AZZAS
2154

CAMPANHA DE LANÇAMENTO AZZAS 2154

RELATÓRIO ANUAL 2024

BOAS-VINDAS

GRI 2-3

Azzas 2154
O maior grupo de moda da América Latina.

2154
Meta criada por Anderson Birman em referência à longevidade da empresa. Chamado para a união de todas as marcas do grupo para a construção de um futuro coletivo.

O Azzas 2154 dá boas-vindas ao seu primeiro Relatório Anual. Nas páginas a seguir, estão relatadas informações ambientais, sociais, financeiras e de governança sob os três pilares ESG da Companhia: "Moda mais limpa e responsável" (E), "Moda mais justa e bela" (S) e "Moda mais ética e transparente" (G), respectivamente. Eles surgem a partir da integração das estratégias de sustentabilidade existentes em Arezzo&Co e Grupo SOMA e traduzem um novo posicionamento para o grupo.

As informações refletem a evolução e os compromissos manifestados pelo Azzas 2154 já em seus primeiros meses de existência e de que maneira a sustentabilidade foi a espinha dorsal para a definição de suas estratégias, modelo de negócio, metas e cultura.

Entrevistas realizadas com as principais vozes do Azzas 2154, assim como dados coletados referentes ao período entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2024, serviram como ponto de partida para a elaboração desta publicação, que tem periodicidade anual. O relatório anual segue a mesma periodicidade do relato financeiro.

O documento está com base nas normas da Global Reporting Initiative (GRI) versão 2021, e foi aprovado pelo Comitê de Pessoas, Remuneração e Sustentabilidade, ligado ao Conselho de Administração.

Para acesso rápido a informações complementares, *links* e referências clicáveis, assim como *QR codes*, estão disponíveis por todo o relatório.

Vamos juntos neste voo. Boa leitura!

DÚVIDAS, ELOGIOS E/OU SUGESTÕES SOBRE O RELATÓRIO OU ESTRATÉGIA ESG?

Entre em contato pelo *e-mail*
sustentabilidade@azzas2154.com.br

ESCOLHA EDITORIAL

A publicação foi desenvolvida para demonstrar de forma concisa a *performance* do Azzas 2154 no ano de 2024.

Como complemento às entrevistas e dados coletados durante o período, foi utilizada a materialidade transitória da Companhia (saiba mais em Atuação em sustentabilidade, na página 59), associada à sua estratégia ESG, às diretrizes do Relato Integrado, do International Integrated Reporting Council (IIRC), e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), da Organização das Nações Unidas (ONU).

Informações técnicas também podem ser encontradas no fim do relatório, nos sumários GRI, SASB e TCFD.

Esta publicação reflete o esforço do Azzas 2154 em comunicar seus resultados de maneira transparente e integrada. A recente consolidação de unidades com naturezas, portes e métodos próprios de apuração impôs desafios adicionais na coleta e padronização dos dados apresentados. Cada unidade registra seus indicadores de maneira particular, resultando, em alguns casos, em números aproximados, fruto de um processo ainda em aprimoramento, sem comprometer a fidelidade das informações.

LEIA MAIS SOBRE AS MARCAS
NA PÁGINA 19.

IMPORTANTE!

Os termos "Azzas 2154" ou "Companhia" referem-se a todas as marcas e unidades de negócios do grupo.

"BU" ou "*business unit*" refere-se a uma unidade de negócio dentro do Azzas 2154, responsável por uma área específica de operação – como Indústria ou, ainda, Vestuário Feminino e *Lifestyle* ou Calçados e Acessórios, com seu próprio portfólio de marcas, produtos e iniciativas. Saiba mais na página 19.

"Arezzo&Co" refere-se ao grupo de moda brasileiro existente antes da fusão, especializado em calçados, bolsas e acessórios, e que englobava diversas marcas reconhecidas no mercado, como Arezzo, Alexandre Birman, Schutz e Anacapri etc.

"AR&Co" refere-se às marcas do antigo grupo Arezzo&Co (têxtil, principalmente), entre elas Reserva, Reserva Go, Reserva Mini, Oficina Reserva e Reserva INK.

"Grupo SOMA" refere-se ao conglomerado brasileiro de moda em atividade antes da fusão e composto por marcas renomadas do setor de vestuário, como FARM Rio, Animale, Cris Barros, Maria Filó etc.

"Cia. Hering" refere-se à empresa de moda fundada em 1880 pelos irmãos Bruno e Hermann Hering em Blumenau, Santa Catarina. Reconhecida por suas marcas Hering, Hering Kids, Hering Intimates, Hering Shoes e Hering Sports, foi adquirida pelo Grupo SOMA em 2021.

