

AREZZO & CO

Relatório Anual 2020



AREZZO

SCHUTZ

BY BIRMAN

ANACAPRI

PIEVER

ALME

VANS

"OFF THE WALL"

TROC

ZZ'MALL

AR&CO

Reservat

Reservat mini

eVA

Oficina RESERVA

INK
Reservat

Reservat Go



Mensagem do presidente pág. 4



O relatório pág. 6

Arezzo&Co em 2020 pág. 8

Destaques do ano pág. 18



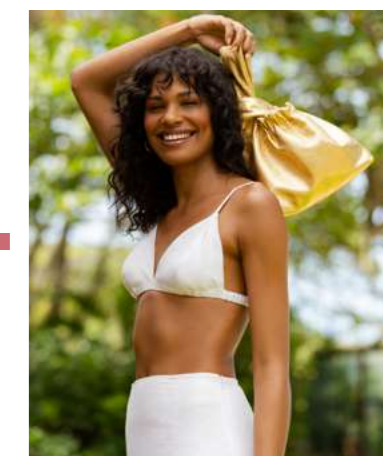
Nossas marcas pág. 20



A força do nosso time pág. 32

Com quem nos relacionamos pág. 46

Reponsabilidade com a sociedade e o meio ambiente pág. 52



Rumo ao futuro pág. 60

Sumário de conteúdo GRI pág. 62





Mensagem do presidente

GRI 102-14

Todo dia, um novo começo

Nós nos reinventamos a cada dia. Foi com esse sentimento que a Arezzo&Co atravessou o inusitado ano de 2020. Não foi um período fácil, pois a pandemia do novo coronavírus nos levou a fazer adaptações nos escritórios e na fábrica e a reavaliar nosso fluxo de trabalho com fornecedores e franqueados, uma vez que houve mais dificuldade na obtenção de matéria-prima e as lojas fecharam por meses. Mas não nos amedrontamos diante das restrições de circulação e do impacto no consumo e na produção. Ao contrário, subimos nos adaptar às mudanças e criamos alternativas para manter aceso o desejo dos clientes por nossas marcas e produtos e para continuar com as novas coleções. Para nos mantermos firmes e confiantes em um período de tantas incertezas, contamos com um combustível de altíssima qualidade – um time incrível, que ama o que faz e acredita no futuro.

Em um cenário de forte impacto na economia mundial, a companhia fez escolhas corajosas. Uma delas foi transferir a maior parte das equipes dos Estados Unidos e de São Paulo (SP) para nossa sede em Campo Bom (RS), centralizando as atividades no coração da empresa. Lamentamos perder alguns talentos nesse processo, um aspecto difícil nessa decisão. Em contrapartida, tornamos a operação mais enxuta, ágil e eficiente. E não posso deixar de ressaltar que as pessoas que ficaram conosco mostraram, mais do que nunca, sua garra e seu comprometimento. Todos trabalharam com muita dedicação para manter a qualidade do nosso negócio. Não há palavras suficientes para agradecer a cada um desses colaboradores. Foram eles os responsáveis por continuarmos fortes neste ano que passou.



E foram meses memoráveis, em que testamos a capacidade de resiliência e superação da companhia. Incorporamos o Grupo Reserva, do qual nasce a AR&CO, braço de *lifestyle* e vestuário da Arezzo&Co que consolida a estratégia de nos tornarmos uma verdadeira *House of Brands*. Também adquirimos a TROC – plataforma on-line de artigos *second hand* que opera no segmento AB no Brasil, fortalecendo nosso posicionamento de empresa sustentável ao investir na economia circular.

Hoje, nosso portfólio reúne 13 marcas, e todas fazem parte do ZZ MALL, nossa plataforma digital de moda que integra experiência de compra, curadoria e conteúdo de marcas consagradas e insurgentes. Portanto, há muito a ser desenvolvido nos próximos anos, com grandes perspectivas principalmente no *e-commerce* devido ao expressivo crescimento desse canal em todas as marcas em 2020 – de 145% em faturamento total em relação a 2019.

A cultura da Arezzo&Co, construída ao longo de 48 anos, também está em plena

evolução. Para uma empresa que deseja ser referência em sustentabilidade e liderar a transformação da indústria da moda, tornou-se crucial implementar práticas ESG em todas as esferas do negócio. A diversidade veio para ficar, e temos várias iniciativas programadas nesse tema. Estamos avançando em estratégias de redução de resíduos e de emissões de gases de efeito estufa, no uso de materiais sustentáveis e em mecanismos de certificação para toda a nossa cadeia produtiva.

Com uma ambição genuína de crescimento, a companhia segue focada em sua estratégia rumo a 2154. Para 2021, elegemos cinco prioridades. Vamos nos concentrar na integração da AR&CO (Grupo Reserva), na continuidade da digitalização da empresa, no crescimento das marcas orgânicas, como Arezzo, Schutz e Anacapri, na conquista de novos negócios e, por fim, na continuidade de nossa expansão internacional nos Estados Unidos.

Vamos em frente!

Alexandre Birman, CEO da Arezzo&Co





O relatório

GRI 102-40, 102-42, 102-46, 102-49, 102-50, 102-53, 102-54

Esta edição do Relatório Anual da Arezzo&Co reúne as conquistas, os desafios e os resultados vividos pela empresa e suas marcas no período de 1º de janeiro a 31 dezembro de 2020. A publicação traz uma visão sobre as práticas econômicas, ambientais e sociais da companhia, bem como as prioridades de evolução da Arezzo&Co. Publicado pelo terceiro ano consecutivo, o documento foi elaborado de acordo com as Normas Global Reporting Initiative (GRI) – opção Essencial e orienta-se pelas diretrizes do Relato Integrado (IR).

A nova materialidade

A materialidade da Arezzo&Co, que reúne os temas relevantes na atuação da empresa e no seu relacionamento com os principais públicos, foi atualizada em 2020. Os temas materiais anteriores haviam sido definidos em 2018, e essa atualização reflete as mudanças da companhia e do mercado nos últimos anos.

O processo para a construção da nova materialidade envolveu pesquisa e entrevistas com as lideranças da empresa e *stakeholders* externos.

- 5 líderes da Arezzo&Co e 3 *stakeholders* externos entrevistados – um investidor, um especialista e um conselheiro;
- 85 respostas ao questionário on-line, entre clientes, colaboradores, franqueados, especialistas, fornecedores e prestadores de serviço;
- 12 documentos internos analisados como políticas, diretrizes estratégicas, materiais de comunicação, certificações;
- 5 documentos externos avaliados: estratégias de pares e concorrentes, questionários de *ratings* e índices.



Conheça, a seguir, os temas materiais da Arezzo&Co definidos em 2020, bem como sua relação com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) e com os pilares de sustentabilidade ESG – do inglês *Environmental, Social and Governance*, ou questões ambientais, sociais e de governança – que a companhia está incorporando em seus negócios. A descrição de cada tema material está no Anexo GRI. GRI 103-1

Para dúvidas, informações ou sugestões, entre em contato conosco pelo e-mail ri@arezzo.com.br

Tema material	GRI 102-44, 102-47	Relação do tema com ODS
Sustentabilidade na cadeia de valor e gestão de fornecedores		8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO, 16 PAZ JUSTIÇA E SOCIEDADES INCLUIVAS
Origem da matéria-prima, uso de materiais e processos		12 CONSUMO RESPONSÁVEL E RESPONSABILIDADE
Cultura sustentável nos parceiros comerciais e franqueados		8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO, 9 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA, 12 CONSUMO RESPONSÁVEL E RESPONSABILIDADE, 16 PAZ JUSTIÇA E SOCIEDADES INCLUIVAS
Geração de valor ESG para clientes e comunidades		8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO, 9 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA, 12 CONSUMO RESPONSÁVEL E RESPONSABILIDADE
Empoderamento de gente e promoção da diversidade e inclusão		3 SAÚDE E BEM-ESTAR, 4 EDUCAÇÃO QUALIDADE, 5 IGUALDADE DE GÊNERO, 8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO
Inovação orientada pela sustentabilidade		9 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA
Governança corporativa		16 PAZ JUSTIÇA E SOCIEDADES INCLUIVAS
Economia circular		12 CONSUMO RESPONSÁVEL E RESPONSABILIDADE

Arezzo&Co em 2020

GRI 102-1, 102-2

Encantar clientes é nosso maior desafio. É também a maior paixão da Arezzo&Co e o que assegura à companhia a liderança do setor de calçados, bolsas e acessórios femininos no Brasil. Hoje, com 48 anos de história, a empresa atravessa um importante momento de evolução, caminhando para ser uma *House of Brands* com alta *expertise* na gestão de marcas, oferecendo eficiência e experiência de compra a todos os seus clientes.

Nosso portfólio abriga 13 marcas e centenas de produtos que refletem tendências e comportamentos de consumo:

Arezzo, Schutz, Anacapri, Alexandre Birman, Fiever, Alme, Vans®, Reserva, Reserva Mini, Oficina Reserva, Reserva Go, Ink e Eva

As marcas do Grupo Reserva – Reserva, Reserva Mini, Oficina Reserva, Reserva Go, Ink e Eva – estão alocadas no braço de *lifestyle* da Arezzo&Co, o AR&CO.

Além disso, nossa estrutura conta com duas plataformas on-line de moda, ZZ MALL e TROC, que comercializam não apenas produtos do grupo Arezzo&Co, mas também de outras marcas. O ZZ MALL tem atualmente mais de 30 marcas em sua vitrine, e a TROC investe em peças de luxo de segunda mão.

O Grupo Reserva e a TROC foram incorporadas ao portfólio da Arezzo&Co em 2020. Já a Vans®, que passou a integrar a companhia em 2019, teve seu primeiro ano sob a nossa gestão.

Mais de 14,4 milhões de calçados, bolsas, roupas e acessórios comercializados por todas as marcas da Arezzo&Co em 2020.



AR&CO

GRI 102-10

Em uma estratégia para complementar nosso negócio, criamos, em 2020, a AR&CO, nosso braço de *lifestyle*, lançado com a chegada do Grupo Reserva. Com isso, a Arezzo&Co, que é líder no segmento de calçados e bolsas nas classes A e B no Brasil, passa agora a almejar a liderança também no segmento de vestuário, que engloba itens de moda masculina, feminina e infantil, incluindo roupas e acessórios.

AR&CO tem múltiplos significados. AR remete às iniciais dos dois fundadores de Reserva, Alexandre e Rony, às iniciais de Arezzo&Co e Reserva, além de traduzir os novos ARes para nós, agora unidos, com a simbologia de criar asas para voAR ainda mais alto.

Nossos produtos são desenvolvidos no complexo industrial de Campo Bom (RS), onde se concentram todas as atividades da Arezzo&Co, e em mais de 50 fábricas e ateliês independentes, a maioria situada no Vale do Rio dos Sinos (RS). Dispomos, ainda, de um Centro de Distribuição em Cariacica (ES). Com 5.000 m² e capacidade para armazenar 370 mil peças, a estrutura atende à demanda de lojas próprias e franqueadas, multimarcas e *e-commerce*.

2020 em números* GRI 102-7

139

lojas próprias (Brasil e exterior)

935 mil

peças de roupas comercializadas

762

lojas franqueadas (Brasil e exterior)

R\$ 224,8 milhões

de receita nas operações internacionais

3

fábricas próprias

R\$ 2,02 bilhões

de receita bruta

5.736

lojas multimarcas

R\$ 226,9 milhões

de EBITDA

13 milhões

de pares de sapatos vendidos

R\$ 87,3 milhões

de lucro líquido

1,3 milhão

de bolsas vendidas

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

*Os resultados contemplam apenas o mês de dezembro de 2020 do Grupo Reserva.



Ajustes de rota

A Arezzo&Co iniciou 2020 repleta de expectativas para seu novo ciclo de expansão. Em março, com o avanço da pandemia de Covid-19, a essência de nosso plano estratégico manteve-se intacta. Porém, em um ano excepcional no Brasil e no mundo, a empresa precisou rever os projetos previstos para o período e redefinir prioridades, acelerando em alguns casos e reduzindo o ritmo em outros. Nada foi criado do zero. Em bases já bem estruturadas, tivemos agilidade para nos adaptar aos novos tempos e avançar rumo a 2154. As adaptações e as ações realizadas devido à pandemia são abordadas ao longo do relatório.

Entre as evoluções deste período, destacam-se:

- Lançamento da **plataforma de moda ZZ MALL**.
- Criação da **ZZ Ventures**, braço de *corporate venture capital*, que será responsável pela busca e captação de novas *startups* e *scale ups* em diversos segmentos, com objetivo de ampliar a atuação da Arezzo&Co nas frentes de tecnologia e inovação. Nossa primeira missão via ZZ Ventures foi a aquisição da TROC, plataforma on-line que atua na economia circular.
- Aquisição do **Grupo Reserva**, de vestuário, consolidando a Arezzo&Co como gestora de marcas.

E fizemos isso tudo tendo sempre a sustentabilidade em mente, dando mais alguns passos para **incorporar os pilares ESG** (do inglês *Environmental, Social and Governance*, ou questões ambientais, sociais e de governança) à nossa estratégia.

Quando a vitrine virou tela

Tudo parecia dentro do previsto no início de 2020. Impossível imaginar que, ao final do verão, teríamos que reformular as frentes do negócio para que as coleções seguintes chegassem até nossos clientes. De uma semana para outra, a Arezzo&Co fechou suas lojas próprias e franqueadas temporariamente e interrompeu a produção em Campo Bom (RS) por mais de 30 dias. Uma grande parte dos colaboradores foi trabalhar em casa. Mas optamos por manter funcionando o Centro de Distribuição (CD), em Cariacica (ES), para atender à crescente demanda do *e-commerce*, com uma operação especial garantindo a segurança da equipe que continuou, todos os dias, trabalhando para entregar as compras feitas on-line.

Foi enorme o desafio de paralisar nossa operação e decidir quando e como retomá-la. A companhia buscou compreender o cenário, não se antecipar à demanda e exercitar sua capacidade de adaptação. Graças à nossa equipe extraordinária, conseguimos alterar o calendário de produção, com lançamentos a cada 15 dias. Uma motivação extra para o time veio de uma carta escrita por Anderson Birman, fundador da Arezzo&Co, que foi divulgada aos colaboradores em março de 2020, no início da pandemia de Covid-19. Nela, Anderson compartilha suas décadas de experiência com dicas de como superar a crise.

Naquele momento, todos os *showrooms* passaram a ser 100% digitais, e a tela virou nossa principal vitrine. Com isso, aceleramos nossa transformação digital e apostamos ainda mais na nossa plataforma on-line.

