

AREZZO & CO

Relatório Anual 2019

VANS
"OFF THE WALL"

ALME

FIEVER

ANACAPRI

ALEXANDRE

BIRMAN

SCHUTZ

AREZZO



SUMÁRIO

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO
pág. 4

O RELATÓRIO
pág. 6

MODELO DE GERAÇÃO DE VALOR AREZZO&CO
pág. 8

SOMOS AREZZO&CO
pág. 10

A JORNADA SOMOS NÓS
pág. 19

CADEIA DE VALOR

**PARA A CLIENTE,
SEMPRE**
(clientes)
pág. 38

**CONEXÃO ALÉM
DO PRODUTO**
(marcas e lojas)
pág. 42



**ELO FORTALECIDO,
MENOS RISCOS**
(operação e logística — fábricas, centro de distribuição e transporte)
pág. 54

**A ORIGEM
DO COURO**
(fornecedores de matéria-prima — fazendas e curtumes)
pág. 60

TUDO AO MESMO TEMPO, AGORA!
pág. 66

SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI
pág. 68

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

GRI 102-14

NOVO CICLO DE EVOLUÇÃO

Somos obstinados pelo desejo de fazer sempre melhor. Em 2019, não foi diferente. De um lado, reafirmamos nossa liderança no mercado, cuidando para que as seis marcas que sustentam o nosso negócio sejam cada vez mais admiradas e tenham o poder de encantar nossas clientes. De outro, revisitamos o nosso futuro, desenhando a estratégia que vai orientar a companhia nos próximos cinco anos.

Nessa trilha do que está por vir, a sustentabilidade se torna cada vez mais estratégica para a Arezzo&Co. Queremos nos posicionar entre as dez empresas de varejo no Brasil que são referência em índices de sustentabilidade de relevância mundial, em linha com os movimentos globais do setor. E vamos, cada vez mais, assumir a nossa vocação de líder do segmento da moda para promover a transformação da indústria.

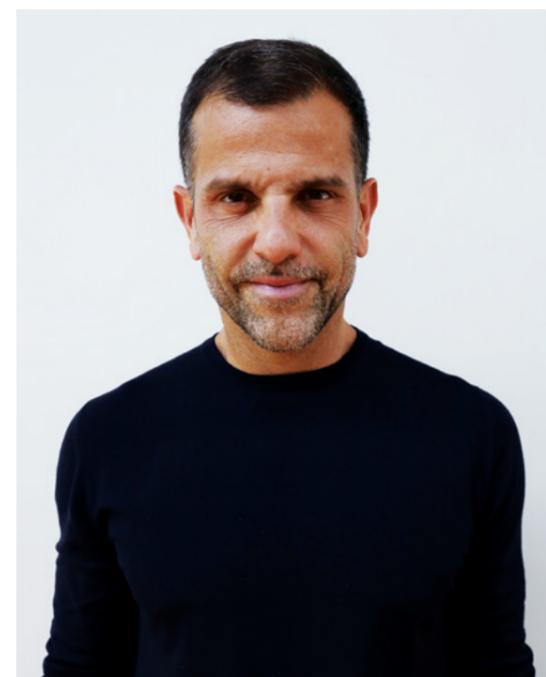
Temos, assim, o desafio de ser muito mais explícitos nos compromissos da companhia e, para isso, vamos adotar metodologias de registro e mensuração consistentes de nossas práticas socioambientais. Alguns dos nossos principais objetivos são ter 100% da nossa cadeia produtiva rastreada e certificada até 2024, neutralizar as emissões de gases de efeito estufa nas operações próprias em 2020 e substituir 30% dos materiais derivados de petróleo por alternativas renováveis até 2024. Complementando esse trabalho, lideramos um movimento para que o Vale do Rio dos Sinos, no Rio Grande do Sul, seja a primeira região do mundo a ter 100% da produção de calçados de origem sustentável.

Enquanto no mercado internacional nossa trajetória é de aprendizado e de crescimento constante, seguimos pautados pela transformação digital em todas as marcas e vamos trazer ainda mais inteligência à integração multicanal, sendo ainda mais próximos das clientes. E, em um movimento ousado, criaremos uma plataforma digital de moda.

Em meio a tantos novos caminhos, tivemos um ano de resultados sólidos, com uma receita bruta de R\$ 2.063 milhões, equivalente a 10,6% a mais que em 2018, e um lucro líquido de R\$ 166,7 milhões, um aumento de 16,9% em relação a 2018. Também evoluímos nossa forma de atuar para nos tornarmos gestores de marcas, o que inclui ampliar nosso portfólio de marcas não proprietárias. Em 2019, tivemos uma grande conquista nesse sentido: nós nos tornamos licenciadores exclusivos da marca Vans® no Brasil. E no alicerce da companhia, para sustentar essa evolução de forma tão eficiente como vem acontecendo, está o fortalecimento contínuo de um time incrível, formado por gente motivada e engajada em um ambiente que privilegia a diversidade.

Avançamos ainda no relacionamento com franqueados, cada vez mais alinhados às estratégias da Arezzo&Co. Parceiros fundamentais na nossa operação, as franquias contam hoje com um atendimento comercial muito mais próximo, desenhado de acordo com o porte e as necessidades de cada franqueado. Com todo esse time trabalhando ao nosso lado e por nós, o futuro certamente será tão próspero quanto o passado e tão inovador quanto o presente. Até 2154!

Alexandre Birman, CEO da Arezzo&Co



O RELATÓRIO AREZZO&CO 2019 destaca as principais práticas, resultados e desafios da empresa no período, além de nossa visão de futuro. É publicado pelo segundo ano consecutivo como expressão dos avanços propostos pela companhia em seus processos de gestão e no relacionamento transparente com todos os seus públicos. Ele foi elaborado de acordo com a metodologia da Global Reporting Initiative (GRI) – opção Essencial, e inspirado nas diretrizes do Relato Integrado (IR).

GRI 102-51, 102-52, 102-54

Neste documento, que abrange o ciclo entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2019, buscamos a evolução do modo de contar a nossa história, a fim de refletir nosso comprometimento com a inovação, a sustentabilidade e o importante caminho que estamos trilhando. Além de estabelecer conexão com a matriz de materialidade e trazer análises mais profundas dos indicadores GRI, esta edição apresenta os conteúdos com base nos elos da cadeia de valor da Arezzo&Co. Com isso, nos capítulos centrais, a narrativa se inicia pelo último elo dessa cadeia, a cliente, que ocupa o centro da nossa estratégia, até chegar ao nosso modo de produção. GRI 102-50, 102-51

MATRIZ DE MATERIALIDADE

Definida em 2018, traz os temas que geram impactos econômicos, sociais e ambientais significativos na atuação da Arezzo&Co ou que influenciam, substancialmente, as avaliações e as decisões dos públicos com os quais nos relacionamos. Um novo estudo de materialidade será realizado em 2021. GRI 102-46

MATRIZ DE MATERIALIDADE

TEMA MATERIAL GRI: 102-47	OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS) RELACIONADOS
Auditorias socioambientais para cadeia de suprimentos	8 EMPREGO DEBIDO E CRESCIMENTO ECONÔMICO, 16 PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES FORTES
Critérios socioambientais para contratação/desligamento de fornecedores	5 BEM-ESTAR DE GÊNERO, 16 PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES FORTES, 8 EMPREGO DEBIDO E CRESCIMENTO ECONÔMICO
Destino adequado de resíduos em toda a cadeia de produção	3 SAÚDE E BEM-ESTAR, 6 ÁGUA LIMPA E SANEAMENTO, 12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS, 14 VIDA DEBAIXO D'ÁGUA, 15 VIDA TERRESTRE
Promoção da diversidade	5 BEM-ESTAR DE GÊNERO, 8 EMPREGO DEBIDO E CRESCIMENTO ECONÔMICO, 10 REDUÇÃO DAS DESIGDADES, 16 PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES FORTES
Matérias-primas que não causam impacto negativo	8 EMPREGO DEBIDO E CRESCIMENTO ECONÔMICO, 12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS
Rastreabilidade das principais matérias-primas	8 EMPREGO DEBIDO E CRESCIMENTO ECONÔMICO, 12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS
Certificação Internacional de curtumes parceiros	8 EMPREGO DEBIDO E CRESCIMENTO ECONÔMICO, 12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS

PARA DÚVIDAS, informações ou sugestões, entre em contato conosco pelo e-mail ri@arezzo.com.br GRI 102-53

MODELO DE GERAÇÃO DE VALOR AREZZO&CO

GRI 102-40, 102-42, 102-43

CAPITAL FINANCEIRO
Investimento em infraestrutura, inovação, multicanalidade, evolução do modelo de negócio, *marketing*

CAPITAL MANUFATURADO
Lojas próprias, centros de distribuição, fábricas, infraestrutura tecnológica para *e-commerce*

CAPITAL INTELECTUAL
Conhecimento dos colaboradores sobre o universo da moda e da mulher, parcerias com ateliês, universidades e outros centros de pesquisa sobre o comportamento feminino

CAPITAL HUMANO
Colaboradores próprios e terceiros nas lojas, escritórios e centros de distribuição e trabalhadores presentes em toda a cadeia de valor

CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO
Relação com consumidores, franqueados, fornecedores, colaboradores, acionistas, comunidades, imprensa, ONGs e governo

CAPITAL NATURAL
Uso de recursos naturais nas operações próprias e demais operações da cadeia de valor



OS NOSSOS COMPROMISSOS PARA 2024

PRODUÇÃO RESPONSÁVEL

- 100% da cadeia de fornecedores rastreada e certificada
- 100% de transparência dos produtos para clientes, com informações de composição, origem e fabricação
- Certificação ISE

NOSSAS PESSOAS

- 100% dos fornecedores/colaboradores treinados anualmente em tópicos relevantes
- Estar entre as três melhores empresas de varejo no Brasil no Great Place to Work Mulher
- Constante desenvolvimento do quadro de sapateiros

RESÍDUOS E MEIO AMBIENTE

- Neutralização de emissões até 2024 (escopos 1, 2 e 3)

MAPA DE MATERIAIS

- 100% de embalagens produzidas com material reciclado e/ou biodegradável
- Certificação, substituição ou redução de matéria-prima (produtos) por alternativas mais sustentáveis

DIFERENCIAÇÃO NAS MARCAS AREZZO&CO

- Reconhecimento das práticas de sustentabilidade das marcas
- Estar posicionada entre as top 10 empresas de varejo no Brasil, em índices de sustentabilidade de relevância

CAPITAL FINANCEIRO

- R\$ 2.063 milhões de receita bruta*
- R\$ 261,9 milhões de EBITDA*
- R\$ 166,7 milhões de lucro líquido*

*Resultados foram extraídos das Demonstrações Financeiras da Arezzo&Co, que compreendem o desempenho da Arezzo Indústria e Comércio S.A. e de suas controladas.
GRI 102-45

CAPITAL MANUFATURADO

- Escritórios em São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Belo Horizonte (MG), Centro de Distribuição em Cariacica (ES) e complexo industrial em Campo Bom (RS)
- 45 lojas próprias e 630 franquias em várias cidades do Brasil
- 2.600 lojas multimarcas
- Licenciamento exclusivo da marca Vans® no Brasil

CAPITAL INTELECTUAL

- Criação do Comitê de Sustentabilidade
- De 15 a 18 novas coleções/ano
- Transformação digital nos processos e operações
- 70 milhões de visitantes no *e-commerce*
- Integração crescente de canais de compra
- 8,7 milhões de pessoas na base de clientes na soma de todas as marcas em 2019
- 83,5% de NPS (nível de lealdade) acumulados entre as seis marcas
- Implantação do Conselho Fashion: consultas às clientes de diversas regiões do Brasil
- 1.700 profissionais do varejo treinados em dez cidades do Brasil

CAPITAL HUMANO

- 2.641 funcionários, sendo 61% mulheres
- Novo projeto de Cultura Organizacional
- 68 foi o índice geral da favorabilidade dos colaboradores em 2019
- Criação de rede social interna, gerando mais colaboração das equipes
- Lançamento do Código de Conduta de Diversidade

CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO

- Programa de voluntariado – Loja dos Sonhos
- Sapatos doados pela Arezzo&Co são revertidos em ajuda financeira para os projetos da entidade Gerando Falcões, em São Paulo
- Patrocínio do projeto Multiâncoras da Moda, do Sebrae RS
- Implementação do TechSocial, ferramenta de gestão integrada dos fornecedores
- Realização do 1º Encontro de Sustentabilidade com Fornecedores

CAPITAL NATURAL

- Criação de objetivos voltados à sustentabilidade
- Implantação do Sistema de Gestão Ambiental
- 22% do equivalente ao volume de embalagens pós-consumo gerado em 2019 foi reciclado em um modelo de compensação de reciclagem
- Desafio da Embalagem: 40 alunos do IED desenvolveram embalagens com premissas ambientais de redução, reutilização e reciclagem, o que trará a redução de até 100 toneladas de papel, cola e tinta ao ano
- Lançamento do ZZ Bio, primeiro tênis com fio de poliamida e solado biodegradáveis
- Moda consciente: sapatos Anacapri têm solados de casca de arroz e tecidos reciclados no cabedal; no tênis Fiever Choice, o cabedal reciclado e as solas são de um *blend* de resíduos da Arezzo&Co; a Schutz lançou um tênis com tecido reciclado
- Parceria com WWF para fortalecer uma rede de empresas líderes em seus setores e contribuir na definição de padrões e incentivos à produção de carne bovina e soja sem desmatamento
- Arezzo&Co lidera um movimento para que o Vale do Rio dos Sinos (RS) seja a primeira região do mundo a ter 100% da produção de calçados de origem sustentável

SOMOS AREZZO&CO



SOMOS GESTORES DE MARCAS apaixonados pelo desafio de encantar nossas clientes. Há 47 anos, criamos produtos buscando atender o desejo de mulheres dos mais variados estilos e que nunca abrem mão de qualidade, conforto e estilo. A Arezzo&Co atravessa gerações identificando tendências e acompanhando as constantes mudanças de comportamento e hábitos de consumo. Hoje, somos seis marcas próprias que comercializam os calçados, as bolsas e os acessórios mais desejados do mercado brasileiro, sempre com foco total nas nossas clientes.

GRI 102-1, 102-2

MISSÃO

Despertar desejos ao identificar e interpretar tendências e comportamentos da mulher, proporcionando a melhor experiência e oferecendo o produto certo na hora certa.

VISÃO

Ser líder no Brasil em calçados e bolsas de moda, com presença internacional, satisfazendo nossas consumidoras com as marcas mais desejadas, gerando valor perene para nossos públicos.

PRINCÍPIOS

Transparência, Meritocracia, Alinhamento, Humildade, Desafio, Autenticidade, Envolvimento, Flexibilidade, Paixão, União. GRI 102-16

PRODUÇÃO OTIMIZADA

Calçados, bolsas e acessórios são desenvolvidos em nosso complexo industrial, no Vale do Rio dos Sinos (RS), e em mais de 50 fábricas e ateliês independentes. GRI 102-4

DISTRIBUIÇÃO

Nosso Centro de Distribuição, em Cariacica (ES), movimenta dezenas de milhares de peças por dia para atender à demanda de produtos para lojas próprias e franqueadas, multimarcas e e-commerce. Foi ampliado em 2019, saindo de uma estrutura de aproximadamente 2.600 m² para uma área de aproximadamente 5.000 m². Com isso, nossa capacidade de armazenamento aumentou de 210 mil pares/peças para 370 mil pares/peças. Somado ao nosso novo sistema de armazenagem, isso representa um ganho de produtividade estimado em 15%.

