

**AREZZO  
&CO**

# Relatório Anual 2022



**AREZZO  
&CO**

AREZZO

SCHUTZ

ANACAPRI

ALEXANDRE  
BIRMAN

FEVER

ALME

VANS  
"OFF THE WALL"

ZZ'MALL

mySHOES

CAROL BASSI

**AR&CO**

Reserva

Reserva  
mini

Oficina  
RESERVA

ReservaGo

INK  
Reserva

Reversa

Baw®

TROC

# Sumário

---

03

**INTRODUÇÃO**

Sobre o Relatório  
Ferramentas de Leitura  
Mensagem do Presidente

---

48

**PRODUÇÃO RESPONSÁVEL**

Sustentabilidade na Cadeia de Valor

---

106

**COMUNICAÇÃO TRANSPARENTE**

Marketing e Comunicação Responsável  
Reconhecimentos  
Conquistas

---

08

**A AREZZO&CO**

Quem Somos  
Resultados Financeiros  
Geração de Valor

---

61

**MEIO AMBIENTE SAUDÁVEL**

Matérias-Primas Responsáveis  
Circularidade  
Operação Ecoeficiente  
Combate às Mudanças Climáticas

---

113

**ANEXOS**

Índice GRI *Standards*  
Índice SASB  
Índice TCFD  
Mapa de Capitais  
Mapa de ODS  
Relatório de Asseguração  
Créditos

---

37

**GOVERNANÇA CORPORATIVA**

Estrutura de Governança  
Ética  
Gestão de Riscos

---

78

**PESSOAS EMPODERADAS**

Pessoas: a Matéria-Prima do  
Nosso Sucesso  
Diversidade e Inclusão  
Conexão e Cuidado  
Geração de Valor para Comunidades

# Introdução

CAPITAIS RELACIONADOS



# Sobre o Relatório

GRI 2-3 › 2-13 › 2-14

Líder do setor de calçados, bolsas e acessórios femininos na América Latina, o Grupo Arezzo&Co tem compromisso com a boa gestão da sustentabilidade em marcas, negócios e operações.

Este relatório, divulgado pelo 5º ano consecutivo, é aprovado pelo Comitê de Sustentabilidade, composto por quatro membros do Conselho de Administração, e conta a história da Companhia, reforçando o comprometimento com uma gestão transparente. A publicação apresenta informações sobre os destaques do ano, modelo de negócio, cultura e trajetória entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2022.

## Boa leitura!

## FIQUE ATENTO!

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

Quando usarmos **AR&Co**, estaremos nos referindo às marcas do Grupo Reserva (Reserva, Reserva Go, Reserva Mini, Oficina, INK, Simples e Reversa) e Baw Clothing.

Quando usarmos **Arezzo&Co**, estaremos nos referindo às marcas Arezzo, Schutz, Alexandre Birman, Anacapri, Fiever, Alme, Vans, Brizza, My Shoes e Carol Bassi.

Saiba mais sobre cada uma das marcas a partir da página 16, e conheça a TROC, o nosso brechó *online* na página 20.



# Ferramentas de Leitura

GRI 2-3 › 2-5

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

## Sobre as diretrizes



**Capitais do Relato Integrado<sup>1</sup>**

4º ano consecutivo

O mapa de capitais, na página 125, conecta o conteúdo com a geração de valor nos capitais do [Relato Integrado](#).



**Global Reporting Initiative (GRI)**

4º ano consecutivo

Ao longo do relatório, o símbolo GRI XXX-X sinaliza os locais onde o conteúdo do indicador é reportado. Conheça detalhes no [Índice GRI](#).



**Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)**

4º ano consecutivo

No decorrer do conteúdo, sinalizamos quais ODS da Organização das Nações Unidas (ONU) são incentivados. Conheça detalhes no [Mapa de ODS](#).



**Sustainability Accounting Standards Board (SASB)**

2º ano consecutivo

O símbolo SASB XX-XX-XXX.X aponta os locais onde o conteúdo do indicador é reportado. Saiba mais no [Índice SASB](#).



**Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD)**

Reportado pela primeira vez

Saiba mais detalhes sobre os indicadores e as páginas em que são mencionados no [Índice TCFD](#).



### 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)

<sup>1</sup> Relato de acordo com orientações CPC 09, disponíveis [aqui](#).

# Mensagem do Presidente

GRI 2-22

Nossa caminhada sempre foi marcada por muitos aprendizados e conquistas. Em 2022, a Arezzo completou 50 anos de história, evidenciando a constante evolução que nos tornou a maior *house of brands* do Brasil.

Para relembrar a trajetória dessa primeira marca, que se faz presente no cotidiano de muitos brasileiros há tantos anos, investimos em uma coleção especial comemorativa, além de *collabs*, exposições, eventos, um livro e até mesmo uma experiência *omnichannel* de compra – que aponta a visão para os próximos anos.

Disseminamos a cultura da inovação nas áreas e alcançamos resultados surpreendentes: só em 2022, foram mais de 32,4 milhões de peças vendidas, um número 29% maior do que o registrado em 2021. Também aumentamos 22% da base de clientes que compram nos canais *on* e *off*, com um crescimento de receita de 37%. A solidez apresentada pela Companhia em seus resultados reforçou o posicionamento assertivo de todas as marcas, a fidelidade dos consumidores e o engajamento do time.

Cinco décadas podem parecer muito tempo quando olhamos para o histórico das companhias brasileiras, mas, frente ao desejo de um empreendedor que sonha levar a marca até 2154, fica claro que ainda

temos um longo caminho a trilhar. Queremos, cada vez mais, fortalecer a conexão com os clientes e expandir os horizontes do negócio em longo prazo.

Nos últimos anos, registramos crescimento contínuo em todas as marcas do grupo. A ampliação dos negócios no setor de moda e varejo, somada à expansão no mercado de calçados, faz parte da estratégia de diversificar produtos e consolidar as marcas do portfólio. Isso resultou em um faturamento recorde em nossa história: R\$ 5,2 bilhões, 43,4% maior do que o alcançado em 2021. Por sua vez, a operação nos Estados Unidos também atingiu um patamar inédito com a receita de R\$ 489,7 milhões, um crescimento de 40,9%, que representou 9,4% do faturamento da Arezzo&Co.

Nossa capacidade de olhar para o futuro nos mantém ousados e atentos às mudanças. Nesse sentido, acreditamos que somente com uma estratégia de sustentabilidade robusta e integrada ao negócio seremos capazes de chegar até 2154. Para que isso seja possível, em 2022, atualizamos a matriz de materialidade com uma visão única e integrada do Grupo, considerando as particularidades de cada marca. Para fortalecer a agenda ESG, estabelecemos novos compromissos públicos focados em uma produção mais responsável, na promoção de um meio

ambiente saudável, no empoderamento de pessoas e em uma comunicação transparente.

Queremos uma moda mais consciente, responsável e diversa.

Chegamos até aqui e queremos ir ainda mais longe. Conhecemos a necessidade de conscientizar toda a cadeia de valor da Companhia sobre a relevância do desenvolvimento sustentável. Portanto, é essencial que fornecedores e fabricantes visualizem nosso potencial como elos para objetivos comuns. Para reforçar nosso compromisso, assinamos o Pacto Global da ONU, iniciativa internacional para o estímulo à atuação alinhada aos dez princípios universais que contribuem para o enfrentamento dos desafios da sociedade, como Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção.

Além disso, em 2022, a Arezzo&Co se tornou uma Empresa B, selo designado às companhias que se comprometem em impactar positivamente a sociedade e o meio ambiente. Nesse mesmo ano, o Grupo Reserva também se recertificou como Empresa B.

No período, alcançamos a marca de 28% de calçados desenvolvidos com componentes sustentáveis e uma redução de 20% das emissões de gases de

efeito estufa, referentes aos escopos 1 e 2. Esses resultados são um reflexo desse posicionamento consciente e reforçam nossa confiança de estarmos no caminho certo na geração de impacto positivo para os *stakeholders* e o meio ambiente.

Parte disso também refletiu em investimentos intensos na promoção da diversidade e inclusão na Companhia. Em 2022, nós nos estruturamos por meio de uma série de iniciativas fomentadoras dessa agenda, como o primeiro programa de estágio afirmativo para pessoas negras, o desenvolvimento de treinamentos, atividades de sensibilização e palestras, que focaram, principalmente, na pauta racial.

Fizemos tudo isso porque buscamos ser melhores para o mundo.

Contamos com um time comprometido, que faz com que essas e diversas outras ações aconteçam diariamente, assim como a participação dos demais públicos com os quais nos relacionamos, são essenciais para toda essa entrega. Agradecemos profundamente a todos os colaboradores, fornecedores, parceiros, franqueados e investidores, que confiam em nós e fazem parte da nossa história, e aos clientes, que são o nosso maior combustível. Finalizamos mais um ciclo com a certeza de que não estamos sozinhos.

Vamos juntos rumo a 2154!



ALEXANDRE BIRMAN  
CEO e CCO Arezzo&Co

# A Arezzo&Co

CAPITAIS RELACIONADOS



ODS RELACIONADOS



# Quem Somos

GRI 2-1 › 2-2 › 2-6 › 204-1 ›  
SASB CG-MR-000.A

No ano em que nossa primeira marca comemora 50 anos, reforçamos a posição de Companhia líder no setor de calçados, bolsas e acessórios femininos na América Latina. O Grupo Arezzo&Co reúne as marcas Arezzo, Schutz, Alexandre Birman, Anacapri, Fiever, Alme, Vans, Brizza, Reserva, Reserva Mini, Oficina, INK, TROC, Reserva Go, Baw Clothing, Reversa, Simples, My Shoes e Carol Bassi, além do marketplace ZZ'Mall.

A paixão por encantar clientes é o maior combustível para nossas marcas, que estão associadas a um estilo de vida diferenciado e desejado. Contando com amplas linhas de produtos, conseguimos alcançar públicos-alvo específicos e atender a diferentes ocasiões de uso.

Com a inovação cada vez mais integrada à Companhia, continuamos expandindo nossa atuação e, fortalecendo os pilares e valores, sempre posicionando a sustentabilidade como motor de aceleração “Rumo a 2154”.

## PRESENCAS NACIONAL E INTERNACIONAL

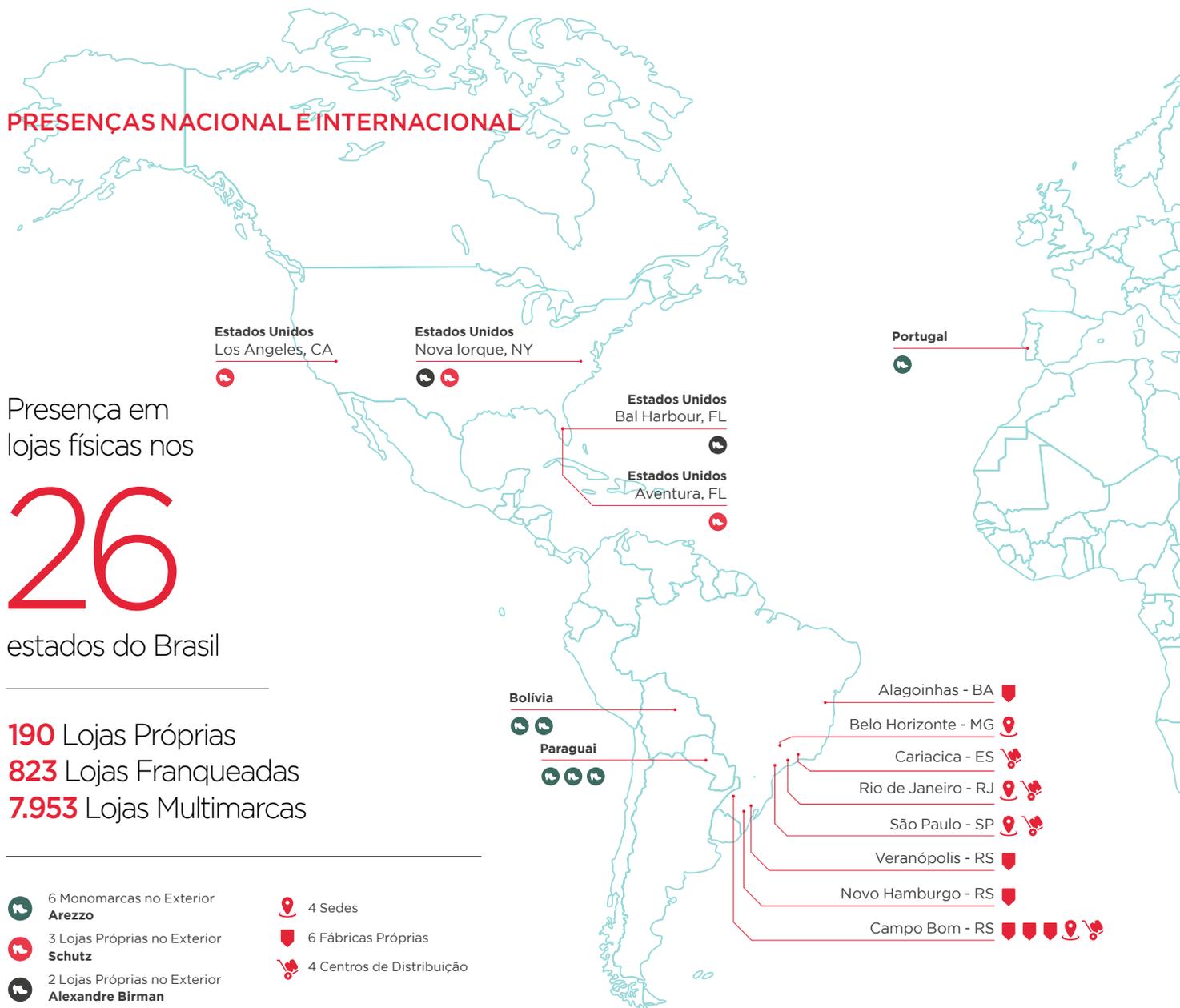
Presença em lojas físicas nos

# 26

estados do Brasil

**190** Lojas Próprias  
**823** Lojas Franqueadas  
**7.953** Lojas Multimarcas

-  6 Monomarcas no Exterior  
**Arezzo**
-  3 Lojas Próprias no Exterior  
**Schutz**
-  2 Lojas Próprias no Exterior  
**Alexandre Birman**
-  4 Sedes
-  6 Fábricas Próprias
-  4 Centros de Distribuição



## Manifesto

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

---

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

## VISÃO

---

Ser líder em moda no Brasil, com presença internacional.

## PROPÓSITO

---

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

## FUNDAÇÃO E ESTRUTURAÇÃO

### 1972

- » Anderson e Jeferson Birman, fundam a Arezzo, marca de sapatos masculinos em Belo Horizonte - MG.

### 1974

- » Início da produção de calçados femininos.

### 1976

- » Abertura da 1ª loja Monomarca - Gypsy, primeira boutique de sapatos de Belo Horizonte;
- » Lançamento do primeiro modelo de sucesso: a Anabela de atanado forrada com juta.

## ERA INDUSTRIAL

### 1984

- » Verticalização da produção e consolidação como fábrica de sapatos com grande capacidade produtiva.

### 1986

- » Início da operação de *franchising*.

## ERA DO VAREJO

### 1991

- » Expansão das lojas físicas com abertura da 1ª Flagship Arezzo na Oscar Freire - SP.

### 1995

- » Alexandre Birman, aos 18 anos, lança a marca Schutz.

### 1997

- » Fechamento da fábrica em Belo Horizonte.

### 1999

- » Mudança da fábrica para Campo Bom - RS.

## ERA CORPORATIVA

### 2000

- » Inauguração da sede criativa em Campo Bom.

### 2007

- » Entrada do fundo Tarpon Investimentos, com 25% de participação e fusão das marcas Arezzo e Schutz. Surge a Arezzo&Co.

### 2008

- » Criação da Anacapri - focada em calçados flat - e da marca Alexandre Birman, no segmento de luxo.

CONSOLIDAÇÃO COMO  
REFERÊNCIA NO SETOR

## 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 administrativa em Campo Bom e concentração da produção no Vale dos Sinos - RS.

## 2015

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

## 2016

- » Inauguração do centro de distribuição em Cariacica - ES.

DIGITALIZAÇÃO  
E EXPANSÃO

## 2018

- » Início do processo de transformação digital;
- » Inauguração do Museu Arezzo&Co;
- » Criação da marca Alme, com foco em conforto e beleza.

## 2019

- » Início do crescimento inorgânico: licenciamento da marca Vans no Brasil.

## 2020

- » Primeira aquisição de crescimento inorgânico: Grupo Reserva - 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

- » Inauguração do ZZ HUB;
- » Aquisição da marca nativa digital Baw Clothing;
- » Aquisição e relançamento da My Shoes;
- » Aquisição da Carol Bassi.

## 2022

- » Inauguração da fábrica em Alagoinhas - BA;
- » Aquisição da Sunset e fábrica de bolsas HG;
- » Inauguração do Núcleo Criativo Arezzo&Co e Materioteca Sustentável.

## Destaques 2022

5,3 mi

clientes

R\$ 5,2 bi

receita bruta

8.004

colaboradores

21,3 mi<sup>\*</sup>

pares de calçados vendidos

3,0 mi<sup>\*</sup>

bolsas vendidas

8,1 mi<sup>\*</sup>

peças de roupas vendidas

99,2%

da produção feita no Brasil

15,2%

da produção própria na Arezzo&amp;Co

6

fábricas próprias

190

lojas próprias  
(Brasil e Exterior)

823

lojas franqueadas  
(Brasil e Exterior)

7.953

lojas multimarcas

\*Os produtos são produzidos conforme venda prévia para lojas própria e franquias, portanto produtos vendidos são iguais aos produzidos.

## MODELO DE NEGÓCIO

### Os cinco pilares norteadores do modelo de negócio



#### P&D

O monitoramento contínuo permite identificar mudanças de consumo e as tendências da moda.



#### Sourcing e Logística

Analizamos e definimos o melhor processo de produção para cada peça, seja nas fábricas próprias ou terceirizadas.



#### Gestão

O amplo leque de ações de seleção, treinamento e retenção de pessoas garante o desenvolvimento de talentos diversos e alinhados com a cultura e a estratégia do Grupo.



#### Comunicação e Marketing

Investimos tempo e recursos financeiros nas marcas, criando campanhas inspiradoras.



#### Distribuição Diversificada

Lançamos coleções simultâneas. Distribuimos os produtos de forma coordenada para todas as lojas, movimentando milhares de peças por dia.

Conheça os detalhes no site de [Relações com Investidores](#).



**AVENIDAS DE CRESCIMENTO**

GRI 2-12 › 2-23

Para suportar a estratégia de crescimento, desenvolvemos um *Playbook* validado e aprovado pelo Conselho de Administração, que define seis tipos e cinco premissas de integração possíveis em processos de aquisições de novos negócios.

Enfatizamos que, dentre as prioridades, avaliamos não só riscos e oportunidades financeiros, mas também o poder de geração de valor ESG dos negócios e a cadeia de valor, com destaque para o *due diligence* em 12 aspectos, dentre eles, Jurídico e Gente, que abordam o tema de direitos humanos.

**TIPOS DE INTEGRAÇÃO**

<b>Plataforma</b>	Aquisição de empresa ou conjunto de empresas que permite a construção de modelos de negócio com ampliação de portfólio.
<b>Marca com Merchant</b>	Aquisição de marca, mas todo conhecimento do fundador/"criador".
<b>Marca com Licenciamento</b>	Concessão de uso de determinada marca, com direito de comercialização.
<b>Marca</b>	Aquisição apenas da marca, ativo intangível.
<b>Serviços</b>	Aquisição de negócios para suporte da cadeia de valor da Arezzo&Co. Tem papel transversal na cadeia.
<b>Ativos Produtivos</b>	Aquisição de fábricas e outros ativos para o grupo.

## NOSSAS MARCAS

GRI 2-2 › 2-6

Nossa *House of Brands* é resultado da combinação de marcas de diferentes categorias e segmentos do ecossistema de moda e *lifestyle*, cada uma com seu próprio público e produtos específicos.

A expansão dos nossos negócios permitiu potencializar as sinergias para entregar a melhor experiência para o cliente, ao mesmo tempo em que aumentamos nosso mercado endereçável.

Hoje, nossa operação é feita por diferentes canais de distribuição: lojas próprias, franquias, multimarcas, *e-commerce* e exportação.

Conheça os detalhes de cada marca no Relatório da Administração disponível em:

<https://ri.arezzoco.com.br/informacoes-financeirasdemonstracoes-financeiras/>.

# AREZZO &CO

Calçados, bolsas, acessórios femininos  
e masculinos e vestuário feminino

continua >>>

Arezzo  
Schutz  
Anacapri  
Alexandre Birman  
Fiever  
Alme  
Brizza  
My Shoes  
Carol Bassi

Somando todas as marcas, totalizamos:

63  
lojas próprias

734  
franquias no  
Brasil e Exterior

+R\$ 3,8 bi  
de receita bruta

+15 mi  
de seguidores  
no Instagram

74%  
de faturamento  
do Grupo

# AR&CO

Vestuário e *lifestyle* masculino e feminino

Reserva

Reserva Mini

Reversa

Simplex

Reserva Go

Oficina

INK

Baw Clothing

Somando todas as marcas, totalizamos:

**104**  
lojas próprias

**75**  
franquias no  
Brasil

**+R\$ 1,2** bi  
de receita bruta

**+3,1** mi  
de seguidores  
no Instagram

**26%**  
de faturamento  
do Grupo



## LICENCIAMENTO

Licença de marcas globais líderes no mercado brasileiro

Vans

18  
lojas próprias

+R\$ 616,4 mi  
de receita bruta

11,8%  
de faturamento  
do Grupo

14  
franquias no  
Brasil

## NOSSOS NEGÓCIOS

### ZZ VENTURES

**Corporate Venture Capital** - investimentos para fomentar iniciativas com capacidade de disrupção

### TROC

A TROC é um brechó *online* de marcas de moda *premium* e luxo cujo conceito é transformar a cultura do consumo, fortalecendo a ideia de circularidade.

No início de 2022, apostamos nas **TROC Flash Pop Up**, lojas físicas temporárias, localizadas nas cidades de Curitiba - PR e São Paulo - SP.

Na capital paulista, foi lançado um coletivo que uniu quatro marcas com a intenção de expandir a consciência de consumo. O coletivo Quadra Verde marcou a chegada da TROC na cidade, em um espaço no interior da loja Alme, que se consolida como ponto de recebimento e distribuição de Trocbags.

Saiba mais sobre as iniciativas de circularidade na página 65.

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

### ZZ'Mall

O ZZ'Mall é um *marketplace* desenvolvido como a primeira plataforma 100% digital da Companhia, em 2020. Reúne todas as marcas do Grupo Arezzo&Co, além de diversas marcas parceiras que estão alinhadas ao *lifestyle* dos clientes.

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



## NOSSAS ÚLTIMAS AQUISIÇÕES

As aquisições realizadas nos últimos anos permitiram uma variedade de perspectivas e experiências, mantendo o foco nos valores e objetivos em comum.

### SUNSET E HG

Em 2022, consolidamos duas novas aquisições de serviços e ativos produtivos: a Sunset, renomada empresa nacional importadora e distribuidora de serviços da cadeia de fornecimento, e a HG, que se tornou um centro de protótipos de bolsas para as marcas Arezzo e Schutz. Atualmente, 15,5% das bolsas já são feitas em fábricas próprias.

Com a união, ganhamos escala em produtividade, além de expandir as relações de clientes de exportação. Também passamos a ter domínio sobre amostras de bolsas e podemos ampliar os investimentos no desenvolvimento de novos produtos.



## Tecnologia que integra

A Arezzo&Co tem  
se tornado cada vez  
mais digital.

Para além de uma *House of Brands*, caminhamos para sermos percebidos como uma *House of Tech*.

O momento de evolução que a Companhia viveu em 2022 teve que ser acompanhado por uma nova estrutura de arquitetura tecnológica. Este projeto, chamado **Futuro do E-commerce**, foi baseado na criação de uma arquitetura tecnológica para os sites do Grupo.