A empresa de moda mais digital do Brasil

GRI 103-2, 103-3

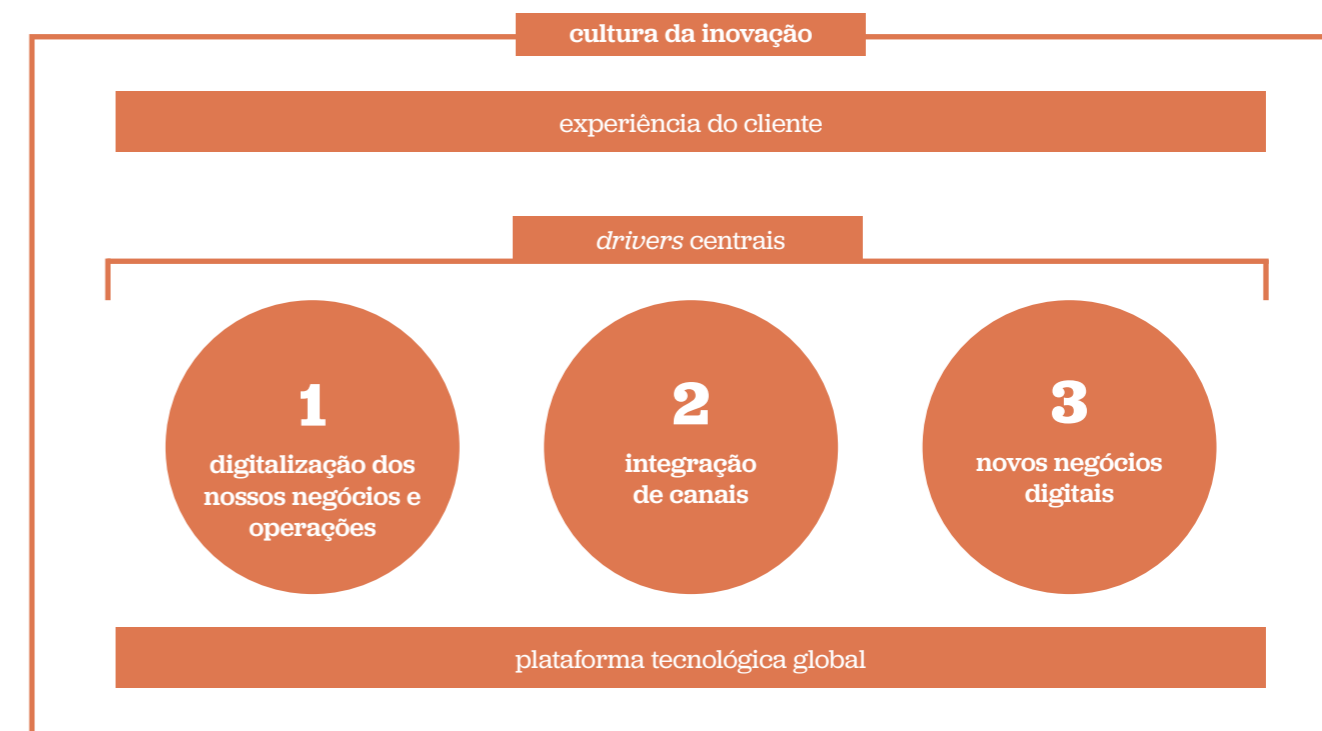
A evolução da Arezzo&Co parte da visão de transformar a empresa de varejo multicanal, focada em calçados e bolsas, em uma plataforma digital da moda que atua em diversos segmentos, ou seja, uma legítima *House of Brands*, com ampla experiência de marca e conectividade.

Nesta transição, porém, não podíamos imaginar que os desafios impostos pela pandemia do novo coronavírus fariam de 2020 um ano de grandes oportunidades para a companhia. Com o fechamento temporário das lojas ou o funcionamento em horários

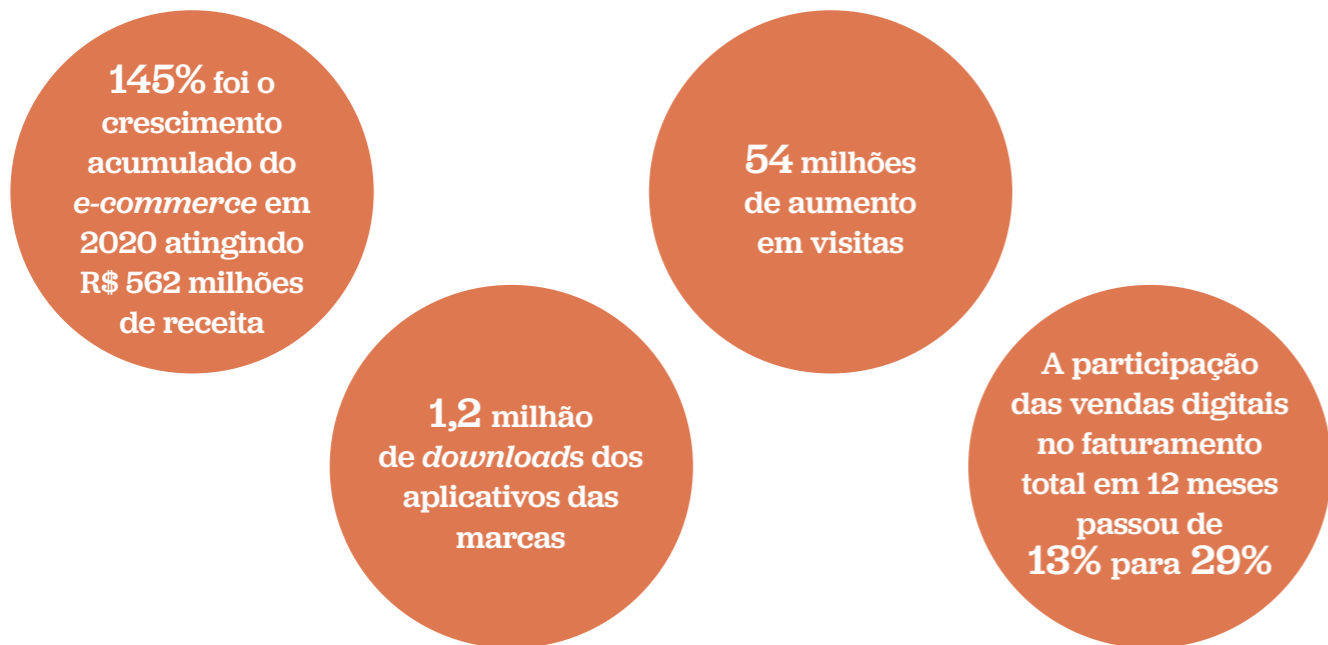


reduzidos e com as recomendações de isolamento social, nosso *e-commerce* tornou-se uma frente de alta relevância no negócio. Além disso, aceleramos as demais iniciativas digitais que estavam planejadas para acontecer nos próximos anos.

Transformação digital Arezzo&Co



E-commerce em 2020



Além de ser uma vitrine de nomes consolidados, dará visibilidade a marcas insurgentes.

ZZ MALL, o início de uma nova era

Em uma única plataforma, o ZZ MALL, nossos clientes têm agora a oportunidade de vivenciar uma experiência imersiva e, ao mesmo tempo, adquirir produtos de marcas diferentes presente nesse único ambiente. Devido ao expressivo avanço das vendas on-line em 2020, o ZZ MALL já estreou com mais de 30 marcas, somando as da Arezzo&Co e outras de relevância no mercado. Na direção criativa deste negócio está Marina Ruy Barbosa. A atriz e empreendedora da indústria *fashion* foi escolhida para ser a estrela das campanhas do ZZ MALL e dará apoio às estratégias de curadoria, comunicação e ativação do novo *marketplace*.

O ZZ MALL:

- Base de mais de 10 milhões de clientes
- 50 marcas de calçados, bolsas, vestuários e acessórios
- 84% de NPS, índice de satisfação de clientes
- Oferta de serviços e consultoria de estilo
- Conteúdos editoriais, curadorias de *look* e conectividade social
- Programa de fidelidade
- Revenda de roupas e calçados usados



Omnichannel ainda mais forte

No contexto da pandemia, as estratégias *omnichannel* criadas em 2019 ganharam forte impulso em 2020. Em um ciclo mais curto de aprendizado, potencializamos resultados na busca constante por integrar nossas soluções digitais e oferecê-las aos nossos clientes onde quer que eles estejam.

Retire ou Entregue pela Loja

O cliente faz sua compra on-line e opta por retirar o produto na loja ou recebê-lo em casa por meio de uma loja, em até um dia útil. Desde outubro de 2020, uma ferramenta permite que os pedidos na grande São Paulo (SP) sejam compartilhados com várias lojas, acelerando ainda mais a entrega.

Venda Link

Foi uma das soluções de vendas das lojas durante o período em que elas permaneceram fechadas em 2020. Cliente e vendedora se comunicam remotamente. A compra é realizada por meio de um *link* e o produto é entregue na casa do cliente.

Prateleira Infinita

Tela *touch* acessível na loja física permite que o cliente consulte o estoque de várias unidades e do *e-commerce*, aumentando a disponibilidade de produtos. A compra é feita diretamente com a vendedora.

Socialselling

Criada durante a pandemia de Covid-19, esta solução, disponível para todas as marcas da Arezzo&Co, já representa 8% do resultado de vendas on-line no Brasil. O cliente recebe 5% de desconto no carrinho do *e-commerce* ao aplicar o código de um vendedor.

App da Vendedora

Uma vitrine virtual na qual a vendedora dispõe de todos os instrumentos para ativar seus contatos pelo WhatsApp e influenciar a compra. A receita dessa ferramenta já representou mais de 20% das vendas das lojas físicas no quarto trimestre de 2020.

Retire ou Entregue pela Loja

mais de 100 mil pedidos atendidos em 2020

25% do total de compras é retirado ou entregue por meio de uma loja física

Venda Link

R\$ 119 milhões de receita em lojas influenciada por vendas iniciadas via WhatsApp





Menos tempo, mais encantamento

Para apoiar as vendas, principalmente no ambiente on-line, estamos investindo em estratégias para deixar nossas entregas ainda mais rápidas.

- **Next Day Delivery** – Implementado em 2020 na grande São Paulo (SP), garante que compras feitas até as 14h de um dia sejam entregues no dia seguinte. O prazo anterior era entre três e quatro dias. Em 2021, o plano é replicar o projeto em outras cidades.
- **RFID na Schutz** – Do inglês *Radio-Frequency IDentification*, tecnologia que garante mais acuracidade e rapidez na gestão do estoque da marca, com benefícios no abastecimento e na operação das lojas e maior eficiência no serviço Retire e Entrega pela Loja. Com a pandemia, foi necessário postergar o início do projeto nas franquias

ZZ Digital

A criação de um centro de inovação próprio, o ZZ Digital, foi outro passo importante em 2020, contribuindo para colocar a Arezzo&Co entre as empresas de moda mais digitais do mundo. A nova estrutura, com 4 mil metros quadrados, integra os times das áreas de produto, planejamento, *merchandising* e tecnologia de todas as marcas do grupo, em um só local, com o objetivo de entregar a melhor experiência digital para os clientes.

Localizado na sede da empresa em Campo Bom (RS), o espaço dispõe de quatro

estúdios nos quais as marcas produzem e montam suas coleções como se estivessem dentro de uma loja. O resultado desse trabalho alimenta a comunicação de todos os canais de relacionamento – catálogos, redes sociais, *e-commerce* e campanhas – e é um poderoso meio de orientação para a rede de lojas próprias e de franquias, já que simula o modo de apresentar as marcas e seus produtos aos clientes.

Recuperação nos EUA

Em 2020, ajustes também foram necessários na condução da operação internacional com a finalidade de alavancar o crescimento digital e reduzir custos.

- **Modelo organizacional** – Transferência da maior parte do time para o Brasil, com estrutura corporativa unificada, ou seja, parte da equipe trabalha atualmente para as duas marcas que operam fora do Brasil, Schutz e Alexandre Birman.
- **Lojas** – Fechamento de quatro (três da marca Schutz e uma Alexandre Birman) das nove lojas da operação internacional.
- **E-commerce** – Foco total no canal, que respondeu por até 90% dos negócios realizados pela companhia no mercado norte-americano em alguns momentos entre março e setembro.
- **Reposicionamento da marca Schutz** – Lançamento da categoria de bolsas e redução de preço dos produtos em 35%.

Nossa governança

GRI 102-18, 103-1, 103-2, 103-3

Para se manter forte e empreender tantas mudanças em um ano como o de 2020, a Arezzo&Co manteve uma governança sólida e uma atuação ética e transparente. E vem se adaptando também nessa área para acompanhar as constantes evoluções e o crescimento do portfólio de negócio. Um exemplo disso é o Código de Ética e Conduta, que está sendo revisado para reforçar temas importantes em *compliance* na companhia. Todos os nossos fornecedores, franqueados e colaboradores assinam o Código de Ética e Conduta no início do relacionamento com a companhia.

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

Estrutura de governança

GRI 102-18, 102-31

Conselho de Administração – Composto por, no mínimo cinco e, no máximo, dez membros, dos quais 20% devem ser conselheiros independentes. Os membros são escolhidos considerando o alinhamento com o propósito e o posicionamento estratégico da companhia e por critérios como diversidade, independência, conhecimento e experiências relacionadas a tópicos econômicos, ambientais e sociais. GRI 102-24



Composição acionária

GRI 102-5

(data-base: dezembro de 2020)

Acionistas	Quantidade de ações	%
1. Controladores	45.670.336	45,84
2. Administradores	6.330	0,01
3. Ações em circulação	53.954.748	54,15
3.1. Acionistas com 5% ou mais do capital	0	0
3.2. Demais acionistas	53.954.748	54,15
TOTAL	99.631.414	100,00

Diversidade no Conselho de Administração GRI 405-1

Aumentamos a proporção de mulheres participantes. Agora elas são maioria, com 55% de participação

Aumentamos de 31% para 33% a proporção de conselheiros entre 30 e 50 anos



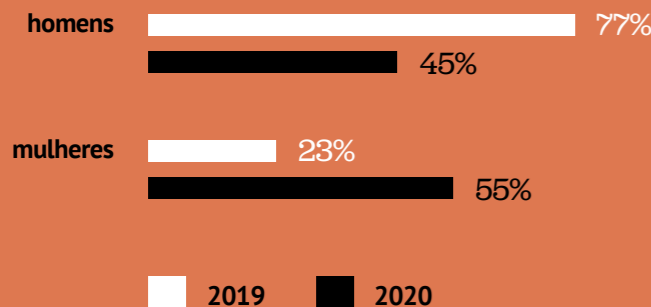
Comitês de Apoio – O Conselho de Administração é assessorado por quatro comitês: Riscos, Auditoria e Finanças; Estratégia, Marcas e Inovação; Pessoas; e Sustentabilidade. Eles apoiam as decisões em tópicos econômicos, ambientais e sociais tendo o mapa estratégico da companhia como referência. O Comitê de Sustentabilidade, que realiza encontros bimestrais com o presidente da Arezzo&Co, o presidente do Conselho de Administração, os diretores executivos e a gerência da área, orienta a sustentabilidade da operação da companhia e analisa os tópicos relacionados à estratégia ESG, ou seja, as questões ambientais, sociais e de governança. **GRI 102-20**

Diretoria Estatutária – Reúne no mínimo dois e, no máximo, dez membros, acionistas ou não.