AREZZO&CO

é uma empresa de capital aberto, com ações listadas na B3.

GRI 102-5

AREZZO&CO EM 2019

GRI 102-4, 102-7

De **15 A 18** coleções por marca ao ano

53 lojas próprias (Brasil e exterior)

699 lojas franqueadas (Brasil e exterior)

250 cidades

2.646 lojas multimarcas

14,5 MILHÕES de pares de calçados vendidos no ano

1,8 MILHÃO de bolsas vendidas em 2019

14 MIL modelos de calçados e bolsas criados no ano

R\$ 2.063 MILHÕES de receita bruta

R\$ 261,9 MILHÕES de EBITDA

R\$ 166,7 MILHÕES de lucro líquido

Mais informações sobre os resultados financeiros da Arezzo&Co podem ser obtidas no site <http://arezzoco.com.br>.

SOMOS AREZZO&CO

NOVOS TEMPOS

O ano de 2019 foi marcado pela compreensão de que era chegada a hora de firmar bases para um novo ciclo de expansão na Arezzo&Co. Como, então, acionar alavancas para melhorar o negócio atual, com as marcas e os canais que já temos e, ao mesmo tempo, colocar os pés no futuro, acelerando rumo a 2154, o ano que adotamos como referência de empresa longeva e que orienta as nossas decisões de longo prazo? Com foco em três grandes princípios – obsessão pela linha de frente, mentalidade de dono e insurgência –, definimos a estratégia para os próximos cinco anos da companhia, estruturada em sete pilares:

EXPANSÃO DAS MARCAS ATUAIS NO MERCADO FEMININO E TÊNIS CASUAL

Nossas marcas começam a atuar em uma nova avenida de relacionamento com as clientes, por meio de propósito e ativação de causa, somada à integração crescente de canais.

TRANSFORMAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO

Tendo sempre a sustentabilidade como norma, a experiência de compra cada vez mais ágil está associada à evolução de uma produção responsável, *merchandising*, suprimentos, *sourcing* e logística.

SER UMA PLATAFORMA DE MODA

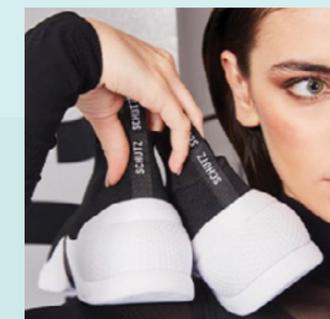
O objetivo é construir um único *market place*, alimentado por nossas marcas, serviços, conteúdos relevantes e conectividade social, além de um sólido programa de fidelidade e conhecimento profundo sobre nossas clientes.

NOVAS MARCAS NO BRASIL

Com o licenciamento da marca Vans®, em 2019, a Arezzo&Co reafirma a estratégia de ser uma gestora de marcas, proprietárias ou não. A partir de 2020, a ideia é trabalhar também com marcas insurgentes, ou seja, marcas que crescem acima da média do mercado, com viés digital, porém sem abundância de recursos (financeiros e pessoas) para escalar suas operações.

PESSOAS E CULTURA

Transformações no modelo de negócio e empoderamento da linha de frente



implicam governança forte e mudanças na cultura organizacional. Iniciativas relacionadas à nova cultura da Arezzo&Co serão amplamente desdobradas em 2020.

DADOS E TECNOLOGIA

Para conectar a cliente com o produto desejado, precisamos de uma análise massiva de dados e gestão integrada da cadeia de valor.

GOVERNANÇA CONSOLIDADA

A evolução constante da Arezzo&Co é resultado direto de uma governança dinâmica e em sintonia com o nosso tempo. Critérios claros de relacionamento com nossos públicos, em um ambiente pautado por transparência, ética e confiança norteiam a condução da companhia.

COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA EM 2019 GRI 102-5

ACIONISTAS	QUANTIDADE DE AÇÕES
1. Controladores	46.124.511
2. Administradores	1.291
3. Ações em circulação	44.828.478
3.1. Acionistas com 5% ou mais do capital	
3.2. Demais acionistas	44.828.478
TOTAL	90.954.280

O Conselho de Administração é responsável pela elaboração e pela aprovação das estratégias globais da companhia. Em 2019, contava com sete membros, sendo cinco homens e duas mulheres. Apenas um membro exerce função executiva e cinco membros são independentes. Saiba mais sobre esse Conselho e sua composição [aqui](#).



O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO CONTA COM O APOIO DE QUATRO COMITÊS INTERNOS: [GRI 102-18](#), [102-22](#)

- Riscos, Auditoria e Finanças
- Estratégia, Marcas e Inovação
- Pessoas
- Sustentabilidade

EM 2019, a sustentabilidade de nossa operação passou a ser orientada por um comitê especialmente dedicado ao assunto. Encontros bimestrais reúnem o presidente da companhia, o presidente do Conselho de Administração, diretores executivos e a gerência da área para orientações estratégicas sobre o tema. [GRI 102-20](#)

DIRETORIA ESTATUTÁRIA

É responsável pela administração da Arezzo&Co e por cumprir as diretrizes e normas estabelecidas pelo Conselho de Administração. Reúne no mínimo dois e no máximo dez membros, acionistas ou não, eleitos e destituíveis a qualquer tempo pelo Conselho de Administração, sendo permitida a acumulação de cargos. Saiba mais sobre essa Diretoria e seus membros clicando [aqui](#).

CONSELHO FISCAL

Fiscaliza a atuação dos administradores e verifica o cumprimento dos seus deveres legais e estatutários. Conheça os membros do Conselho Fiscal clicando [aqui](#).

GESTÃO DE RISCO [GRI 102-29](#)

Tema prioritário na Arezzo&Co, a gestão de riscos é trabalhada pelo Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças. As decisões desse grupo são orientadas principalmente por:

■ **Matriz de Risco** — Contém informações fundamentais sobre os riscos estratégicos para o negócio. Entre os que mais exigem nossa atenção estão os associados ao uso de matérias-primas, ao funcionamento do complexo industrial em Campo Bom (RS), à rede de franquias e à cadeia de suprimentos.

■ **Auditoria Interna** — Detecta pontos críticos e falhas nos controles, além de propor planos de ação para mitigar potenciais riscos. A evolução desses planos é reportada mensalmente ao comitê.

■ **Ouvidoria Interna** — Canal de comunicação efetivo para os nossos funcionários, garante que todos os relatos recebam tratamento adequado, sigiloso e dentro de regras claras de conduta e ética.

SOMOS AREZZO&CO

JORNADA DA SUSTENTABILIDADE

Gerar impacto positivo para o planeta e as pessoas é um dos compromissos mais importantes da Arezzo&Co. Em 2019, nossa jornada pela sustentabilidade teve foco em 11 grandes projetos, atrelados a dois eixos.

■ **Garantir baixo risco** na cadeia de suprimentos, para suporte de ativações das marcas. Os projetos desse eixo são o novo modelo de auditoria de fornecedores e o Sistema de Gestão Ambiental.

■ **Introduzir a sustentabilidade** nos processos, gestão e cultura da empresa, sendo determinante em nosso modelo de negócios. As iniciativas aqui incluem Relatório Anual, logística reversa de sapatos, grupo de curadoria de sustentabilidade com clientes, Comitê de Sustentabilidade, Desafio da Embalagem, produtos com atributos de sustentabilidade, propósito das marcas, 1º Encontro de Sustentabilidade Arezzo&Co e Diversidade.

Para o futuro, estamos trabalhando em um novo sistema de gestão de sustentabilidade que nos permitirá acompanhar de perto e monitorar nossa evolução e as transformações da companhia nessa área.



METAS DEFINIDAS

Definimos algumas metas que retratam como queremos estar em 2024 com relação a pessoas, meio ambiente e produção. No entanto, esse período de cinco anos é apenas uma referência para medirmos nossa evolução. A verdade é que já estamos monitorando essas questões e trabalhando para aprimorar nossa atuação há muito tempo. E fazemos isso porque o olhar para negócios mais justos e melhores para o meio ambiente e para a sociedade sempre nos acompanhou e nos inspira a fazer cada vez mais, liderando as mudanças no nosso setor e estimulando nossos pares a fazer o mesmo. Conheça nossas metas no infográfico Modelo de geração de valor Arezzo&Co na [página 8](#).

SUSTENTABILIDADE SOCIAL

Estreitamos nossas parcerias com entidades de apoio a comunidades em São Paulo e no Rio Grande do Sul, principalmente.

■ **Loja dos Sonhos** — Nossos 150 voluntários prepararam uma manhã especial para 100 mulheres atendidas pelas ONGs Vocação (SP) e Elas por Elas (RS). As lojas foram montadas com mais de seis mil itens arrecadados pelos próprios colaboradores, 230 kits escolares, 100 cestas básicas e chocotones, e cada mulher também recebeu dois pares de calçados de nossas marcas, concluindo mais um ano do programa de voluntariado corporativo.

SOMOS AREZZO&CO

■ **Gerando Falcões** GRI 102-12 — Sapatos doados pela Arezzo&Co são revertidos em ajuda financeira para as dezenas de projetos da Gerando Falcões, entidade que se dedica a programas de geração de renda familiar, de esporte e cultura para crianças e adolescentes da periferia e favelas da cidade de São Paulo. Os calçados doados são vendidos nos bazares organizados pela organização social.

■ **Dia das Mães** GRI 102-12 — As ONGs Elas por Elas e Gerando Falcões nos apoiaram em um encontro para 60 mulheres com nosso CEO, Alexandre Birman. Elas abordaram pautas como a atuação dessas mães nas comunidades e no mercado de trabalho, e todas foram presenteadas com sapatos das marcas Anacapri e Arezzo.

■ **Multiâncoras da Moda** GRI 102-12 — Pelo segundo ano consecutivo, patrocinamos o Multiâncoras da Moda (antigo Projeto Mais), desenvolvido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Rio Grande do Sul (Sebrae RS) a fim de orientar as pequenas empresas sobre conceitos de gestão eficiente e perene.

PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

Selo de Excelência em Franchising da ABF (Associação Brasileira de Franchising) desde 2004

Prêmio Época Reclame Aqui – Melhor loja on-line em 2019

Melhores Empresas que se Comunicam com Jornalistas – Categoria Moda 2019

Melhores CEOs do Brasil 2019 – Alexandre Birman foi um dos destaques da premiação da revista Forbes no País

Prêmio Lojista Alshop 2019 – Arezzo, Schutz e Anacapri foram reconhecidas como as marcas mais relevantes do varejo brasileiro durante o Congresso Nacional Brasilshop, na categoria Calçados Femininos

Ranking da Institutional Investor – Arezzo&Co ganhou seis prêmios em 2019. Entre eles, o de primeiro lugar em Melhor Equipe de Relações com Investidores e Melhor Website de RI, os de Melhor CEO, Melhor *Investor Day* e Melhor Programa de ESG (*Environmental, Social and Governance*, ou Ambiental, Social e Governança)

A JORNADA SOMOS NÓS



QUEM SÃO AS PESSOAS que trabalham para fazer valer o sonho de nossas clientes? São profissionais dedicados, comprometidos e movidos pela paixão por aquilo que fazem em cada uma das etapas do processo.

AS PESSOAS NA AREZZO&CO GRI 102-8

2.641 colaboradores* em 2019

67% no Sul do Brasil

61% mulheres

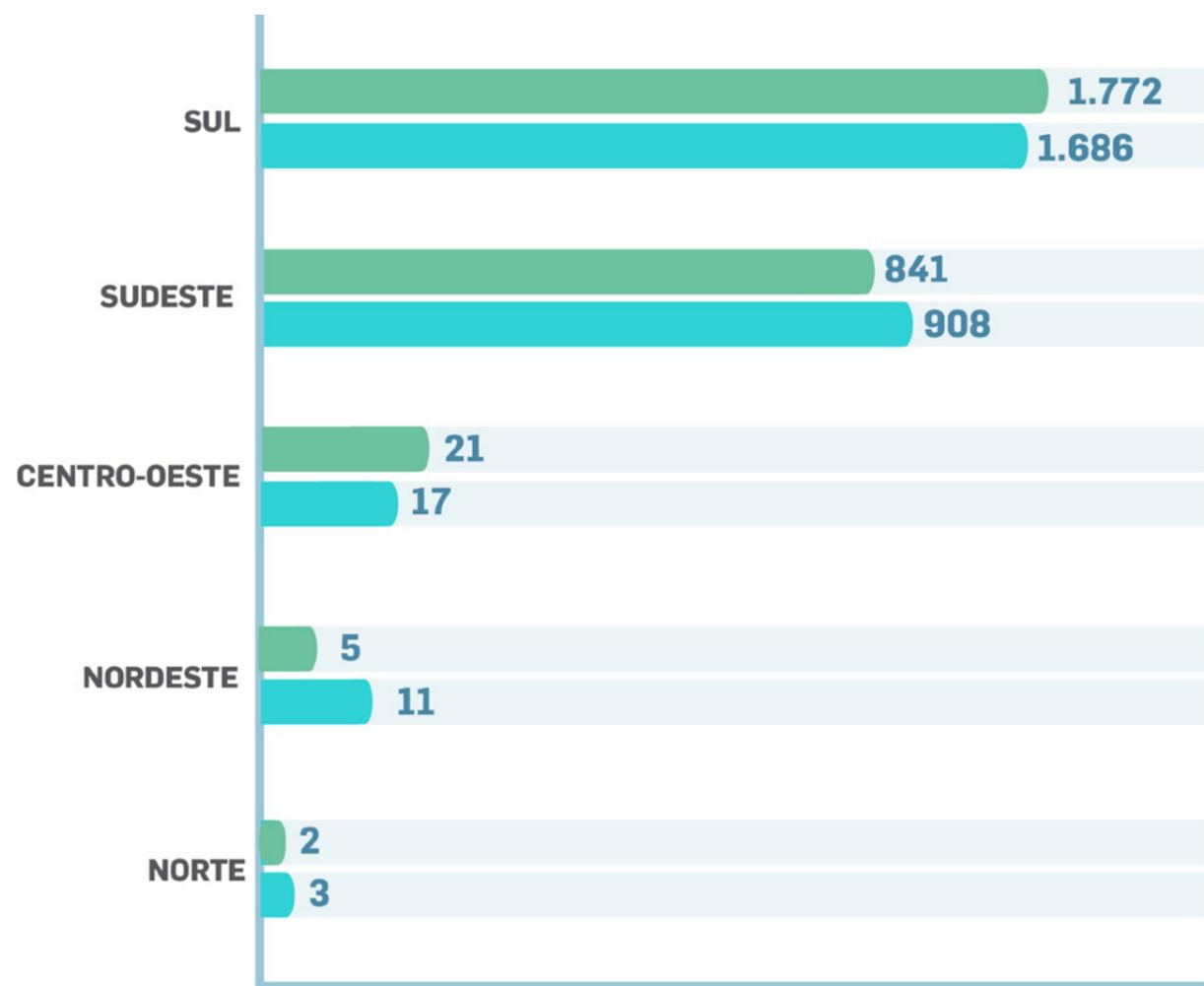
39% homens

*Todos os colaboradores são contratados por tempo indeterminado.

