do vestuário também é produzido na região sul (RS, SC, PR).**

Em maio de 2021, a Arezzo&Co subsidiou um projeto em parceria com o Sebrae para o desenvolvimento estruturado da cadeia de fornecedores de produtos acabados, bolsas, calçados e acessórios, e seus subcontratados. O programa contou com um investimen-

to de R\$ 266.774,40, atendendo a 16 fornecedores (Tier 1) e 71 subcontratados (Tier 2).

## CONFORMIDADE

SASB CG-AA-430b.1 | CG-AA-430b.2 | GRI 308-1 | 414-1

Contamos com um ciclo de gestão da conformidade desde 2013, buscando garantir, em nossa cadeia de fornecedores, o respeito às leis, aos nossos compromissos e princípios com a ética e a sustentabilidade, e a adoção de boas práticas sociais, econômicas e ambientais.

A partir de 2019, esse processo, antes conduzido pelo time de *sourcing*, passou a ser gerido pelo time de Auditoria Interna, evitando possíveis conflitos de interesse no momento da seleção dos fornecedores.

O primeiro passo para garantir a conformidade é a homologação, processo onde analisamos a documentação dos fornecedores para identificar possíveis descumprimentos legais em relação às temáticas trabalhistas e ambientais (Licença Ambiental, Certificação de Destinação de Resíduos, Programa de Prevenção de Riscos Ambientais, entre outros). Atualmente, 100% dos nossos fornecedores passam por homologação. Todos os fornecedores devem, também, declarar que se comprometem com nosso Código de Conduta e Ética da Cadeia de Suprimentos.

## HOMOLOGAÇÃO DE NOVOS FORNECEDORES DE PRODUTO ACABADO

### ETAPA 1

#### ANÁLISE DE DOCUMENTOS DO FABRICANTE

- Disponibilização de documentos pelo fabricante.
- Análise da documentação em conformidade com a legislação vigente.

### ETAPA 2

#### AUDITORIA DO FABRICANTE + SUBCONTRATOS

- Auditoria de *compliance* do fabricante e seus subcontratados – inspeção física e documental com equipe interna.
- Certificação ABVTEX – Auditoria externa do fabricante e seus subcontratados.\*\*

### ETAPA 3

#### FORMALIZAÇÃO DE CONTRATO FABRICANTE

- Formalização de contrato com o fabricante.
- Cadastro do fabricante (fornecedor).

\*\* FFC (FAIR FACTORIES CLEARINGHOUSE) e QIMA (QUALITY CONTROL & SUPPLY CHAIN AUDITS) são responsáveis pela Auditoria Externa dos fornecedores e subcontratados da marca VANS.

## FORNECEDORES DIRETOS



**96%**

dos fornecedores assinaram o Código de Conduta de Suprimentos Arezzo&Co.



**100%**

dos fornecedores avaliados segundo aspectos sociais e ambientais.



**41**

novos fabricantes homologados avaliados sobre seus impactos sociais, representando 35% dos fornecedores ativos.



**36%**

taxa de não conformidade prioritária e **25%** sofreram ação corretiva associada a auditorias do código de conduta de trabalho dos fornecedores.



**64%**

dos fornecedores certificados no Programa ABVTEX por organismos de auditoria credenciados pelo Programa.

Considerando que temos fornecedores que foram contratados antes do início do processo de homologação, e que temos novas marcas ainda em integração, estamos aplicando o processo também de maneira retroativa. Com isso, até 2022, queremos garantir que 100% dos fornecedores ativos dos segmentos de vestuário, calçados, bolsas e acessórios, estejam aderentes à documentação avaliada.

Após a homologação, continuamos avaliando mensalmente a documentação de todos os fornecedores com contratos ativos, garantindo um monitoramento contínuo. Também realizamos auditorias periódicas com um time próprio, da Área de Auditoria Interna da Arezzo&Co, sem aviso prévio.

O não cumprimento dos critérios exigidos na homologação, após o prazo estabelecido para adequação, gera a exclusão do fornecedor de nossa rede. Além disso, criamos uma “lista suja” em que são registrados os casos de tentativa de suborno e falsificação de documentação, e as empresas envolvidas passam por distrato imediato, sem possibilidade de fornecimento futuro.

**Desde 2020, todo esse processo de homologação e monitoramento documental é gerido pela ferramenta de gestão integrada, que nos permite organizar e acessar a documentação, acompanhando o status de cada fornecedor.**

## ABVTEX

GRI 408-1 | 409-1 | SASB CG-AA-430b.1

Aderimos ao Programa ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil), voltado à certificação externa de toda a nossa rede de fornecedores, por meio das auditorias realizadas pela ABVTEX, com base em seu *checklist* de conformidade em relação à legislação e às boas práticas socioambientais: <https://www.abvtex.org.br/checklist/>. O Grupo Reserva participa do Programa desde 2016 e as marcas Arezzo&Co do segmento de calçados, bolsas e acessórios desde 2020, além disso nossas fábricas ZZSAP têm selo ouro de certificação.

Atualmente, a certificação ABVTEX é exigida para 100% dos novos fornecedores no processo de homologação. Fornecedores da base ativa ou de novas marcas passam pela homologação e possuem prazo para obter a certificação ABVTEX.

Temos a meta de alcançar 100% da cadeia de fornecedores e subcontratados rastreada e certificada até 2024, sendo 100% dos fornecedores diretos certificados até 2022. Em 2021 alcançamos:

**64%** de fornecedores diretos certificados.

**65%** de fornecedores subcontratados mapeados assinaram o compromisso de conformidade com o Código de Conduta de Suprimentos Arezzo&Co.



## ÉTICA NA CADEIA DE SUPRIMENTOS

No segundo semestre de 2021, lançamos nosso **Código de Conduta e Ética da Cadeia de Suprimentos** para que todos os fornecedores se comprometam a atuar de forma ética, sustentável e em conformidade com as diretrizes estabelecidas no Código, assumindo, de forma efetiva, a responsabilidade de adesão aos seguintes temas:

- ✓ **Legislação Vigente**
- ✓ **Meio Ambiente**
- ✓ **Direitos Humanos e Trabalhistas**
- ✓ **Prevenção e Combate à Corrupção**
- ✓ **Qualidade e Segurança dos Produtos**
- ✓ **Auditoria Socioambiental**
- ✓ **Canal de Denúncias**
- ✓ **Substâncias Restritivas**
- ✓ **Informações Confidenciais, Direito Autoral, Privacidade e Propriedade Intelectual**
- ✓ **Gratificações ou algo que sugira tentativa de suborno**

## DESENVOLVIMENTO

GRI 408-1 | 409-1

Mantemos grande proximidade e transparência em nossas relações comerciais e realizamos diversos programas de alinhamento, expondo as metas e intenções da Arezzo&Co em relação à cadeia e construindo soluções conjuntas para ganhos de eficiência e uma operação mais sustentável.

Em 2021, para apoiar a cadeia nos avanços de gestão necessários para conquistar a certificação ABVTEX dentro dos prazos estabelecidos, contratamos o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) para diagnóstico, consultoria e treinamento dos fornecedores e subcontratados nos temas relacionados à sustentabilidade do negócio e à conformidade aos parâmetros do Programa ABVTEX.

+ de  
 R\$ **266** mil  
investidos

 **87**  
fornecedores capacitados

 Saiba mais na [página 68](#) sobre nossos compromissos para uso de matérias-primas mais sustentáveis e, portanto, empresas com melhores práticas socioambientais na cadeia de valor de nossos produtos.



Em 2021, a ABVTEX liderou a criação do movimento Moda-ComVerso, para promover a moda socialmente responsável no Brasil, a partir do estímulo a uma cadeia de valor ética, humana e transparente.

O Movimento atua em duas frentes: dando visibilidade às varejistas signatárias (que devem garantir que 100% de sua cadeia produtiva tenha certificação do Programa Abvtex), e promovendo o engajamento da sociedade nos bastidores da moda, com o apoio de organizações voltadas ao consumo consciente.

**Nossas marcas Arezzo, Alexandre Birman, Alme, Anacápri, Fiever, Eva, Oficina Reserva, Reserva, Reserva Mini e Schutz fazem parte do Movimento ModaComVerso.**

# CULTURA SUSTENTÁVEL NOS FRANQUEADOS

## GRI 2-29

Nossas franquias são fundamentais para a sustentabilidade dos negócios, não somente por representarem 27,2% das receitas da Companhia, mas também por serem um canal direto de contato com o cliente e, portanto, terem o potencial de disseminar nosso encantamento, preservar nossa reputação e fortalecer nossa presença.

Por isso, nossas políticas corporativas – como o Código de Ética e Conduta e a Política de Sustentabilidade – se aplicam aos parceiros franqueados e buscamos promover contínuo engajamento e alinhamento aos nossos princípios e valores, além de apoiar o desenvolvimento da qualidade do atendimento e gestão dos negócios.

## APOIO ÀS FRANQUIAS

Nosso modelo de gestão de franquias conta com algumas ferramentas que apoiam o desenvolvimento, treinamento e atendimento eficiente no varejo, a fim de promover melhores resultados nas vendas, com ações de integração, conexão e amplo suporte a todas as lojas monomarcas. Conheça, a seguir, exemplos dessas iniciativas:

**Apoio ao dia a dia da operação** – todos os franqueados contam com o AgiliZZa, serviço de atendimento às demandas operacionais, com agilidade e eficiência, além do apoio direto do time comercial das nossas marcas.

**Transformação digital** – em 2021, realizamos um projeto de diagnóstico de nossa rede de franquias, para realizar uma avaliação da performance e implementar ações para apoiar a sustentabilidade dos negócios.

**Treinamento em diversidade** – como parte do lançamento, em 2021, de nossa Cartilha da Diversidade, realizamos treinamentos junto às nossas lojas próprias e a todas as franquias sobre vieses inconscientes, gênero, raça, deficiência, LGBTQIA+ e outros grupos minorizados, buscando combater a discriminação e promover a inclusão (saiba mais na [página 98](#)).

Contamos com  
**761**  
franquias em mais de  
**297 cidades.**

## PRINCIPAIS AÇÕES PARA APOIAR A SUSTENTAÇÃO DOS NEGÓCIOS E A GERAÇÃO DE VALOR NA REDE DE FRANQUIAS

**Intenso treinamento do varejo.**

**Sólido relacionamento e suporte constante ao franqueado.**

**Suporte Constante:** média de seis lojas por consultora, e 22 visitas por loja durante o ano.

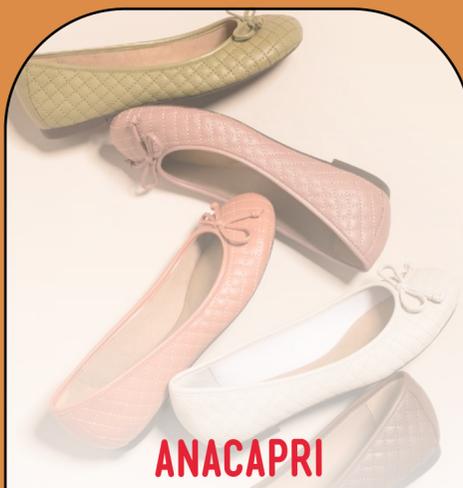
**Integração de sistemas de T.I., alcançando 100% da Rede.**

# ESCOLHA MAIS SUSTENTÁVEL PARA OS CLIENTES

GRI 3-3 | 2-29

Um dos pilares da nossa estratégia de sustentabilidade é promover a Cultura ESG em nossos públicos de relacionamento. Para isso, temos em nossos portfólios produtos que unem qualidade e atributos sustentáveis para garantir novas experiências de consumo para nossos clientes, com níveis de diferenciação em cada marca.

**A seguir, alguns destaques dos nossos produtos com atributos sustentáveis:**



**ANACAPRI**

- Linha 100% Vegana
- Certificada pela Sociedade Vegetariana Brasileira



**Reserva**

- 100% Vegano, livre de materiais de origem animal e testes em animais
- Certificado pela Associação Brasileira de Veganismo



**Reserva CIRCULAR**

- Linha sustentável feita com tecidos reciclados
- Matéria-prima de desfibramento (separação de fios de malhas e tecidos que seriam descartados)



**Reserva**

- Coleções adaptadas para pessoas com deficiência com ajustes ergonômicos e funcionais



**FEVER**

- Fios de PET e algodão reciclados
- Borracha reciclada e resíduos de EVA



**Reserva**

- Feita com resíduos de café que seriam descartados



**Reserva**

- Camiseta Simples: Feita 100% com algodão certificado.
- Assinatura anual de camisetas e circularidade: ao serem devolvidas, no final da anuidade, são recicladas e se tornam novos produtos.



**Go**

- Toda a linha produzida com tecidos reciclados, como o gerado a partir de garrafas PET e couro cromo free de curtumes certificados



# ALME

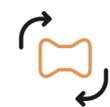
## Ande bem com o mundo, circule com Alme.

Nossa marca Alme, criada em 2018 com foco em oferecer conforto e bem-estar a partir de calçados de menor impacto, relançou seu posicionamento e compromisso com a sustentabilidade em 2021, reformulando sua estratégia de atuação e estabelecendo os seguintes pilares, princípios e premissas:

### PILARES



**Design consciente e matérias-primas de menor impacto ambiental**



**Responsável, sustentável e circular**



**Tecnologia para potencializar o conforto**



**Feito com respeito no Brasil**

### PREMISSAS

#### BEM-ESTAR ANIMAL

Quando usamos matérias-primas de origem animal, atuamos com responsabilidade para rastrear como esses animais são cuidados e tratados. Escolhemos fazendas de criação de ovelhas que fazem o manejo de forma correta seguindo normas internacionais de bem-estar animal.

#### RASTREABILIDADE

Acompanhamos todas as etapas produtivas dos modelos Alme. Toda a produção é realizada por parceiros homologados, que atuam com conformidade em relação aos Direitos Humanos. Os clientes podem conhecer a jornada do produto na cadeia produtiva acessando um QRCode que traz um mapa das etapas de produção e onde ocorreram, além de informações sobre os atributos sustentáveis e a pegada de carbono do produto.

#### TRANSPARÊNCIA

Reportamos aos consumidores e ao mercado: nossos impactos, nossa cadeia produtiva, a origem das matérias-primas. Em 2021 nosso foco está em informar o consumidor sobre a localização e as etapas produtivas dos produtos Alme.

#### DESIGN CONSCIENTE E MATÉRIAS-PRIMAS DE MENOR IMPACTO

Nosso processo produtivo prioriza materiais biodegradáveis, reciclados e de fontes renováveis para reduzir nossas emissões e impacto ambiental.

### **ANÁLISE DE CICLO DE VIDA (ACV) EM 100% DOS PRODUTOS**

Calculamos a pegada de carbono da nossa produção em cada produto e divulgamos a quantidade equivalente de CO<sub>2</sub> liberada em cada Alme, desde a escolha dos materiais, até a fabricação e o transporte.

### **COMPENSAÇÃO DE 100% DAS EMISSÕES**

Para as quantidades de CO<sub>2</sub> que não conseguimos deixar de emitir, neutralizamos 100% da nossa emissão por meio da compra de créditos de carbono. Temos o compromisso com a melhoria contínua, proposta é reduzir a nossa pegada de carbono a cada nova produção.

### **CIRCULARIDADE**

Para estimular a circularidade, oferecemos o Alme Retorna, serviço de logística reversa pós consumo em que nossos clientes podem enviar para nossas lojas Alme sapatos que queiram descartar, de qualquer marca, e que serão encaminhados para transformação em matérias para outras indústrias, evitando a geração de resíduo e a extração de novas matérias-primas. Temos ainda uma parceria com a TROC para gerar valor através do *second hand*, estimulando a revenda de produtos que não têm mais uso, dando nova destinação e ampliando sua vida útil.

### **LOJAS EFICIENTES**

Nosso compromisso com a sustentabilidade também se reflete em nossas lojas Alme, que usa recursos menos impactantes, como o ecogranito, a taipa de pilão e o algodão reciclado no projeto arquitetônico. Na loja da rua Oscar Freire, em São Paulo - SP, também foi instalado um bicicletário, como estímulo ecoeficiente para a mobilidade urbana.

## **MATÉRIAS-PRIMAS SUSTENTÁVEIS**

Os principais materiais que compõem os calçados da Alme têm sua origem em fontes renováveis, materiais reciclados e matérias-primas agroecológicas, minimizando os impactos socioambientais em toda a cadeia de produção.

### **GARRAFAS PET RECICLADAS**

Garrafas PET recicladas ganham um novo destino: transformam-se em fios que dão origem a tecidos utilizados nos tênis e cadarços da Alme. Dispensamos o uso de matéria-prima virgem e apostamos na transformação do que já existe, como o caminho certo a seguir.

### **CANA-DE-AÇÚCAR**

Matéria-prima que é base do EVA Verde, utilizado nas palmilhas e solas levíssimas da Alme. Diferente do EVA tradicional, que utiliza combustíveis fósseis no seu processo, o nosso EVA é à base de plantas.

### **ALGODÃO RECICLADO**

Aparas e retalhos da indústria têxtil brasileira são desfibrados e transformados em novos fios, dando vida a um novo tecido, que usamos nos nossos produtos. Tudo é reaproveitado, garantindo a circularidade na essência do seu Alme.

### **LÃ BRASILEIRA**

Lã 100% brasileira, de ovelhas criadas soltas nas fazendas no Rio Grande do Sul. Antes da chegada do verão, a lã é retirada das ovelhas pelo processo da esquila - um manejo cuidadoso, que respeita o bem-estar animal. Ela é preparada e transformada em fios que usamos nos nossos cabedais.

### **ADESIVO À BASE D'ÁGUA**

O adesivo que usamos no processo de montagem da Alme é à base d'água. Não contém solventes, cuidando da saúde de quem produz nosso sapato e, também, do meio ambiente.

### **PAPEL CERTIFICADO**

As etiquetas utilizadas em nossos tênis são feitas em papel certificado FSC (Forestry Stewardship Council) e recebem acabamento de látex para garantir durabilidade. O mesmo selo é garantido na embalagem, que protege o sapato até chegar na sua casa.

# GERAÇÃO DE VALOR PARA COMUNIDADES

GRI 3-3 | 2-29 | GRI 413-2 | 413-1

Como uma grande empresa, reconhecemos nosso potencial de gerar valor para a sociedade e às comunidades onde atuamos, tanto de forma direta, com o pagamento de impostos, investimentos sociais e geração de empregos, como de forma indireta, a partir da alta geração de empregos ao longo de toda a cadeia de valor (fornecedores desde a matéria-prima, franqueados e multimarcas etc.). Nossa responsabilidade ambiental, e atuação em cumprimento a todas as legislações vigentes, também é um fator relevante para gestão do impacto nas comunidades onde atuamos (Saiba mais na [página 55](#)).

GRI 201-1

## DISTRIBUIÇÃO DE VALOR

Em 2021, retivemos R\$167,97 milhões do valor gerado e distribuimos R\$ 1,1 bilhão de valor adicionado, R\$ 223,3 milhões destinados à sociedade sob forma de impostos, R\$347,8 milhões como pagamentos aos nossos colaboradores, R\$ 152,7 milhões de remuneração de capitais de terceiros, R\$ 343,7 milhões de remuneração de capitais próprios. Além disso, destinamos R\$ 1,4 bilhão como pagamentos aos nossos fornecedores.

## EMPRESA B

Outro importante meio de exercer esse potencial é a partir do avanço das práticas de sustentabilidade, tornando-nos uma empresa cada vez mais geradora de impacto socioambiental positivo e, portanto, contribuindo com a sociedade.

Desde o início de 2020, o Grupo Reserva possui o selo do Sistema B, uma organização internacional que visa criar um sistema econômico inclusivo, equitativo e regenerativo para todas as pessoas do planeta.