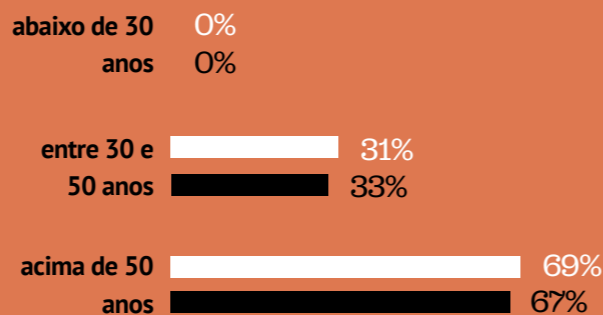
Conselho Fiscal – Verifica a atuação dos administradores e o cumprimento dos seus deveres legais e estatutários.

Nossos conselheiros são consultados para o desenvolvimento da missão, da visão, dos princípios e da estratégia da empresa e seus pareceres podem ser aprovados ou não, uma vez que o resultado é apresentado aos comitês, visando assim proteger o valor da companhia e o interesse dos *stakeholders*. Conheça [aqui](#) a composição dos nossos conselhos e da nossa diretoria. **GRI 102-22, 102-26**

Porcentagem de pessoas nos órgãos de governança, por gênero
GRI 405-1



Porcentagem de pessoas nos órgãos de governança, por faixa etária
GRI 405-1



Riscos sob controle
GRI 102-29, 102-30

A gestão dos potenciais riscos a que a Arezzo&Co está exposta, ou pode vir a se expor no futuro, é realizada pelo Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças. Esses riscos são avaliados e priorizados de acordo com o impacto legal e de reputação associados a eles, e ações para controlá-los, reduzi-los ou mitigá-los são desdobradas para as equipes competentes e são consideradas na avaliação de desempenho das áreas e de seus responsáveis. As decisões são orientadas principalmente por:

Matriz de Risco – Contém informações sobre os riscos estratégicos para o negócio. Entre os que mais exigem atenção estão os associados ao uso de matérias-primas, ao funcionamento do complexo industrial em Campo Bom (RS), à rede de franquias e à cadeia de suprimentos. Em 2020, passaram a ser considerados, também, os riscos decorrentes do impacto econômico da pandemia de Covid-19, com influência no funcionamento das lojas, na fabricação dos produtos e na aquisição de matéria-prima.

Auditoria Interna – Atua nas frentes Auditoria de Processos, Prevenção de Perdas, *Compliance* de Fornecedores e Canal de Ética e *Compliance*

Ouvidoria Interna – Canal de comunicação para os funcionários, garante que todos os relatos recebam tratamento adequado, sigiloso e com regras claras de conduta e ética.

Desempenho financeiro

A Arezzo&Co encerrou 2020 com receita bruta de R\$ 2.022 milhões, patamar muito semelhante ao de 2019, de R\$ 2.064 milhões. O melhor desempenho da empresa aconteceu no último trimestre do ano, quando registrou expressivo crescimento de receita na ordem de 39,8%, chegando a R\$ 802 milhões. Em um ano de turbulências no mundo, no qual todas as nossas lojas físicas ficaram fechadas por quatro meses, ao menos dois importantes fatores contribuíram para a recuperação. Um deles foi a rapidez com que nos adequamos às necessidades dos consumidores, desenvolvendo produtos condizentes com o momento vivido por eles, e aumentando o ritmo de lançamento das coleções. Com isso, passamos de 24,8% de *market share* em 2019 para 30,0% ao final de 2020. O segundo dado relevante refere-se ao faturamento de R\$ 526 milhões no *e-commerce*, ou seja, um crescimento de 145% em relação ao ano anterior, impulsionado sobretudo pelo uso crescente dos aplicativos das marcas. Mesmo com a aquisição do Grupo Reserva e da plataforma de economia circular TROC, a companhia manteve uma posição de caixa confortável em todo o período.

As informações detalhadas sobre o desempenho financeiro da Arezzo&Co estão em <https://ri.arezozoco.com.br/>.



Destaques do ano

Modelo de negócio Arezzo&Co 2020

Recursos

Capital Financeiro

Investimento em inovação, omnicanalidade, evolução e diversificação do modelo de negócio, marketing

Capital Manufaturado

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

Capital Intelectual

Conhecimento dos colaboradores sobre o universo da moda e digitalização do negócio, parcerias com ateliês, universidades e outros centros de pesquisa sobre o comportamento do cliente

Capital Humano

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

Capital Social e de Relacionamento

Relacionamento com consumidores, franqueados, fornecedores, colaboradores, acionistas, comunidades, imprensa, ONGs, governo

Capital Natural

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



Os nossos compromissos para 2024

Produção responsável

- 100% da cadeia e do ciclo de vida dos produtos rastreados e certificados
- 100% de transparência dos produtos para clientes, com informações de composição, origem e fabricação
- Integrar a carteira ISE

Meio ambiente

- Neutralização de emissões até 2021 (Escopos 1, 2 e 3)
- Mapa de materiais – Certificação, substituição ou redução de matéria-prima (produtos) por alternativas mais sustentáveis

Nossas pessoas

- 100% dos colaboradores/fornecedores treinados em tópicos relevantes
- Estar entre as três melhores empresas do varejo de moda no Brasil no GPTW Mulher
- Constante desenvolvimento do quadro de sapateiros

Diferenciação nas marcas Arezzo&Co

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

A evolução desses compromissos em 2020 está descrita ao longo do Relatório Anual.

Impactos em 2020

Capital Financeiro

- R\$ 224,8 milhões de receita nas operações internacionais
- R\$ 2,02 bilhões de receita bruta
- R\$ 226,9 milhões de EBITDA
- R\$ 87,3 milhões de lucro líquido
- R\$ 526 milhões de faturamento no e-commerce, um crescimento de 145% em relação ao ano anterior
- Empresa de capital aberto, com ações listadas na B3
- Mais de 14,4 milhões de calçados, bolsas, roupas e acessórios comercializados por todas as marcas da Arezzo&Co
- 935 mil peças de roupas comercializadas

Capital Manufaturado

- Escritórios em São Paulo (SP) e Belo Horizonte (MG), Centro de Distribuição em Cariacica (ES) e complexo industrial em Campo Bom (RS)
- 139 lojas próprias (Brasil e exterior)
- 762 lojas franqueadas (Brasil e exterior)
- 3 fábricas próprias
- 5.736 lojas multimarcas

Capital Humano

- Diversidade no Conselho de Administração: aumento da proporção de mulheres participantes (55%) e crescimento de 31% para 33% na proporção de conselheiros entre 30 e 50 anos
- Implantação de novos programas de saúde e qualidade de vida e início do ZZ EM EQUILÍBRIO, utilizando plataformas parceiras
- Reforço nas ações de saúde e segurança para proteger os colaboradores contra o novo coronavírus
- Registro de apenas 9% de contaminação por Covid-19, um caso grave superado e nenhuma morte
- 13% de redução no turnover, com o terceiro ano consecutivo de queda
- Adaptação dos programas de treinamento para modalidade on-line para continuar investindo no crescimento dos colaboradores, mesmo em ano de pandemia e de trabalho remoto para parte das áreas da companhia
- Obtenção do selo Great Place To Work (GPTW): 73 foi a nota em 2020, cinco pontos maior do que em 2019

Capital Natural

- Monitoramento dos objetivos voltados à sustentabilidade
- Realização do inventário de gases de efeito estufa com plano de neutralização das emissões próprias.
- Troca de 100% das embalagens de envio dos produtos vendidos no e-commerce das marcas Arezzo, Schutz, Anacapri, Fiever, Alme e Vans®, com redução do volume de papel utilizado e adoção de

Capital Intelectual

- Lançamento da plataforma de moda ZZ MALL, com mais de 10 milhões de clientes e 84% de NPS, índice de satisfação de clientes
- Criação da ZZ Ventures, braço de corporate venture capital, com objetivo de ampliar a atuação da Arezzo&Co nas frentes de tecnologia e inovação
- Aquisição da TROC, plataforma on-line que atua na economia circular
- Aquisição do Grupo Reserva, de vestuário, consolidando a Arezzo&Co como gestora de marcas
- Criação da AR&CO, braço de lifestyle lançado com a chegada do Grupo Reserva
- Criação de um centro de inovação próprio, o ZZ Digital, contribuindo para colocar a Arezzo&Co entre as empresas de moda mais digitais do mundo
- Reposicionamento da marca Schutz no exterior, com lançamento da categoria de bolsas e redução de preço dos produtos em 35%
- Satisfação dos clientes acima de 90%

Capital Social e de Relacionamento

- Implantação do TechSocial: ferramenta de gestão integrada dos fornecedores em processo de homologação
- Associação ao programa ABVTEX, que tem por objetivo desenvolver uma cadeia produtiva responsável, justa, inovadora, competitiva e transparente
- Loja dos sonhos: envio de calçados e cestas de Natal a 50 mulheres atendidas pelas ONGs Elas por Elas (RS), Casa 1 (SP) e Vocação (SP)
- Passos da Heroínas: doação de 20 mil pares de sapatos a profissionais da saúde que estão na linha de frente da Covid-19 em todo o Brasil
- Gerando Falcões: sapatos doados pela Arezzo&Co são vendidos em bazares e se convertem em ajuda financeira para as dezenas de projetos da entidade
- Doação de mais de 15 mil sapatos e peças de vestuário de coleções antigas da Vans® e da Alme para os projetos do Casa 1, Social Skate, Gerando Falcões, Solidariedade Vegan e Vocação
- Doação de mais de 90 mil máscaras, 10 mil cestas básicas e dois respiradores para a prefeitura de Campo Bom (RS) em parceria com o setor atacadista do município

caixas recicladas e recicláveis, com tinta e cola sem solvente

- Início do processo de certificação da fábrica da Schutz no programa Origem Sustentável, que atesta a sustentabilidade nos processos produtivos dos fabricantes de calçados no Brasil
- Destinação dos resíduos originados nos processos industriais para coprocessamento e reaproveitamento energético, evitando o envio para aterros sanitários

Nossas marcas

GRI 102-2, 102-4, 102-6



AREZZO

A pandemia chegou trazendo uma avalanche de sentimentos e uma certeza: a conexão da Arezzo com as mulheres jamais será interrompida. Afinal, a marca é uma aliada querida e parte da vida das brasileiras há 48 anos, sempre inspirando o novo e o protagonismo feminino. Em 2020, esse elo emocional foi destaque, por exemplo, na campanha com a música "Somos todas love, love", protagonizada por quatro gerações de mulheres da Família Gil e que reforça conceitos da plataforma Arezzo Juntas, como afeto, crescimento e união.



No Brasil:

12

lojas próprias

1.226

lojas multimarcas

R\$ 760,6

milhões
de receita bruta no
mercado interno
em 2020

451

franquias

42,3%
do faturamento no
mercado interno da
Arezzo&Co em 2020



De repente, bateu uma BriZZa

O lançamento da linha de calçados e bolsas injetáveis BriZZA oficializa a entrada da Arezzo no segmento de *full plastic* e abre uma importante avenida de crescimento em um mercado até então inexplorado pela marca. Estrelada por Bruna Marquezine, a campanha de BriZZa alcançou 8 milhões de pessoas nas redes sociais e esteve nas telas da Rede Globo em horário nobre.

38
modelos

1 milhão
de pares vendidos

R\$ 28 milhões
de faturamento

R\$ 589,4
milhões
de receita bruta global
em 2020

23,8%
do faturamento no
mercado interno da
Arezzo&Co em 2020

SCHUTZ



Os sapatos, bolsas e acessórios da Schutz atraem as mulheres irreverentes, autênticas e sedutoras, que desejam estilo e conforto em todos os momentos. Por isso, em 2020, lançamos Urban, a primeira coleção de tênis da marca. De olho também em bolsas, categoria que mais cresce na marca, lançamos o modelo Believe.

No Brasil:

16
lojas próprias

68
franquias

1.139
lojas multimarcas

Nos EUA:

3
lojas próprias



Schutz x Ginger

Uma sandália de salto grosso e mix de cores, confortável e estilosa. Nasce assim a parceria de Schutz e Ginger, marca da atriz Marina Ruy Barbosa e da publicitária Vanessa Ribeiro.

ANACAPRI

Em 2020, priorizamos ainda mais o que sempre foi importante para as mulheres da Anacapri: conforto e alto astral, em produtos de estilo casual, acessíveis e sem salto. Nas campanhas do ano, o jeito Anacapri foi protagonizado pela cantora Iza, e a coleção de verão foi estrelada e dirigida por Manu Gavassi, celebridade no meio digital.



No Brasil:

5
lojas próprias

186
franquias

1.712
pontos de venda multimarcas

R\$ 217,7
milhões
de receita bruta no
mercado interno em 2020

12,1%
do faturamento no
mercado interno
da Arezzo&Co em 2020



Selo Vegano

O tênis *slip on* Ana é certificado pela Sociedade Vegetariana Brasileira.

leve e descomplicado

+ 70 mil pares vendidos

Ana de Açúcar

Slip on feito de insumos da cana de açúcar, o que reduz a emissão de gases de efeito estufa em sua produção. Leva o selo I'm Green, concedido pela Braskem a empresas que utilizam o polietileno verde em seus produtos.

leve, confortável e facilmente lavável



ALEXANDRE BIRMAN

A marca mais luxuosa e internacional da Arezzo&Co encanta mulheres elegantes mundo afora com a sofisticação e feminilidade aplicadas a materiais nobres e um design exclusivo.

8
lojas próprias no Brasil

2
lojas próprias nos EUA

+ de 150 lojas
multimarcas em todo o mundo



Novas lojas

Em 2020, abertura de uma nova loja no CShops Jardins, em São Paulo (SP), e de uma *pop-up store* na Fazenda Boa Vista, em Porto Feliz (SP).



R\$ 31,6
milhões
de receita bruta no
mercado interno em 2020

1,8%
do faturamento no
mercado interno da
Arezzo&Co em 2020



FIEVER

A quinta marca da Arezzo&Co é uma febre. Em suas campanhas, a presença forte do DJ Alok, celebrado nome da cena eletrônica mundial, representa o estilo versátil, urbano e antenado dos jovens de Fiever.

No Brasil:

2
lojas próprias

1
franquia

494
pontos de venda multimarcas



Produtos em *collab*

Em uma *collab* com Thiago Nigro, criador da plataforma de finanças Primo Rico, a Fiever lançou moletoms com estampas que remetem à bolsa de valores e modelos de tênis femininos e masculinos. As peças foram vendidas no ZZ.Mall. Em uma ação associada à *collab*, a Fiever doou 500 bolsas de estudos para o projeto Doe um Futuro, da ONG Gerando Falcões, além de produtos para o bazar da organização.