A JORNADA SOMOS NÓS

NÚMERO DE EMPREGADOS POR REGIÃO EM 2018 E 2019

GRI 102-8



2019

2018

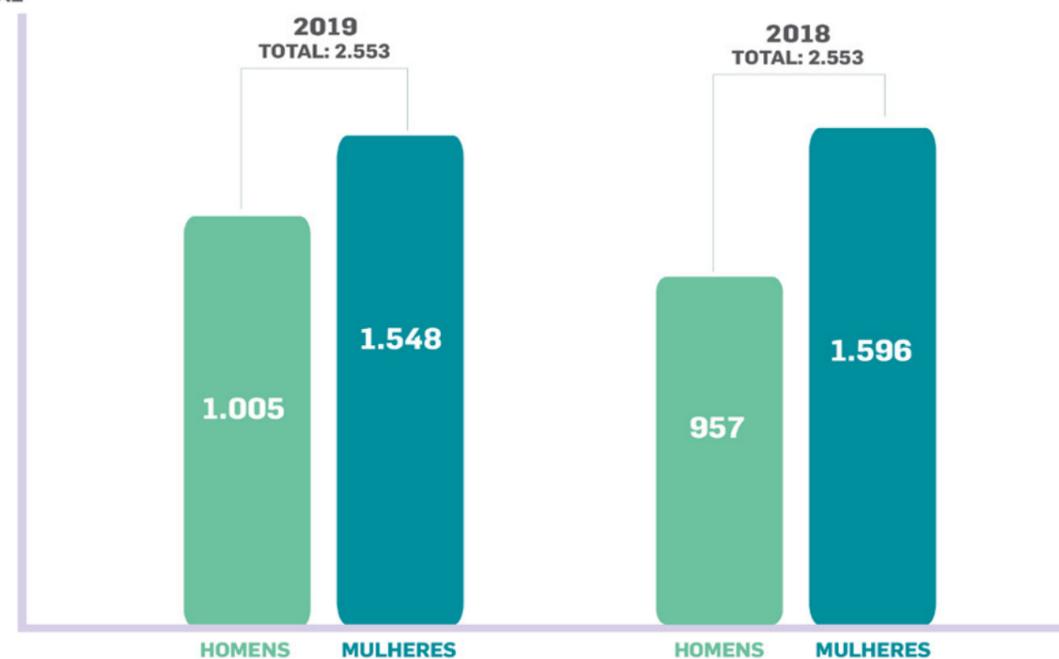
Total empregados em 2019 — 2.641

Total empregados em 2018 — 2.625

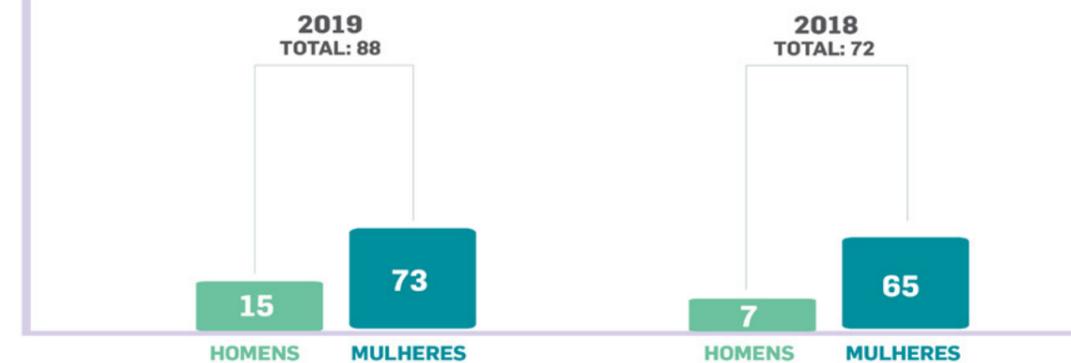
NÚMERO DE EMPREGADOS POR TIPO DE EMPREGO E GÊNERO EM 2018 E 2019

GRI 102-8

JORNADA INTEGRAL



JORNADA PARCIAL (MEIO PERÍODO)

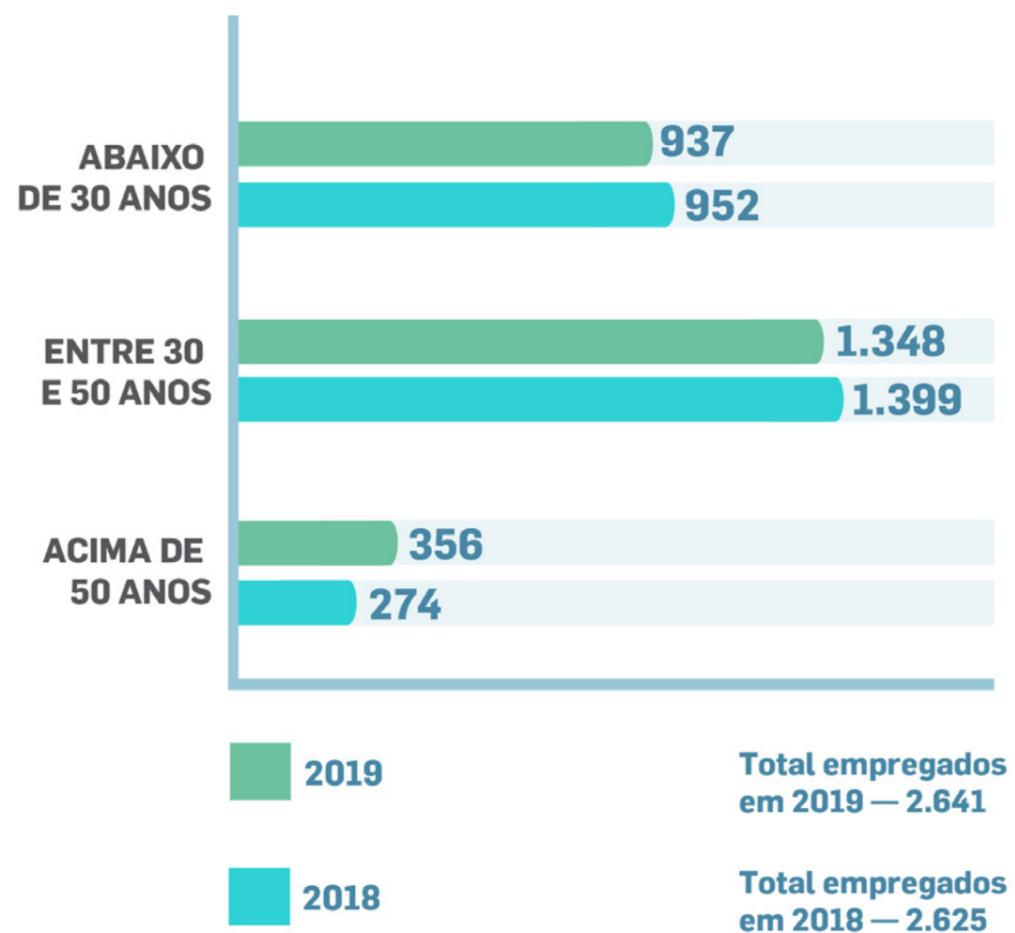


2019
Total das duas jornadas: 2.641
Total de homens nas duas jornadas: 1.020
Total de mulheres nas duas jornadas: 1.621

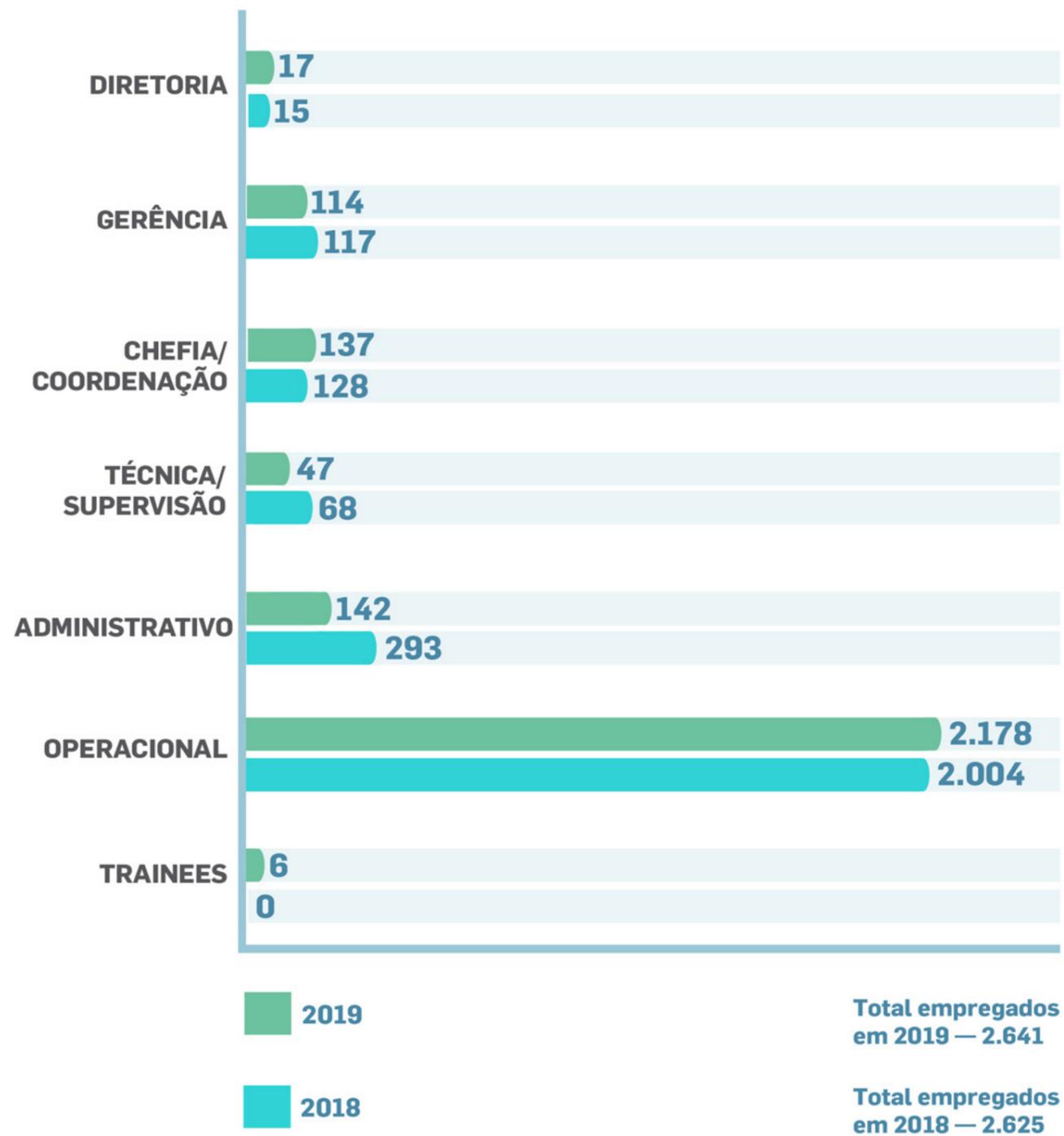
2018
Total das duas jornadas: 2.625
Total de homens nas duas jornadas: 964
Total de mulheres nas duas jornadas: 1.661

A JORNADA SOMOS NÓS

NÚMERO DE EMPREGADOS POR FAIXA ETÁRIA EM 2018 E 2019 GRI 102-8

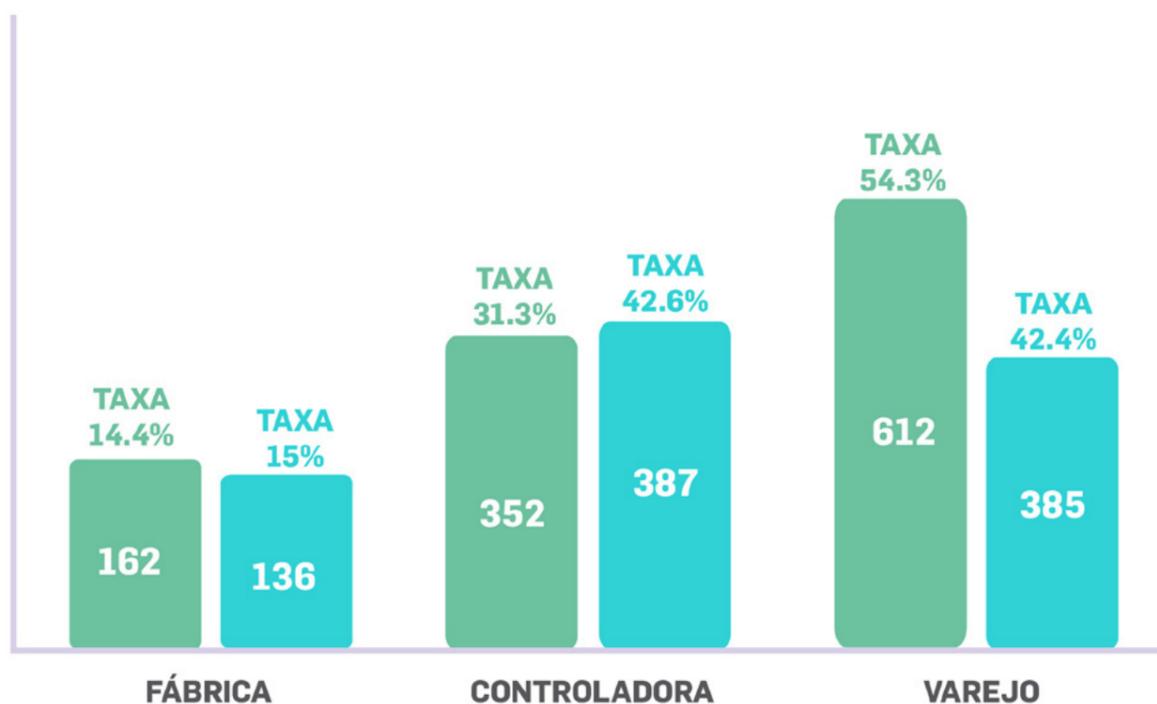


NÚMERO DE EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL EM 2018 E 2019 GRI 102-8