As empresas que possuem o certificado *B Corp* medem seu impacto socioambiental e se comprometem, de forma pes-



+ de  
**R\$2,5B**  
distribuídos em 2021

soal, institucional e jurídica, a tomarem decisões levando em consideração as consequências de longo prazo de suas ações na comunidade e no meio ambiente.

Esta certificação foi validada com base na comprovação de todas as práticas implementadas na atuação da Reserva, nos eixos de Governança, Práticas Trabalhistas, Apoio às Comunidades, Meio Ambiente e Clientes.

As operações da Arezzo&Co que contemplam o segmento de calçados, bolsas e acessórios iniciaram o processo de certificação no sistema B em junho e estão em fase final já na etapa de auditoria e evidências das respostas.

## INVESTIMENTO SOCIAL

### GRI 413-1

Nossa Política de Sustentabilidade, lançada em 2021, firma publicamente nosso compromisso com a geração de valor nas comunidades: nos comprometemos a apoiar e fomentar o desenvolvimento de comunidades vulneráveis, privilegiando áreas e regiões próximas às instalações e operações dos nossos negócios.

Nossas ações nesse sentido serão alinhadas à estratégia de sustentabilidade e aos valores da Companhia, por meio de programa de voluntariado corporativo, doações e parcerias com instituições de ensino e organizações sociais.

Conheça, a seguir, os principais projetos sociais apoiados no ano.

### PÁSCOA SOLIDÁRIA

Essa ação engajou os colaboradores a indicarem duas organizações sociais para receberem apoio financeiro, revertidos em ovos de Páscoa e kit de prevenção contra a covid-19.

Foram selecionados o Lar Colmeia em Campo Bom - RS que acolhe crianças e/ou adolescentes em situação de vulnerabilidade física, social e emocional e a Casa José Coltro em São Paulo - SP, que oferece capacitação, programas de geração de renda familiar, orientação da criança e do adolescente, visando a integração do indivíduo na sociedade, a melhora na qualidade de vida e o desenvolvimento da cidadania.

R\$ **20** mil  
doados

**2**  
instituições beneficiadas

### CORRE DA RESERVA

Corrida idealizada pela marca onde, para cada kit da corrida comprado pelos participantes, dez pratos de comida são viabilizados através do 1P=5P (além do adicional de um prato de comida por km corrido).

**1.000**  
kits vendidos

**12.000**  
Km corridos

**19** mil  
pratos doados

### LOJA DOS SONHOS

Em dezembro de 2021, realizamos a 4ª edição da loja dos sonhos, onde oferecemos uma experiência de varejo na sede da Arezzo&Co em Campo Bom - RS para 30 mulheres em situação de vulnerabilidade. Por meio de uma campanha, arrecadamos itens de higiene pessoal, roupas, brinquedos entre outros, além das doações próprias dos calçados das nossas marcas.

Em parceria com o projeto Elas Por Elas e o Centro de Referência de Assistência Social (CRAS) de Campo Bom - RS, as mulheres são recebidas por nossa equipe e ganham vouchers para comprar os produtos.

**30**  
Mulheres beneficiadas

+ de **14** mil  
itens doados

**60**  
colaboradores voluntários engajados



### **R\$ 1 MILHÃO CONTRA A FOME**

Em maio de 2021, contribuimos para a campanha promovida pela rede de ONGs Gerando Falcões, contribuindo para o desenvolvimento social e o combate à fome nas periferias brasileiras.

**20 mil**  
Famílias beneficiadas

+ de **5 mil**  
Comunidades atendidas  
pela Organização

### **AREZZO&CO + CAMPO BOM**

Em 2021 realizamos uma ação de doação de cestas básicas para famílias locais em situação de vulnerabilidade, numa ação da Companhia junto à prefeitura da cidade. Essa ação também doou kits de roupas de cama para o hospital municipal.

**3 mil**  
famílias beneficiadas

**100 kits**  
de roupas de cama

### **ALME + ORIENTAVIDA**

Doamos pares de sapatos para o bazar da ONG Orientavida, em Novembro de 2021.

**200**  
sapatos doados

### **VANS - PRIDE**

No mês do Orgulho LGBTQIA+, a marca doou US\$ 200 mil para quatro organizações que atuam em prol dessa Comunidade, em diversas regiões do mundo. No Brasil, a ONG contemplada foi a Casa 1, em São Paulo - SP.

R\$ **250 mil**  
doados

Impactando  
**15 mil pessoas**

### 1P=5P: RESERVA

Desde 2016, a cada peça vendida na Reserva e Reserva Mini, a empresa doa cinco pratos de comida por meio da Associação Civil Banco de Alimentos e do Projeto Mesa Brasil/SESC.

+ de **60** MM  
de refeições desde 2016

### SIPAT SOLIDÁRIA

Ao longo da Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho nossos colaboradores arrecadaram alimentos não perecíveis para apoio à comunidade na região do nosso centro de Distribuição em Cariacica- ES.

+ de **180** kg  
de alimentos arrecadados

### FEITO NO BRASIL

Grande parte da produção acontece no Brasil, para estimular a indústria nacional e a geração de empregos no País.

A prática de priorizarmos fornecedores nacionais também faz parte do nosso planejamento estratégico de gerar valor nas comunidades onde estamos inseridos.

**99,58%**  
Produção Nacional

### CORONA NO PAREDÃO, FOME NÃO!

Organizada pela ONG Gerando Falcões, a campanha realizada no mês de abril, mobilizou os colaboradores a contribuírem na arrecadação de cestas básicas a serem entregues pela GF a famílias em situação de vulnerabilidade social.

**450**  
cestas básicas arrecadadas  
entre nossos colaboradores



5

# MEIO AMBIENTE SAUDAVEL

CAPITAIS RELACIONADOS

ODS RELACIONADOS





# MATÉRIAS-PRIMAS RESPONSÁVEIS

GRI 3-3

**Entendemos que grande parte do impacto ambiental do nosso negócio se dá na cadeia de valor, desde a produção da matéria-prima, que pode causar impactos no meio ambiente, no bem-estar animal e nos direitos humanos.**

Nesse sentido, rastrear a origem de matérias-primas potencialmente geradoras de impacto negativo e promover sua substituição por matérias-primas alternativas ou certificadas são etapas fundamentais para, progressivamente, oferecer produtos mais sustentáveis.

Em 2019, iniciamos um mapeamento dos principais materiais utilizados na fabricação dos calçados da Arezzo&Co, que deu origem a um catálogo *online*, com materiais com atributos de sustentabilidade e fornecedores desses materiais, buscando apoiar as marcas na definição e aceleração de seus planos de ampliar o uso de matérias-primas responsáveis e menos impactantes.

Em 2021, contamos com uma parceria de um Doutor em Qualidade Ambiental com ênfase em desenvolvimento de materiais e processos, para buscar alternativas e desenvolver soluções de componentes para os calçados feitos com matérias-primas de menor impacto ambiental. A partir desse trabalho construímos a lista de atributos de matérias-primas de menor impacto que atende a todos os negócios do grupo, do calçado ao têxtil.

Para acessar o material na íntegra [clique aqui](#).

Conheça, a seguir, os avanços recentes para o uso de matérias-primas menos impactantes.



## ORIGEM SUSTENTÁVEL

Desde 2020, as marcas Arezzo&Co do segmento de calçados, bolsas e acessórios fazem parte do Programa Origem Sustentável, iniciativa pioneira no mundo, de certificação de empresas produtoras de calçados e de insumos do setor, promovida pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) e pela Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal).

**A Arezzo&Co foi uma das primeiras empresas a cooperar e estimular indústrias na adoção do certificado Origem Sustentável. Em 2020, iniciamos nosso processo de certificação na fábrica própria ZZSAP matriz e nosso objetivo é alcançar o mais alto nível da certificação - Nível diamante.**

O Programa oferece às empresas um guia para implantação de melhores práticas internacionais de sustentabilidade, e as participantes se comprometem a monitorar os 104 indicadores propostos, bem como a desenvolver e a alcançar as metas necessárias para obter a certificação de boas práticas.

Também solicitamos essa certificação dos fornecedores de matéria-prima da nossa cadeia de calçados e acessórios e, atualmente, 15% dos fornecedores possuem a certificação ou estão em processo de obtenção.



## COURO

Solicitamos aos nossos fornecedores de couro a adoção de certificações que garantam boas práticas socioambientais no processamento do couro. Atualmente, 70% dos curtumes que nos fornecem couro já contam com o selo Leather Working Group (LWG) ou com a Certificação de Sustentabilidade do Couro Brasileiro (CSCB), concedida pelo Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB). Os demais estão em processo de certificação.

Como próximo passo, estamos avançando na rastreabilidade do couro, em uma fase de mapeamento da cadeia, buscando identificar os fornecedores indiretos que abastecem os curtumes de acabamento, o que inclui outros curtumes e os frigoríficos. Queremos ir além e identificar as fazendas de origem da nossa matéria-prima, zelar pelo bem-estar animal e mitigar os riscos e impactos do desmatamento proveniente da pecuária.

Para isso, estamos estudando a viabilidade do uso de *blockchain* para rastrear o couro, com o objetivo de ter os fornecedores indiretos da cadeia do couro rastreados até 2024.

## SUBSTÂNCIAS RESTRITIVAS

Em 2019, elaboramos uma Cartilha de Substâncias Restritivas, que identifica substâncias químicas que não devem ser usados em nossos produtos, em linha com as regras da União Europeia e a Regulamentação REACH, a fim de evitar impactos negativos na saúde das pessoas e no meio ambiente.

**A cartilha, atualizada em 2021, é disponibilizada para toda a nossa cadeia de fornecedores de calçados, bolsas e acessórios, e traz orientações sobre as substâncias controladas e os limites aceitáveis nas principais matérias-primas usadas.**

Conheça a cartilha [aqui](#).



## MATÉRIAS-PRIMAS CONTROVERSAS

Dentre todas as nossas marcas, apenas a Alexandre Birman usa peles exóticas na produção de calçados, porém em 2021 a marca se comprometeu a não comprar essa matéria-prima nem desenvolver mais produtos com elas e tem utilizado apenas o que ainda resta em estoque.

A partir dessa iniciativa, a Organização Global Pessoas pelo Tratamento Ético dos Animais (Peta) reconheceu a marca por fazer parte do movimento de interrupção de exploração de peles exóticas no mundo da moda.

## ALGODÃO RESPONSÁVEL

Temos expandido para as marcas Arezzo&Co do segmento de calçados, bolsas e acessórios as boas práticas do Grupo Reserva, que tem certificação B, e se destaca no Brasil pelo uso crescente de matérias-primas orgânicas, recicladas e certificadas.

Em relação ao algodão, buscamos usar algodão certificado em todos os produtos e, em 2021, a marca Reserva lançou o Programa SouABR – Algodão Brasileiro Responsável, em parceria com a Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa) e outras marcas.

**O programa é a primeira iniciativa de rastreabilidade em larga escala da cadeia têxtil nacional, e permite rastrear o algodão usado nas peças até a sua propriedade de origem, garantindo, por meio da certificação Algodão Brasileiro Responsável, a adoção de boas práticas socioambientais em toda a cadeia, até o produto acabado.**

Com tecnologia *blockchain* as informações sobre o caminho percorrido pelo algodão ficam digitalizadas, acessíveis e auditáveis, dando confiabilidade à certificação. A certificação ABR analisa 178 itens de verificação, distribuídos em oito critérios: contrato de trabalho, proibição do trabalho infantil, proibição de trabalho análogo a escravo ou em condições degradantes ou indignas, liberdade de associação sindical, proibição de discriminação de pessoas, segurança do trabalho, saúde ocupacional, o ambiente de trabalho, desempenho ambiental e boas práticas.

# CIRCULARIDADE

**A indústria da moda é responsável pela extração de quase 100 milhões de toneladas\* de recursos não renováveis, e cerca de US\$ 500 bilhões\* em vestuários são descartados anualmente.**

Por isso, a circularidade é um caminho fundamental para minimizar os impactos ambientais do setor, e temos trabalhado em iniciativas para estimular a circularidade, tanto em nossos processos produtivos, quanto junto ao cliente.

Recuperamos parte dos nossos produtos que são descartados pelos clientes das marcas do segmentos de sapatos, bolsas e acessórios, além dos materiais de embalagens para dar o destino correto a esses itens. O volume de materiais recuperados tem se mantido estável nos últimos três anos, com 22%.

Conheça nossas principais iniciativas em circularidade a seguir.

\*Segundo dados da Organização das Nações Unidas (ONU) e da Fundação Ellen MacArthur.

PERCENTUAL DE PRODUTOS E SEUS MATERIAIS DE EMBALAGEM RECUPERADOS, POR CATEGORIA DE PRODUTO

	2019	2020	2021
Quantidade Vendida	4.738,45 (ton)	3.216,41 (ton)	8.559,68 (ton)
Quantidade Recuperada	1.042,46 (ton)	707,61 (ton)	1.883,13 (ton)
Percentual Recuperado	22%	22%	22%



# TROC

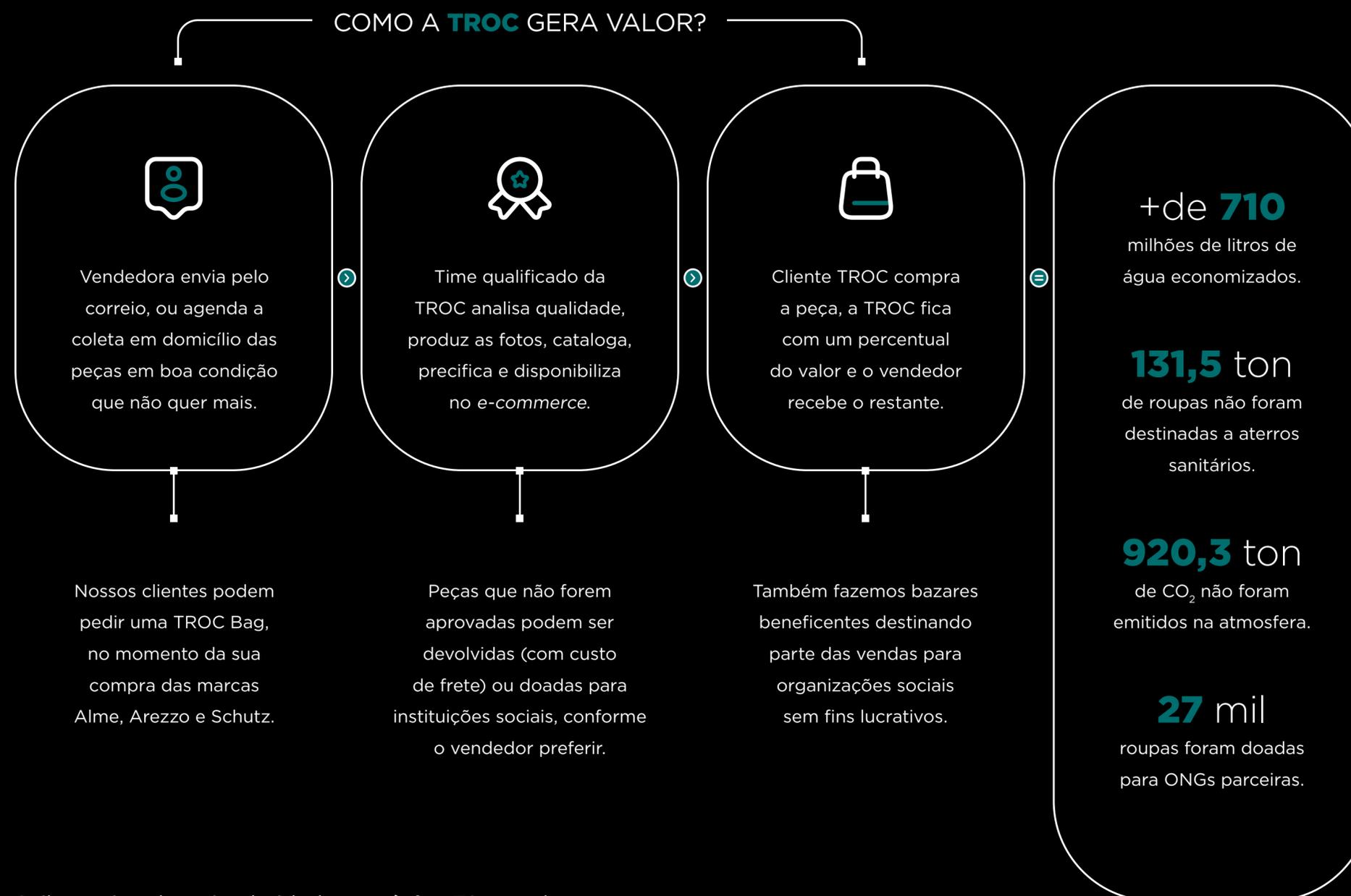
## A roupa mais sustentável é aquela que já existe.

Um dos pilares mais importantes para ampliar a sustentabilidade do varejo é a ampliação do ciclo de vida dos produtos, o que reduz significativamente a geração de resíduos e a demanda por extração de matérias-primas virgens.

No Grupo Arezzo&Co, além das iniciativas das marcas para estimular a circularidade (saiba mais na [página 72](#)), atuamos no mercado de *resale* com o maior brechó online do Brasil, a TROC, nossa plataforma online de economia circular.

**Com uma curadoria inteligente, conhecimento de mercado e plataforma logística e de e-commerce eficientes, a TROC oferece produtos de diversas marcas de moda premium e de luxo, com garantia da qualidade.**

A partir de 2021, os clientes das marcas da Alme, Arezzo e Schutz também puderam optar por receber, no momento da compra de seus produtos, uma TROC Bag para venderem as peças que não querem mais na TROC, dando a elas uma segunda vida.



Saiba mais sobre circularidade na [página 72](#) e conheça mais sobre a TROC em nosso [vídeo institucional](#).



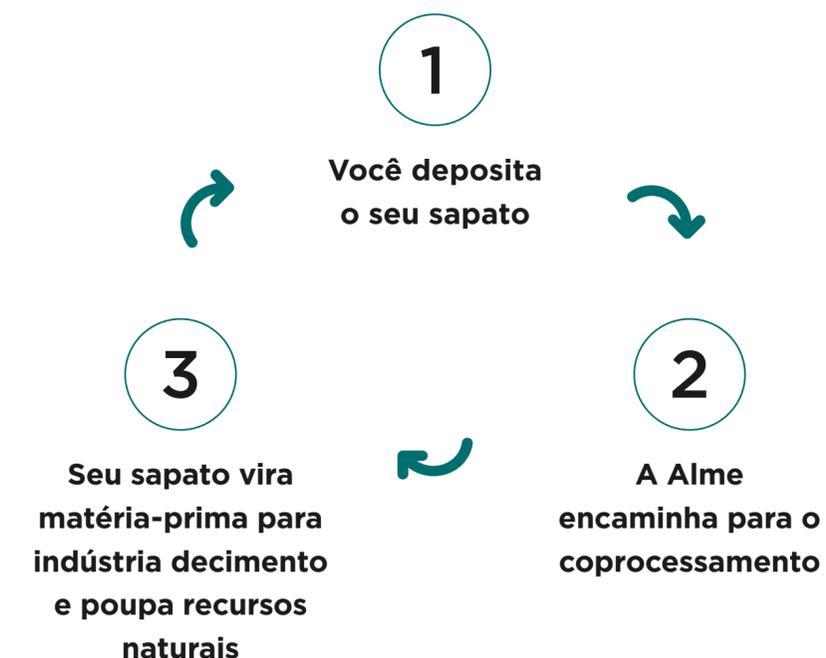
Em 2021, a Arezzo&Co e a TROC passaram a fazer parte da Comunidade Circulytics e submeteram suas práticas de circularidade ao Circulytics 2.0, ferramenta da Fundação Ellen MacArthur, organização internacional referência no setor que promove a economia circular.

Com a ferramenta, conseguimos medir a circularidade da TROC como um todo, apoiar o desenvolvimento estratégico e a tomada de decisão, bem como ampliar nossa transparência e identificar novas oportunidades de circularidade. Ao final da avaliação, a Arezzo&Co obteve nota C- e a TROC nota A-.