MAPA DE CAPITAIS

Natural

página
121

Humano

página
69

Manufaturado

páginas
11 e 69

Intelectual

páginas
37, 69 e 121

Social e de relacionamento

páginas
37 e 69

Financeiro

página
37

DIRETRIZES ADOTADAS

Ferramentas que auxiliam a identificação do indicador ou diretriz correspondente à informação prestada:

Capitais do Relato Integrado

Para conhecer os capitais relacionados à geração de valor, consulte o Mapa de Capitais ao lado. Adicionalmente, no modelo de negócios (página 35), é possível identificar as entregas do Azzas 2154.

Global Reporting Initiative (GRI)

Todo o conteúdo relacionado ao GRI é antecedido por sua respectiva indicação no formato "GRI 000-0". O sumário de conteúdo GRI está na página 167.

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) são identificados por meio de ícones-padrão. Conheça quais são os ODS seguidos por Azzas 2154 em Mapa de ODS (página 63).

Sustainability Accounting Standards Board (SASB)

A indicação no formato "SASB AA-AA-000a.0" identifica o conteúdo relacionado a esse indicador. Um sumário no fim do documento facilita a localização das respostas. Veja as informações sobre os índices SASB na página 167.

Dow Jones Sustainability Index (DJSI)

Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)

O conteúdo TCFD está disponível em um sumário, ao fim do relatório (página 185).

Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE B3)

CARTA DO CEO

GRI 2-22

Caras e caros leitores,

O ano de 2024 foi transformacional para a moda brasileira com a criação do Azzas 2154, maior grupo de moda da América Latina. Demos início a nossa trajetória guiados pelo nosso propósito de impulsionar a força criativa brasileira e elevar a nossa moda no mundo.

Assumir um lugar de protagonismo na moda também é assumir compromissos com a sociedade, o planeta e as pessoas. É inspirar um futuro mais justo, mais ético e mais sustentável. É gerar impacto positivo fazendo uma moda responsável. Por isso, é com enorme satisfação que apresentamos o primeiro Relatório de Sustentabilidade do Azzas 2154.

Neste ano, dedicamos nossa energia ao processo de fusão, definindo e implementando a estrutura da empresa, nossas prioridades e alavancas de geração de valor. A criação de quatro unidades de negócios unindo um ecossistema variado de marcas, talentos, trajetórias e conhecimentos, impulsionou a evolução do nosso modelo de negócios, garantindo autonomia e identidade para cada segmento. Mais do que isso, a interação entre elas foi essencial para fortalecer a identidade do Azzas 2154, mantendo a consistência de nossas estratégias corporativas ao longo deste e dos próximos anos.

O ano também foi marcado pela urgência dos desafios ambientais. As enchentes que devastaram comunidades no Sul do país, onde temos parte de nossa operação, reforçaram o nosso compromisso em liderar com responsabilidade e incorporar o acompanhamento do risco climático em nossas atuações. Mobilizamos equipes, recursos e soluções para apoiar as regiões afetadas, reafirmando que sustentabilidade também é agir pelo bem-estar das pessoas, pela recuperação de comunidades e pela incorporação de um viés de risco climático em nossas análises financeiras.

Temos consciência do papel transformador da moda na construção de um ecossistema mais sustável, justo e ético. Entendemos que sustentabilidade não é apenas uma meta, mas um compromisso contínuo que demanda inovação, responsabilidade e visão de longo prazo. Por isso, no Azzas 2154, nossa ambição vai além da mitigação de impactos: buscamos transformar nossa cadeia produtiva, incorporando cada vez mais tecnologias limpas, materiais de origem responsável e processos circulares.

Nesse sentido, em 2024, alcançamos a marca de 38,6% da rastreabilidade do couro utilizado em nossa produção e a aprovação das metas de redução de emissões pela Science Based Targets Initiative (SBTi). Também destaco o programa 1P=5P, por meio do qual complementamos mais de 32,6 milhões de pratos; o Mil Árvores, atingiu a marca de 1,5 milhão de mudas doadas para reflorestar todos os biomas brasileiros; e a venda de camisetas World T-shirt, que também contribui para o plantio de árvores na Mata Atlântica.

Entendemos que sustentabilidade não é apenas uma meta, mas um compromisso contínuo que demanda inovação, responsabilidade e visão de longo prazo.

Tudo isso só foi possível graças aos mais de 25 mil talentos que escrevem esta história conosco, honrando a diversidade e a singularidade dos colaboradores de cada marca de nosso portfólio, valorizando a pluralidade e atendendo nossos consumidores de forma consistente, com criatividade e excelência.

Agradecemos a todas as pessoas colaboradoras, parceiros de negócios, clientes e investidores que compartilham do nosso propósito e nos ajudam a impulsioná-lo diariamente. Convido vocês a explorarem este relatório e conhecerem as histórias, os avanços e os compromissos que ele traz.

Voando juntos, chegamos mais longe. Rumo a 2154!