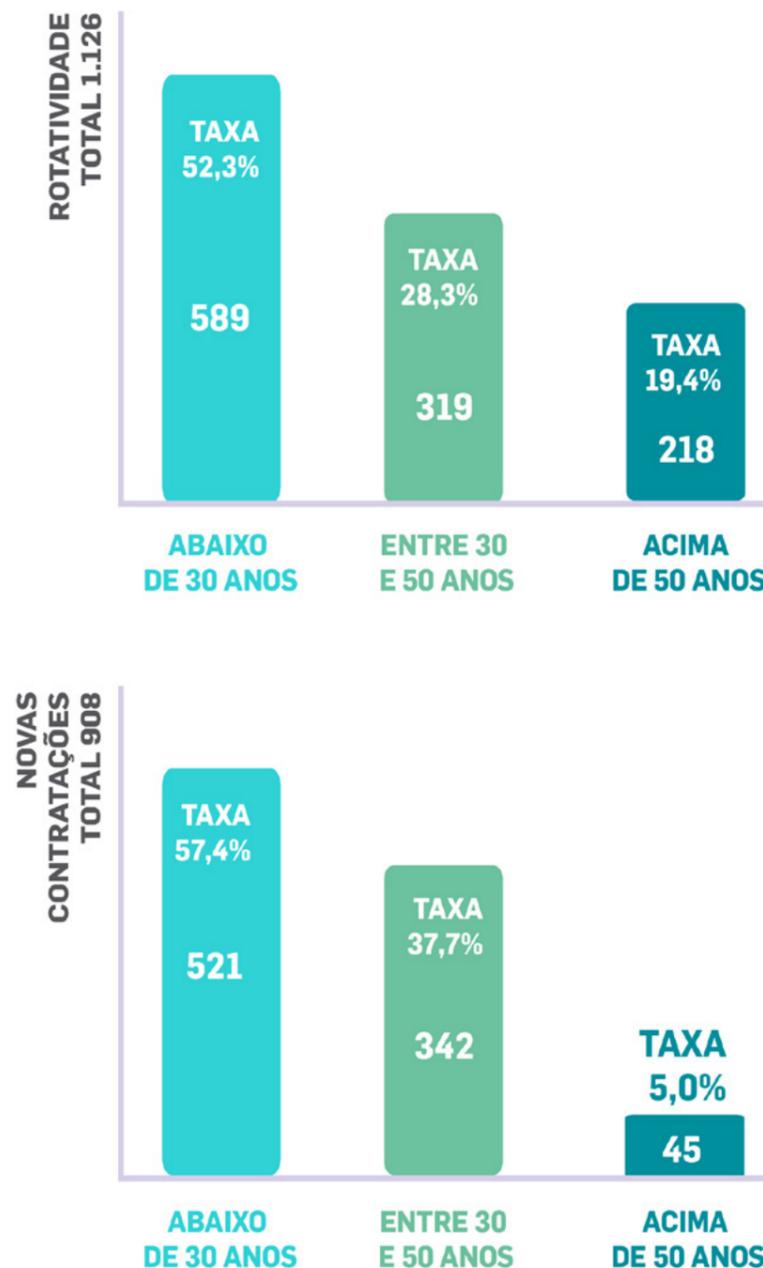
A JORNADA SOMOS NÓS

NÚMERO TOTAL E TAXA DE NOVAS CONTRATAÇÕES EM 2019, POR TIPO DE OPERAÇÃO GRI 401-1



Rotatividade total 1.126
Novas contratações total 908

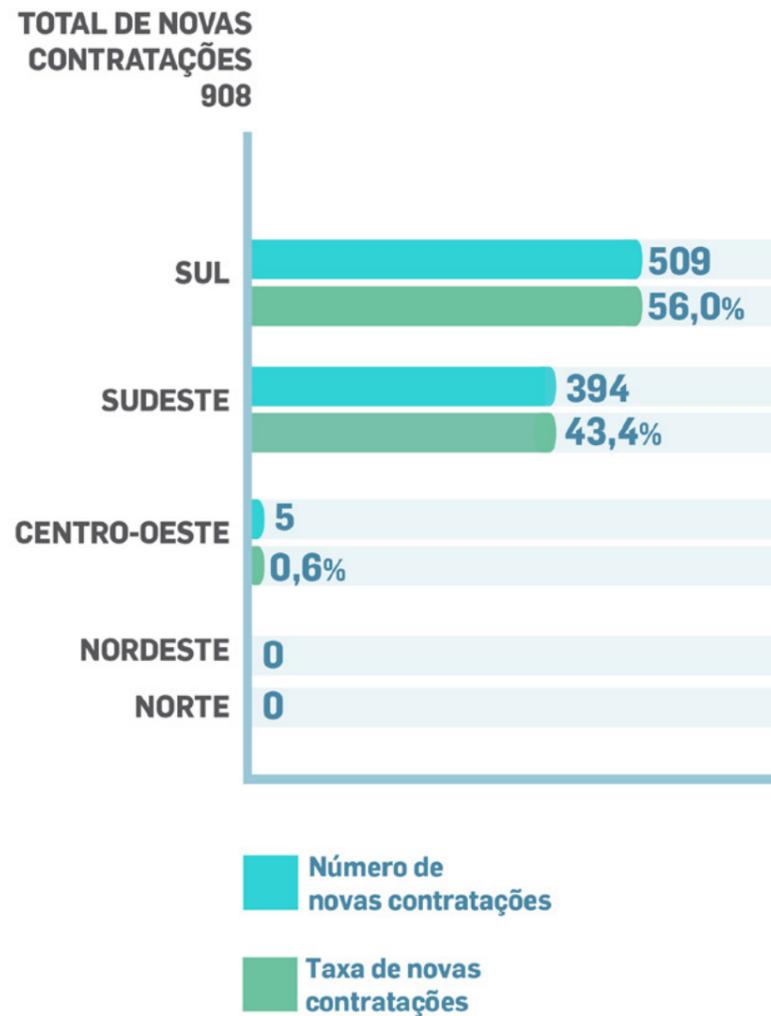
NÚMERO TOTAL E TAXA DE ROTATIVIDADE E NOVAS CONTRATAÇÕES EM 2019, POR FAIXA ETÁRIA GRI 401-1



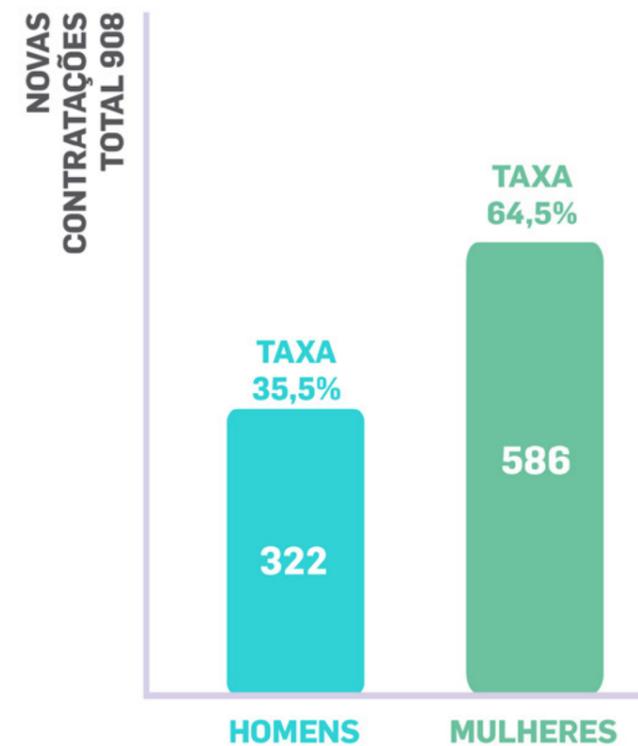
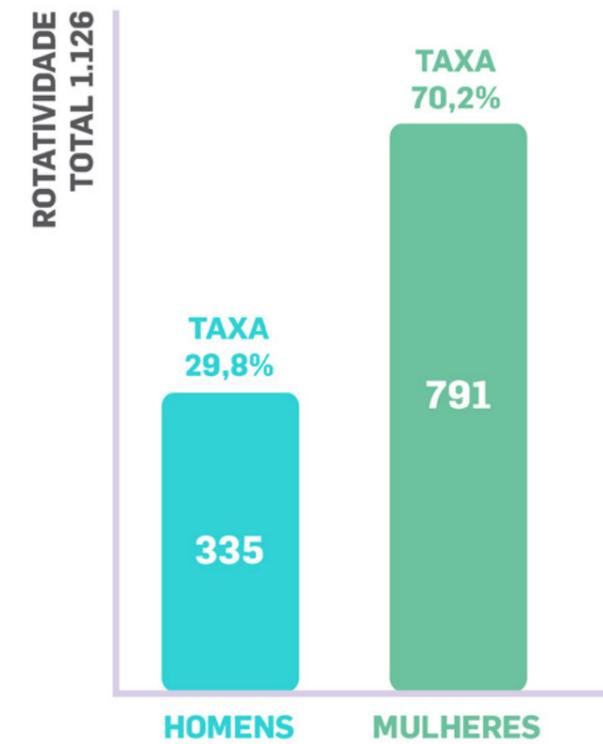
EM 2019, a Arezzo&Co fez 908 novas contratações e teve 1.126 desligamentos. As taxas são calculadas dividindo-se o número de contratados/desligados da categoria pelo total de contratados/desligados. [GRI 401-1](#)

A JORNADA SOMOS NÓS

NÚMERO TOTAL E TAXA DE NOVAS CONTRATAÇÕES EM 2019, POR REGIÃO GRI 401-1



NÚMERO TOTAL E TAXA DE ROTATIVIDADE E NOVAS CONTRATAÇÕES EM 2019, POR GÊNERO GRI 401-1



A JORNADA SOMOS NÓS



CICLO DE GENTE

NOSSO CICLO DE GENTE tem quatro fases de avaliações e planejamento individual ao longo do ano:

- Avaliação de desempenho
- Comitê de Calibragem
- Cultura de *feedback*
- Mapa de sucessão e carreira

128 TALENTOS RECONHECIDOS PELO PROCESSO MERITOCRÁTICO EM 2019 (5% dos colaboradores)

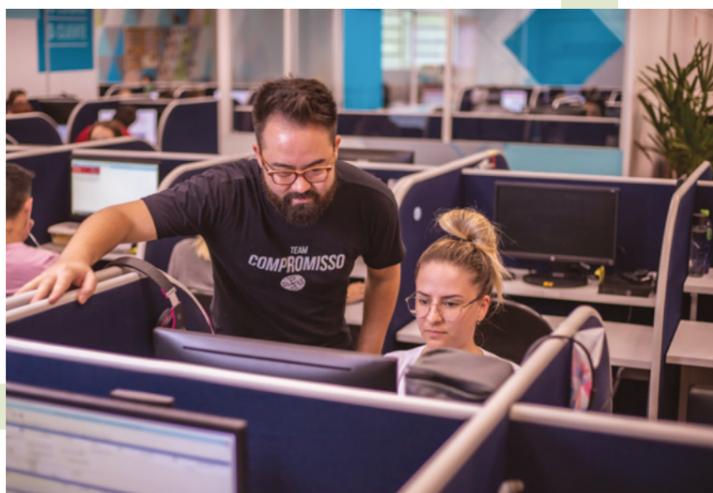
+81 PESSOAS promovidas internamente (8% do quadro de colaboradores)

TREINAMENTO CORPORATIVO 12 horas por colaborador

DESENVOLVIMENTO EXECUTIVO 11 horas de treinamento por colaborador

O QUE VEM POR AÍ

2020 – Evoluções no Ciclo de Gente vão refletir o novo projeto de cultura organizacional. Também vamos implementar um sistema de gestão integrada dos colaboradores.



CLIMA E ENGAJAMENTO 2019 GRI 102-43, 102-44

EM 2018, realizamos a Pesquisa de Clima e Engajamento com nossos colaboradores em parceria com a Great Place To Work (GPTW). Uma nova amostra de percepções foi coletada em 2019, à luz do processo de construção da nova cultura. Observamos que não houve alteração significativa em relação aos dados do ano anterior e, sim, que era hora de acelerar nos planos de melhoria. Sob coordenação e monitoramento dos times de Comunicação Interna, Cultura e Clima, os gestores implementaram planos de ação voltados à evolução do clima em suas áreas.

AMOSTRA DE CLIMA 2019

1 MIL pessoas sorteadas, ou 1/3 do total de colaboradores

803 respostas de diversas áreas, sendo 80% de adesão das pessoas selecionadas

68 é o Índice Geral de Confiança, ante 67 em 2018



A JORNADA SOMOS NÓS

AMBIENTE COLABORATIVO

LANÇADO EM 2019, o Workplace da Arezzo&Co, plataforma de propriedade do Facebook, oferece recursos como grupos, pesquisas, chats, perfis, vídeo ao vivo e feed de notícias, entre outros, que têm aproximado os colaboradores das áreas corporativas, de nossas lojas e dos Estados Unidos. O time de lojas de Anacapri é o primeiro a utilizar suas funcionalidades e, em breve, as demais marcas e franquias serão incluídas. Colaboradores de fábrica, cujas atividades dependem menos do meio digital no relacionamento interno, devem ser os últimos a ingressar na plataforma.

DESTAQUES DO WORKPLACE

- 1.800 pessoas convidadas
- 86% de adesão à ferramenta
- 80% de usuários mensais
- 73% de média mensal de usuários
- 830 é a média mensal de publicações



DIFERENÇAS QUE SOMAM

GRI 103-1, 103-2, 103-3



COM BASE NOS INSUMOS colhidos em 2018, lançamos nosso Código de Conduta de Diversidade em 2019, seguido de um conjunto de iniciativas internas, com as quais queremos transformar as diferenças entre os nossos profissionais em um poderoso símbolo cultural e de ganho competitivo para a empresa. O Código abrange temas de combate ao racismo e à intolerância ao público LGBTQIA+ e contribui para orientar e mobilizar os colaboradores sobre como agir diante de possíveis atitudes discriminatórias na companhia.

Comunicações internas estruturadas, com visibilidade no Workplace, também são fonte de apoio para o trabalho de diversidade. Entre elas:

- profissionais negros, da comunidade LGBTQIA+ ou com algum tipo de deficiência compartilham suas experiências, o que ajuda a reduzir distâncias e quebrar os vieses inconscientes
- vídeos com legendas para deficientes auditivos
- intérprete de Libras em reunião trimestral de resultados ("Canal Aberto")

A JORNADA SOMOS NÓS

NOSSO PROGRAMA DE DIVERSIDADE CONTEMPLA QUATRO INICIATIVAS PRINCIPAIS:

■ **Primeiro emprego** — pela primeira vez, a empresa ofereceu um programa focado exclusivamente na formação em Varejo. Em parceria com a ONG Vocação, a Arezzo&Co recebeu 57 aprendizes em 2019, vindos de bairros periféricos de São Paulo (SP). Em 2020, o modelo será replicado no Rio Grande do Sul, no desenvolvimento de sapateiros, uma profissão artesanal e pouco atraente para as novas gerações.

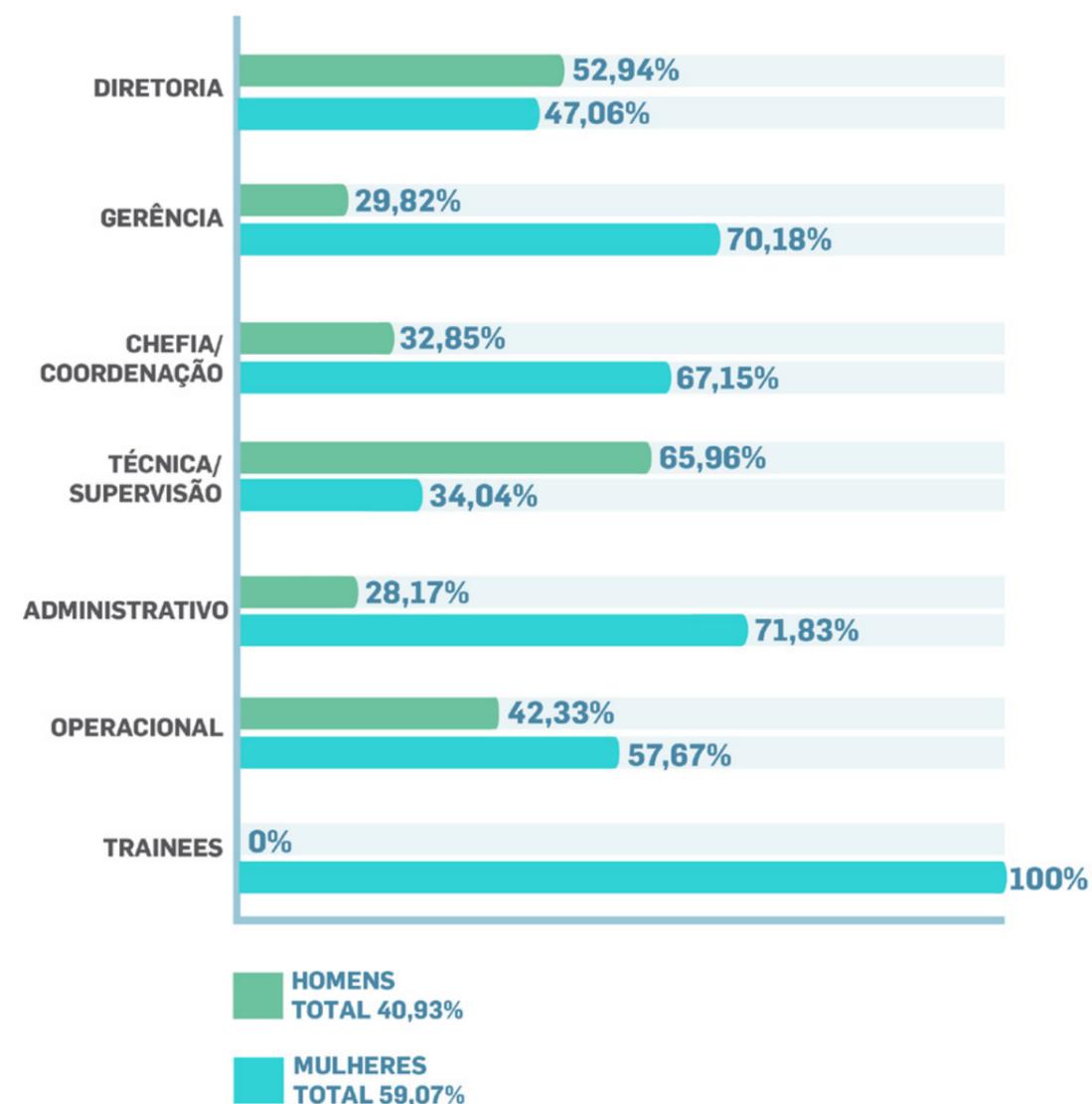
■ **Igualdade racial** — uma série de vídeos, realizados em parceria com o ID_BR (Instituto Identidades do Brasil), foi veiculada na Arezzo&Co em 2019 com a finalidade de aprofundar a reflexão interna sobre a igualdade racial e evidenciar a posição da empresa a respeito.

