



LE LIS



DUDALINA

JOHN  JOHN

BO.BÔ

rosa chã 

 INDIVIDUAL

SUMÁRIO

QUEM SOMOS

- 07 A RESTOQUE
- 09 LINHA DO TEMPO
- 10 NOSSAS MARCAS
- 18 DESEMPENHO

O PROGRAMA +R

- 21 COMPROMISSO SUSTENTÁVEL

+REDUZIR

- 27 UM PACTO PELO FUTURO DA MODA
- 29 GESTÃO DA CADEIA DE FORNECEDORES
- 31 BOAS PRÁTICAS E CERTIFICAÇÕES
- 36 PARCERIAS DO BEM

+RESPEITAR

- 41 GOVERNANÇA CORPORATIVA
- 46 CANAL CONFIDENCIAL

+REALIZAR

- 49 TIME DE APAIXONADOS
- 54 DIVERSIDADE E INCLUSÃO
- 59 PROJETOS SOCIAIS
- 64 DE MÃOS DADAS



DESEJAMOS BOAS-VINDAS AO NOSSO PRIMEIRO RELATÓRIO ANUAL DE SUSTENTABILIDADE!

ALÉM DE INFORMAÇÕES, DADOS E ACONTECIMENTOS RELEVANTES DA ATUAÇÃO DA RESTOQUE AO LONGO DO ANO DE 2021, OS PRÓXIMOS CAPÍTULOS CONTARÃO A HISTÓRIA DE UM GRANDE PASSO DADO PELA COMPANHIA NA BUSCA PELA SUSTENTABILIDADE EM SUAS OPERAÇÕES, NA SUA RELAÇÃO COM O PLANETA E NA VISÃO DE NEGÓCIO PARA O CURTO, MÉDIO E LONGO PRAZO.

ESTE É, PORTANTO, UM REPORTE DE COMO FOI PARA A RESTOQUE, AO LONGO DO ANO DE ENFOQUE DESTE DOCUMENTO, O PROCESSO CRIATIVO DE UMA RICA E LONGA JORNADA NA BUSCA PELA GERAÇÃO DE VALOR PARA OS NOSSOS *STAKEHOLDERS* E PARA A SOCIEDADE.

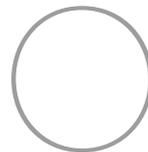
NA PRIMEIRA PUBLICAÇÃO DE NOSSO RELATÓRIO ANUAL DE SUSTENTABILIDADE - QUE CONTOU COM AMPLA PARTICIPAÇÃO DE DIVERSAS ÁREAS DA COMPANHIA E FOI APROVADA PELO NOSSO CEO - TOMAMOS COMO BASE OS INDICADORES DA GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI), UM PADRÃO AMPLAMENTE UTILIZADO E RECONHECIDO PELO MERCADO. DESSA FORMA, CAMINHAMOS EM DIREÇÃO AO OBJETIVO DE, NO PRÓXIMO ANO, EVOLUIRMOS PARA UM REPORTE DE ACORDO COM A NORMA.

ESTAMOS SEGUROS DE QUE ESTE É UM IMPORTANTE PASSO ADIANTE NA JORNADA QUE JÁ TEMOS PERCORRIDO PARA NOS TORNARMOS CADA VEZ MAIS SUSTENTÁVEIS.



PARA DÚVIDAS OU
SUGESTÕES, ENTRE EM
CONTATO ATRAVÉS DO
ENDEREÇO
RI@RESTOQUE.COM.BR
OU POR TELEFONE:
(11) 4860-8860

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO



ANO DE 2021 FOI O MARCO DE UMA CAMINHADA DE 40 ANOS DE SUCESSO. A NOSSA TRAJETÓRIA PODE SER DESCRITA, SOBRETUDO, COMO UMA HISTÓRIA DE CONSOLIDAÇÃO DE MARCAS QUE OCUPAM UM LUGAR ESPECIAL AO CONECTAR BRASILEIRAS E BRASILEIROS A ESTILOS DE VIDA E VISÕES DE MUNDO.

DESDE 2019, TOMAMOS MEDIDAS QUE FORAM SUBSTANCIAIS PARA QUE A COMPANHIA GANHASSE TRAÇÃO E PARA QUE PUDESSE ENFRENTAR COM DESTREZA MOMENTOS DESAFIADORES, TORNANDO-A MAIS PREPARADA PARA UM CRESCIMENTO ROBUSTO E SUSTENTÁVEL.

A PARTIR DESSE REDIRECIONAMENTO, FIZEMOS ADEQUAÇÕES EM NOSSO MODELO DE NEGÓCIO E PRATICAMOS A AUSTERIDADE AO ENXUGARMOS O VOLUME DE LIQUIDAÇÕES E DE PROMOÇÕES, AO LADO DO FORTALECIMENTO DO ATACADO, DAS LOJAS FÍSICAS E DO AUMENTO DAS VENDAS DE PRODUTOS COM PREÇO CHEIO.

SOMADO A ISSO, REESTRUTURAMOS EQUIPES, ENXUGAMOS EM UM TERÇO O NÚMERO DE DIRETORES E HEADS DAS ÁREAS, UNIFICANDO DEPARTAMENTOS E AUMENTANDO SINERGIAS OPERACIONAIS. TAMBÉM ALINHAMOS COLEÇÕES, COM PRECIFICAÇÕES BASEADAS NA PERCEPÇÃO DE VALOR DE Nossos produtos, culminando na diminuição do custo médio de compra.

UMA DAS CONSEQUÊNCIAS DESSE PROCESSO DE ALI-

NHAMENTO ENTRE CANAIS DE VENDA FOI A REDUÇÃO DE Nossas lojas *OUTLETS* EM GRANDES CENTROS URBANOS. POR OUTRO LADO, AMPLIAMOS A PRESENÇA DESSAS UNIDADES COMERCIAIS EM SHOPPINGS E REGIÕES QUE GUARDAM MAIOR AFINIDADE COM MERCADORIAS DE PONTA DE ESTOQUE, AO PASSO QUE MANTIVEMOS A CONCILIAÇÃO ENTRE OS CALENDÁRIOS DE PRODUTOS DESTINADOS A OUTRAS EMPRESAS OU DIRETAMENTE AO CONSUMIDOR FINAL. TUDO ISSO PERMITIU A RETOMADA DO CRESCIMENTO DE VENDAS, EM TODOS OS CANAIS, DE FORMA CONSISTENTE.

AO ADENTRARMOS 2021, SABÍAMOS QUE SE TRATAVA DE UM ANO DE SUMA IMPORTÂNCIA PARA O EQUILÍBRIO DO NossO NEGÓCIO. ASSIM, MANTIVEMOS A CONFIANÇA NAS MEDIDAS QUE ADOTAMOS NOS DOIS ANOS ANTERIORES E PUDEMOS ENFRENTAR A SEVERIDADE DA SEGUNDA ONDA DA PANDEMIA.

FRUTO DA UNIFICAÇÃO DE NOSSOS CANAIS, A PARTIR DA OMNISCANALIDADE, AVANÇAMOS NO MELHOR APROVEITAMENTO DAS COLEÇÕES E EM NOSSO FATURAMENTO. ALÉM DESSA INTEGRAÇÃO, INVESTIMOS EM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, *DATA SCIENCE*, REVITALIZAÇÃO DE LOJAS FÍSICAS, REDUÇÃO DO *LEAD TIME*, BUSCANDO O MELHOR CICLO OPERACIONAL E GERAÇÃO DE CAIXA. **ESSES FATORES PROPICIARAM QUE UM BOM APROVEITAMENTO DA ACELERAÇÃO DIGITAL, O QUE POSSIBILITOU QUE FECHÁSSEMOS O ANO DE 2021 COM R\$ 1,1 BILHÃO DE RECEITA - ALCANÇANDO PATAMAR COMPARÁVEL AOS MAIORES**

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

DO HISTÓRICO RECENTE DA COMPANHIA: TAL RESULTADO É UMA GRANDE DEMONSTRAÇÃO DA COMPLEMENTARIEDADE DE NOSSO PORTFÓLIO, QUE TEM EVOLUÍDO PARA SER, CADA VEZ MAIS, MULTIMARCA, MULTICANAL E INVENTIVO AO IMPLEMENTAR NOVAS SOLUÇÕES. HOJE, TEMOS MAIS MATURIDADE NA UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS DIGITAIS, EFICIÊNCIA NO ATENDIMENTO AO CLIENTE E NO DESENVOLVIMENTO DE MELHORIAS LOGÍSTICAS.

NOSSO FATURAMENTO NO QUARTO TRIMESTRE DE 2021 ATINGIU R\$ 360,1 MILHÕES, UM CRESCIMENTO DE 40% EM RELAÇÃO AO ANO ANTERIOR E 7% EM RELAÇÃO A 2019, INDICANDO UMA RECUPERAÇÃO NO VOLUME DE VENDAS EM RELAÇÃO AO PERÍODO PRÉ-PANDEMIA, MESMO COM UMA BASE DE LOJAS 18% INFERIOR. NESSE PERÍODO, NÃO SÓ NOS MANTIVEMOS RESILIENTES, COMO PROSPERAMOS. ISSO NÃO SERIA POSSÍVEL SEM A CRIATIVIDADE E O EMPENHO DO NOSSO TIME, QUE BUSCA SEMPRE, EM PRIMEIRO LUGAR, SUPERAR AS EXPECTATIVAS DE NOSSOS CLIENTES.

UM PONTO CRUCIAL DA EVOLUÇÃO DA RESTOQUE, EM 2021 FORAM OS AVANÇOS NO QUE DIZ RESPEITO AOS PILARES SOCIAL, MEIO AMBIENTE E GOVERNANÇA CORPORATIVA (ESG). CONCENTRAMOS ESFORÇOS E NOS DEDICAMOS À CONSTRUÇÃO DE UMA NARRATIVA CADA VEZ MAIS SUSTENTÁVEL NA NOSSA ATUAÇÃO. COM UM OLHAR INTEGRADO, CONTAMOS COM UMA ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE PARA DIRECIONAR A TOMADA DE DECISÃO, E UM COMITÊ EXECUTIVO RES-

PONSÁVEL PELA GESTÃO E FOMENTO DOS TEMAS DECLARADOS COMO PRIORITÁRIOS NESTE HORIZONTE.

MOVIDOS PELA BUSCA POR EXCELÊNCIA EM TUDO QUE FAZEMOS, NOS COMPROMETEMOS COM METAS RELEVANTES, OLHANDO COM CUIDADO PARA O CAMINHO QUE TRAÇAMOS. OS APRENDIZADOS VIVIDOS AO LONGO DE NOSSAS QUATRO DÉCADAS DE EXISTÊNCIA TÊM NOS LEVADO A TRABALHAR COM RACIONALIDADE E ENTUSIASMO, AUMENTANDO A NOSSA CAPACIDADE DE GERAÇÃO DE VALOR EM BENEFÍCIO DE TODA A SOCIEDADE.

PARA ISSO, REFORÇAMOS O NOSSO FOCO TOTAL NA EXPERIÊNCIA E SATISFAÇÃO DO CLIENTE QUE, POR SUA VEZ, ESTÁ LIGADA À INTEGRAÇÃO DIGITAL, EFICIÊNCIA DE NOSSAS OPERAÇÕES E A UM POSICIONAMENTO INSTITUCIONAL TRANSPARENTE.

COMO UM DOS PRINCIPAIS *PLAYERS* DA MODA DO BRASIL, TEMOS GRANDES RESPONSABILIDADES E, PARA ISSO, TRAÇAMOS OBJETIVOS QUE SEJAM ADERENTES AOS PRINCIPAIS DESAFIOS DO SETOR. AO LADO DELE, ESTÃO INÚMERAS OPORTUNIDADES DE INOVAR E OCUPAR UM LUGAR ESPECIAL NO SETOR QUE TEM, COMO MATÉRIA-PRIMA, A ANTECIPAÇÃO DO FUTURO POR MEIO DA GERAÇÃO DE NOVAS TENDÊNCIAS. CONTAMOS COM TODOS OS NOSSOS *STAKEHOLDERS* NESSE PERCURSO.

Boa leitura!



A photograph of three women against a teal background. The woman on the left has blonde hair and is covering her mouth with her hand. The woman in the middle has dark hair in braids. The woman on the right has blonde hair and is looking directly at the camera. They are all wearing blue and teal clothing. The text 'QUEM SOMOS' is overlaid in the center in white, with a gold horizontal line underneath it.

QUEM SOMOS

A RESTOQUE

SOMOS UMA COMPANHIA QUE NASCEU EM 1982 PELAS MÃOS DE PESSOAS FASCINADAS PELO ESTILO DE VIDA CONTEMPORÂNEO. NOSSAS MARCAS FAZEM PARTE DE MUITAS GERAÇÕES DE BRASILEIROS E É ATRAVÉS DELAS QUE REAFIRMAMOS A MAIOR VOCAÇÃO DO GRUPO RESTOQUE: ESTAR CONECTADO AOS DESEJOS E MUDANÇAS DE COMPORTAMENTO DAS PESSOAS AO LONGO DO TEMPO.

NO ANO EM QUE COMPLETAMOS QUATRO DÉCADAS, TEMOS O ORGULHO DE DIZER QUE FORMAMOS UMA FAMÍLIA DE MAIS DE 4.000 COLABORADORES DEDICADOS A OFERECER ALEGRIA, BEM-ESTAR E ELEGÂNCIA.

COMO EMPRESA, RECONHECEMOS O PAPEL DE CADA UMA DESSAS PESSOAS EM NOSSO SUCESSO - UMA CONQUISTA QUE PERTENCE A TODOS. PARA NÓS, O ESTILO VAI ALÉM DAS ROUPAS QUE USAMOS. ELE É, SOBRETUDO, UMA LINGUAGEM UNIVERSAL QUE TEM O PODER DE NOS APROXIMAR.

NOSSA ATUAÇÃO É FOCADA NO VAREJO DA MODA, COM OPERAÇÃO NO BRASIL PARA A PRODUÇÃO DE ROUPAS, CALÇADOS, ACESSÓRIOS E ARTIGOS PARA A CASA. DESDE A NOSSA FUNDAÇÃO, PASSAMOS POR GRANDES TRANSFORMAÇÕES: FIZEMOS A NOSSA OFERTA PÚBLICA INICIAL (IPO) DE AÇÕES NA B3 - BRASIL, BOLSA, BALCÃO - E AMPLIAMOS NOSSO PORTFÓLIO, O QUE PERMITIU QUE A COMPANHIA AUMENTASSE O SEU VÍNCULO COM ATUAIS E FUTUROS CLIENTES.



Queremos oferecer uma experiência única às pessoas, produzindo um sentimento de bem-estar, realização, felicidade e beleza.

A RESTOQUE

NOSSAS LOJAS ESTÃO LOCALIZADAS EM RUAS E SHOPPING CENTERS, COM RELEVANTE FLUXO DE PESSOAS E ALTA VISIBILIDADE. O LAYOUT DE NOSSOS CENTROS COMERCIAIS ESTÁ EM SINTONIA COM A IMAGEM E O CONCEITO DE CADA UMA DE NOSSAS MARCAS.

2,8 MIL

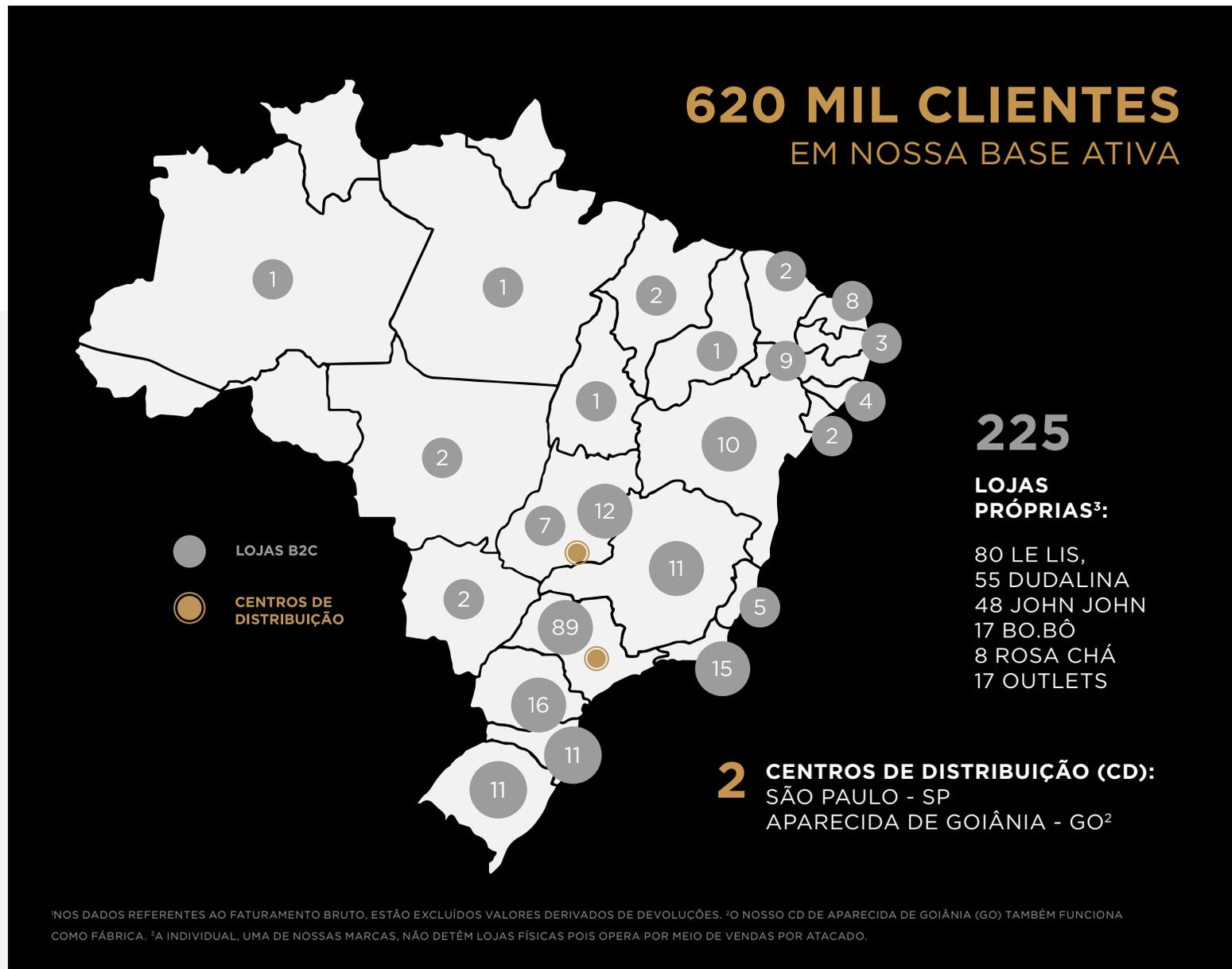
LOJAS MULTIMARCAS ATIVAS, QUE REPRESENTAM **18%** DO FATURAMENTO BRUTO¹

58%

DO FATURAMENTO BRUTO VEM DE LOJAS FÍSICAS

75,2%

DO FATURAMENTO LÍQUIDO VEM DE PRODUTOS FABRICADOS NO BRASIL



LINHA DO TEMPO

Há anos a Restoque mantém seu compromisso com as questões ambientais, sociais e de governança.