Alexandre Birman
CEO/CCO do Azzas 2154

DESTAQUES DE 2024

HERING AS BÁSICAS DO BRASIL

Para o grupo, 2024 será lembrado pelo trabalho e dedicação investidos para o surgimento do conglomerado líder no setor de moda latino-americano. Durante o período, o Azzas 2154 dedicou-se a definições estratégicas e coletivas, não apenas de escopo financeiro, visando tanto o equilíbrio econômico como a expansão e presença de mercado, mas também de valorização de visões complementares e busca de sinergias em ESG, sem retrocessos em conquistas individuais das marcas e unidades de negócios. Como exemplo, a Companhia destaca os seguintes números e acontecimentos:

*NÚMEROS**

R$ 14,2 bi Receita bruta	**25 mil** Talentos	**27** Marcas	**R$ 1,6 Bi** Ebitda
2.129 Lojas	**+24,5 Mi** Calçados, Bolsas e Acessórios vendidos em 2024	**74 Mi** Peças de roupa	**R$ 591 Mi** Lucro líquido recorrente

ESG

Certificação Sistema B em todas as BUs	Metas climáticas do Grupo SOMA e Arezzo&Co aprovadas pelo SBTi	Empresas do grupo foram listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e Índice de Carbono Eficiente (ICO2) da B3	Nota A- no CDP para todas as empresas
Selo ouro no GHG Protocol	Signatária do Pacto Global - Rede Brasil	Compromisso com Elas Lideram do Pacto Global	Signatária do Pacto de Promoção pela Equidade Racial

*Em decorrência da incorporação do Grupo SOMA pela Arezzo&Co ("Combinação de Negócios"), o Azzas 2154 (nova denominação da Arezzo&Co), passou a consolidar no 3T24 os resultados do Grupo SOMA a partir de agosto de 2024. Portanto, as demonstrações contábeis do 4T24 já refletem três meses de operações consolidadas.

Para auxiliar o mercado na análise dos resultados e facilitar a sua visualização e interpretação, neste relatório incluímos os indicadores financeiros pro forma para o 4T23 e 2023, sendo estes meramente informativos e não revisados ou auditados.

AZZAS 2154

Nós somos muitos, mas também somos um: a soma de muitas origens. Essa é a nossa autenticidade e a nossa força.

Capital

ANIMALE ORO BAMBOO

PERFIL INSTITUCIONAL

GRI 2-6

O Azzas 2154 iniciou suas atividades em 1º de agosto de 2024. Seu nome teve duas inspirações principais: a ideia de sonhar, ganhar asas e voar; e a visão de futuro que Anderson Birman criou para a Arezzo&Co na década de 1990 e que hoje faz parte do mantra de longevidade coletivo de todas as 27 marcas da Companhia.

A fusão estratégica entre duas autoridades detentoras de marcas-desejo deu origem ao maior grupo de moda da América Latina, cujo objetivo é impulsionar a força criativa brasileira e elevar a moda nacional no mundo.

AREZZO VERÃO 2025

CONHEÇA TODAS AS MARCAS NA PÁGINA 19.

Com portfólio robusto e completo para atender às diferentes necessidades dos consumidores, o Azzas 2154 vai do básico ao sofisticado, conversando com múltiplas geografias e pessoas. Nasce da diversidade de marcas, de *expertises*, de lideranças e de talentos. Une diferenças e fortalezas individuais, ao mesmo tempo em que abre espaço para oportunidades de sinergia.

O Azzas 2154 opera no setor de bens de consumo, abrangendo calçados, acessórios e vestuário feminino, masculino e infantil. A Companhia atua desde o desenvolvimento e fabricação até a comercialização de seus produtos. Essa última etapa é facilitada por uma extensa rede de franquias, lojas próprias e parcerias com multimarcas, tanto no Brasil quanto no exterior.

Além disso, o Azzas 2154 investe fortemente no *e-commerce*, integrando plataformas digitais em uma estratégia *omnichannel* para proporcionar conveniência e alcance global aos seus clientes.

FARM RIO VERÃO 2025

QUEM SOMOS

Paixão pelo ofício

Moda. Essa é a nossa paixão e o nosso ofício. Mas vamos além. Nascemos estilistas, sapateiros, joalheiros, varejistas. Somos criadores inquietos e empreendedores apaixonados, sempre em busca de fazer mais e melhor.

Única em cada origem

Somos muitos, mas também somos um. Nossa força vem da nossa diversidade, da capacidade que temos de reunir tantas mentes e marcas icônicas, valorizando a autenticidade e a autonomia criativa de cada uma delas.

Potência para ir além

Empreendedores por natureza, entendemos nosso papel de impacto e de geração de valor compartilhado, honrando a criatividade em todas as áreas do nosso negócio e impulsionando talentos criativos.