Lançamos dez novos sites e dois novos aplicativos ao longo do ano. No dia em que a Arezzo completou 50 anos, o site e o aplicativo da marca foram atualizados com novas ferramentas, funcionalidades e aparência. **O site, em especial, também se tornou mais acessível para pessoas com deficiência visual.**



## SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

SASB CG-MR-230a.1 › CG-MR-230a.2

Alinhados à Política Interna de Privacidade, aplicável a todos os negócios e à cadeia de fornecedores da Companhia, somos irredutíveis quanto ao respeito à privacidade e à proteção dos dados pessoais, não apenas dos colaboradores, mas de todos os clientes, franqueados e demais públicos de relacionamento.

De acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), não efetuamos transferência de dados ou informações a terceiros por meio de venda, aluguel ou compartilhamento. Temos uma atuação baseada em três pilares:

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

A governança da segurança da informação da Companhia é de responsabilidade do Diretor Executivo de Transformação Digital. Alinhados às melhores práticas do mercado, contamos com o certificado de segurança

SSL Pro SGC, emitido pela GMO GlobalSign, uma das maiores autoridades certificadoras do mundo.

Dessa forma, garantimos que todas as informações fornecidas pelo titular sejam criptografadas e mantidas em sigilo em servidores seguros.

As vulnerabilidades são monitoradas semanalmente por ferramentas específicas nos servidores. Assim, é possível priorizar e corrigir as situações identificadas. Testes de invasão também são realizados anualmente.

Em 2022, além do programa de conscientização em segurança que contempla todos os colaboradores, aplicamos o Plano de Segurança da Informação. Assim, em caso de violação da proteção de dados, ações disciplinares estão previstas no Código de Conduta e na Política de Segurança da Informação.

Como resultado das ações, em 2022, não tivemos queixas comprovadas relativas à violação da privacidade, e não foram identificados vazamentos, furtos ou perdas de dados dos clientes.



Os casos de violações à Política de Privacidade devem ser reportados no **Canal de Ética** da Arezzo&Co.

Toda denúncia é apurada pela área de Segurança da Informação, que é responsável por implementar medidas de contenção, avaliação de impacto e necessidade de comunicação.

Eventuais infratores são submetidos às sanções previstas nos contratos pelos quais se vinculam a Arezzo&Co, sem prejuízo de outras sanções (civis, penais ou administrativas) previstas na legislação brasileira. Estes devem responder pessoalmente pelos eventuais danos e prejuízos causados ao Grupo ou a terceiros.

## Inovação e Transformação Digital

Acreditamos que a transformação digital existe para gerar mais valor aos nossos clientes.

Nossas estratégias das lojas físicas e do *e-commerce* se somaram com um único objetivo: conectar os canais e proporcionar a melhor experiência de consumo aos clientes. Para isso, desenvolvemos uma plataforma tecnológica, descrita a seguir:



### CLIENTE

#### Marcas

- » Aceleramos novas marcas e operações;
- » Interpretamos tendências para a criação de produtos.

#### Canais

- » Integramos canais para proporcionar uma experiência *omnichannel* e sem rupturas;
- » Realizamos trocas de produtos entre os canais (físico-digital).

#### Tecnologia

- » A plataforma tecnológica suporta a plataforma de marcas.



## ZZ HUB

GRI 203-1 › 203-2

O ZZ HUB é o centro de conexão e integração de todas as frentes de tecnologia, parte da transformação digital.

O espaço de 4.000 m<sup>2</sup>, localizado em Campo Bom - RS, promove inovação e cocriações com estudantes e *startups*, além de treinamentos.

### PROGRAMA DE ACELERAÇÃO DE STARTUPS

O Programa, lançado em março de 2022, selecionou três *startups* nos segmentos de logística e tecnologia. Juntos, desenvolvemos ferramentas e soluções alinhadas com os desafios de negócio vividos pela Companhia.

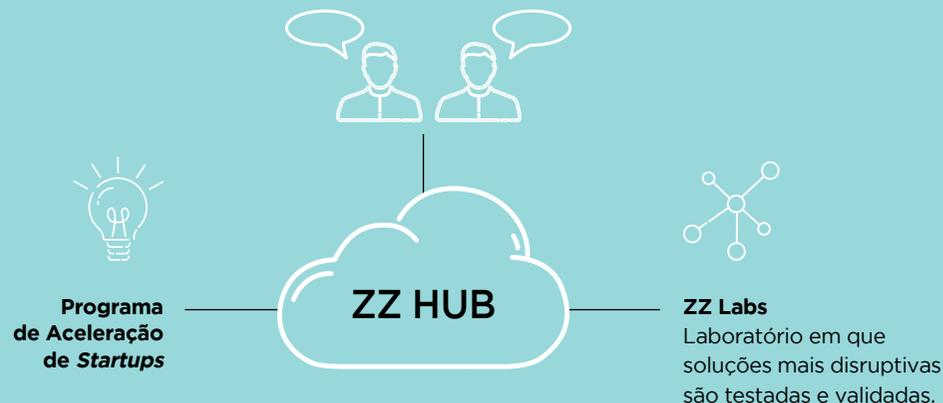
Nesse sentido, destacamos os investimentos realizados na Growdev devido à sinergia com o pilar Social da estratégia ESG. Isso porque, em seu modelo de negócio, a empresa de tecnologia, focada na formação de profissionais para o mercado de produtos digitais, oferece as capacitações, e os alunos começam a pagar o curso realizado apenas depois de serem empregados.

Com isso, também garantimos a ampliação do capital humano preparado para lidar com os desafios tecnológicos do futuro.



### Hackathon

Discutir ideias e desenvolver projetos de *software* ou *hardware*.



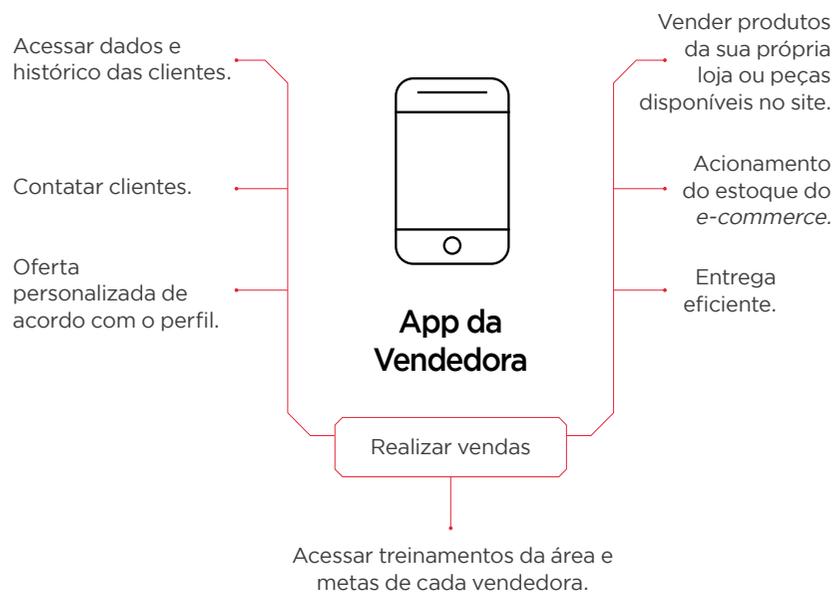
## SOLUÇÕES INOVADORAS

### ZZ APP

O ZZ App é um aplicativo que funciona como uma carteira digital, permitindo pagamentos em qualquer uma das nossas lojas físicas ou de forma remota e, ainda, receber créditos toda vez que utilizá-lo.

Atualmente, cerca de 30% do que é vendido nas lojas físicas está sendo impulsionado pelo app.

### Funcionalidades do aplicativo



### PROXIMIDADE COM O CLIENTE

#### GRI 2-29

Tendo uma estrutura de transformação digital e inovação já consolidada, evoluímos na estratégia de *Customer Relationship Management*<sup>1</sup> (CRM) e criamos ferramentas que aprimoram a experiência de compras e a satisfação dos clientes.

Em 2022, a nossa meta de satisfação na pesquisa NPS era de 78%. Totalizamos 75%, considerando a avaliação das marcas Arezzo, Schutz, Anacapri, Alexandre Birman, Fiever, Alme, Vans e ZZ'Mall.

<sup>1</sup> Na tradução, significa "Gestão de relacionamento com o cliente".

# Resultados Financeiros

GRI 201-1

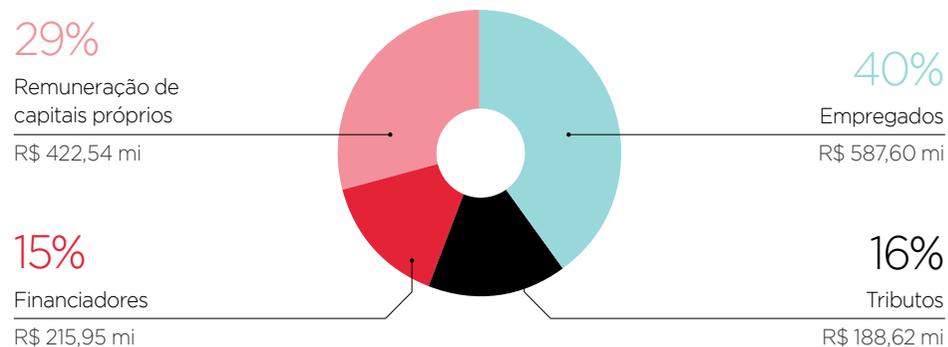
Somos marcados pela resiliência e audácia de inovar, qualidades que garantem o crescimento financeiro do Grupo Arezzo&Co, mesmo diante de desafios.

A gestão da sustentabilidade financeira dos negócios da Companhia está cada vez mais estruturada. Com foco na mediação frequente de resultados a partir do desenvolvimento de peças orçamentárias adaptáveis, conseguimos consolidar um planejamento estratégico sólido e bem arquitetado, que nos permite tomar decisões de maneira ágil e assertiva.

Apesar do ano de 2022 ainda ter apresentado impactos causados pela pandemia de covid-19, principalmente nos primeiros meses, atingimos resultados financeiros acima do esperado e continuamos crescendo.

A seguir, conheça os detalhes sobre o valor total gerado e distribuído em 2022.

## Valor adicionado total distribuído (%)



## Valor retido (R\$ milhões)

	Gerado	Distribuído	Retido
2020	1.860,89	526,84	1.334,05
2021	3.376,75	1.119,65	2.257,11
2022	4.809,97	1.414,71	3.395,26

# Nosso Desempenho

GRI 201-1

O ano de 2022 foi marcado pelo melhor desempenho de toda a história do Grupo. Nossas marcas registraram forte crescimento de 33,2%, o que resultou na expansão do *market share*.

Conheça os destaques financeiros a seguir, ou acesse os detalhes nas **Demonstrações de Resultados**.



## DESTAQUES FINANCEIROS 2022

R\$ 5,2 bi  
receita bruta total

53,9%  
margem bruta ajustada

R\$ 657 mi (+43%)  
EBITDA ajustado

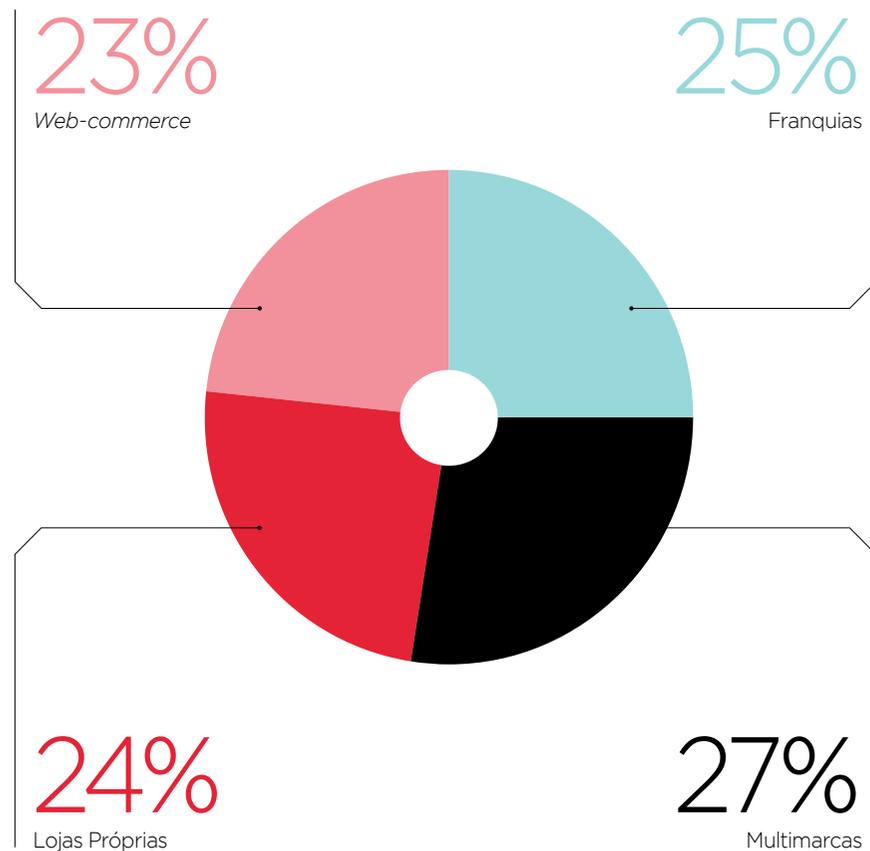
15,5%  
margem EBITDA ajustada

R\$ 422 mi  
lucro líquido ajustado

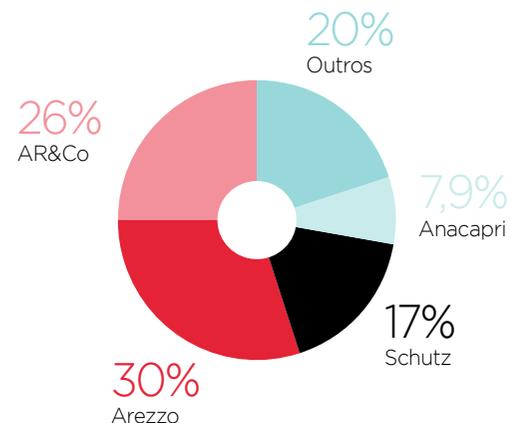
+R\$ 1,1 bi (+23,3%)  
receita bruta *web-commerce*

R\$ 1,2 bi (+56%)  
receita bruta AR&Co

**Receita Bruta por canal**



**Receita Bruta por marcas**



**Arezzo**

Receita Brasil:  
**R\$ 1,38 bi (+29,6%)**

**Anacapri**

Receita Brasil:  
**R\$ 368,96 mi (+26,3%)**

**AR&Co<sup>2</sup>**

Receita Brasil:  
**R\$ 1,20 bi (+55,7%)**

**Schutz<sup>1</sup>**

Receita Brasil:  
**R\$ 804,73 mi (+32,5%)**

**Outros<sup>3</sup>**

Receita Brasil:  
**R\$ 925,03 mi (+77,7%)**

<sup>1</sup> Não inclui receitas provenientes da operação internacional. <sup>2</sup> A AR&Co compreende as marcas: Reserva, Reserva Mini, Oficina, Reserva Go, INK, Simples, Reversa e Baw Clothing.

<sup>3</sup> Inclui as marcas Vans, Alexandre Birman, Fiever, Alme, TROC, My Shoes e Carol Bassi, apenas no mercado interno, e outras receitas não específicas das marcas.

**OPERAÇÃO INTERNACIONAL**

GRI 201-1

No ano de 2022, a operação norte-americana da Arezzo&Co registrou faturamento recorde em sua história.

As marcas apresentaram crescimento de 31,6% no canal *web-commerce*, reforçando a crescente demanda pelas marcas Schutz e Alexandre Birman no país. A quantidade de pares vendidos cresceu 39%, o tráfego nos sites expandiu 52% e o número de pedidos apresentou elevação de 35%, com expansão de 88% da taxa de conversão.

crescimento em relação a 2021

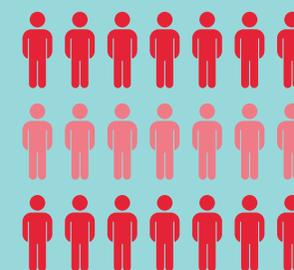
**40,9%**

**Receita Bruta** (R\$ milhões)



A **operação internacional** obteve um bom desempenho e crescimento significativo.

**9,4%**  
da receita bruta total



**+R\$ 142,1 mi**  
em relação a 2021

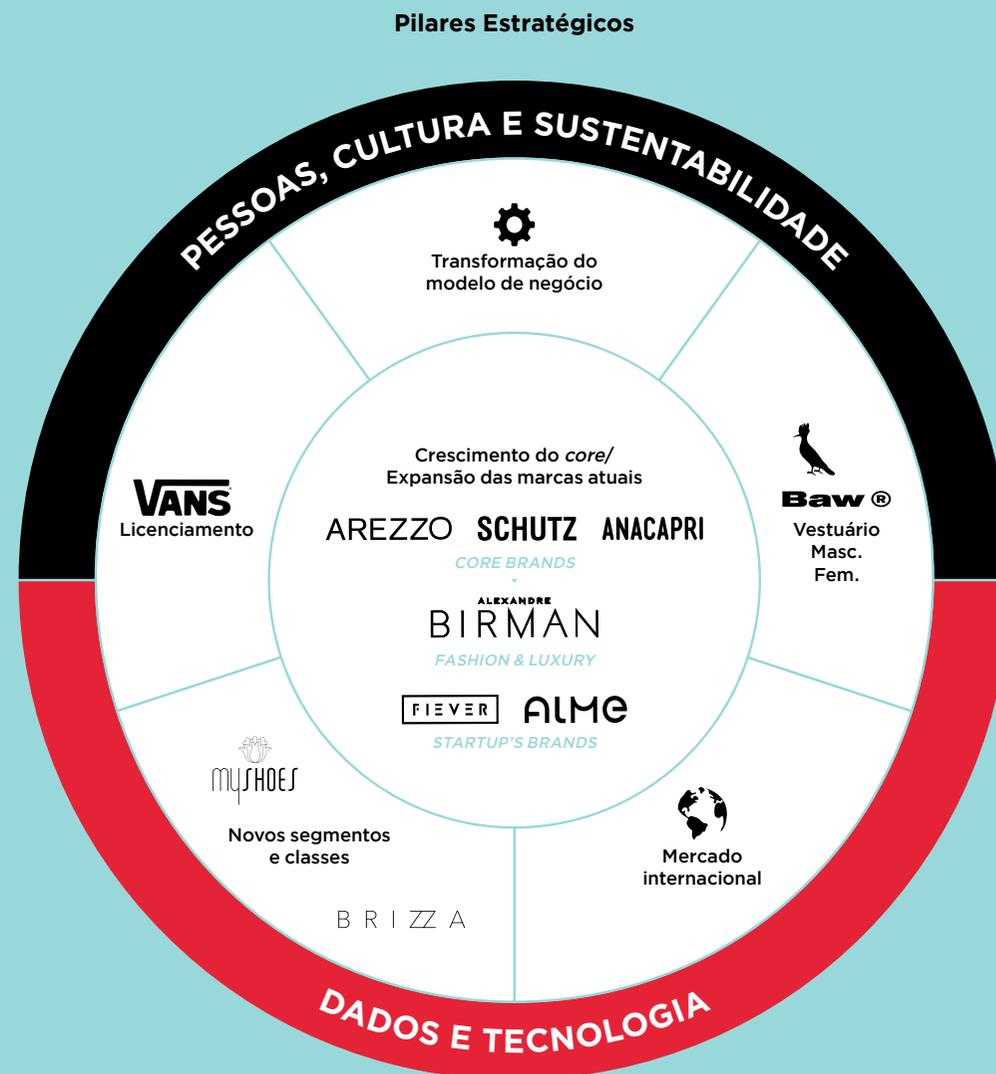
**130 mil**  
novos clientes

# Geração de Valor

## Estratégia Grupo Arezzo&Co

GRI 2-13 › 2-17 › 2-22 › 2-23

Na Arezzo&Co, o compromisso com a sustentabilidade está formalizado tanto na missão de “garantir produtos e experiências, com qualidade e sustentabilidade, na hora certa, dentro de uma plataforma internacional” quanto na estratégia de negócio.



## ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE

Reforçando a integração dos aspectos ESG à estratégia de negócio, em 2019, desenvolvemos a estratégia de sustentabilidade do Grupo, anualmente revisada e aprovada pelo comitê de sustentabilidade. Com ela, buscamos a geração de valor para as comunidades e o meio ambiente, considerando, também, a mitigação de impactos negativos em toda a cadeia.

Buscamos o avanço contínuo da gestão e, como signatários do Pacto Global da ONU, alinhamos

as ações da Companhia para o alcance da Agenda 2030 e assumimos compromissos públicos em temas prioritários orientados pelo estudo de materialidade.

Em 2022, incluímos o pilar Comunicação Transparente na estratégia. Assim, fortalecemos nosso papel na promoção da educomunicação para sustentabilidade de forma responsável e transparente.



### PRODUÇÃO RESPONSÁVEL

Gerar valor para a sociedade a partir do desenvolvimento de uma cadeia ética, responsável, segura e sustentável.



### PESSOAS EMPODERADAS

Garantir um ambiente inclusivo, seguro e próspero para todos.



### MEIO AMBIENTE SAUDÁVEL

Desenvolver produtos considerando todo o seu ciclo de vida, sempre priorizando alternativas de menor impacto.



### COMUNICAÇÃO TRANSPARENTE

Comunicar com responsabilidade e transparência e promover a educomunicação para todos os públicos.

**MATERIALIDADE**

GRI 2-12 › 2-29 › 3-1 › 3-2

No ano de 2022, revisamos o estudo de materialidade para unificá-lo com todos os negócios do Grupo, consolidando os temas relevantes em seu contexto atual. Essa atualização foi feita utilizando a metodologia de dupla materialidade, que avalia os temas nas perspectivas internas e externas.

Foram consultados colaboradores, franqueados, investidores, clientes, Conselho de Administração, comitê de sustentabilidade, governo, associações e ONGs, que participaram de uma pesquisa qualitativa, totalizando 24 entrevistas, com duração de uma hora, e uma pesquisa quantitativa, com 621 respostas.

Confira, ao lado, o resultado consolidado, por ordem crescente de criticidade/importância.

Severidade do impacto

**ALTO**

Condições de trabalho



Gestão de fornecedores



Diversidade e inclusão



Gestão de resíduos



Emprego e salário digno



Severidade do impacto

**CRÍTICO**

Inovação em materiais, produtos e processos



Matérias-primas responsáveis



Logística reversa



Mudanças climáticas





## REVISÃO E ATUALIZAÇÃO DE COMPROMISSOS PÚBLICOS

GRI 305-5 › TCFD 11

Nossos compromissos públicos ESG foram assumidos em 2019, ano de criação da estratégia, em um cenário pré-pandemia, quando o Grupo era voltado para calçados, bolsas e acessórios.

Diante de todas as transformações dos últimos anos, incluindo a integração de novos segmentos de negócio e os impactos que a pandemia causou em nossos parceiros, fabricantes e fornecedores, entendemos que os compromissos assumidos não eram suficientes para promover os avanços de gestão e desempenho em sustentabilidade para o qual foram criados.

Com a revisão e atualização dos compromissos, totalizamos 13 metas públicas.

Para fomentar a evolução do desempenho em sustentabilidade da Companhia, em 2022 – pela primeira vez – atrelamos a remuneração variável do *C-level* às metas ESG (saiba mais na página 43). No Grupo Arezzo&Co, as metas são definidas anualmente, sempre visando ao cumprimento de objetivos de médio e longo prazos.