■ **PcDs** — a companhia definiu uma trilha de desenvolvimento para que esses profissionais tenham, de fato, perspectiva de crescimento e desenvolvimento de carreira.

■ **LGBTQIA+** — participamos da Semana do Orgulho Gay e da Semana da Visibilidade Lésbica. Entre os nossos colaboradores, incentivamos a reflexão sobre temas como homofobia, gênero e orientação sexual. E participamos da Feira de Recrutamento – CASA 1 – com a finalidade de contratar transexuais com perfil para as vendas de fim de ano em nossas lojas.

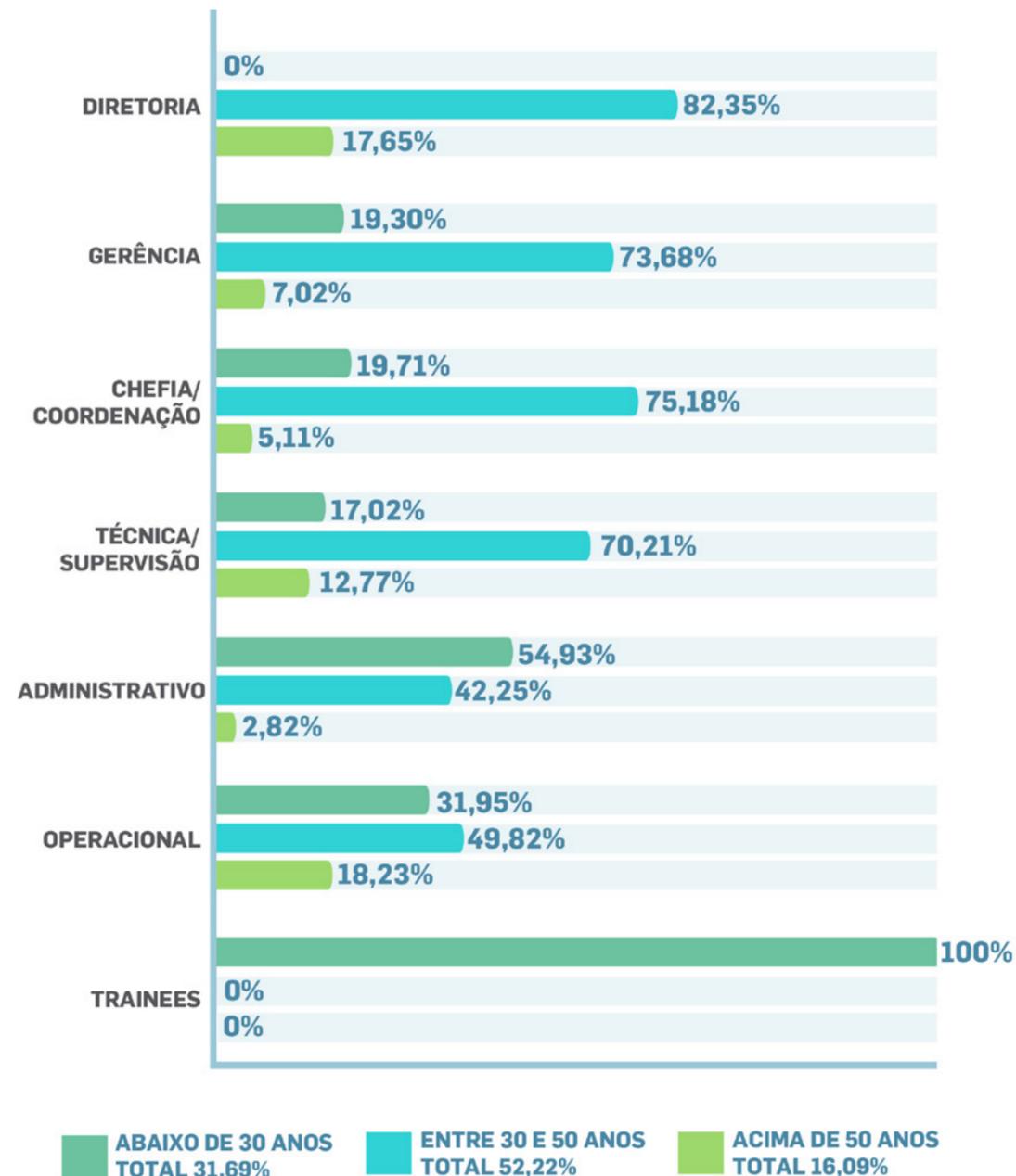
A DIVERSIDADE NA AREZZO&CO GRI 405-1

EMPREGADOS, POR CATEGORIA FUNCIONAL, POR GÊNERO, EM 2019

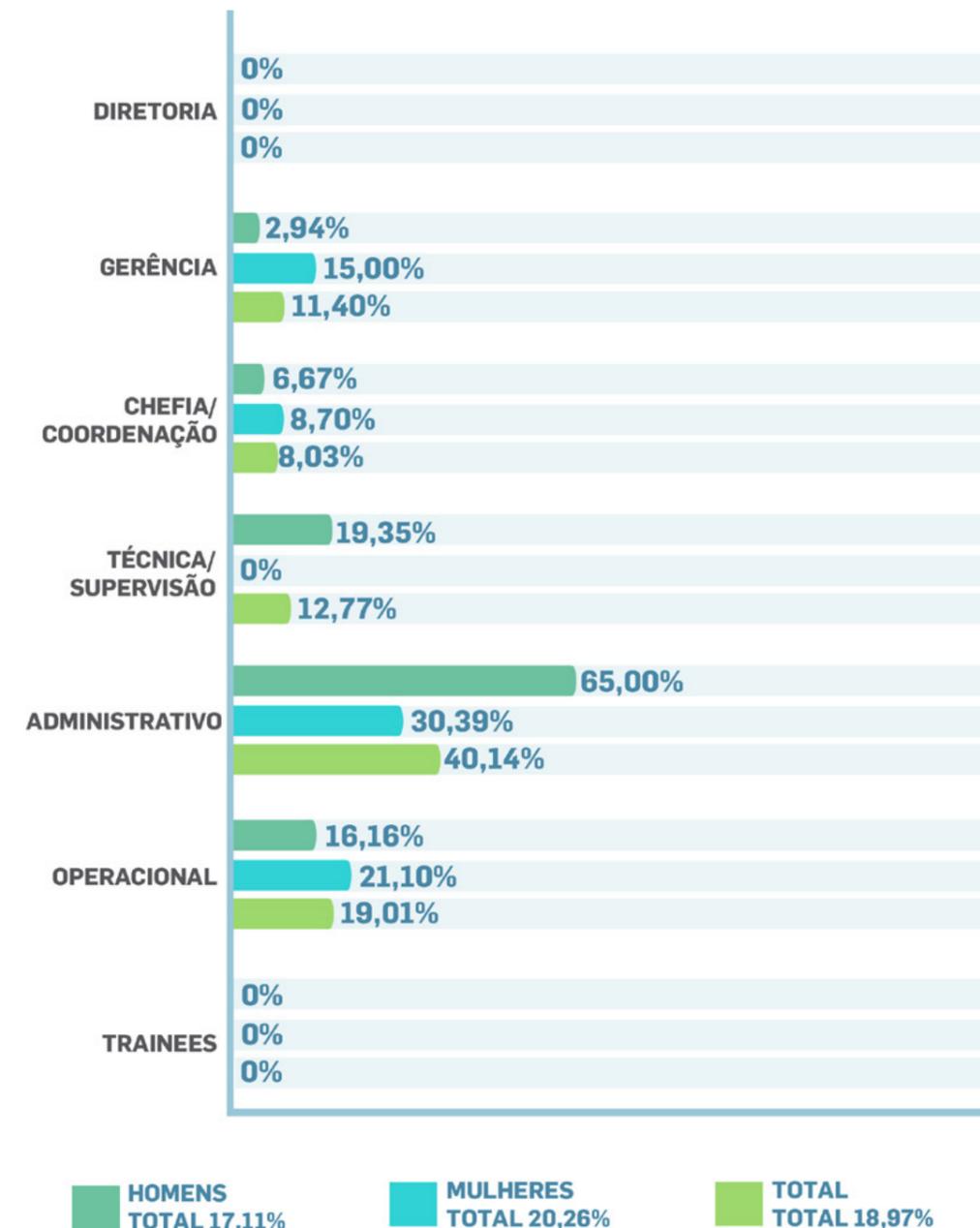


A JORNADA SOMOS NÓS

EMPREGADOS, POR CATEGORIA FUNCIONAL, POR FAIXA ETÁRIA, EM 2019

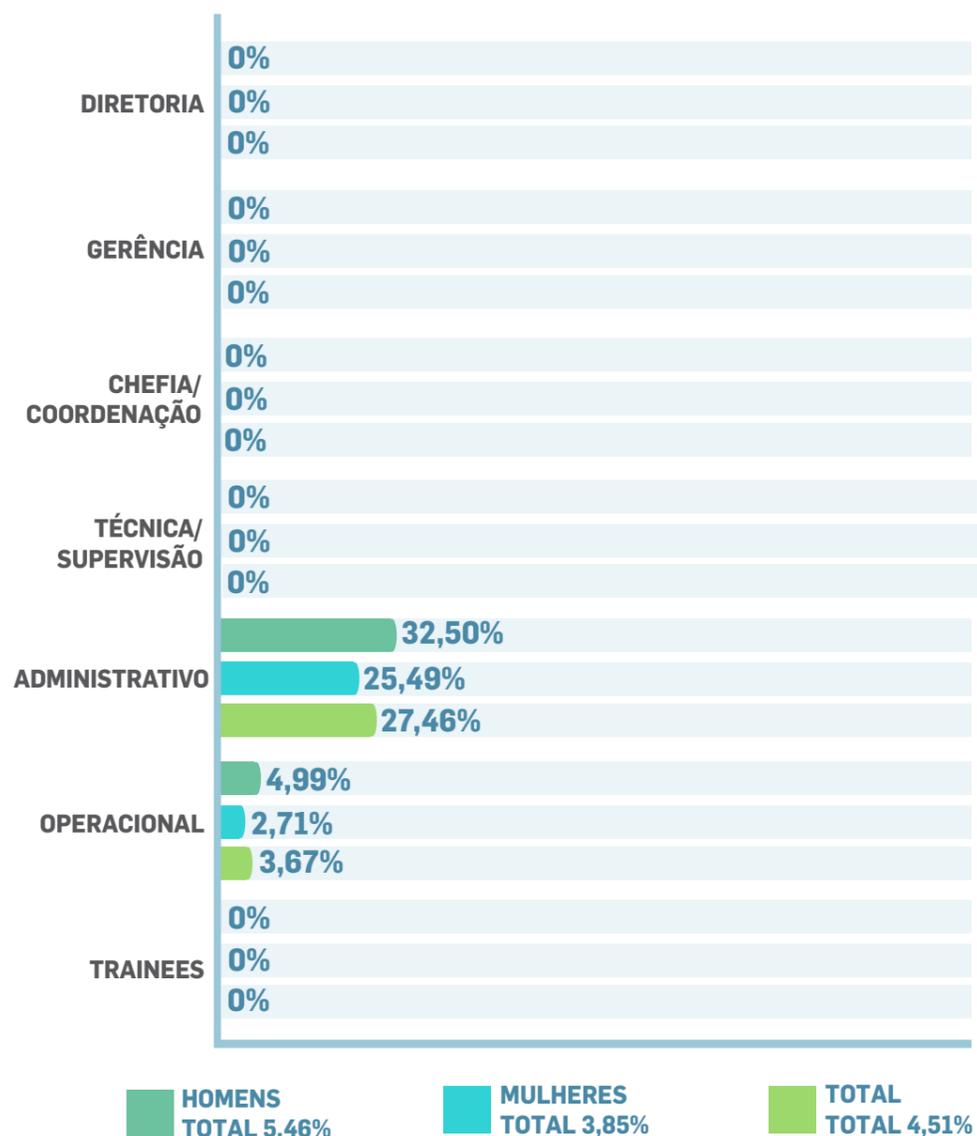


EMPREGADOS NEGROS, POR CATEGORIA FUNCIONAL, EM 2019

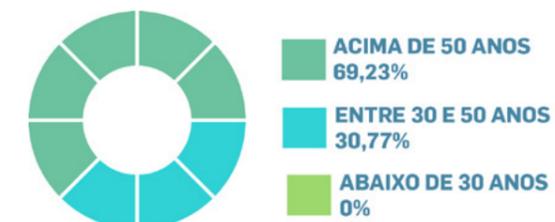


A JORNADA SOMOS NÓS

PESSOAS COM DEFICIÊNCIA (PcDs) DENTRE OS EMPREGADOS, POR CATEGORIA FUNCIONAL, EM 2019



PROFISSIONAIS NOS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA DA ORGANIZAÇÃO, POR FAIXA ETÁRIA, EM 2019 GRI 405-1



APOSTA EM NOVOS TALENTOS

Um ambiente de trabalho estimulante e oxigenado também se dá pela presença de profissionais mais jovens e, muitas vezes, ainda em formação. Por isso, em 2019 retomamos nosso Programa de Trainee e reforçamos os programas de Estágio e Aprendiz.

NOSSOS TRAINEES

- 8.624 inscritos
- 4.892 CV analisados + testes de inglês e raciocínio lógico
- 501 entrevistas virtuais
- 266 entrevistas presenciais
- 126 candidatos em painel presencial na Arezzo&Co
- 32 candidatos em painel executivo
- 6 candidatas selecionadas
- +3 contratadas para *Merchandising* e Sustentabilidade

PROGRAMA DE ESTÁGIO

- 13 ESTAGIÁRIOS no total
- 8 EM ESTILO estudantes de moda, atuando com estilistas das marcas
- 5 NO CORPORATIVO Comercial, Comunicação, Sustentabilidade, etc.

ORGULHO DE SER SAPATEIRO

A importância da cultura do sapateiro e a necessidade de continuar formando novos talentos estão frutificando no Vale do Rio dos Sinos, em Porto Alegre (RS). Em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) e a Associação Brasileira da Indústria de Calçados (Abicalçados), o programa de desenvolvimento técnico de sapateiros formou 150 novos profissionais nos últimos sete anos, e muitos deles fazem parte do time Arezzo&Co.