O CICLO RESTOQUE

CADA MARCA DO GRUPO RESTOQUE MANTÉM DIRETORIAS PRÓPRIAS DE ESTILO E COMERCIAL - UM DIFERENCIAL QUE GARANTE ASSERTIVIDADE NA ELABORAÇÃO DE CADA COLEÇÃO, A PARTIR DO MONITORAMENTO E DA ANÁLISE INTEGRAL DE VENDAS, IMERSÃO NO DNA DA MARCA E DO CONHECIMENTO PROFUNDO DE SEU PÚBLICO-ALVO. PARA ISSO, TEMOS UM MODELO DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS ESTRATEGICAMENTE FORMATADO. CONFIRA:

PESQUISA

NOSSA EQUIPE DE ESTILO ESTÁ SEMPRE ATENTA ÀS TENDÊNCIAS MUNDIAIS E VIAJA COM FREQUÊNCIA ÀS PRINCIPAIS CAPITALS DA MODA COMO NOVA IORQUE, PARIS E LONDRES, PARA PESQUISAR NOVIDADES DE TECIDO, MODELAGEM, HÁBITOS DE CONSUMO E MUDANÇAS DE COMPORTAMENTO.

DESENVOLVIMENTO

CRIAMOS PEÇAS-PILOTO QUE PASSAM POR UMA SÉRIE DE AVALIAÇÕES ATÉ SEREM DESTINADAS À PRODUÇÃO.

SOURCING*

SEMPRE COM UM OLHAR ATENTO ÀS BOAS PRÁTICAS DE ESG, CADA PEÇA PASSA POR UMA AVALIAÇÃO E TEM UM PROCESSO PRODUTIVO PENSADO ESPECIALMENTE PARA ELA, O QUE GARANTE O MÁXIMO DE EFICIÊNCIA NA PRODUÇÃO.

VENDA

O PRODUTO É VENDIDO EM CANAIS DIGITAIS E EM NOSSAS LOJAS FÍSICAS, O QUE NOS DÁ MAIS OPORTUNIDADE DE ESTAR EM CONTATO COM NOSSOS CLIENTES. ESSA PROXIMIDADE FACILITA O RECEBIMENTO DE FEEDBACKS, QUE SERVEM DE BASE PARA A NOSSA BUSCA CONSTANTE POR MELHORIAS.

ENTREGA

AS PEÇAS SÃO DISTRIBUÍDAS EM LOJAS E CANAIS DIGITAIS, COM ATENÇÃO ÀS CARACTERÍSTICAS DE CADA PÚBLICO-ALVO E REGIÃO.

*SOURCING DIZ RESPEITO A NOSSA SELEÇÃO DE FORNECEDORES DE PRODUTOS, QUE SÃO ESCOLHIDOS POR MEIO DE UMA PESQUISA DE MERCADO APROFUNDADA, COM O OBJETIVO DE ENCONTRAR OS MELHORES PARCEIROS E MANTER O USO INTELIGENTE DE ORÇAMENTO E UM FLUXO OPERACIONAL EFICIENTE.

NOSSAS MARCAS

Temos um rico portfólio de marcas com grande sinergia entre si, que fazem parte da vida de milhões de brasileiros e celebram o estilo contemporâneo dessas pessoas.

LE LIS

 DUDALINA

rosa chã 

JOHN  JOHN

BO.BÔ

 INDIVIDUAL

DURANTE O PROCESSO DE AQUISIÇÃO, PRESERVAR O DNA DE CADA UMA DELAS FOI A NOSSA PRIORIDADE, APOSTANDO EM UM TRABALHO DE *BRANDING* QUE VALORIZA SUAS TRAJETÓRIAS E VOCAÇÕES. PARA ISSO, CRIAMOS UMA DIRETORIA DE MARCAS - AVANÇO QUE PERMITIU ESTIMULAR O POTENCIAL DE ALCANCE DE NOSSOS NEGÓCIOS, QUE SÃO ALTAMENTE COMPLEMENTARES. **ESSA SOMA DE CARACTERÍSTICAS É O QUE NOS TORNA CAPAZ DE OFERECER AO MERCADO DE ALTO PADRÃO PRODUTOS EXCLUSIVOS E ALINHADOS ÀS PRINCIPAIS TENDÊNCIAS INTERNACIONAIS,** E O QUE NOS PERMITIU IR ALÉM PARA ACELERAR NOSSA PRESENÇA DIGITAL. COM ISSO, A PARCELA DE VENDAS EM CANAIS ONLINE DE NOSSO FATURAMENTO SALTOU DE 3%, EM 2018, PARA 19%, EM 2021.

LE LIS

ELEITA A MARCA PREFERIDA DAS MULHERES BRASILEIRAS DA CLASSE A, SEGUNDO A PESQUISA IBOPE DE INTELIGÊNCIA, A LE LIS PROCURA TRADUZIR O ESTILO DE VIDA MODERNO, INDO DO VESTUÁRIO ATÉ ARTIGOS PARA CASA, ALÉM DE LINHAS INFANTIS, DE COSMÉTICOS E ACESSÓRIOS. COM UMA BASE CONSOLIDADA DE CLIENTES - 84% DELES SÃO RECORRENTES - A LE LIS ATENDE A UMA FAIXA ETÁRIA QUE VAI DOS 25 A 60 ANOS, SENDO 96% DE MULHERES. A MARCA TAMBÉM TEM GRANDE ACEITAÇÃO NAS MÍDIAS SOCIAIS, ACUMULANDO UM TOTAL DE 92% DE MENÇÕES POSITIVAS OU NEUTRAS. EM 2021, A LELIS ACUMULOU UMA RECEITA BRUTA DE R\$ 444,8 MILHÕES, O QUE REPRESENTA 46% DO FATURAMENTO DA COMPANHIA.

84%

DA BASE CONSOLIDADA DE
CLIENTES É RECORRENTE

96%

DOS CLIENTES SÃO
MULHERES

R\$ 444,8 MILHÕES

EM RECEITA BRUTA, REPRESENTANDO
46% DO FATURAMENTO DA COMPANHIA





DUDALINA

COM UMA RECEITA BRUTA DE R\$ 187,2 MILHÕES - 19% DA RECEITA TOTAL DA RESTOQUE - A DUDALINA SE DESTACA PELA EXCELÊNCIA NA PRODUÇÃO DE CAMISAS SOCIAIS PARA HOMENS E MULHERES E PELA UTILIZAÇÃO DE MATÉRIA-PRIMA DE ALTA QUALIDADE, SEGUINDO A LINHA *BUSINESS* CLASSE A. NOS ÚLTIMOS ANOS, A MARCA AMPLIOU A SUA LINHA DE PRODUTOS E HOJE ATENDE A CONSUMIDORES DO GÊNERO FEMININO E MASCULINO ENTRE 25 E 60 ANOS QUE SÃO RESPONSÁVEIS, RESPECTIVAMENTE, POR 55% E 45% DAS VENDAS.

R\$ 187,2 MILHÕES

EM RECEITA BRUTA, REPRESENTANDO
19% DO FATURAMENTO DA COMPANHIA

55%

VENDAS PARA O
GÊNERO FEMININO

45%

VENDAS PARA O
GÊNERO MASCULINO

NOSSAS MARCAS

JOHN JOHN

A JOHN JOHN É CONECTADA À CULTURA POP, AO UNIVERSO DIGITAL E AO AMBIENTE URBANO. COM O JEANS PREMIUM, QUE ENCONTROU UM LUGAR IMPORTANTE ENTRE AS PREFERÊNCIAS DE CONSUMIDORES DESDE 2003, QUANDO FOI INAUGURADA, A MARCA UNISSEX CHEGOU A SER ELEITA, EM 2015, A 18ª MAIS AMADA PELOS BRASILEIROS PELA EMPRESA ESPECIALIZADA EM PESQUISA DE MERCADO HRS SPECIALIST RESEARCHES. A JOHN JOHN ATENDE A UM PÚBLICO QUE ESTÁ ENTRE 15 E 50 ANOS. EM 2021, A JOHN JOHN TEVE UMA RECEITA BRUTA DE R\$ 205,2 MILHÕES, REPRESENTANDO 21,1% DA RECEITA DA COMPANHIA.

18ª

MARCA MAIS AMADA
PELOS BRASILEIROS*

R\$ 205,2 MILHÕES

EM RECEITA BRUTA, REPRESENTANDO
21,1% DO FATURAMENTO DA COMPANHIA

*SEGUNDO A HRS SPECIALIST RESEARCHES





BO.BÔ

FUNDADA EM 2006, A BO.BÔ É VOLTADA AO PÚBLICO FEMININO JOVEM E SOFISTICADO, QUE EM GERAL VIVE EM GRANDES METRÓPOLES E PREZA POR UMA ATITUDE DE INDEPENDÊNCIA. A MARCA OFERECE OPÇÕES QUE VÃO DO CASUAL ÀS GRANDES CELEBRAÇÕES, UTILIZANDO MATERIAL DE ALTO PADRÃO E HOJE É RESPONSÁVEL POR 7% DA RECEITA DA COMPANHIA, COM UM FATURAMENTO DE R\$ 67,2 MILHÕES. A BO.BÔ CONTA COM UMA BASE CONSOLIDADA DE 70% DE CLIENTES RECORRENTES, ENTRE 20 E 45 ANOS. DESTES, 97% SÃO MULHERES.

R\$ 67,2 MILHÕES

EM RECEITA BRUTA, REPRESENTANDO
7% DO FATURAMENTO DA COMPANHIA

70%

DA BASE CONSOLIDADA DE
CLIENTES É RECORRENTE

97%

DOS CLIENTES SÃO
MULHERES

rosa chá · 🍵 ·

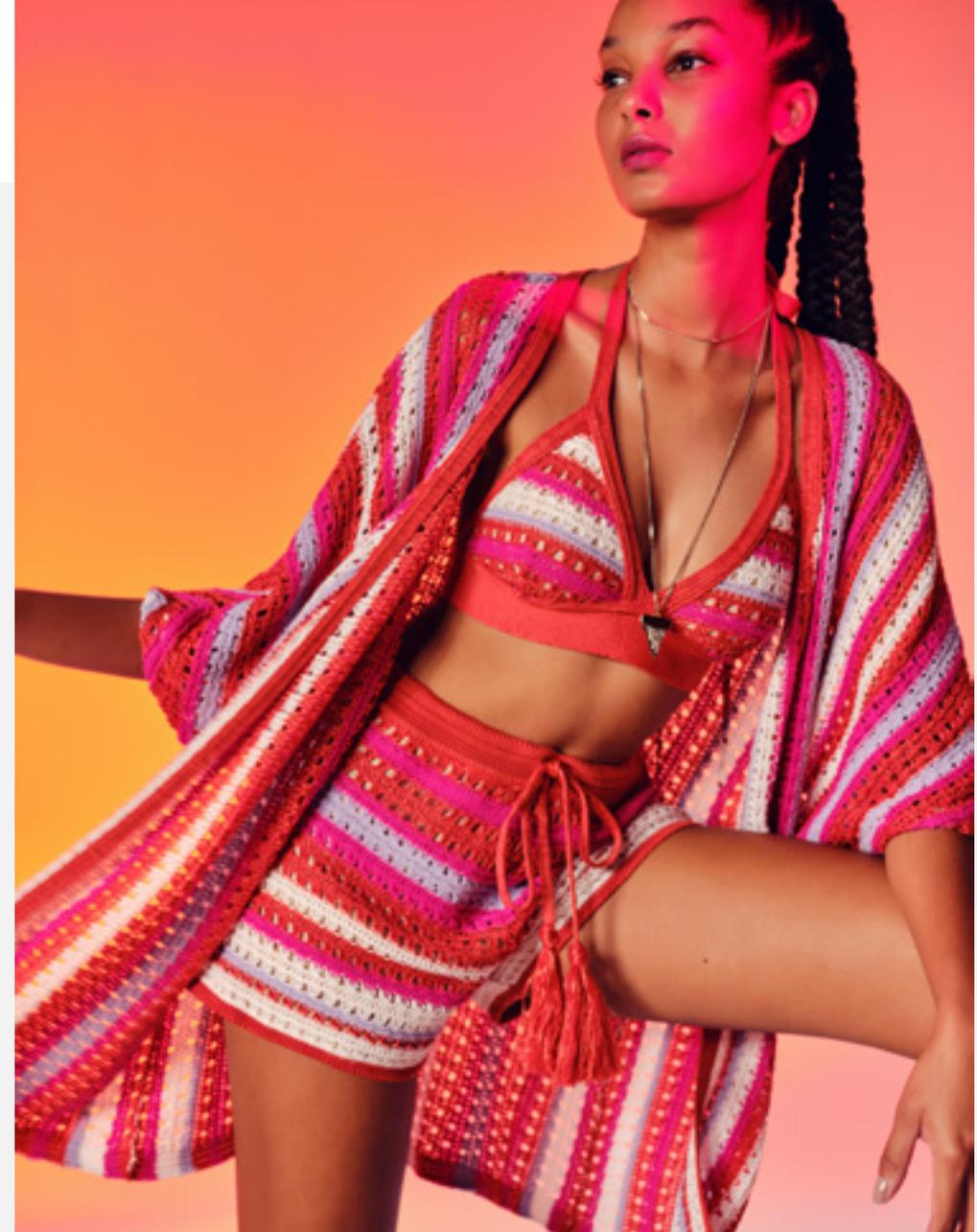
A PROPOSTA DA ROSA CHÁ É TRAZER REFINAMENTO À MODA PRAIA E, HOJE, POSSUI UM PORTFÓLIO DE ROUPAS QUE SE ESTENDE A DIVERSAS OCASIÕES. A PRIMEIRA LOJA DA MARCA FOI INAUGURADA EM 1993, NA RUA OSCAR FREIRE, EM SÃO PAULO (SP). COM UM PÚBLICO DE MULHERES ENTRE 20 E 45 ANOS, A ROSA CHÁ SE POSICIONA POR MEIO DE SEUS PRODUTOS SOFISTICADOS, DO AMBIENTE DE SUAS LOJAS E DE SEU CONTEÚDO DE MARKETING. EM 2021, A MARCA OBTVEVE UMA RECEITA DE R\$ 16 MILHÕES, O QUE REPRESENTA 2% DO VALOR GLOBAL LÍQUIDO PRODUZIDO PELA COMPANHIA NAQUELE ANO.

20-45 ANOS

FAIXA ETÁRIA DO PÚBLICO -ALVO

R\$ 16 MILHÕES

EM RECEITA BRUTA, REPRESENTANDO
2% DO FATURAMENTO DA COMPANHIA





I INDIVIDUAL

FUNDADA EM 1987 PELO GRUPO DUDALINA E ATUANTE EM CANAIS MULTIMARCAS, A INDIVIDUAL É VOLTADA AO PÚBLICO MASCULINO, OFERECENDO UM ESTILO CLÁSSICO E SOFISTICADO A SEUS CLIENTES, QUE VAI DO CASUAL AO SOCIAL. EM 2021, A INDIVIDUAL ACUMULOU UMA RECEITA DE R\$ 54,2 MILHÕES (6% DO FATURAMENTO DA RESTOQUE). O PÚBLICO-ALVO DA MARCA É COMPOSTO POR HOMENS QUE ESTÃO ENTRE OS 25 E 60 ANOS. A INDIVIDUAL TEM GRANDE PENETRAÇÃO EM CIDADES DE PEQUENO E MÉDIO PORTE.

R\$ 54,2 MILHÕES

EM RECEITA BRUTA, REPRESENTANDO
6% DO FATURAMENTO DA COMPANHIA

25-60 ANOS

FAIXA ETÁRIA DO PÚBLICO-ALVO

DESEMPENHO

ANO DE 2021 FOI UM CICLO REPLETO DESAFIOS. O PAÍS CHEGOU À MARCA DE 10,06% DE INFLAÇÃO, SEGUNDO O ÍNDICE DE PREÇO AO CONSUMIDOR AMPLO (IPCA), O QUE AFETOU DE MANEIRA SIGNIFICATIVA O CONSUMO NO PAÍS. ALÉM DISSO, A TAXA SELIC FICOU EM 9,25% E A DE DESEMPREGO EM 11,1%, APONTAM DADOS DO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE).

POR ISSO, COMEÇAMOS O ANO EM UM CENÁRIO DE INSTABILIDADE. POR OUTRO LADO, 2021 TAMBÉM REPRESENTOU, PARA NÓS, UMA SÍNTESE DE MOVIMENTOS FUNDAMENTAIS QUE A COMPANHIA VINHA REALIZANDO. ENTRE ELES, ESTÁ A ADOÇÃO DE MEDIDAS DE MAIOR AUSTERIDADE FINANCEIRA, A NOSSA ADAPTAÇÃO INTERNA PARA ENFRENTAR EXTERNALIDADES, ALÉM DA OTIMIZAÇÃO DE NOSSA ÁREA DE VENDAS, DO PARQUE FABRIL E ATUALIZAÇÕES TECNOLÓGICAS.

COMO CONSEQUÊNCIA DESSAS MEDIDAS, PUDEMOS NÃO SÓ RESISTIR AO PERÍODO, COMO TAMBÉM AVANÇAMOS. **CHEGAMOS A UM FATURAMENTO DE R\$ 1,1 BILHÃO**, PATAMAR PRÓXIMO A 2019 - ANTERIOR À PANDEMIA - MESMO COM A REDUÇÃO DE NOSSA BASE DE LOJAS, PORÉM COM UMA GESTÃO MAIS EFICIENTE DE ESTOQUES. **O NOSSO VOLUME DE VENDAS**

RESULTADO (EM MILHÕES)

	RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	LUCRO BRUTO	EBTIDA	EBTIDA AJUSTADO	MARGEM EBTIDA AJUSTADA
2020	R\$ 598,8	R\$ 295,1	(R\$ 126,4)	R\$ 30,5	5%
2021	R\$ 875,9	R\$ 457,2	R\$ 33,3	R\$ 92,9	11%

RECEITA LÍQUIDA TOTAL DE
875,9 MILHÕES

DE TODO O ANO APRESENTOU CRESCIMENTO DE 46% EM COMPARAÇÃO AO ANO DE 2020.

TIVEMOS DESTAQUE AO NOSSO CANAL B2B, QUE CHEGOU A UM FATURAMENTO DE R\$ 195 MILHÕES, UM CRESCIMENTO DE 11% EM RELAÇÃO A 2019. JÁ A COMPANHIA COMO UM TODO FATUROU R\$ 1,2 BILHÃO, UM MONTANTE 46% MAIOR EM COMPARAÇÃO AO ANO DE 2020.

DESEMPENHO

UM OUTRO ELEMENTO FOI DECISIVO PARA ALCANÇARMOS ESSES RESULTADOS: A ACELERAÇÃO DIGITAL. ANTES DO PERÍODO DE ISOLAMENTO SOCIAL, TÍNHAMOS MENOS DE 5% DE REPRESENTATIVIDADE NO MERCADO DE VENDAS ONLINE, CENÁRIO ESSE REVERTIDO EM 2021, QUANDO FECHAMOS O ANO COM 14%, E ENTRAMOS PARA OS PADRÕES DE REFERÊNCIA DO MERCADO, COM TODAS AS NOSSAS LOJAS INTEGRADAS E OPERANDO NO MODELO OMNICHANNEL.