## ALME

Ao final de 2021, a marca Alme lançou o Alme Retorna, um projeto de **logística reversa**, em que nossos clientes podem descartar seus sapatos de quaisquer marcas e nós os destinamos ao coprocessamento que promove o reaproveitamento como matéria-prima em outras indústrias, substituindo uma parte do consumo de combustível fóssil dessa indústria.

Saiba mais sobre a Alme na [página 61](#) e conheça em detalhes o Alme Retorna, no [site](#).



### LOGÍSTICA REVERSA

Seis *flagships* das marcas Arezzo, Alme e Fiever e duas sedes administrativas oferecem um serviço de descarte pós-consumo de calçados, acessórios e embalagens para seus clientes, garantindo a destinação adequada dos itens coletados, que ou vão para a loja da TROC ou são coprocessados.

### RESERVA CIRCULAR

Em 2020, a Reserva lançou uma linha de produtos desenvolvida a partir de sobras de tecido que foram desfibrados e tecidos novamente, dando novo significado ao que seria lixo. Em 2021, a iniciativa virou um programa robusto com a implantação de logística reversa pós-consumo em 10 lojas físicas para coleta de peças jeans para que eles possam se tornar novos produtos.

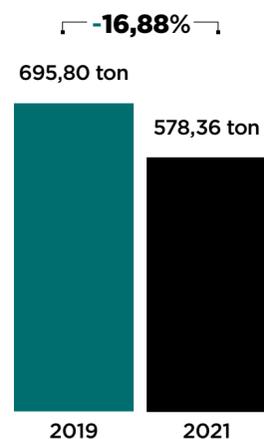
# EMBALAGENS RESPONSÁVEIS

SASB CG-MR-410a.3 | GRI 301-3

Em 2020, realizamos um estudo de materiais, tamanho e tipos de acabamento possíveis para reduzir o impacto ambiental em nossas vendas e mudamos o modelo das embalagens utilizadas no envio dos produtos vendidos no *e-commerce* das marcas Arezzo, Schutz, Anacapri, Fiever, Alme e Vans®. Com essa medida, reduzimos o volume de papel utilizado e adotamos caixas recicladas e recicláveis, produzidas com tinta e cola sem solvente.

Além disso, em 2021, implementamos uma meta de redução de 15% para as embalagens e para isso, as caixas da marca Arezzo receberam um upgrade sustentável, com um modelo monocaixa, produzido por um fornecedor com boas práticas de compensação de carbono e com Certificação B, reduzindo em 16,9% o volume de materiais usados em sua produção e o impacto da Companhia no meio ambiente.

## REDUÇÃO NO CONSUMO DE MATERIAL DE EMBALAGEM



## QUE SACO!

Para combater a poluição dos oceanos que recebem cerca de 14 milhões de toneladas de plástico por ano, as marcas do grupo Reserva substituíram os plásticos usados nas embalagens das roupas vendidas, pelo *seaplast* um composto de plásticos que são retirados dos oceanos e litorais do Brasil. A partir de junho de 2021 todas as roupas vendidas na Reserva são embaladas com este material reciclado, reciclável e reutilizável.

A iniciativa chamada “Que Saco!” é orientada pelos princípios de produção consciente e sustentável AR&Co e todos os sacos plásticos que envolvem nossas cinco milhões de peças vendidas anualmente possuem embalagens responsáveis, contendo mensagens para engajar nossos clientes no consumo sustentável e na própria reutilização do material.

**O “Que Saco” representa, aproximadamente, 95% do material das nossas embalagens plásticas, que totalizam, em média, 24 toneladas de plástico utilizado ao longo de 2021.**

Para conhecer os detalhes do projeto assista nosso [vídeo institucional](#).

# OPERAÇÃO ECOEFICIENTE

GRI 3-3 | GRI 413-2

Além da busca por produtos com atributos mais sustentáveis e pelo avanço da circularidade, entendemos que contar com uma operação ecoeficiente, principalmente em nossas fábricas, é um ponto fundamental para reduzir o impacto ambiental do negócio.

Nesse sentido, a Política de Sustentabilidade Arezzo&Co orienta nosso sistema de gestão ambiental, de acordo com a NBR ISO14001:2015, visando garantir a conformidade legal, a gestão e mitigação de riscos ambientais e a melhoria contínua na ecoeficiência das operações para promover a redução de impacto.

**100% de nossas fábricas próprias\* têm selo ouro no Programa ABVTEX, o que significa que são auditadas pela Associação em relação ao *checklist* completo, incluindo, do ponto de vista ambiental, a avaliação da conformidade ambiental legal, a governança ambiental, a gestão de resíduos, efluentes e emissões.**

Também estamos na fase final da certificação das fábricas para o sistema B Corp, que avalia nossas operações em diversos aspectos sobre os temas:

- Gestão e impacto ambiental na operação e na cadeia.
- Consumo de energia, eficiência energética e uso de fontes renováveis.
- Metodologias de redução de toxinas e poluição.
- Monitoramento das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) nos escopos 1, 2 e 3.
- Impacto do uso e gestão da vida útil dos produtos.
- Gestão de resíduos e práticas de logística reversa.
- Gestão da biodiversidade.
- Gestão de matérias-primas.
- Inovação na conservação de recursos.

Conheça, a seguir, as principais ações para promoção da ecoeficiência em nossa operação.

\* Este dado não contempla a fábrica de Veranópolis - RS, pois sua operação iniciou no final de 2021.

## PRINCIPAIS FRENTES PARA GARANTIR UMA OPERAÇÃO ECOEFICIENTE



**Mudanças Climáticas**  
(saiba mais na [página 79](#))



**Embalagens**  
(saiba mais na [página 75](#))



**Economia Circular**  
(saiba mais na [página 72](#))



**Certificação da cadeia de fornecedores**  
(saiba mais na [página 55](#))



**Rastreabilidade**  
(saiba mais na [página 70](#))



**Matérias-primas de menor impacto**  
(saiba mais na [página 68](#))

# ENERGIA

GRI 302-1 | 302-2 | 302-3 | 302-4 | SASB CG-MR-130a.1

Nossa atuação para a eficiência energética é focada no consumo através da compra do mercado livre, dando preferência para matrizes energéticas de fontes renováveis de baixo impacto. Além disso, na escolha de equipamentos para nossa linha de produção sempre damos preferência para equipamentos mais eficientes em relação ao consumo energético.

Nossas instalações contam com telhas translúcidas para o aproveitamento da luz natural, sempre que possível, diminuimos a intensidade do consumo em nossas instalações físicas com iluminações de LED e realizamos ações de conscientização com os colaboradores sobre economia e consumo responsável de energia.

O consumo de energia das marcas do segmento de sapatos, bolsas e acessórios não apresentou redução em 2021, pois muitas unidades não operaram normalmente em 2020 devido à pandemia e retomaram a operação neste ano. Nossa intensidade energética, com base nas fábricas próprias, sua área em m<sup>2</sup> e energia consumida foi 0,80208 (GJ). E o consumo de energia fora da Companhia foi de 15.807,13 MWh.

 O total de energia elétrica consumida pela Arezzo&Co foi **39.198,80 GJ**, e 36,70% deste consumo é proveniente de fontes renováveis.

## CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA (GJ)

	2020	2021
Total de Energia Consumida	19.244,55	39.198,80

## CONSUMO DE COMBUSTÍVEIS (GJ)

Renovável		
	Biodiesel	151,00
	Etanol anidro	338,30
Não-Renovável		
	Diesel	1.465,34
	Gasolina	1.806,60
	GLP	4.123,49

## GASTOS COM ENERGIA ELÉTRICA

	2018	2019	2020	2021
Total (R\$)	4.446.594,00	6.384.374,30	5.620.720,45	6.537.560,77
<b>Total de gastos nos últimos 4 anos</b>	<b>R\$ 22.989.249,52</b>			

# GESTÃO DA ÁGUA

GRI 303-1 | 303-2 | 303-4 | 303-5; 305-4

Em nossas fábricas próprias, nos escritórios, centros de distribuição e lojas consumimos água por meio do abastecimento público das concessionárias locais, apenas para uso comercial. Devido o nosso perfil de negócio, a Companhia não utiliza água em seus processos produtivos.

Não temos descarte específico de uso de água a não ser em forma de efluente sanitário e tratamento de efluente químico (realizado por uma empresa terceira especializada em tratamento de efluente e responsável pelo descarte). Em relação ao descarte de água proveniente do efluente sanitário a Companhia atende ao parâmetros da Resolução CONSEMA n.º 355/2017.

Em nossos escritórios, a prestação de contas do consumo é realizada através de rateio entre nós e as demais unidades do edifício. O consumo de água em nossos Centros de Distribuição é administrado pelo condomínio onde estão localizados e a grande maioria das nossas lojas também ficam alocadas em shoppings. Para diminuir o consumo, utilizamos torneiras com temporizador em nossas unidades. Além disso, no último ano iniciamos um projeto de captação de água de chuva em uma das nossas unidades produtivas, onde estimamos uma redução de consumo de 300 m<sup>3</sup> por mês.

**Ao final de 2021 efetivamos o projeto de reaproveitamento de água da chuva em nossa fábrica ZZSAP.**



## CONSUMO DE ÁGUA (MEGALITROS)\*

	2020	2021
<b>TOTAL DE ÁGUA CONSUMIDA</b>	<b>24,81</b>	<b>24,45</b>

\*Não contempla lojas localizadas em shoppings e condomínios, em que não há monitoramento de consumo individualizado.



# COMBATE ÀS MUDANÇAS CLIMÁTICAS

## EMISSÕES

O combate às mudanças climáticas é um tema urgente para empresas dos mais diversos setores, e para a sociedade como um todo. Por isso, temos fortalecido nossas iniciativas nesse sentido e nos comprometemos com a neutralização das emissões de CO<sub>2</sub> escopo 1 e 2 desde 2019, e AR&Co desde 2020.

Em 2021, assinamos o *Business Ambition for 1,5°C*, compromisso do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU), composto por empresas do mundo inteiro que se comprometeram a implementar ações para reduzir suas emissões de Gases de Efeito Estufa e limitar o Aquecimento Global a 1,5°C.

Desde 2019, a Reserva tem compromisso com o *Fashion Industry Charter for Climate Action* iniciativa que reúne as principais marcas de moda do mundo com o objetivo de reduzir as emissões de gases de efeito estufa em 30% até 2030 e em 100% até 2050, para limitar o aquecimento global em até 1,5°C.

Nossa marca Alme, por sua vez, tem o compromisso de compensar 100% das emissões de CO<sub>2</sub> da sua produção.

## VEÍCULOS ELÉTRICOS

No segundo semestre de 2021, a Reserva passou a utilizar veículos elétricos para realizar entregas no Rio de Janeiro - RJ, com a intenção de expandir entregas sustentáveis para todo Brasil.

Essa iniciativa faz parte do planejamento estratégico Ar&Co para alcançar a neutralidade em carbono até 2050.

**Um caminhão elétrico de entregas emite 42 vezes menos gases poluentes do que veículos tradicionais.**

## INVENTÁRIO DE GASES DE EFEITO ESTUFA\*

GRI 305-1 | 305-2 | 305-3 | 305-4 | 305-5

Em 2019, realizamos nosso primeiro inventário de gases de efeito estufa. Em 2020, por ser um ano atípico, com interrupções no funcionamento de lojas e fábricas, tivemos redução significativa na coleta de dados, o que afetou a análise das informações.

O inventário 2021 trará avanços importantes, incluindo todas as marcas e empresas e o escopo 3 nas categorias de viagens a negócios, geração de resíduos nas operações, bens e serviços comprados, transporte e distribuição (*upstream*), viagens a negócios e franquias, além de passar por verificação de terceira parte.

Em 2021, respondemos pela primeira vez ao *Carbon Disclosure Project* (CDP) e obtivemos nota C+, o que nos tornou elegíveis para a entrada na carteira do ISE da B3. Também está em planejamento, a partir de 2022 a implementação de estudos para realizar avaliação de riscos físicos relacionados à mudança climática em nossas operações.

## EMISSÕES DIRETAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA

FONTE DE EMISSÃO DE GEES (tCO <sub>2</sub> e)	2019	2020	2021
<b>Emissões Escopo 1</b>			
Combustão estacionária	70,04	77,18	92,14
Fontes móveis	87,89	67,02	95,35
Fugitivas	89,86	54,80	279,24
<b>TOTAL DE EMISSÕES BRUTAS DE CO<sub>2</sub> (tCO<sub>2</sub>e)</b>	<b>247,79</b>	<b>199,00</b>	<b>466,73</b>
<b>Emissões biogênicas - Escopo 1</b>			
<b>TOTAL DE EMISSÕES BRUTAS DE CO<sub>2</sub> (tCO<sub>2</sub>e)</b>	<b>28,91</b>	<b>26,10</b>	<b>33,95</b>
<b>Emissões Escopo 2</b>			
Aquisição de energia (localização)	533,20	408,15	1.400,80
Aquisição de energia (escolha de compra)	482,21	280,77	895,72
<b>Emissões Escopo 3</b>			
Cadeia de fornecimento	Não calculado	Não calculado	200.766,26
Transportes ( <i>upstream</i> )	1.951,49	Não calculado	1.769,72
Transportes ( <i>downstream</i> )	Não calculado	Não calculado	6.556,35
Viagens a negócios	1.136,96	Não calculado	761,83
<b>TOTAL DE EMISSÕES BRUTAS DE CO<sub>2</sub> (tCO<sub>2</sub>e)</b>	<b>3.088,45</b>		<b>209.854,16</b>

Os resultados do inventário de Gases de Efeito Estufa de 2021 demonstraram um aumento das emissões devido à normalização das atividades, a expansão da Arezzo&Co com acréscimo das unidades da Baw, Grupo Reserva e TROC, contemplando as operações das lojas próprias, Unidade Corporativa, Fábricas próprias e Centros de Distribuição dos nossos negócios. Outro aspecto relevante foi o novo fator de emissão, para as emissões de escopo 2, que também aumentaram por conta da expansão da operação.

Para fortalecer nosso compromisso com a transparência e responsabilidade ambiental assumimos metas de redução das nossas emissões a curto, médio e longo prazo, para o ano de 2022 nossa meta é reduzir em 5%.

#### NOSSAS METAS

Prazo	Ano	Meta de redução
Curto prazo	2022	5%
Médio prazo	2027	20%
Longo prazo	2030	30%

## RESÍDUOS

GRI 306-1 | 306-3

**Realizamos um trabalho significativo para diminuir o impacto gerado pelo descarte das nossas embalagens e já diminuimos a quantidade de papelão utilizado para fabricação desses itens.**

Nas fábricas próprias Arezzo&Co os resíduos são gerados ao longo dos processos, iniciando no recebimento das matérias-primas nos almoxarifados, onde geramos resíduos de embalagens diversas como o papelão.

Os almoxarifados distribuem as matérias-primas aos setores que irão realizar o pré-fabricado, corte, costura, montagem e durante essas etapas são gerados aparas de resíduos têxteis, sintéticos, couros entre outros. Quando os calçados estão prontos, passam pelo setor de acabamento e revisão gerando resíduos de panos contaminados por substâncias químicas usadas na limpeza dos produtos acabados. Os calçados que possuem alguma avaria ou que foram utilizados como amostras são descartados, sendo enviados para coprocessamento.

Operamos com foco na redução de resíduos e para isso desenvolvemos algumas ações. Em nossas unidades, procuramos



reutilizar *pallets* e embalagens, também substituímos os copos descartáveis por garrafas e xícaras reutilizáveis. As fábricas contam com equipamentos de corte que reduzem a geração de resíduos, devido ao melhor aproveitamento dos materiais, além disso os resíduos da indústria também são utilizados na composição de alguns componentes de calçados como palmilhas e solas, sendo que seguimos avançando em projetos que proporcionem a circularidade de nossos resíduos.

Em 2021, a maior parte dos resíduos gerados na Arezzo&Co foram couro, papel e papelão e retalhos têxteis. Esses materiais corresponderam a 744,30 toneladas das 811,79 toneladas totais dos resíduos. A maior parte dos resíduos do Grupo Reserva são resíduos orgânicos e papel e papelão, correspondendo a 485,3 toneladas das 493,3 toneladas totais.



### **CAMISETA SIMPLES – RESERVA**

Em maio de 2021 a Reserva lançou a “Camiseta Simples”, sem estampas, com 12 cores diferentes, para vestir todos os gêneros, tamanhos e idades.

A camiseta foi disponibilizada por meio de um serviço de assinatura anual com mensalidade de R\$24,99 e durante o período de um ano o cliente recebe três camisetas.

Ao final de cada ciclo, o cliente retorna as camisetas para a Reserva, que encaminha as peças para a reciclagem, em que o fio é desfibrado para virar um novo produto.

Com essa iniciativa nenhum tecido dessa linha é descartado no meio ambiente e o ciclo de vida útil dos produtos é prolongado.

### **REDUÇÃO DE RESÍDUOS**

#### **GRI 306-2**

A Área de Auditoria Interna Arezzo&Co realiza periodicamente a verificação das declarações da geração e destinação de resíduos dos nossos fornecedores de produtos acabados. Nossas unidades de fabricação própria contam com um sistema de gestão ambiental com controle operacional relacionado à documentação e aos processos, com medição dos resultados, pautando sempre a melhoria contínua.

Em 2021 implementamos projetos experimentais para utilização de resíduos das fábricas próprias e parceiras na produção de novos produtos. Além disso, realizamos capacitações dos subcontratados, para boas

práticas na gestão de resíduos e de *Compliance* com apoio do Sebrae (saiba mais na [página 53](#)).

A cadeia de fornecedores do Grupo Reserva possui o projeto de desfibragem dos resíduos têxteis para incorporação em novos produtos. Lançado ao final de 2020 a campanha “Roupa feita de lixo” faz parte do compromisso da Reserva com os processos de produção sustentável com menor impacto ambiental. Essa linha de roupas foi desenvolvida a partir de sobras de malhão, meia malha e piquê, os fios são desfibrados e tecidos novamente dando nova destinação aos resíduos.

Em 2021 produzimos 52.237 peças de tecido desfibrado, reutilizando mais de 2 toneladas de resíduos têxteis.

## ATERRO ZERO

GRI 306-5 | 306-4

Não enviamos os resíduos gerados em nossos processos industriais para aterros industriais buscando sempre destinações mais nobres para os nossos resíduos, como a venda para reciclagem, reinserção no processo por meio do coprocessamento e fabricação de novos produtos. Nosso objetivo é, gradativamente, trabalhar apenas com parceiros que também não destinam seus resíduos para aterros.

Os resíduos das categorias plástico, papel e papelão do Grupo Reserva são destinados à reciclagem.

Nas tabelas abaixo estão discriminados o peso total e tipo de resíduos gerados em nossas operações em 2021 e suas destinações:

### RESÍDUOS DO GRUPO RESERVA

Categoria	Toneladas métricas (t)	Destinação
Papel e papelão	136,70	Reciclagem
Plástico	8,10	Reciclagem
<b>TOTAL</b>	<b>144,8</b>	<b>-</b>

### RESÍDUOS NÃO DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO FINAL

MATERIAL	(TON)
<b>Resíduos Perigosos</b>	
Couro (aparas, serragem e pó)	142,13
Embalagens vazias contaminadas	3,29
Lodo de fossa séptica	14,00
Materiais contaminados	15,17
Resíduos de produtos químicos	0,59
Água residual*	2,00
<b>TOTAL DE RESÍDUOS PERIGOSOS</b>	<b>177,18</b>
<b>Resíduos Não-Perigosos</b>	
Mistura de sucatas	1,50
Papel e papelão	378,87
Retalhos de sola de couro	0
Água residual*	12,40
Borrachas e sintéticos	3,84
Aparas de material de produção	0,13
Plásticos	0,30
Produtos (amostras, logística reversa, defeitos, avarias)	14,25
Têxteis	203,64
Aparas de couros	19,70
<b>TOTAL DE RESÍDUOS NÃO-PERIGOSOS</b>	<b>634,63</b>
<b>TOTAL</b>	<b>811,81</b>

\*A presença de água residual em nossas operações é referente a um vazamento de óleo em nosso compressor em 2021. Para sanar o problema contamos com auxílio de uma empresa terceirizada para o Tratamento de Efluentes. Novos equipamentos foram instalados e os compressores já normalizaram suas operações.