Brasil no mundo

Existimos para fortalecer o mercado nacional e despertar o desejo pela moda e pela criatividade brasileira. Nascemos para reverberar nossa cultura e estilo de vida globalmente.

MAPA DE ATUAÇÃO

GRI 2-1, CG-MR-000.A

607
Lojas próprias

1.524
Franquias

11 milhões
de clientes ativos*

13
Fábricas

15
Centros de distribuição

Américas

807 LOJAS

América do Norte
Estados Unidos, México, Canada.

América Central
Bermuda, Barbados, Bahamas, Costa Rica, Guatemala, Panamá, Porto Rico, República Dominicana, Ilhas Cayman.

América do Sul
Argentina, Brasil, Bolívia, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Uruguai, Venezuela.

Brasil

32.633 LOJAS

Europa

251 LOJAS

Albânia, Alemanha, Espanha, França, Grécia, Irlanda, Itália, Inglaterra, Portugal, Romênia, Suíça, Turquia.

África

15 LOJAS

Costa do Marfim, Egito, Jamaica, Marrocos, Ilhas Maurício, República Centro Africana e Nigéria.

Ásia

77 LOJAS

Hong Kong, India, Thailand

Oceania

11 LOJAS

Austrália e Nova Zelândia.

LINHA DO TEMPO AZZAS 2154

FARM RIO VERÃO 2025

1880 — Fundação da HERING

1972 — Fundação da AREZZO

1991 — Fundação da ANIMALE

1995 — Fundação da SCHUTZ

1997 — Fundação da FARM Rio

2004 — Fundação da RESERVA

2007 — Fusão entre Arezzo e Schutz, nasce a AREZZO&CO

2010 — Criação do Grupo SOMA, pela fusão de Animale e FARM Rio

2011 — Abertura de capital: IPO da Arezzo&Co na B3

2020 — Aquisição da Reserva pela Arezzo&Co e criação da AR&Co

Abertura de capital: IPO de Grupo SOMA na B3

2021 — Aquisição da Cia. Hering pelo Grupo SOMA

2024 — Arezzo&Co e Grupo SOMA se juntam. Nasce o AZZAS 2154

MARCAS

O Azzas 2154 consolida-se como uma plataforma de moda sólida e inovadora, com um portfólio diversificado que vai do básico ao sofisticado. Essa amplitude é o reflexo de sua originalidade e de sua força como *powerhouse of brands*.

O modelo de atuação do Azzas 2154 está estruturado em cinco BUs e foi definido a partir de premissas desenvolvidas por consultoria especializada e externa.

Cada unidade de negócio parte de uma realidade individual e conta com CEOs próprios (mais informações em Estrutura de governança), que têm flexibilidade para alocar orçamentos e que reportam indicadores diretamente ao CEO do Azzas 2154.

As BUs são os núcleos de responsabilidade pelo desempenho do negócio, funcionando como a força motriz que impulsiona a criação de valor. Elas asseguram que as marcas mantenham o foco em entregar valor consistentemente, despertar desejo nos consumidores e fortalecer continuamente elementos-chave de *branding*, competências estratégicas e cultura interna.

A relação e interação de cada BU de negócios com a plataforma Azzas 2154 se dá em quatro etapas: no ciclo de planejamento, nos projetos de geração de valor e sinergia, nos rituais de gestão e resultados e, igualmente, nos momentos de colaboração e no compartilhamento de melhores práticas.

MAIS INFORMAÇÕES
EM ESTRUTURA
DE GOVERNANÇA,
NA PÁGINA 39

HERING AS BÁSICAS DO BRASIL

OFICINA CAMISARIA

As BUs têm a responsabilidade de manter suas identidades próprias e pulsantes, ao mesmo tempo em que o guarda-chuva da cultura do Azzas 2154 vai se estabelecendo.

São elas:

Calçados e Acessórios	Vestuário Feminino e *Lifestyle**	Vestuário Democrático*	Vestuário Masculino e *Lifestyle*
1. Alexandre Birman	1. Animale	1. HERING	1. Foxton
2. Anacapri	2. Carol Bassi	2. HERING INTIMATES	2. Oficina Reserva
3. Arezzo	3. Cris Barros	3. HERING KIDS	3. Reserva
4. Brizza	4. Fábula	4. HERING SHOES	4. Reserva INK
5. Schutz	5. FARM Rio	5. HERING SPORTS	5. Reserva Go
6. Vans	6. Maria Filó		6. Reserva Mini
7. Vicenza	7. NV		
8. ZZ Mall	8. Off Premium		
R$ 4,8 bi	R$ 4,8 bi	R$ 2,8 bi	R$ 1,8 bi
870 LOJAS	330 LOJAS	702 LOJAS	231 LOJAS
12 M	8,9 M	4,5 M	2,3 M

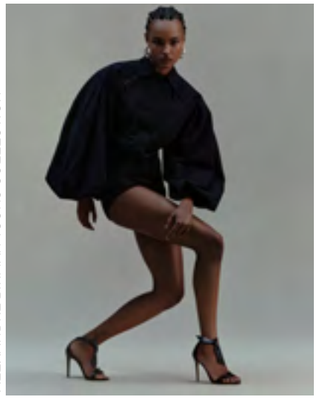
BU INDUSTRIAL

Frente operacional responsável pela produção das marcas de Calçados e Acessórios da Companhia.