PESSOAS NOS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA DA ORGANIZAÇÃO, POR GÊNERO, EM 2019 GRI 405-1





PARA A CLIENTE, SEMPRE

TEMAS MATERIAIS RELACIONADOS. 1. DESTINO ADEQUADO DE RESÍDUOS EM TODA A CADEIA DE PRODUÇÃO; 2. PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE



Ter a cliente no centro de nossa estratégia significa entender suas reais necessidades. Como, afinal, ela se relaciona com nossas marcas e produtos? Nos constantes estudos de tendências e comportamentos, combinados à análise de dados, o que nossas equipes buscam é entregar benefícios para além da compra, em experiências e conteúdos relevantes, no tempo e no momento certos.



A CLIENTE AREZZO&CO

8,7 milhões de pessoas compõem a base de clientes de todas as marcas somadas em 2019 – um aumento de 21,9% em relação ao ano anterior
51,5% de clientes retidas

CULTURA DA INOVAÇÃO

Do planejamento à prática, a inovação é uma realidade na Arezzo&Co. Com foco na digitalização de negócios e operações e na integração de canais, buscamos avançar em três aspectos:

- empoderar nossas vendedoras por meio de plataformas que permitam às lojas estabelecer interações mais personalizadas com as clientes;
- ampliar as oportunidades de contato personalizado, baseado nas informações de perfil coletadas;
- aumentar a retenção e a frequência das consumidoras, oferecendo benefícios que elas valorizem.

NOVO PATAMAR

Um dos principais investimentos ocorreu em *business intelligence* (BI): inauguramos um novo ciclo, de avaliações mais profundas e assertivas, ao implementarmos uma ferramenta de inteligência de dados que nos permite obter um mapa completo do comportamento da cliente, seu estilo, preferências e hábitos de consumo.

13,9% de crescimento da base de clientes cadastrados
7,2 milhões em 2018 vs **8,2 milhões** em 2019
85% dos tickets em loja já são associados aos cadastros das clientes

ON-LINE MAIS FORTE

Nosso *e-commerce* está amadurecendo rapidamente. Com isso, cresce a representatividade das transações on-line no faturamento das marcas.

- + **10%** Arezzo
- + **12%** Schutz
- + **7%** Anacapri
- + **5%** Alexandre Birman
- + **15%** Fiever
- + **15%** Alme

- 780 mil** pedidos em 12 meses
- 70 milhões** de visitantes
- 25 milhões** de usuários únicos
- 22,5% de crescimento** na audiência em dispositivos móveis
- 9,5% é a taxa** de crescimento na conversão on-line em relação a 2018

Alguns fatores contribuem para o bom desempenho na web: oferecemos uma solução completa e própria de *e-commerce*, investimos em personalização no relacionamento com a consumidora e nossos índices de devolução estão em torno de 9%, abaixo do mercado. Em 2019, o lançamento de sete coleções exclusivas no meio digital também contribuiu para fortalecer a competitividade da plataforma.

92% de satisfação das clientes nos últimos três anos
Média de **1.094 elogios** por mês

NPS (nível de lealdade das clientes)

83,5% acumulados entre as seis marcas

AREZZO E SCHUTZ

- 875** pessoas treinadas presencialmente
- 500** pessoas treinadas on-line
- 125** lojas visitadas



PARA A CLIENTE, SEMPRE



ESTRATÉGIA OMNICHANNEL

Quatro frentes destacaram-se em 2019 no processo crescente de integrar nossos canais e disponibilizar soluções nas lojas.

RETIRE OU ENTREGA PELA LOJA

A cliente tem a possibilidade de retirar sua compra on-line em uma loja ou receber a mercadoria em casa por meio de uma loja.

RETIRE

453 lojas habilitadas

64% da rede*

ENTREGA

134 lojas habilitadas

19% da rede*

BENCHMARK

6,3% da venda média mensal da Arezzo Villa-Lobos (SP)

*Marcas Arezzo, Schutz e Anacapri



VENDA LINK

Extensão digital da loja. Cliente e vendedora se comunicam remotamente. Por meio de um *link*, a compra é realizada no cartão de crédito e o produto fica à disposição na loja para retirada por um portador.

BENCHMARK

16,5% da venda média mensal da Alexandre Birman, Shopping Iguatemi (SP)

587 lojas habilitadas

83% da rede*

*Marcas Arezzo, Schutz e Anacapri

CHECKOUT MÓVEL

Prateleira Infinita já dispõe de *checkout* móvel, uma nova solução da Arezzo&Co, que coloca todas as funcionalidades envolvendo a jornada da vendedora em um único dispositivo móvel. Compras on-line e em loja física podem ser pagas em uma única transação.

2019 – Testes em 60 lojas de São Paulo e Rio de Janeiro

2020 – Implementação em todas as lojas da empresa

PRATELEIRA INFINITA

Cliente escolhe os produtos em tela *touch* na loja física, consultando o estoque da loja e opções de outras unidades e web, e efetua a compra diretamente com a vendedora.

604 lojas habilitadas

85% da rede*

BENCHMARK

15,5%* de venda média mensal da Arezzo São Mateus (ES).

*Média estimada de janeiro a setembro de 2019.

CURADORIA EM SUSTENTABILIDADE

GRI 102-43, 102-44

Com a finalidade de entender as expectativas de quem realmente consome nossos produtos, organizamos o grupo Curadoria em Sustentabilidade, que atualmente reúne seis clientes *heavy users* de nossas marcas, residentes em São Paulo (SP).

CONSELHO FASHION

E quais os benefícios valorizados pelas consumidoras? Ouvi-las mais e melhor também representou um avanço importante no relacionamento em 2019. Ao longo do ano, organizamos o Conselho *Fashion*, uma série de consultas em regiões distintas do Brasil, todas envolvendo as clientes da marca Arezzo.

LOGÍSTICA REVERSA

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 301-3

Agora, nossas clientes já sabem como dar a destinação correta aos calçados que não têm mais condição de uso. Desde março de 2019, disponibilizamos caixas apropriadas para esse tipo de descarte, em parceria com a ADS Micrologística, empresa especializada em coleta e destinação para reciclagem ou reutilização de resíduos sólidos. As primeiras lojas beneficiadas são Fiever e Alme, na rua Oscar Freire (SP), além dos escritórios em São Paulo e no Rio Grande do Sul.



CONEXÃO ALÉM DO PRODUTO

TEMAS MATERIAIS RELACIONADOS. 1. DESTINO ADEQUADO DE RESÍDUOS EM TODA A CADEIA DE PRODUÇÃO;
2. PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE GRI 103-1, 103-2, 103-3



Da atitude mais despojada ao perfil de mulher que valoriza exclusividade, nossas seis marcas existem para encantar nossas clientes, com produtos que reúnem qualidade, *design*, conforto e inovação.

DESTAQUES

Abertura de **67 lojas**

51,2% de crescimento do *web commerce*, passando a representar **13,4% do faturamento no mercado interno**

BOLSAS

20% de crescimento médio em quatro anos

15,5 p.p. em cinco anos – rentabilidade semelhante ao negócio de calçados na companhia.





CONEXÃO ALÉM DO PRODUTO



AREZZO

#JuntasSomos

PROTAGONISMO FEMININO

GRI 102-6, 103-1, 103-2, 103-3, 301-3

Há quase 50 anos esta é uma das marcas mais queridas entre as brasileiras, que nasceu para ser aliada das mulheres na moda e na vida. Com estilo eclético e fácil de usar, inspira o novo e o protagonismo feminino. Tanto que, em 2019, patrocinou uma mostra de cinema organizada pelo Instituto Dona de Si, em que os roteiros foram integralmente desenvolvidos por escritoras. As campanhas publicitárias da Arezzo também passaram a ser protagonizadas por mulheres de cores e biotipos variados, em uma celebração à diversidade.



TOP OF MIND

16 anos consecutivos

22 milhões de mulheres impactadas em 2019 pela comunicação da Arezzo
93% das clientes Arezzo sentem-se mais representadas nas estratégias de comunicação

NO BRASIL

10 lojas próprias

432 franquias

1.210 lojas multimarcas

3,5% de crescimento no mercado interno em faturamento em 2019 em relação a 2018

R\$ 983,8 milhões de receita bruta no mercado interno em 2019

54,5% do faturamento no mercado interno da Arezzo&Co em 2019

SUCESSO DO MODELO LIGHT*

51 lojas abertas nos últimos três anos

* Modelo de franquia em cidades de 160 a 200 mil habitantes, com lojas de 40 m² que, além de sortimento reduzido em relação à loja padrão, requer investimento menor.

ONDE ESTAMOS

Em todos os Estados brasileiros, em lojas próprias, franquias, multimarcas e e-commerce. No exterior, em franquias e lojas multimarcas nos Estados Unidos, América Latina, Europa e Ásia.



CONEXÃO ALÉM DO PRODUTO



SCHUTZ

#becauseSchutz

PROVOCATIVA E OUSADA

Schutz é autenticidade e irreverência. Desde 1995, seus sapatos, bolsas e acessórios seduzem a mulher *sexy*, audaciosa e em sintonia com as últimas tendências. Por isso, a marca propõe novo *design*, materiais e acabamentos.

NO BRASIL

17 lojas próprias

72 franquias

1.086 lojas multimarcas

NOS EUA

3 lojas próprias

14,5% de crescimento em faturamento global em 2019 em relação a 2018

R\$ 647,2 milhões de receita bruta global em 2019

26,3% do faturamento no mercado interno da Arezzo&Co em 2019

ONDE ESTAMOS

BRASIL — Em lojas próprias, franqueadas, multimarcas e *flagship stores* nos principais centros de moda do País e no site da marca.

EUA — Em três lojas próprias em Nova York, Los Angeles e Miami.



ANACAPRI

#descomplicada

DE BEM COM A VIDA

Escolha ser você sempre, em qualquer idade. Assim é Anacapri, muito democrática, pensada para mulheres de espírito jovem, que valorizam o estilo casual, acessível e sem salto. Seus produtos são uma ótima combinação entre beleza, qualidade e preço. Privilegiam atributos como conforto e autoestima elevada. E, no assunto autoestima, a Anacapri fez um trabalho especial no relacionamento com suas clientes em 2019. Foram realizados debates com formadoras de opinião em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte e foi firmada uma parceria com o *podcast* "Beleza Pra Quem?", que traz à tona o autoconhecimento e a autoestima sustentável.

NO BRASIL

3 lojas próprias

185 franquias

1.628 pontos de venda multimarcas

18% de crescimento no mercado interno em faturamento em 2019 em relação a 2018

R\$ 259,1 milhões de receita bruta no mercado interno em 2019

14,4% do faturamento no mercado interno da Arezzo&Co em 2019

ONDE ESTAMOS

Em lojas próprias, franquias, *e-commerce* e em multimarcas, localizadas em 22 Estados brasileiros. A loja-conceito, Espaço Descomplica, fica na rua Oscar Freire, em São Paulo (SP).



CONEXÃO ALÉM DO PRODUTO



ALEXANDRE BIRMAN

PURA SEDUÇÃO

A marca mais luxuosa da Arezzo&Co vem conquistando celebridades e ícones em estilo feminino mundo afora. São mulheres sofisticadas, encantadas com o magnetismo de materiais nobres e exóticos, aplicados em um *design* exclusivo.

6 lojas próprias no Brasil
3 lojas próprias nos EUA
+150 lojas multimarcas no mundo

45% de crescimento de vendas em mesmas lojas

47,1% de crescimento em faturamento global em 2019 em relação a 2018
5,2% da receita bruta global em 2019
2,2% do faturamento no mercado interno da Arezzo&Co em 2019

ONDE ESTAMOS

BRASIL — Shopping Iguatemi, JK Iguatemi e Cidade Jardim, em São Paulo (SP), e Shopping Leblon, no Rio de Janeiro (RJ), Curitiba (PR) e Brasília (DF).
MUNDO — Em endereços próprios nos Estados Unidos (Nova York, Miami e Dallas) e *showroom* em Milão (Itália). Nas prateleiras das melhores multimarcas, como Bloomingdales, Bergdorf Goodman, Net-A-Porter, Harrods, Mytheresa e Galeries Lafayette.



FIEVER

#fieverbeat

MODERNA E CONECTADA

No nome, a combinação dos termos em inglês *five*, de quinta marca da Arezzo&Co, e *fever*, de febre. Na essência, uma marca de tênis feita para um público jovem, inquieto e muito antenado. Um consumidor conectado ao ritmo urbano, que celebra as diferenças e valoriza o estilo versátil, prático e customizado.

NO BRASIL

5 lojas próprias
1 franquia
441 lojas multimarcas

17,9% de crescimento em faturamento em 2019 em relação a 2018
1,5% da receita bruta global em 2019
1,7% do faturamento no mercado interno da Arezzo&Co em 2019

ONDE ESTAMOS

Nos shoppings Morumbi, Pátio Higienópolis, JK Iguatemi e Frei Caneca, e na rua Oscar Freire, em São Paulo (SP), e no Shopping Leblon, no Rio de Janeiro (RJ), além de multimarcas e *e-commerce* próprio.





CONEXÃO ALÉM DO PRODUTO



ALME

#autocuidado

AGORA SOMOS ALME

A marca mais jovem da Arezzo&Co evoluiu em 2019. A começar pela mudança de nome: o que era Owme (inspirado nas palavras em inglês *own* e *me*, que expressam a atitude de "ser dona de si") virou Alme, referência ao termo *all*, que significa todos em inglês, passando do individual para o coletivo. A Alme acredita que conforto é a melhor experiência. Existe para a mulher que não quer mais escolher entre comodidade e beleza, que busca seu bem-estar mais profundo, conectada consigo, suas necessidades e o equilíbrio ao redor. E essa leveza começa nos pés.

- 3 lojas próprias
- 3 franquias
- 302 lojas multimarcas

75,6% de crescimento em faturamento em 2019 em relação a 2018
 0,8% da receita bruta global em 2019
 0,9% do faturamento no mercado interno da Arezzo&Co em 2019

ONDE ESTAMOS

Shopping Morumbi, Pátio Higienópolis, Shopping Iguatemi e rua Oscar Freire, em São Paulo (SP).

VANS®

GOLAÇO!

O talento para cuidar bem de marcas, associado à capacidade de diversificar e inovar da Arezzo&Co, levou a companhia a um de seus mais ousados passos em 2019 – conquistar o licenciamento e distribuição exclusiva da marca Vans® no Brasil. Pela primeira vez, vamos operar uma marca não proprietária, focada no público masculino adulto e infantil. O acordo amplia nosso público, o portfólio de produtos e, principalmente, aprofunda nossa estratégia de transformação da companhia em uma plataforma de gestão de marcas.

Lançada nos EUA há 54 anos e presente em 84 países, a Vans® é uma gigante no mercado em tênis, vestuário e acessórios para *skate* e *surf*. É parte da VF Corporation, uma das maiores empresas globais de roupas, calçados e acessórios relacionados a estilo de vida. A Arezzo&Co passa a ser responsável pela gestão de fornecedores, logística, distribuição, *franchising*, *e-commerce* e expansão de lojas da Vans® no Brasil. O contrato é válido por cinco anos, com possibilidade de extensão por mais dois e posterior renovação.