R\$ 24,6
milhões
de receita bruta no
mercado interno em 2020

1,4%
do faturamento no
mercado interno
da Arezzo&Co em 2020

ALME

Para as mulheres da Alme, representadas por Camila Pitanga em 2020, conforto é o seu bem-estar mais profundo. É se sentir inteira e poder transformar-se sempre.

2
lojas próprias

3
franquias

273
lojas multimarcas



Alme Ecoa

Uma linha de produtos com menor impacto ambiental:

- **Tênis Ecoa:** cabedal feito com fios de PET e retalhos de algodão reciclado e solado em EVA verde.
- **Bolsa mini lara Patchwork:** produzida a partir do *upcycling* de materiais da nossa indústria
- **Slide Ecoa:** possui em sua composição fibras naturais (lascas de bambu) e 77% de matérias-primas de origem sustentável. É isento de metais pesados e 100% reciclável.

VANS

"OFF THE WALL"

Assim como em tudo o que fazemos, paixão é o que move a Vans®, uma marca que existe para fomentar a expressão criativa de seus clientes. Foi nesse espírito que o time trabalhou em 2020, o primeiro ano sob direção da Arezzo&Co desde que o grupo adquiriu o licenciamento e a distribuição exclusiva da marca no Brasil, no fim de 2019. A Vans® nasceu nos EUA há 55 anos e está presente em 84 países. Integra a VF Corporation, um dos gigantes globais de roupas, calçados e acessórios relacionados a estilo de vida.

O primeiro ano com Vans®

- Integração de pessoas e sistemas
- Inauguração de seis lojas físicas – BH Shopping e Pátio Savassi, ambas em Minas Gerais; Barra Shopping e Vans® Store Ipanema, no Rio de Janeiro; Iguatemi Campinas, em São Paulo; e Iguatemi Fortaleza, no Ceará
- Ganho de *marketshare* em vestuário, com as vendas em atacado representando 55% do faturamento no ano
- Com a pandemia de Covid-19, o *e-commerce* passou a representar 27% das vendas da marca. Implementamos soluções *omnichannel*, como Venda Link, Retire ou Entrega pela Loja e Prateleira Infinita (*saiba mais sobre estes serviços aqui*).



R\$ 231,9

milhões
de receita bruta global
em 2020

12,9%

do faturamento
no mercado interno da
Arezzo&Co em 2020



Metas

A Vans® tem como meta ampliar o *sourcing* local em 70% no longo prazo, e a expectativa era fechar acima de 50% em 2020. Essa meta foi superada, com o ano fechando em 65%.

No Brasil:

7
lojas próprias

7
franquias

1.532
lojas multimarcas



R\$ 11,2

milhões
de receita bruta no
mercado interno em 2020

0,6%

do faturamento no
mercado interno da
Arezzo&Co em 2020



Reserva

Em outubro de 2020, nós nos unimos ao Grupo Reserva, adquirindo suas seis marcas: **Reserva, Reserva Mini, Oficina Reserva, Reserva Go, Ink e Eva**. Unindo suas marcas às da Arezzo&Co, nasce a maior *House of Brands* do Brasil, feita todos os dias por brasileiros! Com a transação, criamos um braço exclusivo de *lifestyle*, o AR&CO (saiba mais no capítulo Arezzo&Co em 2020).

O Grupo Reserva:

- Marca carioca fundada em 2006
- 82 lojas próprias e 40 franquias
- Vendida em aproximadamente 1.500 lojas multimarcas
- R\$ 400 milhões de faturamento em 2019
- Os atuais acionistas da Reserva ficaram com 8,7% da Arezzo&Co



Atributos sustentáveis

A marca Reserva traz consigo atributos sociais e ambientais, que estão alinhados aos princípios da Arezzo&Co. Confira algumas iniciativas:

1P=5P: a cada peça vendida na Reserva e na Reserva Mini, a empresa viabiliza a entrega de cinco pratos de comida para quem tem fome. Já foram mais de 47 milhões de pratos doados desde 2016.

Cara ou Coroa: programa de contratação e inclusão de profissionais com mais de 50 anos para trabalhar nas lojas do Grupo.

Feito no Brasil: cerca de 95% da produção da marca acontece no Brasil, como forma de estímulo à indústria nacional e à geração de empregos no nosso País.

Peças com estampas ligadas a direitos humanos: com 100% do lucro revertido para ONGs e projetos sociais.

Linha de produtos em algodão reciclado: uso de sobras que são desfibradas e tecidas novamente, dando origem a novas peças.

Sistema B: a Reserva é a maior marca de moda da América Latina certificada pelo Sistema B, um movimento global de empresas que atuam em prol de uma economia mais inclusiva e sustentável.

Empresas Humanizadas: na segunda edição da Pesquisa Empresas Humanizadas, a Reserva foi reconhecida como Top 30 Melhores Empresas de Grande Porte, Top 20 Cultura Consciente, Top 20 Liderança Consciente, Top 20 Adaptabilidade Evolutiva, Top 20 Propósito Maior e Top 20 Estratégia de Valor Compartilhado.





TROC

De olho no futuro, a Arezzo&Co também quer evoluir de mãos dadas com marcas que representem mudança e sejam referência em sustentabilidade. Em 2020, o grupo fez sua estreia no mercado de *resale* ao adquirir 75% da TROC, plataforma on-line de moda voltada para a economia circular.

A TROC tem como um de seus diferenciais a disponibilização de serviços de curadoria, cadastro, precificação e venda de roupas, calçados e acessórios usados em sua plataforma. Garante qualidade para quem quer comprar e é um espaço fácil e seguro para quem quer vender peças de qualidade paradas no armário. O vendedor – uma pessoa física – envia suas peças pelos Correios ou agenda a coleta em domicílio e, após a venda dos itens, a TROC fica com um percentual desse valor.

Em 2021, a TROC fará parte do *marketplace* ZZ MALL, no qual os clientes poderão vender peças usadas e utilizar os créditos obtidos para comprar novos produtos.

Além de ser uma plataforma B2C, a TROC recentemente passou a prestar serviços para que marcas de moda em geral possam responsabilizar-se pelo pós-consumo de seus clientes. Nessa parceria, as marcas podem receber peças usadas dos consumidores, convertendo-as em crédito para adquirirem um produto novo. A TROC cuida da comercialização dos itens usados para a marca, fazendo todo o processo de logística reversa e venda.



Você sabia?

A indústria da moda é uma das que mais impacta o meio ambiente. Todos os anos, o setor extrai quase 100 milhões de toneladas* de recursos não renováveis e cerca de US\$ 500 bilhões* em vestuários são descartados. Participar do movimento de moda circular é um jeito eficiente de reduzir o problema e pensar no coletivo. Com o seu modelo de negócio, a TROC faz a sua parte.

**Segundo dados da Organização das Nações Unidas (ONU).*



#feitoTROC

Com a comercialização de suas peças, a TROC já ajudou a:

- Economizar mais de 500 milhões de litros de água
- Evitar que mais de 90 toneladas de roupas fossem destinadas a aterros sanitários
- Evitar que mais de 650 toneladas de CO₂ fossem emitidas na atmosfera
- Doar aproximadamente 20 mil peças para ONGs parceiras





A força do nosso time

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

O espírito de equipe, a força e o engajamento dos nossos colaboradores foram grandes destaques de 2020. Em um ano atípico, em que a Covid-19 levou a tantas mudanças dentro e fora da empresa, o time da Arezzo&Co permaneceu unido e comprometido com cada entrega. Flexibilidade, rapidez e colaboração definiram um período em que havia muito mais perguntas do que respostas. Desde o início da pandemia, a maior preocupação da companhia foi agir com critérios e princípios claros, de acordo com a legislação e a fim de proteger seus 2.500 colaboradores ao máximo. Também buscamos mantê-los bem informados sobre as principais decisões tomadas pelas lideranças semana a semana.

Em função da crise sanitária global, todas as nossas lojas ficaram fechadas nos meses de abril e maio, quando nossas vendas caíram drasticamente e precisamos cortar despesas. Até mesmo em momentos muito delicados, quando reduzimos o quadro de profissionais ou decidimos centralizar nossas operações no Vale dos Sinos (RS), houve compreensão das equipes.

O encerramento de 20% dos contratos de trabalho, em todas as áreas e níveis hierárquicos das unidades corporativas, foi feito com planejamento e respeito, e adotamos todas as medidas possíveis para apoiar as pessoas em transição. Tão logo o cenário se mostrou mais positivo, no segundo semestre do ano, a empresa pôde recontratar parte dos profissionais que haviam sido desligados.

É Campo Bom!

A transferência das áreas de Recursos Humanos e de Merchandising de São Paulo (SP) para Campo Bom (RS) foi acelerada pela pandemia. Há tempos, a companhia desejava imprimir maior eficiência ao negócio, aspecto complexo de ser gerenciado em função da distância geográfica e do grande número de profissionais alocados nas duas cidades. Com a mudança, a empresa infelizmente perdeu alguns talentos, mas adotou um modelo operacional mais satisfatório e vem tendo sucesso no enfrentamento dos impactos trazidos pela crise sanitária. Um dos ganhos se deu no ritmo de produção, quando decidimos reduzir de 30 para 15 dias o intervalo de lançamento entre as coleções. A proximidade dos times potencializou a agilidade das entregas.

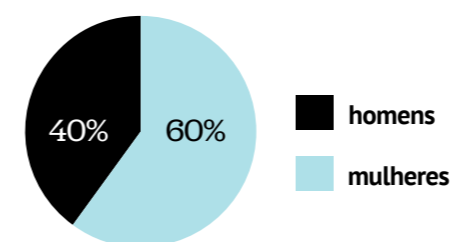
Uma equipe campeã

GRI 102-8

2.376
colaboradores em 2020*

2.234
trabalham em jornada integral

142
têm jornada parcial, de meio período



1.684
estão na região Sul do Brasil

665
atuam na região Sudeste

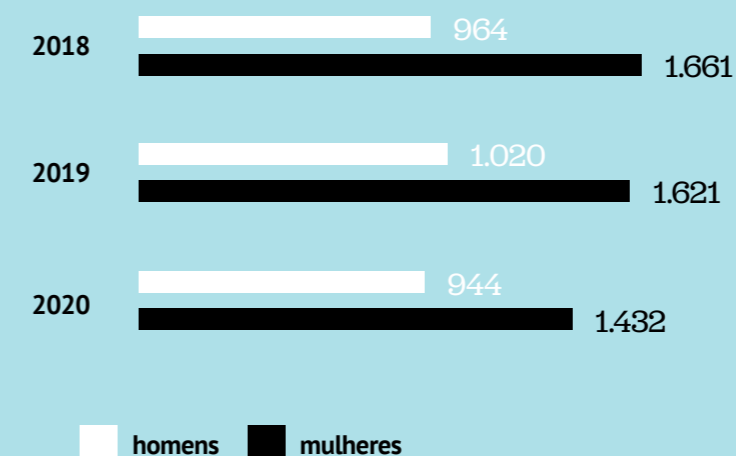
37
estão na região Centro-Oeste

*Todos os colaboradores têm contrato de tempo indeterminado.



Veja mais detalhes sobre os dados de colaboradores no Anexo GRI.

Colaboradores por gênero



Colaboradores em 2018

2.625

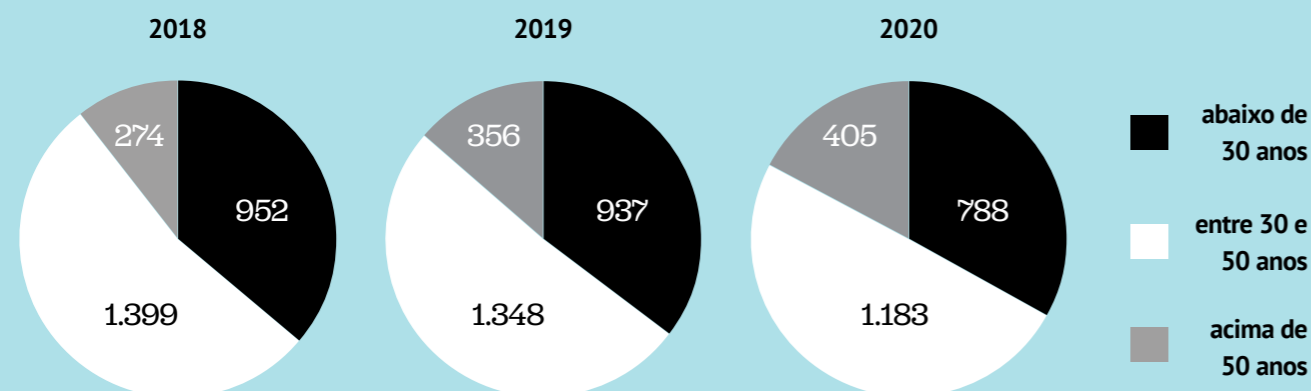
Colaboradores em 2019

2.641

Colaboradores em 2020

2.376

Colaboradores por faixa etária



Colaboradores por categoria funcional	2018	2019	2020
Diretoria	15	17	13
Gerência	117	114	109
Chefia/Coordenação	128	137	128
Técnica/Supervisão	68	47	42
Administrativo	293	142	180
Operacional	2.004	2.178	1.904
Trainees	0	6	0
TOTAL	2.625	2.641	2.376

13%

de redução no turnover, com o terceiro ano consecutivo de queda.



Mais saúde para todos

GRI 403-6

Para proteger a saúde dos colaboradores, a Arezzo&Co agiu sempre de acordo com as recomendações dos órgãos de saúde e de decretos estaduais e municipais, além de facilitar o acesso de todos a serviços médicos.

Damos aos nossos profissionais a opção de aderir aos planos de saúde e odontológico que oferecemos. Nas unidades que possuem ambulatório médico, os colaboradores que não têm plano de saúde podem agendar consultas médicas realizadas pelo médico do trabalho para avaliação clínica, curativos e medição de pressão arterial.

Além disso, realizamos frequentemente ações e campanhas de saúde e implantamos programas de saúde e qualidade de vida por meio do ZZ EM EQUILÍBRIO, utilizando plataformas parceiras. Uma delas é a Gympass, que dá acesso a academias, aulas on-line ao vivo, sessões on-line e individuais com *personal trainers* e aplicativo com aulas sob demanda e conteúdo completo de bem-estar. Outro parceiro é a Psicologia Viva, por meio da qual os colaboradores podem realizar sessões de terapia on-line e cuidar da saúde emocional sem sair de casa.

Os dados de saúde dos profissionais são confidenciais, arquivados em sistemas adequados às tecnologias já utiliza-

das 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.