CIENTES DE QUE O CAMINHO QUE DECIDIMOS TRILHAR É DE LONGO PRAZO, SEGUIMOS NA CONSTRUÇÃO DE UM MODELO FINANCEIRAMENTE SUSTENTÁVEL, IMPULSIONADO POR DOIS GRANDES PILARES NORTEADORES: **O FORTALECIMENTO DE NOSSAS MARCAS E O FOCO TOTAL NA EXPERIÊNCIA E SATISFAÇÃO DO CLIENTE.**





COMPROMISSO SUSTENTÁVEL

A NOSSA BUSCA POR UM NEGÓCIO CADA VEZ MAIS CONTEMPORÂNEO GANHOU UM NOVO CAPÍTULO COM A CHEGADA DO PROGRAMA + R, UM CONCEITO QUE DÁ ORIGEM AO DESENVOLVIMENTO DE NOSSA ESTRATÉGIA E UNE OS PILARES FUNDAMENTAIS DA NOSSA GERAÇÃO DE VALOR SUSTENTÁVEL. COM O +R, PROCURAMOS REFORÇAR EM NOSSA CULTURA A VISÃO DE UMA MODA SUSTENTÁVEL, QUE ACONTECE NA PRÁTICA, E POR MEIO DA QUAL CADA UM DE NÓS SE TORNA UM AGENTE TRANSFORMADOR.



+REDUZIR

É POR MEIO DO NOSSO PILAR DE AÇÕES **AMBIENTAIS** QUE AVALIAMOS E MEDIMOS OS IMPACTOS EM TODA A CADEIA DE PRODUÇÃO, DE COMERCIALIZAÇÃO E DE OPERAÇÃO DAS NOSSAS MARCAS. BUSCAMOS ATUAR DE MANEIRA CADA VEZ MAIS RESPONSÁVEL NA FABRICAÇÃO DOS PRODUTOS, NO TRATAMENTO DOS RESÍDUOS, NAS VENDAS, ALÉM DA DISTRIBUIÇÃO DE ROUPAS E ACESSÓRIOS. TEMOS O COMPROMISSO DE ESTAR JUNTO A PARCEIROS E FORNECEDORES QUE TRABALHAM DE FORMA RESPONSÁVEL, NA CONSCIENTIZAÇÃO DIÁRIA DOS NOSSOS COLABORADORES PARA A OTIMIZAÇÃO DO USO DE ENERGIA E ÁGUA, NO INCENTIVO DA PRÁTICA DA COLETA SELETIVA, DA RECICLAGEM E DA PREFERÊNCIA POR RECURSOS RENOVÁVEIS.

+RESPEITAR

COM O PILAR DE **GOVERNANÇA**, PARA O QUAL É PRIMORDIAL A CONSTRUÇÃO DE RELACIONAMENTOS CONFIÁVEIS, DURADOUROS E TRANSPARENTES COM NOSSOS PARCEIROS, COLABORADORES E DE MAIS STAKEHOLDERS. A ÉTICA E A TRANSPARÊNCIA SÃO OS PONTOS DE PARTIDA PARA QUALQUER TOMADA DE DECISÃO.

+REALIZAR

É O PILAR **SOCIAL**, PORQUE AS PESSOAS SEMPRE SERÃO O ELEMENTO FUNDAMENTAL DA NOSSA COMPANHIA. A RESTOQUE TEM O COMPROMISSO DE SEGUIR A LEGISLAÇÃO TRABALHISTA BRASILEIRA E RESPEITAR SEUS COLABORADORES, GARANTINDO TRABALHO DIGNO E SEGURO EM UM AMBIENTE BASEADO NA COMPETÊNCIA, IGUALDADE E NOS NOSSOS VALORES. PREZAMOS POR UM TRABALHO SAUDÁVEL, RESPEITOSO E HARMONIOSO. REFLETIMOS NOSSOS VALORES E A NOSSA CULTURA DE DENTRO PARA FORA.

COMPROMISSO SUSTENTÁVEL

O programa + R impulsiona a nossa convicção de que a moda e a responsabilidade andam de mãos dadas.

SABEMOS QUE A INDÚSTRIA TEM UM IMPORTANTE PAPEL NA CRIAÇÃO DE SOLUÇÕES E MODELOS DE NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS, QUE TORNAM POSSÍVEL O CUMPRIMENTO DA AGENDA ESG DE MANEIRA PROFUNDA. UM DIRECIONAMENTO CONSCIENTE, QUE VENHA POR MEIO DA INOVAÇÃO DE PRÁTICAS E POLÍTICAS, É FUNDAMENTAL PARA GARANTIR A CONTINUIDADE DA VIDA DO PLANETA, DOS DIREITOS DOS MAIS DIFERENTES PÚBLICOS E PARA QUE A AGENDA DA SUSTENTABILIDADE GANHE FORÇA NO NOSSO SETOR E NO MERCADO COMO UM TODO.

POR ISSO, EM 2021, CRESCEU ENTRE NÓS A CONSCIÊNCIA DA NECESSIDADE DE **REDUZIR - UM EIXO DO PROGRAMA +R QUE JÁ ESTÁ ENRAIZADO NA COMPANHIA.** MUNIDOS DESSE PENSAMENTO E DE UMA MENTALIDADE PAUTADA PELA SUSTENTABILIDADE, FECHAMOS UMA PARCERIA COM A WAY CARBON, EMPRE-

SA COM 16 ANOS DE EXPERIÊNCIA NO MERCADO E REFERÊNCIA NA AMÉRICA LATINA EM CONSULTORIA E DESENVOLVIMENTO DE TECNOLOGIAS COM FOCO NA AGENDA ESG E ECONOMIA DE BAIXO CARBONO.

SABEMOS O PODER TRANSFORMADOR QUE NOVAS TENDÊNCIAS TÊM AO GUIAR COMPORTAMENTOS E MENTALIDADES. POR ISSO, PRETENDEMOS, NO CURTO PRAZO, REALIZAR O NOSSO PRIMEIRO INVENTÁRIO DE EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) E, ASSIM, REALIZAR UMA GESTÃO AMBIENTAL

RESTOQUE^{SA}



AINDA MAIS SOFISTICADA DE NOSSAS OPERAÇÕES.

ESSA INICIATIVA É UM DESDOBRAMENTO DE UM DOS PILARES PENSADOS PARA ORIENTAR A AÇÃO DA RESTOQUE NOS PRÓXIMOS ANOS, QUE FORAM DESENHADOS AO LONGO DE 2021 E QUE SERÃO IMPLEMENTADOS EM 2022. NELES, IDENTIFICAMOS A ESTRATÉGIA ESG COMO ESSENCIAL PARA PAUTAR, DE MANEIRA SISTEMÁTICA, A ADEQUAÇÃO, COMUNICAÇÃO, MEDIÇÃO E TRANSPARÊNCIA EM TODAS AS NOSSAS AÇÕES E TOMADAS DE DECISÃO.

COMPROMISSO SUSTENTÁVEL

A SENSIBILIDADE DE NOSSOS *STAKEHOLDERS*, ALIADA AOS NOSSOS VALORES E AO SENSO DE REALIZAÇÃO DE NOSSAS LIDERANÇAS E COLABORADORES, FOI O QUE NOS LEVOU A TOMAR MEDIDAS ESTRUTURAIS QUE, EM 2021, NOS COLOCARAM NO CAMINHO DA INOVAÇÃO SUSTENTÁVEL. ASSUMIMOS COMPROMISSOS E OLHAMOS PARA A FRENTE, DETERMINADOS A EVOLUIR. ESTAMOS CIENTES, NO ENTANTO, QUE ESSA É UMA LONGA JORNADA. OS NOSSOS ÚLTIMOS PASSOS SÃO SIGNIFICATIVOS E REPRESENTAM APENAS O INÍCIO DE UM PROCESSO QUE, CERTAMENTE, NOS LEVARÁ A UM HORIZONTE DE REALIZAÇÕES.

Foco total na
experiência e
satisfação do cliente.
Integração digital,
eficiência operacional
e posicionamento
institucional.

PILARES ESTRATÉGICOS 2022



GO DIGITAL: NOVAS PLATAFORMAS E-COMMERCE B2C E B2B, CLOUDS



AGILIDADE E REDUÇÃO DE LEAD TIME, AUMENTO NO APROVEITAMENTO DE COLEÇÕES E PARTICIPAÇÃO DE VENDA FULL-PRICE



MODELO INTEGRADO DE VENDAS EM CANAIS ONLINE E OFFLINE, ECOSISTEMA E MARKETPLACES



ESTRATÉGIA DE PRECIFICAÇÃO PARA CADA MARCA E CANAL INTEGRADAS E ALINHADAS AO MODELO DE NEGÓCIO SUSTENTÁVEL DA COMPANHIA



ANALYTICS, INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E DATA SCIENCE APLICADOS AO NEGÓCIO - PLANEJAMENTO, ALOCAÇÃO, E VENDAS



GERAÇÃO DE CAIXA E MELHORIA CONTINUA NO CICLO OPERACIONAL



REVITALIZAÇÃO E MODERNIZAÇÃO DE LOJAS PRÓPRIAS, NOVO MODELO DE ATACADO E FRANQUIAS



VALORIZAÇÃO DO COLABORADOR, JORNADA DE DIVERSIDADE E INCLUSÃO E DIFUSÃO DE CULTURA DE ATENDIMENTO AO CLIENTE DE FORMA INTEGRADA E OMNI



ESTRATÉGIA ESG - ADEQUAÇÕES, COMUNICAÇÃO MEDIÇÕES E TRANSPARÊNCIA



COERÊNCIA, CONSISTÊNCIA E POSICIONAMENTO UNIFORME PERANTE CLIENTES, MERCADO DE CAPITAIS E DEMAIS STAKEHOLDERS

COMPROMISSO SUSTENTÁVEL

NOSSA MATERIALIDADE

COMO FRUTO DESSE RICO PROCESSO DE EXPERIMENTAÇÃO DE NOVOS CAMINHOS POSSÍVEIS, EM 2021, COM O APOIO DE UMA CONSULTORIA EXTERNA ESPECIALIZADA, ELABORAMOS UM ESTUDO QUE CULMINOU NA DEFINIÇÃO DE NOSSA ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE. DESSA MANEIRA, ENTENDEMOS MELHOR ONDE ESTAMOS E COMO IREMOS ALCANÇAR METAS E OBJETIVOS OUSADOS PARA REDUZIR, RESPEITAR E REALIZAR CADA VEZ MAIS.

COMO PARTE DESSE AMPLO ESTUDO, FORAM REALIZADAS UMA SÉRIE DE ENTREVISTAS COM OS NOSSOS *STAKEHOLDERS*, TAIS COMO EXECUTIVOS, GERENTES, COLABORADORES E INVESTIDORES.

O PROCESSO LEVOU EM CONTA MARCOS REGULATÓRIOS E PADRÕES DE MERCADO, A FIM DE ENCONTRAR ALTERNATIVAS QUE ESTEJAM EM SINTONIA COM AS PARTICULARIDADES DA COMPANHIA E COM O POTENCIAL DE MAXIMIZAR A SUA GERAÇÃO DE VALOR NO CURTO, MÉDIO E LONGO PRAZO.

TAMBÉM FORAM ANALISADAS AS PARTICULARIDADES E FORTALEZAS DAS MARCAS DO NOSSO PORTFÓLIO, COM O OBJETIVO DE IDENTIFICAR RISCOS E OPORTUNIDADES, TENDO COMO PONTO DE PARTIDA A SUSTENTABILIDADE.

AO FINAL, **CHEGAMOS A UMA LISTA DE TEMAS MATERIAIS - QUE SÃO AQUELES CONSIDERADOS RELEVANTES PARA QUEM É IMPACTADO OU TEM INFLUÊNCIA DIRETA SOBRE O NOSSO NEGÓCIO, O QUE, POR SUA VEZ, ORIENTOU A CONSTRUÇÃO DE NOSSO PLANO DE AÇÕES DE ESG.**

CONHEÇA, A SEGUIR, OS NOSSOS TEMAS MATERIAIS:



AMBIENTAL

- POLÍTICA CORPORATIVA
- GESTÃO E **DESEMPENHO**
- MUDANÇAS NO **CLIMA**
- COMUNICAÇÃO



SOCIAL

- POLÍTICA CORPORATIVA (APLICAÇÃO DE DIREITOS)
- INVESTIMENTO **SOCIAL PRIVADO**
- GERENCIAMENTO DE **IMPACTOS**
- CONSTRUÇÃO DE **RELACIONAMENTOS**



POLÍTICA

- TRANSPARÊNCIA (COMPROMISSOS, POLÍTICAS)
- ESTRUTURA E DINÂMICA DO **CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO**
- COMBATE À **CORRUPÇÃO**
- COMITÊ DE AUDITORIA

COMPROMISSO SUSTENTÁVEL

Consideramos as metas elencadas nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, que determina uma agenda reconhecida pelos setores público e privado em todo o mundo. Veja:



PÁG. 53, 57-62

- EVITAR TODA E QUALQUER VIOLÊNCIA CONTRA AS MULHERES
- PERMITIR IGUALDADE DE OPORTUNIDADES NO AMBIENTE PROFISSIONAL



PÁG. 29, 31, 32, 36, 56 E 63

- CONDIÇÕES DE TRABALHO DIGNAS, SEGURANÇAS, RESPEITO AOS DIREITOS TRABALHISTAS, GERAÇÃO DE EMPREGOS E USO DE RECURSOS COM MENOR IMPACTO SOCIOAMBIENTAL



PÁG. 28, 31, 33-36, 38 E 39

- GESTÃO SUSTENTÁVEL DO USO DE RECURSOS NATURAIS, RESÍDUOS E PRODUTOS QUÍMICOS, OBSERVANDO OS MARCOS INTERNACIONAIS E EVITANDO A CONTAMINAÇÃO DA ÁGUA, AR E SOLO



PÁG. 28, 33, 35 E 40

- MELHORAR A QUALIDADE DA ÁGUA: NÃO DESPEJO DE POLUENTES OU PRODUTOS QUÍMICOS
- EFICIÊNCIA HÍDRICA



PÁG. 31, 35, 37, 40, 54

- USO DE TECNOLOGIAS QUE PERMITAM O ACESSO UNIVERSAL A PREÇOS ACESSÍVEIS



PÁG. 28, 30 E 37

- MEDIDAS DE COMBATE ÀS MUDANÇAS CLIMÁTICAS, INSERINDO NAS POLÍTICAS DA COMPANHIA



PÁG. 27 E 28

- EFICIÊNCIA ENERGÉTICA E USO DE ENERGIA RENOVÁVEL



PÁG. 31, 53-54, 57-60, 63-66

- REDUZIR AS DESIGUALDADES OFERTANDO OPORTUNIDADES INDEPENDENTEMENTE DE RAÇA, GÊNERO, IDADE, ETNIA, CONDIÇÃO E ECONÓMICA



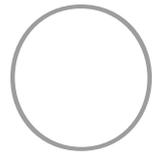
PÁG. 43-44, 46-48 E 54

- COMBATER A EXPLORAÇÃO E A VIOLÊNCIA CONTRA AS CRIANÇAS
- COMBATER A CORRUPÇÃO E O SUBORNO
- ASSEGURAR ACESSO PÚBLICO ÀS INFORMAÇÕES E PROTEGER AS LIBERDADES FUNDAMENTAIS, DE ACORDO COM AS LEIS NACIONAIS E INTERNACIONAIS



+REDUZIR

UM PACTO PELO FUTURO DA MODA



BRASIL TEM GRANDE RELEVÂNCIA NA DISCUSSÃO GLOBAL SOBRE A CRISE CLIMÁTICA E A PROTEÇÃO AO MEIO AMBIENTE. NÃO À TOA, A FLORESTA AMAZÔNICA - A MAIOR DO PLANETA - ESTÁ NO CENTRO DAS PREOCUPAÇÕES.

PORTANTO, SER UMA COMPANHIA BRASILEIRA EXIGE RESPONSABILIDADE E A BUSCA POR METAS DIRECIONADAS AO SETOR DA MODA. CIENTES DISSO, NO INÍCIO DE 2022 PASSAMOS A INTEGRAR DO **THE FASHION PACT**, O QUE NOS TORNOU A **ÚNICA EMPRESA BRASILEIRA ASSOCIADA** AO GRUPO, AO LADO DE GRANDES MARCAS ESTRANGEIRAS COMO ADIDAS, HERMÈS, KERING E LVMH. CRIADO POR INICIATIVA DA FRANÇA, NO CONTEXTO DO G7 - QUE REÚNE AS SETE PRINCIPAIS ECONOMIAS DO PLANETA - O PACTO LANÇOU COMPROMISSOS PÚBLICOS DE DIVERSAS MARCAS DO SETOR PARA A PROTEÇÃO DO MEIO AMBIENTE. COM ISSO NOS COMPROMETEMOS, ENTRE OUTROS OBJETIVOS, A ADOTAR MEDIDAS PARA PERSEGUIR A **REDUÇÃO DE 50% DE NOSSAS EMISSÕES DE GEE (ESCOPOS 1, 2 E 3) ATÉ 2030 E ZERAR AS NOSSAS EMISSÕES LÍQUIDAS ATÉ 2050** - UM DESAFIO QUE SEGURAMENTE PRODUZIRÁ IMPORTANTES MUDANÇAS NO MERCADO DA MODA BRASILEIRO.

ENTRE METAS FIXADAS PELO THE FASHION PACT, TAMBÉM ESTÁ A ELIMINAÇÃO DE PLÁSTICOS DE USO ÚNICO AO CONSUMIDOR ATÉ 2025, UTILIZAÇÃO DE FONTES DE ENERGIA RENOVÁVEL, PROMOÇÃO DE PRÁTICAS DE AGRICULTURA REGENERATIVA, RECICLAGEM DE TECIDOS, ALÉM DO ESTABELECIMENTO DE UM FLUXO DE TROCA DE INFORMAÇÕES E IDEIAS PARA IMPULSIONAR TRANSFORMAÇÕES NA INDÚSTRIA.