*Os números referentes às receitas destas BUs são pro forma, pois consideram as receitas do Grupo SOMA nos períodos anteriores à fusão.

CALÇADOS E ACESSÓRIOS

ALEXANDRE BIRMAN

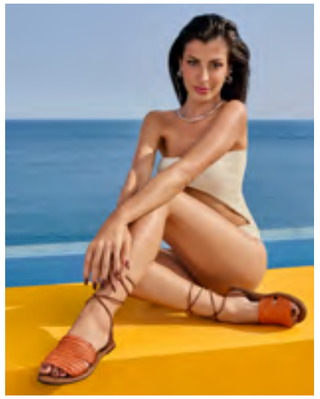


ALEXANDRE BIRMAN ICONS COLLECTION

A GRIFE DE CALÇADOS FEMININOS DE LUXO DESTACA-SE POR CRIAÇÕES DE QUALIDADE ARTESANAL, *DESIGN* INOVADOR E EXCLUSIVO, ASSIM COMO PELO USO DE MATERIAIS NOBRES. A PREOCUPAÇÃO COM CADA DETALHE É EVIDENTE, RESULTANDO EM PEÇAS DESEJADAS PELA MULHER MODERNA.

15 lojas próprias
103 multimarcas

ANACAPRI



ANACAPRI ALTO VERÃO 2025 - NAH CARDOSO

A MARCA DE CALÇADOS E ACESSÓRIOS FEMININOS PROPÕE VERSATILIDADE E ESTILO, SEM DEIXAR DE LADO O CONFORTO, A QUALIDADE E A PRATICIDADE DESEJADOS POR SEU PÚBLICO-ALVO.

2 lojas próprias
266 franquias
1.921 multimarcas

AREZZO

AREZZO PRE FALL 2024

A MAIOR MARCA DE VAREJO DE CALÇADOS FEMININOS *FASHION* DA AMÉRICA LATINA. COM MAIS DE MEIO SÉCULO DE CAMINHADA, TRADUZ TENDÊNCIAS DA MODA PARA MULHERES DE TODAS AS IDADES, COM ALTA QUALIDADE E *DESIGN* CONTEMPORÂNEO.

24 lojas próprias
421 franquias
1.439 multimarcas

BRIZZA
AREZZO

BRIZZA VERÃO 2025 - BY THE SEA

A LINHA DE ACESSÓRIOS E CALÇADOS *FLIP FLOPS* E *SUN SANDALS* DA MARCA AREZZO É RECONHECIDA POR SUAS CORES E *DESIGN* COLORIDO E CONFORTÁVEL, PERFEITOS PARA O CLIMA TROPICAL BRASILEIRO E PARA AS FÉRIAS.

1.392 multimarcas

SCHUTZ

SCHUTZ VERÃO 2025

COM PROPOSTA ARROJADA E ORIGINAL, A SCHUTZ É UMA MARCA DE SAPATOS E ACESSÓRIOS FEMININOS QUE REFLETEM A MULHER MODERNA E INDEPENDENTE. SUAS CRIAÇÕES SÃO VERSÁTEIS E ALINHADAS ÀS TENDÊNCIAS, SEM ABRIR MÃO DO CONFORTO E DA QUALIDADE.

21 lojas próprias
54 franquias
1.412 multimarcas

Vicenza

VICENZA VERÃO 2025 - GOLDEN GIRLS

CRIADA EM 1992 NA CIDADE DE IGREJINHA (RS), A MARCA DE CALÇADOS E ACESSÓRIOS FEMININOS TEM PRESENÇA NACIONAL E INTERNACIONAL. SEU PROPÓSITO É EMPODERAR AS MULHERES COM CRIAÇÕES INOVADORAS E INSPIRÁ-LAS A VIVER COM AUTENTICIDADE.

1 loja própria
423 multimarcas

VESTUÁRIO FEMININO E *LIFESTYLE*

ZZ'MALL

INVERNO ZZMALL

MARKETPLACE LANÇADO EM 2020, REUNINDO NO DIGITAL TODAS AS MARCAS DA COMPANHIA, ASSIM COMO PARCEIROS DE *LIFESTYLE* SIMILAR.