## RESÍDUOS NÃO DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO FINAL POR OPERAÇÃO DE RECUPERAÇÃO

CATEGORIA	(TON)
<b>Resíduos Perigosos</b>	
Autoclave	113,52
Blendagem para Coprocessamento	24,54
Reciclagem	22,92
Tratamento de Efluentes	16,00
Triagem com Armazenamento	0,20
<b>TOTAL</b>	<b>117,18</b>
<b>Resíduos Não-Perigosos</b>	
Autoclave	18,74
Blendagem para Coprocessamento	154,66
Coprocessamento	36,09
Reciclagem	9,79
Reutilização	21,64
Tratamento de Efluentes	12,61
Triagem com Armazenamento	381,10
<b>TOTAL</b>	<b>634,63</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>811,81</b>

\*Água residual foi um resíduo pontual em 2021, de um processo que não teremos mais. Diz respeito à água gerada em função do condensador do compressor e é considerada resíduo por ser gerada no secador do equipamento.

# 6 PESSOAS EMPODERADAS

CAPITAIS RELACIONADOS

ODS RELACIONADOS



# TALENTOS: A MATÉRIA-PRIMA DO NOSSO SUCESSO

GRI 2-29 | 3-3 | 402-1

**O alto desempenho dos nossos resultados é espelho da força do nosso time.**

Um dos grandes diferenciais da nossa cultura é a paixão. Nossos colaboradores têm profunda conexão com nosso negócio, marca fundamental da cultura Arezzo&Co para que nossos times encantem os clientes.

Entendemos que a sustentação dessa conexão é o cuidado com todos os profissionais que constroem a Arezzo&Co, buscando oferecer uma jornada próspera de muito crescimento, aprendizado e realizações a todos, por meio das iniciativas de nossa **Diretoria de Gente**.

Nossa Política de Sustentabilidade, lançada em 2021, aborda nossos compromissos na gestão de pessoas.



Atuar com respeito aos direitos humanos e trabalhistas, não tolerando quaisquer práticas abusivas e qualquer tipo de assédio, violência ou outras formas de intimidação, sendo inadmissível qualquer forma de exploração, direta ou indireta, de trabalho escravo ou análogo à escravidão, adulto ou infantil.



Proporcionar ambiente justo, moral e ético, contemplando a diversidade e a inclusão como ferramentas para um local de trabalho cada vez mais equitativo.



Garantir a prática de não discriminação de colaboradores, seja ela por idade, cor, raça, etnia, nacionalidade, religião, gênero, estado civil, situação familiar, credo, grupo social, deficiência, doença ou situação física ou mental, opinião, opção política, e/ou orientação sexual, assegurando a dignidade no ambiente laboral.



Propiciar um ambiente de trabalho humano, produtivo, seguro e saudável, garantindo o atendimento da legislação, contribuindo para o equilíbrio emocional, bem-estar e qualidade de vida dos colaboradores.



Disponibilizar um canal de denúncia corporativo, para situações e condutas que não estejam de acordo com os princípios éticos, padrões de conduta e/ou legislação vigente, garantindo privacidade do denunciante e confidencialidade dos relatos de diferentes *stakeholders*, bem como a não retaliação, direta ou indireta, às denúncias de boa-fé.

## RECONHECIMENTOS EXTERNOS



Arezzo&Co certificada pelo **GPTW** em 2021.

# 76%

dos nossos colaboradores dizem que somos um **ótimo lugar para se trabalhar.**



## humanizadas

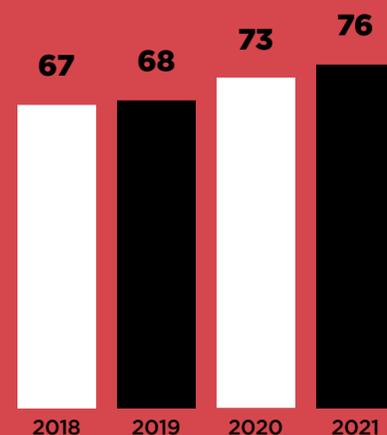
AR&Co é reconhecida pelo selo Empresas Humanizadas, pela excelência em gestão e qualidade das relações.

## PESQUISA DE CLIMA

Em 2021, realizamos nossa pesquisa de clima, com o apoio do GPTW.

A pesquisa foi aplicada a 1.000 colaboradores sorteados aleatoriamente entre os times das marcas de calçados, bolsas e acessórios, AR&Co e TROC, para garantir a representatividade de toda a Arezzo&Co.

## BASE ATIVA DE CLIENTES



Crescemos 3% em relação a 2020 e nossa meta é crescer 4% em 2022, atingindo a nota 80.

A seguir, apresentaremos os dados e perfis dos nossos times. Os colaboradores da marca Carol Bassi não estão contemplados, pois a marca foi adquirida ao final de 2021.

Alguns dados das marcas AR&Co também serão apresentados separadamente pois o processo de integração e consolidação dos dados estão em construção.

Para facilitar a leitura, todas as informações terão indicações sobre sua abrangência.

Em 2021, além do reconhecimento por nossa gestão de pessoas, a Arezzo&Co e nossas lideranças também foram premiadas pelo belo desempenho e destaque no mercado, confira a seguir:

- **Prêmio Executivo de Valor:** Alexandre Birman foi elencado em 1º lugar por suas habilidades de liderança e gestão no setor da Indústria da Moda.
- **500 líderes mais influentes:** Alexandre Birman e Luciana Wodzik.

E a Reserva na Pesquisa **Empresas Humanizadas**, destacou-se entre as 20 empresas mais humanizadas do Brasil nas seguintes categorias: **Liderança, Cultura Consciente, Estratégia de Valor compartilhado, Propósito Maior e TOP 30 Melhores empresas.**

# NOSSO TIME

GRI 2-29 | 2-7 | 2-30 | 401-1 | 405-1 | SASB CG-MR-330a.1

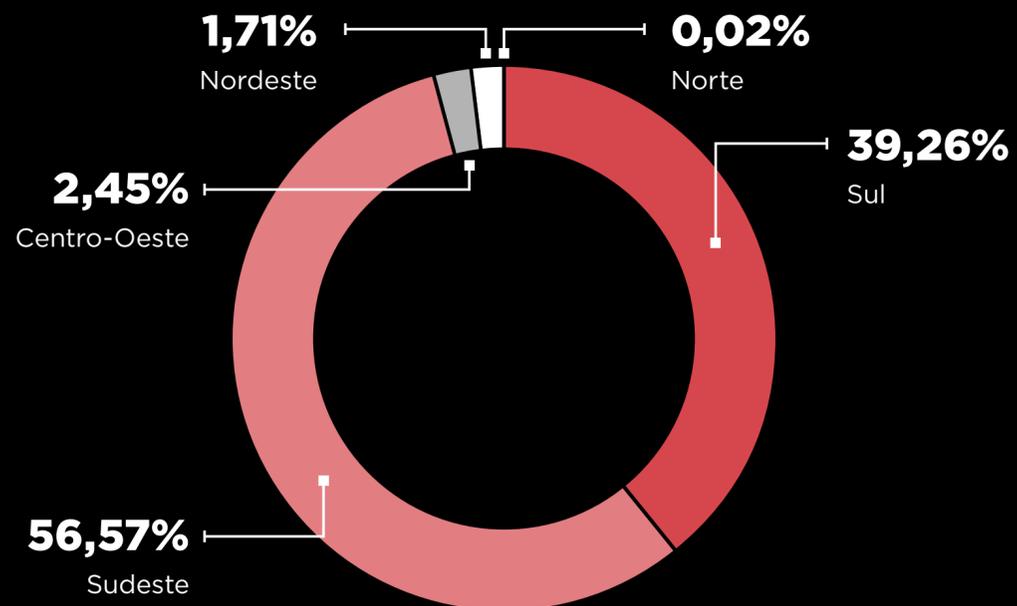
**5.968**  
colaboradores  
em 2021\*.

**5.795**  
trabalham em  
jornada integral.

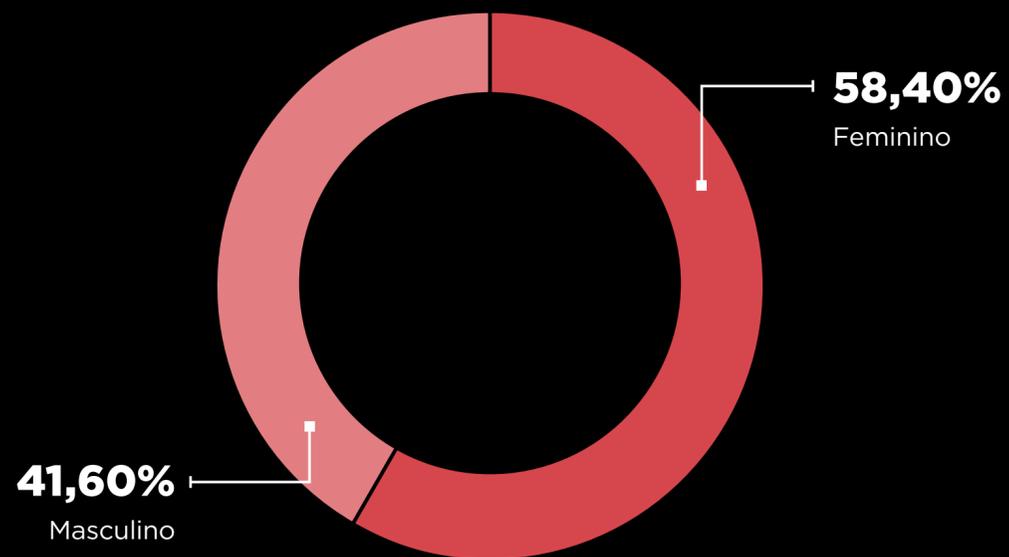
**173**  
têm jornada parcial,  
de meio período.

**151,2%**  
**Crescimento**  
do nº de  
colaboradores  
em 2021.

COLABORADORES POR REGIÃO



COLABORADORES POR GÊNERO



**3.376**

atuam na região Sudeste

**2.343**

estão na região Sul do Brasil

**146**

na região Centro-Oeste

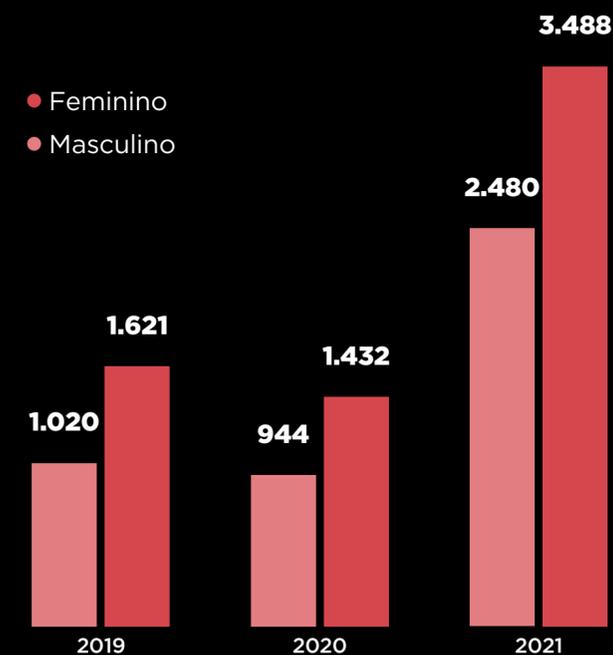
**102**

no Nordeste

**1**

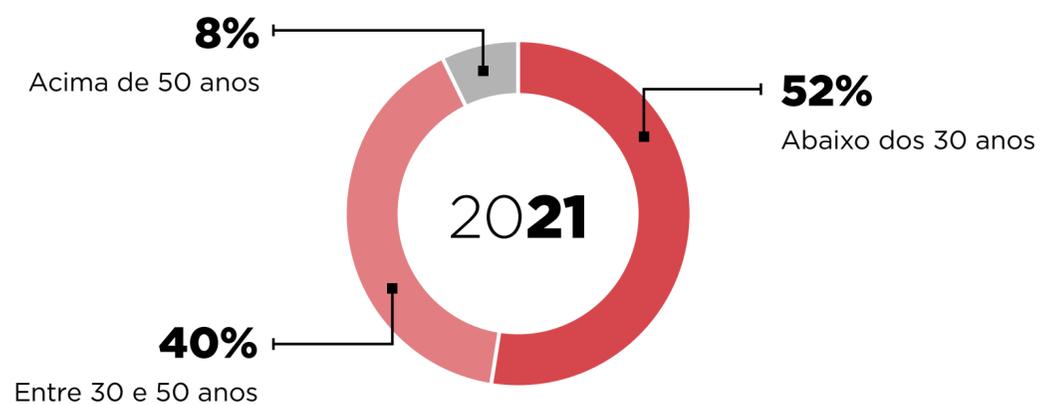
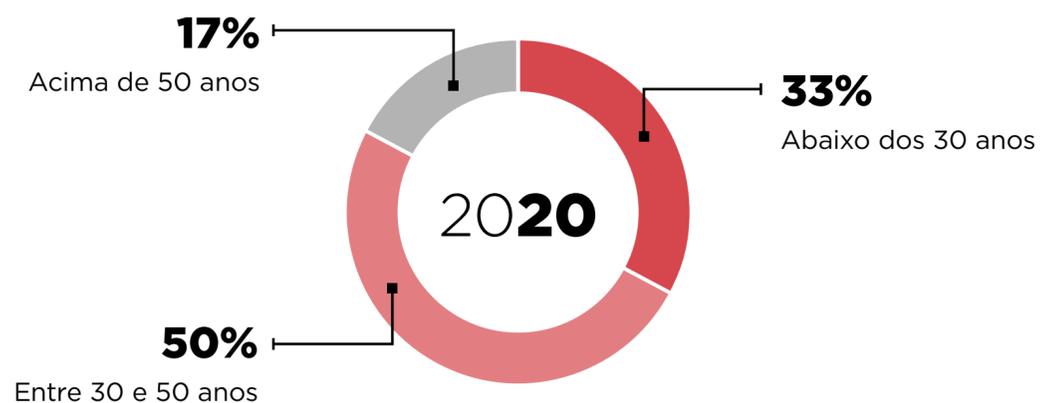
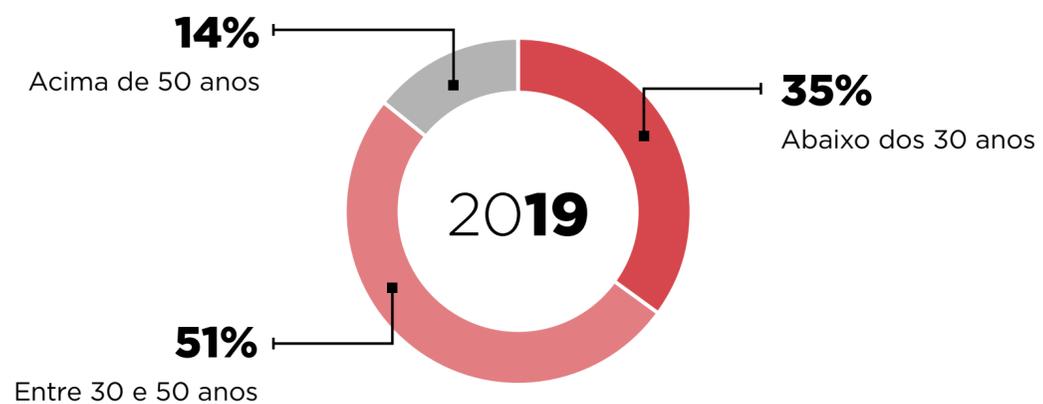
no Norte

COLABORADORES POR GÊNERO NOS ÚLTIMOS 3 ANOS



\*Considera também os colaboradores temporários AR&Co

## COLABORADORES POR FAIXA ETÁRIA



## COLABORADORES AREZZO&CO - POR CATEGORIA FUNCIONAL

Categoria	2019	2020	2021
Diretoria	17	13	37
Gerência	114	109	207
Chefia/Coordenação	137	128	319
Técnica/Supervisão	47	42	75
Administrativo	142	180	220
Operacional	2004	2178	3046
Analista	0	0	540
Assistente	0	0	1115
Especialista	0	0	98
Consultor	0	0	53
Aprendiz	0	0	161
Trainee	6	0	0
Outros	0	0	97
<b>Total</b>	<b>2467</b>	<b>2650</b>	<b>5968</b>

Esses números consideram os colaboradores temporários.

### GRI 2-7

A constante expansão dos negócios da Arezzo&Co aumentou expressivamente o número dos nossos colaboradores em 2021, além de possibilitar a abertura de novos postos de trabalho, impactando positivamente as regiões onde nossas operações estão localizadas.

Dentre nossos colaboradores, 812 são temporários e trabalham nas marcas AR&Co. A Companhia não conta com colaboradores sem horas fixas.

**GRI 2-30**

Pelo fato do ano de 2021 ainda ter sido marcado pela integração de todos os nossos negócios, os dados a seguir serão apresentados com especificações sobre a sua abrangência.

**2.918**  
**novos contratados**  
**em 2021\***

\*Considerando Grupo Reserva e marcas do segmento de calçados, bolsas e acessórios.

**100%**  
 dos colaboradores cobertos pela CCT\*\* da categoria

\*\*Convenção Coletiva de Trabalho.

**OPERAÇÕES DO SEGMENTO DE CALÇADOS, BOLSAS E ACESSÓRIOS**



**18,7%**  
 taxa de rotatividade em 2021



**12%**  
 de vagas preenchidas por recrutamento interno

**GRUPO RESERVA**



**52%**  
 taxa de rotatividade em 2021



**20%**  
 de vagas preenchidas por recrutamento interno

**GRI 401-1**

**TAXA DE ROTATIVIDADE NOS ÚLTIMOS QUATRO ANOS - OPERAÇÕES AREZZO&CO DO SEGMENTO DE CALÇADOS, BOLSAS E ACESSÓRIOS**

Ano	Total (%)	Voluntária(%)
2018	16,8%	11,0%
2019	20,3%	14,8%
2020	16,2%	9,7%
2021	18,7%	10,1%

**TAXA DE ROTATIVIDADE NAS LOJAS EM 2021 SASB CG-MR-310a.2**

	Voluntária	Involuntária
Lojas do segmento de calçados, bolsas e acessórios	17,55%	24,27%
Lojas da Reserva	22%	15%

**CONTRATAÇÕES\*\***  
GRI 401-1

CONTRATAÇÕES POR GÊNERO

Gênero	Nº de Colaboradores	Taxa de Contratação
Feminino	774	40%
Masculino	453	36%
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>1.227</b>	<b>39%</b>

CONTRATAÇÕES POR FAIXA ETÁRIA

Idade	Nº de Colaboradores	Taxa de Contratação
Acima de 50 anos	67	17%
Até 30 anos	730	54%
De 30 a 50 anos	430	30%
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>1.227</b>	<b>34,13%</b>

CONTRATAÇÕES POR ESTADO

Estado	Nº de Colaboradores	Taxa de Contratação
AL	2	100%
BA	6	75%
CE	2	100%
DF	16	70%
ES	2	10%
GO	7	25%
MG	22	41%
PB	1	50%
PE	1	33%
PR	9	64%
RJ	89	54%
RS	685	32%
SC	15	65%
SP	370	25%
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>1.227</b>	<b>34,13%</b>

**SALÁRIO BASE POR GÊNERO\*\***  
GRI 405-2

Unidade Operacional	Gênero	Média Salarial
Corporativo	Feminino	R\$ 5.133,77
Corporativo	Masculino	R\$ 5.867,04
Varejo	Feminino	R\$ 5.076,26
Varejo	Masculino	R\$ 3.870,69
Fábrica	Feminino	R\$ 1.729,07
Fábrica	Masculino	R\$ 2.336,76

**NÍVEL SALÁRIAL POR GÊNERO\*\***  
GRI 202-1

País	Salário-Mínimo Local	Menor salário pago pela Companhia (Feminino)	Menor salário pago pela Companhia (Masculino)
Brasil	R\$1.212	R\$1.210	R\$1.210

\*\* Todas as informações dessa seção contemplam apenas os colaboradores Arezzo&Co do segmento de calçados bolsas e acessórios. Excluindo AR&Co e TROC.