Cuidados na pandemia

Em 2020, foram necessárias medidas especiais para cuidar de todos. Com a pandemia do novo coronavírus evoluindo no Brasil, decidimos interromper 100% das atividades nos escritórios e na fábrica entre os dias 16 de março e 22 de abril. Na volta da fábrica, adotamos um modelo de produção com dias intercalados até 12 de julho.

Atualmente, trabalhamos no ritmo Arezzo&Co, intenso e apaixonado, fazendo ajustes para os nossos colaboradores que são pais e foram afetados pelo fechamento das escolas e para que as pessoas do grupo de risco tenham preferência por ficar em *home office*. Também implementamos várias medidas de saúde e segurança nos escritórios, CDs e fábricas.

O que fizemos até aqui

- *Conference calls* diárias com as equipes sobre prevenção, sintomas, fluxos e outras boas práticas durante a pandemia.
- Formulário de saúde para acompanhamento diário a ser preenchido pelos colaboradores no início do turno de trabalho.
- Aferição de temperatura e triagem nas portarias das unidades.





- Monitoramento de casos suspeitos e confirmados.
- Higienização de interruptores e maçanetas várias vezes ao dia.
- Sanitização periódica com empresa especializada duas vezes por semana.
- Distribuímos oito máscaras para cada colaborador de todas as unidades, além de álcool em gel à vontade.
- Instalação de painéis de acrílico na área do Corporativo para aumentar o distanciamento entre as pessoas.
- Palestras e *lives* sobre prevenção e saúde mental.

A empresa também disponibilizou acesso a manuais de gestão de equipe a distância e *lives* com exercícios ergonômicos (ginástica laboral). Todas essas ações foram apoiadas por cartilhas com orientações para o trabalho em *home office* e para o retorno à companhia.

Em 2020, registramos apenas 9% de contaminação por Covid-19, um caso grave, já superado, e nenhuma morte.

Mais segurança no trabalho

GRI 403-9, 403-10

Cuidamos da segurança dos que trabalham conosco. Adotamos medidas e investimos na conscientização de todos para prevenir acidentes. Isso inclui o mapeamento dos possíveis riscos a que as pessoas estão expostas, como os ergonômicos, de ruídos e os de contato com acetona, acetato de etila e metiletilcetona. Todos eles são mitigados com o uso de equipamentos de proteção individual (EPIs) e procedimentos operacionais adequados.

Em 2020, os principais tipos de lesão foram acidentes típicos, pequenos cortes, queimaduras e torções de pé. As informações detalhadas são apresentadas nas tabelas abaixo. As taxas foram calculadas em 1 milhão de horas. Não apuramos o número de acidentes por tipo de incidente nem os registros de casos de doenças relacionadas ao trabalho para colaboradores próprios e terceirizados. Também não registramos número de óbitos ou lesões para trabalhadores que não são funcionários.

sões reduzidas em função do fechamento das lojas. Ao realizar uma venda, cada colaborador teve a opção de receber sua comissão ou doá-la para o fundo das vendedoras, atuando na linha de frente do encantamento, mostrando que nosso trabalho sempre foi muito mais do que vendas. Isso é ser Arezzo&Co.

Somos todos vendedores

Com a campanha Mais que Vendas, incentivamos nossos profissionais a utilizarem suas redes como vendedores com a intenção de apoiar, durante a pandemia, a equipe de varejo, que teve suas comis-



Veja mais detalhes sobre os dados de segurança dos colaboradores no Anexo GRI.

Taxas e números de saúde e segurança de empregados ¹	2019	2020
Número de óbitos como resultado de lesões relacionadas ao trabalho	0	0
Taxa de óbitos como resultado de lesões relacionadas ao trabalho	0	0
Número de lesões relacionadas ao trabalho de alta consequência (excluindo óbitos)	0	0
Taxa de lesões relacionadas ao trabalho de alta consequência (excluindo óbitos)	0	0
Número de lesões relacionadas ao trabalho reportáveis	35	18 ²
Taxa de lesões relacionadas ao trabalho reportáveis	0,47	0,24

1. O número de horas trabalhadas em 2019 foi 7.339.200 e em 2020 foi 6.589.440.
2. Deste total, nove lesões foram em homens e nove foram em mulheres.

Cultura em evolução

Mesmo em um ano em que fomos surpreendidos pela pandemia, o novo projeto de cultura organizacional da Arezzo&Co também progrediu. Revisamos princípios, validamos nosso propósito e criamos condições para dar novos passos em 2021.

Traduzir os elementos de cultura nas práticas cotidianas da companhia é um dos principais desafios. Sabemos que os avanços do projeto dependem de mudanças de mentalidade, do amplo desenvolvimento de lideranças e do modelo de gestão. Por isso, além de treinamentos específicos para gestores, grupos focais irão se dedicar à evolução do tema ao longo de 2021, em um processo com benefícios para todos os programas de atração, retenção e capacitação de talentos na companhia.





Equipes integradas

O ano de 2020 tornou-se ainda mais desafiador com a expansão do nosso negócio. Além da aquisição das marcas do Grupo Reserva e TROC, iniciamos a integração do time da Vans®, que em 2019 foi incorporada ao portfólio da Arezzo&Co em modelo de licenciamento.

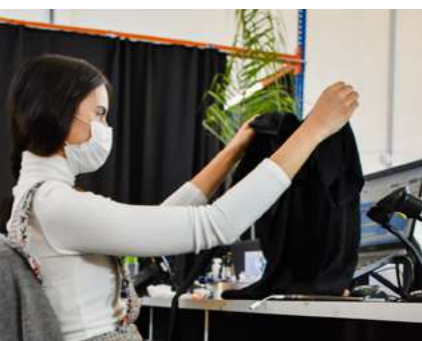


No total, mais de 1.300 novos colaboradores ingressaram na companhia, o que aumenta significativamente nossa capacidade de inovar e alavancar resultados.

Vans® – Absorvemos quase toda a equipe da marca. Após mapear o perfil dos 49 colaboradores, apenas três desligamentos foram feitos. Na fase atual, as prioridades são o fortalecimento da cultura da Vans® no universo Arezzo&Co e a realização de *workshops* internos para que o time identifique oportunidades de evolução no modelo de operar no Brasil.



Grupo Reserva – As marcas que integram o grupo permanecem separadas e independentes. Por terem culturas complementares, a proposta é aproveitar os pontos fortes de cada empresa. No primeiro trimestre de 2021, analisaremos as sinergias do *backoffice* a fim de otimizar e ganhar escala nas operações.



TROC – Com gestão independente e estrutura situada em Curitiba (PR), o time de 44 pessoas seguirá interagindo muito com a Arezzo&Co, porém com operações autônomas. A integração cultural acontecerá como parte desse processo de evolução.

SOMOZZUM

GRI 405-1

Diversidade soma, multiplica e traz novas formas de pensar e de ver o mundo. Uma empresa com pessoas de etnias, culturas, gêneros e estilos de vida diferentes, onde todas são bem-vindas, é o que a Arezzo&Co está trabalhando para ser. A cada ano, evoluímos ainda mais nessa questão. Em 2020, algumas de nossas iniciativas foram:

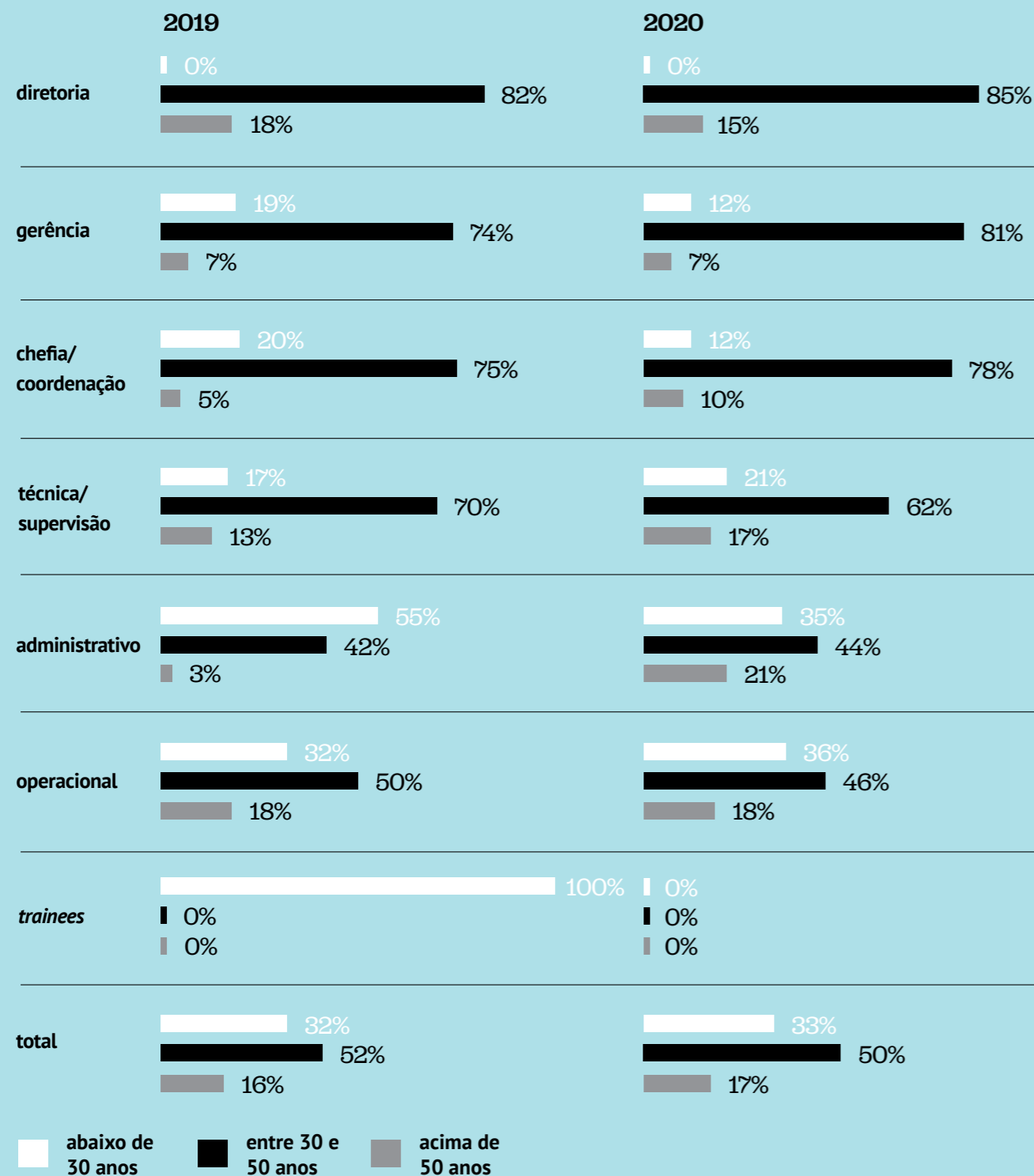
- **Grupo de Trabalho de Diversidade e Inclusão:** construção e execução de um plano de ação em parceria com GPTW, ID_BR e Desenvolver.
- **Auxílio para mães:** todas as colaboradoras com filhos com até 12 anos de idade receberam auxílio financeiro para apoio na rotina com as crianças em casa.
- **Calendário de diversidade:** ações seguindo o calendário de diversidade nacional, promovendo educação e sensibilização sobre os temas e uso de linguagem não binária nas comunicações.
- **Pesquisa com PcDs:** análise de postos de trabalho e acessibilidade com os colaboradores para melhorar sua rotina na companhia

Por valorizar o respeito, a diversidade e a igualdade, não aceitamos discriminação de qualquer natureza. Monitoramos os indicadores de situações relacionadas a essa prática e tratamos esses casos internamente, adotando medidas disciplinares e judiciais quando necessário. [GRI 406-1](#)

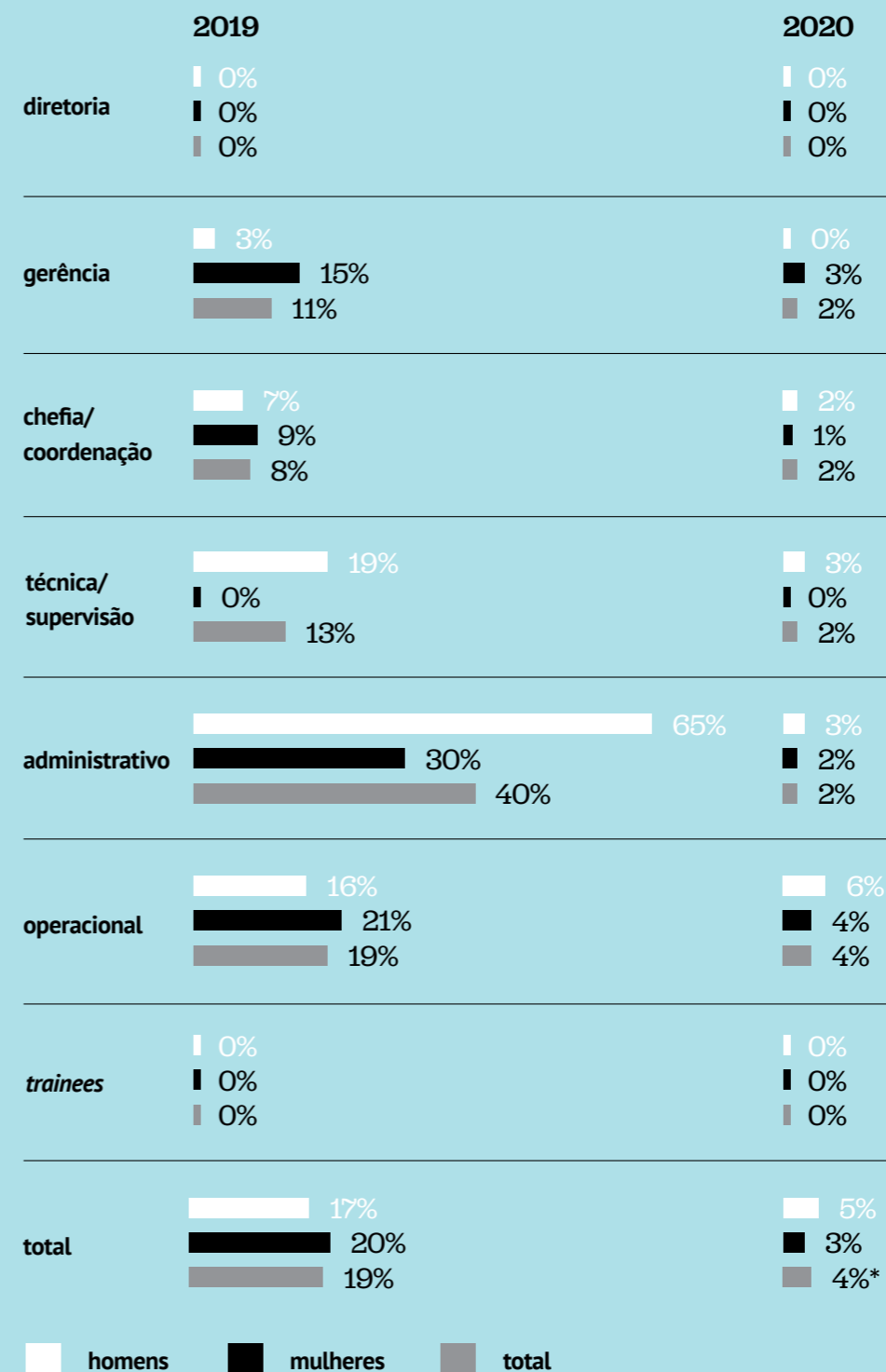
Colaboradores por categoria funcional, por gênero