## Acompanhamento dos Compromissos Públicos

# 2024

# 2030

# 2050



Produção Responsável

**100% cadeia de fornecedores diretos de produto acabado e seus subcontratados certificados em aspectos socioambientais.**

**Progresso 2022**  
81,02%<sup>2</sup> alcançados

**100% da cadeia de fornecedores de produto acabado rastreada.**

**Progresso 2022**  
0,10% iniciado

**100% do couro de todos os produtos rastreados até as fazendas de cria e/ou recria.**

**Progresso 2022**  
23,60%<sup>2</sup> de couro rastreado até os frigoríficos Nacionais

**100% do algodão de todos os produtos rastreados até a plantação.**

**Progresso 2022**  
3,00% concluídos<sup>4</sup>



Meio Ambiente Saudável

**60% de materiais sustentáveis em todos os produtos.**

**Progresso 2022**  
28,27%<sup>3</sup> alcançados

**Redução de 30% das emissões escopos 1, 2 e 3.**

**Progresso 2022**  
20,01% de redução nos escopos 1 e 2

**Implantação de logística reversa em 100% das lojas próprias e franquias nacionais.**

**Progresso 2022**  
1,97% concluído

**100% das embalagens feitas com materiais sustentáveis.**

**Progresso 2022**  
Sacolas e caixas de papel: 100,00%  
Sacolas plásticas: não iniciado

**Net zero**

**Progresso 2022**  
Construção de meta baseada na ciência em andamento



Pessoas Empoderadas

**25% de pessoas negras em cargos de liderança.**

**Progresso 2022**  
18,88% alcançados

**NOTA:**

As porcentagens das metas podem sofrer alterações ao longo dos anos por conta do crescimento orgânico e M&As da Companhia.



Comunicação Transparente

**100% de transparência para o consumidor sobre composição, fabricação e origem.**

**Progresso 2022**  
100,00% na marca Alme  
3,00% na marca Reserva

**Estar posicionada entre as top 10 empresas de varejo no Brasil no ISE B3.**

**Progresso 2022**  
36° lugar (75,93% pontos)

**Obter nota superior a 70% no índice de Transparência da Moda entre marcas respondentes.**

**Progresso 2022**  
34,00% Arezzo  
35,00% Reserva

<sup>1</sup> fornecedores com mais de seis meses de atuação.

<sup>2</sup> considerando todas as marcas adquiridas até final de 2022.

<sup>3</sup> marcas Alme, Anacapri, Arezzo, Fiever, Reserva Go, Schutz.

<sup>4</sup> em peças de vestuário.

# Valor gerado

Capital **Financeiro**

- » Receita e Investimentos em transformação digital, diversificação do modelo de negócio e marketing.

Capital **Manufaturado**

- » Lojas próprias, centros de distribuição, fábricas, HUB de inovação.

Capital **Intelectual**

- » Investimentos na área de transformação digital;
- » Oferta de capacitações.

Capital **Humano**

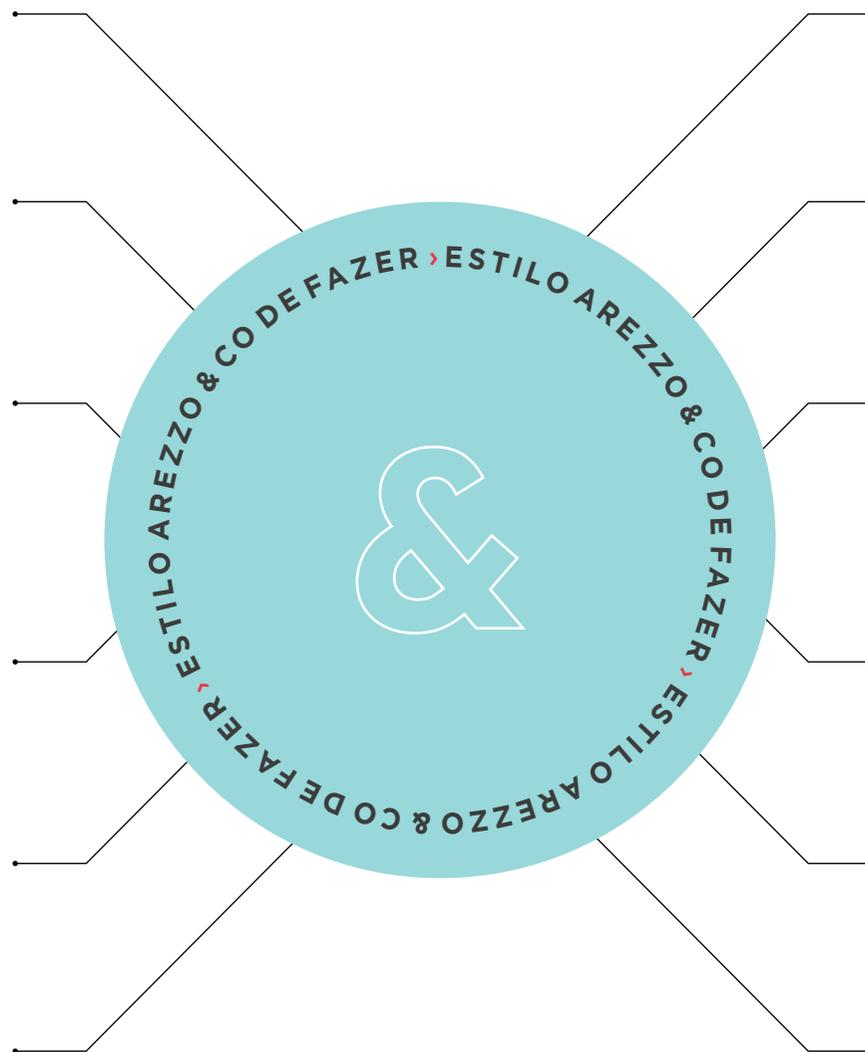
- » Colaboradores próprios e terceiros nas lojas, escritórios, centros de distribuição e em toda a cadeia de valor.

Capital **Social e de Relacionamento**

- » Consumidores, fornecedores, colaboradores, acionistas, comunidades, imprensa, ONGs, governo.

Capital **Natural**

- » Uso de recursos naturais nas operações próprias e demais operações da cadeia de valor.



- **R\$ 1,4 bilhão** em valor adicionado distribuído
- **R\$ 4,23 bilhões** em Receita Líquida Consolidada

- **190 lojas próprias** (Brasil e exterior)
- **823 lojas franquizadas** (Brasil e exterior)
- **06 fábricas próprias**

- **01 Centro de Desenvolvimento de Novas Tecnologias** - ZZ HUB
- **10.071 profissionais** de lojas treinados em vendas
- **530 líderes** formados e **R\$ 1,2 milhão** investidos

- **8.004 colaboradores**
- **R\$ 588 milhões** distribuídos aos colaboradores em salários, participações no lucro e plano de opções de ações e ações restritas
- **Obtenção do Selo Great Place To Work (GPTW)**, com nota 78, e as marcas AR&Co conquistaram o selo **"Empresas Humanizadas"**

- **656 fornecedores diretos**, sendo **343 de produto acabado e 81,02% certificados ABVTEX** até junho 2022
- **5,3 milhões** de clientes e 75 NPS de satisfação
- **+85 milhões** de pratos de comida doados pelo 1P=5P desde 2016

- **48% consumo** de energia proveniente de fontes renováveis
- **20% em redução** das emissões dos escopos 1 e 2
- **185,32 t** de resíduos não perigosos reciclados

# Governança Corporativa

CAPITAIS RELACIONADOS



ODS RELACIONADOS



# Estrutura de Governança

GRI 2-1 › 2-13 › 2-24 › 415-1

Desde 2011, somos listados como uma Companhia de Capital Aberto. Atualmente, integramos o Novo Mercado da Bolsa de Valores (B3), mais alto segmento de governança, que exige a adoção de práticas além do que é exigido por lei.

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 compromisso com a transparência, à equidade de tratamento entre os acionistas e à prestação de contas.

Atuamos no mercado privado e não possuímos qualquer participação acionária de governos ou contribuições políticas.

Nos últimos quatro anos, não realizamos contribuições monetárias para *lobby*, campanhas políticas e associações comerciais ou outros grupos voltados a promover isentos de impostos.

Ao final de 2022, totalizamos 110.186.077 ações exclusivamente ordinárias<sup>1</sup>, sendo 41,18% detidas pelos controladores – membros da Família Fundadora Srs. Anderson Lemos Birman e Alexandre Café Birman – 56,48% das ações em circulação; e 2,33% detidas pelos administradores.

Saiba mais sobre a composição do Grupo no site de Relações com Investidores: <https://ri.arezzoco.com.br/>

<sup>1</sup>Ações que dão poder de voto. A composição foi atualizada em 31 de Janeiro de 2023.

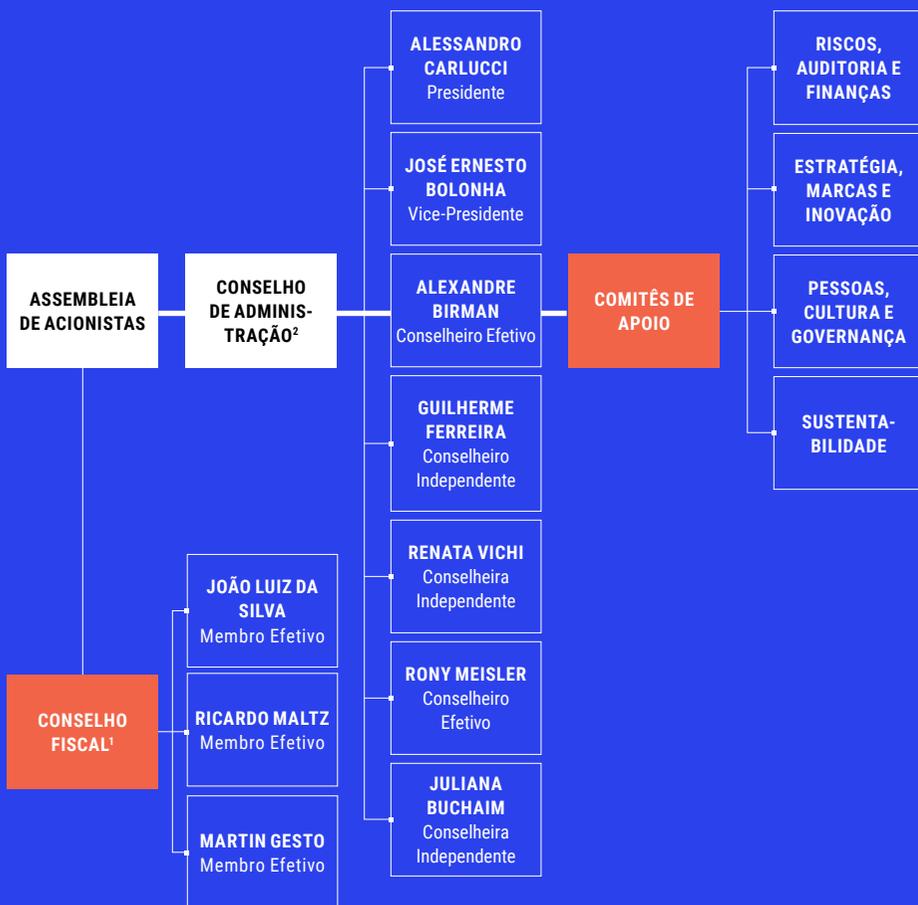


# Organograma

GRI 2-11 > 2-13

Conheça, abaixo, a estrutura completa de governança:

## CONSELHO E COMITÊS



## ADMINISTRADORES



## GESTÃO



## CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

GRI 2-10 › 2-13 › 2-17

O Conselho de Administração (CA) 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, disponíveis em: [https://www.b3.com.br/pt\\_br/regulacao/estrutura-normativa/listagem/](https://www.b3.com.br/pt_br/regulacao/estrutura-normativa/listagem/).

Os 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, 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 individualmente, de acordo com o alinhamento com o propósito e o posicionamento estratégico da Companhia, além de critérios de diversidade, independência, conhecimento e experiências relacionadas a tópicos econômicos, ambientais e sociais<sup>1</sup>.

Em maio de 2021, iniciamos mais um mandato composto por sete membros, que totalizaram 100% de participação em reuniões no ano de 2022. Visando desenvolver e aprimorar o conhecimento dos conselheiros na temática ESG, incluímos nas reuniões as discussões sobre as temáticas geridas pelo Comitê de Sustentabilidade.

### DIVERSIDADE NO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Desde 2011, quando nos tornamos uma empresa de capital aberto, inovamos ao nos tornarmos o primeiro conselho do Novo Mercado a ter duas mulheres na sua composição logo na primeira formação, percentual que se mantém após seis formações do órgão.

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.

Sendo assim, o órgão é composto por 71,5% de homens e 28,5% de mulheres.

<sup>1</sup> Na composição atual, dois conselheiros têm experiência no Setor, de acordo com o GICS Level 1. São eles: Alessandro Giuseppe Carlucci e Renata Figueiredo de Moraes Vichi.





## COMITÊS DE APOIO

GRI 2-9 › 2-12 › 2-13 › 2-17 › 2-24

O Conselho é assessorado por quatro comitês que têm como função apoiar a tomada de decisão dos membros com agilidade e precisão, garantindo o alinhamento ao planejamento estratégico e aos desafios do negócio. São eles:

- » Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças;
- » Comitê de Pessoas, Cultura e Governança;
- » Comitê de Estratégia, Marcas e Inovação;
- » Comitê de Sustentabilidade.

Mais um passo no compromisso ESG, em 2022, formalizamos o Comitê de Sustentabilidade, de acordo com as regras de governança da B3.

Assim, junto ao Comitê de Riscos e ao departamento de auditoria interna, os órgãos garantem o monitoramento contínuo dos riscos ESG capazes de gerar impactos no negócio, bem como mantêm o CA atualizado sobre decisões estratégicas.

Para saber mais, acesse na íntegra a Política de Sustentabilidade Arezzo&Co.

## AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO GRI 2-18

As avaliações de desempenho dos membros do CA e seus comitês são realizadas em alinhamento aos valores da Companhia, visando à melhoria e renovação, quando necessário.

O processo tem periodicidade anual e é conduzido internamente pela área de Governança, mais especificamente pela secretária do CA. Dentre os objetivos estão:

- » Melhorar o alinhamento do perfil dos órgãos à 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.

## Conselho Fiscal

A composição atual do Conselho Fiscal foi aprovada na Assembleia Geral Ordinária (AGO) de 2021, com mandato até 2023. Assim, garantimos ainda mais segurança, solidez e transparência aos controles da Companhia, além de apoiar a estratégia fiscal.

Em 2022, os membros tiveram 100% de participação nas reuniões.

## Diretoria Estatuária

Contamos com uma Diretoria Estatuária 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 interna, 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 › TCFD 11

O modelo de remuneração da Alta Liderança é voltado para promoção e criação de valor sustentável de longo prazo, com base em metas estratégicas e nas melhores práticas de Governança do mercado.

Todos os valores são definidos em Assembleia Geral e, então, o Conselho faz a alocação adequada às instâncias elegíveis: Conselho de Administração, Conselho Fiscal, Comitês de Apoio e Diretores Administradores. A decisão avalia a proposta feita pelo Comitê de Pessoas, Cultura e Governança, que leva consideração pesquisas de mercado, histórico da remuneração, regras da CVM e performance.

Conselheiros de Administração e Fiscal, integrantes dos Comitês de apoio, não têm a remuneração baseada em participação de resultados e/ou ações, também não recebem benefícios.

A remuneração dos membros da Diretoria estatutária (Diretores Administradores) e da Diretoria não estatutária (C-Level<sup>1</sup>) são compostas por parcela fixa (salário ou pró-labore) e variável (participação nos resultados: PLR) e Incentivos de Longo Prazos (ILP) baseado em ações – além de benefícios, que englobam vale-refeição, seguro de vida e assistência médica.

Nas metas quantitativas, condição para definir o valor de PLR, estão incluídos, dentre outros, resultados mensurados por KPI´s financeiros, de sustentabilidade<sup>2</sup> e de pessoas. Além disso, são realizadas avaliações periódicas para mensurar o desempenho individual, com base em pilares estabelecidos no modelo de avaliação 360<sup>3</sup>.

Destacamos os critérios ESG aplicáveis ao C-Level em 2022:

PILAR ESG	CRITÉRIOS AVALIADOS	STATUS ALCANÇADO
	100% <sup>3</sup> dos fornecedores de produto acabado com selo ABVTEX	100%
	20% do couro rastreado	23,60%
	5% de redução de emissões de GEE (escopos 1 e 2)	20,01%
	35% de colaboradores negros <sup>4</sup>	38,61%

Tal prática contribui para a alta performance alinhada à geração de valor para as comunidades e o meio ambiente, bem como o atingimento das metas pré-estabelecidas e o engajamento dos membros.

Conheça mais detalhes sobre a remuneração variável da Alta Liderança no item 13 do [Formulário de Referência](#).

<sup>1</sup> As metas C-Level são espelhadas para as lideranças – diretores, gerentes executivos, gerentes, coordenadores e especialistas, incluindo áreas de RH, Sourcing, Estilo, P&D e Engenharia.

<sup>2</sup> As metas ESG correspondem a 20% da remuneração variável da Diretoria Industrial e Gente&Gestão, Sustentabilidade, Expansão e Relações Institucionais. Para as demais diretorias correspondem a 10%.

<sup>3</sup> Fornecedores com mais de seis meses de atuação das marcas Arezzo, Schutz e Alme.

<sup>4</sup> Referente a dados da folha de pagamento de dezembro/2022.

# Ética

GRI 2-12 › 2-15 › 2-23 › 2-24 › 2-25 › 205-2

Nossa atuação é marcada por elevados padrões de ética, integridade, honestidade, transparência, sustentabilidade e respeito aos direitos humanos. Acreditamos que esses são os instrumentos fundamentais para a manutenção de um ambiente íntegro e que impacta positivamente a sociedade.

O Código de Conduta da Companhia, aprovado pelo Conselho de Administração, estabelece e formaliza os princípios de conduta que norteiam nossas ações, decisões e relacionamentos, bem como nos orientam para a remediação de impactos negativos.

O documento aborda temas como equidade de tratamento, valorização à diversidade, saúde e segurança das pessoas, discriminação, assédio (moral ou sexual), bem como proteção de dados, conflito de interesses, Lei Anticorrupção, práticas anticompetitivas, preservação do meio ambiente e o canal para relatos e denúncias.

O Código de Conduta é aplicável a todos os colaboradores da Arezzo&Co, acionistas, prestadores de serviços, fornecedores e a todos os demais públicos e entidades com as quais interagimos.

No ano de 2022, mais de 60% dos colaboradores foram treinados em relação às temáticas abordadas no Código de Conduta.

Acesse o [Código de Conduta](#) aqui.

## Canal de ética

GRI 2-12 › 2-26 › 2-29

Desde 2013, disponibilizamos um Canal de Ética acessível a todos os colaboradores e demais *stakeholders*. Operado por uma empresa independente e especializada, a plataforma garante o sigilo absoluto e o tratamento adequado a cada situação, possibilitando a comunicação segura e, se desejada, anônima, de atos considerados antiéticos ou que violem os padrões de conduta internos, ou a legislação e regulamentação vigentes.

Não são admitidas quaisquer formas de retaliação relacionadas, direta ou indiretamente, à denúncia de boa-fé. Toda e qualquer retaliação deve ser informada imediatamente, via Canal de Ética, para a adoção das medidas e providências cabíveis.

As apurações das denúncias são conduzidas pelo Departamento de Auditoria Interna, de forma independente e imparcial.

As diretrizes de funcionamento e organização do Canal de Ética foram definidas pela Diretoria e pelo Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças e aprovadas pelo Conselho de Administração.

### Canal de Ética:

0800-721-0731 (Brasil) ou 1-800-824-3884 (EUA) <https://www.canal-deetica.com.br/arezzoco/>

O canal fica disponível 24 horas e o denunciante pode acompanhar o *status* do relato.

## SANÇÕES E MEDIDAS ADOTADAS

GRI 2-15 › 406-1

Compete ao Departamento de Auditoria Interna a determinação de sanções, medidas disciplinares e demais providências tomadas nos casos apurados de descumprimentos da legislação e regulamentação aplicáveis, bem como do Código de Conduta, do Estatuto Social e das normas internas. Enfatizamos que a aplicação de quaisquer penalidades deve seguir critérios uniformes e os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade.

A seguir, detalhamos as medidas adotadas em 2022:

### Análise Interna

**5**  
consideradas improcedentes

**12**  
com dados insuficientes

**10**  
não conclusivas

**54**  
casos em análise<sup>1</sup>

**25**  
casos procedentes

### Tratativas dadas

**5**  
Demissão

**2**  
Notificação Extrajudicial

**10**  
Orientação e/ou Advertência Verbal

**3**  
Revisão de Processos

**5**  
Suspensão

**106**  
denúncias  
recebidas

**Assédio moral, agressão física ou discriminação**  
Únicos/Pertinentes  
**41**

**Assédio sexual**  
Únicos/Pertinentes  
**3**

**Roubo, furto ou desvio de materiais**  
Únicos/Pertinentes  
**2**

**Favorecimento de fornecedores e/ou clientes**  
Únicos/Pertinentes  
**-**

**Fraude ou roubo de dinheiro**  
Únicos/Pertinentes  
**-**

**Vazamento ou uso indevido de informações**  
Únicos/Pertinentes  
**-**

**Outros**  
Únicos/Pertinentes  
**13**

**Relacionamento afetivo com subordinação direta**  
Únicos/Pertinentes  
**5**

**Uso indevido de recursos da Companhia**  
Únicos/Pertinentes  
**-**

**Não cumprimento de políticas e procedimentos internos**  
Únicos/Pertinentes  
**18**

**Violação de lei trabalhistas / ambientais / tributárias / outras**  
Únicos/Pertinentes  
**18**

**Uso de substâncias que afetem negativamente o desempenho do colaborador na empresa**  
Únicos/Pertinentes  
**1**

**Conflito de interesses**  
Únicos/Pertinentes  
**5**

<sup>1</sup> Relatos pertinentes ao Canal de Ética (descumprimento ao Código de Conduta, legislação, estatuto etc.).

# Gestão de Riscos

GRI 2-12 › 2-13 › 2-16 › 2-24 › 2-25 › TCFD 1 › TCFD 2 › TCFD 6

O processo de gerenciamento de riscos é responsabilidade de todos os colaboradores, uma vez que permeia a totalidade da Companhia. Nesse sentido, todos devem assegurar o adequado funcionamento dos sistemas de controles internos, monitorar os riscos dos processos e comunicar, sistemática e formalmente, os fatos que possam afetar negativamente os resultados do Grupo Arezzo&Co.

O Comitê de Sustentabilidade é responsável pelo gerenciamento de riscos ambientais, inclusive aqueles relacionados às mudanças climáticas, e as ações de responsabilidade socioambiental.

A Diretoria Executiva tem o compromisso de comunicar ao Conselho de Administração situações críticas, que não passem diretamente pelo Canal de Ética e/ou Auditoria Interna e que possam ter impacto na Companhia.



## Identificação e monitoramento constante

Os riscos são identificados e classificados de acordo com a sua natureza. As categorias são: estratégicos, de conformidade, operacionais, tecnológicos, financeiros, de mercado, de crédito e de liquidez.

A avaliação do grau de exposição ao risco é realizada considerando a combinação entre o potencial impacto e sua probabilidade de materialização.

As principais ferramentas orientadoras de gestão de riscos estão apresentadas no organograma ao lado:

### Principais Ferramentas Orientadoras de Gestão de Riscos



#### Matriz de Risco

Nas etapas de identificação e mapeamento, definimos uma matriz de riscos, mensurando seus impactos e probabilidades. A partir daí, elaboramos um relatório de recomendação do processo, ou do controle, a fim de mitigar as eventualidades.



#### Auditoria Interna

A execução das ações recomendadas no relatório é desdobrada para as equipes competentes (que contam com o apoio contínuo do time de Auditoria Intema). Essa prática é considerada na avaliação de desempenho das áreas e de seus responsáveis.



#### Ouvidoria Interna

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.



# Produção Responsável

CAPITAIS RELACIONADOS



ODS RELACIONADOS



# Sustentabilidade na Cadeia de Valor

SASB CG-AA-000.A

## FLUXO DA CADEIA DE VALOR



## NOSSAS POLÍTICAS INTERNAS

A Política de Sustentabilidade é o documento que, junto ao Código de Conduta e Ética da Cadeia de Suprimentos, é responsável por formalizar as condutas que esperamos dos parceiros nos aspectos ambiental, social, de governança e financeiro, com destaque para a gestão dos direitos humanos.