O QUE VEM POR AÍ

R\$ 50 MILHÕES estão sendo investidos pela Arezzo&Co na aquisição de estoques de produtos (em CD e em trânsito) e de quatro *outlets* próprios da Vans®, localizados em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília

30% da produção da Vans® em 2019 foi local
70% é a nossa meta de ampliação de *sourcing* local e, em 2020, a expectativa já é fechar acima de 50%

A **distribuição** também será ampliada, por meio da capilaridade e do grande conhecimento da Arezzo&Co em **operações de franchising**

R\$ 200 MILHÕES
é o faturamento da Vans® no Brasil

20% do portfólio de produtos é vestuário



CONEXÃO ALÉM DO PRODUTO



A FORÇA DAS FRANQUIAS

O FRANQUEADO OCUPA LUGAR DE DESTAQUE na Arezzo&Co, afinal é ele nosso principal parceiro, responsável pelo maior volume de receitas gerado pelo negócio. Com o objetivo de prover ao franqueado um atendimento comercial muito mais tático e especializado, dois grandes projetos de *franchising* integram a revisão estratégica desenhada pela empresa em 2019.

NOVA ESTRUTURA COMERCIAL DA AREZZO

Atendimento comercial deixou de ser regionalizado para se tornar segmentado, de acordo com o porte da franquia:

- Grande – atendimento de profissional com maior habilidade estratégica, que ajude a promover incrementos no modelo de vendas a partir das reais necessidades da franquia;
- Médio – atendimento feito por consultor pleno, que dá suporte às operações comerciais;
- Pequeno – atendimento comercial remoto, com frequência semanal, porém, ainda em nível operacional.

AGILIZZA, EM TODAS AS LOJAS

Um consultor de vendas mais estratégico requer uma retaguarda eficiente, que ajude os franqueados em suas demandas operacionais de forma ágil. Em 2019, implementamos o serviço direto de atendimento ao franqueado Agilizza em todas as marcas franqueadas.

AVANTI

Em 2019, o programa de meritocracia da marca Arezzo entregou prêmio de quase R\$ 5 milhões às franquias que mais se destacaram no ano. Como regra do Avanti, os premiados devem reinvestir os respectivos valores em melhorias da própria operação, como treinamentos, ações de *marketing*, expansão do negócio, entre outras.

ALÉM DOS SETE PASSOS

COMO EXPLORAR AS NOVAS TECNOLOGIAS no atendimento comercial? Ao contrário de anos anteriores, quando optamos por consultores externos, nesse ciclo os conteúdos foram transmitidos por pessoas das equipes de *Franchising* e de Gente, o que tornou a conexão com a paixão e dores da empresa mais rápida e espontânea.

220 HORAS de treinamento

1.700 PESSOAS treinadas – gerentes de loja e vendedores

10 CIDADES – São Paulo, Campinas, São José dos Campos, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Fortaleza, Recife, Belém e Brasília

O QUE VEM POR AÍ

2020 – Dois ciclos de treinamento no ano, sendo um por semestre, e a contratação de ferramenta de treinamento a distância – um aplicativo de avançada usabilidade vai complementar as iniciativas da empresa na capacitação dos franqueados.

Outro evento promovido para os franqueados foi o Digital Retail Day, que reuniu em torno de 300 pessoas para falar especialmente sobre a transformação digital.

NOVO E-SHOWROOM

Redesenhamos a experiência de compra do franqueado e desenvolvemos uma nova plataforma, muito baseada em análises on-line da compra e colaboração, de acordo com o perfil de cada franquia.



ELO FORTALECIDO, MENOS RISCOS

TEMAS MATERIAIS RELACIONADOS: 1. CRITÉRIO SOCIOAMBIENTAL PARA CONTRATAÇÃO E DESLIGAMENTO DE FORNECEDORES; 2. MATÉRIAS-PRIMAS QUE NÃO CAUSAM IMPACTO NEGATIVO; 3. AUDITORIAS SOCIOAMBIENTAIS PARA CADEIA DE FORNECIMENTO; 4. RASTREABILIDADE DAS PRINCIPAIS MATÉRIAS-PRIMAS; 5. CERTIFICAÇÃO INTERNACIONAL DE CURTUMES PARCEIROS; 6. DESTINO ADEQUADO DE RESÍDUOS EM TODA A CADEIA DE PRODUÇÃO **GRI 102-9, 103-1, 103-2, 103-3**



Em 2019, a relação com a nossa rede de fornecimento avançou, inclusive no que diz respeito aos sistemas de gestão e relacionamento com esse grupo e às auditorias, que agora são de responsabilidade de um setor dedicado, o de Auditoria Interna.

NOSSOS FORNECEDORES DE PRODUTOS ACABADOS EM 2019

GRI 102-9

24 fábricas de sapatos

28 produtores de bolsas

A maioria localizada no Vale do Rio dos Sinos, no Rio Grande do Sul

SISTEMA DE GESTÃO RENOVADO

GRI 308-1, 308-2, 407-1, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2

Implementamos o TechSocial, ferramenta de gestão integrada dos fornecedores em processo de homologação e dos que já compõem a nossa base, formada principalmente por fabricantes de produtos acabados e ateliês.

O processo de homologação se dá em três etapas:

- Análise de documentos e assinatura do Código de Conduta dos Fornecedores e visita de nossa equipe de Auditoria às fábricas e subcontratados no caso das empresas com sede no Rio Grande do Sul;
- Auditoria externa em todos os casos;
- Assinatura de contrato.

Para serem homologados, os fornecedores devem estar 100% regularizados em aspectos como formalização da empresa; trabalho infantil; trabalho forçado ou análogo ao escravo; trabalho estrangeiro irregular; moradia integrada à empresa; liberdade de associação; discriminação; abuso e assédio sexual. Já em relação a questões ambientais, além de seguirem a legislação, nossos parceiros têm o compromisso de não utilizar substâncias restritas.

Em 2019, não contratamos diretamente novos fornecedores, e sim reforçamos o apoio aos atuais, e participamos das negociações com parceiros indiretos.

O relacionamento com a nossa base de fornecedores prevê:

- *Uploads* mensais de documentações que atestam a conformidade dos fornecedores em aspectos como obrigações trabalhistas e destinação de resíduos, entre outros;
- Acompanhamento de Auditoria Interna nos casos de fabricantes e subcontratados que necessitam de melhorias em seus modelos de gestão;
- Visitas semestrais da Auditoria Interna às fábricas e ateliês para checagem dos padrões combinados;
- Auditoria Externa anual.



ELO FORTALECIDO, MENOS RISCOS



Para manter as parcerias duradouras em nossa cadeia de fornecimento, em 2019, começamos a desenvolver nossos fornecedores para a adoção de processos de produção e utilização de novos materiais com atributos de sustentabilidade. Dessa forma, garantimos que todos estejam alinhados aos objetivos da companhia nos próximos anos (saiba mais no capítulo *A origem do couro*).

PARCERIA E TRANSPARÊNCIA

As evoluções no sistema de gestão de suprimentos da Arezzo&Co foram compartilhadas com fábricas e ateliês em dois eventos ao longo de 2019. Nos encontros, o grupo também recebeu orientações sobre como se preparar para as avaliações das auditorias interna e externa.



O QUE VEM POR AÍ

2020 – Vamos aderir ao programa da Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX) para a certificação de toda a nossa rede de fornecedores. Trata-se de um esforço setorial, liderado pelo varejo de moda, que promove as boas práticas na cadeia de fornecimento e de *compliance* com condições dignas de trabalho.

NOVO CD E-COMMERCE

Em 2019, nós nos concentramos na ampliação da capacidade logística e de reposição dos produtos

2018

11 mil m²

2019

16 mil m²

2020

21 mil m² = + 30% de capacidade com a integração da marca Vans®

ENCONTRO DE SUSTENTABILIDADE COM FORNECEDORES

GRI 102-12, 102-43, 102-44, 308-1, 308-2, 414-1, 414-2

Os desafios da trilha de sustentabilidade na cadeia de suprimentos da Arezzo&Co foram amplamente debatidos no 1º Encontro de Sustentabilidade com Fornecedores de Produto Acabado. O evento reuniu cerca de 400 pessoas em Campo Bom (RS), em março de 2019. Na ocasião, reforçamos aspectos do Código de Conduta Socioambiental para Fornecedores e do Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos. E renovamos o compromisso de ter 100% dos nossos fornecedores certificados em dois selos: Certificação de Sustentabilidade do Couro Brasileiro (CSCB), para os curtumes, e Origem Sustentável, para outros tipos de matéria-prima.

REVOLUÇÃO NECESSÁRIA GRI 103-1, 103-2, 103-3

Ter produtos com estilo, superconfortáveis e desenvolvidos com o menor impacto possível ao meio ambiente. Assim nasce a plataforma #Arezzo Futuro e, como resultado, seu primeiro grande lançamento: o ZZ Bio, primeiro tênis feito com o fio de poliamida biodegradável Amni Soul Eco, da Rhodia, e com solado biodegradável desenvolvido em parceria com a BASF. Ao contrário das fibras sintéticas, que demoram décadas para se decompor, o material é eliminado em até três anos se descartado em aterro sanitário. Seus fios são tingidos com corantes totalmente solúveis em água, que podem ser novamente usados após tratamento adequado.



ELO FORTALECIDO, MENOS RISCOS



CABEDAL

100% fio de poliamida biodegradável

PALMILHA EVA

51% de derivado de cana-de-açúcar

49% de derivado de petróleo

7,4 mil pares vendidos em 2019

MODA CONSCIENTE

- Sapatos Anacapri têm solados feitos de casca de arroz e tecidos reciclados no cabedal
- Na linha Fiever Choice, o cabedal recebe tecido reciclado e as solas resultam de um *blend* de resíduos gerados pela própria Arezzo&Co
- A Schutz também lançou um tênis com tecido reciclado.

MAPA DO FUTURO

Mapeamos os principais materiais utilizados na fabricação dos calçados da Arezzo&Co. Desse conjunto, estamos avaliando quais podem ser substituídos por materiais de fonte renovável, em quanto tempo e a que custos.

O QUE VEM POR AÍ

2021 – 100% dos nossos fornecedores de produtos finais comprometem-se a ter o Selo Origem Sustentável, criado pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) e pela Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal). A certificação garante que os fabricantes de calçados no País incorporam a sustentabilidade em seus processos produtivos.

2024 – Queremos substituir 30% dos materiais derivados de petróleo por componentes de fontes renováveis.

RECICLAGEM DE EMBALAGEM PÓS-CONSUMO

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 301-3

Pelo segundo ano consecutivo, contratamos a consultoria Eu Reciclo para calcular o volume de embalagens pós-consumo gerado em nossas operações – 22% do equivalente ao nosso volume gerado em 2019 foi reciclado em um modelo de compensação de reciclagem, nos mantendo, assim, dentro da obrigação legal.

- 90% das clientes preferem deixar as caixas nas lojas
- 891 toneladas de embalagens recuperadas em 2019
- A companhia gera cerca de quatro mil toneladas anuais de resíduos

DESAFIO DA EMBALAGEM

Em 2019, 40 alunos do IED São Paulo – Istituto Europeo di Design participaram do concurso Desafio da Embalagem. Os estudantes desenvolveram projetos de acordo com a identidade de nossas marcas e premissas ambientais (redução, reutilização e reciclagem). O time vencedor foi premiado com estágio de três meses nas áreas de *marketing* da empresa e visitas à unidade do Rio Grande do Sul e às fábricas de nossos fornecedores de embalagens na região.

2020

Protótipo selecionado trará redução de até 100 toneladas de papel, cola e tinta ao ano





A ORIGEM DO COURO

TEMAS MATERIAIS RELACIONADOS: 1. CRITÉRIO SOCIOAMBIENTAL PARA CONTRATAÇÃO E DESLIGAMENTO DE FORNECEDORES; 2. MATÉRIAS-PRIMAS QUE NÃO CAUSAM IMPACTO NEGATIVO; 3. AUDITORIAS SOCIOAMBIENTAIS PARA CADEIA DE FORNECIMENTO; 4. RASTREABILIDADE DAS PRINCIPAIS MATÉRIAS-PRIMAS; 5. CERTIFICAÇÃO INTERNACIONAL DE CURTUMES PARCEIROS; 6. DESTINO ADEQUADO DE RESÍDUOS EM TODA A CADEIA DE PRODUÇÃO GRI 103-1, 103-2, 103-3



Mapear a nossa cadeia de suprimentos para saber que estamos adquirindo couro da melhor procedência é uma das prioridades da companhia.

PARCERIA WWF

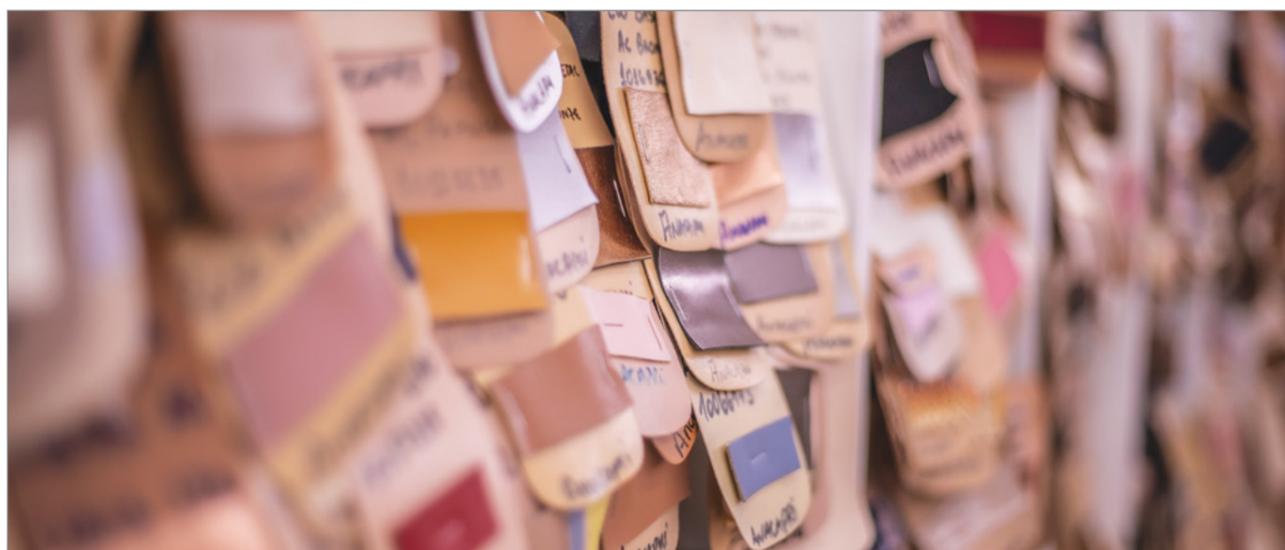
Em 2019, aceitamos o convite do WWF Brasil (World Wide Fund for Nature) para participar do CFA – Colaboração para Florestas e Agricultura, projeto lançado em 2016 em parceria com a National Wildlife Federation (NWF), The Nature Conservancy (TNC), Gordon and Betty Moore Foundation, entre outros. A iniciativa visa fortalecer uma rede de empresas líderes em seus setores e com capacidade de contribuir na definição de padrões e incentivos à produção de carne bovina e soja sem desmatamento. [GRI 102-12](#)

RASTREABILIDADE TOTAL

O WWF dispõe de uma ferramenta que nos permite rastrear o raio de atendimento das fazendas, identificar os trechos de áreas protegidas, respectivos índices de desmatamento, entre outros dados. Com essas informações, a Arezzo&Co e demais integrantes do CFA têm critérios mais apurados para selecionar fornecedores e elevar o nível das práticas socioambientais em suas cadeias de produção. Vamos desenhar e implementar um plano de ação em parceria com o WWF e a Rever Consulting.