Colaboradores por categoria funcional, por faixa etária

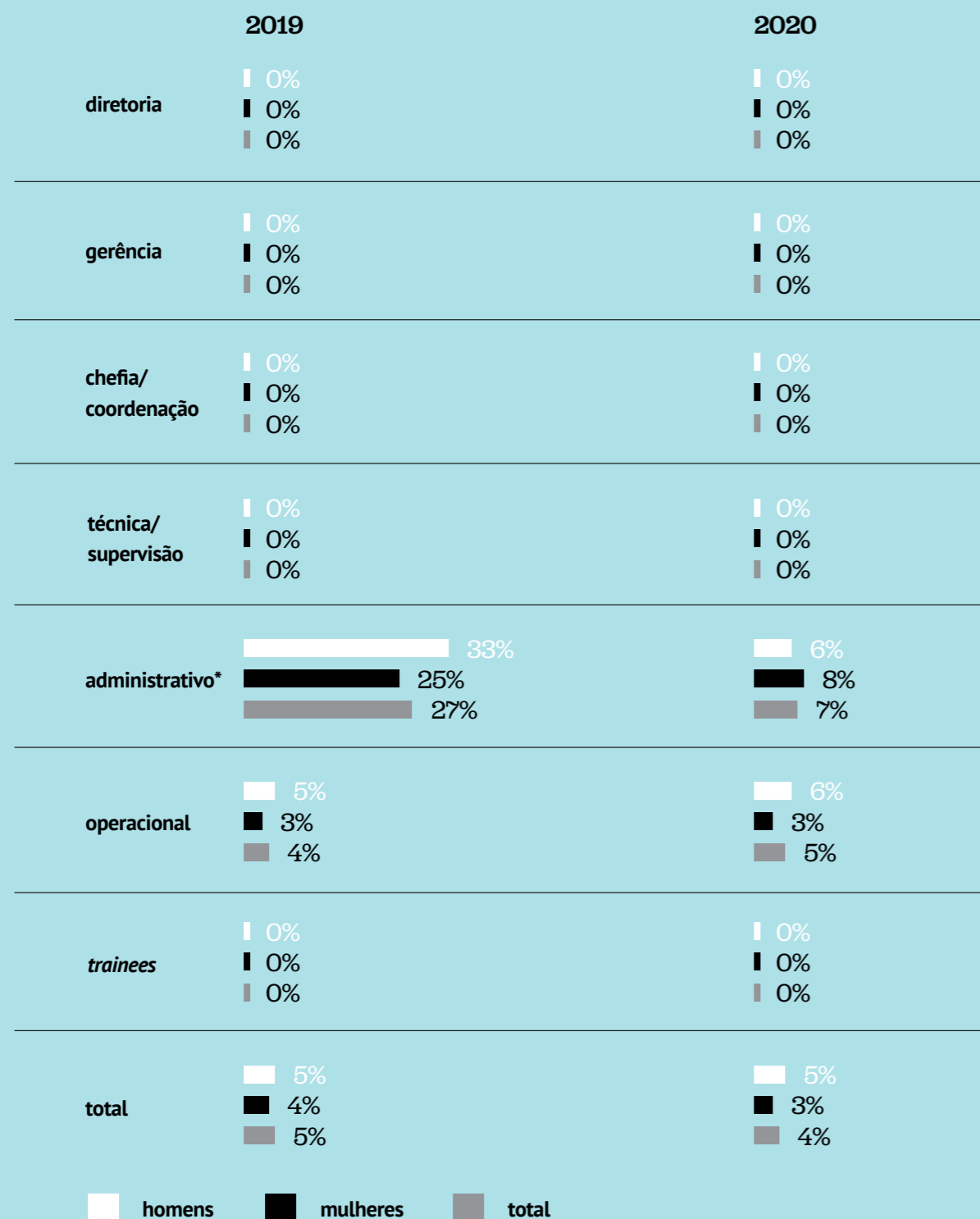


Colaboradores negros, por categoria funcional e gênero



* A variação entre os números de 2019 e de 2020 se deve a demissões feitas pelo impacto da pandemia de Covid-19 e ao fechamento de algumas lojas em 2020.

Pessoas com deficiência (PcDs) dentre os empregados, por categoria funcional e gênero



Liderança feminina

Uma empresa que nasceu e evoluiu lado a lado com as mulheres sabe a importância de valorizá-las também no coração do negócio. Por isso, o universo feminino é prioritário na gestão da diversidade da Arezzo&Co. Queremos ter cada vez mais mulheres em cargos de liderança e nos campos decisórios da companhia. Atualmente, 60% desses postos são ocupados por elas.



Aprendendo e evoluindo sempre

GRI 404-1

Por causa da pandemia do novo coronavírus, grande parte dos treinamentos de 2020 foram realizados de forma on-line, mas os programas de desenvolvimento continuaram a ser realizados para os jovens talentos da companhia.

Programa de Trainees – As seis *trainees* alocadas na área de Merchandising foram efetivadas em posições de coordenação e especialista. O programa não acontecerá em 2021.

Programa de Estágio – Com foco em diversidade, 20 vagas foram liberadas para uma nova edição do programa em 2021. Os estagiários irão atuar em áreas determinantes do nosso negócio.

Jovem Aprendiz – Em parceria com a Universidade Feevale, localizada em Novo Hamburgo (RS), 16 jovens da Escola Municipal de Campo Bom (RS) terão formação na área de tecnologia da Arezzo&Co em 2021. Também foi mantido o programa Jovem Aprendiz do varejo, que, com o apoio da ONG Vocação, prioriza jovens em situação de vulnerabilidade social e a diversidade em seu processo de recrutamento e seleção.

Horas de treinamento de colaboradores em 2020, por gênero*	Número total de colaboradores	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento
Homens	944	2.723:15	0,12
Mulheres	1.432	3.817:00	0,11
TOTAL	2.376	6.540:15	0,11

* Para o cálculo da média de horas de treinamento que colaboradores realizaram durante o período de relato por gênero, foi utilizado o valor total de funcionários capacitados em 2020.

Horas de treinamento de colaboradores em 2020, por categoria funcional*	Número total de colaboradores	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento
Diretoria	13	203:00:00	0,65
Gerência	109	989:30:00	0,38
Chefia/Coordenação	128	1.007:15:00	0,33
Técnica/Supervisão	42	223:15:00	0,22
Administrativo	180	3.625:15:00	0,84
Operacional	1.904	492:00:00	0,01
Trainees	0	00:00:00	-
TOTAL	2.376	6.540:15:00	0,11

* Para o cálculo da média de horas de treinamento que colaboradores realizaram durante o período de relato por categoria funcional, foi utilizado o valor total de funcionários capacitados em 2020.



Nossa rotatividade

GRI 401-1

Em 2020, a Arezzo&Co fez 906 novas contratações e teve 1.219 desligamentos. As informações detalhadas estão no Anexo GRI.



Somos GPTW

Estamos posicionados no mercado como uma das melhores empresas para se trabalhar. Em agosto de 2020, mesmo após os desligamentos ocorridos três meses antes, a Arezzo&Co obteve resultado

Nosso compromisso

Até 2024 – 100% dos fornecedores/colaboradores treinados anualmente em tópicos relevantes.

Status em 2020 – 100% dos nossos fornecedores tiveram, à sua disposição, treinamentos e consultorias para gestão durante a pandemia.

Para 2021 – Pretendemos retomar os treinamentos de sustentabilidade e responsabilidade produtiva, entre outros.

positivo na Pesquisa de Clima e Engajamento, realizada em parceria com a Great Place To Work (GPTW).

73 foi a nossa nota em 2020, cinco pontos maior do que em 2019

Com quem nos relacionamos

GRI 102-21, 102-43, 102-44

O relacionamento com nossos diversos públicos de interesse é constante. Temos como prática ouvir seus *feedbacks* regularmente, por intermédio dos times de atendimento, visando o crescimento e a perenidade das relações. Os principais *stakeholders* da Arezzo&Co também foram consultados no processo de definição da materialidade (veja mais no capítulo *O relatório*). Já em relação aos colaboradores, temos processos formais de pesquisas de clima e acompanhamento de resultados (veja mais no capítulo *A força do nosso time*).



Na casa dos clientes

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

Despertar o desejo de nossos clientes é o que dá sentido ao que fazemos na Arezzo&Co. Mas como encantá-los em um mundo que se transforma com tanta velocidade? Em 2020, a paixão que coloca nossas equipes em movimento foi inesperadamente testada por uma pandemia global. Entendemos que era hora de estarmos ainda mais próximos, na casa das pessoas, com a mesma qualidade de sempre, com afeto e com produtos adaptados às suas novas necessidades. Seguimos firmes ao lado deles, como melhores aliados durante a crise, e somos lembrados por isso.

Incrementamos nossa plataforma de *e-commerce* e passamos a levar também conteúdo de moda e estilo de vida por meio do ZZ MALL. Desenhamos coleções com calçados mais confortáveis e, mais do que nunca, estimulamos o uso dos aplicativos das marcas e o relacionamento direto dos vendedores com os clientes nesse canal.

Clientes satisfeitos

GRI 102-43, 102-44,

Mesmo com o crescimento acelerado do *e-commerce*, conseguimos manter a excelência dos serviços e ótimos indicadores de satisfação dos clientes:

NPS acima de **83%**

98%
de índice de resposta em 24 horas

satisfação acima de **90%**

Apoio às franquias

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

Os franqueados são os principais parceiros da Arezzo&Co, responsáveis pelo maior volume de receitas da companhia. Estar mais perto deles sempre foi nosso desejo. Em 2020, pela própria condição da pandemia do novo coronavírus, estreitamos nossos laços. Foram mais de 30 encontros, além de treinamentos a distância entre os meses de março e dezembro, organizados para apoiá-los na gestão de seus negócios durante a crise. Entre os destaques do período estão as *lives* 10 Dias com Ale e Encontro das Boas Práticas, que compartilharam as melhores práticas em vendas aplicadas por nossos franqueados.

Para nos adaptarmos à realidade digital, também desenvolvemos um novo modelo de gestão e atendimento e reestruturamos os treinamentos do varejo.

8,6 milhões

de pessoas compõem a base de clientes de todas as marcas somadas em 2020, um aumento de 15% em relação ao ano anterior.

21,6%
de clientes retidos





Passos da Venda Digital – As orientações sobre os sete passos da venda, elaboradas para o contato presencial, foram revistas e adequadas ao ambiente híbrido, com venda presencial e on-line.

Valorizza – Nosso time de gestão do relacionamento com o cliente traz insumos para cada um dos negócios da Arezzo&Co e cria soluções que serão utilizadas na ponta, para que as marcas possam dar continuidade a elas. Atualmente, 90% de todas as vendas em loja, incluindo franquias, são identificadas e se transformam em conhecimento, novos produtos e relacionamento mais consistente com os clientes.

Agilizza – Todos os franqueados contam com este serviço de atendimento às demandas operacionais, além do apoio direto do time comercial de nossas marcas.

Avanti – O programa de meritocracia da marca Arezzo precisou ser temporariamente suspenso na pandemia. Em 2019, entregou um prêmio total de R\$ 5 milhões às franquias que mais se destacaram no ano. Como regra da premiação, os valores recebidos são aplicados em melhorias da própria operação. Ainda não há data de retomada do programa.

Perto dos fornecedores, sempre

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

Como apoiar e transmitir segurança aos nossos fornecedores parceiros em uma crise absolutamente desconhecida para todos? De que maneira muitos deles, com giro de caixa restrito, conseguiriam atravessar o período? Logo no início da pandemia, convidamos nossos fornecedores para avaliarmos juntos possíveis alternativas. A Arezzo&Co tem uma política de não suspender pedidos aos fabricantes. Infelizmente, após um cuidadoso levantamento, a companhia precisou cancelar encomendas, como a coleção de Dia dos Namorados, com o compromisso de utilizar a matéria-prima comprada assim que a situação se normalizasse.

A Arezzo&Co interrompeu 100% de sua produção por mais de 30 dias a partir de 16 de março de 2020. Na volta, renegociou a redução de 70% da capacidade produtiva com todos os fornecedores, dando prioridade aos que produzem exclusivamente ou são muito estratégicos para a empresa. Aos poucos, recuperou o ritmo nas fábricas e, em agosto de 2020, pôde retomar plenamente o relacionamento comercial com todos os parceiros.



Atualmente temos 95% de produção nacional e 5% de produção internacional de vestuário e bolsas vindos da China e do Vietnã, com auditoria e certificação internacional.

Equação complexa

Escassez de matéria-prima e preços altos tornaram o cenário mais árido. O maior impacto foi no fornecimento de resinas (plásticos) utilizados na produção de modelos injetados, componente que chegou a desaparecer do mercado. Alguns insumos tiveram aumento de 50%. Para garantir equilíbrio em nossa cadeia, passamos a desenvolver produtos mais criativos, com o mesmo valor percebido, mas que não encarecessem a produção em nossos fabricantes e, portanto, na ponta do negócio.

Gestão ágil e transparente

Implementada em janeiro de 2020, a Tech-Social é uma ferramenta de gestão integrada dos fornecedores em processo de homologação e dos que já estão em nossa base, formada principalmente por fabricantes de produtos acabados e ateliês. Garante mais agilidade e transparência nas informações sobre cada empresa cadastrada, além de facilitar a autogestão dos fornecedores.

O sistema possui duas funcionalidades principais: homologação e monitoramento



mensal. Para estar homologado, o fornecedor deve inserir documentos relacionados às suas práticas sociais e ambientais, além da certificação externa da Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX). Esse selo atesta as boas práticas na cadeia de fornecimento e de *compliance* com condições dignas de trabalho no setor.

Atualmente, 24 fornecedores concluíram as etapas de homologação. De mãos dadas com o time de Auditoria Interna, o objetivo da companhia é finalizar o cadastramento em 2021 para que todos os seus parceiros diretos estejam com práticas 100% alinhadas com as métricas internas de *compliance* e seja possível ter uma visão mais apurada da solidez econômica de cada um.