## Nossos Fornecedores

GRI 3-3 › 2-6 › SASB CG-AA-000.A

Atuamos com proximidade aos parceiros e buscamos promover o desenvolvimento sustentável e o compartilhamento das melhores práticas com a cadeia de valor. Assim, garantimos produtos de qualidade e em conformidade socioambiental.

Contamos com uma cadeia composta por fábricas próprias e fornecedores de matéria-prima dentre componentes para calçados, bolsas e acessórios, couro, tecidos e aviamentos.

Em AR&Co, destacamos os investimentos na fábrica de vestuário *on demand*, localizada no Rio de Janeiro - RJ, que é focada em produções sob demanda tanto para clientes quanto para lojistas da INK.

Dessa forma, reduzimos a produção de resíduos e economizamos espaços nos estoques.

Como resultado do modelo flexível e resiliente de atuação, finalizamos o ano com 21,30 milhões de pares, 8,10 milhões de peças de roupas e 3,00 milhões bolsas vendidas.

### MAPA DA CADEIA

Total gasto

+ de  
R\$ 2,10 bilhões

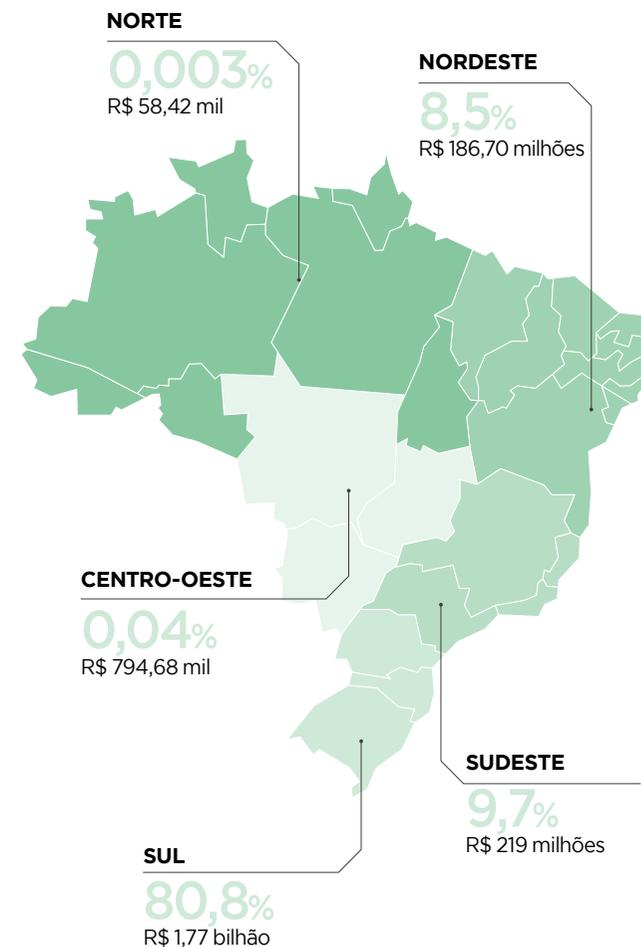
0,85% Fornecedores  
Estrangeiros  
R\$ 19,15 milhões

656

Fornecedores Diretos<sup>1</sup>

343 Fornecedores de  
Produto Acabado  
313 Fornecedores de  
Matéria-Prima  
186 Fornecedores  
Indiretos/Subcontratados

Gasto e presença por região



<sup>1</sup> Considerando Arezzo&Co, AR&Co, Schutz Lifestyle e Carol Bassi.

## SELEÇÃO, HOMOLOGAÇÃO E MONITORAMENTO

GRI 3-3 › SASB CG-AA-430b.1 › CG-AA-430b.2

A Arezzo&Co possui, desde 2013, um processo de Gestão de *Compliance* socioambiental dos fornecedores de produto acabado que, até 2018, foi conduzido pelo departamento de *Sourcing*. A partir de 2019, conforme orientação do Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças, a gestão passou a ser conduzida pelo departamento de Auditoria Interna, após a criação da área de *Compliance* de Fornecedores de Produto Acabado.

No final de 2020, a Arezzo&Co assumiu o compromisso público junto a ABVTEX e, em 2021, formalizou a Política de Consequências de Fornecedores de Produto Acabado.

O processo de gestão de *compliance* de fornecedores de produto acabado avalia requisitos socioambientais, diretrizes de ética e conduta, e contempla as etapas de Seleção, Homologação, Monitoramento Contínuo e gestão de Consequências.

O processo de seleção, feito pelo time de *Sourcing*, avalia os parceiros em relação à capacidade produtiva e à existência de certificado de aprovação no programa ABVTEX.

Após a seleção, inicia-se o processo de Homologação, que avalia a documentação de conformidade com a legislação vigente (trabalhista, fiscal, ambiental, saúde e segurança do trabalho), conforme descrito abaixo:

- » Certificado de aprovação no programa ABVTEX;
- » Certificado de regularidade de FGTS;
- » Certidão negativa de débitos relativos aos tributos federais e dívida ativa da união (CND);
- » Certidão negativa de débitos trabalhistas (CNDT);
- » Documento de arrecadação de receitas federais – DARF – Comprovantes de pagamento;
- » Guia de reconhecimento do FGTS – GFIP – Comprovantes de pagamento;
- » SEFIP: resumo do fechamento – Empresa FGTS ou relatório analítico da GRF;
- » Certificado de destinação final de resíduos (CDFR).

Após essa análise, aplicamos um processo de auditoria nos fornecedores de produto acabado e seus subcontratados – inspeções física e documental, com equipe interna. Para os fornecedores e subcontratados da Vans, exigimos ainda auditoria externa FFC (Fair Factories Clearinghouse) e QIMA (Quality Control & Supply Chain Audits).



Após a devida aprovação nas etapas anteriores, são realizados a formalização de contrato com o fabricante, as assinaturas do Código de Conduta e do Termo de Compromisso com a Destinação Final de Resíduos de Forma Sustentável e Consciente Arezzo&Co, além do cadastro do fornecedor no sistema, para que, então, possa ser iniciado o fornecimento.

O monitoramento da cadeia é feito de forma contínua, avaliando, mensalmente, as documentações trabalhista e ambiental de todos os parceiros ativos. Também realizamos, sem aviso prévio, auditorias periódicas com um time próprio de Auditoria Interna. Todo o processo é gerido pela ferramenta de gestão integrada, que disponibiliza ao fornecedor acesso para incluir a documentação e nos permite organizar as avaliações, auditorias e o acompanhamento do *status* de cada fornecedor.

## POLÍTICA DE CONSEQUÊNCIAS

A política formaliza o plano de regularização para os fornecedores que não atendem aos requisitos exigidos no modelo de Gestão de Compliance da Arezzo&Co.

Além disso, criamos uma “lista suja”, em que são registrados os casos de tentativa de suborno, falsificação de documentos, descumprimento legal e/ou ética, e as empresas envolvidas passam por distrato imediato, sem possibilidade de fornecimento futuro.

# 100%

de fornecedores\* diretos certificados pela ABVTEX até junho de 2022.

# 100%

de fornecedores\* assinaram o compromisso de conformidade com o Código.

# 05

Casos classificados na “lista suja”.

\*Fornecedores com mais de seis meses de atuação (exceto AR&Co, Carol Bassi e Schutz Lifestyle).

## PROGRAMA ABVTEX<sup>1</sup>

GRI 2-23 › 308-1 › 408-1 › 409-1 › 414-1 › SASB CG-AA-430b.1

Após a conclusão da integração da AR&Co, passamos a ser signatários do Programa em nome de todas as marcas do Grupo. Também evoluímos o *status* para “em desenvolvimento” em relação ao prazo de adequação dos parceiros que já têm cadastro ativo no Grupo.

Como parte do nosso compromisso de adequação aos critérios da ABVTEX para 100% da cadeia (própria e de subcontratados), já exigimos a certificação para todos os novos fornecedores. Nos casos de marcas adquiridas, estipulamos um prazo de dois anos para que as respectivas cadeias estejam totalmente em conformidade.

A certificação é dada após auditorias realizadas por empresas independentes, com base em um *checklist* que considera aspectos ambientais, sociais, éticos e de direitos humanos: <https://www.abvtex.org.br/checklist/>

## PROGRAMA ORIGEM SUSTENTÁVEL

O Origem Sustentável é a única certificação no mundo voltada para as empresas produtoras de calçados e de insumos do setor calçadista.

Fomos uma das primeiras companhias a cooperar e estimular a adoção da prática no setor, e buscamos a certificação de todos os fornecedores de matéria-prima no Origem Sustentável. O processo segue em desenvolvimento e, hoje, contamos com 11% de parceiros certificados ou em processo de certificação.

O Origem Sustentável foi destaque no evento Sustentabilidade na Prática, realizado em Campo Bom - RS, que contou com a presença de Alexandre Birman e Rony Meisler como representantes do Grupo, além de outros empresários, para promover a sustentabilidade no setor.

Em 2022, as fábricas ZZSap receberam o selo ouro de certificação na ABVTEX, e uma das unidades - matriz - recebeu o selo Diamante do Programa Origem Sustentável - o mais alto nível da certificação.

<sup>1</sup> Associação Brasileira do Varejo Têxtil.

## PROJETO CADEIA RESPONSÁVEL

Entendemos que grande parte do impacto ambiental do negócio se dá na cadeia de valor. Por esse motivo, iniciamos um diagnóstico para identificar o nível de maturidade da Gestão ESG na cadeia da AR&Co. O resultado define critérios de boas práticas que serão adotados internamente e orienta a melhor forma de monitorá-los, além de propor planos de ação para desenvolvimento dos fornecedores.

Foram selecionados fornecedores de produto acabado e matérias-primas que representassem 50% do volume de compras. O diagnóstico foi realizado com protocolo próprio em formato de autoavaliação e posterior verificação *in loco* por terceira parte.

Dentre os temas sociais citados, destacamos os direitos fundamentais, direitos trabalhistas, saúde e segurança, gestão social, gestão da produção e subcontratação. Já os temas ambientais incluem o uso de água, energia, emissões de gases de efeito estufa, gestão de resíduos, efluentes e gestão de químicos.

Para os fornecedores de matérias-primas, também foram avaliadas as opções de materiais sustentáveis utilizados conforme a Lista de Atributos de Sustentabilidade do Grupo.

Em 2023, ampliaremos o projeto, dando continuidade à avaliação na AR&Co em paralelo ao início do diagnóstico dos fornecedores Arezzo&Co.



# 75%

de performance média em requisitos sociais

# 66%

de performance média em requisitos ambientais

# 51%

dos fornecedores de matéria-prima avaliados fornecem materiais com atributos de sustentabilidade

## DESENVOLVIMENTO LOCAL

GRI 203-2

Queremos gerar valor para as comunidades locais onde nossa cadeia produtiva está inserida.

Atualmente, 97% dos fornecedores do Grupo estão localizados no território nacional, o que permite gerar impacto positivo nos negócios locais por meio da construção de um relacionamento próximo, duradouro e de confiança. Adicionalmente, 54,28% do volume de calçados, bolsas e acessórios é produzido na região do Vale dos Sinos - RS, onde está localizada a nossa sede e quatro fábricas próprias. Na produção de peças de vestuário, 56% do valor investido é destinado a parceiros localizados na região Sul do país.

Como resultado do processo de expansão, inauguramos uma fábrica na Bahia, o que amplia o desenvolvimento e geração de renda nas comunidades locais.

## RASTREABILIDADE DO COURO

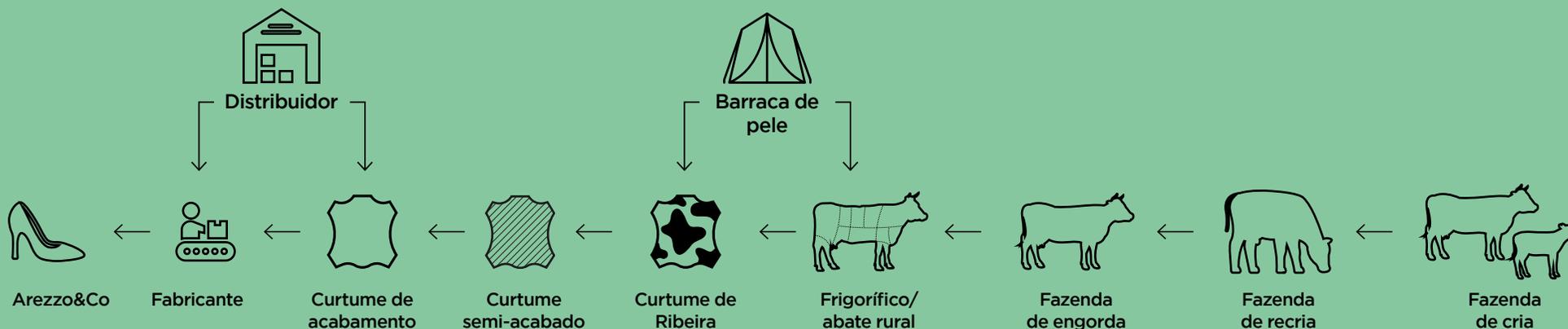
GRI 304-2 › TCFD 4

Com o objetivo de garantir que a principal matéria-prima utilizada na Arezzo&Co não tenha nenhuma relação com o desmatamento ou com conflitos em terras de povos originários, iniciamos, em 2022, um ambicioso projeto de rastreabilidade da cadeia do couro com o uso da tecnologia *blockchain*. Nosso compromisso é rastrear 100% do couro dos produtos até 2030. Este ano, o foco foi o mapeamento de processos e cadeia, seguido do desenho da solução e da construção do relacionamento e engajamento com os elos identificados.

Somos a única Companhia de moda no Brasil a fazer rastreabilidade do couro com essa tecnologia, o que reforça nosso protagonismo, compromisso, responsabilidade e transparência com as práticas ESG.

Em 2023, a evolução do projeto contará com a continuidade da rastreabilidade de calçados e a inclusão de bolsas no processo.

### Cadeia do Couro



### Metas:

	2026	2028	2030
	100% dos frigoríficos nacionais e internacionais	100% das fazendas de engorda	100% das fazendas de recria e/ou cria

## ALME

A mudança climática exige uma mudança de hábitos. Pensando nisso, o projeto da Alme “**Ande bem com o mundo, circule com a Alme**” cria calçados com baixo impacto ambiental e 100% neutros em carbono.



Nascida em 2018 para levar conforto e bem-estar aos clientes, em 2021, a Alme reformulou seu propósito e aliou a sustentabilidade à sua proposta de valor. Atualmente, seus quatro pilares são: **Design consciente e matérias-primas de menor impacto ambiental; Tecnologia para potencializar o conforto; Responsável, sustentável e circular; e Feito com respeito no Brasil.**

Em dezembro, a Alme marcou presença no Brasil Eco Fashion Week, o maior evento de moda sustentável do Brasil, que tem o propósito de conscientizar o público sobre a importância das escolhas conscientes. A coleção da marca foi apresentada em um desfile dividido em três ciclos, que despertam o sentir, o germinar e o agir, representados, respectivamente, por:

» **Tênis Lume:** produzidos com algodão e borracha reciclados, possuem textura e paleta de cor orgânica;

- » **Slide Ecoa:** produto vegano certificado pela Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB) e 100% reciclável. É feita com EVA renovável proveniente da cana de açúcar, EVA reciclado, plástico reciclado e pó de pneu reciclado;
- » **Tênis Carbon Neutral:** o lançamento, previsto para o início de 2023, combina inovação em materiais, design e muito conforto.

Além disso, em 2022, a Alme também realizou *collabs* com outras marcas: os produtos da coleção junto a SOS Mata Atlântica destinam 10% do seu lucro para a manutenção de um dos principais biomas brasileiros. Já com a Atoll Circle, a Alme desenvolveu mochilas confeccionadas a partir de resíduos de *kite surf* que seriam descartados - utilizando a técnica do *upcycling*.

Conheça mais sobre as *collabs* [aqui](#).

## INICIATIVAS PARA A REDUÇÃO DA PEGADA DE CARBONO

Atualmente, 100% dos produtos da Alme passam por análise de ciclo de vida (ACV)! Calculamos a pegada de carbono da produção em cada modelo e divulgamos a quantidade equivalente de CO<sub>2</sub> liberada, desde a escolha dos materiais até a fabricação e o transporte. Isso nos permite fazer escolhas de materiais e processos de menor impacto.

Dessa forma, compensamos de 100% das emissões da marca por meio da compra de créditos de carbono de projetos que protegem as florestas e ainda geram impacto social positivo para famílias locais.

Como parte do compromisso de melhoria contínua, queremos reduzir a nossa pegada de carbono a cada nova produção.

Conheça os detalhes sobre os atributos de Sustentabilidade no [site da Alme](#).



## Relacionamento com Parceiros e Franqueados

GRI 2-29

As franquias são fundamentais para a sustentabilidade do negócio, não somente por representarem 25% das receitas, mas também por serem um canal direto de contato com o cliente e, portanto, terem o potencial de disseminar o encantamento das marcas, preservar a reputação do Grupo e fortalecer nossa presença.

As **políticas corporativas** da Companhia, aplicáveis aos parceiros e franqueados, permitem o alinhamento destes *stakeholders* aos nossos princípios e valores.

Além disso, disponibilizamos ferramentas que apoiam o desenvolvimento, treinamento e atendimento eficiente no varejo, a fim de promover resultados positivos nas vendas, com ações de integração, conexão e amplo suporte a todas as lojas monomarcas.

Nos últimos anos, a aceleração das iniciativas de otimização da experiência *omni* resultaram no aumento do volume de clientes. Conheça, ao lado, exemplos dessas iniciativas:

- » **Apoio ao dia a dia da operação** – todos os franqueados contam com o AgiliZZa, serviço de atendimento às demandas operacionais de forma ágil e eficiente, além do apoio direto do time comercial das marcas.
- » **Transformação digital** – integramos lojas físicas e o *web-commerce* para trocas de produtos entre canais. Saiba mais na página 24.
- » **Diversidade** – realizamos treinamentos sobre vieses inconscientes, gênero, raça, deficiência, LGBTQIAP+ e outros grupos minorizados, buscando combater a discriminação e promover a inclusão. Saiba mais na página 87.

### Treinamentos de vendas

# 10.071

participantes  
vendedores, gerentes, franqueados e outros

# 747

lojas receberam treinamentos  
do total de 763 lojas (98%)



### SELO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING (ABF)

A Arezzo é reconhecida, desde 2004, pelo Selo de Excelência em *franchising* da ABF, o que representa o compromisso com seus franqueados.

Em 2022, os índices de satisfação dos franqueados foram de: 92,0% para Arezzo, 82,9% para Anacapri e 92,4% para Schutz.



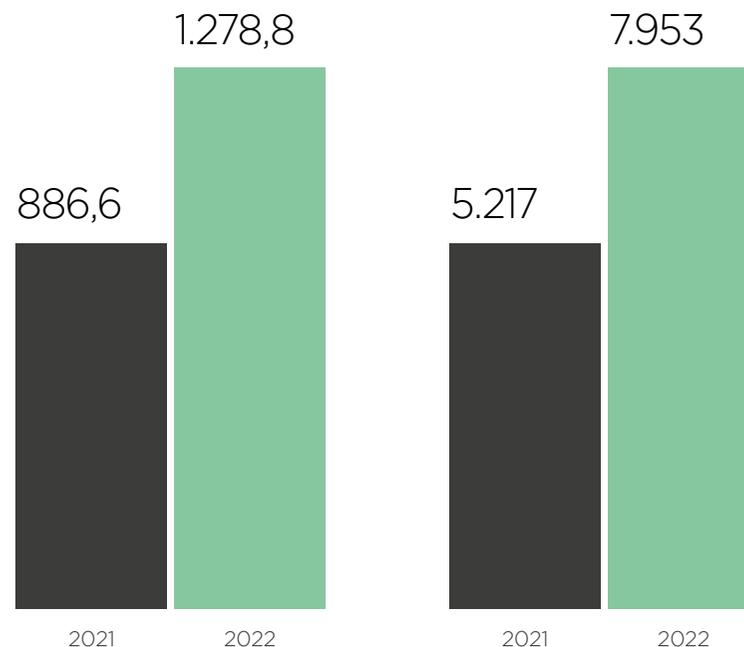
## MULTIMARCAS

Manter uma relação próxima com os parceiros de multimarcas é parte essencial do nosso negócio. A estratégia do canal, que representa 27% da receita bruta do Grupo, investe nos desfiles virtuais como forma de aumentar os níveis de engajamento entre os parceiros.

### Canal Multimarcas

RECEITA BRUTA (R\$ MILHÕES)

NÚMERO DE PONTOS DE VENDA





# Meio Ambiente Saudável

CAPITAIS RELACIONADOS



ODS RELACIONADOS



# Matérias-Primas Responsáveis

GRI 3-3

Considerando os impactos que o setor da moda gera ao meio ambiente, sendo as matérias-primas as responsáveis por grande parte desse efeito, temos o dever de desenvolver continuamente produtos que tragam soluções para esses problemas complexos. Isso só é possível com muito comprometimento e colaboração de toda a cadeia de fornecimento.

Para orientar e apoiar as marcas do Grupo Arezzo&Co na busca por matérias-primas de menor impacto, disponibilizamos uma [Lista de Atributos para Materiais Sustentáveis](#).

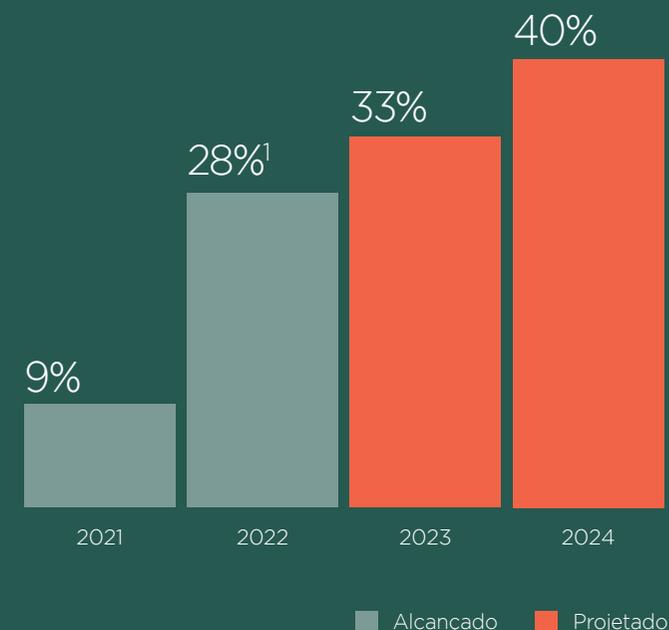
Para o segmento de calçados, temos a consultoria de um pesquisador que busca soluções cada vez mais eficazes, seja por meio da incorporação de resíduos na produção; da substituição de componentes por opções de menor impacto; ou do desenvolvimento de novos materiais.

Em 2022, passamos a contar, também, com uma materioteca de produtos sustentáveis que permite a pesquisa para o lançamento de coleções que usam materiais presentes na lista de atributos. O espaço foi construído com a colaboração de representantes das áreas de P&D das marcas, além dos times de Sustentabilidade e *Sourcing*.

Superamos nossa meta e alcançamos o acumulado de 28% de materiais sustentáveis.

Em 2023, daremos atenção ao segmento de vestuário e pretendemos evoluir no compromisso 2030 para todas as marcas e segmentos do Grupo.

## % MATERIAIS SUSTENTÁVEIS



**Meta 2022<sup>1</sup>: 17%**  
de materiais sustentáveis nos calçados

<sup>1</sup> Meta considera calçados produzidos pelas marcas Alme, Anacapri, Arezzo, Fever, Reserva Go e Schutz.

## Couro

Em linha com os compromissos públicos assumidos pela Companhia, buscamos fornecedores de couro que tenham boas práticas socioambientais e ampliamos a visibilidade da cadeia do couro com o projeto de rastreabilidade, que identifica esses parceiros.