UM PACTO PELO FUTURO DA MODA

O nosso comprometimento com a gestão ecoeficiente de nosso negócio, em toda a sua cadeia. Confira os compromissos assumidos pela Restoque:



CLIMA

IMPLEMENTAR OS PRINCÍPIOS DO **FASHION INDUSTRY CHARTER** DA ONU NO QUE DIZ RESPEITO A AÇÕES CLIMÁTICAS

TRANSIÇÃO DE **25% DOS PRINCIPAIS MATERIAIS** PARA FONTES DE MENOR IMPACTO CLIMÁTICO ATÉ 2025

IMPLEMENTAR **50% DE ENERGIA RENOVÁVEL** ATÉ 2025 E 100% ATÉ 2030 EM OPERAÇÕES PRÓPRIAS



BIODIVERSIDADE

DESENVOLVER **PROJETOS INDIVIDUAIS DE BIODIVERSIDADE**

APOIAR O **DESMATAMENTO ZERO** E O MANEJO FLORESTAL SUSTENTÁVEL ATÉ 2025



OCEANOS

ELIMINAÇÃO DE PLÁSTICOS PROBLEMÁTICOS OU DESNECESSÁRIOS EM EMBALAGENS B2C ATÉ 2025, E B2B ATÉ 2030

ASSEGURAR QUE PELO MENOS **METADE DE TODAS AS EMBALAGENS PLÁSTICAS SEJA 100% RECICLADA**, ATÉ 2025 PARA B2C E ATÉ 2030 PARA B2B

GESTÃO DA CADEIA DE FORNECEDORES

NOSSO ZELO PELA QUALIDADE E POR UM PROCESSO PRODUTIVO SUSTENTÁVEL NÃO OLHA APENAS PARA A PARTE DA OPERAÇÃO DENTRO DA RESTOQUE, MAS SE ESTENDE AO LONGO DE TODA A NOSSA CADEIA. ATUALMENTE, A MAIORIA DOS NOSSOS FORNECEDORES NACIONAIS SÃO CERTIFICADOS PELA ABVTEX, QUE EXIGE RIGOROSOS COMPROMISSOS AMBIENTAIS E SOCIAIS.

ALÉM DA EXIGÊNCIA DESSE CERTIFICADO, NOSSA EQUIPE DE AUDITORIA INTERNA REALIZA INSPEÇÕES NÃO ANUNCIADAS, EM QUE SÃO EXIGIDAS A DOCUMENTAÇÃO COMPROBatória DE REGULARIDADE COM AS NORMAS TRABALHISTAS, REALIZAÇÃO DE ENTREVISTAS INDIVIDUAIS COM OS TRABALHADORES E A ELABORAÇÃO DE RELATÓRIOS COM FOTOGRAFIAS COM O OBJETIVO DE COMPROVAR A REGULARIDADE DO FORNECEDOR E DE SEUS SUBCONTRATADOS.

NOSSOS FORNECEDORES PODEM SER DE MATÉRIA-PRIMA - COMO TECIDOS, JEANS, COURO ETC. - ADQUIRIDA PARA A PRODUÇÃO DE PEÇAS, OU DE PRODUTOS PRONTOS - OS FORNECEDORES DE *SOURCING* - NAS CATEGORIAS DE VESTUÁRIO, ACESSÓRIOS, CALÇADOS, AROMA E CASA.

AQUELES QUE APRESENTAM ALGUM TIPO DE IRREGULARIDADE SÃO SUBMETIDOS A PLANOS DE AÇÕES CORRETIVAS E ACOMPANHADOS EM NOVAS VISITAS DAS EMPRESAS DE AUDITORIA E DA EQUIPE INTERNA DA RESTOQUE.



Em 2021, foram gastos R\$ 485 milhões em compras pela companhia. Deste valor, 80% foram destinado a fornecedores locais.



LOGÍSTICA

COM O SUPORTE DA TECNOLOGIA, TEMOS ATUADO PARA OTIMIZAR A NOSSA LOGÍSTICA. EXEMPLO DISSO FOI A INTEGRAÇÃO DE 100% DE NOSSAS LOJAS HÍBRIDAS, INICIADA EM 2021 E CONCLUÍDA EM 2022, VIABILIZANDO O SHIP FORM STORE - ENVIO DIRETO DA LOJA - O QUE CONTRIBUI COM A REDUÇÃO DAS EMISSÕES DE GEE NA ATMOSFERA AO ENCURTAR DISTÂNCIAS ENTRE O CLIENTE E O PRODUTO.

OUTRA MEDIDA DESSE TIPO FOI A CONEXÃO DO CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO DE APARECIDA DE GOIÂNIA (GO) AO NOSSO E-COMMERCE, DIMINUINDO O TEMPO DE ENTREGA NA REGIÃO CENTRO-OESTE PARA ATÉ 48H.

TAMBÉM CONTAMOS COM UMA “PRATELEIRA INFINITA”, UM SISTEMA DE CONSULTA DE ESTOQUES DISPONÍVEL NAS LOJAS QUE POSSIBILITA O ENVIO DE PEÇAS DIRETAMENTE AO CLIENTE.

CERTIFICADO ABVTEX

COM MAIS DE 10.000 M², NOSSA PLANTA EM APARECIDA (GO) ESTÁ LOCALIZADA NO POLO EMPRESARIAL DE GOIÁS E CONTA COM TODAS AS LICENÇAS E CERTIFICAÇÕES PARA UM PROCESSO PRODUTIVO ALINHADO AOS COMPROMISSOS AMBIENTAIS.

A FÁBRICA EM TERRA BOA (PR), POR SUA VEZ, É A SEGUNDA MAIOR PLANTA PRODUTIVA DA CIDADE, RESPONSÁVEL PELA GERAÇÃO DE 640 EMPREGOS DIRETOS E 25 INDIRETOS, O QUE ACABA POR FOMENTAR A ECONOMIA REGIONAL. NESTA PLANTA, 30% DOS NOSSOS COLABORADORES TÊM MAIS DE DEZ ANOS DE EMPRESA, O QUE NOS PERMITE VALIDAR O RELACIONAMENTO PROFISSIONAL CONSTRUTIVO E RESPEITOSO.



Nossas fábricas de Terra Boa e Aparecida de Goiânia são certificadas pela ABVTEX desde 2018.



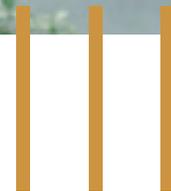
MODA COM VERSO

EM SETEMBRO DE 2021, A RESTOQUE SE UNIU À INICIATIVA MODA COM VERSO, ORGANIZADA PELA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO VAREJO TÊXTIL (ABVTEX), QUE TEM COMO OBJETIVO A PROMOÇÃO DE UM AMBIENTE ÉTICO, HUMANO E TRANSPARENTE EM TODA A CADEIA DE PRODUÇÃO DA MODA.

O MOVIMENTO DESTACA A GARANTIA DE ORIGEM DOS PRODUTOS ADQUIRIDOS DAS EMPRESAS QUE SEGUEM OS MAIS RÍGIDOS PADRÕES EXIGIDOS PELA ASSOCIAÇÃO. TREINAMOS MAIS DE 1.200 COLABORADORES DAS NOSSAS LOJAS, E DIVULGAMOS O COMPROMISSO POR MEIO DE QR CODES QUE PODEM SER ACESSADOS PELOS CONSUMIDORES A QUALQUER HORA.

EM POSTAGENS NO LINKEDIN SOBRE ESTE TEMA, ALCANÇAMOS:





BO.BÔ: RESPONSABILIDADE AMBIENTAL DO INÍCIO AO FIM

EM 2021, A BO. BÔ INCLUIU EM SEU ESTATUTO DE TRABALHO A OBRIGATORIEDADE DE QUE CADA GERENTE DE ESTILO ENTREGUE AO MENOS 10% DE SUSTENTABILIDADE NAS COLEÇÕES. PARA ISSO, OS GERENTES DEVEM OPTAR POR MATÉRIAS-PRIMAS QUE CAUSEM MENOS IMPACTO AMBIENTAL. ALÉM DE ESCOLHER MATERIAIS COM COMPOSIÇÃO NATURAL, TRABALHANDO EM CIMA DAS BASES EM ESTOQUE, O PROCESSO PRODUTIVO DA MARCA PREZA POR BOAS CONDIÇÕES DE TRABALHO, COM RESPEITO AOS DIREITOS HUMANOS; PELA MINIMIZAÇÃO DE SOBRAS, FOCANDO EM REUSO; NA CADEIA PRODUTIVA, PARA TORNA-LÁ RESPONSÁVEL; NA DIMINUIÇÃO DAS EMISSÕES, RENUNCIANDO A PROCESSOS QUE EMITEM GASES POLUENTES E, TAMBÉM, NA REDUÇÃO DO USO DE ÁGUA DE MATERIAIS QUÍMICOS.

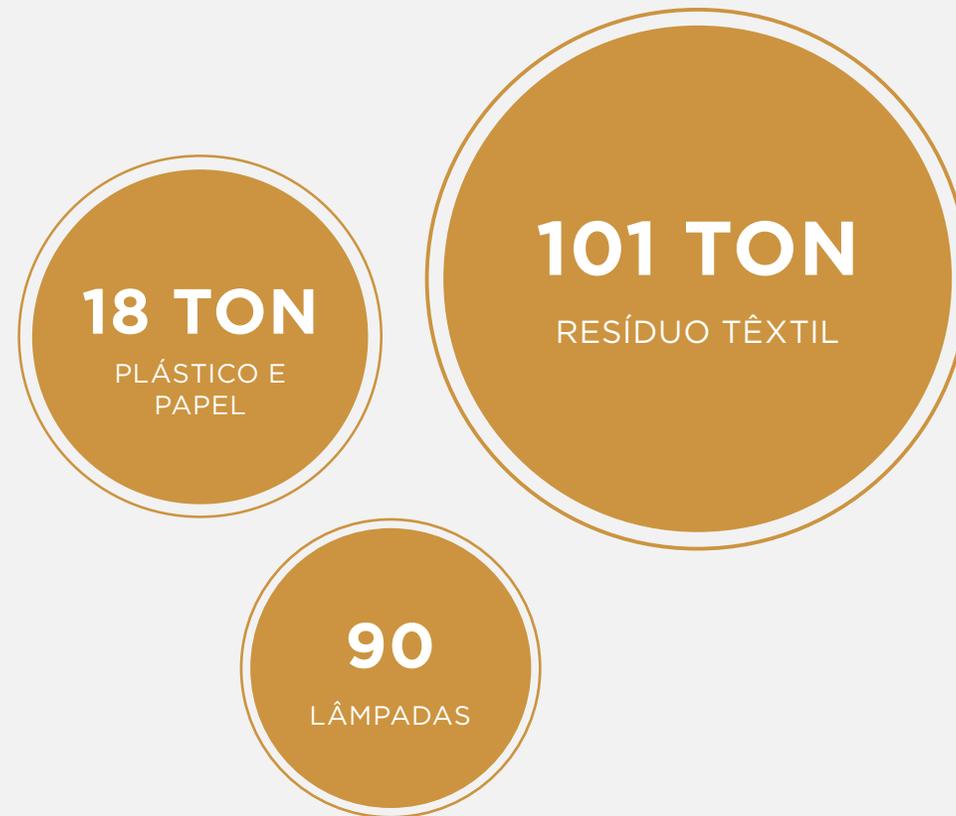
RESÍDUOS

IV

GERIR RESÍDUOS DE MANEIRA RESPONSÁVEL É ESSENCIAL PARA PREVENIR IMPACTOS NO SOLO, NA ÁGUA, NO AR E NA SAÚDE HUMANA. SABENDO DISSO, PROCURAMOS NOS APROFUNDAR EM PROCEDIMENTOS QUE POSSAM AUMENTAR A ECOEFICIÊNCIA DA NOSSA GESTÃO NESSE TEMA.

EM NOSSAS OPERAÇÕES, FOCAMOS NA SUBSTITUIÇÃO DE EMBALAGENS, AUMENTANDO O PERCENTUAL DE APROVEITAMENTO PARA A RECICLAGEM. NA RESTOQUE, TEMOS UMA PARCELA CONSIDERÁVEL DE MATERIAL RECICLADO, TAIS COMO PAPELÃO, PAPEL, PLÁSTICO, VIDRO, MADEIRA, AO LADO DE UM PEQUENO VOLUME DE RESÍDUOS PERIGOSOS, COMO LÂMPADAS E RESÍDUOS ELETRÔNICOS EM GERAL. TODOS ELAS SÃO DIRECIONADOS AO DESCARTE AMBIENTALMENTE ADEQUADO, GARANTINDO NOSSA CONFORMIDADE COM AS DIRETRIZES E REGRAS ESTABELECIDAS PELA LEGISLAÇÃO.

TEMOS TAMBÉM AVANÇADO EM NOVAS EXPERIÊNCIAS NAS LOJAS, COMO OCORREU QUANDO A LE LIS CASA PASSOU A NÃO UTILIZAR PLÁSTICO BOLHA, QUE FOI SUBSTITUÍDO POR PAPEL CRAFT, MATERIAL BIODEGRADÁVEL E 100% RECICLÁVEL.



*OS DADOS REFEREM-SE A NOSSA FÁBRICA EM TERRA BOA (PR)

ÁGUA

A ÁGUA É UM RECURSO FINITO E ESSENCIAL PARA A VIDA HUMANA E PARA O PLANETA. CIENTES DISSO, PROCURAMOS FAZER UMA GESTÃO PREOCUPADA EM ATENDER O QUE ORIENTAM AS REGULAMENTAÇÕES AMBIENTAIS.

EM NOSSA UNIDADE DE TERRA BOA (PR), ENCAMINHAMOS EFLUENTES AO SISTEMA DA REDE PÚBLICA E, EM APARECIDA DE GOIÂNIA (GO), OS DESTINAMOS A UM SISTEMA DE FOSSA SÉPTICA SUMIDOURO, RESPONSÁVEL PELO TRATAMENTO PRIMÁRIO.

JÁ OS EFLUENTES INDUSTRIAIS GERADOS PELA COMPANHIA, EM PROCESSOS DE TESTE DE PEÇAS E TINGIMENTO DE BOTÃO, SÃO ARMAZENADOS EM TANQUE ESPECIAL IMPERMEÁVEL, RECOLHIDO POR UMA EMPRESA ESPECIALIZADA.

PARA UM FUTURO PRÓXIMO, PRETENDEMOS AMPLIAR NOSSA MEDIÇÃO DO CONSUMO E DESCARTE DE ÁGUA DE MANEIRA MAIS ABRANGENTE E, ASSIM, SEGUIR REDUZINDO PARA CONSTRUIR UMA MODA MELHOR PARA TODOS.



BOAS PRÁTICAS E CERTIFICAÇÕES

DESCARTES



EM NOSSAS FÁBRICAS, GRANDE PARTE DAS **SOBRAS DE TECIDO** SÃO ENCAMINHADAS PARA O PROJETO TUTU DA ALEGRIA QUE CONFECCIONA, POR MEIO DE VOLUNTÁRIOS, BONEQUINHAS DE PANO COM AS SOBRAS DE TECIDO RECEBIDAS E AS DISTRIBUI EM HOSPITAIS E CRECHES.

AO MESMO TEMPO, INCENTIVAMOS O USO DE GARRAFAS RETORNÁVEIS PARA OS COLABORADORES. EM 2021, PRESENTEAMOS NOSSOS COLABORADORES DO ESCRITÓRIO COM COPOS DE FIBRA DE BAMBU RETORNÁVEIS PRODUZIDOS COM MATERIAL 100% RECIKLADO E ADOTAMOS A UTILIZAÇÃO EXCLUSIVA DE COPOS DE PAPEL PARA O CAFÉ. TIVEMOS UMA REDUÇÃO MENSAL NO ESCRITÓRIO DE:



Com essa ação deixamos de gastar o equivalente a 3 toneladas de plástico, uma média de 28 kilos/mês





EMISSÕES

VIII

UM PACTO PELO FUTURO DA MODA PRECISA LEVAR EM CONSIDERAÇÃO UMA DAS QUESTÕES MAIS EMERGENCIAIS NA TEMÁTICA AMBIENTAL: O AQUECIMENTO GLOBAL, CAUSADO PELO ALTO VOLUME DE EMISSÕES DE GASES DANOSOS À ATMOSFERA.

PARA SEGUIR PENSANDO EM MEDIDAS QUE CONTRIBUAM COM A REVERSÃO DESSE QUADRO, A COMPANHIA ELABORA LAUDOS DE SUAS EMISSÕES QUE ABRANGEM SUAS FÁBRICAS EM TERRA BOA (PR) E APARECIDA DE GOIÂNIA (GO), DOIS DE NOSSOS CENTROS INDUSTRIAIS COM MAIOR POTENCIAL DE IMPACTO.

NESSOS LEVANTAMENTOS, IDENTIFICAMOS OS PROCESSOS QUE PROVOCAM AS NOSSAS EMISSÕES, INCLUINDO A ESPECIFICAÇÃO DAQUELAS QUE SÃO MAIS POLUENTES. AS MENSURAÇÕES CONTIDAS EM NOSSOS LAUDOS SEGUEM METODOLOGIA DETERMINADA PELO PAINEL INTER-GOVERNAMENTAL SOBRE MUDANÇAS CLIMÁTICAS (IPCC), UMA ORGANIZAÇÃO QUE ATUA NO ÂMBITO DA ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU) E QUE ELABORA RELATÓRIOS DE AVALIAÇÃO SOBRE A EVOLUÇÃO CIENTÍFICA E TÉCNICA EM RELAÇÃO ÀS MUDANÇAS CLIMÁTICAS, RISCOS E OPORTUNIDADES DE MITIGAÇÃO DE IMPACTO.

ENTRE OS DADOS COLHIDOS, IDENTIFICAMOS A EMISSÃO DE 65 TONELADAS DE CO₂ EM APARECIDA DE GOIÂNIA, O QUE FOI FUNDAMENTAL PARA CHEGARMOS A UMA SOLUÇÃO DE COMPENSAÇÃO ATRAVÉS DO PLANTIO DE 500 MUDAS DE ESPÉCIES NATIVAS DO CERRADO POR ANO.

PARA O MÉDIO E LONGO PRAZO, PRETENDEMOS INCREMENTAR NOSSOS LAUDOS COM A REALIZAÇÃO DE INVENTÁRIOS DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE), AUMENTANDO A NOSSA CAPACIDADE DE INOVAÇÃO NA ESFERA AMBIENTAL E DE PROTEÇÃO DO PLANETA.

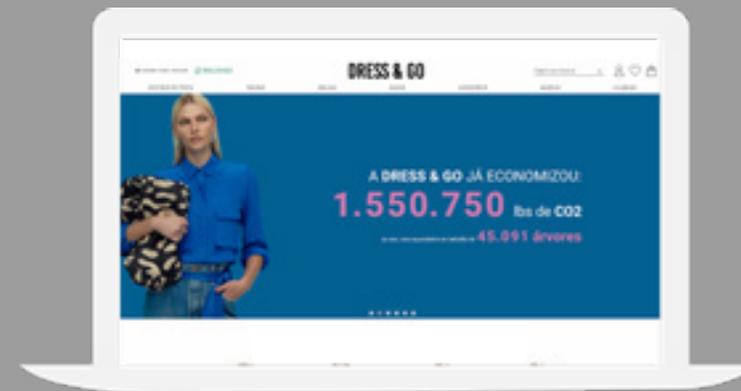
PARCERIAS DO BEM

QUANDO ADOTAMOS O CONCEITO DE MODA CIRCULAR, PENSAMOS EM TODA A VIDA ÚTIL DAS PEÇAS, COM FOCO NA LONGEVIDADE, OTIMIZAÇÃO DA GESTÃO DE RESÍDUOS E MENOR IMPACTO AMBIENTAL. A DEFINIÇÃO DE MODA CIRCULAR É COMPOSTA POR 16 PRINCÍPIOS QUE COMPREENDEM O CICLO COMPLETO DE VIDA DE UM PRODUTO, QUE INCLUEM O SEU DESIGN E A SELEÇÃO DE MATERIAIS, ALÉM DO TRANSPORTE, ARMAZENAMENTO, MARKETING E VENDAS. TUDO ISSO ATÉ A FASE DE USO E DESCARTE.