# CONEXÃO E CUIDADO

GRI 403-6

## SAÚDE E BEM-ESTAR DOS COLABORADORES DO SEGMENTO DE CALÇADOS, BOLSAS E ACESSÓRIOS

A gestão da saúde e bem-estar dos colaboradores das diferentes marcas que compõem nosso negócio ainda não está integrada, portanto serão apresentadas especificando a abrangência de determinado benefício.

Para proteger a saúde dos colaboradores agimos sempre de acordo com as recomendações dos órgãos de Saúde e de decretos estaduais e municipais, além de facilitar o acesso de todos a serviços médicos. Nossos profissionais têm a opção de aderir aos planos de saúde e odontológico que oferecemos. Nas unidades que possuem ambulatório médico, contamos com profissionais qualificados como um Médico do Trabalho e uma Técnica de Enfermagem do Trabalho e os colaboradores que não têm plano de saúde podem agendar consultas médicas realizadas pelo médico do trabalho para avaliação clínica, curativos e medição de pressão arterial.

Os atendimentos em nossos ambulatórios são realizados de forma individual e todas as informações coletadas sobre a saúde dos colaboradores ficam restritas aos profissionais responsáveis por prestar à assistência.

Temos fortalecido cada vez mais a cultura de qualidade de vida e bem-estar destinada aos nossos colaboradores e implantamos programas, em 2021, por meio do **ZZ EM EQUILÍBRIO**, utilizando plataformas parceiras:

### Gympass

A ferramenta Gympass dá acesso a academias, aulas online ao vivo, sessões online e individuais com personal trainers. O aplicativo contém aulas sob demanda e conteúdo completo de bem-estar. Colaboradores das marcas Arezzo&Co do segmentos de calçados, bolsas e acessórios, bem como os colaboradores das marcas AR&CO têm acesso ao benefício.

### psicologiaviva

Psicologia Viva é uma plataforma por meio da qual os colaboradores podem realizar sessões de terapia online e cuidar da saúde emocional, sem sair de casa. Os dados de saúde dos profissionais são confidenciais, arquivados em sistemas adequados às tecnologias já utilizadas na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), e somente o médico do trabalho e os profissionais autorizados por ele têm acesso a essas informações.

Através das plataformas parceiras, o programa ZZ em equilíbrio oferece serviços que contemplam:

- Saúde mental e emocional.
- Saúde física.
- Saúde financeira.
- Saúde Alimentar.
  - Saúde Educacional.
  - Convênios.

## CUIDADOS EM RELAÇÃO À COVID-19

GRI 402-1 | 413-1

Implementamos transformações no modelo de trabalho para evitar aglomerações e proteger nossos colaboradores. Em 2021, 20% das equipes corporativas trabalharam de maneira híbrida, alternando entre o homeoffice e o escritório físico. Priorizamos as mães na escolha do modelo remoto.

Todas as colaboradoras com filhos de até 12 anos de idade receberam auxílio financeiro para o apoio na rotina de trabalho com as crianças em casa.

Todo o time fabril foi beneficiado com o reforço de cestas básicas com alimentos, produtos de higiene e limpeza, além do fornecimento de medicação para os casos de covid-19.

Ao longo do ano realizamos sete campanhas direcionadas à conscientização, prevenção e proteção dos nossos colaboradores.

Além disso nossa área SESMT promove campanhas mensais visando a prevenção de doenças. Ao todo, em 2021, realizamos 17 campanhas de saúde destinadas aos nossos colaboradores, contemplando temas como cuidados com a saúde-mental, vacinação contra a covid-19, protocolos preventivos contra o vírus, entrega de máscaras, prevenção ao suicídio, outubro rosa (câncer de mama), novembro azul (câncer de próstata), dezembro laranja (câncer de pele) e dezembro vermelho (prevenção a infecções sexualmente transmissíveis HIV/AIDS).

## POLÍTICA DE BENEFÍCIOS

GRI 401-2 | 401-3

Em 2021, para aprimorar o cuidado com os nossos times, implementamos algumas mudanças em nossas políticas de benefícios:

**Licença paternidade:** extensão da licença de cinco para 20 dias para os colaboradores corporativos.

**DAY-OFF:** implantamos o *day-off* no mês do aniversário dos colaboradores corporativos.

**Cesta básica:** no segundo semestre implementamos a entrega de cestas básicas para os colaboradores das fábricas próprias.

**PPR:** implementamos o Programa de Participação nos Resultados para as fábricas próprias e em duas parcelas anuais para os corporativos.

Nossa política de benefícios também contempla flexibilidade de horário, aplicada de acordo com o banco de horas, com exceção dos menores aprendizes, estagiários e as equipes do setor de teleatendimento, conforme a legislação vigente.

Todos os colaboradores das operações Arezzo&Co do segmento de calçados, bolsas e acessórios também contam com vale transporte, vale refeição/alimentação, plano de saúde, plano odontológico, clube de benefícios New Value, Gift Card e auxílio creche, aplicado conforme a convenção coletiva de cada categoria.

Algumas áreas e cargos contam ainda com outros convênios e benefícios adicionais, como vale combustível e descontos em farmácias.

### LICENÇA-MATERNIDADE

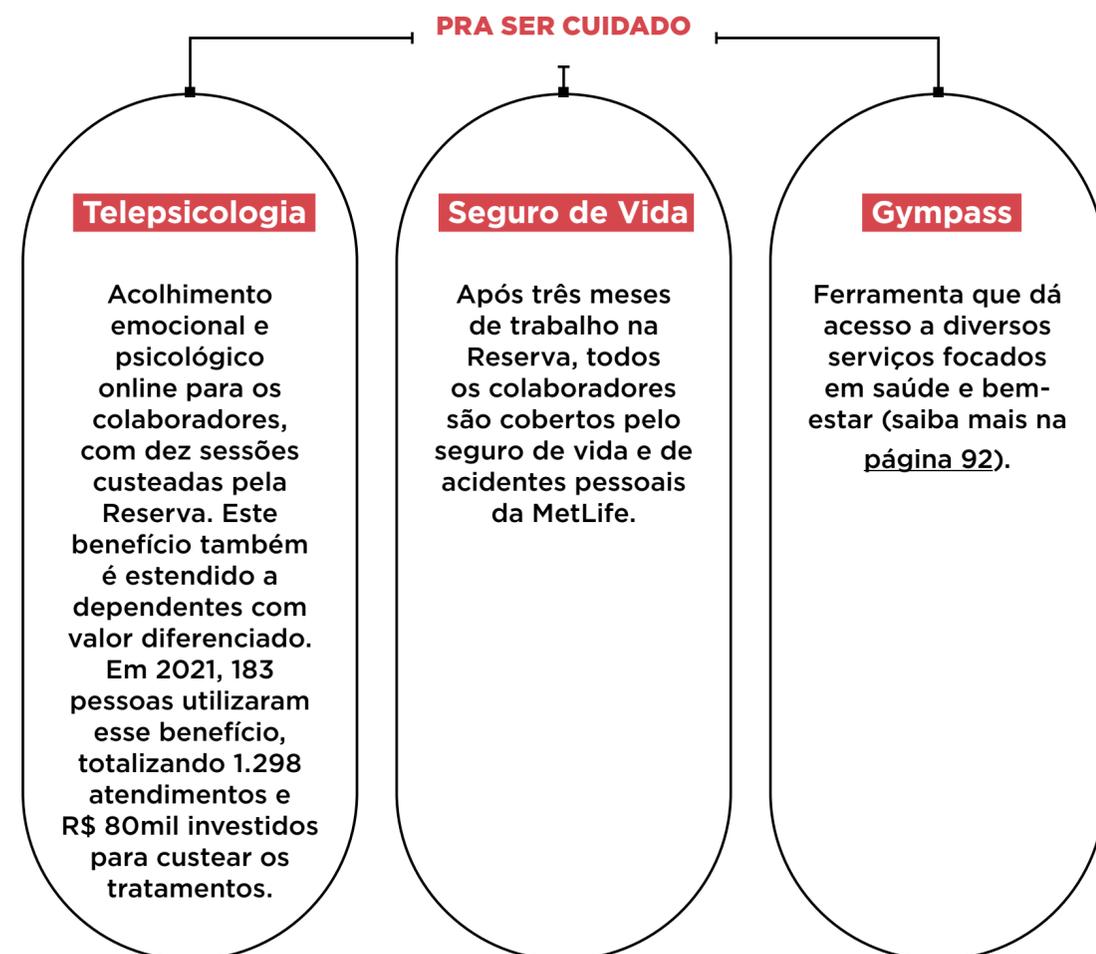
**64**  
**licenças encerradas até 2021**

**98%**  
**taxa de retorno**

Nossas colaboradoras contam com licença maternidade de quatro meses.

# SAÚDE E BEM-ESTAR DOS COLABORADORES DA RESERVA

O Grupo Reserva se destaca no mercado por ser uma empresa humanizada, prezando sempre o bem-estar dos seus colaboradores. Dentro da política de benefícios, um dos grandes diferenciais da Reserva é a licença-maternidade de seis meses para as colaboradoras e 45 dias de licença-paternidade, os colaboradores também tem acesso a plano de saúde e odontológico. Além disso, a Reserva também conta com o programa Pra Ser Cuidado, que possui os seguintes benefícios:



## DEPARTAMENTO DE FELICIDADE - RESERVA

O Grupo Reserva conta com o Departamento de Felicidade, responsável por alinhar a cultura e os valores da Companhia, por meio de uma comunicação interna eficaz junto a ações que promovam essa essência no dia a dia dos colaboradores. O departamento tem três fundamentos prioritários que orientam a sua atuação, são eles:

- Prazer e emoções positivas.
- Engajamento e reconhecimento.
- Propósito.

## RESERVA - UMA EMPRESA DE PESSOAS

O Grupo Reserva conta com um programa de reconhecimento interno para engajar os colaboradores. Dentre eles destacamos:

**BOTA NA VITRINE:** programa que realiza sonhos e destaca os integrantes do Time Reserva que superaram todas as expectativas.

**OBRIGADOOOOOOO:** cartão desenvolvido para que colaboradores possam enviar aos integrantes do seu próprio time, palavras de reconhecimento por seu desempenho.

**TOP SELLERS:** os Top Sellers são os vendedores que mais faturam na Reserva, são eleitos anualmente e recebem premiações pelo seu desempenho.

**Os colaboradores também tem acesso a programas de descontos e cupons exclusivos para realizarem compras tanto de marcas AR&CO quanto as demais que compõem a Arezzo&Co, direito a *day-off* na data do seu aniversário, flexibilidade de horário, e homeoffice (modelo híbrido) para os colaboradores corporativos.**

E ainda contam com o programa “tamo junto” para presentear e apoiar colaboradores que estejam passando por alguma situação delicada em sua vida pessoal.

# SEGURANÇA DO TRABALHO

GRI 403-1 | 403-6 | 403-8

As marcas AR&Co não contam com sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho. Portanto todos os dados aqui se referem às operações das marcas Arezzo&Co do segmento de calçados, bolsas e acessórios, não incluindo TROC nem Carol Bassi.

Temos um compromisso com a segurança dos colaboradores, em linha com a nossa Política de Sustentabilidade. Adotamos medidas e investimos na conscientização de todos para a prevenção de acidentes. Isso inclui o mapeamento dos possíveis riscos aos quais as pessoas estão expostas, como os ergonômicos, de ruídos e os de contato com químicos.

Todos os colaboradores das operações que contemplam o segmento de calçados, bolsas e acessórios estão cobertos pelo nosso sistema de gestão Senior SM: Segurança e medicina, contemplando 57,2% de todos os colaboradores da Companhia. Por meio deste software, é possível acompanhar e monitorar os exames de saúde e seus vencimentos, cadastrar vacinas, registrar a exposição a riscos ocupacionais, o Perfil Profissiográfico Previdenciário (PPP), a Comunicação de Acidente de trabalho (CAT).



Além de outros detalhes como descrição de cargos, cursos realizados, capacitações de Cipa e brigada de emergência, vínculo de EPI's, cadastros e investigação de acidentes, com a finalidade da realização de planos de ação, para minimizar a exposição dos nossos colaboradores a riscos.

Ao final de 2020, contratamos uma organização referência em assessoria na gestão de requisitos legais nas áreas de Saúde Ocupacional e Segurança do Trabalho, para avançar ainda mais na gestão e controle de indicadores de saúde e segurança, com apoio de um software de monitoramento, o IUS natura que em 2021 foi totalmente implementado.

Além disso, a ferramenta IUS natura faz o gerenciamento de todos os requisitos legais aplicáveis à Saúde e Segurança do Trabalho e gestão de requisitos legais em ISO, por meio dela é possível avaliar a conformidade das nossas atividades e em casos de identificação

de requisitos não atendidos, incluímos planos de ação para correção, com prazo e delegação de um responsável pelo monitoramento, além da inclusão de planos para a manutenção dos itens quando eles forem contínuos.

Grande parte das operações são cobertas e avaliadas pelo sistema, apenas o segmento do varejo não foi finalizado em 2021 devido à expansão do número de lojas no ano.



## 57,2%

dos colaboradores Arezzo&Co cobertos pelo Sistema de Gestão de Saúde e Segurança do Trabalho.

## GESTÃO DOS RISCOS RELACIONADOS À SAÚDE E SEGURANÇA

GRI 403-2 | 403-3 | 403-7 | 403-10

A gestão dos riscos relacionados à Saúde e Segurança do Trabalho (SST) nas operações Arezzo&Co do segmento de calçados, bolsas e acessórios, é feita através da metodologia conhecida como “espinha de peixe” em que acompanhamos todos os incidentes de maneira abrangente, contemplando todas as partes envolvidas, bem como os planos de ação necessários. Todos os riscos identificados são mitigados com o uso de equipamentos de proteção individual (EPIs) e procedimentos operacionais adequados.

Colaboradores das operações que contém gestão de SST, quando são expostos a periculosidade no desempenho de suas funções recebem um valor adicional de periculosidade em seus salários e esse controle é feito mensalmente pela Arezzo&Co.

**No período de janeiro a novembro de 2021, um total de 12 colaboradores foram contemplados com esse benefício.**

Identificamos as doenças profissionais durante a realização do PPRA e laudo ergonômico, nas atividades do Programa de Controle de Saúde Ocupacional e em 2021 não tivemos colaboradores afastados ou óbitos resultantes de doenças profissionais nas operações do segmento de calçados, bolsas e acessórios. Além do mais, mapeamos o histórico de saúde e outros afastamentos (não relacionados a doenças profissionais) por meio do registro de todos os atendimentos realizados pelos nossos ambulatórios das operações que contam com gestão de SST.

Além disso, nas unidades contempladas pelo sistema de gestão de Saúde e Segurança, realizamos permanentemente exames médicos para avaliar a saúde dos colaboradores de acordo com o

Programa de Prevenção de Riscos Ambientais e o Programa de Controle de Saúde Ocupacional. Essas avaliações são obrigatórias e os resultados contribuem para a identificação e minimização dos riscos. Os profissionais responsáveis por essa gestão possuem registro no Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Estado de São Paulo (CREA) e no Ministério do Trabalho e Emprego (MTB). Todas as informações dos relatórios emitidos ficam restritas às áreas de Saúde e Segurança do Trabalho e os colaboradores recebem uma via do exame ao qual forem submetidos, conforme a Norma Regulamentadora NR7.

Nosso modelo de negócio não tem impactos negativos relacionados à SST, temos uma gestão eficiente da segurança em nossas operações, produtos ou serviços. Em relação aos processos, em nossas fábricas próprias realizamos continuamente o controle quanto à exposição a agentes físicos e químicos, por meio de medições quantitativas e qualitativas, todos esses resultados são contemplados no Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA) vigentes.

### SERVIÇOS DE SAÚDE DO TRABALHO - GRUPO RESERVA

Todos os colaboradores da Reserva realizam exames médicos admissionais e demissionais. Em 2021 a Sede do Grupo passou a contar com uma enfermagem, destinada aos cuidados da saúde dos colaboradores.

## ENGAJAMENTO

GRI 403-4 | 403-5

As operações da Arezzo&Co do segmento de calçados, bolsas e acessórios contam com uma Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa) com a qual a Companhia mantém um diálogo contínuo. Por meio das solicitações das brigadas de incêndio, da Cipa e dos Diálogos Diários de Segurança (DDS), ouvimos nossos colaboradores sobre questões e dúvidas referentes à Saúde e Segurança do Trabalho, esses levantamentos são encaminhados à área de Serviços Especializados em Engenharia de Segurança em Medicina do Trabalho (SESMT) para que todas as dúvidas sejam sanadas.

Durante a elaboração de documentos obrigatórios como o laudo ergonômico e o Programa de Gerenciamento de Riscos, os colaboradores são consultados para que possíveis melhorias possam ser aplicadas. Além disso, contamos com uma plataforma digital interna da Companhia, nosso workplace em que informações relacionadas aos diagnósticos de saúde dos colaboradores ficam disponíveis e mensalmente realizamos reuniões com as lideranças para implementar ações de aprimoramento dessa gestão.

Além disso, em todas as empresas do segmento de calçados, bolsas e acessórios contamos com as Cipas formadas e treinadas, bem como em cada loja própria contamos com uma pessoa responsável por representar a Cipa. Também realizamos reuniões da área de SESMT envolvendo representantes da Diretoria da Companhia e dos colaboradores, nesses encontros são apresentadas as demandas relacionadas a saúde e segurança, bem como questões referentes a melhoria dos ambientes de trabalho. As reuniões são mensais e ocorrem em todas as unidades da Arezzo&Co, todos os assuntos debatidos são encerrados apenas após um retorno da SESMT a todos os envolvidos.

Em 2021 realizamos treinamentos sobre o uso de Equipamento Individual de Segurança (EPI), manuseio de produtos químicos, integração de novos colaboradores e os DDS's abordando assuntos relevantes como a covid-19 e a importância do uso correto de EPI's.

## COMUNICAÇÕES SOBRE SAÚDE E SEGURANÇA- RESERVA

Todos os novos colaboradores das marcas do Grupo Reserva, passam por treinamento em saúde e segurança, em 2021, contamos com 240 novas pessoas capacitadas.

Além disso, para engajar nossos times sobre o tema, realizamos comunicações referentes à covid-19, Setembro Amarelo, Outubro Rosa, Novembro Azul e informações diversas sobre o "Pra Ser Cuidado" (saiba mais sobre o programa na [página 94](#)).

## ACIDENTES RELACIONADOS AO TRABALHO

### GRI 403-9

Os principais tipos de acidentes e de lesões relacionadas à operação dos segmentos da Companhia no setor de calçados, bolsas e acessórios são pequenos cortes e acidentes de trajeto, quando registramos essas ocorrências também realizamos treinamentos específicos e toda ferramenta cortante possui identificação individual para alertar os colaboradores quanto ao seu manuseio.

Como resultado de nossas ações para garantir a segurança de nossas equipes, em 2021 tivemos uma diminuição de 60%, em relação a 2019, no número de acidentes e lesões relacionadas ao trabalho nas operações mapeadas.

Nossa taxa de acidentes e lesões foi calculada pela média da taxa de todas as nossas operações e aumentou porque reflete o aumento de colaboradores, horas trabalhadas, expansão das operações e da produção.