Em 2022, 30%<sup>1</sup> dos curtumes de acabamento já contavam 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).

## Matérias-Primas Exóticas

O uso de pele, pluma, penas ou qualquer outra parte de animais exóticos é proibido em todas as marcas do Grupo Arezzo&Co desde 2020, quando firmamos o acordo com a PETA (Organização Global pelo Tratamento Ético dos Animais).

Em 2021, a marca Alexandre Birman comprometeu-se a não comprar mais peles exóticas.

<sup>1</sup> Diminuição da porcentagem em relação a 2021 devido ao aumento da cobertura do monitoramento, resultado do projeto de rastreabilidade do couro, descrito na página 56. Dessa forma, os dados informados em 2022, tornam-se mais acurados.



## Algodão Responsável

Em 2021, a marca Reserva lançou o Programa Sou ABR – Algodão Brasileiro Responsável, em parceria com a Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa) e outras marcas. Essa é a primeira iniciativa de rastreabilidade em larga escala da cadeia têxtil nacional e permite monitorar o algodão usado nas peças até a sua propriedade de origem. Assim, garantimos a adoção de boas práticas socioambientais desde a cadeia até o produto acabado.

Com o uso da tecnologia *blockchain*, as informações sobre o caminho percorrido pelo algodão ficam digitalizadas, acessíveis e auditáveis.

A certificação ABR analisa 178 itens, distribuídos em oito critérios: contrato de trabalho, proibição do trabalho infantil, proibição de trabalho análogo a escravo ou em condições degradantes ou indignas, proibição de discriminação de pessoas, liberdade de associação sindical, segurança do trabalho, saúde ocupacional, ambiente de trabalho, desempenho ambiental e boas práticas.

Em 2022, tivemos  
3% de peças rastreadas.

## Substâncias Restritas

Para reduzir o impacto do processo produtivo, desenvolvemos uma **Lista de Substâncias Restritas** do Grupo, que define limites seguros para o uso de compostos químicos potencialmente nocivos para saúde humana e o meio ambiente<sup>1</sup>.

Atualizado anualmente, o documento deve ser respeitado por todos os fornecedores<sup>2</sup> de matérias-primas e produtos acabados, terceiros envolvidos na produção de peças de vestuário, calçados, bolsas e acessórios.

Em 2022, avaliamos o atendimento à Lista via amostragem e teste em componentes de calçados, bolsas e acessórios. Para os itens não conformes, serão solicitados, em 2023, um plano de adequação e posterior comprovação de atendimento aos requisitos.

Totalizamos  
91% de conformidade das amostras avaliadas.

<sup>1</sup> Critérios desenvolvidos de acordo com os seguintes parâmetros: União Europeia; Regulation (EC) 1907/2006 do Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals (REACH); Restricted Substance List (RSL) do AFIRM Group (Apparel and Footwear International RSL Management Group); normas ABNT NBR 16878:2019 (Segurança Química em Têxteis) e ABNT NBR 16905:2020 (Componentes para Calçados e Artefatos - Limites e Orientações de Substâncias Restritas). Por fim, também consideramos outras legislações do país que controlam substâncias restritas.

<sup>2</sup> Todos os fornecedores envolvidos na produção de calçados assinam um termo se comprometendo a respeitar a Lista de Substâncias Restritas.



## Circularidade

A economia circular é vista como uma poderosa aliada à estratégia ESG por viabilizar soluções complexas para problemas enfrentados pelo setor da moda. O maior deles, sem dúvida, é estender a vida útil dos produtos (roupas, calçados e acessórios), mantendo o valor dos itens e materiais por mais tempo.

Pensando em maneiras de trazer soluções para a questão, oferecemos serviços focados em prolongar o ciclo de vida das peças. A Carol Bassi conta com uma área dedicada a fazer ajustes e reformas nas peças, enquanto os itens da Alexandre Birman possuem garantia vitalícia.

Para que esse sistema seja possível, é necessário que os materiais e resíduos sejam vistos como insumos valiosos, de forma que são coletados e reinseridos na cadeia de valor.

Conheça, a seguir, como a Companhia gera valor para o tema.

## Logística Reversa

GRI 3-3 › 301-3 › 306-2

A satisfação dos clientes ao utilizarem nossos produtos é o que nos move, mas quando paramos para pensar no que é feito com esses itens ao final de sua vida útil, entendemos nossa responsabilidade com impactos causados. Por isso, temos um time focado em buscar soluções que visam à redução desses impactos ambientais.

Criamos um Programa de Logística Reversa que serviu de piloto para entender os hábitos dos clientes quanto à destinação final de seus produtos pós-consumo e nos permitiu, também, comunicar a logística reversa como parte integrante do princípio da economia circular. Paralelamente, comunicamos esses conceitos nos pontos de vendas para engajar ainda mais os clientes.

Em 2022, coletamos 717 toneladas de calçados que foram destinados para coprocessamento. Com a consciência de que podemos potencializar

ainda mais o nosso impacto positivo, firmamos uma parceria que irá nos auxiliar na busca por outros tipos de disposição e, para 2023, estipulamos uma meta de aumentar a quantidade de lojas participantes do Programa.

Com o **Reserva Circular**, programa de logística reversa pós-consumo da AR&Co, disponibilizamos pontos de coleta nas lojas físicas e, após triagem, destinamos as roupas coletadas para coprocessamento, doação ou transformação em cobertores para pessoas em situação de vulnerabilidade. Nos próximos anos, a intenção é expandir a iniciativa para produzir, até mesmo, tecidos que serão utilizados na própria operação.

Ainda, com o **Alme Retorna**, os clientes podem descartar sapatos de qualquer marca nas lojas da Alme, que serão encaminhados para transformação em matérias-primas de outras indústrias.



## TROC

GRI 203-2 › 306-2

Entendemos a relevância da moda circular para o setor, por isso, em 2020, demos boas-vindas a TROC e ampliamos o nosso impacto positivo no tema da circularidade.

Este ano, sua trajetória foi marcada por uma série de inovações na plataforma tecnológica que deixaram a experiência do consumo circular ainda mais descomplicada.

Realizamos, ainda, um projeto-piloto que disponibilizou, na plataforma da TROC, 10.900 que estavam parados nos estoques das demais marcas do Grupo por serem itens de coleções passadas e/ou com pequenos defeitos.

Destacamos que 100% dos produtos que possuem algum defeito ou fator na qualidade que impedem a comercialização na TROC serão destinados a projetos sociais.

# 5.200

produtos processados  
97% de aceitação

# 55%

dos produtos vendidos  
+R\$ 500 mil de receita

# 40 mil

Itens - expectativa 2023

Em 2022, a Fundação Ellen MacArthur – organização internacional referência no setor que promove a economia circular – reconheceu a TROC como uma referência no mercado de circularidade na América Latina.

## A melhor roupa é aquela que já existe

Entre 2021 e 2022, realizamos um trabalho com uma certificadora que validou a nossa metodologia de contabilização de impacto, descrito ao lado:



### 2022

**+1 bilhão** de litros de água economizados.

**+45 mil roupas** foram doadas para ONGs parceiras.

**+1.290 tCO<sub>2</sub>e** deixaram de ser emitidos na atmosfera.

**+175 toneladas** de roupas não foram destinadas a aterros sanitários.

**+19 milhões** de pessoas impactadas pela moda circular.

## Embalagens Responsáveis

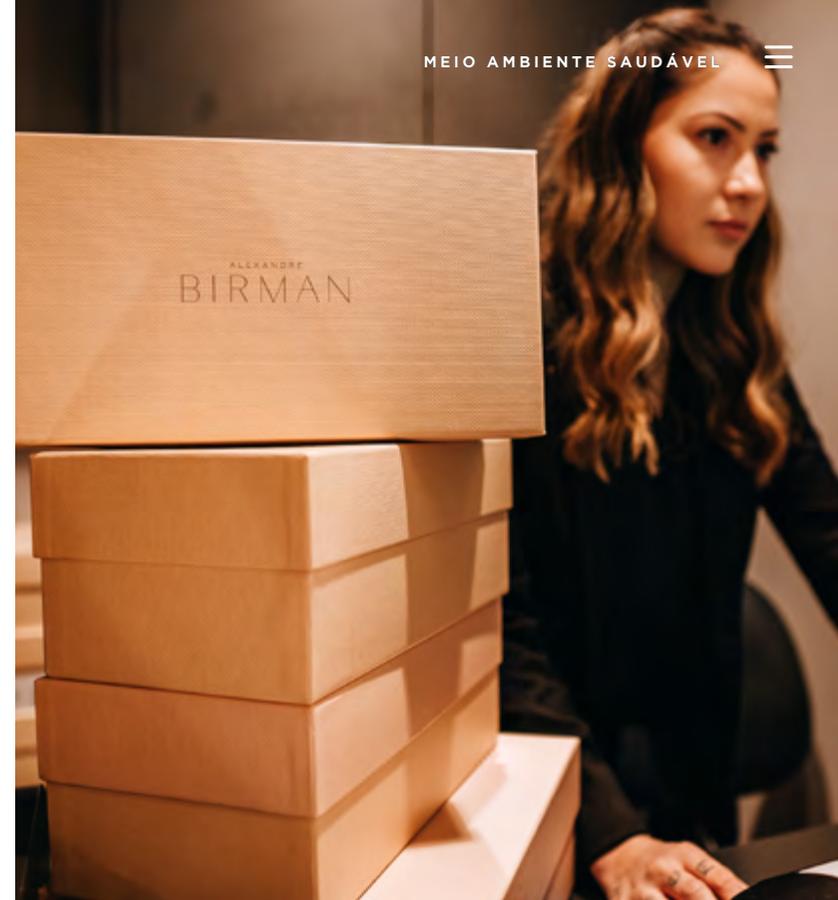
GRI 301-3 › SASB CG-MR-410a.3

Após a revisão dos compromissos públicos (saiba mais na página 34), temos o objetivo de utilizar 100% de embalagens feitas com materiais sustentáveis. Estamos trabalhando em conjunto com os fornecedores parceiros no avanço sistemático desse compromisso e temos buscado alternativas menos impactantes tanto para embalagens de papel e papelão quanto para as embalagens plásticas.

Todas as sacolas que acompanham os produtos nos pontos de vendas são confeccionadas em papel com selo FSC,

enquanto as embalagens plásticas da AR&Co têm 30% de sua composição feita a partir de plástico reciclado. O objetivo para 2023 é estudar a possibilidade de fazer a substituição por bioplástico de amido.

Ainda em 2022, fomos convidados pela ABVTEX a participar da construção do **Guia de Boas Práticas para Embalagens Sustentáveis de E-commerce**, que apresenta orientações para um modelo de circularidade na forma de uma planilha de atributos sustentáveis para embalagens.



### A EVOLUÇÃO DAS EMBALAGENS RECUPERADAS NOS ÚLTIMOS QUATRO ANOS

	2019	2020	2021	2022 <sup>1</sup>
Quantidade Vendida (t)	4.738,45	3.216,41	8.559,68	3.625,93
Quantidade Recuperada (t)	1.042,46	707,61	1.883,13	797,70
Percentual Recuperado	22%	22%	22%	22%

### QUE SACO!

O “Que Saco!”, projeto orientado pelos princípios de produção consciente e sustentável da AR&Co, segue com o propósito de substituir o plástico das embalagens de todas as roupas vendidas na Reserva por embalagens responsáveis – feitas a partir de material reciclado, reciclável e reutilizável. Em 2023, a iniciativa passará por uma reformulação visando ampliar os impactos positivos.

<sup>1</sup> Dados de 2022 desconsideram a Carol Bassi. A variação em relação ao último ano é decorrente da mudança de metodologia, de forma que, em 2021, consideramos o crescimento da Companhia, enquanto em 2022, utilizamos a base de sell-out.

# Operação Ecoeficiente

Garantir o Meio Ambiente Saudável inclui não só a busca por materiais sustentáveis e circularidade, mas também o compromisso com uma operação ecoeficiente.

Ser ecoeficiente significa poder produzir mais, usando menos. Esse modelo de operação em constante evolução tem um importante papel na sustentação da Companhia ao longo dos últimos 50 anos de história, e é a chave para que possamos chegar em 2154.

Isso significa atuar de forma responsável, gerindo indicadores e atuando na melhoria contínua de temas importantes como água, resíduos, energia e emissões de gases de efeito estufa.

## Gestão da Água

GRI 303-2 › 303-3 › 303-4 › 303-5

Dentro das fábricas próprias, o recurso hídrico não é um insumo considerado relevante para a confecção dos produtos.

Mesmo assim, implantamos um sistema de captação de água de chuva na fábrica matriz, que resultou em uma economia de cerca de 17% no consumo de água via concessionária local.

É importante ressaltar que não temos gestão completa do consumo de água nas lojas, pois a maioria está localizada em shoppings, os quais realizam a própria administração. Por esse motivo, só consideramos as unidades em que temos faturas individualizadas.

O consumo que mencionamos nesse capítulo se refere à água utilizada pelos colaboradores. Nos escritórios, a prestação de contas do consumo é realizada por meio do rateio entre nós e as demais unidades do edifício comercial.

O descarte se dá em forma de efluente sanitário (atendendo aos parâmetros da Resolução CONSEMA n.º 355/2017).

### Consumo de água<sup>1</sup> (megalitros)

2020

24,81

2021

24,45

2022

25,26

<sup>1</sup> 100% da captação de água é proveniente do abastecimento público, ou seja, de terceiros. Toda a água captada é descartada.



## Resíduos

GRI 3-3 › 306-1 › 306-2 › 306-3 › 306-4 › 306-5

Nossa estratégia ESG também é orientada pelo compromisso com a gestão do ciclo de vida dos produtos e a implementação de ações para a redução de resíduos. Para evitar desperdícios e ampliar a circularidade dos processos, as fábricas próprias contam com equipamentos de corte que garantem o aproveitamento máximo dos materiais.

As unidades de fabricação própria possuem um sistema de gestão e monitoramento ambientais controlado por meio de documentação e processos estabelecidos, incluindo a medição dos resultados, visando à melhoria contínua.

Em paralelo, a área de Auditoria Interna realiza a verificação periódica das declarações referentes à geração e destinação de resíduos dos fornecedores de produtos acabados.

Destacamos que a cadeia de fornecedores da AR&Co possui o projeto de desfibragem de resíduos têxteis para incorporação em novos produtos. Lançada ao final de 2020, a campanha “Roupa feita de lixo” faz parte do compromisso da Reserva com os processos de produção sustentáveis e com menor impacto ambiental, que resultou em uma linha de roupas desenvolvida a partir de sobras de malha, meia malha e piquê.



Em 2022, produzimos 3.305 peças de tecido desfibrado, reutilizando mais de 130 quilos de resíduos têxteis.

## ATERRO ZERO

Os resíduos gerados nos processos industriais não são destinados para aterros. Buscamos disposições alternativas, como venda para reciclagem, coprocessamento e fabricação de novos produtos.

No futuro, nosso objetivo é, gradativamente, trabalhar apenas com parceiros que estão alinhados aos projetos e valores do Grupo Arezzo&Co.

A seguir, conheça os tipos de resíduos e suas respectivas destinações:

### Resíduos não destinados para disposição final<sup>1</sup>

<b>TIPOS DE RESÍDUOS GERADOS</b> (em t)	2021	2022
Perigosos	177,18	497,32
Não Perigosos	634,63	652,29
<b>DISPOSIÇÃO (TECNOLOGIA)</b> (em t)		
<b>Resíduos Perigosos</b>		
Autoclave	113,52	140,54
Blendagem para Coprocessamento	24,54	87,33
Coprocessamento	-	76,23
Descontaminação de Lâmpadas	-	0,12
Reciclagem	22,92	6,85
Reutilização	0,20	0,95
Tratamento de Efluentes	16,00	185,30
<b>Total</b>	<b>177,18</b>	<b>497,32</b>
<b>Resíduos Não Perigosos</b>		
Blendagem para Coprocessamento	154,66	324,82
Coprocessamento	36,09	-
Reciclagem	9,79	185,32
Reutilização	21,64	57,94
Tratamento de Efluentes	12,61	3,70
Triagem com Armazenamento	381,10	80,51
<b>Total</b>	<b>634,63</b>	<b>652,29</b>
<b>Total Geral</b>	<b>811,81</b>	<b>1.149,61</b>

<sup>1</sup> Foram considerados resíduos de Arezzo, Schutz, Alme, Alexandre Birman, Fábrica Veranópolis, Centro de Distribuição Campo Bom, Centro de Distribuição Cariacica, Fábrica Alagoinhas Bahia e HG. Dados não contemplam AR&Co. Aumento de volumes gerados em 2022 referem-se ao crescimento orgânico e integrações das novas empresas.

# Combate às Mudanças Climáticas

GRI 3-3 › TCFD 4

Sabemos que as mudanças climáticas causam impactos significativos no meio ambiente e estamos atuando na transição para uma economia de baixo carbono.

Como uma Companhia que entende o seu papel e responsabilidade sobre o tema, assumimos compromissos e definimos metas públicas que orientam escolhas e estratégias focadas na redução das emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) e na neutralização das emissões de CO<sub>2</sub> que não puderem ser mitigadas.

Em 2022, iniciamos a integração do Task Force on Climate Related Financial Disclosures (TCFD), um *framework* focado no alinhamento dos riscos de mudanças climáticas aos impactos financeiros exercidos no negócio.



Nos últimos anos, assinamos dois importantes compromissos, o Fashion Industry Charter for Climate Action e o Business Ambition for 1,5 °C, do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU), ambos se comprometem a limitar o aquecimento global até 1,5 °C e atingir o Net Zero até 2050. Em 2022, iniciamos a construção da meta baseada na ciência do Science Based Targets (SBTi) e o objetivo é submetê-la à aprovação em 2023.

*Nota: Atualmente, trabalhamos com a meta de reduzir 30% das emissões até 2030 enquanto aguardamos o resultado da construção da meta baseada na ciência (SBTi).*

## Gestão de riscos e oportunidades climáticas

TCFD 3 › TCFD 6

O processo de gestão de riscos climáticos visa identificar e responder a eventos que possam afetar o atingimento dos objetivos estratégicos. A metodologia utiliza como referência as orientações do Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission – COSO.

No processo, analisamos cenários de curto, médio e longo prazos, e avaliamos tanto os riscos transicionais, como impactos relacionados a mudança de padrão de consumo de clientes, novas legislações (ex: taxaço de carbono, mercado voluntário de carbono) e desenvolvimento de novas tecnologias de baixo impacto, quanto os riscos físicos, como eventos climáticos severos (inundações, chuvas torrenciais, ondas de calor extremos). A avaliação aborda toda a cadeia de valor e as operações da Companhia.

Após a avaliação, os eventos são classificados em cinco grandes grupos – Estratégico, Conformidade, Operacional, Tecnológico e Financeiro – sendo o tema das mudanças climáticas abordado diretamente em todos esses grupos.

O processo de revisão é realizado anualmente, quando o comitê de Riscos, Auditoria e Finanças recebe *inputs* de todos os responsáveis na Companhia para a atualização da matriz.

Dentre as oportunidades identificadas, destacamos a ampliação da utilização de energias limpas na operação, decorrente do uso de novas tecnologias, como os veículos elétricos, e do uso de fontes de energias com menores índices de emissões, como a compra de certificados iRECs.

## Veículos elétricos

Como parte do planejamento estratégico da AR&Co para alcançar a neutralidade em carbono até 2050, 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 com menor impacto ambiental para todo o Brasil.

A iniciativa, que começou com dois caminhões, hoje conta com cinco veículos, sendo três caminhões e duas motocicletas. Juntos, eles somaram 65 mil quilômetros rodados à base de eletricidade, em 2022.

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

## Emissões

GRI 305-1 › 305-2 › 305-3 › 305-5 › TCFD 10

Em 2022, continuamos trabalhando no aprimoramento da qualidade dos dados das emissões de escopos 1 e 2, além de otimizar o mapeamento das categorias de escopo 3, referentes às viagens a negócios, geração de resíduos nas operações, bens e serviços comprados, transporte e distribuição (*upstream*), perda e distribuição de energia, deslocamento de colaboradores e franquias.

Não houve redução no consumo de energia devido às aquisições e integrações que realizamos ao longo de 2022: HG, Sunset, Carol Bassi e uma fábrica na Bahia, além do aumento no número de lojas. Porém, vale ressaltar que o fator de emissão foi menor devido à utilização de matrizes energéticas menos poluentes em território nacional.

A fim de garantir maior confiabilidade nos resultados obtidos, o inventário de GEE da Companhia passa por verificação independente, com nível de confiança limitada.

Em 2022, avançamos dois níveis de desempenho no Carbon Disclosure Project (CDP) e alcançamos a nota B. Assim, reafirmamos o caminho certo nas práticas de gestão rumo a uma economia de baixo carbono, além de garantir a manutenção na carteira do ISE.

Saiba mais sobre os reconhecimentos que recebemos no capítulo de Comunicação Transparente.

### Emissões diretas de gases de efeito estufa<sup>1</sup>

FONTE DE EMISSÃO DE GASES (tCO <sub>2</sub> e)	2019	2020	2021	2022
<b>Emissões Escopo 1</b>				
Combustão estacionária	70,04	77,18	92,14	43,55
Fontes móveis	87,89	67,02	93,35	234,16
Fugitivas	89,86	54,80	279,24	458,67
<b>Total de emissões brutas</b>	<b>247,79</b>	<b>199,00</b>	<b>464,73</b>	<b>736,38</b>
<b>Emissões biogênicas Escopo 1</b>				
<b>Total de emissões brutas biogênicas</b>	<b>28,91</b>	<b>26,10</b>	<b>33,95</b>	<b>59,01</b>
<b>Total de emissões brutas - Escopo 1</b>	<b>276,70</b>	<b>255,10</b>	<b>498,68</b>	<b>795,39</b>
<b>Emissões Escopo 2</b>				
Aquisição de energia (localização)	533,20	408,15	1.400,80	683,83
Aquisição de energia (escolha de compra)	482,21	280,77	895,72	353,38
<b>Emissões Escopo 3</b>				
Cadeia de fornecimento	Não calculado	Não calculado	200.766,26	193.812,47
Transporte e distribuição ( <i>upstream</i> )	1.951,49	Não calculado	1.769,72	23.659,63
Bens de capital	-	-	-	9.008,46
Deslocamento de colaboradores	-	-	-	4.924,07
Transporte e distribuição ( <i>downstream</i> )	Não calculado	Não calculado	6.556,35	3.603,35
Viagens a negócios	1.136,96	Não calculado	761,83	2.021,23
Franquias	-	-	-	883,29
Atividades relacionadas com combustível e energia não inclusas nos Escopos 1 e 2	-	-	-	520,87
Resíduos gerados nas operações	-	-	-	230,35
<b>Total de emissões brutas - Escopo 3</b>	<b>3.088,45</b>	<b>-</b>	<b>209.854,16</b>	<b>238.663,72</b>

<sup>1</sup> Alteramos a metodologia utilizada para tornar o cálculo mais assertivo. Isso resultou na diminuição das emissões. Os números aqui apresentados foram coletados, organizados e reportados segundo a metodologia do Programa Brasileiro do GHG Protocol. Os dados poderão sofrer pequenas alterações após a conclusão da auditoria do inventário de gases de efeito estufa da Arezzo, com verificações disponíveis em [www.registropublicodeemissoes.fgv.br/](http://www.registropublicodeemissoes.fgv.br/)



## Energia

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

Em 2022, utilizamos aproximadamente 50% (vs. 37% em 2021) de energia proveniente de fontes renováveis de baixo impacto.

Adicionalmente, as instalações físicas contam com telhas translúcidas para o aproveitamento da luz natural e, sempre que possível, diminuimos a intensidade do consumo com o uso de iluminações de LED.

A intensidade energética, calculada a partir da área de fábricas próprias e da energia consumida, foi 0,43 GJ/m<sup>2</sup>.