CERTIFICAÇÃO REGIONAL

A Arezzo&Co lidera um movimento para que o Vale do Rio dos Sinos (RS) seja a primeira região do mundo a ter 100% da produção de calçados de origem sustentável – dos curtumes aos fabricantes e distribuidores, num raio de 50 km.



O QUE VEM POR AÍ

2021 – 100% do couro de curtumes terá o selo Leather Working Group (LWG) ou Certificação de Sustentabilidade do Couro Brasileiro (CSCB), concedida pelo CICB

2021 – 100% do couro recebido será rastreável até os frigoríficos que fornecem matérias-primas aos curtumes

2024 – Revisão da política de compra de couro, da meta e dos indicadores de progresso definidos

2025 – Monitoramento de 100% dos fornecedores indiretos que fornecem matérias-primas aos frigoríficos (fazendas de cria, recria e engorda).

GESTÃO AMBIENTAL EM ALTA

Com apoio de uma consultoria externa, em 2019, iniciamos nosso Sistema de Gestão Ambiental, em que mapeamos a forma como nossas atividades nos escritórios, no centro de distribuição, nas lojas próprias e nas fábricas impactam o meio ambiente e como fazemos a gestão dos riscos identificados, além de definir as prioridades de atuação. [GRI 102-11](#)

O QUE VEM POR AÍ

2020 – Vamos adotar metodologias para registrar evidências das nossas ações ambientais, sobretudo em redução da emissão de GEEs e de resíduos sólidos gerados por nossas operações.

GESTÃO DE RESÍDUOS SÓLIDOS E DE EFLUENTES [GRI 306-2](#)

A Arezzo&Co segue os parâmetros da licença ambiental na gestão de resíduos sólidos e não envia resíduos próprios para aterros. Nosso Sistema de Gestão Ambiental prevê a destinação adequada de resíduos sólidos e o lançamento de efluentes sanitários devidamente tratados.



A ORIGEM DO COURO



Em 2019, houve uma melhoria nas nossas centrais de resíduos. No mesmo período, foram adequadamente destinadas 104,84 toneladas de resíduos perigosos e 256,54 toneladas de resíduos não perigosos.

DISPOSIÇÃO DE RESÍDUOS PERIGOSOS (EM TONELADAS)

DESTINO	2017	2018	2019
Recuperação (incluindo recuperação de energia)	31,64	49,33	54,29
Transformação do resíduo de couro em fertilizantes	104,10	29,10	50,55
TOTAL	135,74	78,43	104,84

DISPOSIÇÃO DE RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS (EM TONELADAS)

DESTINO	2017	2018	2019
Reutilização	N/D	N/D	0,50
Reciclagem	24,91	31,07	67,25
Recuperação (incluindo recuperação de energia)	178,02	121,16	188,79
Aterro	2,40	0,00	0,00
TOTAL	205,33	152,23	256,54

INVENTÁRIO DE GASES DE EFEITO ESTUFA

Também em 2019, realizamos o inventário de gases de efeito estufa. Agora, conhecemos nossa taxa de emissões e o quanto temos que compensar para zerar esse impacto. Temos a meta de neutralizar as emissões de gases de efeito estufa nas operações próprias em 2020.

MATERIAIS MAIS SUSTENTÁVEIS E EFICIENTES

Para garantir que nossos fornecedores de calçados e bolsas usem matérias-primas que sejam de qualidade e mais benéficas para o meio ambiente, estabelecemos uma meta de evolução a partir de 2020 que inclui substituições, reduções e certificações e envolve melhorias em monitoramento; treinamentos para fornecedores, equipe de pesquisa e desenvolvimento (P&D), *sourcing* e compras; e metas cruzadas para as equipes de P&D e criativas de cada marca. [GRI 301-1](#)

Nesse caminho, lançamos produtos com atributos sustentáveis em 2019, como o ZZ Bio (saiba mais no capítulo *Elo fortalecido, menos riscos*), mas ainda não tivemos usos expressivos de materiais mensurados. Também utilizamos resíduos da nossa própria indústria na produção de solas para algumas de nossas marcas e temos um projeto de logística reversa dos sapatos descartados pelas nossas clientes (saiba mais no capítulo *Para a cliente, sempre*). [GRI 301-1](#)

Abaixo, detalhamos o consumo dos principais materiais utilizados no produto final em 2019:

Couro	1.018.510 m ²
Laminado sintético cabedal	602.522 m ²
Laminado sintético forro	484.152 m ²
Solado TPU	3.353.714 pares
Sola laqueada	65.205 m ²



A ORIGEM DO COURO



METAS DEFINIDAS POR TIPO DE MATERIAL GRI 301-1

MATERIAIS	GANHOS ESTIMADOS	VARIAÇÃO TOTAL 2020-2025
Couro	Substituir couro por couro <i>chromo free</i>	47%
Laminado sintético cabedal	Substituir por materiais originários de fontes renováveis ou reciclados	20%
Laminado sintético forro	Substituir por materiais de fontes renováveis ou reciclados	20%
Solado TPU	Reduzir 20% de resíduos na composição (10% de resíduos industriais e 10% de <i>pet</i> reciclado)	25%
Sola laqueada	Substituir por 10% de resíduo industrial	30%
Químicos (substâncias restritas)	Obter certificação seguindo parâmetros internacionais	100%
Ferragem (<i>chromo free</i>)	Obter certificação <i>chromo free</i>	
Embalagem	Substituir por materiais originários de fontes renováveis, certificadas e recicladas (FSC)	100%
Embalagem	Reduzir o volume de materiais	48%



TUDO AO MESMO TEMPO, AGORA!

A relação dos consumidores com as marcas de varejo e de moda está se transformando rapidamente. Cresce a expectativa de um consumo com causa, diversidade e inclusão, que impulsiona o conceito de comunidade. Ao mesmo tempo, as clientes demandam uma experiência sem fricção e ágil, pautada pela inovação constante. Essas são algumas das principais tendências que nos têm guiado em todas as decisões recentes da companhia, com o objetivo de cada vez mais conectar nossas marcas ao desejo das clientes. Duas novas avenidas de crescimento ganharão velocidade em 2020.

PLATAFORMA DIGITAL DE MODA

A Arezzo&Co passará gradativamente da posição de gestora de marcas para a de plataforma de moda com competência em marcas. A companhia seguirá preservando a clara identidade de cada uma das sete bandeiras de seu portfólio. Porém, em uma única plataforma, as clientes conseguirão se relacionar e transacionar com todas simultaneamente, o que trará grandes benefícios de eficiência e experiência de compra.

Com lançamento previsto para 2020, nossa plataforma de moda terá:

- base de 8,2 milhões de clientes
- 7 marcas de calçados, bolsas, acessórios e vestuário
- serviços de consultoria de estilo e conectividade social
- conteúdos editoriais, curadorias de *look*, informações de moda
- gestão integrada de dados
- novo programa de *loyalty*
- revenda de calçados usados

MARCAS INSURGENTES

O licenciamento de marcas maduras como a Vans® continuará em nosso horizonte. A partir de 2020, nossa estratégia será continuar a buscar oportunidades inorgânicas de aquisição de marcas tradicionais no mercado, bem como de marcas insurgentes em franco crescimento, a fim de agregar nova base de clientes e *expertise* ao negócio.

Marcas insurgentes compõem um segmento muito específico, de características claramente sustentáveis e de *design*. Em geral, são muito autênticas, com sortimento reduzido e demanda maior do que a capacidade de oferta. Apesar de serem pouco representativas em termos de *market share*, já capturam boa parte do crescimento de seus nichos. Em conjunto, podem se tornar muito significativas em participação de mercado. Já as marcas tradicionais podem agregar talentos e sinergias para a operação consolidada, uma vez que já possuímos todo um modelo de negócios favorável e com capacidade para absorver novas operações.

MARCAS INSURGENTES têm menos de 15 anos, faturamento menor do que R\$ 100 milhões e crescem em média dez vezes o tamanho do mercado.



SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

GRI 102-55

GRI STANDARD	DIVULGAÇÃO	RESPOSTA OU LINK PARA O CAPÍTULO	OMISSÃO	PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL	ODS
GRI 101: FUNDAÇÃO 2016					
GRI 102: DIVULGAÇÕES GERAIS 2016					
PERFIL ORGANIZACIONAL					
102-1	Nome da organização	10			
102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	10			
102-3	Localização da sede	A sede da Arezzo&Co está na cidade de Campo Bom (RS).			
102-4	Localização das operações	11			
102-5	Natureza da propriedade e forma jurídica	11, 13			
102-6	Mercados atendidos	44			
102-7	Porte da organização	11			
102-8	Informações sobre empregados e trabalhadores	19, 20, 21, 22, 23			
102-9	Cadeia de fornecedores	54, 55			
102-10	Mudanças significativas na organização e na sua cadeia de fornecedores	Não houve mudanças significativas no período.			
102-11	Abordagem ou princípio da precaução	61			
102-12	Iniciativas desenvolvidas externamente	18, 57, 60			
102-13	Participação em associações	A Arezzo&Co participa de projetos ou comissões da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) e da Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal). A empresa não possui assento em nenhuma das organizações e considera sua participação estratégica.			
ESTRATÉGIA					
102-14	Declaração do tomador de decisão sênior	4			
ÉTICA E INTEGRIDADE					
102-16	Valores, princípios, padrões e normas de conduta	10			
GOVERNANÇA					
102-18	Estrutura da governança	14			
102-20	Responsabilidade do nível executivo sobre temas econômicos, ambientais e sociais	14			

102-22	Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês	14			
102-29	Identificação e gerenciamento de impactos econômicos, ambientais e sociais	15			
ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS					
102-40	Lista de grupos de <i>stakeholders</i>	8			
102-41	Acordos coletivos	Na Arezzo&Co, os 2.641 colaboradores são cobertos por convenção coletiva. Isso representa 97% do quadro total da empresa, já que 94 empregados possuem outro tipo de vínculo com a empresa.			
102-42	Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	8			
102-43	Abordagem no engajamento dos <i>stakeholders</i>	8, 29, 41, 57			
102-44	Principais tópicos e preocupações levantados	29, 41, 57			
PRÁTICAS DE RELATO					
102-45	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas ou documentos equivalentes	9			
102-46	Definição do conteúdo do relatório e limites	7			
102-47	Lista dos tópicos materiais	6			
102-48	Reformulações de informações	Reformulações de informações de anos anteriores são apontadas ao longo do relatório.			
102-49	Mudanças no relato	Mudanças no relato são apontadas ao longo do relatório.			
102-50	Período do relatório	6			
102-51	Data do relatório mais recente	6			
102-52	Periodicidade dos ciclos de relato	6			
102-53	Contato para perguntas sobre o relatório	7			
102-54	Relato da opção "de acordo" escolhida pela organização	6			
102-55	Índice de conteúdo GRI	68, 70			
102-56	Verificação externa	O relatório não passou por auditoria ou verificação externa.			
TEMA MATERIAL: AUDITORIAS SOCIOAMBIENTAIS PARA CADEIA DE SUPRIMENTOS					
103-1	Explicação sobre o tópico material e seus limites	42, 55, 61			
103-2	Abordagem de gestão e seus componentes	42, 55, 61			

SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

GRI 102-55

GRI STANDARD	DIVULGAÇÃO	RESPOSTA OU LINK PARA O CAPÍTULO	OMISSÃO	PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL	ODS
103-3	Avaliação da forma de gestão	42, 55, 61			
GRI 407: LIBERDADE DE ASSOCIAÇÃO E NEGOCIAÇÃO COLETIVA					
407-1	Operações e fornecedores em que o direito à liberdade de associação e negociação coletiva pode estar em risco	55		1, 2, 3, 4, 5, 6	8, 16
GRI: 408: TRABALHO INFANTIL					
408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de ocorrência de trabalho infantil	55		1, 2, 6	8, 16
GRI 409: TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO					
409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo	55		1, 2, 3	8
TEMA MATERIAL: CRITÉRIOS SOCIOAMBIENTAIS PARA CONTRATAÇÃO/DESLIGAMENTO DE FORNECEDORES					
103-1	Explicação sobre o tópico material e seus limites	55			
103-2	Abordagem de gestão e seus componentes	55			
103-3	Avaliação da forma de gestão	55			
GRI 308: AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES					
308-1	Novos fornecedores selecionados usando critérios ambientais	55, 57		7, 8, 9	8, 11, 15
308-2	Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e ações tomadas	55, 57	A Arezzo&Co não divulga o total e o percentual de que possuem impactos ambientais negativos.	7, 8, 9	8, 11, 15
GRI 414: AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES					
414-1	Novos fornecedores avaliados usando critérios sociais	55, 57			
414-2	Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e ações tomadas	55, 57	A Arezzo&Co não divulga o total e o percentual de que possuem impactos ambientais negativos.		
TEMA MATERIAL: DESTINO ADEQUADO DE RESÍDUOS EM TODA A CADEIA DE PRODUÇÃO					

103-1	Explicação sobre o tópico material e seus limites	41, 59			
103-2	Abordagem de gestão e seus componentes	41, 59			
103-3	Avaliação da forma de gestão	41, 59			
GRI 306: EFLUENTES E RESÍDUOS					
306-2	Resíduos por tipo e método de disposição	61		7, 8, 9	3, 6, 8, 11, 12, 14, 15
TEMA MATERIAL: PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE					
103-1	Explicação sobre o tópico material e seus limites	31, 44			
103-2	Abordagem de gestão e seus componentes	31, 44			
103-3	Avaliação da forma de gestão	31, 44			
GRI 401: EMPREGO					
401-1	Taxas de novas contratações e rotatividade de empregados	24, 25, 26, 27		6	5, 8, 10
GRI 405: DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES					
405-1	Diversidade nos órgãos de governança e empregados	33, 36, 37			5, 8, 10
GRI 406: NÃO DISCRIMINAÇÃO					
406-1	Casos de discriminação e ações corretivas tomadas	A Arezzo&Co preza pelo respeito, pela diversidade e pela igualdade em suas relações, coibindo a prática de discriminação de qualquer natureza. A companhia monitora os indicadores de situações relacionadas à discriminação, adotando medidas disciplinares internas e judiciais cabíveis, nos casos aplicáveis. Por serem considerados sensíveis, a empresa optou por tratar esses dados apenas internamente e não divulgá-los no relatório.		1, 2, 3, 4, 5, 6	5, 8, 10
TEMA MATERIAL: MATÉRIAS-PRIMAS QUE NÃO CAUSEM IMPACTO NEGATIVO					
103-1	Explicação sobre o tópico material e seus limites	41, 57, 59			
103-2	Abordagem de gestão e seus componentes	41, 57, 59			
103-3	Avaliação da forma de gestão	41, 57, 59			
GRI 301: MATERIAIS					
301-1	Materiais usados por peso ou volume	63	Não divulgamos peso ou volume total dos materiais dos principais produtos. O dado é aprimorado internamente.		12
301-3	Recuperação de produtos e dos materiais de suas embalagens	41, 44, 59			

ALME

FEVER

ANACAPRI

ALEXANDRE
BIRMAN

SCHUTZ

AREZZO

AREZZO &CO

arezzoco.com.br

www.arezzo.com.br

www.schutz.com.br

www.anacapri.com.br

www.alexandrebirman.com.br

www.fiever.com.br

www.somosalme.com.br

EXPEDIENTE **Coordenação geral:** Diretoria de Relações com Investidores; Gerência de Relações Públicas e Sustentabilidade; **Projeto editorial, redação, edição e revisão:** Quintal 22 Comunicação;

Projeto gráfico e diagramação: CS Comunicação; **Consultoria GRI:** Averso Sustentabilidade;

Tradução: Gotcha! Idiomas; **Fotos:** Acervo Arezzo&Co

2019