NESSE SENTIDO, A RESTOQUE TEM DESENVOLVIDO IMPORTANTES PARCERIAS PARA GARANTIR UMA PRODUÇÃO CADA VEZ MAIS CONSCIENTE E RESPONSÁVEL.



RESTOQUE^{SA}



RESTOQUE NA DRESS & GO

NOSSAS MARCAS LE LIS, BO.BÔ, ROSA CHÁ E JOHN JOHN PODEM SER ENCONTRADAS NA MAIOR PLATAFORMA DE ALUGUEL DE ROUPAS COM FOCO EM CONSUMO CONSCIENTE: A DRESS & GO.

SÃO MAIS DE MIL ROUPAS DA RESTOQUE NESTA PRIMEIRA FASE DO PROJETO. ENTRE OS PRODUTOS DISPONÍVEIS, É POSSÍVEL ENCONTRAR DESDE CALÇAS DE COURO ATÉ VESTIDOS DE FESTA. AO INCENTIVAR O ALUGUEL DE ROUPAS, FOMENTAMOS UMA MODA MAIS SUSTENTÁVEL E CIRCULAR.

PROJETO REPASSA



DESDE JUNHO DE 2021, A DUDALINA DESENVOLVEU UMA PARCERIA COM O REPASSA, UM BRECHÓ ONLINE FOCADO NA MODA CIRCULAR. POR MEIO DELE, 40% DO VALOR DAS VENDAS DAS ROUPAS FICAM COM O REPASSA E OS OUTROS 60% FICAM DISPONÍVEIS PARA O CLIENTE.

O CLIENTE PODE OPTAR PELA TRANSFERÊNCIA DOS VALORES DAS VENDAS DIRETAMENTE PARA A SUA CONTA CORRENTE OU PARA DOAÇÕES PARA ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS (ONGS) PARCEIRAS. COMO INCENTIVO, O CLIENTE QUE RETORNAR A SACOLA EM UMA DAS LOJAS PARTICIPANTES, GANHA 20% DE DESCONTO PARA UTILIZAR EM UMA PRÓXIMA COMPRA NA LOJA FÍSICA DA DUDALINA. ENTRE JUNHO DE 2021 E FEVEREIRO DE 2022, 157 SACOLAS JÁ HAVIAM SIDO ENTREGUES COM 3.897 PEÇAS DE ROUPAS - OS ITENS QUE NÃO FORAM VENDIDOS, TOTALIZANDO 697 PEÇAS, FORAM ENCAMINHADOS A DOAÇÕES.

COMO DESTACADO NO [SITE DO REPASSA](#), A AÇÃO GEROU UMA ECONOMIA ESTIMADA DE 11,87 MILHÕES DE LITROS DE ÁGUA, DEIXOU DE EMITIR 65,95 MIL QUILOS DE CO₂ NA ATMOSFERA E POUPOU 282,86 MIL QUILOWATTS POR HORA.



DROP YOUR JEANS

A INICIATIVA DE UPCYCLING DA JOHN JOHN PROMOVE PONTOS DE COLETA DE PEÇAS JEANS USADAS DE QUALQUER MARCA QUE, DEPOIS, SÃO DESTINADAS A ONGS PARA O REUSO DO MATERIAL, GERANDO BENEFÍCIOS PARA O CLIENTE QUE PARTICIPA DA CAMPANHA.

DE ABRIL A OUTUBRO DE 2021, A MARCA ARRECADOU MAIS DE MIL PEÇAS NO BRASIL INTEIRO, QUE FORAM ENCAMINHADAS PARA O PROJETO VIDA CORRIDA, UMA ONG QUE PROMOVE A INCLUSÃO SOCIAL, O DESENVOLVIMENTO DA SAÚDE E DA QUALIDADE DE VIDA DE JOVENS MORADORES DO CAPÃO REDONDO - PERIFERIA DE SÃO PAULO - HÁ MAIS DE 20 ANOS, POR MEIO DE ATIVIDADES ESPORTIVAS E OFICINAS EDUCATIVAS.

PARA COMPLETAR, A AÇÃO GANHOU UMA CAMPANHA CRIADA COM AJUDA DE REALIDADE AUMENTADA E UM DESAFIO NO RP CIDADE ALTA DO JOGO GTA, LEVANDO A EXPERIÊNCIA FÍSICA PARA O UNIVERSO DIGITAL AO PROMOVER OS PRINCÍPIOS DE CONSUMO CONSCIENTE E PENSAMENTO SUSTENTÁVEL.

ALL TIME DENIM

NO DIA MUNDIAL DO JEANS (20 DE MAIO), A JOHN JOHN LANÇOU DUAS CALÇAS JEANS SOB LABEL ALL TIME DENIM - MODELOS QUE GANHARAM UMA RESINA EXCLUSIVA QUE REPELE A ÁGUA E A SUJEIRA E QUE EXIGEM MENOS LAVAGEM DA PEÇA EM CASA APÓS O USO. OS LANÇAMENTOS SÃO PARTE DE UM TRABALHO CONSTANTE E DE INICIATIVAS JÁ COLOCADAS EM PRÁTICA PELA MARCA NA BUSCA POR MINIMIZAR OS IMPACTOS SOCIOAMBIENTAIS QUE PODEM SER GERADOS PELA INDÚSTRIA DO JEANS.



BRINGING BALANCE

EM FEVEREIRO, A INDIVIDUAL LANÇOU UMA LINHA DE PRODUTOS COM RESPONSABILIDADE ECOLÓGICA, ENTREGANDO ARTIGOS COM MATÉRIAS PRIMAS E AVIAMENTOS MAIS ECOEFICIENTES, ALÉM DE LAVANDERIAS QUE DIMINUEM O USO DE ÁGUA EM ATÉ 80% DO JEANS.

A LINHA BRINGING BALANCE REPRESENTA O COMPROMISSO DA MARCA COMO MEIO AMBIENTE, REDUZINDO O IMPACTO DA INDÚSTRIA TÊXTIL NO PLANETA.





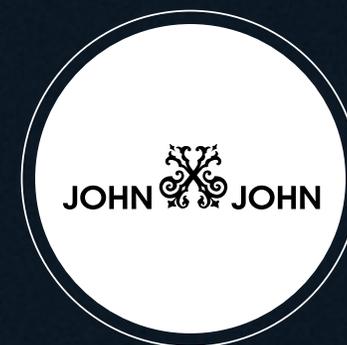
Você sabe o que é Fashion Revolution?

A *FASHION REVOLUTION* É UM ÍNDICE QUE ANALISA 50 GRANDES MARCAS E VAREJISTAS DO SETOR DA MODA DO BRASIL SOBRE SUAS PRÁTICAS SOCIOAMBIENTAIS.

A ANÁLISE, QUE É PUBLICADA POR MEIO DE UM RELATÓRIO, ABARCA MAIS DE 200 INDICADORES DE PRÁTICAS DE COMPRAS, SALÁRIO JUSTO, CIRCULARIDADE, CLIMA, BIODIVERSIDADE, IGUALDADE DE GÊNERO E RACIAL, ENTRE OUTROS.

A RESTOQUE É UMA ENTUSIASTA DESSA INICIATIVA, QUE TEM PROVOCADO IMPORTANTES DISCUSSÕES, E SE INSPIRA NELAS PARA PENSAR SUAS AÇÕES.

MARCAS CLASSIFICADAS PARA PONTUAÇÃO EM 2020 E 2021





+RESPEITAR

GOVERNANÇA CORPORATIVA

NOS ÚLTIMOS ANOS, FIZEMOS IMPORTANTES MOVIMENTOS PARA APRIMORAR A GESTÃO DA COMPANHIA. FOMOS A PRIMEIRA EMPRESA DE LUXO A ABRIR CAPITAL NO BRASIL, UM TRUNFO QUE NOS TROUXE APRENDIZADOS E ESTIMULOU ADEQUAÇÕES PARA TORNAR A NOSSA GOVERNANÇA MAIS TRANSPARENTE E EFICAZ.

EM DECORRÊNCIA DESSAS MUDANÇAS, FORMULAMOS UM MODELO MAIS ENXUTO, ATRAVÉS DO QUAL PUDEMOS MANTER O FOCO EM NOSSOS PROJETOS ESTRATÉGICOS E PRIORITÁRIOS. AO MESMO TEMPO, REALOCAMOS ESTRUTURAS PARA ATENDER, DA MELHOR MANEIRA, OS MELHORES PADRÕES E NECESSIDADES DA COMPANHIA, O QUE AUMENTOU PONTOS DE CONTATO E O ALINHAMENTO DE NOSSAS ÁREAS. COMO RESULTADO, ATUALMENTE, SEGUIMOS EM LINHA COM MAIS ALTOS NÍVEIS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA E AS REGRAS DO SEGMENTO DE LISTAGEM DO NOVO MERCADO DA BOLSA DE VALORES. PARA REFORÇAR, ADOTAMOS COMO REFERÊNCIA AS BOAS PRÁTICAS

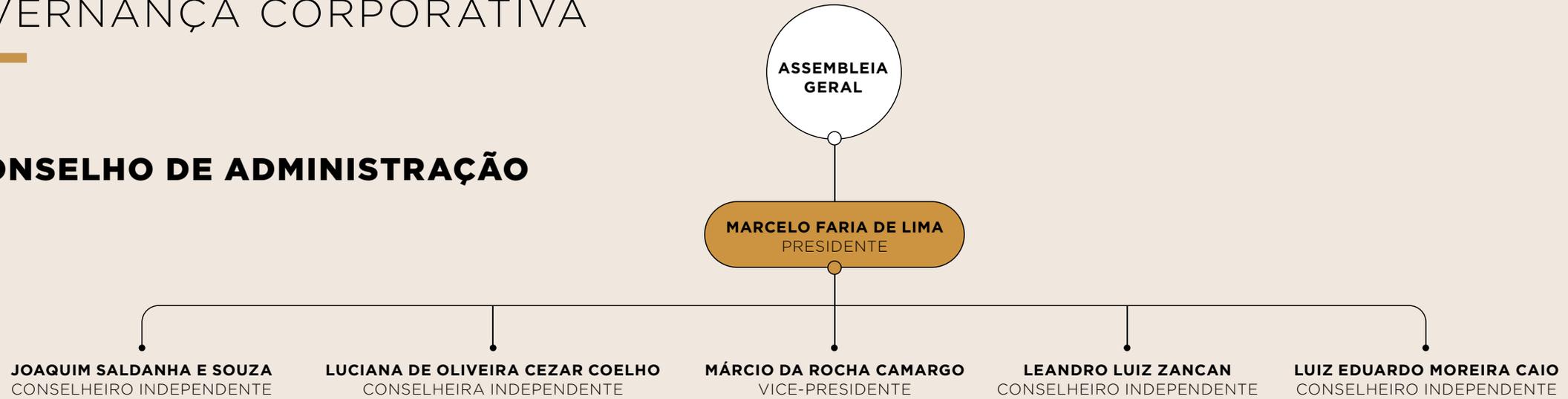
ESTABELECIDAS PELO INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA (IBGC), PELA ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE) E PELA BRASIL, BOLSA, BALCÃO (B3).

CONTAMOS, AINDA, COM UM CÓDIGO DE ÉTICA E DE CONDUTA, UM DOCUMENTO PÚBLICO PENSADO PARA ORIENTAR DE MANEIRA CLARA TODOS OS COLABORADORES, INDEPENDENTEMENTE DO NÍVEL HIERÁRQUICO, SOBRE OS PRINCÍPIOS ÉTICOS DA RESTOQUE. O CÓDIGO, QUE É DIGITAL, PASSA POR REVISÕES TODOS OS ANOS, SENDO UM INSUMO IMPORTANTE PARA CAPACITAÇÕES PERIÓDICAS.

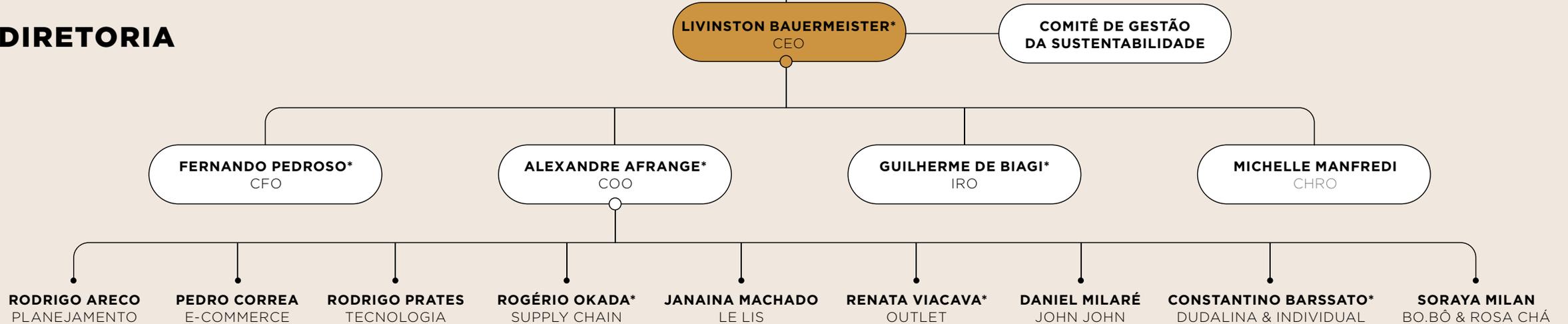
PARA CONHECER O DOCUMENTO, [ACESSE AQUI.](#)



CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO



DIRETORIA



*DIRETORES ESTATUÁRIOS

GOVERNANÇA CORPORATIVA

Composta por um Conselho de Administração (CA), uma Diretoria Executiva e pelos comitês de assessoramento, nossa estrutura foi desenvolvida para dar sustentação a uma gestão eficiente da Companhia, com membros experientes.

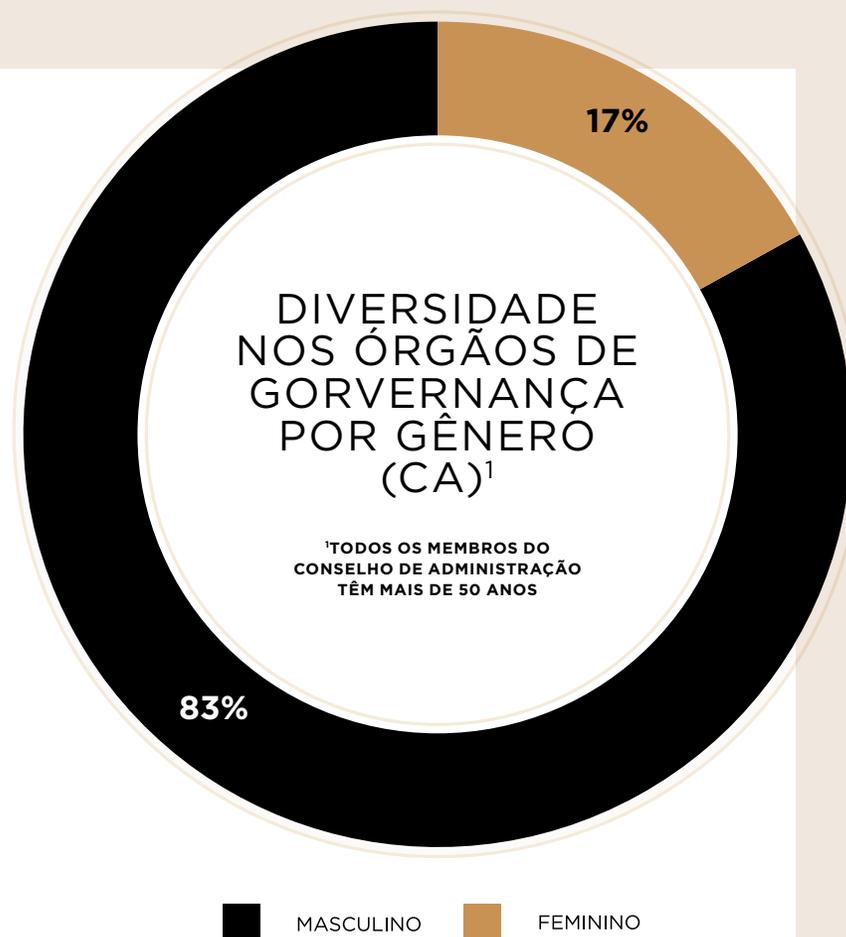
CONSELHO DA ADMINISTRAÇÃO (CA)

COMO O MAIS ALTO ÓRGÃO DA NOSSA GOVERNANÇA, O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO OCUPA UM LUGAR CENTRAL NA COMPANHIA. NOSSOS CONSELHEIROS TÊM SÓLIDA EXPERIÊNCIA CORPORATIVA E FORMAÇÃO ACADÊMICA EQUIVALENTE A SUAS ATRIBUIÇÕES.

PROCURAMOS PROMOVER UM FÉRTIL DEBATE DE OPINIÕES PARA CHEGAR-MOS A MELHOR ESTRATÉGIA PARA O NOSSO NEGÓCIO. ENTRE OS MEMBROS ELEITOS PARA O ÓRGÃO, NO MÍNIMO DOIS OU 20% DEVERÃO SER INDEPENDENTES, CONFORME CONSTA NO REGULAMENTO DO NOVO MERCADO.

O CONSELHO É COMPOSTO POR DOIS MEMBROS ACIONISTAS E QUATRO MEMBROS INDEPENDENTES - QUE NÃO ACUMULAM OUTRO CARGO NA RESTOQUE - DOS QUAIS TRÊS SÃO HOMENS E UMA MULHER, PARA O MANDATO DE DOIS ANOS. O PRESIDENTE E O VICE-PRESIDENTE DO CA SÃO INDICADOS PELA ASSEMBLEIA GERAL, QUE TEM, ENTRE SUAS ATRIBUIÇÕES, ELEGER OU DESTITUIR O CONSELHO. É NA ASSEMBLEIA QUE É FIXADA A REMUNERAÇÃO ANUAL GLOBAL, QUE DEVE SEGUIR OS PADRÕES ESTABELECIDOS PELO MERCADO.

AS INDICAÇÕES DEVEM BUSCAR A DIVERSIDADE DE CONHECIMENTO, PARA GARANTIR A COMPLEMENTARIEDADE DE CONHECIMENTO E APTIDÕES NO INTERIOR DO CA, ALÉM DE ALINHAMENTO AOS VALORES DA COMPANHIA.



DIRETORIA

A ATUAL FORMATAÇÃO DA NOSSA DIRETORIA EXECUTIVA ESTATUTÁRIA FOI ELABORADA PARA TER ALTA CAPACIDADE DE REALIZAÇÃO COM O MÍNIMO DE ESTRUTURA, OLHANDO SEMPRE PELA SINERGIA ENTRE AS ÁREAS DA COMPANHIA E PELO SEU SUCESSO NO CURTO, MÉDIO E LONGO PRAZO.