Foco em rastreabilidade

À medida que o processo de homologação avança e a empresa conhece melhor as práticas socioambientais de seus fornecedores diretos, torna-se mais simples dialogar também com os ateliês subcontratados. A rastreabilidade da cadeia produtiva, projeto em construção na Arezzo&Co, é uma das prioridades na estratégia ESG da companhia nos próximos anos.



Nossos fornecedores

GRI 102-9

8
curtumes

58
ateliês

100
fabricantes
outsourcing



De olho na sustentabilidade

GRI 102-9, 102-12, 102-13, 102-16, 414-2

Na relação com seus fornecedores, a Arezzo&Co leva em consideração o Código de Conduta e Ética da Cadeia de Suprimentos, que orienta sobre boas práticas como legislação, direitos humanos e trabalhistas, meio ambiente, qualidade e segurança dos produtos, prevenção e combate à corrupção. Periodicamente, a empresa realiza campanhas de reforço do Código de Ética, nas quais são abordados capítulos incentivando a consulta e a denúncia, e acompanha os fornecedores, garantindo o cumprimento das questões de *compliance*.

Em 2020, também nos associamos ao programa ABVTEX, que tem por objetivo desenvolver uma cadeia produtiva responsável, justa, inovadora, competitiva e transparente. Pelo programa, visamos:

- Combater o trabalho análogo ao escravo.
- Eliminar a informalidade.
- Gerenciar parâmetros trabalhistas em toda a cadeia.

- Promover inovações acessíveis para toda a cadeia.
- Capacitar e desenvolver toda a cadeia.
- Realizar a gestão de licenças ambientais e resíduos.

Não identificamos nenhuma operação ou fornecedor com risco significativo ou ocorrência de trabalho infantil, forçado ou análogo ao escravo. GRI 408-1, 409-1

Por meio de auditorias, garantimos que nossos fornecedores estejam atentos aos impactos sociais que geram e esperamos, com a adesão ao programa ABVTEX, fortalecer nossas práticas aumentando os níveis de ética e transparência.

Os critérios sociais e ambientais também fazem parte do nosso processo de homologação de fornecedores. Todos os novos parceiros são avaliados nesses temas antes da contratação e têm acompanhamento periódico por meio de auditorias. GRI 308-1, 414-1

Nossos compromissos GRI 102-12

compromisso

status em 2020

2020 – Aderir ao programa da ABVTEX para a certificação de toda a rede de fornecedores.	A adesão ocorreu em setembro de 2020, e os fornecedores e seus subcontratados têm o prazo de dois anos para se certificarem.
2021 – 100% do couro de curtumes terá o selo Leather Working Group (LWG) ou a Certificação de Sustentabilidade do Couro Brasileiro (CSCB), concedida pelo Centro da Indústrias de Curtumes do Brasil (CICB).	100% dos nossos fornecedores de couro já integram os programas LWG e CICB.
– 100% do couro recebido será rastreável até os frigoríficos que fornecem matérias-primas aos curtumes.	As certificações LWG, CSCB e CICB apoiam nessa rastreabilidade. Além disso, estamos participando de um projeto, a ser implementado em 2021, que estuda a viabilidade de rastrear o couro usado em nossos produtos por meio de <i>blockchain</i> .
– 100% dos fornecedores de produtos finais estarão comprometidos a ter o Selo Origem Sustentável, criado pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) e pela Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal).	A fábrica da Schutz e alguns fornecedores já estão em processo para se certificarem. No entanto, devido a uma atualização do programa em 2020 que alterou os parâmetros de certificação, nossos prazos foram estendidos até julho de 2021. O percentual de fornecedores certificados será divulgado depois desse período.
2024 – Revisão da política de compra de couro, da meta e dos indicadores de progresso definidos.	A nova política de compra de couro foi formalmente lançada no ano, refletindo nosso posicionamento com relação à sustentabilidade e à rastreabilidade dos fornecedores diretos. Os próximos passos desse trabalho já estão sendo elaborados seguindo a estratégia e o posicionamento das nossas marcas.
– Substituir 30% dos materiais derivados de petróleo por componentes de fontes renováveis.	Apesar de termos avançado nessa meta, ainda não tivemos um desenvolvimento sistêmico adequado para acompanhar a evolução dos indicadores de materiais. Para 2021, esse compromisso será priorizado pelos nossos times de sustentabilidade, engenharia e P&Ds das marcas, para um reporte transparente e coeso.
2025 – Monitoramento de 100% dos fornecedores indiretos que abastecem os frigoríficos (fazendas de criação e engorda) com matérias-primas.	O programa ABVTEX está nos apoiando nesse monitoramento. O objetivo é ter o primeiro e segundo elo da cadeia 100% rastreados e certificados até 2022.



Reponsabilidade com a sociedade e o meio ambiente

Em 2020, a Arezzo&Co mapeou prioridades que vão permitir à companhia avançar em projetos ESG (*Environmental, Social and Governance*, ou ambientais, sociais e de governança) e, assim, contribuir para uma sociedade melhor, dando mais um passo na direção de ser referência em sustentabilidade no setor.



ISE B3 GRI 102-12

Pela primeira vez, mas ainda de forma não oficial, respondemos o questionário do ISE B3 (Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3), um instrumento de análise comparativa da *performance* das empresas listadas na B3 sob o aspecto da sustentabilidade corporativa, pautada por eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa. Nosso objetivo com essa participação foi alinhar os principais movimentos estratégicos nos indicadores de qualidade, no nível de compromisso com o desenvolvimento sustentável, em equidade, transparência, prestação de contas e natureza do produto, além do desempenho empresarial nas dimensões econômico-financeira, social, ambiental e de mudança do clima. O passo seguinte será definir um plano de ação que nos possibilite conquistar o selo ISE B3 e, ao mesmo tempo, seguir evoluindo em nossas práticas.

De mãos dadas pelo social

GRI 102-12

Gerar impacto positivo na vida das pessoas é um dos mais importantes compromissos da Arezzo&Co. Conheça nossas principais iniciativas em 2020.

Dia das Mães

Arezzo – Com apoio das ONGs Ufa e Gerando Falcões (SP), a Arezzo presenteou 10 mil mulheres com calçados entregues em suas casas.

Reserva + Schutz – Schutz aderiu ao projeto 1p=5p, das marcas Reserva e Reserva Mini, na qual cada peça comprada em lojas físicas ou nos sites é revertida em cinco refeições para quem precisa. A doação acontece por meio das entidades Banco de Alimentos e Projeto Mesa Brasil/Sesc, que coletam excedentes de alimentos em indústrias, mercados e hortifrúteis e distribuem em instituições de apoio à população carente.

Anacapri – Com uma campanha repleta de conexão emocional, a marca presenteou 17 mil mulheres e inspirou mães e filhas a fortalecerem ainda mais seus laços de amor diante do distanciamento social imposto pela pandemia de Covid-19.



Alme – O lançamento da camiseta “Confortável em sua essência”, em parceria com a ONG Orientavida, marcou o Dia das Mães da marca, que presenteou 200 mulheres, mães voluntárias dos projetos da instituição.



Loja dos Sonhos

Em tempos de distanciamento social, nossa loja não pode ser montada em 2020, mas o sonho permanece vivo. Em formato adaptado, enviamos calçados e cestas de Natal a 50 mulheres atendidas pelas ONGs Elas por Elas (RS), Casa 1 (SP) e Vocação (SP).

Passos das Heroínas

Arezzo, Schutz, Anacapri, Fiever e Alme doaram 20 mil pares de sapatos a profissionais da saúde que estão na linha de frente da Covid-19 em todo o Brasil. A campanha aconteceu nas redes sociais das marcas da Arezzo&Co em março de 2020. Com apoio do nosso *e-commerce*, os presentes foram entregues na casa dos participantes.

Gerando Falcões

Sapatos doados pela Arezzo&Co são vendidos em bazares e se convertem em ajuda financeira para as dezenas de projetos da Gerando Falcões, entidade que se dedica a programas de geração de renda familiar, de esporte e cultura para crianças e adolescentes da periferia e favelas da cidade de São Paulo.



10 Dias com o Ale

Em *lives* motivacionais, Alexandre Birman recebeu convidados especiais, como Anderson Birman (fundador da Arezzo&Co), Maria Luiza Trajano (Magazine Luiza) e Arthur Grynbaum (Boticário) para abordar temas de interesse da força de vendas. A cada pessoa conectada ao encontro, sapatos das marcas Arezzo, Schutz ou Anacapri foram doados à ONG Gerando Falcões, totalizando 5 mil pares.

Doação Vans® + Alme

Sapatos e peças de vestuário de coleções antigas da Vans® e da Alme foram doados aos projetos do Casa 1, Social Skate, Gerando Falcões, Solidariedade Vegan e Vocação, totalizando mais de 15 mil produtos doados.

Força Campo Bom

Em parceria com o setor atacadista do município de Campo Bom (RS), a Arezzo&Co doou mais de 90 mil máscaras, 10 mil cestas básicas e dois respiradores para a prefeitura da cidade.



Cuidado com o meio ambiente

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

Avançamos muito na análise de melhorias da gestão ambiental da Arezzo&Co em 2020, a começar por demandas relacionadas à legislação em meio ambiente. Também adquirimos um *software* de monitoramento e condução de nossas práticas. Em 2021, a ferramenta será implementada em todas as áreas mais impactadas pelo tema na organização. A seguir, apresentamos outras iniciativas do ano.

Mapa do Futuro

Demos sequência ao projeto iniciado em 2019, quando mapeamos os principais materiais utilizados na fabricação dos calçados da Arezzo&Co. Em 2020, desenvolvemos um catálogo on-line com materiais, fornecedores e contatos para que as marcas definam planos de ação e métricas e, assim, possamos acelerar nosso objetivo de ampliar o uso de insumos com atributos de sustentabilidade.

Programa Origem Sustentável

GRI 102-12

Em 2020, o processo de certificação foi iniciado na fábrica da Schutz. O selo Origem

Sustentável atesta a sustentabilidade nos processos produtivos dos fabricantes de calçados no Brasil. Foi criado pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) e pela Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal). Além de certificar as próprias fábricas, um dos objetivos da Arezzo&Co é influenciar e apoiar seus fornecedores nesse processo.

Gestão de resíduos

GRI 306-2, 306-3, 306-4

Realizamos um trabalho significativo para diminuir o impacto gerado pelo descarte das nossas embalagens e já diminuimos a quantidade de papelão utilizada para fabricação desses itens. Nas fábricas e nos Centros de Distribuição, procuramos reutilizar *pallets* e embalagens e substituímos os copos descartáveis por garrafas individuais. As fábricas contam com equipamentos de corte que reduzem a geração de resíduos devido ao melhor aproveitamento das peles e utilizam resíduos da indústria na composição de alguns componentes de calçados.

Em 2020, a maior parte dos resíduos gerados na Arezzo&Co foi papel e papelão. Esses materiais corresponderam a 284,45 toneladas das 668,30 toneladas totais dos resíduos.



Resíduos por composição	Toneladas métricas (t)	2020
Papel e papelão		284,45
Retalhos de couros		115,87
Embalagens vazias contaminadas		2,75
Varredura em geral (materiais têxteis)		92,89
Retalhos de sola de couro		7,61
Lodo de fossa séptica (efluentes)		155
Lodo de tratamento de efluentes		7,5
Materiais perfurocortantes		0,02
Resíduos de produtos químicos		0,25
TOTAL		668,30

Resíduos não destinados para disposição	Toneladas métricas (t)	2020
Resíduos perigosos		273,88
Resíduos não perigosos		394,42
TOTAL		668,30

Veja mais detalhes sobre a gestão de resíduos no Anexo GRI.

Aterro Zero

GRI 306-5

Não enviamos os resíduos originados nos nossos processos industriais para aterros sanitários. Em vez disso, eles são destinados ao coprocessamento e ao reaproveitamento energético. Nosso objetivo é, gradativamente, trabalhar apenas com parceiros que também não destinam seus resíduos para aterros. Os prazos desse projeto tiveram de ser revistos por causa da pandemia de Covid-19, mas uma nova rodada de conversas com todos os fabricantes foi realizada no fim de 2020 para que, a partir de 2021, esse trabalho seja retomado.

Inventário de Gases de Efeito Estufa

Também em 2020, realizamos o inventário de gases de efeito estufa. Por ser um ano atípico, com interrupções no funcionamento

de lojas e fábricas, tivemos redução significativa na coleta de dados, o que afeta a análise das informações. No entanto, seguimos com o objetivo de neutralizar as emissões de gases de efeito estufa nas operações próprias mapeadas em 2019 e 2020.

Como parte das ações mapeadas de diminuição de impacto, já percebemos uma redução de 40,5% das emissões no Escopo 2 em relação a 2019, provenientes da compra de energia de fontes renováveis de baixo impacto, em 52% da operação. Para 2021, pretendemos desenvolver e lançar o plano de redução e neutralização de impacto da companhia, integrando as principais frentes do negócio, com transparência e responsabilidade ambiental.



Emissões diretas de gases de efeito estufa – Escopo 1 ¹	GRI 305-1	2019	2020
t CO ₂ equivalente			
Geração de eletricidade, calor ou vapor		70,04	77,19
Processamento físico-químico		5,13	9,63
Transporte de materiais, produtos, resíduos, empregados e passageiros		87,89	67,03
Emissões fugitivas		89,86	54,80
TOTAL DE EMISSÕES BRUTAS DE CO₂		252,91	208,63

1. Os gases incluídos no cálculo foram CO₂ - dióxido de carbono; CH₄ - metano; N₂O - óxido nitroso; e HFCs – hidrofluorcarbonetos. O ano-base escolhido é 2020, pois as informações que serviram de base para a quantificação das emissões em 2020 tiveram um maior embasamento com evidências primárias. A abordagem de consolidação escolhida é a de controle operacional. A fonte dos fatores de emissão é o Programa Brasileiro GHG Protocol. ¹ Norma NBR ISO 14064; Associação Brasileira de Normas Técnicas, 2007 (ABNT, 2007); Especificações de Verificação do Programa Brasileiro GHG Protocol; GHG Corporate Protocol - Programa Brasileiro GHG Protocol (PBGHGP) - Fundação Getúlio Vargas; World Resources Institute (FGV/GVces; WRI, 2011).



Emissões biogênicas de CO ₂ – Escopo 1 ¹		2019	2020
t CO ₂ equivalente	GRI 305-1	28,91	26,10

Emissões indiretas provenientes da aquisição de energia – Escopo 2 ¹		2019	2020
t CO ₂ equivalente	GRI 305-2	482,21	287,01

1. Os gases incluídos no cálculo foram CO₂ - dióxido de carbono; CH₄ - metano; N₂O - óxido nitroso; e HFCs – hidrofluorcarbonetos. O ano-base escolhido é 2020, pois as informações que serviram de base para a quantificação das emissões em 2020 tiveram um maior embasamento com evidências primárias. A abordagem de consolidação escolhida é a de controle operacional. A fonte dos fatores de emissão é o Programa Brasileiro GHG Protocol. - Norma NBR ISO 14064; Associação Brasileira de Normas Técnicas, 2007 (ABNT, 2007); Especificações de Verificação do Programa Brasileiro GHG Protocol; GHG Corporate Protocol - Programa Brasileiro GHG Protocol (PBGHGP) - Fundação Getúlio Vargas; World Resources Institute (FGV/GVces; WRI, 2011).