### CONSUMO DE ENERGIA

	2021	2022
<b>Consumo de energia elétrica (GJ)</b>	<b>39.198,80</b>	<b>52.677,55</b>
<b>Consumo de combustíveis (GJ)</b>		
<b>Renovável</b>		
Biodiesel	151,00	85,58
Etanol anidro	338,30	1.123,13
<b>Não Renovável</b>		
Diesel	1.465,34	855,79
Gasolina	1.806,60	4.159,74
GLP	4.123,49	2.793,34
GNV	-	38,77

Nota: não fazemos o monitoramento da redução de energia relacionada a produtos e serviços.



# Pessoas Empoderadas

CAPITAIS RELACIONADOS



ODS RELACIONADOS



# Pessoas: A Matéria-Prima do Nosso Sucesso

GRI 3-3 › 402-1

Nossas marcas são feitas de pessoas, por pessoas e para pessoas!

A cultura Arezzo&Co é a base e referência para a tomada de todas as decisões da Companhia. Acreditamos que juntos aprendemos, desenvolvemos e crescemos.

Respeitamos e valorizamos a identidade e a essência única de cada pessoa, compartilhamos valores éticos e a visão de sustentabilidade do Grupo rumo a 2154.

Somos apaixonados por gente e tudo o que fazemos é pensando em encantar nossas pessoas, proporcionando uma jornada próspera, saudável, de desenvolvimento, aprendizado e realizações.



Atuar com respeito aos direitos humanos e trabalhistas, não tolerando quaisquer práticas abusivas de assédio, violência ou outras formas de intimidação, sendo inadmissível qualquer forma de exploração 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, seja 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, elou orientação sexual, assegurando a dignidade.



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.



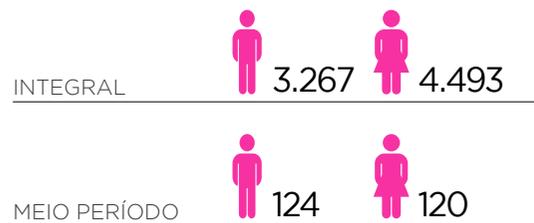
Disponibilizar um canal de denúncia para situações e condutas que não estejam de acordo com os princípios éticos, padrões de conduta e/ou legislação vigente, garantindo privacidade do denunciante e confidencialidade dos relatos, bem como a não retaliação às denúncias.

# Nosso Time

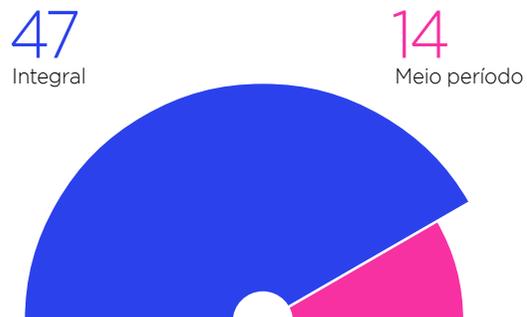
GRI 2-7

# 8.004

colaboradores diretos<sup>1</sup>

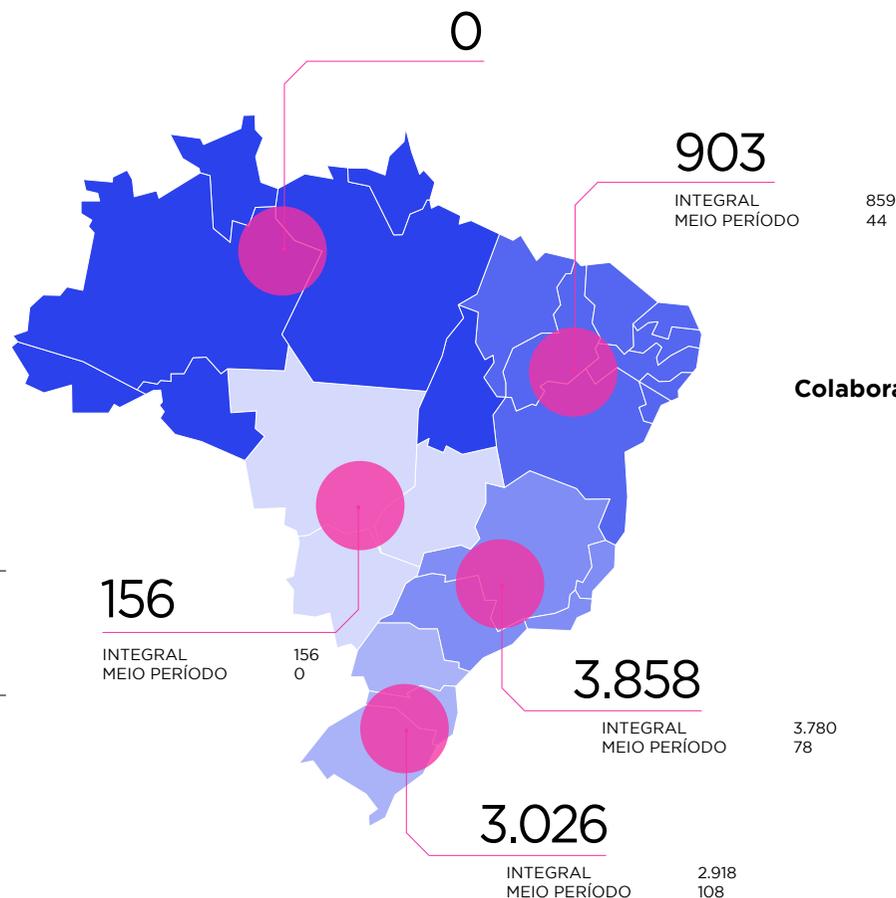


## Operação internacional<sup>2</sup>

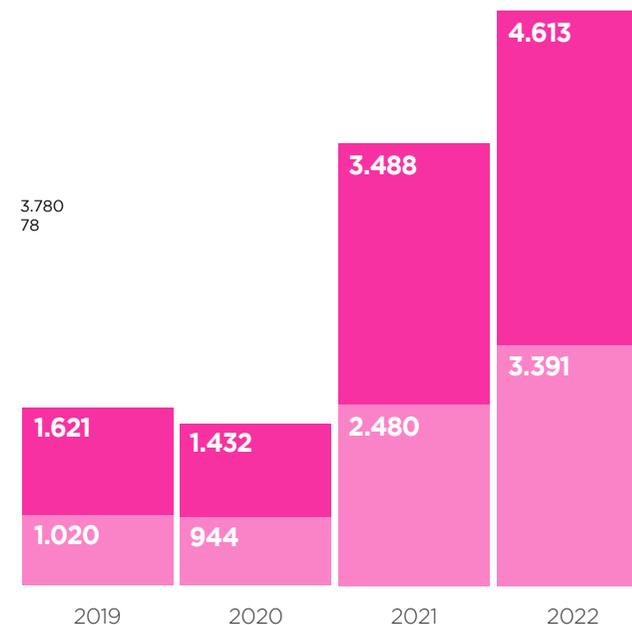


<sup>1</sup> 100% dos colaboradores são permanentes.

<sup>2</sup> Colaboradores localizados nas cidades da Califórnia, Flórida e Nova Iorque, nos Estados Unidos; e em Milão, na Itália.



## Colaboradores por gênero nos últimos quatro anos



■ Feminino  
■ Masculino

**ATRAÇÃO E RETENÇÃO DE COLABORADORES**

GRI 401-1 › SASB CG-MR-310a.2

**4.056**

novos colaboradores<sup>1</sup> em 2022

<p><b>Arezzo&amp;Co<sup>2</sup></b></p>	<p><b>27,86%</b></p>  <p>taxa de rotatividade em 2022</p>	<p><b>36,40%</b></p>  <p>de taxa de contratação em 2022</p>
<p><b>AR&amp;Co</b></p>	<p><b>33,51%</b></p>  <p>taxa de rotatividade em 2022</p>	<p><b>53,03%</b></p>  <p>de taxa de contratação em 2022</p>

<sup>1</sup> O número inclui contratados e colaboradores integrados de empresas adquiridas em 2022.

<sup>2</sup> Considera dados da Arezzo&Co, operação internacional e Carol Bassi.

## CONTRATAÇÕES E ROTATIVIDADE

## CONTRATAÇÕES

2022		
	Nº de contratações	Taxa contratações
<b>Por Gênero</b>		
Homens	1.779	52,46%
Mulheres	2.277	49,36%
<b>Por Região</b>		
Sul	1.110	36,68%
Sudeste	2.472	64,07%
Centro-Oeste	119	76,28%
Nordeste	295	32,67%
Norte	0	0,00%
Operação Internacional <sup>1</sup>	60	98,36%
<b>Por faixa etária</b>		
Menos que 30 anos	2.383	66,38%
Entre 30 e 50 anos	1.563	41,76%
Mais que 50 anos	110	16,39%

## ROTATIVIDADE

2022		
	Nº de desligamentos	Taxa rotatividade
<b>Por Gênero</b>		
Homens	1.490	43,94%
Mulheres	1.797	38,96%
<b>Por Região</b>		
Sul	875	28,92%
Sudeste	2.104	54,54%
Centro-Oeste	109	69,87%
Nordeste	173	19,16%
Norte	0	0,00%
Operação Internacional <sup>1</sup>	26	42,62%
<b>Por faixa etária</b>		
Menos que 30 anos	1.922	53,54%
Entre 30 e 50 anos	1.252	33,45%
Mais que 50 anos	113	16,84%

Ao final de 2022, a taxa de rotatividade total do Grupo foi de 41%. Quando consideramos colaboradores de lojas, a taxa involuntária foi de 53% e a voluntária foi de 28%.

<sup>1</sup> Todos localizados nos Estados Unidos.

## REMUNERAÇÃO

GRI 202-1 > 405-2

### RAZÃO MATEMÁTICA ENTRE O SALÁRIO BASE RECEBIDO PELAS MULHERES EM RELAÇÃO AOS HOMENS, POR CATEGORIA FUNCIONAL<sup>1</sup>

Diretoria Executiva	1,09
Diretoria	0,90
Lideranças	0,99
Demais cargos	0,88

<sup>1</sup> Para o cálculo, consideramos a média recebida por cada categoria funcional e respectivo gênero. Dados incluem 7.130 colaboradores da Arezzo&Co e AR&Co.



## Progresso e Desenvolvimento Profissional

GRI 404-1 > 404-2

A capacitação constante das equipes é parte fundamental da sustentação do negócio. Para que os colaboradores atinjam seu máximo potencial de desempenho, precisamos, além de garantir um ambiente saudável, oferecer as ferramentas necessárias para o desenvolvimento desses profissionais.

Um destaque em 2022 foi o desenvolvimento das nossas lideranças. Foram mais de 530 líderes formados em diversas temáticas estratégicas, como ESG na prática, Líder Coach, Confiança e Segurança Psicológica, Diversidade e Inclusão, Oratória, Liderança Humanizada, entre outros.

530  
líderes formados<sup>1</sup>

R\$ 1,2 mi  
investidos

199h  
de treinamentos

76%  
de engajamento

<sup>1</sup>Considerando Arezzo&Co.



Para os colaboradores, os treinamentos abordaram temas de gestão, institucional, comportamento, processos e ferramentas, além de saúde, bem-estar e demais temas gerais relevantes.

Nas operações da AR&Co, foram realizados treinamentos presenciais e *online*, além da utilização da plataforma de educação corporativa.

#### MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTOS POR CATEGORIA FUNCIONAL

<b>AR&amp;Co</b>	
Estagiário	24,00
Assistente/Auxiliar	120,00
Analista	32,00
Especialista	32,00
Coordenador	60,00
Gerente	60,00
Supervisor	86,00
Líder de operações	8,00
Diretor	40,00
<b>Arezzo&amp;Co</b>	
Diretor	9,63
Gerente	5,98
Coordenador e supervisor	8,65
Demais cargos	2,31





### PROGRAMA DE INCENTIVO EDUCACIONAL

Dando continuidade ao programa iniciado em 2021, concedemos o incentivo educacional para mais 30 colaboradores, e, em 2023, pretendemos dobrar esse número.

### ESCOLA DE SAPATEIROS

Em 2022, investimos nos treinamentos de colaboradores de fábrica, por meio da escola de sapateiros. O objetivo é fomentar o desenvolvimento do capital humano, gerando oportunidades aos potenciais de crescimento e qualificando a operação.

### PROGRAMA DE APRENDIZAGEM

Direcionado a jovens entre 14 e 24 anos que desejam seguir a profissão de sapateiros. Esse projeto já desenvolveu cerca de 200 jovens nos últimos cinco anos.

### PROGRAMA SENAI DE AÇÕES INCLUSIVAS (PSAI)

Criado em 2022 em parceria com o SENAI, a Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE) de Novo Hamburgo e o Sistema Nacional de Emprego (SINE) de Campo Bom, o Programa visa garantir a inclusão de pessoas com deficiências intelectual e psicossocial no mercado de trabalho.

Os participantes realizaram curso teórico no SENAI durante um semestre e, no semestre seguinte, executaram as atividades práticas, acompanhados individualmente por 14 monitores de inclusão treinados.

# 14

participantes

# 8

contratados em 2023

# Diversidade e Inclusão

GRI 3-3 > 404-1

Ser diversa e inclusiva é o objetivo do Grupo Arezzo&Co. Somos movidos pela paixão, que conecta múltiplos perfis e estilos em uma grande Companhia.

Pessoas de diversas etnias, culturas, gêneros e estilos de vida fazem parte da Companhia. Pensando em proporcionar um ambiente seguro e próspero para todas elas, contamos com uma Política de Diversidade que, desde 2019, norteia o compromisso e esforços do Grupo em promover uma cultura corporativa diversa e inclusiva. Além disso, temos uma Cartilha de Diversidade Arezzo&Co, lançada em 2021, voltada a todos os colaboradores.

Nossa estratégia busca a Cultura de Diversidade e Inclusão, Equidade de oportunidades e a Representatividade de todos os públicos.

Identificamos como principais frentes de atuação o Empoderamento Feminino, o Orgulho LGBTQIAP+, Pessoas com Deficiência e Equidade Racial, e estabelecemos como prioridades a sensibilização das lideranças e dos demais públicos, ações afirmativas e a construção de metas para impulsionar a mudança.

O ano de 2022 foi marcado pelo aprofundamento e aceleração da estratégia de Diversidade e Inclusão: contratamos pessoas dedicadas a essa frente e fomentamos ações transversais entre todas as áreas.



## Cultura de diversidade

Queremos promover uma cultura de atuação baseada no respeito, inclusão, equidade e valorização da diversidade, combatendo ativamente todas as formas de discriminação e preconceito dentro e fora do Grupo Arezzo&Co.

Aprofundar o conhecimento dos colaboradores é fundamental para o avanço e fomento do tema na Companhia. Por isso, investimos em ações de formação e treinamento para toda liderança, conselho de administração e demais colaboradores.

### LIDERANÇA INCLUSIVA

**Formação Antirracista com Patrícia Lima:** focado em apresentar as práticas antirracistas para a liderança a partir da realidade brasileira, incluindo a relação entre raça e pobreza, com ênfase no mundo do trabalho e no setor da moda, e o estímulo do olhar investigativo das lideranças.

**Trilha de Diversidade e Inclusão** realizada por consultoria externa e especializada para toda a liderança, incluindo **diretoria executiva, CEO e Conselho,**

que questionou o papel da Companhia e das lideranças para a promoção da diversidade dentro e fora do ambiente de trabalho. Ao final dos treinamentos, os participantes receberam um pós-work com materiais dos conteúdos abordados.

### SENSIBILIZAÇÃO DOS DEMAIS PÚBLICOS

Para sensibilizar e engajar os demais colaboradores, disponibilizamos cinco videoaulas, cada uma abordando um tema específico referente aos grupos minorizados. As aulas estão no *workplace*, junto a um *quiz* temático para que possamos mensurar o aprendizado.

Destacamos a formação Diversidade na Moda com Luanda Vieira para todos os colaboradores dos nosso times de *visual merchandising*, estilo e marketing de todas as marcas, que abordou temas como: a importância do *Black Money* e consumidores negros, representatividade além da foto, o colorismo no Brasil e as campanhas de moda e interseccionalidade.

### PROMOÇÃO DA EQUIDADE RACIAL

Aceleramos a pauta de equidade racial em 2022.

Tivemos a primeira meta de diversidade atrelada à remuneração variável dos executivos e CEO, demonstrando um grande comprometimento da Alta Liderança com o aumento da representatividade negra no quadro geral de colaboradores.

Em reforço ao nosso compromisso com o combate ao racismo e às desigualdades sociais, em 2022, aderimos ao Pacto de Promoção da Equidade Racial, iniciativa que visa implementar um protocolo ESG Racial para o Brasil, trazendo a questão racial para o centro do debate econômico brasileiro.

38,61%  
de colaboradores negros.  
**Meta 2022: 35%**



## Equidade de oportunidades

Queremos garantir que todos tenham acesso às oportunidades de desenvolvimento e crescimento na Companhia por meio da construção de políticas capazes de minimizar obstáculos, sejam eles decorrentes de questões individuais ou sociais, reconhecendo as desigualdades para promover a justiça social.

### PROGRAMA PROTAGONIZZA

Em 2022, com o objetivo de promover um ambiente corporativo mais plural e inclusivo, cooperando para aumentar a representatividade de pessoas negras no Grupo, lançamos o primeiro programa de estágio afirmativo exclusivo para pessoas pretas e pardas, voltado para atuação nas áreas administrativas nas unidades no Rio Grande do Sul e em São Paulo.

A iniciativa disponibilizou 30 vagas de formação técnico-comportamental, além de mentoria de carreira e acesso a uma trilha de desenvolvimento focada nos temas mais relevantes para o mercado de trabalho.

### PROGRAMA ACELERADOR DE CARREIRA PARA PESSOAS NEGRAS

O programa teve como objetivo acelerar a representatividade na liderança da AR&Co. Na edição de 2022, tivemos 27 inscrições e 11 aprovados na etapa inicial (*assessment*), tendo o ciclo de desenvolvimento programado para o início de 2023.

### ORGULHO LGBTQIAP+

Em 2022, a AR&Co firmou parceria com a TransEmpregos, consultoria especializada para contratação de pessoas transgênero.

## Representatividade de todos os públicos

Promover um ambiente de trabalho representado pela diversidade da população e onde as diferenças de cultura, raça, gênero, idade, ideias etc. sejam acolhidas e respeitadas.

### EMPODERAMENTO FEMININO

Em parceria com a PUC-RS Carreiras e a Growdev, uma das *startups* aceleradas pela Arezzo&Co em 2022 (saiba mais na página 25), lançamos um programa de formação exclusivo para mulheres em desenvolvimento *web full stack*, em 2022, o “Gurias em Tech”.

Com o objetivo de contribuir para a capacitação de mulheres interessadas em tecnologia, o programa selecionou cinco candidatas para ganhar uma bolsa de estudo integral, tendo a oportunidade de iniciar uma carreira na nossa *House of Brands*, de acordo com o seu desenvolvimento e empenho.



### SITE ACESSÍVEL AREZZO

No ano em que a Arezzo completou seus 50 anos, o site e o aplicativo da marca passaram por um *upgrade*. Além das partes estética e operacional, ferramentas foram desenvolvidas para tornar o site mais acessível para pessoas com deficiência visual.

O lançamento serviu como piloto, e agora nosso time estuda maneiras de expansão para as demais marcas.

Outra iniciativa na AR&Co foi a parceria com as instituições que usam o esporte como forma de inclusão social, o que resultou na alocação de 47 paratletas em áreas administrativas.

## Censo de diversidade com altos níveis de engajamento interno

GRI 2-29 › 405-1 › SASB CG-MR-330a.1

Em 2022, realizamos o primeiro censo de diversidade integrado do Grupo Arezzo&Co, e tivemos um alto nível de engajamento.

**85%**  
de engajamento

---

**96%**  
de participação da liderança

---

A partir da análise qualitativa e da percepção dos colaboradores, identificamos as fortalezas e oportunidades da Companhia em D&I.

**84%**  
dos colaboradores reconhecem a boa gestão em D&I no Grupo

---

**52%**  
entendem como oportunidade o aumento de líderes negros

---



**PESSOAS  
NEGRAS**



40% de pessoas negras



**2%**  
das lideranças são pessoas  
negras, bi, homo ou pansexual

**0**  
pessoas na Alta Liderança

**21%**  
da Liderança

**COMUNIDADE  
LGBTQIAP+**



13% de pessoas  
da comunidade



**GÊNERO**

<b>0,64%</b> 15 homens trans, 5 mulheres trans, 1 travesti	<b>0,55%</b> preferem não responder qual o seu gênero
--	---

**2%**  
pessoas na Alta Liderança

**11%**  
da Liderança

**PcD**



5% com algum tipo  
de deficiência

**33%** colaboradores  
de fábrica

Física	<b>2%</b>
Visual	<b>2%</b>
Auditiva	<b>1%</b>

**47%**  
das PcDs são mulheres

**4%**  
das mulheres são PcD

**0%**  
pessoas na Alta Liderança

**1,7%**  
da Liderança

**PRESENÇA  
FEMININA**



56% de toda a Arezzo&Co  
3.147 mulheres cis, trans e travestis

**48%**  
são mães, sendo  
14% mãe solo

**39%**  
são mulheres  
negras

**9%**  
da liderança  
são mulheres  
negras

Mulheres trans  
e travestis  
não ocupam  
a Liderança

**1%**  
das mulheres na Liderança têm  
deficiência auditiva, visual ou física

**45%**  
pessoas na Alta Liderança

**51%**  
da Liderança



## Outros indicadores de diversidade

### DIVERSIDADE POR CATEGORIA FUNCIONAL (%)

	Gênero		Faixa etária		
	Masculino	Feminino	Abaixo de 30 anos	De 30 a 50 anos	Acima de 50 anos
Diretores	54,00%	46,00%	0,00%	84,00%	16,00%
Gerentes	47,76%	52,24%	12,14%	84,17%	3,69%
Coordenadores	35,07%	64,93%	15,63%	80,21%	4,17%
Supervisores	62,00%	38,00%	15,66%	65,06%	19,28%
Especialistas	44,83%	55,17%	32,76%	62,93%	4,31%
Consultores	15,85%	84,15%	9,76%	84,15%	6,10%
Analistas	32,65%	67,35%	56,87%	41,57%	1,57%
Assistentes	33,84%	66,16%	55,75%	35,57%	8,68%
Aprendizes	40,26%	59,74%	100,00%	0,00%	0,00%
Outros	44,54%	55,46%	45,22%	44,60%	10,18%
<b>TOTAL</b>	<b>42,00%</b>	<b>58,00%</b>	<b>44,85%</b>	<b>46,76%</b>	<b>9,12%</b>

# Licença parental

GRI 401-3

Acreditamos que a chegada da maternidade e paternidade é uma etapa inesquecível. Por isso, temos uma série de ações pensadas no bem-estar dos colaboradores:

- » Licença-paternidade estendida para 20 dias para colaboradores corporativos e 45 dias na Reserva;
- » Licença-maternidade estendida para 180 dias na TROC e Reserva;
- » Programa de Gestantes com orientações, telemonitoramento e acompanhamento mensal, seja colaboradora ou cônjuge;
- » Espaço especial para as mães realizarem a coleta e o armazenamento do leite materno durante o trabalho, seja para seus bebês ou doação. A prioridade é incentivar o aleitamento, mesmo após o retorno do trabalho.



<sup>1</sup> Número total de colaboradores que retornaram da licença / número total de colaboradores que deveria retornar de licença em 2022.

<sup>2</sup> Número total de colaboradores retidos 12 meses após seu retorno da licença / número total de colaboradores que saíram de licença em 2021. Não há histórico de colaboradores que tiraram a licença-paternidade para Arezzo&Co.

# Conexão e Cuidado

O cuidado está no cerne da nossa relação com os colaboradores que fazem parte da história do Grupo. Vamos além das obrigadoriedades para garantir um ambiente saudável e agradável de trabalhar, o que inclui uma série de processos, iniciativas e programas focados na segurança, saúde e bem-estar.