Em relação aos colaboradores terceirizados, apenas exigimos das empresas parceiras documentos relacionados à conformidade com SST. A partir de 2022 implantaremos a Gestão de Terceiros para as empresas prestadoras de serviços.

## TAXAS E NÚMEROS DE SAÚDE E SEGURANÇA DOS COLABORADORES

	2019	2020	2021
Nº de óbitos como resultado de lesões relacionadas ao trabalho	0	0	0
Taxa de óbitos como resultado de lesões relacionadas ao trabalho	0	0	0
Número de lesões relacionadas ao trabalho de alta consequência (excluindo óbitos)	0	0	0
Taxa de lesões relacionadas ao trabalho de alta consequência (excluindo óbitos)	0	0	0
Número de acidentes e lesões relacionadas ao trabalho reportáveis	35	18	14
Taxa de acidentes e lesões relacionadas ao trabalho reportáveis	0,43	0,24	1,4

Nas operações do Grupo Reserva tivemos apenas três acidentes de trabalho em 2021 e nenhum registro de colaborador com doença profissional. A partir de 2022 também consolidaremos os números AR&Co na base dos resultados da Companhia como um todo.



# DIVERSIDADE E INCLUSÃO

GRI 3-3

**Ser diversa e inclusiva faz parte da essência da Arezzo&Co. Somos movidos pela paixão, que conecta múltiplos perfis e estilos em uma só empresa. A diversidade presente em nossas campanhas também está dentro da nossa Organização.**

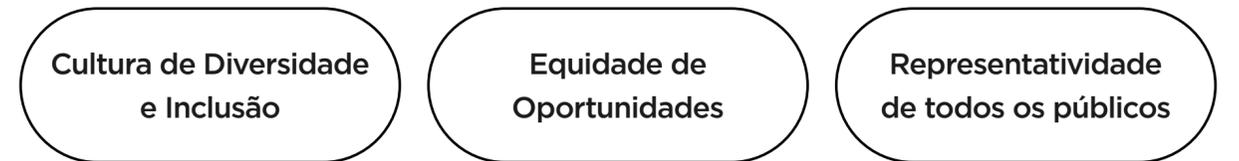
Somos uma Companhia com pessoas de etnias, culturas, gêneros e estilos de vida diferentes. Todas são bem-vindas e trabalhamos para ser referência no setor nesse sentido. Contamos com uma Política de Diversidade, desde 2019, para nortear nosso compromisso e esforço em promover uma cultura corporativa diversa e inclusiva.

Com a formalização do nosso Comitê de Diversidade em 2020, formado por pessoas de diversas áreas e níveis hierárquicos, temos evoluído em nossa gestão para a diversidade e inclusão, buscando oferecer, a todos, equidade no acesso às oportunidades.

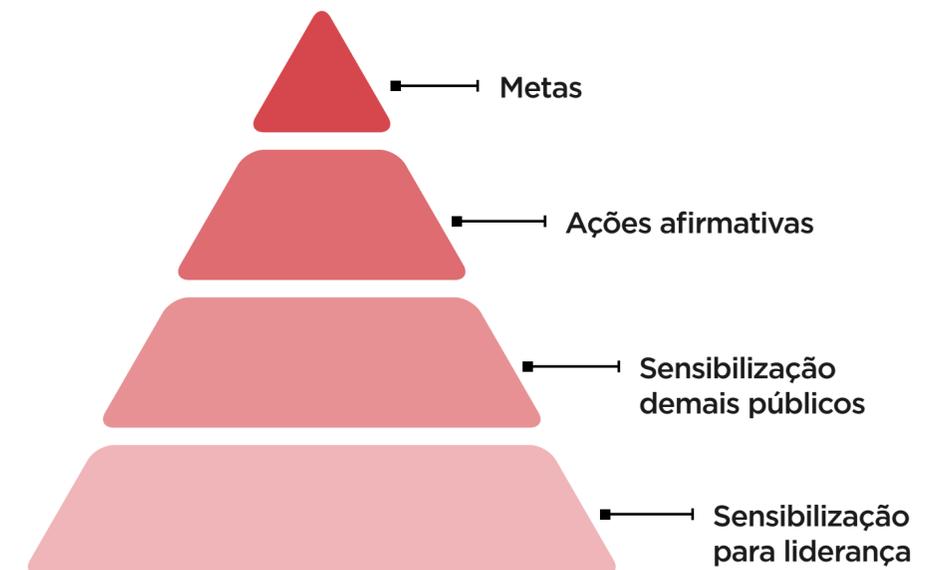
Em agosto de 2021, foi aprovada nossa Estratégia de Diversidade, onde nos comprometemos, formalmente, a instaurar práticas para fomentar a inclusão e o respeito à diversidade, em todas as nossas áreas, e junto aos nossos parceiros nos próximos anos, contemplando o engajamento com formação e sensibilização da liderança e demais públicos, ações afirmativas e metas.

Nossa estratégia está pautada em 3 pilares e estruturada em quatro frentes de ação

## PILARES



## FRENTES DE ATUAÇÃO



Nossos materiais de comunicação interna incorporam essa estratégia, para garantir o engajamento e incorporação de toda a Arezzo&Co na cultura da diversidade. Como avanços nesse tema, já em 2021, podemos destacar:

- Firmamos parceria com o **Instituto Identidades do Brasil** (ID\_BR), que passou a nos apoiar na capacitação e contratação de pessoas;
- Passamos a usar linguagem neutra nos materiais de comunicação interna, buscando aumentar a representatividade e acolhimento de todos;
- Realizamos um primeiro censo de diversidade voluntário;
- Criamos uma **Cartilha de Diversidade**, focada na formação dos nossos colaboradores, para fomentar um ambiente cada vez mais inclusivo na Arezzo&Co;
- Promovemos dois encontros de formação para todo o varejo das marcas Arezzo, incluindo franquias, com o tema Diálogos Abertos: Caminhos para acolher a diversidade e combater o preconceito, no lançamento da cartilha com mais de 1.100 acessos e quase 10 mil pessoas online.
- Criamos ações de educação e de sensibilização temática, com base no calendário nacional de diversidade;
- Realizamos uma campanha do Dia dos Namorados com casais diversos, contemplando a representatividade de pessoas com síndrome especial, casais héteros e homoafetivos.

## TREINAMENTO EM DIVERSIDADE

GRI 412-2

Nosso treinamento foi destinado aos colaboradores do varejo das lojas do segmento de calçados, bolsas e acessórios.



3

total de horas oferecidas



1.208

participantes diretos

**Público**

84%

franqueados

16%

lojas próprias

## CARTILHA DE DIVERSIDADE

Com o apoio de uma consultoria especializada em gestão ESG e estratégias de impacto socioambiental, lançamos em dezembro de 2021, nossa Cartilha de Diversidade.

O foco do documento é promover a capacitação, o entendimento de toda a Arezzo&Co sobre o tema, e alinhar o comportamento de todos os nossos colaboradores à nossa cultura, que não tolera discriminação de nenhum tipo.

Além de apresentar nossos compromissos e canais para fomentar o comportamento ético e inclusivo na Companhia, a cartilha traz um guia temático de conceitos e condutas para sensibilizar nossas equipes. O material tem linguagem simples, com exemplos práticos aplicáveis ao cotidiano. Os temas abordados contemplam:

- **Raças:** conscientiza e estimula uma cultura antirracista;
- **Gêneros e orientação sexual:** promove o entendimento, a equidade de gêneros e combate à homofobia;
- **Pessoas com deficiência:** apresenta um panorama desse grupo e combate o capacitismo;
- **Gerações:** fomenta a importância da diversidade etária no ambiente de trabalho;
- **Culturas e crenças:** combate as intolerâncias culturais e religiosas em nossa sociedade;
- **Corpos:** apresenta a diversidade de corpos e a importância do respeito e dos movimentos de autoaceitação contra padrões estéticos não inclusivos.

Leia a cartilha na íntegra [aqui](#).

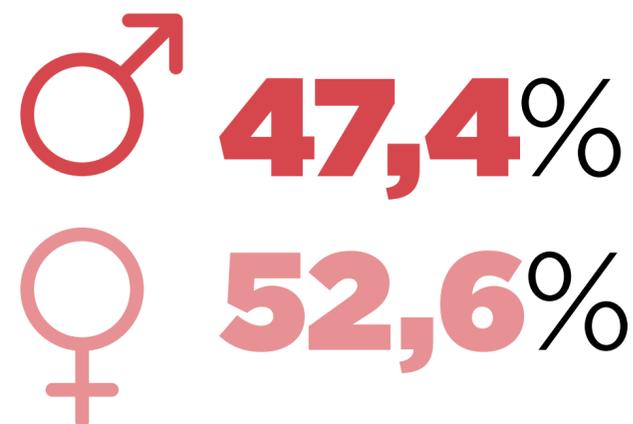
## DIVERSIDADE DE GÊNERO NA LIDERANÇA

GRI 405-1 | SASB CG-MR-330a.1

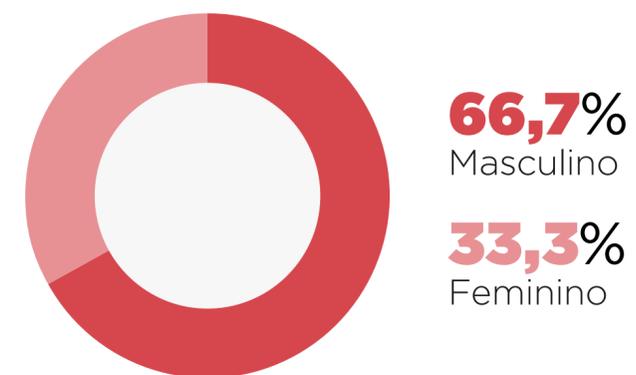
Grande parte dos nossos produtos é direcionada ao público feminino, com isso entendemos que a representatividade das mulheres em nossos cargos de gestão é fundamental para a Companhia.

Nossa liderança, contemplando os times da Arezzo&Co do segmento de calçados, bolsas e acessórios e o Grupo Reserva, conta com 608 pessoas, dentre elas 52,6% são mulheres.

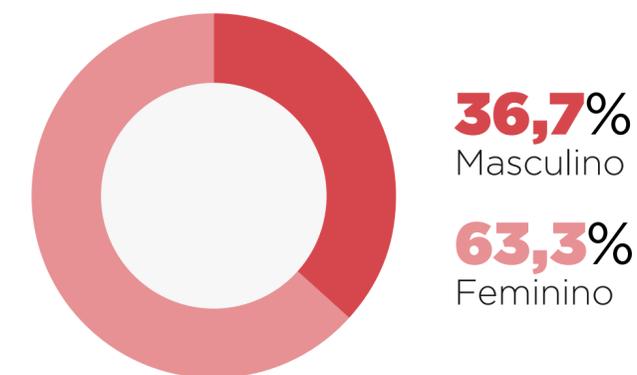
## PERFIL DA LIDERANÇA POR GÊNERO



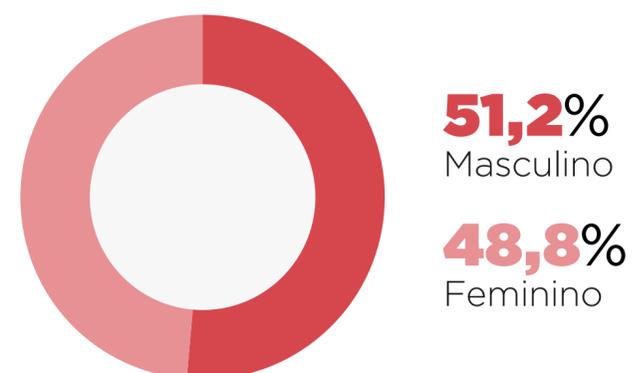
DIRETORIA EXECUTIVA



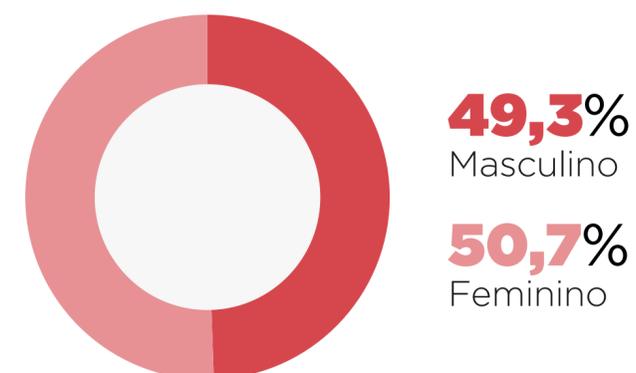
COORDENADORES



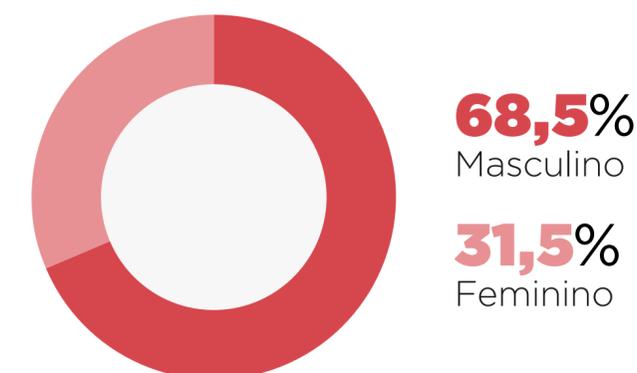
DIRETORIA\*



GERÊNCIA



SUPERVISORES

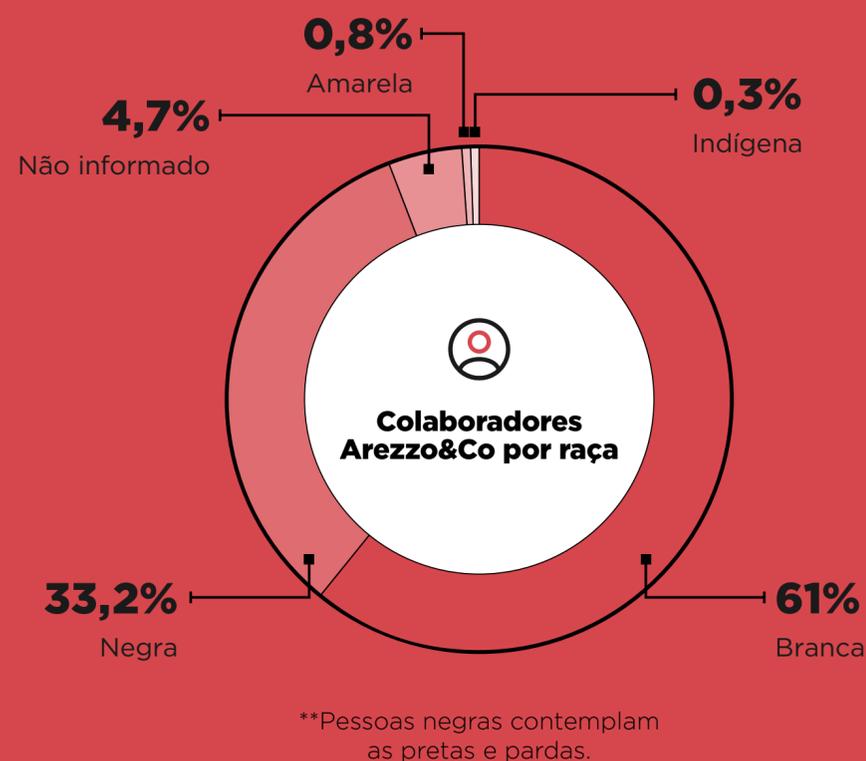


\*Estão contemplados os 5 gestores de marca do Grupo Reserva.

# REPRESENTATIVIDADE RACIAL

GRI 405-1 | SASB CG-MR-330a.1

A composição racial dos nossos colaboradores é de 61% de pessoas brancas e em seguida, a maior representatividade é das pessoas negras, compondo 33,2% das nossas equipes.



Em 2022, pretendemos implementar ações afirmativas para aumentar a representatividade de grupos minorizados em nossas equipes (saiba mais na [página 98](#)).



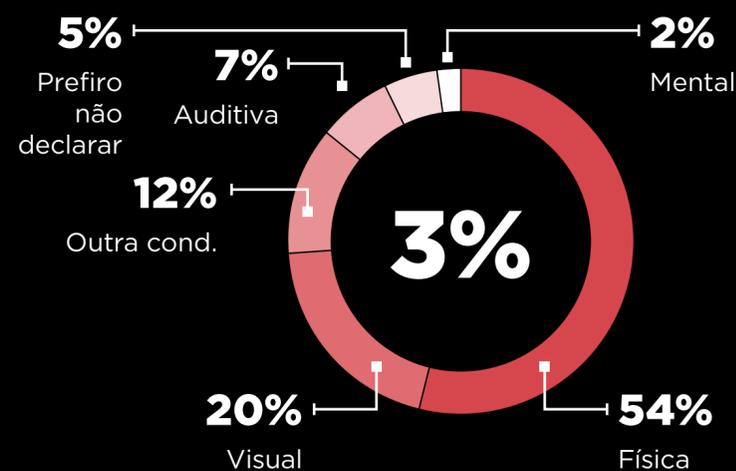
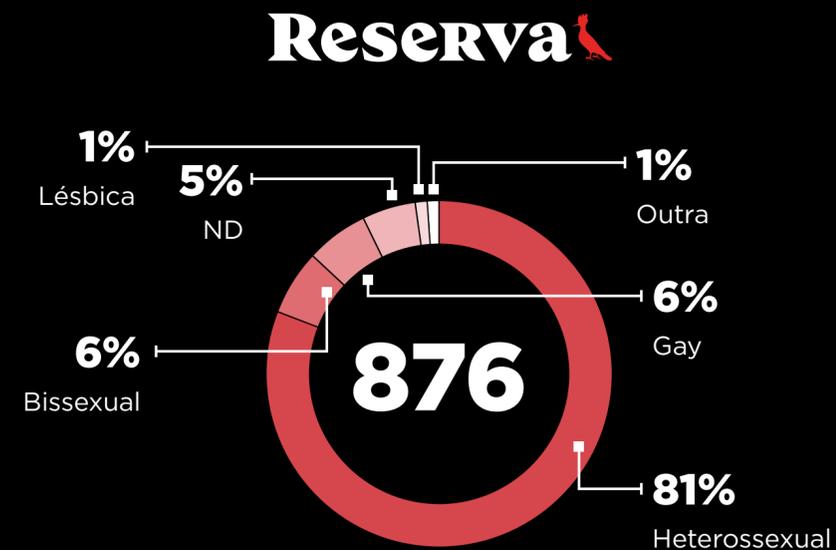
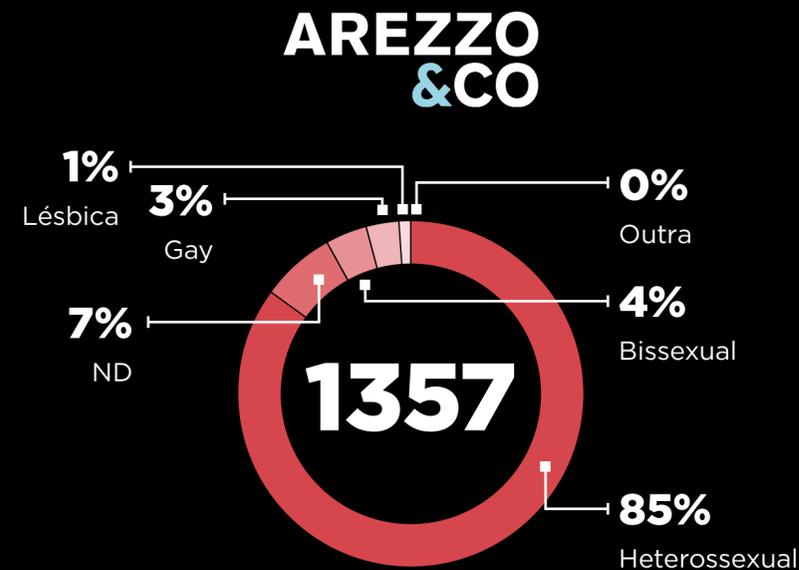
COLABORADORES POR RAÇA E CARGO - SEGMENTO DE CALÇADOS, BOLSAS E ACESSÓRIOS E RESERVA.