Insumos consumidos na Arezzo&Co em 2020	
Consumo de energia corporativo (GJ)	19.244,55
Consumo de água nas operações (m ³)	24.813,65

Novas embalagens

Trocamos 100% das embalagens de envio dos produtos vendidos no *e-commerce* das marcas Arezzo, Schutz, Anacapri, Fiever, Alme e Vans® após um estudo de materiais, tamanho e tipos de acabamento. Além de benefícios ambientais, como redução do volume de papel utilizado e adoção de caixas recicladas e recicláveis, com tinta e cola sem solvente, houve economia de aproximadamente R\$ 1 milhão e otimização de tempo no processo de logística. Em 2021, as caixas da marca Arezzo também receberão um *upgrade* sustentável, reduzindo em pelo menos 12% sua pegada ambiental.



Produtos e suas embalagens recuperados

GRI 301-3

Recuperamos parte dos nossos produtos que são descartados pelas clientes e seus materiais de embalagens para dar o destino correto a esses itens. O volume de materiais recuperados tem se mantido estável nos últimos três anos, com 22%.

Percentual de produtos e seus materiais de embalagem recuperados, por categoria de produto	2018	2019	2020
Quantidade vendida	4.054,00	4.738,45	3.216,41
Quantidade recuperada	818,88	1.042,46	707,61
Percentual recuperado	22%	22%	22%



Nosso compromisso

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

Status em 2020 – Realizamos o inventário de gases de efeito estufa (veja acima).

A photograph of four women of diverse ages and ethnicities. From left to right: an older woman with grey hair, a woman with dark hair, a woman with reddish hair, and a woman with blonde hair. They are all looking towards the camera with serious expressions. They are wearing vibrant, modern clothing in shades of green and yellow. The woman on the far left is wearing a dark red top. The woman next to her is wearing a green top. The woman next to her is wearing a light green top. The woman on the far right is wearing a bright yellow-green top. The background is a plain, light grey color.

Rumo ao futuro

A Arezzo&Co é uma das empresas de moda que melhor atravessou a crise global em 2020. Sabemos que o ano de 2021 ainda exigirá esforços extras, mas estamos otimistas com a qualidade e o crescimento do nosso *e-commerce* no Brasil e nos EUA e com as boas perspectivas na integração das marcas do Grupo Reserva, duas das grandes prioridades neste futuro próximo. Ao mesmo tempo, a companhia continuará investindo na digitalização do varejo e no fortalecimento das vendas não presenciais. Entre os diversos projetos, vamos acelerar a expansão do ZZ MALL, transformando-o em uma grande plataforma de fidelidade entre as marcas.

Com a aquisição da plataforma de *second hand* TROC, que sinaliza nossa estreia na economia circular, aumentam também as expectativas para os avanços ESG da Arezzo&Co, além de nossa relevância na transformação da indústria da moda. Sustentabilidade, para nós, é um caminho sem volta. Portanto, o desenvolvimento e a maturidade das pessoas em relação aos propósitos da empresa serão aspectos centrais de nossa jornada em 2021.

Estamos confiantes! Temos uma megaestrutura, com recursos suficientes para alavancar a companhia. E, mais importante, somos uma rede integrada, formada por colaboradores, franqueados e parceiros aguerridos e conectados ao negócio e aos nossos clientes.

Sumário de conteúdo GRI

GRI 102-55

Norma GRI	Conteúdo	Página e/ou URL(s) e/ou resposta direta	Omissão	Correlação com Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
GRI 101: Fundação 2016				
GRI 102: Divulgações gerais 2016				
102-1	Nome da organização	8		
102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	8, 20, 21		
102-3	Localização da sede da organização	A sede da Arezzo&Co está na cidade de Campo Bom (RS).		
102-4	Local de operações	20, 21		
102-5	Natureza da propriedade e forma jurídica	15		
GRI 102: Divulgações gerais 2016	102-6	Mercados atendidos	20, 21	
	102-7	Porte da organização	9	
	102-8	Informações sobre empregados e outros trabalhadores	33, Anexo GRI	
	102-9	Cadeia de fornecedores	49, 50	
	102-10	Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	9	

Norma GRI	Conteúdo	Página e/ou URL(s) e/ou resposta direta	Omissão	Correlação com Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
	102-11	Princípio ou abordagem da precaução		Apesar de não adotar formalmente o princípio da precaução, a Arezzo & Co busca proteger o meio ambiente, prezando pelo cumprimento da legislação ambiental, privilegiando a otimização de recursos naturais e, por meio de constante melhoria, visando diminuir o impacto ambiental negativo de suas atividades.
	102-12	Iniciativas externas		50, 51, 53, 55
GRI 102: Divulgações gerais 2016	102-13	Participação em associações		50 A Arezzo&Co participa de projetos ou comissões da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (Abicalçados) e da Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos (Assintecal). A empresa não possui assento em nenhuma das organizações e considera sua participação estratégica.
	102-14	Declaração do mais alto executivo		4, 5
	102-16	Valores, princípios, normas e códigos de comportamento		50 16.3
	102-17	Mecanismos para orientações e preocupações referentes a ética		A Arezzo&Co opta por não divulgar os números de queixas recebidas relacionadas a questões éticas. No entanto, as queixas recebidas são tratadas de acordo com as diretrizes de governança da companhia. 16.3
	102-18	Estrutura da governança		15

Norma GRI	Conteúdo	Página e/ou URL(s) e/ou resposta direta	Omissão	Correlação com Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
102-20	Responsabilidade de cargos e funções de nível executivo por tópicos econômicos, ambientais e sociais	16		
102-21	Consulta a <i>stakeholders</i> sobre tópicos econômicos, ambientais e sociais	46		
102-22	Composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês	16		5.5, 16.7
102-23	Presidente do mais alto órgão de governança	O presidente do Conselho de Administração não é o CEO da organização.		16.6
102-24	Seleção e nomeação para o mais alto órgão de governança	15		5.5, 16.7
102-26	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na definição de propósito, valores e estratégia	16		
102-29	Identificação e gestão de impactos econômicos, ambientais e sociais	17		16.7
102-30	Eficácia dos processos de gestão de risco	17		
102-31	Análise de tópicos econômicos, ambientais e sociais	15		
102-40	Lista de grupos de <i>stakeholders</i>	6		
102-41	Acordos de negociação coletiva	Na Arezzo&Co, os 2.376 colaboradores são cobertos por convenção coletiva. Isso representa 100% do quadro total da empresa.		

Norma GRI	Conteúdo	Página e/ou URL(s) e/ou resposta direta	Omissão	Correlação com Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
102-42	Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	6		
102-43	Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	46, 47		
102-44	Principais preocupações e tópicos levantados	7, 46, 47, Anexo GRI		
102-45	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	As informações deste Relatório abrangem a Arezzo&Co, que contempla a Arezzo Indústria e Comércio S.A. e suas controladas.		
102-46	Definição do conteúdo do relatório e dos limites de tópicos	6		
102-47	Lista dos tópicos materiais	7, Anexo GRI		
102-48	Reformulações de informações	Reformulações de informações de anos anteriores são apontadas ao longo do relatório.		
102-49	Alterações no relato	6		
102-50	Período coberto pelo relatório	6		
102-51	Data do relatório mais recente	2019		
102-52	Ciclo de emissão de relatórios	Anual		
102-53	Contato para perguntas sobre o relatório	6		
102-54	Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	6		
102-55	Sumário de conteúdo da GRI	62		
102-56	Verificação externa	O relatório não passou por auditoria ou verificação externa.		

Norma GRI	Conteúdo	Página e/ou URL(s) e/ou resposta direta	Omissão	Correlação com Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
Tópicos materiais				
Sustentabilidade na cadeia de valor e gestão de fornecedores				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1	Explicação sobre o tópico material e seus limites	7, Anexo GRI	8, 16
	103-2	Abordagem de gestão e seus componentes	48	
	103-3	Evolução da abordagem de gestão	48	
GRI 204: Práticas de compras 2016	204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais	A Arezzo&Co não divulga a proporção de gastos com fornecedores locais por ser considerada informação estratégica.	8.3
	308-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	50	
GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores 2016	308-2	Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	A Arezzo&Co não divulga o total e o percentual de fornecedores que possuem impactos ambientais negativos, mas todos os pontos identificados em auditoria são analisados e determinam a continuidade ou não das relações comerciais.	
	407-1	Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	A companhia não identificou nenhuma operação ou fornecedor que viole ou ofereça riscos ao direito de exercer a liberdade de associação e negociação coletiva.	8.8
GRI 408: Trabalho infantil 2016	408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	50	8.7, 16.2

Norma GRI	Conteúdo	Página e/ou URL(s) e/ou resposta direta	Omissão	Correlação com Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016	409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	50	8.7
GRI 410: Práticas de segurança 2016	410-1	Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	A segurança da companhia é realizada por meio de empresa terceira. Como parte do processo de contratação, está incluso o comprometimento de cumprir o Código de Conduta e Ética da Arezzo&Co, além das diretrizes legais vigentes.	16.1
	414-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	50	5.2, 8.8, 16.1
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	414-2	Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	50	5.2, 8.8, 16.1
	Cultura sustentável nos parceiros comerciais e franqueados			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1	Explicação sobre o tópico material e seus limites	7, Anexo GRI	8, 9, 12, 16
	103-2	Abordagem de gestão e seus componentes	47, 48	
	103-3	Evolução da abordagem de gestão	47, 48	
Geração de valor ESG para clientes e comunidades				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1	Explicação sobre o tópico material e seus limites	7, Anexo GRI	8, 9
	103-2	Abordagem de gestão e seus componentes	47	
	103-3	Evolução da abordagem de gestão	47	

Norma GRI	Conteúdo	Página e/ou URL(s) e/ou resposta direta	Omissão	Correlação com Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
Empoderamento de gente e promoção da diversidade e inclusão				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1	Explicação sobre o tópico material e seus limites	7, Anexo GRI	
	103-2	Abordagem de gestão e seus componentes	32	3, 4, 5, 8
	103-3	Evolução da abordagem de gestão	32	
GRI 401: Emprego 2016	401-1	Novas contratações e rotatividade de empregados	45, Anexo GRI	5.1, 8.5, 8.6, 10.3
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	403-6	Promoção da saúde do trabalhador	35	3.3, 3.5, 3.7
	403-9	Acidentes de trabalho	36, 37, Anexo GRI	3.6, 3.9, 8.8, 16.1
	403-10	Doenças profissionais	36, 37	3.3, 3.4, 3.9, 8.8, 16.1
GRI 404: Capacitação e educação 2016	404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	43, 44	4.3, 5.1, 8.2, 8.5, 10.3
	404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	No ano, não realizamos avaliações de desempenho.	5.1, 8.5, 10.3
	405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	16, 38	5.1, 5.5, 8.5
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidade 2016	405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	16, 38	5.1, 5.5, 8.5
GRI 406: Não discriminação 2016	406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	38	5.1, 8.8
Economia circular				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1	Explicação sobre o tópico material e seus limites	7, Anexo GRI	
	103-2	Abordagem de gestão e seus componentes	55	12
	103-3	Evolução da abordagem de gestão	55	

Norma GRI	Conteúdo	Página e/ou URL(s) e/ou resposta direta	Omissão	Correlação com Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
GRI 306: Resíduos 2020	306-2	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	55	3.9, 6.3, 12.4, 12.5
	306-3	Resíduos gerados	55, 56, Anexo GRI	3.9, 11.6, 12.4, 12.5
	306-4	Resíduos não destinados para disposição final	55, 56, Anexo GRI	3.9, 11.6, 12.4, 12.5
	306-5	Resíduos destinados para disposição final	57	3.9, 11.6, 12.4, 12.5
	Origem da matéria-prima e uso de materiais e processos			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1	Explicação sobre o tópico material e seus limites	7, Anexo GRI	
	103-2	Abordagem de gestão e seus componentes	55	12
	103-3	Evolução da abordagem de gestão	55	
GRI 301: Materiais 2016	301-3	Produtos e suas embalagens recuperados	59	8.4, 12.2, 12.5
GRI 305: Emissões 2016	305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	57, 58	3.9, 12.4, 13.1, 14.3, 15.2
	305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	58	3.9, 12.4, 13.1, 14.3, 15.2
	305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	A Arezzo&Co não dispunha, no momento do relato, de informações para a quantificação das emissões indiretas de gases de efeito estufa (Escopo 3).	3.9, 12.4, 13.1, 14.3, 15.2

Norma GRI	Conteúdo	Página e/ou URL(s) e/ou resposta direta	Omissão	Correlação com Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
Governança corporativa				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1	Explicação sobre o tópico material e seus limites	7, Anexo GRI	16
	103-2	Abordagem de gestão e seus componentes	15	
	103-3	Evolução da abordagem de gestão	15	
GRI 205: Anticorrupção 2016	205-1	Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	No ano, não realizamos avaliações quanto a riscos relacionados à corrupção.	16.5
GRI 206: Concorrência desleal 2016	206-1	Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	Nos últimos três anos, a Arezzo&Co não sofreu ações judiciais movidas por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio em que a organização tenha sido identificada como participante.	16.3
GRI 415: Políticas públicas 2016	415-1	Contribuições políticas	A companhia não tem como prática o apoio a causas políticas nem a partidos e candidatos.	16.5
Inovação orientada pela sustentabilidade				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1	Explicação sobre o tópico material e seus limites	7, Anexo GRI	9
	103-2	Abordagem de gestão e seus componentes	11	
	103-3	Evolução da abordagem de gestão	11	



Relatório Anual Arezzo&Co 2020

Créditos

Coordenação geral Arezzo&Co

Diretoria de Relações com Investidores
Gerência de Relações Públicas e Sustentabilidade

Projeto editorial, redação, edição e revisão

Quintal 22 Comunicação

Projeto gráfico e diagramação

Prata Design

Consultoria GRI e materialidade

Avesso Sustentabilidade

Fotos

Acervo Arezzo&Co

**AREZZO
& CO**

www.arezzoco.com.br

AREZZO

www.arezzo.com.br

SCHUTZ

www.schutz.com.br

ALEXANDRE
BIRMAN

www.alexandrebirman.com.br

ANACAPRI

www.anacapri.com.br

FIEVER

www.fiever.com.br

ALME

www.somosalme.com.br

VANS
"OFF THE WALL"

www.vans.com.br

ZZ'MALL

www.zzmall.com.br

TROC

www.troc.com.br

Reserva

www.usereserva.com