## SAÚDE E BEM-ESTAR DOS COLABORADORES

GRI 403-6

Para facilitar o acesso de todos a serviços médicos, oferecemos planos de

saúde e odontológicos. Nas unidades que possuem ambulatório médico, contamos com profissionais qualificados e garantimos aos colaboradores que não têm plano de saúde acesso às consultas médicas individuais para avaliação clínica, curativos e medição de pressão arterial.

Todas as informações coletadas sobre a saúde dos colaboradores ficam restritas aos profissionais responsáveis por prestar assistência.

A seguir, conheça os programas e iniciativas implementadas no Grupo Arezzo&Co.



## ZZ EM EQUILÍBRIO

Criamos o programa em 2021 para incentivar os colaboradores a terem mais qualidade de vida. Os serviços contemplados são:

- » Saúde mental e emocional;
- » Saúde alimentar;
- » Saúde financeira;
- » Saúde educacional;
- » Saúde física;
- » Convênios.

## PRA SER CUIDADO

O programa oferece:

- » **Seguro de vida** – Após três meses de trabalho, todos os colaboradores são cobertos pelo seguro de vida e de acidentes pessoais da MetLife;
- » **Gympass** – ferramenta de aulas sob demanda e conteúdo completo de bem-estar que dá acesso a academias, aulas *online* ao vivo e individuais com *personal trainers*;
- » **Psicologia Viva** – a plataforma permite a realização de sessões de terapia *online*<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>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.

<sup>2</sup>Exceção dos menores aprendizes, estagiários e as equipes do setor de teleatendimento, conforme a legislação vigente.

**Nota:** Os salários são pagos respeitando os valores estabelecidos pela legislação local e acordos coletivos.

## POLÍTICA DE BENEFÍCIOS GRI 401-2 › 403-6

A política de benefícios, criada para ampliar o cuidado com os times, é composta por:

- » *Day-off* no mês do aniversário dos colaboradores corporativos;
- » *Home-office* para colaboradores corporativos;
- » Cesta básica para os colaboradores das fábricas próprias;
- » Programa de Participação nos Resultados (PPR);
- » Flexibilidade de horário, aplicada de acordo com o banco de horas<sup>2</sup>;
- » Ginástica laboral.

Todos os colaboradores também contam com vale-transporte, vale-refeição/alimentação, clube de benefícios New Value, *gift card* e auxílio creche, aplicado conforme a convenção coletiva de cada categoria.

## RUNNERZZ

O primeiro grupo de corrida da Companhia surgiu, em 2022, para incentivar hábitos saudáveis entre os colaboradores. Os participantes realizam treinos semanais e contam com o acompanhamento de um professor de Educação Física e uma nutricionista. O sucesso foi tanto que uma nova turma será aberta com 35 vagas disponíveis.

Além dessas iniciativas, a área SESMT promove campanhas mensais visando à prevenção de doenças.

Em 2022, realizamos diversas campanhas, contemplando temas como cuidados com a saúde mental, vacinação contra a covid-19 e 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 de infecções sexualmente transmissíveis HIV/AIDS).

## Segurança do Trabalho

GRI 3-3 › 403-1 › 403-6 › 403-8

Em linha com a nossa Política de Sustentabilidade, adotamos medidas e investimos na conscientização para a prevenção de acidentes. Isso inclui o mapeamento dos possíveis riscos aos quais as pessoas estão expostas, como os ergonômicos, físicos, químicos, biológicos e de acidentes.

Todos os colaboradores das operações da Arezzo&Co estão cobertos pelo sistema de gestão Senior SM: Segurança e Medicina. Com a finalidade de estabelecer planos de ação para minimizar a exposição a riscos, este *software* nos permite acompanhar os dados e indicadores relevantes de cada colaborador.

Em 2021, implementamos uma ferramenta capaz de avaliar a conformidade das atividades implementadas pela Companhia em relação aos requisitos legais aplicáveis à Saúde e Segurança do Trabalho e ISO.

Quando identificamos inconformidades, implementamos planos de ação com prazo e delegação de um responsável pelo monitoramento. Ao final de 2022, 97%<sup>1</sup> dos colaboradores e 63 terceiros já eram cobertos pelo sistema.

As marcas da AR&Co mantêm uma gestão do tema, porém não contam com sistema próprio de acompanhamento. A TROC, por sua vez, utiliza o sistema de gestão Maxipas, que contempla todos os colaboradores de sua sede.

<sup>1</sup> Desconsiderando os colaboradores da TROC, Carol Bassi e Operação internacional.



## GESTÃO DOS RISCOS RELACIONADOS À SEGURANÇA

GRI 403-2 › 403-3 › 403-7 › 403-10

Acompanhamos os incidentes de maneira abrangente, contemplando todas as partes envolvidas, bem como os planos de ações necessários.

Todos os riscos identificados são mitigados com o uso de equipamentos de proteção individual (EPIs) e procedimentos operacionais adequados.

Nosso modelo de negócio não tem impactos negativos relacionados à SST. Ainda assim, contamos com uma gestão eficiente e conectada ao Programa de Gerenciamento de Riscos interno.

Mapeamos as doenças profissionais a partir dos dados do Programa de Gerenciamento de Riscos e do laudo ergonômico do Programa de Controle de Saúde Ocupacional. Como resultado, em 2022, não tivemos colaboradores afastados ou óbitos resultantes de doenças profissionais nas operações da Arezzo&Co.

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).

## ENGAJAMENTO

GRI 403-4 › 403-5

As operações do Grupo Arezzo&Co contam com uma Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa), com a qual incentivamos um diálogo contínuo. A ideia é ouvir as questões e dúvidas dos colaboradores referentes ao tema, encaminhá-las para a área de Serviços Especializados em Engenharia de Segurança em Medicina do Trabalho (SESMT).

Nas lojas próprias, contamos com uma pessoa responsável por representar esta comissão. Além disso, realizamos reuniões mensais entre a área de SESMT e representantes da Diretoria e dos colaboradores para apresentar as demandas, bem como questões referentes à melhoria dos ambientes de trabalho.

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 atendidas.

A TROC possui um processo simplificado para sua operação. O time de SST mantém contato com a área de Recursos Humanos (RH), que cadastra as informações necessárias em seu sistema para transmissão dos dados ao e-Social.

**ACIDENTES RELACIONADOS AO TRABALHO**

GRI 403-5 › 403-9

Os principais tipos de acidentes e de lesões relacionadas à operação do Grupo Arezzo&Co são pequenos cortes, torções e acidentes de trajeto. Quando ocorrências são registradas, realizamos treinamentos, identificamos, individualmente, ferramentas perigosas e fiscalizamos, de forma contínua, possíveis riscos à saúde e integridade físicas dos colaboradores.

Em 2022, registramos um aumento no número de acidentes e lesões relacionadas ao trabalho em relação ao ano anterior por conta do maior número de marcas no Grupo.

Em relação aos terceirizados, exigimos das empresas parceiras documentos relacionados à conformidade com SST. Em 2022, começamos a implantar a Gestão de Terceiros para as empresas prestadoras de serviços, processo que é contínuo tanto na cobrança de documentos como na devida atualização.

<b>ACOMPANHAMENTO DE INCIDENTES</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Número de óbitos como resultado de lesões relacionadas ao trabalho	00	00	00	00
Taxa de óbitos como resultado de lesões relacionadas ao trabalho <sup>1</sup>	0,00	0,00	0,00	0,00
Número de lesões relacionadas ao trabalho de alta consequência (excluindo óbitos)	00	00	00	42
Taxa de lesões relacionadas ao trabalho de de alta consequência (excluindo óbitos) <sup>1</sup>	0,00	0,00	0,00	4,29
Número de acidentes e lesões relacionadas ao trabalho reportáveis	35	18	14	47
Taxa de acidentes e lesões relacionadas ao trabalho reportáveis <sup>1</sup>	0,43	0,24	1,40	4,80
<b>TOTAL DE HORAS TRABALHADAS</b>	-	-	-	<b>9.787.179,27</b>

<sup>1</sup> Taxa calculada pela média da taxa de todas as operações em uma base de 1.000.000. Tivemos aumento no número de acidentes de 2021 para 2022 devido às novas aquisições.

# Geração de Valor para as Comunidades

Temos grande potencial de gerar e compartilhar valor com a sociedade e as comunidades onde atuamos. Essa força transformadora se concretiza tanto de forma direta, por meio de investimento social, como de forma indireta, que se reflete, por exemplo, na geração de empregos ao longo de toda a cadeia de valor, na movimentação do cenário econômico, entre outros.

Da mesma forma, a maneira como conduzimos a gestão de responsabilidade ambiental também impacta diretamente essas comunidades em que marcamos presença (saiba mais na página 70).



## Investimento Social Privado

Nossas ações de Investimento Social Privado estão alinhadas ao pilar de “Pessoas Empoderadas” da estratégia de sustentabilidade.

Atuamos por meio de doações e de parcerias com organizações sociais. As iniciativas são priorizadas de acordo com a capacidade de impacto positivo no desenvolvimento de comunidades próximas às cidades em que possuímos operações.

Os valores investidos estão divididos entre:

- » R\$ 3,4 milhões em contribuições em espécie;
- » R\$ 2,3 milhões em doações de produtos e serviços.

TOTAL INVESTIMENTOS

59,6%  
doações em dinheiro

100%  
investimentos nas comunidades

Conheça, a seguir, as principais iniciativas sociais do ano:

## LOJA DOS SONHOS

Este ano, realizamos mais uma edição da Loja dos Sonhos, em Campo Bom – RS. A iniciativa teve o apoio do grupo Elas por Elas e da prefeitura da cidade e selecionou 100 mulheres e seus filhos para viverem uma manhã incrível.

Além da tradicional lojinha, na qual puderam escolher sapatos, bolsas e roupas, foram disponibilizados serviços de saúde, qualidade de vida, bem-estar e uma roda de conversa sobre independência financeira. Todas as mulheres ganharam uma cesta básica e um kit higiene e as crianças, brinquedos.

100

mulheres

145

brinquedos

110

cestas básicas

+ 800

produtos



Pelo primeiro ano, também realizamos a Loja dos Sonhos em Paraisópolis, São Paulo – SP, em um formato diferente. Doamos mais de dois mil itens, entre calçados e acessórios, que serão colocados à venda na loja, e todo o faturamento será revertido para o Instituto Costurando Sonhos.

O valor arrecadado será utilizado para subsidiar bolsas de estudos de cursos de corte e costura para mulheres em situação de vulnerabilidade social.

R\$ 24 mil  
de faturamento

250  
produtos vendidos

40  
mulheres impactadas



## 1P=5P

Desde 2016, a cada peça vendida na Reserva e Reserva Mini, complementamos cinco pratos de comida a pessoas em situação de insegurança alimentar por meio da Associação Civil Banco de Alimentos e do Projeto Mesa Brasil/SESC.

Saiba mais sobre a iniciativa no [site da Reserva](#).

# +85 mi

de refeições complementadas desde 2016

cerca de

# 500 mil

pessoas impactadas pelo Brasil

mais de

# 400

instituições sociais beneficiadas

## MINAS TENIS CLUBE

Em 2022, iniciamos a parceria com o Minas Tennis Clube (MTC) com o objetivo de formar cidadãos mais preparados para o mundo, apoiando financeiramente (Verbas incentivadas) a divisão de natação do clube: desde o pré-mirim até a seleção principal. O parque aquático Minas I, agora é denominado Parque Aquático Arezzo&Co. A natação do MTC é notória por suas conquistas em nível internacional. Desta vez, já estamos engajados no projeto que visa representar a natação do Brasil nas Olimpíadas de Paris 2024.

Subsidiamos todos os custos de treinamento, viagens, alimentação de 400 atletas, desta maneira, incentivamos práticas esportivas e participamos da formação intelectual de cidadãos mais preparados para os desafios da vida.

# R\$ 440 mil

investidos em 2022

# 342

esportistas impactados

## GERANDO FALCÕES

No segundo ano de parceria com a ONG, doamos produtos das marcas Arezzo&Co e investimos no evento Favela em Gala 2022, realizado pela própria Gerando Falcões. Além disso, incentivamos o Projeto Pontes.

R\$ 5 mi  
em produtos

R\$ 650 mil  
investidos em *posts*  
de influenciadores

R\$ 60 mil  
doados para o projeto Pontes



## DOAÇÃO DE BRINQUEDOS (RESERVA + ESTRELA)

Também em 2022, comemorando a parceria de Natal com a Estrela, visitamos e doamos 5.000 brinquedos para a ONG Mundo Novo, uma instituição social sem fins lucrativos localizada na comunidade da Chatuba de Mesquita e beneficiária do Mesa Brasil, parceiro do projeto 1P=5P.

## RUNS4YOU

Primeira corrida solidária da Companhia, a Runs4You traz como propósito Sociedade, Sustentabilidade, Saúde e Superação. Seu objetivo é colocar toda a comunidade em movimento em prol da saúde e ainda ajudar diversas instituições por meio da doação de alimentos arrecadados nas inscrições.

Este ano, os alimentos arrecadados foram doados para a Assistência Social de Campo Bom.

+800  
Participantes

+800kg  
de alimentos arrecadados



# Comunicação Transparente

CAPITAIS RELACIONADOS



ODS RELACIONADOS



# Marketing e comunicação responsável

GRI 417-1 › 417-2

Entendemos a importância do envolvimento de todos os *stakeholders* na construção do negócio. Por isso, temos o compromisso de manter uma comunicação aberta sobre as atividades e operações da Companhia, a fim de garantir transparência das ações.

## Rotulagem

O processo de rotulagem exige o compartilhamento de informações sobre a origem dos componentes de produtos e serviços, bem como orientações de como utilizá-los de maneira segura. Também são informados direcionamentos de lavagens e armazenamento, que variam de acordo com o material.

Em 2022, tivemos seis casos de não conformidade relativos à informação e rotulagem de produtos e serviços que resultaram na aplicação de multa ou penalidade, e oito casos que resultaram em advertência. Já em relação à comunicações de marketing, recebemos três advertências.



## Pulsar

Incentivar uma comunicação responsável envolve fomentar espaços de troca com os *stakeholders*. Em 2022, isso ocorreu em um evento inédito de lançamento das coleções de verão das marcas do Grupo. Realizado na Bienal de São Paulo e marcado por desfiles, o Pulsar proporcionou experiências e *talks* sobre estratégias para o setor de moda e varejo, abordando transformação digital, vendas, omnicanalidade, sustentabilidade, diversidade e inclusão.

# Reconhecimentos

Ao longo do ano, recebemos prêmios e reconhecimentos importantes.

Sabemos da nossa responsabilidade com a sustentabilidade e nos esforçamos diariamente para promover a conscientização e a promoção de iniciativas alinhadas às melhores práticas globais de desenvolvimento sustentável.

Além dos compromissos assumidos, todas as conquistas e reconhecimentos são fruto do intenso trabalho e comprometimento das pessoas que fazem parte da história do Grupo Arezzo&Co.



## COMPROMISSOS ASSUMIDOS



**Pacto Global  
ONU**



**Pacto de Promoção  
da Equidade Racial**

## Sistema B



Sucesso é ser melhor  
para o mundo!

Em 2022, recebemos um importante reconhecimento do Sistema B: agora a Arezzo&Co, assim como a AR&Co, é uma empresa B.

Esse reconhecimento é dado para companhias que se comprometem em impactar positivamente a sociedade e o meio ambiente de forma pessoal, institucional e jurídica, considerando, na tomada de decisões, as consequências de longo prazo das respectivas ações.

A avaliação tem como base a comprovação de todas as práticas da Companhia nos eixos de Governança, Práticas Trabalhistas, Apoio às Comunidades, Meio Ambiente e Clientes.

Em 2022, o Grupo Reserva renovou a sua certificação conquistada em 2020. Muito mais do que um simples selo, a conquista reforça que estamos seguindo no caminho certo em relação às melhores práticas socioambientais.

O desempenho acima da nota de corte do Sistema B é resultado da estratégia de negócio baseada em gestão, estruturação e consolidação do Grupo.

## Reconhecimento das práticas sustentáveis

### ISE CARTEIRA B3

Em 2022, pela segunda vez consecutiva, fomos selecionados para compor o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da Bolsa de Valores do Brasil (B3), com expressiva evolução na pontuação, atingindo 75,93 pontos. Isso demonstra a solidez na adoção de boas práticas ESG nos posicionando entre as empresas que são referência em sustentabilidade no Brasil.

### CDP Clima

Questionário sobre Mudanças Climáticas respondido pelas organizações sobre sua performance ambiental. A análise dos dados permite que *stakeholders* tenham *insights* para embasar suas decisões, gerenciar riscos e capitalizar oportunidades. Conheça os detalhes do questionário [aqui](#).

Subimos dois níveis, passando de C para **B**

### GHG PROTOCOL

Uma das principais ferramentas para a identificação e ao cálculo de emissões de gases de efeito estufa e suporte para o gerenciamento, sendo utilizado pelas maiores empresas do mundo.

Selo **Ouro**

### ICO2 CARTEIRA B3

Índice Carbono Eficiente (ICO2) da B3 pelo primeiro ano. Saiba mais sobre o conteúdo de Combate Às Mudanças Climáticas na página 74.

### ITM

O Índice de Transparência da Moda, coordenado pela organização Fashion Revolution Brasil. O relatório analisa a disponibilidade de informações públicas em critérios socioambientais de 60 empresas de moda com operações nacionais.

**+14 pontos**  
Arezzo&Co

**AR&Co**  
35% no 1º ano de resposta

# CONQUISTAS



**Melhores do ESG**  
Exame 2022



Somos  
**MELHORES PARA**  
**O BRASIL**



Somos  
**GPTW**

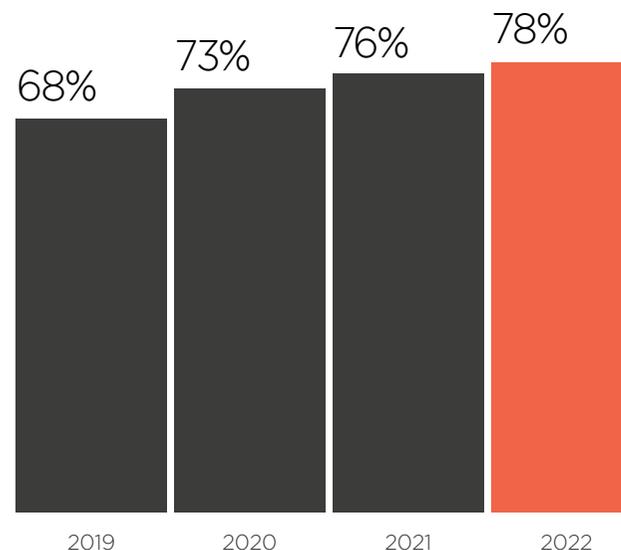
*¹ Em 2021, a pesquisa teve cobertura 17% do total de colaboradores. Em 2022, a cobertura foi de 41,2% (total de respondentes 3.289/8.004).*

*Nota: a metodologia utilizou uma escala de cinco pontos: "Nunca é verdade"; "Na maioria das vezes não é verdade"; "Às vezes é verdade, às vezes não"; "Na maioria das vezes é verdade"; e "É sempre verdade".*

## Pesquisa de clima

Em 2022, realizamos uma pesquisa de clima para todo o Grupo Arezzo&Co¹ com o apoio do Great Place to Work (GPTW). Sorteamos 5.260 colaboradores aleatoriamente entre os times da Arezzo&Co, AR&Co, TROC e Carol Bassi para garantir ampla representatividade.

### Engajamento pesquisa





A seguir, conheça outras premiações recebidas ao longo do ano:

Uma das 10 empresas de capital aberto com **melhor desempenho em 2022** – Broadcast Empresas Estádio

**2º lugar** na categoria Moda e Vestuário – Melhores e Maiores 2022

Arezzo&Co também foi reconhecida pela pesquisa **Melhores Para o Brasil – Humanizadas**

Anna Carolina Bassi é considerada uma das **500 pessoas mais influentes** da América Latina – Bloomberg Línea

Alexandre Birman é uma das **500 pessoas mais influentes** da América Latina – Bloomberg Línea

**1º lugar** na categoria Responsabilidade Social com o projeto 1P=5P – Visão Consciente, Fecomércio – RJ (AR&Co)

Nosso CEO, Alexandre Birman é considerado **Executivo de Valor** na Indústria da Moda – Valor Econômico 2022

Entramos no *ranking* das 20 empresas consideradas as **mais inovadoras** – MIT Technology Review Innovative Workplaces

**1º lugar** na categoria Indústria de Moda – Valor 1000

# Anexos



# Índice GRI *Standards*

## NORMAS UNIVERSAIS

## REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA

### CONTEÚDOS GERAIS

#### A organização e suas práticas de relato

2-1	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 páginas 09 e 38.
2-2	Entidades incluídas nos relatórios de sustentabilidade da organização	O escopo deste documento inclui informações das empresas que compõem a Arezzo&Co durante todo o ano de 2022, conforme descrito na página 09. Em alguns indicadores quantitativos, desconsideramos os negócios recém adquiridos (HG e Sunset), que seguem em processo de integração para estar em conformidade com a GRI a partir de 2023. Deste modo, temos o compromisso de reportar informações de todas as empresas incluídas nas Demonstrações Financeiras Padronizadas, <a href="#">disponíveis aqui</a> .
2-3	Período de relato, frequência e ponto de contato	Páginas 02 e 05.
2-4	Reformulações de informações	Em 2022, a Arezzo&Co finalizou o processo de integração do Grupo Reserva (atual AR&Co), de maneira que as informações passam a ser plenamente incorporadas à publicação. Durante o ano de 2022, também estamos integrando o reporte da marca Carol Bassi, adquirida no final de 2021.
2-5	Verificação externa	Página 05 e 128.

#### Atividades e empregados

2-6	Atividades, cadeia de valor e outras relações comerciais	Páginas 06, 16 e 50.
2-7	Empregados	Profissionais contratados em regime de Pessoa Jurídica (PJ) são considerados "colaboradores" na TROC e Sunset. Portanto, foram incorporados às informações deste indicador, detalhado na página 80.
2-8	Trabalhadores que não são empregados	Totalizamos 1.103 terceiros ao final de 2022, atuando na área de tecnologia da informação, limpeza, segurança, elétrica, climatização, manutenção das lojas e mão de obra de CDs. O aumento no número em relação ao reportado em 2021 é decorrente da integração das empresas adquiridas, em 2021, conforme detalhado no indicador GRI 2-4. Saiba mais detalhes sobre a região de atuação dos terceiros no Formulário de Referência. <a href="https://ri.arezzoco.com.br/informacoes-financeiras/documentos-cvm">https://ri.arezzoco.com.br/informacoes-financeiras/documentos-cvm</a>

#### Governança

2-9	Estrutura de governança e composição	Página 41. O tempo médio de mandato dos conselheiros é de 4,6 anos, sendo os membros do Conselho de Administração eleitos individualmente.
2-10	Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança	Página 40.
2-11	Presidente do mais alto órgão de governança	O Presidente do Conselho não possui funções executivas na Companhia. Saiba mais sobre a estrutura de governança na página 39.