Apenas vendas *on-line*

ANIMALE

ANIMALE VERÃO 2025 - HORIZONTES

MODA BRASILEIRA, ATEMPORAL E COSMOPOLITA. COM 34 ANOS DE HISTÓRIA, A MARCA SEGUE DE MANEIRA AUTÊNTICA E INSPIRADORA, MOVIMENTANDO A MODA NACIONAL, SEMPRE DE OLHO NO FUTURO. EM ORO, A MODA É TRADUZIDA EM JOIAS QUE INSPIRAM UM VISUAL PROTAGONISTA. A PORTA DE ENTRADA PARA O UNIVERSO ANIMALE SURGE NO DENIM E NO *STREETWEAR* AUTÊNTICO DE ANIMALE JEANS.

64 lojas próprias
1.086 multimarcas*

* Inclui multimarcas Animale Jeans

CAROL BASSI

CAROL BASSI JANE

COM ESTILO EXCLUSIVO E VIBRANTE, A MARCA DE VESTUÁRIO, SAPATOS E ACESSÓRIOS FEMININOS FOI CRIADA EM 2014 POR ANNA CAROLINA BASSI, ESTILISTA QUE CRESCEU CERCADA PELA MODA E QUE INJETA EM SUAS CRIAÇÕES O SEU ESTILO PESSOAL E ALEGRIA DE VIVER.

7 lojas próprias
90 multimarcas

CRIS BARROS

CRIS BARROS MAGICIANS OF LIFE - ARTISTAS DO COTIDIANO

FUNDADA EM 2002 PELA ESTILISTA CRIS BARROS, A MARCA É RECONHECIDA PELA CONTEMPORANEIDADE DAS CRIAÇÕES E QUALIDADE EM CADA DETALHE. AS COLEÇÕES COMBINAM MODELAGENS ELABORADAS A UM UNIVERSO PARTICULAR, QUE RESULTAM EM UMA MODA AUTÊNTICA E LIVRE.

12 lojas próprias
59 multimarcas

fábula

FÁBULA VERÃO 2025

A ROUPA DA FÁBULA BRINCA DE INVENTAR HISTÓRIAS E É NAS ESTAMPAS QUE A IMAGINAÇÃO ACONTECE. COMO NAS PÁGINAS DE UM LIVRO, CADA CAPÍTULO, UMA NOVA COLEÇÃO, UM NASCIMENTO, UM NOVO SONHO, UMA DESCOBERTA, UMA NOVA GENTE E UM FUTURO MAIS COLORIDO. A FÁBULA QUER VALORIZAR AS INFÂNCIAS DE ONTEM E DE HOJE, SONHAR POR UM FUTURO COM MAIS BRINCADEIRAS E VESTIR AS CRIANÇAS DE SONHOS E ALEGRIAS. AFINAL, BRINCAR É URGENTE, DO AVESSO, DE TRÁS PRA FRENTE, EM TODAS AS IDADES E EM QUALQUER LUGAR.

15 lojas próprias
798 multimarcas

FARM RIO

FARM RIO ALTO VERÃO 2025

UM GRUPO DE CRIATIVOS DO RIO DE JANEIRO QUE ACREDITA NA FELICIDADE. DESDE 1997, A FARM RIO CRIA MOVIMENTOS CULTURAIS, CELEBRA A NATUREZA E INSPIRA TRANSFORMAÇÕES COM AMOR EM CADA DETALHE.

BRASIL
112 lojas próprias
4.800 multimarcas

GLOBAL
9 lojas próprias
3 franquias
679 multimarcas

VESTUÁRIO MASCULINO E *LIFESTYLE*

MARIA FILÓ

MARIA FILÓ ALTO VERÃO 2024

MARCA CARIOCA DE MODA FEMININA QUE APROXIMA O CLÁSSICO DO CONTEMPORÂNEO COM PEÇAS QUE ATRAVESSAM TEMPORADAS E GERAÇÕES. FEITA PARA MULHERES REAIS E CONFIANTES, A MARIA FILÓ TRAZ CHARME, ELEGÂNCIA E VERSATILIDADE PARA AS MAIS DIVERSAS OCASIÕES.

36 lojas próprias
12 franquias
585 multimarcas

nv

NV VERÃO 2025

CRIADA EM 2012 PELA INFLUENCIADORA DIGITAL NATI VOZZA, A MARCA DE VESTUÁRIO FEMININO TEM A SOFISTICAÇÃO COMO NORTE CONSTANTE. SUAS PEÇAS SÃO PENSADAS PARA ACOMPANHAR AS MULHERES EM TODAS AS OCASIÕES.