COMPOSTA POR SEIS HOMENS E UMA MULHER, OS SETE MEMBROS DA DIRETORIA ESTATUTÁRIA SÃO ELEITOS E DESTITUÍVEIS PELO CA PARA O MANDATO DE TRÊS ANOS. A REELEIÇÃO É PERMITIDA E DEVE ESTAR ALICERÇADA NOS INDICADORES DA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO E NOS RESULTADOS OBTIDOS.

O CARGO DO DIRETOR DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES PODERÁ SER EXERCIDO CUMULATIVAMENTE COM QUALQUER OUTRO, CONFORME DETERMINAÇÃO DO CONSELHO.

ALÉM DOS DIRETORES ESTATUTÁRIOS, CONTAMOS COM UM TIME DE SETE EXECUTIVOS, SENDO TRÊS DELES MULHERES E QUATRO HOMENS, NOS SEGUINTE CARGOS: DIRETORIA DE RECURSOS HUMANOS, DIRETORIA DE NOVAS TECNOLOGIAS, DIRETORIA DE E-COMMERCE, DIRETORIA DE PLANEJAMENTO COMERCIAL E AS DIRETORIAS DE MARCA DA LE LIS, BO.BÔ, ROSA CHÁ E DA JOHN JOHN.

ENTRE OS PRÉ-REQUISITOS PARA OCUPAR UMA CADEIRA NA DIRETORIA, ESTÁ A **COMPETÊNCIA COMPROVADA POR MEIO DE FORMAÇÃO ACADÊMICA, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E REPUTAÇÃO ILIBADA.**

COM O DESENHO ATUAL DA NOSSA DIRETORIA EXECUTIVA, TEMOS CONSEGUIDO MENSURAR DE MANEIRA MAIS PRECISA A NOSSA PERFORMANCE E IMPACTO. NELA, COMBINAMOS DA MELHOR MANEIRA O NOSSO CAPITAL INTELECTUAL PARA PRODUZIR SOFISTICADOS DIRECIONAMENTOS ESTRATÉGICOS, AO MESMO TEMPO EM QUE COLOCAMOS EM CAMPO AÇÕES COORDENADAS PARA ALAVANCAR O NOSSO CRESCIMENTO.



COMITÊ DE ESG

APÓS O DESENVOLVIMENTO DA NOSSA ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE, EM 2021, FUNDAMOS O NOSSO COMITÊ DE ESG, QUE ABARCA COLABORADORES COM EXPERTISE DE DIVERSAS ÁREAS: DIRETORIA DE RH, GERENTE JURÍDICA, GERENTE INDUSTRIAL E ESPECIALISTA EM GOVERNANÇA CORPORATIVA. ESTE ÚLTIMO, ESTÁ SOB A COORDENAÇÃO DA DIRETORIA DE RELACIONAMENTO COM INVESTIDOR E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO.

COM ESSA VARIEDADE DE CONHECIMENTOS, PRETENDEMOS OBTER UMA VISÃO MULTIDISCIPLINAR, OTIMIZANDO A GESTÃO DOS TEMAS QUE FORAM CONSIDERADOS ESSENCIAIS PARA A COMPANHIA E SEUS STAKEHOLDERS.

COMITÊS

ENTRE AS MEDIDAS QUE O CA PODERÁ TOMAR PARA OTIMIZAR A SUA ATUAÇÃO NO INTERIOR DA COMPANHIA, ESTÁ A CRIAÇÃO DE COMITÊS DE ACESSORAMENTO. ESSES ÓRGÃOS, QUE SÃO COMPOSTOS POR TRÊS MEMBROS, SÃO INTEGRADOS POR PESSOAS INDICADAS PELO CONSELHO, PARA O MANDATO DE DOIS ANOS, SENDO PERMITIDA A REELEIÇÃO.

O CA TAMBÉM É RESPONSÁVEL POR INDICAR O PRESIDENTE DO COMITÊ, QUE EXERCERÁ SUAS ATRIBUIÇÕES ATÉ O FIM DO MANDATO. EM CASO DE VACÂNCIA, O CONSELHO PODERÁ ELEGER UM SUBSTITUTO ATÉ 30 DIAS.

OS MEMBROS TAMBÉM PODEM SER REELEITOS, DE ACORDO COM OS RESULTADOS OBTIDOS. É REALIZADA, AO MENOS, UMA AVALIAÇÃO ANUAL DE DESEMPENHO INDIVIDUAL DOS MEMBROS DOS COMITÊS.



CANAL CONFIDENCIAL

NOSSO CANAL CONFIDENCIAL É UM MEIO PARA O FORTALECIMENTO DE NOSSA GOVERNANÇA E DO NOSSO COMPROMISSO COM COLABORADORES, PRESTADORES DE SERVIÇO, PARCEIROS E CLIENTES, ONDE AS TRATATIVAS SÃO PAUTADAS EM NOSSA CULTURA E VALORES.

A COMUNICAÇÃO OCORRE DE FORMA SEGURA E COM PRIVACIDADE NO CANAL, QUE PODE SER USADO PARA REPORTAR SITUAÇÕES QUE VIOLEM O CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUCTA OU QUALQUER OUTRA POLÍTICA, LEI OU NORMA DE COMPLIANCE DA RESTOQUE.

COLABORADORES, CLIENTES, PARCEIROS E PRESTADORES DE SERVIÇO QUE IDENTIFICAREM OU SUSPEITAREM DA EXISTÊNCIA DE IRREGULARIDADE DEVEM COMUNICAR O FATO POR TELEFONE OU SITE.

POR MEIO DE UM PROCESSO ESTRUTURADO E MONITORADO POR AUDITORIA INTERNA, AS DENÚNCIAS SÃO RECEBIDAS POR UMA EMPRESA TERCEIRIZADA E AVERIGUADAS DE FORMA INDEPENDENTE E CONFIDENCIAL.

PARA ACESSAR O NOSSO
CANAL CONFIDENCIAL,
LIGUE PARA **0800 721 0749**
OU ENTRE EM CONTATO
PELO NOSSO **SITE**



PRÊMIO RECLAME AQUI

EM 2019, DEMOS INÍCIO À REESTRUTURAÇÃO DO NOSSO ATENDIMENTO AOS CLIENTES. A PARTIR DE ENTÃO, FORAM REALIZADAS CONTRATAÇÕES NA ÁREA, FOCANDO NO TREINAMENTO DO TIME PARA UM ATENDIMENTO PERSONALIZADO E HUMANIZADO. DESSA MANEIRA, GANHAMOS PROCESSOS MAIS ÁGEIS COM UMA ESTRATÉGIA OMNI-CHANNEL. HOJE, O CLIENTE PODE SER ATENDIDO VIA CHAT, TELEFONE, E-MAIL, MÍDIAS SOCIAIS, SITE E EM NOSSAS LOJAS FÍSICAS.

COMO RESULTADO, EM 2021 A RESTIQUE GANHOU O **SELO RA 1000** PARA AS MARCAS LE LIS E JOHN JOHN, ALÉM DO NOSSO SITE. A CERTIFICAÇÃO É FEITA PELA PLATAFORMA RECLAME AQUI ÀS EMPRESAS QUE PREENCHEM TODAS AS QUALIFICAÇÕES. NO MESMO ANO, PARTICIPAMOS DO PRÊMIO DA PLATAFORMA, E FOMOS INDICADOS ÀS SEGUINTE CATEGORIAS:

LE LIS

CATEGORIA:
MODA E CONFECÇÃO - E-COMMERCE



CATEGORIA:
MODA E CONFECÇÃO - E-COMMERCE

JOHN JOHN

CATEGORIA:
MODA E CONFECÇÃO - E-COMMERCE

 **DUDALINA**

CATEGORIA:
**MODA E CONFECÇÃO - FABRICANTES
(TERCEIRO LUGAR)**



+REALIZAR

TIME DE APAIXONADOS

N A RESTOQUE, TEMOS CLAREZA DE QUE QUEM PRODUZ O SUCESSO SÃO SEMPRE AS PESSOAS. POR ISSO, ELAS ESTÃO NO CENTRO DA NOSSA ESTRATÉGIA. EM NOSSO DIA A DIA, PREZAMOS PELA COESÃO E PELA REALIZAÇÃO, SEM ESCONDER ERROS. PARA NÓS, A TRANSPARÊNCIA E O PENSAMENTO CRÍTICO É O QUE MOVE A INOVAÇÃO, ALGO FUNDAMENTAL EM UM MUNDO EM CONSTANTE MUDANÇA.

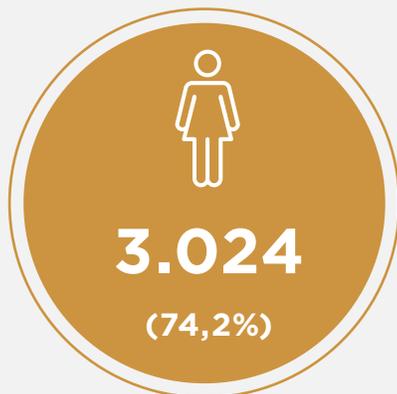
POR ESSE MOTIVO, NOSSA ATENÇÃO ESTÁ VOLTADA À CONSTRUÇÃO DE UMA CULTURA DE ALTA PERFORMANCE E, PARA ISSO, CONTAMOS COM PESSOAS EXPERIENTES QUE BUSCAM, INCANSAVELMENTE, OS MELHORES RESULTADOS. NA RESTOQUE, NOSSAS CONQUISTAS SÃO CELEBRADAS E, NOSSOS COLABORADORES, RECONHECIDOS E RECOMPENSADOS.

SÃO ELES A LIGA FUNDAMENTAL DE NOSSA CULTURA, QUE ESTÁ EM CONSTANTE EVOLUÇÃO. POR ACREDITAREM EM NOSSO NEGÓCIO E NO SEU POTENCIAL DE GERAÇÃO DE IMPACTO POSITIVO, NOSSO TIME É PROATIVO E VÊ, NA PRÁTICA, A NOSSA TRANSFORMAÇÃO.

NOSSOS ESTILISTAS SÃO APOIADOS POR EQUIPES DE COMPRAS, PLANEJAMENTO, FABRICAÇÃO, CONTROLE DE QUALIDADE E LOGÍSTICA. A PARTIR DELES, PROCURAMOS CRIAR PEÇAS DE QUALIDADE SUPERIOR, POIS ELAS DEVEM **SUPERAR A EXPECTATIVA DE NOSSOS CLIENTES**, PRODUZINDO ENCANTAMENTO. É ISSO QUE NOS REALIZA.



TIME DE APAIXONADOS



DOS QUAIS 2924 (96,9%) PERMANENTES
E 74 (2%) TEMPORÁRIOS



DOS QUAIS 976 (96,9%) PERMANENTES
E 61 (7%) TEMPORÁRIOS

FAIXA ETÁRIA

36,7%

ABAIXO DE 30 ANOS

56,5%

DE 30 A 50 ANOS

6,6%

ACIMA DE 50 ANOS

FAIXA ETÁRIA

51,0%

ABAIXO DE 30 ANOS

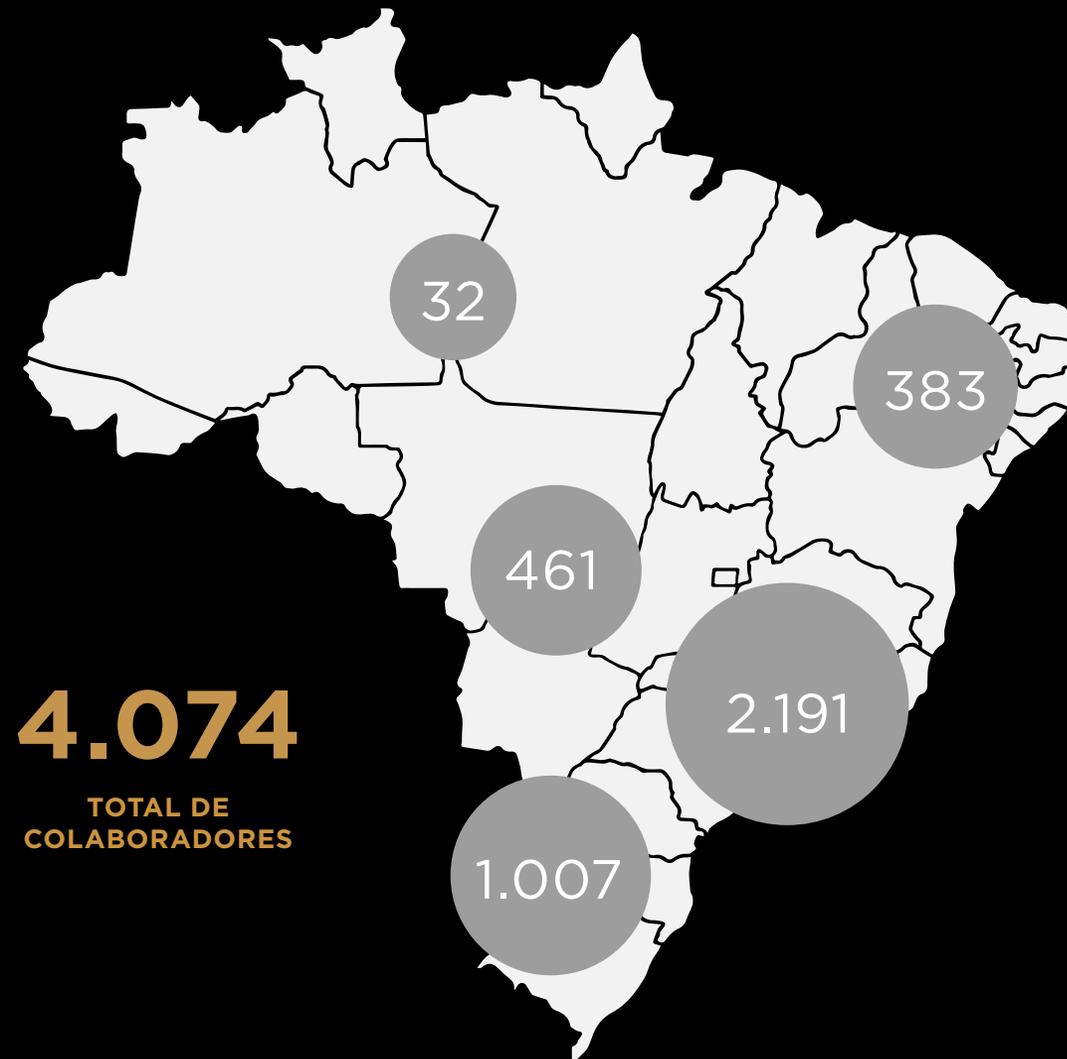
44,6%

DE 30 A 50 ANOS

4,2%

ACIMA DE 50 ANOS

DISTRIBUIÇÃO DEMOGRÁFICA



TIME DE APAIXONADOS

Nossa missão é realizar sonhos, prever desejos, superar expectativas, trazer felicidade e fazer o nosso cliente saber que ele é especial.



INTEGRIDADE

AGIR COM ÉTICA E COMPROMISSO COM AS LEIS E NORMAS DA COMPANHIA.



ORGANIZAÇÃO

ATUAR PARA TER UM AMBIENTE DE TRABALHO E RECURSOS DA EMPRESA ORGANIZADOS, LIMPOS E PRESERVADOS.



AUSTERIDADE

FAZER USO RACIONAL DOS RECURSOS DA EMPRESA E TER FOCO NO QUE AGREGA VALOR, IMPEDINDO DESPERDÍCIOS E BUROCRACIA.



INOVAÇÃO

ASSUMIR QUE A MUDANÇA É UMA CONSTANTE NOS NEGÓCIOS. PESQUISAR E IMPLEMENTAR NOVAS TENDÊNCIAS E PROCESSOS.

NOSSA CULTURA

CULTIVAMOS UMA CULTURA QUE VALORIZA A EXCELÊNCIA, MOTIVAÇÃO, DETERMINAÇÃO E INOVAÇÃO. NOSSOS VALORES SÃO O QUE NOS MOVEM EM DIREÇÃO AO QUE NOS É COMUM, AO MESMO TEMPO EM QUE VALORIZAMOS A DIVERSIDADE E O ATENDIMENTO DE ALTO NÍVEL AOS CLIENTES E SUAS CARACTERÍSTICAS, QUE SÃO ÚNICAS. CONHEÇA-OS A SEGUIR:



CRIATIVIDADE

BUSCAR A ORIGINALIDADE, TRAZER NOVAS SOLUÇÕES PARA TODAS AS INICIATIVAS, PROCESSOS E PRODUTOS.



EMPENHO

ENTENDER QUE OS NEGÓCIOS IMPÕEM CONSTANTES DESAFIOS E RESPONDER COM DETERMINAÇÃO PARA SUPERÁ-LOS



TRANSPARÊNCIA

AGIR E SE COMUNICAR COM A VERDADE.



CONTROLE E GESTÃO

GERIR E ATUAR COM INFORMAÇÕES OBJETIVAS, ANÁLISE DE DADOS, CONTROLES SISTEMATIZADOS E DECISÕES FUNDAMENTADAS.



SOMOS TODOS VAREJO

VALORIZAMOS A EMPATIA E AS TROCAS RICAS DE EXPERIÊNCIAS, QUE CONSTROEM TIMES MAIS MOTIVADOS E INTEGRADOS. PARA AUMENTAR A CONEXÃO ENTRE PROFISSIONAIS DE ÁREAS DIFERENTES COM O CORAÇÃO DO NOSSO NEGÓCIO, REALIZAMOS A CAMPANHA “SOMOS TODOS VAREJO”.

A PARTIR DA AÇÃO, COLABORADORES DOS ESCRITÓRIOS SOMARAM-SE AO TIME DE LOJAS DURANTE O PERÍODO DE PICO DE VENDAS, NO QUAL DERAM SUPORTE EM ATIVIDADES DO DIA A DIA DA PONTA, NO CONTATO DIRETO COM OS CLIENTES. ESSES PROFISSIONAIS EXPERIENCIARAM O COTIDIANO DO TIME DE LOJAS, REALIZANDO DESDE A RECEPÇÃO DO CLIENTE E O DIRECIONAMENTO DELE PARA UM VENDEDOR, A RETIRADA DE ALARME DAS PEÇAS, SEGUIDO DA PREPARAÇÃO DE UMA EMBALAGEM ESPECIAL, ATÉ A REALIZAÇÃO DA DISPENSA DE ROUPAS DO PROVADOR.

PREPARAMOS UMA AULA SOBRE COMO EXECUTAR COM EXCELÊNCIA TODAS AS ETAPAS DE NOSSAS VENDAS, EM MODALIDADE PRESENCIAL E ONLINE, ALÉM DE UM MATERIAL DE APOIO.

APÓS PASSAR PELO PROCESSO, O COLABORADOR É DIRECIONADO PELO GERENTE DA LOJA PARA A FUNÇÃO EM QUE ELE PRECISA DE MAIS APOIO NO DIA, AUMENTANDO O SENTIMENTO DE PERTENCIMENTO E DE CONHECIMENTO SOBRE A NOSSA OPERAÇÃO.

EM 2021, 26 PESSOAS DO TIME ADMINISTRATIVO PASSARAM POR ESSA EXPERIÊNCIA.