**NORMAS UNIVERSAIS****REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA**

2-12	Papel do mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	O engajamento ocorre por meio do processo de materialidade, disponível na página 33, ou consulte os detalhes sobre a gestão nas páginas 15, 41, 44 e 46.
2-13	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 04, 31, 38, 39, 40, 41 e 46.
2-14	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	Página 04.
2-15	Conflitos de interesse	Formalizamos os processos de mitigação de conflitos de interesse no item 4.3 da Política de Transações com Partes Relacionadas e no capítulo 10 do Regimento Interno do Conselho de Administração, ambos disponíveis no Site de Relações com Investidores: <a href="https://ri.arezzoco.com.br/governanca-corporativa/estatuto-e-politicas/">https://ri.arezzoco.com.br/governanca-corporativa/estatuto-e-politicas/</a> . Conheça o total de casos recebidos no Canal de Denúncias na página 45 e a Gestão Ética na página 44.
2-16	Comunicação de preocupações críticas	A gestão e reporte de situações relatadas no canal de denúncias é de responsabilidade da área de auditoria interna, reportando diretamente ao Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças. Não temos controle sobre o total de preocupações e/ou situações cruciais reportadas ao Conselho de Administração. Saiba mais sobre a Gestão de Riscos na página 46.
2-17	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Páginas 31, 40 e 41.
2-18	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	Saiba mais na página 41. Os detalhes também podem ser consultados no Formulário de Referência, <a href="#">disponível aqui</a> .
2-19	Políticas de remuneração	Não há política de <i>clawback</i> . Saiba mais sobre as políticas de remuneração na página 43.
2-20	Processo para determinação da remuneração	Página 43.
2-21	Proporção da remuneração total anual	A proporção entre a remuneração total (salário + benefícios) do indivíduo mais bem pago e a remuneração total anual média dos demais colaboradores está disponível no Formulário de Referência, disponível em: <a href="https://ri.arezzoco.com.br/informacoes-financeiras/documentos-cvm/">https://ri.arezzoco.com.br/informacoes-financeiras/documentos-cvm/</a> A proporção entre o aumento percentual na remuneração total do indivíduo mais bem pago e o aumento percentual médio na remuneração de todos os colaboradores é um dado estratégico, portanto, não será publicado. A metodologia utilizada para o cálculo também está disponível no link acima. Outras contextualizações não são necessárias para o entendimento do indicador.
<b>Estratégia, políticas e práticas</b>		
2-22	Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável	Página 06.
2-23	Políticas de compromissos	Páginas 15, 31, 44 e 53.
2-24	Incorporando as políticas de compromissos	Páginas 38, 41, 44 e 46.

**NORMAS ESPECÍFICAS****REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA**

2-25	Processos para remediar impactos negativos	Páginas 44 e 46.
2-26	Mecanismos para buscar orientação e expor preocupações	Página 44.
2-27	Conformidade com leis e regulamentos	Não identificaram casos significativos de não conformidade com leis e regulamentos, considerando multas e sanções não monetárias. Consideramos como casos significativos situações com multas acima de R\$ 50.000,00.
2-28	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).

**Engajamento de Stakeholders**

2-29	Abordagem para o engajamento de <i>stakeholders</i>	Páginas 26, 33, 44, 59 e 91.
2-30	Acordos de negociação coletiva	Em 2022, 99,2% estavam cobertos, desconsiderando os 61 colaboradores da operação internacional que não são regidos por negociação coletiva.

**Tópicos materiais**

3-1	Processo para determinar os tópicos materiais	Página 33.
3-2	Lista de tópicos materiais	Em 2021, os temas materiais eram “Sustentabilidade na Cadeia de Valor”, “Governança Corporativa”, “Matérias-primas Responsáveis”, “Operação Ecoeficiente”, “Responsabilidade Social”, “Diversidade e Inclusão”, “Progresso e Desenvolvimento Profissional” e “Cultura ESG”. Após atualização do estudo de materialidade, realizado em 2022, os temas “Sustentabilidade na Cadeia de Valor”, “Governança Corporativa”, “Operação Ecoeficiente”, “Responsabilidade Social”, “Progresso e Desenvolvimento Profissional” e “Cultura ESG” foram excluídos, e os demais foram renomeados, de forma que a lista final está descrita na página 33.
3-3	Gestão de tópicos materiais	Páginas 50, 51, 62, 66, 72, 74, 79, 87 e 98.

**CONTEÚDOS ECONÔMICOS****Desempenho Econômico**

201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	Página 27.
-------	---	------------

## NORMAS ESPECÍFICAS

## REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA

## Presença no Mercado

202-1	Proporção entre o salário mais baixo e o salário-mínimo local, com discriminação por gênero	Quando consideramos a operação internacional, o salário mínimo é calculado conforme legislação aplicável. Dessa forma, nos Estados Unidos, o valor é informado por hora trabalhada. No estado da Califórnia, homens recebem 20% a mais que o mínimo local (\$ 15) e mulheres, 27%. Já no estado da Flórida, homens recebem 91% a mais que o mínimo local (\$ 11) e mulheres, 36%. Em Nova Iorque, homens e mulheres recebem o mínimo local de \$ 15. Na Itália, o mínimo local anual é de € 21.000,00, sendo que mulheres recebem 138% acima do valor. Conheça os números das operações significativas localizadas no Brasil na página 83.
202-2	Proporção de membros da diretoria contratados na comunidade local	100% são brasileiros. No caso da operação internacional, temos um diretor expatriado que reside nos Estados Unidos, com visto permanente, sendo considerado morador local do país.

## Impactos Econômicos Indiretos

203-1	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Página 25.
203-2	Impactos econômicos indiretos significativos	Páginas 25, 55 e 67.

## Práticas de Compra

204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais	O indicador inclui informações da Arezzo&Co e da AR&Co. Fornecedores locais estão localizados no Brasil, conforme descrito na página 09.
-------	---	--

## Combate à Corrupção

205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	A Companhia não avalia os riscos relacionados à corrupção em sua operação pois considera que estes não têm impacto/materialidade significativos. Contamos com Código de Conduta que apresenta diretrizes alinhadas às principais leis anticorrupção brasileiras e americana.
205-2	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Comunicamos os colaboradores por meio do Workplace, murais internos, integração de novos colaboradores. Além disso, o tema foi abordado em eventos de fornecedores de produto acabado, e na assinatura do Código na homologação dos parceiros. Os treinamentos sobre o tema foram abordados no Código de Conduta Ética. Saiba mais na página 44.
205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Em 2022, o Grupo não obteve registros internos ou no Canal de Ética de situações de corrupção classificadas como precedentes.

**NORMAS ESPECÍFICAS****REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA****Tributos**

207-2	Governança, controle e gestão de risco fiscal	O Grupo mantém uma postura conservadora quanto aos aspectos contábeis e fiscais, seguindo entendimentos amplamente difundidos no mercado pelos pares do mesmo setor. Em virtude da atualização constante de regulamentos, leis, posicionamentos jurisprudenciais e doutrinários, buscamos constantemente nos inteiramos acerca das melhores práticas econômicas/tributárias, visando aumentar a receita, sem inobservar as melhores práticas regulatórias. Como regra, havendo qualquer mudança de posicionamento tributário, elas são efetivamente implementadas apenas após parecer favorável dos assessores legais, anuência do Comitê de Riscos, com reporte ao Conselho de Administração e aprovação da auditoria externa, KPMG.
-------	---	---

**CONTEÚDOS AMBIENTAIS****Materiais**

301-2	Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	Atualmente, não temos o monitoramento do total de matérias-primas utilizadas na fabricação dos principais produtos e serviços. Seguimos evoluindo constantemente para passar a reportar o indicador nos próximos anos.
301-3	Produtos e suas embalagens recuperados	Páginas 66 e 69.

**Energia**

302-1	Consumo de energia dentro da organização	Página 77.
302-2	Consumo de energia fora da organização	O consumo referente às franquias foi de 17.960 MWh.
302-3	Intensidade energética	Página 77.
302-4	Redução do consumo de energia	Página 77.

**Água e Efluentes**

303-2	Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	Página 71.
303-3	Captação de água	Página 71.
303-4	Descarte de água	Página 71.
303-5	Consumo de água	Página 71.

**NORMAS ESPECÍFICAS****REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA****Biodiversidade**

304-2	Impactos significativos de atividades, produtos e serviços na biodiversidade	Página 56.
-------	--	------------

**Emissões**

305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	Página 76.
305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Página 76.
305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	Página 76.
305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	0,0050 tCO <sub>2</sub> e/itens vendidos.
305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Páginas 34 e 76.
305-6	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio (SDO)	Não houve.

**Resíduos**

306-1	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	Página 72.
306-2	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	Página 66, 67 e 72.
306-3	Resíduos gerados	Página 72.
306-4	Resíduos não destinados para disposição final	Página 72.
306-5	Resíduos destinados para disposição final	Página 72.

**Avaliação Ambiental de Fornecedores**

308-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Página 53.
-------	--	------------

**CONTEÚDOS SOCIAIS****Emprego**

401-1	Novas contratações e rotatividade de empregados	Página 81.
401-2	Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	Página 96.
401-3	Licença-maternidade/paternidade	Página 94.

**Relações de Trabalho**

402-1	Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais	Página 79.
-------	---	------------

**NORMAS ESPECÍFICAS****REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA**

<b>Saúde e Segurança do Trabalho</b>		
403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Página 98.
403-2	Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	Página 99.
403-3	Serviços de saúde do trabalho	Página 99.
403-4	Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes à saúde e segurança do trabalho	Página 99.
403-5	Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	Páginas 99 e 100.
403-6	Promoção da saúde do trabalhador	Páginas 95, 96 e 98.
403-7	Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	Página 99.
403-8	Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Página 98.
403-9	Acidentes de trabalho	Os principais acidentes no ano estavam relacionados ao trajeto e torções. Saiba mais sobre os números e a gestão do tema na página 100.
403-10	Doenças profissionais	Página 99.
<b>Capacitação e Educação</b>		
404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Não realizamos acompanhamento por gênero, apenas por categoriais funcionais, conforme descrito nas páginas 84 e 87.
404-2	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Página 84.
404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Na AR&Co, 100% dos colaboradores passam pelos processos de avaliação de desempenho e <i>fit</i> cultural. Quando consideramos a Arezzo&Co, em 2022, 93% dos diretores, 42% dos gerentes, 46% dos coordenadores e supervisores, e 21% dos colaboradores nos demais cargos receberam avaliações de desempenho, como parte do ciclo de Gente. Esse processo visa estimular o reconhecimento, a meritocracia e o desenvolvimento das nossas pessoas. Não temos dados das demais marcas que compõem o Grupo.
<b>Diversidade e Igualdade de Oportunidades</b>		
405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	Página 91.
405-2	Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	Página 83.

**NORMAS ESPECÍFICAS****REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA****Não Discriminação**

406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Página 45.
-------	---	------------

**Trabalho Infantil**

408-1	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. Saiba mais na página 53.
-------	--	--

**Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo**

409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Página 53.
-------	---	------------

**Avaliação Social de Fornecedores**

414-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Página 53.
-------	---	------------

**Políticas Públicas**

415-1	Contribuições políticas	Página 38.
-------	-------------------------	------------

**Marketing e Rotulagem**

417-1	Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços	Atualmente, não monitoramos o percentual de categorias significativas de produtos ou serviços abrangidas pelos procedimentos internos e avaliadas quanto à conformidade com esses procedimentos. Saiba mais detalhes sobre a gestão na página 107.
417-2	Casos de não conformidade em relação a informações e rotulagem de produtos e serviços	Página 107.
417-3	Casos de não conformidade em relação à comunicação de marketing	Em 2022, foram três casos referentes à aplicação de multa.

**Privacidade do Cliente**

418-1	Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes	Não houve.
-------	--	------------

# Índice SASB

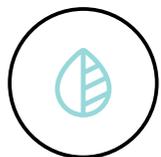
CÓDIGO	MÉTRICA	REFERÊNCIA (PÁGINA) / RESPOSTA DIRETA
<b>Condições de trabalho na cadeia de fornecimento</b>		
SASB CG-AA-430b.1	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores tier 1 e (2) instalações de fornecedores além do tier 1 que foram auditadas por um código de conduta trabalhista, (3) porcentagem do total de auditorias realizadas por um auditor externo	Páginas 51 e 53.
SASB CG-AA-430b.2	Taxa de não conformidade prioritária e taxa de ação corretiva associada para auditorias do código de conduta do trabalho dos fornecedores.	Página 51.
SASB CG-AA-430b.3	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 “Descrição dos Fatores de Riscos” do Formulário de Referência, disponível em: <a href="https://bit.ly/4Opl45N">https://bit.ly/4Opl45N</a>
<b>Colaboradores</b>		
SASB CG-MR-310a.1	(1) Salário médio por hora e (2) porcentagem de funcionários da loja ganhando salário-mínimo, por região	O dado não é público.
SASB CG-MR-310a.2	(1) Taxa de rotatividade voluntária e (2) involuntária para funcionários da loja	As informações descritas na página 81 desconsideram a marca Carol Bassi. HG e Sunset são não aplicáveis a este indicador devido ao modelo de negócio.
SASB CG-MR-330a.1	Porcentagem de gênero e grupo racial / étnico representado na Alta Gestão e nos outros colaboradores	Página 91.
<b>Segurança de dados dos clientes</b>		
SASB CG-MR-230a.1	Descrição da abordagem para identificar e apontar os riscos de segurança de dados	Página 23.
SASB CG-MR-230a.2	(1) Número de violações de dados, (2) porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal (PII), (3) número de clientes afetados	Página 23.

CÓDIGO	MÉTRICA	REFERÊNCIA (PÁGINA) / RESPOSTA DIRETA
<b>Gestão das Embalagens</b>		
SASB CG-MR-410a.3	Discussão de estratégias para reduzir o impacto ambiental da embalagem	Página 69.
<b>Gestão da Energia</b>		
SASB CG-MR-130a.1	(1) Energia total consumida, (2) porcentagem da rede eletricidade, (3) porcentagem renovável	Página 77.
<b>Gestão da Água</b>		
SASB CG-AA-430a.1	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores tier 1 e (2) instalações de fornecedores além do tier 1 em conformidade com as licenças de descarte de águas residuais e/ou acordo contratual.	A Companhia não monitora esse ponto específico, apenas a existência e validade de licença, não analisando condicionantes.
<b>Gestão Ambiental dos Fornecedores</b>		
SASB CG-AA-430a.2	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores tier 1 e (2) instalações de fornecedores além do tier 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 esse protocolo dos fornecedores.
<b>Métricas de Atividade</b>		
SASB CG-AA-000.A	Número de (1) fornecedores tier 1 e (2) fornecedores além do tier 1.	Páginas 49 e 50.
SASB CG-MR-000.A	Número de locais de varejo e centros de distribuição.	Página 09.

# Índice TCFD

CÓDIGO	MÉTRICA	REFERÊNCIA (PÁGINA) / RESPOSTA DIRETA
Governança 1	1. Descreva como o Conselho supervisiona os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas.	O acompanhamento da gestão é de responsabilidade da área de Sustentabilidade e da área de Auditoria Interna, com reporte ao Comitê de Sustentabilidade, que assessora o Conselho de Administração sobre o tema. Saiba mais sobre a gestão de riscos na página 46.
Governança 2	2. Descreva o papel do Conselho na avaliação e gestão de riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas.	O Conselho tem participação ativa na estratégia de combate às mudanças climáticas, seguindo as orientações identificadas pela área de auditoria interna e Sustentabilidade. Saiba mais sobre a gestão de riscos na página 46.
Estratégia 1	3. Riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas que a organização identificou no curto, médio e longo prazos.	Iniciamos a jornada de descarbonização do Grupo focando, inicialmente, no desenvolvimento de atividades que serão a base para um plano de transição. Entendemos que ainda há o que melhorar em relação ao tema. Saiba mais sobre a gestão atual na página 75.
Estratégia 2	4. Impactos dos riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas sobre os negócios, à estratégia e ao planejamento financeiro da organização	As análises prévias estão descritas nas páginas 56 e 74. Nos próximos anos, pretendemos evoluir na integração.
Estratégia 3	5. Resiliência da estratégia da organização, considerando diferentes cenários de mudanças climáticas, incluindo um cenário de 2°C ou menos.	Não há. Nos próximos dois anos, pretendemos realizar estudos mais detalhados para identificar tanto riscos físicos quanto de transição, considerando diferentes cenários de aquecimento global.
Gestão de Risco 1	6. Processos utilizados pela organização para identificar e avaliar os riscos relacionados às mudanças climáticas.	Páginas 46 e 75.
Gestão de Risco 2	7. Processos utilizados pela organização para gerenciar os riscos relacionados às mudanças climáticas.	Os temas são trabalhados no Comitê de Sustentabilidade, que possui reporte direto ao CA. Outras ações também estão sendo desenvolvidas internamente para finalizar a devida integração.
Gestão de Risco 3	8. Como os processos utilizados pela organização para identificar, avaliar e gerenciar os riscos relacionados às mudanças climáticas são integrados à gestão geral de riscos da organização.	A atuação é feita de forma conjunta pelas áreas de auditoria interna e Sustentabilidade, seguindo os direcionamentos do Comitê de Sustentabilidade e de Riscos, Auditoria e Finanças. Todos atuam de forma integrada e contínua para identificação, monitoramento e tratamento dos possíveis riscos, de acordo com as diretrizes internas do Grupo e as melhores práticas internacionais de Sustentabilidade.
Métricas e metas 1	9. Métricas utilizadas pela organização para avaliar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas de acordo com sua estratégia e seu processo de gestão de riscos.	Em integração.
Métricas e metas 2	10. Emissões de Gases de Efeito Estufa de Escopo 1, Escopo 2 e, se for o caso, Escopo 3, e os riscos relacionados a elas.	Página 76.
Métricas e metas 3	11. Metas utilizadas para gerenciar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas e o desempenho com relação às metas.	Páginas 34 e 43.

# Mapa de Capitais



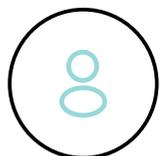
## Natural

Páginas 48 e 61.



## Intelectual

Páginas 03, 08, 78 e 125.



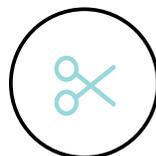
## Humano

Páginas 03, 08, 37, 48, 78 e 125.



## Social e de Relacionamento

Páginas 08, 37, 48, 61, 78 e 125.



## Manufaturado

Páginas 08, 48 e 61.



## Financeiro

Páginas 37 e 48.

# Mapa de ODS



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

- Promover ações de Impacto Social. Pág. 104



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

- Fomentar a Diversidade e Inclusão no Grupo Arezzo&Co. Pág. 87
- Promover a geração de valor para comunidades. Pág. 101



**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. 84
- Capacitar lideranças e colaboradores sobre diversidade e inclusão. Pág. 88



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

- Garantir a equidade de gênero na Alta Liderança. Pág. 88
- Promover a equidade nas condições de emprego para mulheres e grupos minorizados. Pág. 89



**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. 55
- Apoiar o desenvolvimento e monitorar os nossos fornecedores. Pág. 50
- Promover o crescimento econômico sustentável. Pág. 27

# Mapa de ODS



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

- Fomentar a Transformação Digital para gerar valor aos clientes. Pág. 24
- Investir em plataformas digitais que apoiem a circularidade. Pág. 67



## Reduzir a desigualdade dentro dos Países e entre eles

- Implementar estratégias para fomentar a Diversidade e Inclusão no Grupo Arezzo&Co. Pág. 87



## Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis

- Garantir o uso de Matérias-primas responsáveis e menos impactantes nas operações. Pág. 62
- Implementar mecanismos para promover a circularidade. Pág. 65
- Promover a Cultura ESG para os clientes. Pág. 107



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

- Assegurar a estratégia de monitoramento e redução das emissões. Pág. 74
- Comercializar produtos carbono neutro. Pág. 58
- Implementar estratégias para a gestão dos resíduos. Pág. 72



## 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. 69



## 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 Págs. 37 e 127

# Relatório de Asseguração

GRI 2-5



KPMG Auditores Independentes Ltda.  
Rua Verbo Divino, 1400 - Parte, Chácara Santo Antônio,  
CEP 04719-911, São Paulo - SP  
Caixa Postal 79518 - CEP 04707-970 - São Paulo - SP - Brasil  
Telefone 55 (11) 3940-1500  
kpmg.com.br

## Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes sobre as informações não financeiras constantes no Relatório Anual

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") para apresentar nosso relatório de asseguração limitada sobre as informações não financeiras constantes no "Relatório Anual 2022" da Companhia, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2022.

Nossa asseguração limitada não se estende a informações de períodos anteriores ou a qualquer outra informação divulgada em conjunto com o Relatório Anual 2022, incluindo quaisquer imagens, arquivos de áudio ou vídeos incorporados.

### Responsabilidades da administração da Companhia

A administração da Companhia é responsável por:

- selecionar e estabelecer critérios adequados para a elaboração das informações constantes no Relatório Anual 2022;
- preparar as informações de acordo com os critérios e diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI – Standards);
- desenhar, implementar e manter controle interno sobre as informações relevantes para a preparação das informações constantes no Relatório Anual 2022, que estão livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

### Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações não financeiras constantes no Relatório Anual 2022, com base nos trabalhos de asseguração limitada conduzidos de acordo com o Comunicado Técnico CTO-07/2022 emitido pelo CFC, e com base na NBC TO 3000 – Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão, também emitida pelo CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000 – Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information, emitida pelo International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB). Essas normas requerem o cumprimento pelo auditor de exigências éticas, independência e demais responsabilidades referentes a ela, inclusive quanto à aplicação da Norma Brasileira de Controle de Qualidade (NBC PA 01) e, portanto, a manutenção de sistema de controle de qualidade abrangente,

incluindo políticas documentadas e procedimentos sobre o cumprimento de requerimentos éticos, normas profissionais e requerimentos legais e regulatórios aplicáveis. Adicionalmente, as referidas normas requerem que o trabalho seja planejado e executado com o objetivo de obter segurança limitada de que as informações não financeiras constantes no Relatório Anual 2022, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagações à administração da Arezzo e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir, na forma de asseguração limitada, sobre as informações tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguração 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 Anual 2022, 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 contidas no Relatório Anual 2022, de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às informações materiais divulgadas no Relatório Anual 2022, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam, entre outros:

- planejamento dos trabalhos, considerando a materialidade dos aspectos para as atividades da Companhia, 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 das informações constantes no Relatório Anual 2022;
- o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de indagações com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
- a aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados nas informações constantes no Relatório Anual 2022; e
- para os casos em que os dados não financeiros se correlacionem com indicadores de natureza financeira, o confronto desses indicadores com as demonstrações contábeis e/ou registros contábeis;
- 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;
- avaliação dos indicadores não-financeiros amostrados da GRI-Standards;
- 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.

Os trabalhos de asseguração limitada compreenderam, também, a aderência às diretrizes e aos critérios da estrutura de elaboração GRI – Standards aplicável na elaboração das informações constantes do Relatório Anual 2022.

Acreditamos que a evidência obtida em nosso trabalho é suficiente e apropriada para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

### Alcance e limitações

Os procedimentos executados em trabalho de asseguração limitada variam em termos de natureza e época e são menores em extensão do que em trabalho de asseguração razoável. Consequentemente, o nível de segurança obtido em trabalho de asseguração limitada é substancialmente menor do que aquele que seria obtido, se tivesse sido executado um trabalho de asseguração razoável. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguração razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório Anual 2022. Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações.

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, nem em relação a projeções futuras e metas.

A preparação e apresentação de indicadores de sustentabilidade seguiu os critérios da GRI – Standards e, portanto, não possuem o objetivo de assegurar o cumprimento de leis e regulações sociais, econômicas, ambientais ou de engenharia. Os referidos padrões prevêm, entretanto, a apresentação e divulgação de eventuais descumprimentos a tais regulamentações quando da ocorrência de sanções ou multas significativas. Nosso relatório de asseguração deve ser lido e compreendido nesse contexto, inerente aos critérios selecionados (GRI – Standards).

### Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório e nas evidências obtidas, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações não financeiras constantes no Relatório Anual 2022 para o exercício findo em 31 de dezembro de 2022 da Arezzo, não foram elaboradas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com os Standards para Relato de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative – GRI.

São Paulo, 26 de abril de 2023.

KPMG Auditores Independentes Ltda.  
CRC 2SP-014428/O-6

Sebastian Yoshizato Soares  
Contador CRC 1SP257710/O-4

# 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 FOTOGRÁFICA**  
ACERVO AREZZO&CO  
BOLHA CONTEÚDO

## PARA SABER MAIS

[Nossas políticas](#) que atestam os compromissos da Arezzo&Co com a geração de valor em 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 nossa página de sustentabilidade:  
<https://www.arezzo.com.br/sustentabilidade>

Você pode nos contatar também via e-mail:  
[sustentabilidade@arezzo.com.br](mailto:sustentabilidade@arezzo.com.br)  
[ri@arezzo.com.br](mailto:ri@arezzo.com.br)

AREZZO  
&CO

RELATÓRIO ANUAL › 2022