23 lojas próprias
244 multimarcas

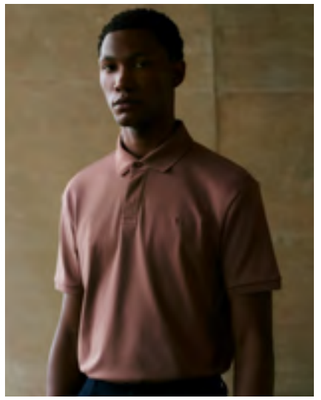
OFFPREMIUM

OFFPREMIUM BLACKFRIDAY

OUTLET OFICIAL DE GRANDES MARCAS DA MODA BRASILEIRA, COMO ANIMALE, FARM RIO E MARIA FILÓ ETC. SUA PROPOSTA É CELEBRAR A DIVERSIDADE DE ESTILOS E A BELEZA DA MODA CÍCLICA, EM UM LUGAR ONDE O TEMPO SE CURVA E A ELEGÂNCIA SE TORNA ACESSÍVEL.

13 lojas próprias

foxton



FOXTON INVERNO 2025

MARCA DE ROUPAS E ACESSÓRIOS MASCULINOS QUE VALORIZA COMPORTAMENTOS, HISTÓRIAS E PRODUTOS QUE ATRAVESSAM O TEMPO, SUPERAM TENDÊNCIAS, EVOLUEM E PERMANECEM ATUAIS. SEU OBJETIVO É ENTREGAR QUALIDADE, SEMPRE COM INOVAÇÃO E ATUALIZAÇÃO DE MODA.

31 lojas próprias
195 multimarcas

Oficina RESERVA

OFICINA JACKETS

MARCA DE MODA MASCULINA QUE ENTENDE O REFINAMENTO DO BÁSICO E A SOFISTICAÇÃO DOS DETALHES, A OFICINA É CONHECIDA POR SUAS CAMISAS SOCIAIS SOB MEDIDA, MATERIAIS DE QUALIDADE SUPERIOR E ATENDIMENTO PERSONALIZADO.

27 lojas próprias
260 multimarcas

Reserva

RESERVA INVERNO 2024

DESDE 2004, TRAZ INOVAÇÃO PARA A MODA MASCULINA COM PEÇAS DE QUALIDADE E *DESIGN* AUTÊNTICO. SUA ORIGEM CARIOCA É VISÍVEL NA COMBINAÇÃO ENTRE CASUAL, CONFORTO, ALTA MODA E *STREETWEAR*.

82 lojas próprias
102 franquias
100 multimarcas

VESTUÁRIO DEMOCRÁTICO

Reserva Go

RESERVA GO INVERNO 2024

MARCA DE CALÇADOS E ACESSÓRIOS DA RESERVA FOCADA EM VESTIR DA CABEÇA AOS PÉS OS JOVENS DE ESPÍRITO DE TODAS AS IDADES.

4 lojas próprias
1.431 multimarcas

INK

ACERVO RESERVA

MARCA DIRECIONADA AO SEGMENTO DE CUSTOMIZAÇÃO DE ROUPAS COM A QUALIDADE RESERVA, ESPECIALMENTE CAMISETAS. TAMBÉM ATUA COMO PLATAFORMA DE *E-COMMERCE* COM FORNECIMENTO E DISTRIBUIÇÃO PRÓPRIOS NO MODELO DE *PRINT ON DEMAND*.

Exclusivo vendas *on-line*

Reserva mini

RESERVA MINI INVERNO 2024

MARCA DE VESTUÁRIO INFANTIL QUE SURGIU EM 2012 E QUE TEM O PROPÓSITO DE APOIAR A FORMAÇÃO DE UMA GERAÇÃO MAIS LIVRE E CONSCIENTE. SUAS PEÇAS SÃO PRÁTICAS, CONFORTÁVEIS E ESTILOSAS, PERFEITAS PARA ACOMPANHAR A ENERGIA DAS CRIANÇAS.

16 lojas próprias
560 multimarcas

VANS "OFF THE WALL"

VANS MTE™ CROSSPATH

SÍMBOLO DO UNIVERSO DO *SKATE*, A VANS NASCEU EM 1966, EVOLUINDO DO TÊNIS PARA PRATICANTES DO ESPORTE PARA UM AMPLO PORTFÓLIO DE VESTUÁRIO *STREETWEAR*. SUA PRESENÇA É GLOBAL E ESPECIALMENTE EXPRESSIVA NO BRASIL.

15 lojas próprias e 9 *outlets*
27 franquias
3.550 multimarcas

HERING

HERING AS BÁSICAS DO BRASIL

ÍCONE DO BRASIL DESDE 1880. COM ESSÊNCIA INOVADORA E DNA BRASILEIRO, ATRAVESSA GERAÇÕES EM COMPASSO COM O ESPÍRITO DO TEMPO. COM FORTE MEMÓRIA AFETIVA, SEGUE EM EVOLUÇÃO COM O ENCONTRO DO BÁSICO COM A MODA.