CARGO	RAÇA				
	Amarela	Branca	Indígena	Não informada	Negra
Analistas	0,09%	6,87%	0,02%	0,21%	1,80%
Assistentes	0,12%	10,77%	0,03%	0,21%	8,69%
Coordenadores	0,02%	4,61%	0,00%	0,07%	0,64%
Diretores	0,00%	0,57%	0,00%	0,00%	0,00%
Especialistas	0,00%	0,88%	0,02%	0,03%	0,19%
Gerentes	0,03%	2,84%	0,02%	0,05%	0,55%
Outros	0,57%	33,07%	0,21%	0,99%	21,17%
Supervisores	0,00%	0,71%	0,00%	0,02%	0,24%
Consultores	0,03%	0,75%	0,02%	0,00%	0,12%
Aprendizes	0,00%	1,87%	0,02%	0,05%	0,81%

## ORIENTAÇÃO AFETIVO-SEXUAL

### DIVERSIDADE NOS NOSSOS TIMES

Em julho de 2021, realizamos um censo de diversidade com os colaboradores do segmento de calçados, bolsas e acessórios da Arezzo&Co e os colaboradores do Grupo Reserva. A seguir, apresentamos os dados autodeclarados pelos participantes da pesquisa contemplando as categorias de orientação afetivo sexual e PcD's.



### PcD's

Durante o período do censo, o Grupo Reserva não contava com colaboradores PcD's, ao final de 2021 seis colaboradores foram contratados, dentre eles, dois em caráter temporário.

**A adesão à pesquisa na Arezzo&Co foi 42,58% do total de colaboradores e no Grupo Reserva 84%.**

A representatividade LGBTQ nas marcas de calçados, bolsas e acessórios da Arezzo&Co corresponde a 8% do total e 14% na Reserva. No Brasil, esse grupo corresponde a 15% do total da população, portanto estamos muito próximos da média brasileira.

# PROGRESSO E DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL

GRI 3-3 | 2-29

**Para garantir um bom desempenho do nosso quadro de colaboradores e um ambiente favorável para que todos alcancem seu pleno potencial, atuamos na capacitação constante das nossas equipes, alinhados ao propósito da Arezzo&Co.**

Um destaque em 2021 foi a formação de lideranças, buscando aprimorar suas competências de gestão de pessoas e relacionamentos na integração entre áreas e líderes diversos. Para isso, nas formações da liderança mesclamos as turmas, com pessoas de setores diferentes, como oportunidade de interação, aprendizado e maior conexão entre eles.

Além disso, em 2021 investimos nos treinamentos motivacionais focados nas equipes de varejo, para alcançar melhores resultados de vendas, integração e conexão do suporte para todas as lojas de marcas próprias da nossa Rede.

## TREINAMENTO DO VAREJO COM FOCO NA PERFORMANCE DAS FRANQUIAS E LOJAS PRÓPRIAS



100% do time de vendas participa anualmente de três convenções de vendas online, para alinhar o discurso e garantir a motivação ao início de cada coleção.



Programa de apoio e serviços, para auxiliar franqueados em metas de venda e rentabilidade.



Programas de treinamento recorrentes em produtos, tendências de moda, técnicas de venda, gerenciamento de lojas, T.I., entre outros.



Investimentos em *visual merchandising*, trade marketing, ambientação e treinamento.

### EDUCAÇÃO, INOVAÇÃO E PROPÓSITO

As marcas AR&Co do Grupo Reserva têm uma escola própria de treinamentos aberta a todos os colaboradores: a **Escola de Rebeldia**, um núcleo educacional com foco em varejo, inovação e propostas disruptivas. É uma escola de negócios para incentivar o empreendedorismo na teoria e na prática, para obtenção de bons resultados. Além disso, possuem o Programa de Notáveis, que abre a possibilidade de participação societária aos colaboradores que apresentam desempenho acima da média.

Para conhecer a Escola de Rebeldia [acesse o site](#).

## PROGRAMA DE INCENTIVO EDUCACIONAL

### GRI 404-2

A partir de novembro de 2021, a Arezzo&Co implementou um programa de incentivo à educação para os colaboradores CLT do segmento de calçados, roupas e acessórios, com no mínimo um ano de trabalho na Companhia. Esse programa foi proposto buscando a aceleração de talentos, a atualização em assuntos estratégicos, inovação tecnológica e desenvolvimento dos colaboradores para aprimorar o desempenho de suas atividades. O orçamento contempla o subsídio de incentivo educacional de até R\$ 1.042 (mil e quarenta e dois reais) por mês ou R\$ 12.500 (doze mil e quinhentos reais) anuais, por participante, para Cargos de Especialistas e Lideranças.

**Além disso o orçamento também contempla o subsídio de incentivo educacional de até R\$ 883 (oitocentos e oitenta e três reais) por mês ou R\$ 10.000 (dez mil reais) anuais por participante, para os demais cargos.**

O Grupo Reserva também tem parcerias com diversas Universidades, com programas voltados aos colaboradores que oferecem de 7 a 55% de desconto em mensalidades de graduação e pós-graduação. Além de contar com um departamento específico para treinamento de colaboradores, a Escola de Rebeldia (saiba mais na [página 103](#)), e uma produtora interna, o que reduz os investimentos com parceiros externos para capacitação. Ainda assim, a média geral de investimento é de R\$ 15,96 por colaborador. Para 2022, a expectativa é de que esse número seja de, no mínimo, R\$ 79,18 por colaborador.

## AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO – ESTILO AREZZO&CO DE SER E FAZER

### GRI 404-3

Nas operações da Arezzo&Co do segmento de calçados, bolsas e acessórios contamos com o Ciclo de Gente, um processo que estimula o reconhecimento, a meritocracia e o desenvolvimento das nossas pessoas.

Esse processo é realizado com base nos nossos princípios e comportamentos, que manifestam nosso estilo de SER, e com base nos resultados da *Performance Balanced Scorecard* (BSC) – uma metodologia de gestão que se baseia em quatro perspectivas principais: processos internos, aprendizagem e crescimento, clientes e financeiro – que manifestam o nosso estilo de FAZER.

Os comportamentos e performance BSC nos orientam a trabalhar de forma alinhada com a Cultura Arezzo&Co e direcionam nossos objetivos. Para isso, realizamos uma Avaliação 360º, esse processo nos permite ter uma visão ampla do colaborador por meio de diversos pontos de vista, contando com a avaliação do seu gestor imediato, dos pares, do time e uma autoavaliação. Nossa Avaliação de Desempenho acontece anualmente e é um processo independente.

#### Área/Setor Cargos que realizam Avaliação de Desempenho

Corporativo	CEO/CCO, Diretores executivos, Diretores, Gerentes, Coordenadores e Supervisores Adm. Supervisores Prod. Amostras, Consultores, Especialistas, Analistas e Assistentes
Fábrica	Gerentes
Logística	Gerentes, Coordenadores, Supervisores e analistas e assistentes.

#### Nosso processo de avaliação consiste nas seguintes etapas:

- Avaliação, *Feedback*.
- Plano de Desenvolvimento Individual (PDI).
- Calibragem com os Diretores Executivos, Diretores e Gerentes.
- Mapa de Sucessão com Diretores Executivos, Diretores e Gerentes.

Após o processo de calibragem e mapa de sucessão formalizado, temos insumos para nortear os próximos passos e desenvolvimento profissional do colaborador dentro da Companhia.

## AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO – RESERVA

O programa de aperfeiçoamento de competências dos colaboradores e de assistência para transição de carreira do Grupo Reserva conta com um *assessment* que, a partir do resultado do fit cultural, avaliação de desempenho e histórico dos colaboradores na companhia, seleciona pessoas que se destacaram para ingressarem em um programa de treinamento e assessoria para aprimoramento de competências e treinamento para liderança.

Todos os colaboradores da Reserva realizam avaliação de desempenho, o modelo de *feedback* contínuo aplica-se a 100% dos colaboradores e após completarem seis meses de trabalho, os colaboradores se tornam elegíveis à avaliação de desempenho e fit cultural.

## COLABORADORES RESERVA MÉDIA DE TREINAMENTO

**2,7h** por colaborador

### DESENVOLVIMENTO DA LIDERANÇA

Em 2021, realizamos algumas ações focadas no desenvolvimento das nossas lideranças, dentre elas podemos destacar as seguintes ações:

- Formação do GPTW- Líder for all.
- Palestra com o consultor e professor de empreendedorismo, cultura da liderança e gestão de pessoas, Rogério Chér.
- Ciclo de desenvolvimento de lideranças com a Provoko.
- Formação dos Líderes para a transformação digital.
- Formação básica sobre questões jurídicas trabalhistas.
- Capacitação “ESG na prática: proteção e geração de valor”.

### TREINAMENTO CONSTANTE

#### GRI 404-1

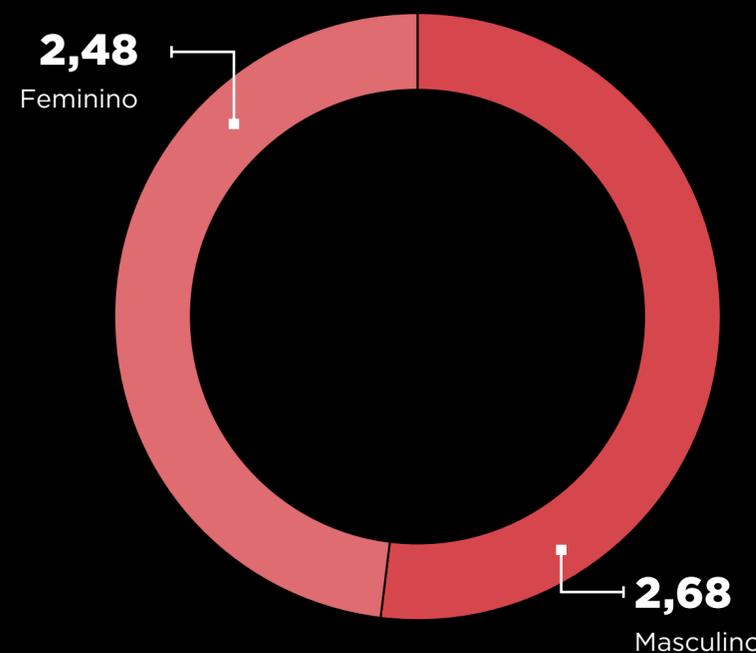
Com parcerias internas e externas, estimulamos o protagonismo e o desenvolvimento profissional dos nossos colaboradores. Ao todo foram realizados 466 treinamentos em 2021 com os colaboradores das operações do segmento de calçados, bolsas e acessórios, com foco em gestão, institucional, comportamental, processos e ferramentas, saúde e bem-estar e temas gerais, voltados às unidades operacionais: fábrica, corporativo e varejo.



**1.475:58:00**

Total de horas de treinamento oferecidas em 2021

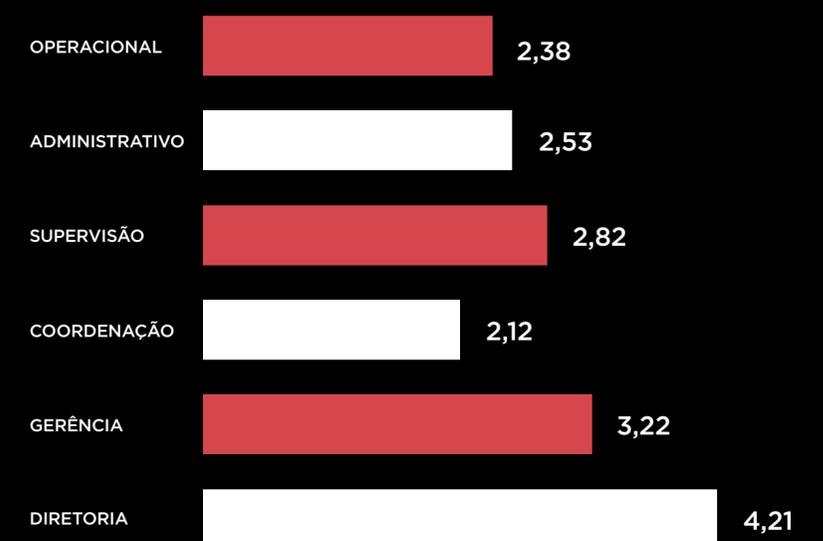
#### MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO, POR GÊNERO



**R\$430,66**

Média de Investimento por colaborador

#### MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO, POR CATEGORIA FUNCIONAL



\*Dados contemplam apenas colaboradores do segmento de calçados, bolsas e acessórios.



# FUTURO

**A pandemia da covid-19 foi um divisor de águas para a Arezzo&Co, aceleramos nossas transformações e conseguimos finalizar o ano de 2021 com resultados que garantem a sustentação e expansão dos nossos negócios.**

O ano de 2022 será marcado pela celebração dos nossos 50 anos de história e, para fortalecer ainda mais essa trajetória, focaremos nossos esforços no crescimento orgânico das nossas marcas através de novas categorias de produtos, expandiremos nossa presença na rede de lojas físicas, investiremos nas frentes digitais principalmente na área de logística e *sourcing* para potencializar nossos negócios, daremos continuidade à expansão do mercado norte-americano e trabalharemos para o crescimento inorgânico diligente através de novos M&A e licenciamento.

Nosso planejamento estratégico para alcançar novos segmentos do mercado irá focar na expansão da nossa atuação no segmento de vestuário. Lançaremos a linha de roupas da Schutz, para que junto às marcas AR&CO, esse segmento ganhe relevância em nosso faturamento e, futuramente, 50% da nossa receita venha das peças de roupas.

Seguiremos trabalhando para direcionar nossa expertise à perenidade dos negócios, seguindo o nosso mantra:

**RUMO A 2154!**



7

# ANEXOS

# ÍNDICE GRI

NORMAS UNIVERSAIS		REFERÊNCIA (PÁGINA) / RESPOSTA DIRETA
CONTEÚDOS GERAIS		
<b>A ORGANIZAÇÃO E SUAS PRÁTICAS DE RELATO</b>		
<b>2-1</b>	Detalhes da organização	A Arezzo Indústria e Comércio S.A. é uma sociedade anônima de capital aberto, com sede em Belo Horizonte (MG). Mais detalhes nas págs. 09 e 13
<b>2-2</b>	Entidades incluídas nos relatórios de sustentabilidade da organização (Escopo de Controladas)	Págs. 09 e 13
<b>2-3</b>	Período de relato, frequência e ponto de contato	1º de janeiro de 2021 a 31 de dezembro de 2021. Frequência de publicação anual. Mais detalhes na página 05
<b>2-4</b>	Reformulações de informações	Pág 39
<b>2-5</b>	Verificação externa	Como forma de consolidar a transparência de nossos relatos a diretoria de sustentabilidade da Arezzo&co contratou a KPMG Assessores Ltda, auditoria externa independente, a qual possui experiência global em serviços de sustentabilidade, para verificação do Relatório Anual de Sustentabilidade e Inventário de gases de efeito estufa de 2021. A verificação foi realizada com base no padrão GRI, em nível essencial e verificação limitada.
<b>ATIVIDADES E EMPREGADOS</b>		
<b>2-6</b>	Atividades, cadeia de valor e outras relações comerciais	Pág. 09
<b>2-7</b>	Empregados	Os dados apresentados contemplam apenas os colaboradores da Arezzo&Co, pois até dezembro de 2021 os colaboradores AR&Co ainda não haviam sido incorporados na base geral da Companhia. As informações detalhadas estão nas páginas 09 e 88.
<b>2-8</b>	Trabalhadores que não são empregados	Não contamos com trabalhadores que não são empregados.
<b>GOVERNANÇA</b>		
<b>2-9</b>	Estrutura de governança e composição	Págs 45 e 46
<b>2-10</b>	Nomeação e seleção do Conselho	Pág. 46
<b>2-11</b>	Presidente do Conselho	O Presidente do Conselho não possui funções executivas na Companhia.
<b>2-12</b>	Papel do Conselho na gestão dos impactos	Pág. 47
<b>2-13</b>	Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	A Companhia possui o Comitê de Sustentabilidade para discussão de pautas estratégicas relacionadas ao tema. Saiba mais nas páginas 39, 41 e 47.
<b>2-14</b>	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	O Presidente do Conselho foi entrevistado previamente na apuração dos temas que seriam abordados neste relatório e o Conselho de Administração é responsável por revisar e aprovar as informações do Relato de Sustentabilidade, bem como os tópicos materiais.
<b>2-15</b>	Conflito de Interesses	Conforme indicado no item 12.3 do Formulário de Referência, adotamos as formas de identificação e administração de conflitos de interesses dispostas na Lei das S.A., não possuindo regras específicas para a identificação e administração de tais conflitos, uma vez que consideramos as disposições legais suficientes.

NORMAS UNIVERSAIS		REFERÊNCIA (PÁGINA) / RESPOSTA DIRETA
<b>2-16</b>	Comunicação de preocupações críticas	Pág. 51
<b>2-17</b>	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Págs 39 e 47
<b>2-18</b>	Avaliação de desempenho do Conselho	Pág. 47
<b>2-19</b>	Políticas de remuneração	Pág. 48
<b>2-20</b>	Processo para determinação da remuneração	Pág. 48
<b>2-21</b>	Proporção da remuneração total anual	Razão para omissão: dado confidencial.
<b>405-1</b>	Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade	Págs. 46, 88, 100 e 101
<b>ESTRATÉGIA, POLÍTICAS E PRÁTICAS</b>		
<b>2-22</b>	Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável	Pág. 39
<b>2-23</b>	Políticas de compromissos	Págs. 40, 41 e 49
<b>2-24</b>	Incorporando as políticas de compromissos	Pág. 49
<b>2-25</b>	Processos para remediar impactos negativos	Pág. 49
<b>2-26</b>	Mecanismos para buscar orientação e expor preocupações	Pág. 49
<b>2-27</b>	Conformidade com leis e regulamentos	Informação indisponível de maneira consolidada e, portanto, não reportada.
<b>2-28</b>	Participação em associações	A Arezzo&Co participa de projetos ou comissões da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados), Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro Calçados e Artefatos (Assintecal) e Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX).
<b>ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS</b>		
<b>2-29</b>	Abordagem para o engajamento de <i>stakeholders</i>	<b>Colaboradores</b> (Pág. 86), <b>Fornecedores</b> (Pág. 53), <b>Franqueados</b> (Pág. 59), <b>Clientes</b> (Págs. 27 e 60), <b>Investidores</b> (Pág. 44), <b>Comunidades</b> (Pág. 63).
<b>TÓPICOS MATERIAIS</b>		
<b>3-1</b>	Processo para determinar os tópicos materiais	A materialidade foi definida em 2020, a partir da consulta de <i>stakeholders</i> e da análise de documentos, priorizando temáticas com maior potencial de impacto no negócio. Saiba mais na Pág. 39
<b>3-2</b>	Lista de tópicos materiais	A principal mudança em relação ao ano anterior sobre os tópicos materiais foi a junção dos temas materiais da Arezzo&Co com os da Reserva. Para consolidar a Materialidade do Grupo Reserva e da Arezzo&Co, fizemos um estudo considerando um <i>benchmark</i> com pares do setor e com os principais índices de sustentabilidade do mundo. Mais informações na página 39
<b>3-3</b>	Gestão de tópicos materiais	<b>Governança Corporativa</b> (Pág. 44), <b>Sustentabilidade na cadeia de valor</b> (Pág. 53), <b>Matérias-primas responsáveis</b> (Pág. 68), <b>Cultura ESG</b> (Pág. 60), <b>Progresso no desenvolvimento de pessoas</b> (Pág. 103), <b>Diversidade e Inclusão</b> (Pág. 98), <b>Responsabilidade Social</b> (Pág. 63), <b>Operação Ecoeficiente</b> (Pág. 76).