TIME DE APAIXONADOS

TREINAMENTOS

PARA SEGUIRMOS ENCANTANDO COM PRODUTOS DE EXCELÊNCIA, MANTENDO O ATENDIMENTO DE PONTA AOS NOSSOS CLIENTES, INVESTIMOS EM TREINAMENTOS CONTÍNUOS, QUE VÃO DE CURSOS MINISTRADOS ATÉ ÀQUELES VOLTADOS AOS NOSSOS COLABORADORES DE NOSSAS FÁBRICAS. COMO FORMA DE GARANTIR O APERFEIÇOAMENTO CONTÍNUO DE NOSSO PROCESSO FORMATIVO E DE CAPACITAÇÃO, TEMOS UMA UNIVERSIDADE CORPORATIVA QUE, EM 2021, IMPACTOU MAIS DE 1.100 COLABORADORES.

OUTRA FRENTE DE ATUAÇÃO QUE TEM SIDO FUNDAMENTAL PARA A EVOLUÇÃO DA SUSTENTABILIDADE DO NOSSO NEGÓCIO SÃO OS TREINAMENTOS DE ESG, QUE CONGREGAM OS TEMAS “ENPS (EMPLOYEE NET PROMOTER SCORE) & PAPEL DO LÍDER”, “DIVERSIDADE E INCLUSÃO”, “MODA COM VERSO”, “TREINAMENTO PRIMEIRO EMPREGO (JOVEM APRENDIZ)”, “FEEDBACK INSPIRA TALENTOS”, “ROTA DE DESENVOLVIMENTO”, ALÉM DAQUELES VOLTADOS À PREVENÇÃO DE FRAUDES E ASSÉDIO.

ADICIONALMENTE A ESSAS MODALIDADES OFERECIDAS, UTILIZAMOS INDICADORES-CHAVE DE DESEMPENHO (KPIs) E, CASO METAS NÃO SEJAM ATINGIDAS, O COLABORADOR É ORIENTADO A REFAZER OS CURSOS DIRECIONADOS A SUA ÁREA. A MÉDIA GLOBAL DE PARTICIPAÇÃO EM NOSSOS TREINAMENTOS É DE APROXIMADAMENTE 60% DO TOTAL DO PÚBLICO DE COLABORADORES.

VEJA OS NÚMEROS DE COLABORADORES TREINADOS EM 2021:



MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO POR CATEGORIA FUNCIONAL



DIVERSIDADE E INCLUSÃO

A CREDITAMOS QUE A DIVERSIDADE É ESSENCIAL PARA A CONSTRUÇÃO DE UM AMBIENTE INOVADOR. É JUSTAMENTE A PARTIR DO ENCONTRO COM O DIFERENTE QUE IDEIAS SURGEM E QUE ANTIGOS PRESSUPOSTOS SÃO QUESTIONADOS, DANDO ORIGEM AO NOVO. ENTENDEMOS A PLURALIDADE COMO UMA FORÇA, QUE DEVE SER CELEBRADA COMO TAL. PARA CRIAR POLÍTICAS E FOMENTAR UMA CULTURA QUE ESTIMULE A INCLUSÃO E CRIE UM AMBIENTE DE TRABALHO MAIS CONFORTÁVEL PARA PESSOAS DAS MAIS VARIADAS ORIGENS E IDENTIDADES, EM 2021 REALIZAMOS O NOSSO CENSO DE DIVERSIDADE.

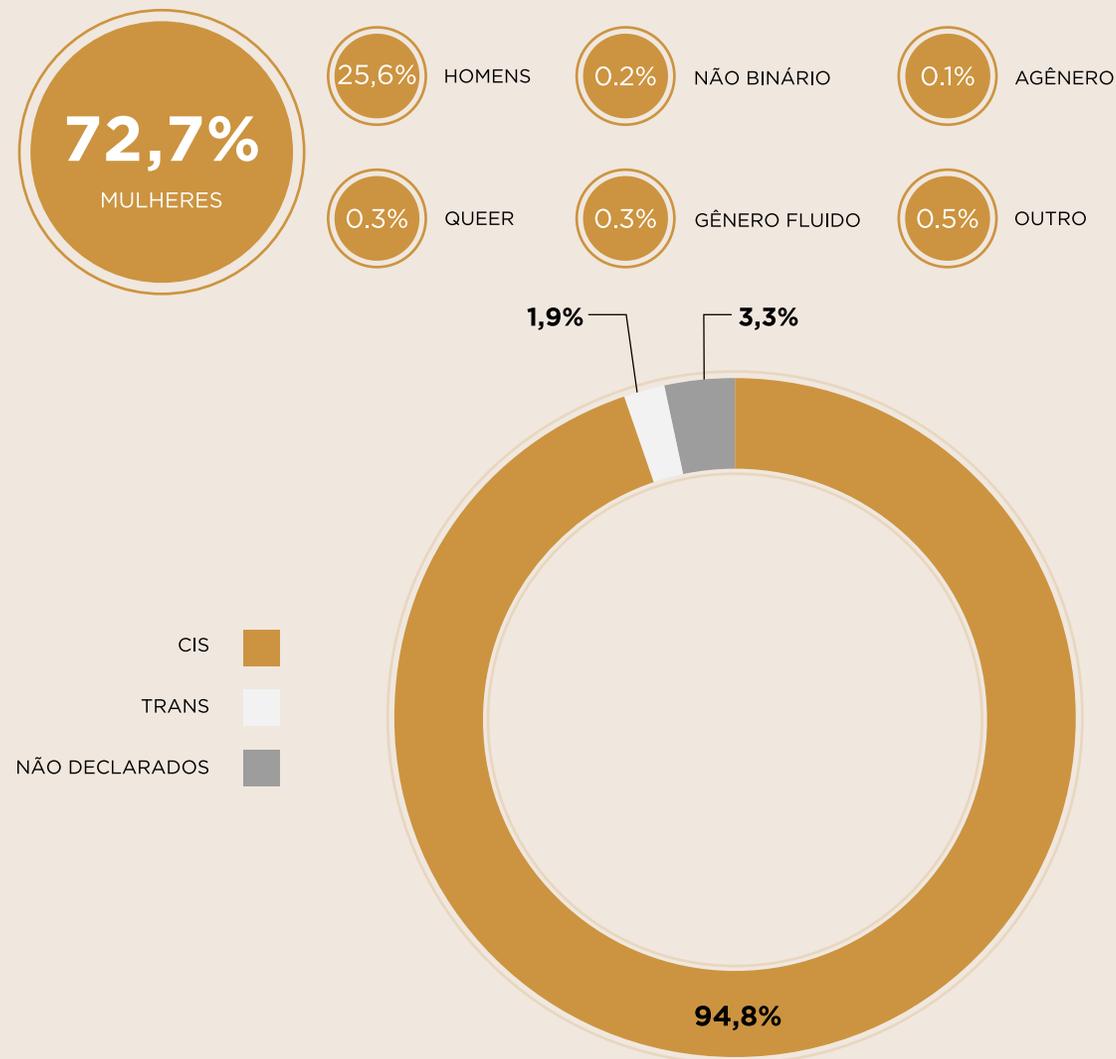
A PARTIR DESSE LEVANTAMENTO, FEITO COM O APOIO DE UMA CONSULTORIA ESPECIALIZADA, CONHECEMOS EM MAIOR PROFUNDIDADE NOSSOS COLABORADORES, OLHANDO PARA OS SEGUINTE ASPECTOS: RAÇA, CLASSE, RELIGIÃO, GÊNERO, ORIENTAÇÃO SEXUAL, FAIXA-ETÁRIA E DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA.

A PESQUISA, QUE OCORREU A PARTIR DE UM FORMULÁRIO DE AUTOPREENCHIMENTO E QUESTIONÁRIO ONLINE, TEVE UM PÚBLICO-ALVO COMPOSTO POR 3.635 COLABORADORES E FOI RESPONDIDO POR 2.104 PESSOAS (58% DO PÚBLICO-ALVO), ALCANÇANDO UM NÍVEL DE CONFIANÇA DE 96%.

ASSIM, PUDEMOS CONHECER MELHOR AS DISTINTAS EXPERIÊNCIAS VIVIDAS NO AMBIENTE DE TRABALHO DA COMPANHIA E IDENTIFICAR SITUAÇÕES QUE DEVEM SER EVITADAS, O QUE PERMITIRÁ IMPLEMENTAR MEDIDAS DE COMBATE À DESIGUALDADE, DE QUALQUER NATUREZA.

NA COMPANHIA, O TEMA DA DIVERSIDADE TEM ABORDAGEM CONSTANTE. ACREDITAMOS QUE ESTIMULAR REFLEXÕES ABERTAMENTE É O QUE GARANTE ATITUDES ÉTICAS POR PARTE DE TODOS OS NOSSOS COLABORADORES, SEJA NO RELACIONAMENTO INTERNO, NO TRATO COM OS CLIENTES, FORNECEDORES, PARCEIROS E, ATÉ MESMO, FORA DO AMBIENTE DE TRABALHO.

IDENTIDADE DE GÊNERO



MANTEMOS UM GRUPO FOCADO EM TRAZER DIFERENTES PONTOS DE VISTA, INCENTIVANDO O DIÁLOGO PARA UMA CONVIVÊNCIA SAUDÁVEL NO INTERIOR DA COMPANHIA. ESSE TEMA TAMBÉM É TRAZIDO DE FORMA RECORRENTE EM NOSSOS TREINAMENTOS INTERNOS E REUNIÕES DE EQUIPE, AO LADO DO MONITORAMENTO CONSTANTE DE INDICADORES DE GESTÃO DE PESSOAS.

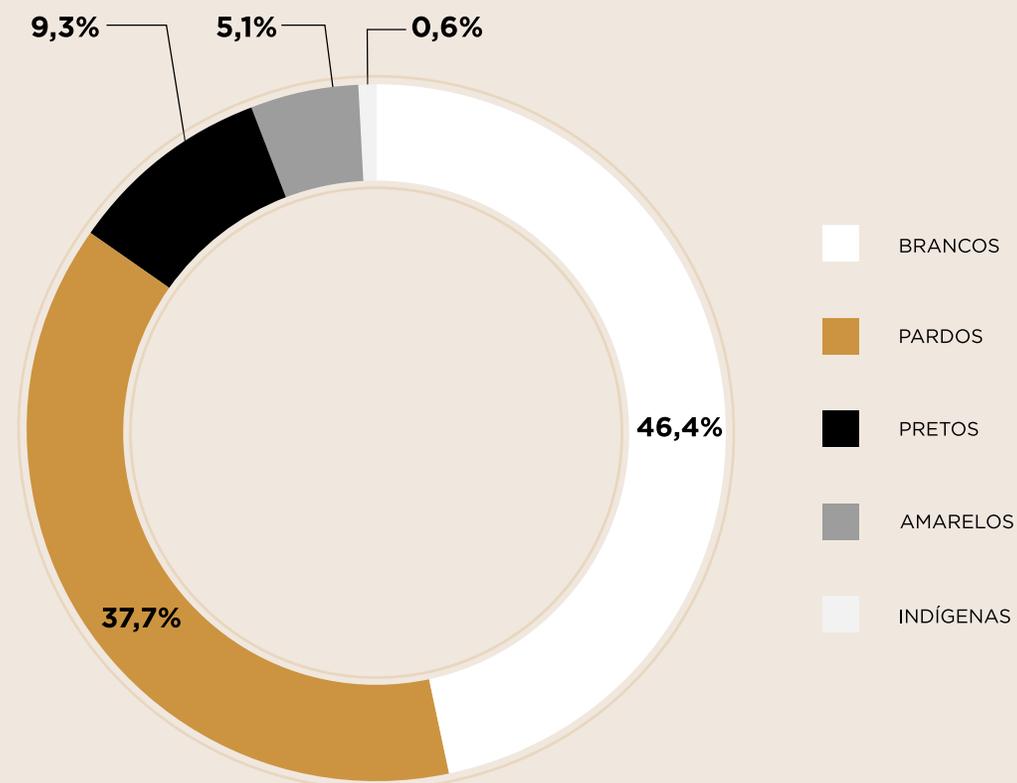
OUTRA MEDIDA QUE TOMAMOS PARA TERMOS UMA COMPANHIA EM QUE TODOS SE SINTAM LIVRES PARA SER QUEM SÃO É A ADOÇÃO DE DIRETRIZES FORMAIS EM NOSSOS PROCESSOS DE CONTRATAÇÃO.

A SELEÇÃO DE NOSSOS COLABORADORES TEM, PORTANTO, CRITÉRIOS TRANSPARENTES, QUE PREZAM PELA TÉCNICA E PELA ÉTICA DO INÍCIO AO FIM.

ENCORAJAMOS A CONTRATAÇÃO DE MULHERES, PRETOS(AS), INDÍGENAS E DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA. APOIAMOS A PRÁTICA DE ADOÇÃO DE RECRUTAMENTOS ESPECÍFICOS QUE CONTRIBUAM PARA A NOSSA DIVERSIFICAÇÃO E PARA FAZER VALER A PREVENÇÃO À EXCLUSÃO DE CANDIDATOS EM RAZÃO DE COR, RAÇA, ORIGEM, IDADE, ORIENTAÇÃO SEXUAL, ENFIM, QUALQUER TIPO DE PRECONCEITO OU DISCRIMINAÇÃO. DESSA FORMA, EVITAMOS VIESES INCONSCIENTES E GARANTIMOS MAIOR ALINHAMENTO AOS NOSSOS VALORES.

ESSAS ATITUDES SÃO EVIDENCIADAS NO DESENVOLVIMENTO DAS NOSSAS COLEÇÕES E NO ZELO POR NOSSOS CLIENTES, EM TODOS OS NOSSOS CANAIS DE ATENDIMENTO E PONTOS DE VENDA. PARA ISSO, CRIAMOS MECANISMOS DE DIVULGAÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO COM NOSSOS COLABORADORES DO ESCRITÓRIO, FÁBRICAS, CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO E LOJAS.

COMPOSIÇÃO RACIAL



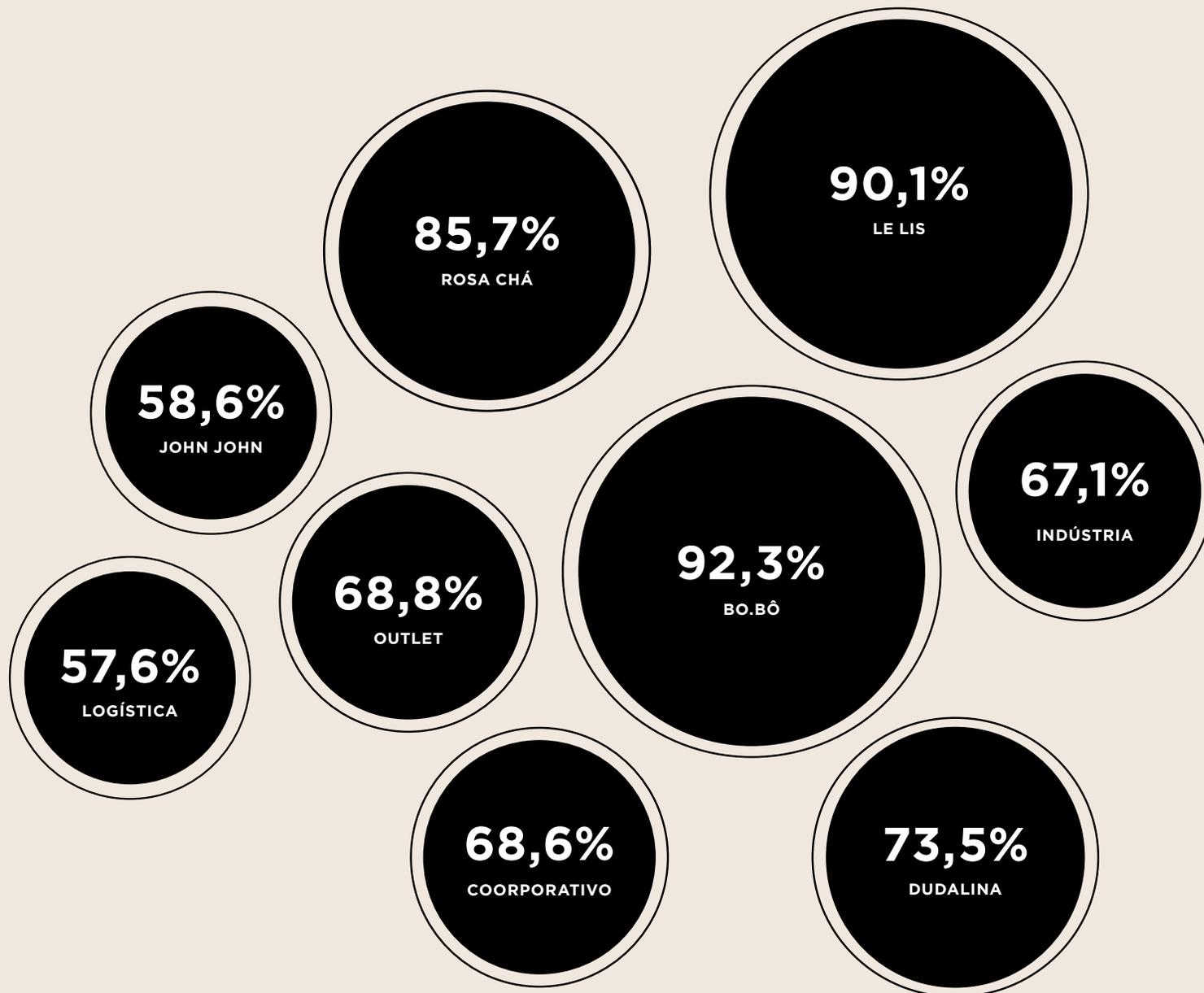
RESTOQUE: UMA PALAVRA FEMININA

COMO UM TIME DE PESSOAS QUE ACREDITAM NO QUE FAZEM, PROCURAMOS AVANÇAR DE FORMA COLETIVA, SEMPRE VALORIZANDO O ESFORÇO INDIVIDUAL. EM VIRTUDE DISSO, EM NOSSO ÚLTIMO CENSO DE DIVERSIDADE, PUDEMOS CONSTATAR QUE 31,3% DE NOSSOS COLABORADORES QUE AVANÇARAM PARA CARGOS DE SENIORIDADE JÁ TÊM UMA HISTÓRIA DE ATUAÇÃO NA RESTOQUE.

UM OUTRO FATOR QUE NOS ENCHE DE ORGULHO É O FATO DE SERMOS UMA COMPANHIA MAJORITARIAMENTE FEMININA. A MAIORIA DAS ÁREAS DE NEGÓCIO É COMPOSTA POR MULHERES. ENTRE OS COLABORADORES QUE SE TORNARAM SENIORES, 71,6% SÃO DO SEXO FEMININO E, DOS QUE CHEGARAM A CARGOS DE LIDERANÇA, QUE CORRESPONDEM A 17,4% DE NOSSO QUADRO DE COLABORADORES, 70,8%.