NORMAS ESPECÍFICAS		REFERÊNCIA (PÁGINA) / RESPOSTA DIRETA
<b>CONTEÚDOS ECONÔMICOS</b>		
<b>DESEMPENHO ECONÔMICO</b>		
<b>201-1</b>	Valor econômico direto gerado e distribuído	Págs. 9, 34 e 63
<b>IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS</b>		
<b>203-1</b>	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Pág. 33
<b>203-2</b>	Impactos na economia local	Págs. 33 e 55
<b>PRÁTICAS DE COMPRA</b>		
<b>204-1</b>	Proporção de gastos com fornecedores locais	Pág. 53
<b>COMBATE À CORRUPÇÃO</b>		
<b>205-1</b>	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	A Companhia não possui uma matriz formalizada de riscos relacionados à corrupção, mas conta com Código de Conduta que apresenta diretrizes alinhadas às principais leis anticorrupção brasileiras e americana.
<b>205-3</b>	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Em 2021, a Companhia não obteve registros no Canal de Ética de situações de corrupção classificadas como procedentes.
<b>CONTEÚDOS AMBIENTAIS</b>		
<b>MATERIAIS</b>		
<b>301-3</b>	Produtos e suas embalagens recuperados	Pág. 75
<b>ENERGIA</b>		
<b>302-1</b>	Consumo de energia dentro da organização	Pág. 77
<b>302-2</b>	Consumo de energia fora da organização	Pág. 77
<b>302-3</b>	Intensidade energética	Pág. 77
<b>302-4</b>	Redução do consumo de energia	Pág. 77
<b>ÁGUA E EFLUENTES</b>		
<b>303-2</b>	Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	Pág. 78
<b>303-3</b>	Captação de água	Pág. 78
<b>303-4</b>	Descarte de água	Pág. 78
<b>303-5</b>	Consumo de água	Pág. 78

NORMAS ESPECÍFICAS		REFERÊNCIA (PÁGINA) / RESPOSTA DIRETA
<b>EMISSÕES</b>		
<b>305-1</b>	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 80
<b>305-2</b>	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Pág. 80
<b>305-3</b>	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 80
<b>305-4</b>	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 80
<b>305-5</b>	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 80
<b>305-6</b>	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio (SDO)	
<b>RESÍDUOS</b>		
<b>306-1</b>	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	Pág. 81
<b>306-2</b>	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	Pág. 82
<b>306-3</b>	Resíduos gerados	Pág. 81
<b>306-4</b>	Resíduos não destinados para disposição final	Pág. 83
<b>306-5</b>	Resíduos destinados para disposição final	Pág. 83
<b>AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES</b>		
<b>308-1</b>	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Pág. 55
<b>CONTEÚDOS SOCIAIS</b>		
<b>EMPREGO</b>		
<b>2-30</b>	Acordos de Negociação coletiva	Págs. 88 e 90
<b>202-1</b>	Nível salarial	Os dados salariais só contemplam as operações no Brasil. Saiba mais na página 91.
<b>202-2</b>	Contratação Local	Em 2021 tivemos duas novas contratações locais para nossas Diretorias, ambos da região Sudeste, na cidade de São Paulo - SP, Brasil. Para atuar como Diretora de Marca e Diretor de e-commerce.
<b>401-1</b>	Novas contratações e rotatividade de empregados	Pág. 91. Não há informações disponíveis sobre rotatividade por idade, gênero e região.
<b>401-2</b>	Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	Pág. 93
<b>401-3</b>	Licença maternidade/paternidade	Pág. 93
<b>402-1</b>	Aviso sobre mudanças importantes	Pág. 93

NORMAS ESPECÍFICAS		REFERÊNCIA (PÁGINA) / RESPOSTA DIRETA
<b>405-2</b>	Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	Pág. 91
<b>SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO</b>		
<b>403-1</b>	Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Pág. 95
<b>403-2</b>	Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	Pág. 96
<b>403-3</b>	Serviços de saúde do trabalho	Pág. 96
<b>403-4</b>	Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	Pág. 96
<b>403-5</b>	Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	Pág. 96
<b>403-6</b>	Promoção da saúde do trabalhador	Pág. 95
<b>403-7</b>	Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	Pág. 96
<b>403-8</b>	Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Pág. 95
<b>403-9</b>	Acidentes de trabalho	Nossas taxas foram calculadas com base em 1.000.000 e consideramos a média entre as ocorrências de todas as nossas operações. Mais informações na página 97
<b>403-10</b>	Doenças profissionais	Pág. 96
<b>CAPACITAÇÃO E EDUCAÇÃO</b>		
<b>404-1</b>	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Pág. 105
<b>404-2</b>	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Pág. 104
<b>404-3</b>	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Pág. 104
<b>410-1</b>	Treinamento de seguranças em direitos humanos	A equipe de segurança contratada pela Companhia é terceirizada, não temos internamente o procedimento de treinamento da equipe de segurança. E as empresas as empresas terceiras com as quais temos contrato não possuem controle dos treinamentos realizados.
<b>412-2</b>	Treinamento em direitos humanos	Pág. 99
<b>NÃO DISCRIMINAÇÃO</b>		
<b>406-1</b>	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	O Canal de Ética da Companhia não segrega a tipologia dos casos registrados e atendidos, por isso não temos um levantamento quantitativo a respeito de casos de discriminação. Pretendemos atualizar nosso Canal e inserir a tipologia “discriminação” em 2022 para poder reportar esse dado futuramente.
<b>LIBERDADE SINDICAL E NEGOCIAÇÃO COLETIVA</b>		
<b>407-1</b>	Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	100% dos colaboradores da Companhia são cobertos pela CCT da categoria, portanto, não há risco.

NORMAS ESPECÍFICAS		REFERÊNCIA (PÁGINA) / RESPOSTA DIRETA
<b>TRABALHO INFANTIL</b>		
<b>408-1</b>	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Não há risco nas operações próprias, porém, identificamos riscos nas Operações de <i>Outsourcing</i> , na fabricação de produto acabado (calçados, bolsas e vestuário) por fábricas independentes. Para mitigar esse risco, implementamos o programa da ABVTEX e contratamos o SEBRAE para monitorar e apoiar a cadeia na gestão desse tema. Saiba mais nas páginas 57 e 58.
<b>TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO</b>		
<b>409-1</b>	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Não há risco nas operações próprias, porém, identificamos riscos nas Operações de <i>Outsourcing</i> , na fabricação de produto acabado (calçados, bolsas e vestuário) por fábricas independentes. Para mitigar esse risco, implementamos o programa da ABVTEX e contratamos o SEBRAE para monitorar e apoiar a cadeia na gestão desse tema. Saiba mais nas páginas 57 e 58.
<b>COMUNIDADES LOCAIS</b>		
<b>413-1</b>	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	Págs. 63, 64 e 93
<b>413-2</b>	Operações com impactos negativos significativos – reais e potenciais – nas comunidades locais	Págs. 63 e 76
<b>AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES</b>		
<b>414-1</b>	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Pág. 55
<b>PRIVACIDADE DO CLIENTE</b>		
<b>418-1</b>	Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	Pág. 32

# ÍNDICE SASB

CÓDIGO	MÉTRICA	REFERÊNCIA (PÁGINA) / RESPOSTA RETA
<b>CONDIÇÕES DE TRABALHO NA CADEIA DE FORNECIMENTO</b>		
<b>SASB CG-AA-430b.1</b>	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores <i>tier</i> 1 e (2) instalações de fornecedores além do <i>tier</i> 1 que foram auditadas por um código de conduta trabalhista, (3) porcentagem do total de auditorias realizadas por um auditor externo	Atualmente a Companhia realiza a gestão dos subcontratados das ZZSAP's, para o ano de 2022 iniciaremos a gestão dos subcontratados dos demais fornecedores de produto acabado. Informações complementares ao indicador estão nas páginas 55 e 57.
<b>SASB CG-AA-430b.2</b>	Taxa de não conformidade prioritária e taxa de ação corretiva associada para auditorias do código de conduta do trabalho dos fornecedores.	Pág. 55
<b>SASB CG-AA-430b.3</b>	Descrição dos maiores (1) riscos trabalhistas e (2) riscos ambientais, de saúde e de segurança na cadeia de fornecimento	A Companhia não pode assegurar a regularidade e legalidade da atuação de seus fornecedores, prestadores de serviços e parceiros de <i>marketplace</i> , incluindo em relação às condições e práticas de trabalho, contratados e subcontratados, sustentabilidade, respeito ao meio ambiente e segurança. Conforme descrito no item 4.1 do Formulário de Referência - Descrição dos Fatores de Riscos. Para ler o documento na íntegra acesse: <a href="https://ri.arezoco.com.br/informacoes-financeiras/documentos-cvm/">https://ri.arezoco.com.br/informacoes-financeiras/documentos-cvm/</a>
<b>COLABORADORES</b>		
<b>SASB CG-MR-310a.1</b>	(1) Salário médio por hora e (2) porcentagem de funcionários da loja ganhando salário-mínimo, por região	Salário médio por hora: R\$ 16,98.
<b>SASB CG-MR-310a.2</b>	(1) Taxa de rotatividade voluntária e (2) involuntária para funcionários da loja	Pág. 90
<b>SASB CG-MR-330a.1</b>	Porcentagem de gênero e grupo racial / étnico representado na Alta Gestão e nos outros colaboradores	Págs. 88, 100 e 101
<b>SEGURANÇA DE DADOS DOS CLIENTES</b>		
<b>SASB CG-MR-230a.1</b>	Descrição da abordagem para identificar e apontar os riscos de segurança de dados	Pág. 32
<b>SASB CG-MR-230a.2</b>	(1) Número de violações de dados, (2) porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal (PII), (3) número de clientes afetados	Pág. 32
<b>GESTÃO DAS EMBALAGENS</b>		
<b>SASB CG-MR-410a.3</b>	Discussão de estratégias para reduzir o impacto ambiental da embalagem	Pág. 75
<b>GESTÃO DA ENERGIA</b>		
<b>SASB CG-MR-130a.1</b>	(1) Energia total consumida, (2) porcentagem da rede eletricidade, (3) porcentagem renovável	Pág. 77
<b>GESTÃO DA ÁGUA</b>		
<b>SASB CG-AA-430a.1</b>	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores <i>tier</i> 1 e (2) instalações de fornecedores além do <i>tier</i> 1 em conformidade com as licenças de descarte de águas residuais e/ou acordo contratual.	A Companhia não monitora este ponto específico, apenas a existência e validade de licença, não analisando condicionantes.
<b>GESTÃO AMBIENTAL DOS FORNECEDORES</b>		
<b>SASB CG-AA-430a.2</b>	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores <i>tier</i> 1 e (2) instalações de fornecedores além do <i>tier</i> 1 que completaram a avaliação do Módulo Ambiental de Instalações Higg Facility (Higg FEM) da Sustainable Apparel Coalition ou uma avaliação de dados ambientais equivalente	A Companhia não aplica Higg na cadeia e não exige este protocolo dos fornecedores.
<b>MÉTRICAS DE ATIVIDADE</b>		
<b>SASB CG-AA-000.A</b>	Número de (1) fornecedores <i>tier</i> 1 e (2) fornecedores além do <i>tier</i> 1.	Pág. 53
<b>SASB CG-MR-000.A</b>	Número de locais de varejo e centros de distribuição	Pág. 10

# MAPA DE CAPITAIS

## NATURAL

PÁG. 52

PÁG. 67

## SOCIAL E DE RELACIONAMENTO

PÁG. 43

PÁG. 52

PÁG. 67

PÁG. 85

## INTELECTUAL

PÁG. 03

PÁG. 08

PÁG. 85

## MANUFATURADO

PÁG. 08

PÁG. 52

## HUMANO

PÁG. 03

PÁG. 08

PÁG. 43

PÁG. 85

PÁG. 52

## FINANCEIRO

PÁG. 08

PÁG. 43

PÁG. 67

# MAPA DE ODS



**Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar, melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável**

- Promover ações de Impacto Social. Págs. 64, 65 e 66



**Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todas e todos, em todas as idades**

- Fomentar a Diversidade e Inclusão na Arezzo&Co. Pág. 98
- Promover a geração de valor para Comunidades. Pág. 63



**Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todas e todos**

- Promover o desenvolvimento dos colaboradores. Pág. 98
- Capacitar lideranças e colaboradores sobre diversidade e Inclusão. Pág. 99



**Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas**

- Garantir a equidade de gênero na Alta liderança. Págs. 46 e 100
- Promover a equidade nas condições de emprego, para mulheres e grupos minorizados. Págs. 101 e 102



**Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia para todas e todos**

- Consumir energia de fontes renováveis. Pág. 77



**Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos**

- Criar oportunidade de trabalho diretos e indiretos Pág. 88
- Apoiar o desenvolvimento e monitorar dos nossos fornecedores. Pág. 55
- Promover o crescimento econômico sustentável. Pág. 34

# MAPA DE ODS



## Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação

- Fomentar a Transformação Digital para gerar valor aos nossos clientes. Pág. 27
- Investir em plataformas digitais que apoiem a circularidade. Pág. 73



## Reduzir a desigualdade dentro dos Países e entre eles

- Implementar estratégias para fomentar a Diversidade e Inclusão na Arezzo&Co. Pág. 98



## Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis

- Garantir o uso de Matérias-primas responsáveis e menos impactantes em nossas operações. Pág. 68
- Implementar mecanismos para promover a circularidade. Pág. 72
- Promover a Cultura ESG para nossos Clientes. Pág. 60



## Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável

- Produzir embalagens com matérias-primas que conservem os oceanos. Pág. 75



## Tomar medidas urgentes para combater a mudança climática e seus impactos

- Assegurar a estratégia de monitoramento e redução das emissões. Pág. 79
- Comercializar produtos carbono neutro. Pág. 61
- Implementar estratégias para a gestão dos resíduos. Pág. 76



## Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis

- Manter altos padrões de Governança Corporativa Pág. 44

# CARTA DE ASSEGURAÇÃO

KPMG Assessores Ltda.

Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos, 105, 6º andar - Torre A

04711-904 - São Paulo/SP - Brasil

Caixa Postal 79518 - CEP 04707-970 - São Paulo/SP - Brasil

Telefone +55 (11) 3940-1500

kpmg.com.br

## Relatório de verificação limitada dos auditores independentes

Ao Conselho de Administração e Acionistas

**Arezzo Indústria e Comércio S.A.**

São Paulo - SP

### Introdução

Fomos contratados pela Arezzo Indústria e Comércio S.A. (“Arezzo” ou “Companhia”) com o objetivo de aplicar procedimentos de verificação limitada sobre as informações de sustentabilidade divulgadas no “Relatório Anual 2021” (“Relatório”) acompanhadas a esse relatório, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2021.

### Responsabilidades da administração da Arezzo

A administração da Arezzo é responsável pela elaboração e apresentação de forma adequada das informações de sustentabilidade divulgadas no “Relatório Anual 2021” de acordo com os *Standards* para Relato de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative – GRI e com os controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração dessas informações livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

### Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações divulgadas no Relatório, com base nos trabalhos de verificação limitada conduzidos de acordo com os *Standards* para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative – GRI* e com a metodologia desenvolvida globalmente pela KPMG para verificação de informações sociais e ambientais divulgadas em relatórios de sustentabilidade denominada KPMG Sustainability Assurance Manual – KSAM, aplicável para dados históricos não financeiros.

Essa metodologia exige o cumprimento de requisitos éticos, incluindo os de independência, e o trabalho também é realizado para fornecer verificação limitada de que as informações divulgadas no Relatório da Arezzo, tomadas como um todo, estão livres de distorção relevante.

A KPMG Assessores Ltda. (“KPMG”) aplica as normas brasileira e internacional sobre controle de qualidade, e conseqüentemente, mantém um sistema abrangente de controle de qualidade incluindo políticas e procedimentos documentados relativos ao cumprimento de normas éticas e profissionais, além dos requisitos legais e regulatórios aplicáveis. Cumprimos com o código de ética abrangente incluindo requerimentos detalhados de independência, estabelecidos com base nos princípios éticos de integridade, objetividade, competência e zelo profissional, confidencialidade e o comportamento profissional.

Um trabalho de verificação limitada conduzido de acordo com os Standards para Relato de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative – GRI e KPMG Sustainability Assurance Manual – KSAM consiste principalmente de indagações à administração da Arezzo e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações constantes no Relatório, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir na forma de verificação limitada sobre as informações de sustentabilidade tomadas em conjunto. Um trabalho de verificação limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relatório, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, materialidade e apresentação das informações constantes no Relatório e de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às informações materiais de sustentabilidade divulgadas no Relatório, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

- a. planejamento dos trabalhos: consideração da materialidade dos aspectos para as atividades da Arezzo, da relevância das informações divulgadas, do volume de informações quantitativas e qualitativas e dos sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração do Relatório da Arezzo. Esta análise definiu os indicadores a serem testados em detalhe;
- b. entendimento e análise das informações divulgadas em relação à forma de gestão dos aspectos materiais;
- c. análise dos processos para a elaboração do Relatório e da sua estrutura e conteúdo, com base nos Princípios de Conteúdo e Qualidade dos *Standards* para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative - GRI (GRI-Standards)*;
- d. avaliação dos indicadores não-financeiros:
  - entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
  - aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados no Relatório;
  - análise de evidências que suportam as informações divulgadas;
- e. análise da razoabilidade das justificativas das omissões de indicadores de desempenho associados a aspectos e tópicos apontados como materiais na análise de materialidade da Companhia.
- f. confronto dos indicadores de natureza financeira com as demonstrações financeiras e/ ou registros contábeis.

Acreditamos que as informações, as evidências e os resultados obtidos em nosso trabalho são suficientes e apropriados para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

#### **Alcance e limitações**

Os procedimentos aplicados em um trabalho de verificação limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de verificação razoável. Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de verificação razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho de verificação razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada a natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância e precisão dos dados estão sujeitos a pressupostos individuais e a julgamentos. Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho em dados informados para os períodos anteriores, para a avaliação da adequação das suas políticas, práticas e desempenho em sustentabilidade, nem em relação a projeções futuras.

#### **Conclusão**

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações constantes no Relatório Anual 2021 não foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com os *Standards* para Relato de Sustentabilidade da *Global Reporting Initiative - GRI (GRI-Standards)* e com os registros e arquivos que serviram de base para a sua preparação.

São Paulo, 14 de abril de 2022

KPMG Assessores Ltda.

  
Marcio Andrade Barreto  
Sócio

# CRÉDITOS

## COORDENAÇÃO, EDIÇÃO, SUPERVISÃO EDITORIAL E CONSOLIDAÇÃO

Gerência de Sustentabilidade

## PROJETO EDITORIAL: REDAÇÃO, CONSULTORIA GRI E RELATO INTEGRADO

[RICCA Sustentabilidade](#)

## PROJETO GRÁFICO: LAYOUT, DIAGRAMAÇÃO E ILUSTRAÇÕES

[Ricca Sustentabilidade](#)

## PRODUÇÃO FOTOGRAFICA

Acervo Arezzo&Co



## PARA SABER MAIS

Nossas políticas que atestam os compromissos da Arezzo&Co com a geração de valor a longo prazo para a sociedade:

[Política de Sustentabilidade e Código de Conduta e Ética da Cadeia de Suprimentos](#)

Resultados financeiros detalhados, comentados pela administração:

[Demonstrações Financeiras](#)

Panorama geral sobre aspectos relevantes do negócio como Governança Corporativa e Gestão de Riscos:

[Formulário de Referência](#)

Caso busque informações adicionais acesse nosso site de relações institucionais:

<https://ri.arezzoco.com.br/>

ou entre em contato via e-mail:

[ri@arezzo.com.br](mailto:ri@arezzo.com.br)

**AREZZO**  
**&CO**