AO LADO DA VALORIZAÇÃO DA NOSSA EQUIPE INTERNA, O QUE PROVOCA MAIOR SENSO DE PERTENCIMENTO E REALIZAÇÃO, ESTÁ O APERFEIÇOAMENTO DE NOSSOS COLABORADORES EM LINHA COM A COMPANHIA QUE DESEJAMOS CONSTRUIR: CRIATIVA E DIVERSA.

VEJA COMO É A COMPOSIÇÃO DE MULHERES DOS TIMES EM CADA UMA DE NOSSAS MARCAS E ÁREAS DA COMPANHIA:



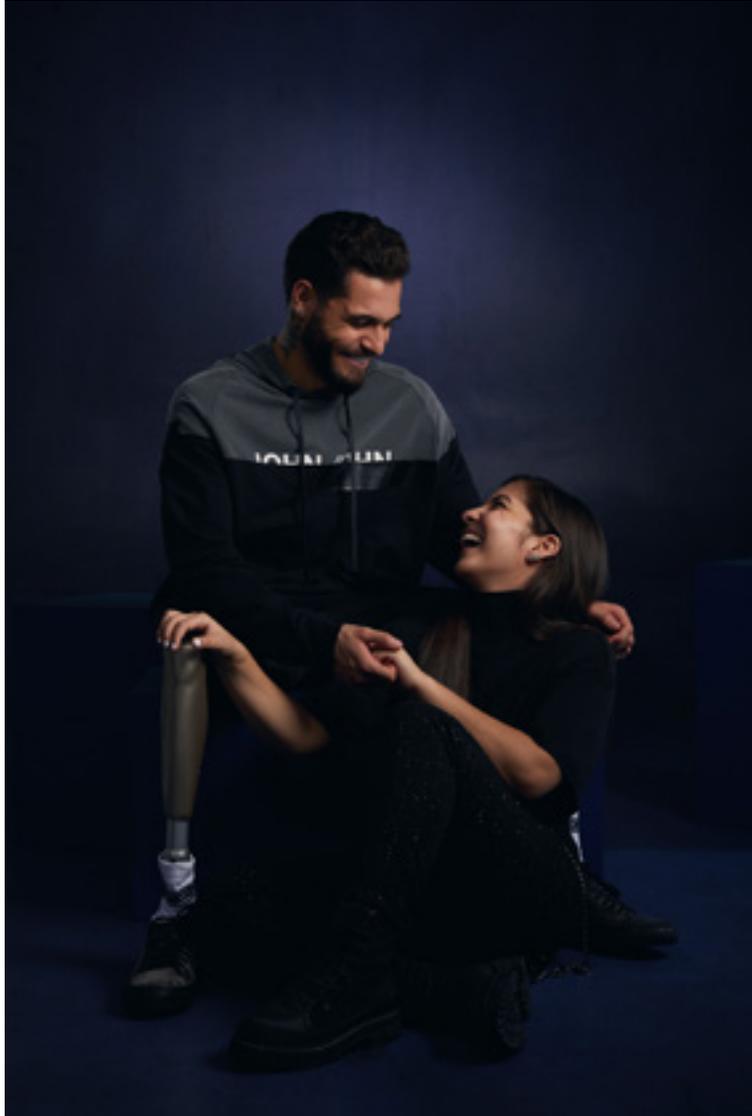


A responsabilidade de um mundo mais igualitário também é nossa.

COMITÊ DE DIVERSIDADE RESTOQUE

EM JULHO DE 2021, COMO FORMA DE APRIMORAR O NOSSO OLHAR SOBRE O TEMA DA DIVERSIDADE E DA INCLUSÃO, CRIAMOS O COMITÊ DE DIVERSIDADE RESTOQUE, GRUPO MULTIDISCIPLINAR, COMPOSTO POR 40 COLABORADORES DE DIFERENTES ÁREAS DE ATUAÇÃO E LIDERADO PELA GERÊNCIA DE RECURSOS HUMANOS.

NAS INTEGRAÇÕES DE NOVOS MEMBROS DO COMITÊ, PREZAMOS POR DEIXAR CLARO QUE SE TRATA DE UM ESPAÇO SEGURO, DE TROCAS E AQUISIÇÃO DE NOVOS CONHECIMENTOS. PARA NÓS, RESPEITAR A INDIVIDUALIDADE DE CADA UM É O QUE GARANTE A INTERAÇÃO E A LIBERDADE PARA MANIFESTAR OPINIÕES EM UM CAMINHO DE CRESCIMENTO PERENE, POIS SABEMOS QUE, PARA FALAR DE DIVERSIDADE, PRECISAMOS SER UMA COMPANHIA DIVERSA.



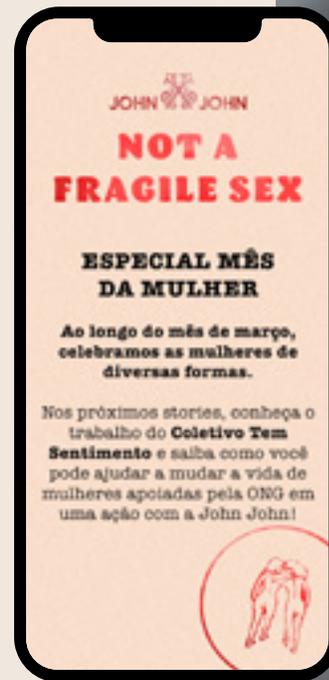
ALL LOVE MATTERS

PARA COMEMORAR O MÊS DOS NAMORADOS, A JOHN JOHN CELEBROU O AMOR POR MEIO DE UMA CAMPANHA BASEADA NA DIVERSIDADE E NAS DIVERSAS FORMAS DE EXPRESSAR O SENTIMENTO. A MARCA CONVIDOU CASAIS REAIS PARA VESTIREM SEUS LANÇAMENTOS - UM GRUPO FORMADO POR PESSOAS CIS E TRANS, LGBTQIA+ E COM DEFICIÊNCIA.

DIA INTERNACIONAL DA MULHER

EM CELEBRAÇÃO AO MÊS DA MULHER, A JOHN JOHN LANÇOU UMA SÉRIE DE MODELOS DE CAMISETAS COM MENSAGENS DE EMPODERAMENTO FEMININO. JUNTO ÀS PEÇAS, A MARCA TAMBÉM COMUNICOU DADOS SOBRE A REPRESENTATIVIDADE FEMININA NO MERCADO DE TRABALHO NAS REDES SOCIAIS, BUSCANDO UMA MAIOR CONSCIENTIZAÇÃO EM TORNO DA IGUALDADE.

A MARCA DIRECIONOU PARTE DO LUCRO OBTIDO COM AS VENDAS NO MÊS DE MARÇO PARA O COLETIVO TEM SENTIMENTO, UMA ONG LOCALIZADA NA REGIÃO DA CRACOLÂNDIA, EM SÃO PAULO (SP), QUE APOIA MULHERES CIS E TRANS POR MEIO DE OFICINAS DE ARTESANATO E UPCYCLING.



SOMOS TODOS NOEL

HÁ VÁRIOS ANOS A RESTOQUE INCENTIVA OS COLABORADORES DO ESCRITÓRIO A ADOTAREM CARTINHAS DE CRIANÇAS PARA PRESENTEÁ-LAS NO NATAL.

EM 2021, CONVIDAMOS OS FILHOS DOS NOSSOS COLABORADORES DA OPERAÇÃO DA INDÚSTRIA E DA LOGÍSTICA PARA ESCREVEREM CARTINHAS PARA O PAPAÍ NOEL. RECEBEMOS 240 CARTINHAS E, MESMO ANTES DO PRAZO, TODAS FORAM ADOTADAS.

ESSA AÇÃO MUITO NOS ORGULHA, POIS REFLETE O COMPROMETIMENTO COM A NOSSA CULTURA, SINALIZANDO OS VALORES DA COMPANHIA QUE ESTÃO CONTIDOS EM CADA COLABORADOR QUE CONSTRÓI A HISTÓRIA DA NOSSA EMPRESA.



Nosso time é quem gera
nosso sucesso!

BLUE EDTECH

EM PARCERIA COM A BLUE EDTECH, REALIZAMOS UM PROJETO INICIADO EM JANEIRO DE 2021 E FINALIZADO NO MESMO MÊS DE 2022, NO QUAL SELECIONAMOS SEIS JOVENS PARA TRABALHAR NA ÁREA DE TECNOLOGIA DA COMPANHIA. A STARTUP ATUA COM FOCO EM IMPACTO SOCIAL AO TRANSFORMAR JOVENS TALENTOS DE BAIXA RENDA EM DESENVOLVEDORES JÚNIOR.

DURANTE CINCO SEMANAS, 41 ALUNOS DA BLUE EDTECH FORAM DIVIDIDOS EM GRUPOS PARA RESOLVER UM CASE: UM DESAFIO REAL DA ÁREA DE TECNOLOGIA DA RESTOQUE. TODAS AS QUARTAS-FEIRAS, SE REUNIRAM COM TRÊS LÍDERES DE TECNOLOGIA DA COMPANHIA E A TECH RECRUITER COMO MENTORES PARA A CONSTRUÇÃO DO CASE.

EM FEVEREIRO DESTE ANO, OS JOVENS APRESENTARAM SUAS SOLUÇÕES E UM GRUPO FOI SELECIONADO COMO VENCEDOR. DURANTE TODO O BOOTCAMP, A STARTUP E A RESTOQUE MAPEARAM OS TALENTOS COM MAIS PERFIL PARA ATUAR NA COMPANHIA E, AGORA, ELAS PASSAM POR UMA ENTREVISTA FINAL PARA A VAGA DE DESENVOLVEDOR JUNIOR.

AO FINAL DO PROCESSO, SEIS JOVENS TALENTOS INGRESSARÃO NO TIME DE TECNOLOGIA, CADA UM ATUANDO EM UMA DAS JORNADAS DA RESTOQUE.



WE ARE ALL CREATIVE II

EM APOIO À ARTE, A JOHN JOHN PROMOVEU A SEGUNDA EDIÇÃO DA CAMPANHA WE ARE ALL CREATIVE EM JANEIRO, CONVIDANDO SEUS SEGUIDORES A CRIAREM ESTAMPAS INSPIRADAS NA MÚSICA E NO CLIPE DE NOVOS TEMPOS - AÇÃO LANÇADA NA VIRADA DE 2020 PARA 2021 EM PARCERIA COM MANO BROWN E COM O GRAFITEIRO ZEZÃO. A PROPOSTA DA MARCA FOI DAR VIDA A UMA MENSAGEM DE ESPERANÇA EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19, QUE RESULTOU EM QUATRO MODELOS COM AS ESTAMPAS DOS SEGUIDORES ESCOLHIDAS POR VOTO ABERTO NO INSTAGRAM. AO FIM DA AÇÃO, PARTE DO LUCRO OBTIDO COM AS VENDAS DAS CAMISETAS FOI DIRECIONADO À ONG CAPÃO CIDADÃO, QUE APOIA CRIANÇAS E ADOLESCENTES NO CAPÃO REDONDO, EM SÃO PAULO, POR MEIO DE ARTE, ESPORTE E LAZER. AO TODO, MAIS DE R\$ 45 MIL FORAM DIRECIONADOS AO PROJETO.





RESTOQUE E PROTEA

O CÂNCER DE MAMA É O MAIS COMUM ENTRE AS MULHERES EM TODO O MUNDO E NO BRASIL. NO ENTANTO, SE DIAGNOSTICADO PRECOCEMENTE E TRATADO DE FORMA ADEQUADA, TEM ALTO ÍNDICE DE CURA. O CÂNCER DE MAMA NÃO FICA DE QUARENTENA, NÃO ESPERA A PANDEMIA ACABAR E, EM 2020, UM MILHÃO DE MULHERES DEIXARAM DE FAZER O EXAME CAPAZ DE DETECTÁ-LO, SEGUNDO APONTA O DATA-SUS, REALIZADO EM 2020.

EM 2020, INICIAMOS UMA PARCERIA QUE SE ESTENDEU AO LONGO ANO DE 2021, COM O INSTITUTO PROTEA, CRIADO COM A MISSÃO DE PROPORCIONAR, DE MANEIRA ÁGIL E COM QUALIDADE, O TRATAMENTO PARA MULHERES DE BAIXA RENDA.



LE LIS

ENTRE AS INICIATIVAS ESTÁ A CAMPANHA OUTUBRO ROSA, COM A CRIAÇÃO DE VELAS, UMA CAMISETA E CARTÕES COM 100% DE SEU LUCRO REVERTIDO À DOAÇÃO, ACRESCIDO DA ARRECADAÇÃO COM A VENDA DA COLEÇÃO DE LOUÇAS PROTEA, DA LE LIS CASA. ENTRE 2020 E 2021, FORAM ARRECADADOS R\$ 770 MIL, VALOR CONVERTIDO EM:

350

CONSULTAS DE TRIAGEM

306

MAMOGRAFIAS

300

BIÓPSIAS CANATOMO

300

USG

25

KITS ESTEREOTAXIA PARA EXAME DE MAMOTOMIA

25

TRATAMENTOS COPLETOS POR 11 MESES

VI

OUTLET - DEFEITO DO BEM

DUAS LOJAS DO NOSSO OUTLET (BROOKLIN E VILA LEOPOLDINA), AMBAS EM SÃO PAULO (SP), COMERCIALIZARAM PRODUTOS DE COLEÇÕES PASSADAS DA GRIFE LE LIS QUE APRESENTAVAM LEVES DEFEITOS, COM O COMPROMISSO DE DOARMOS 20% DO VALOR DAS VENDAS, ATÉ ATINGIRMOS R\$ 200.000,00 EM DOAÇÃO. A AÇÃO FOI CONCLUÍDA COM ÊXITO E O VALOR REPASSADO AO INSTITUTO PROTEA EM OUTUBRO DE 2021.

R\$ 536.019,00

EM PEÇAS DEFEITUOSAS

R\$ 463.980,00

EM PEÇAS DEFEITUOSAS

R\$ 107.204,00

VALOR DOADO (20%)

R\$ 92.796,00

VALOR DOADO (20%)

OUTLET BROOKLIN
(ENTRE NOV/20 E JAN/21)

OUTLET HASSIB - VILA LEOPOLDINA
(ENTRE AGO/21 E OUT/21)

BO.BÔ

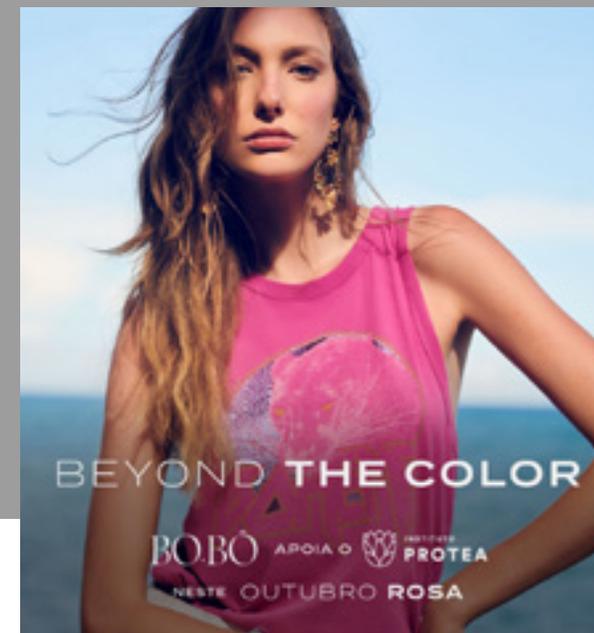
A BO.BÔ TAMBÉM CONTRIBUIU COM O INSTITUTO PROTEA, LANÇANDO DUAS CAMISETAS EXCLUSIVAS PARA O DIA DOS NAMORADOS E O OUTUBRO ROSA, COM 100% DO LUCRO DAS VENDAS REVERTIDO PARA A INICIATIVA. CONFIRA OS VALORES DIRECIONADOS:

R\$ 60.000,00

ARRECADADO NO DIA DOS NAMORADOS

R\$ 16.400,00

ARRECADADO NA CAMPANHA OUTUBRO ROSA



DE MÃOS DADAS

A MODA É UMA FORMA POTENTE DE CONEXÃO. É NO COMPARTILHAMENTO DE ESPAÇOS QUE NOS SÃO COMUNS QUE CRIAMOS A NOSSA IDENTIDADE, O QUE NOS É MAIS ÍNTIMO. SEM O OUTRO SERIA IMPOSSÍVEL EXISTIR.

POR SER ESSE ELO ENTRE COMUNIDADES E PESSOAS QUE COMPARTILHAM VALORES E DESEJOS, A MODA É UM CATALISADOR DE IMPORTANTES TRANSFORMAÇÕES - MESMO QUE ELAS AINDA NÃO POSSAM SER VISTAS A OLHO NU.

TRABALHAR COM ESSE VETOR DE MUDANÇA É O QUE MANTÉM OS NOSSOS POROS ABERTOS AO QUE ESTÁ POR VIR, SEM MEDO. ATÉ PORQUE A METAMORFOSE DE QUEM SOMOS E QUEM PRETENDEMOS SER EXPRESSOS EM ROUPAS, ACESSÓRIOS E COR É A BASE SOBRE A QUAL NOS DEBRUÇAMOS TODOS OS DIAS.

MANTER ESSA SENSIBILIDADE, AO LONGO DOS NOSSOS ÚLTIMOS 40 ANOS, NOS LEVOU, EM 2021, A ELABORAR A NOSSA ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE, ASSUMIR METAS PÚBLICAS E A CONSTRUIR ESTE RELATÓRIO QUE CHEGA AO SEU FIM, PORÉM COM PERSPECTIVA DE

EVOLUÇÃO PARA OS PRÓXIMOS ANOS.

POR TRÁS DE CADA COLEÇÃO, DE CADA PEÇA E CADA SORRISO DE NOSSOS CLIENTES, ESTÃO PESSOAS QUE DIARIAMENTE SE DEDICAM A PESQUISAS MINUCIOSAS, BUSCANDO O MAIS INOVADOR E RESPONSÁVEL MEIO DE MANTER ESSE CICLO VIRTUOSO EM FUNCIONAMENTO. ESTÃO TAMBÉM OS QUE VENDEM EM LOJAS FÍSICAS, OS QUE ATENDEM TELEFONES E RESPONDEM E-MAILS EM NOSSA CENTRAL DE ATENDIMENTO, GESTORES, GERENTES, ENFIM, AQUELES QUE FAZEM O NOSSO SONHO TANGÍVEL.

EM 2021, FORAM ESSAS PESSOAS QUE ESCREVERAM MAIS UM CAPÍTULO DE UMA LONGA HISTÓRIA. AGORA, A RESTOQUE SEGUE MAIS PREPARADA PARA TECER MUITAS OUTRAS LINHAS DE FUTURO. CADA PALAVRA E DADO CONTIDO NESTE DOCUMENTO FOI POSSÍVEL GRACIAS AO NOSSO TIME DE APAIXONADOS. A ELES E A TODOS OS NOSSOS STAKEHOLDERS, QUE SEGUEM ENTUSIASMADOS COM A LONGA JORNADA DE APRENDIZADO E CRESCIMENTO QUE A RESTOQUE TEM PELA FRENTE,

O NOSSO MUITO OBRIGADA!





RESTOQUE^{SA}