HERING INTIMATES - O MELHOR DO CONFORTO EM PIJAMAS E *UNDERWEAR*

HERING KIDS - UM OLHAR LEVE E ORIGINAL PARA O UNIVERSO INFANTIL

HERING SPORTS - LIBERDADE DE MOVIMENTO PARA AS PRÁTICAS ESPORTIVAS

HERING SHOES - O BÁSICO DOS PÉS À CABEÇA

69 lojas próprias
633 franquias
9.371 multimarcas

HERING SHOES ALTO VERÃO 2025

EFEITOS DA FUSÃO NA CADEIA PRODUTIVA

GRI 2-6

A fusão impulsionou a criação de novas linhas de calçados para FARM Rio e HERING SHOES, ampliando sinergias entre unidades de negócios e fortalecendo a cadeia produtiva com novas colaborações.
A HERING SHOES lançou a linha de calçados "O Básico dos Pés à Cabeça", composta por sandálias, tênis e mocassins para homens e mulheres, enquanto a linha de calçados APÉ marcou a entrada da FARM Rio nesse segmento.

SIMPLIFICAÇÃO DE PORTFÓLIO

Visando melhorar sua alocação de capital, o grupo realizou um detalhado processo de revisão de seu portfólio de marcas. Com a ajuda de assessores externos, a Companhia considerou fatores como o potencial de crescimento, capital alocado, retorno sobre capital empregado (ROCE) e geração de caixa das suas marcas.

Com isso, optou por descontinuar as seguintes marcas:

- Alme, calçados agêneros com matérias-primas de menor impacto ambiental e máximo conforto.
- Dzarm, vestuário jovem e expressão pessoal.
- Reversa, vestuário feminino inspirado na marca-mãe, Reserva.
- Simples, vestuário básico direcionado ao público AB adulto.
- TROC, plataforma *second hand* de produtos *premium* e de luxo.
- A marca BAW foi revendido aos fundadores.
- As marcas Brizza e Fábula passam a ser categorias de produto das marcas Arezzo e FARM Rio respectivamente.

FÁBULA ALTO VERÃO 2025 - TUDO PARA FAZER, NADA PARA FAZER

O Azzas 2154 reconhece e agradece a contribuição dessas marcas, que trouxeram inovação, identidade e conexão com diferentes públicos ao longo dos anos. Seus legados e aprendizados seguem influenciando o futuro da Companhia.

DESTAQUES EM ESG POR BU

AREZZO INVERNO 2024 - CAMPERO BOOTS

FARM RIO ALTO VERÃO 2025

BU CALÇADOS E ACESSÓRIOS

Nono lugar no mundo, no *ranking* das 100 melhores empresas em crescimento sustentável, realizado pela revista Time.

Certificado em Equidade Racial, concedido pelo Índice ESG Racial do Pacto Pela Equidade Racial.

BU VESTUÁRIO FEMININO E *LIFESTYLE*

O Grupo SOMA passou a integrar o seleto grupo de 4% das empresas brasileiras que contabilizam e monitoram as emissões da categoria 12 (tratamento de fim de vida de produtos vendidos) no Inventário de GEE.

A FARM Rio venceu o Prêmio Diversidade em Prática 2024 com o projeto REFARM CRIA: Edição Moda (2023) na categoria Negócios Inclusivos.

BU VESTUÁRIO DEMOCRÁTICO

Em dezembro, a HERING tornou-se parceira do Pacto Contra a Fome, alinhando-se às metas da instituição: erradicar a fome no Brasil até 2030 e garantir que todas as pessoas estejam bem alimentadas até 2040.

A Fundação Hermann Hering (FHH) beneficiou 228,8 mil pessoas em seus projetos sustentados pelos pilares "Moda que valoriza as pessoas" e "Preservar a memória e cultura da moda". Destaque para o Programa de Desenvolvimento de Lideranças Negras e Indígenas do Instituto Identidades do Brasil (ID_BR), apoiado pela FHH, que garantiu o desenvolvimento de trilhas formativas de 200 bolsistas negros e indígenas e concedeu 23 bolsas de estudos para os participantes.

HERING ALTO VERÃO 2025

BU VESTUÁRIO MASCULINO E *LIFESTYLE*

O projeto 1P=5P (1 peça = 5 pratos) alcançou a marca de 145 milhões de pratos complementados, beneficiando, desde 2016, mais de 1 milhão de pessoas em situação de insegurança alimentar no Brasil.

Mais de 500% de crescimento de itens pós-consumo coletados no programa de logística reversa da Reserva, o Reserva Circular.

RESERVA INVERNO 2024

MODELO DE NEGÓCIO

INSUMOS/*INPUTS*

Capital financeiro
- Receitas
- Investimentos
- Lucro bruto
- Caixa disponível
- Dívida líquida

Capital manufaturado
- Fábricas e ateliês
- Centros de distribuição
- Infraestrutura de mais
- 2.131 lojas e 27 marcas
- Sedes administrativas
- Franquias e e-*commerce*

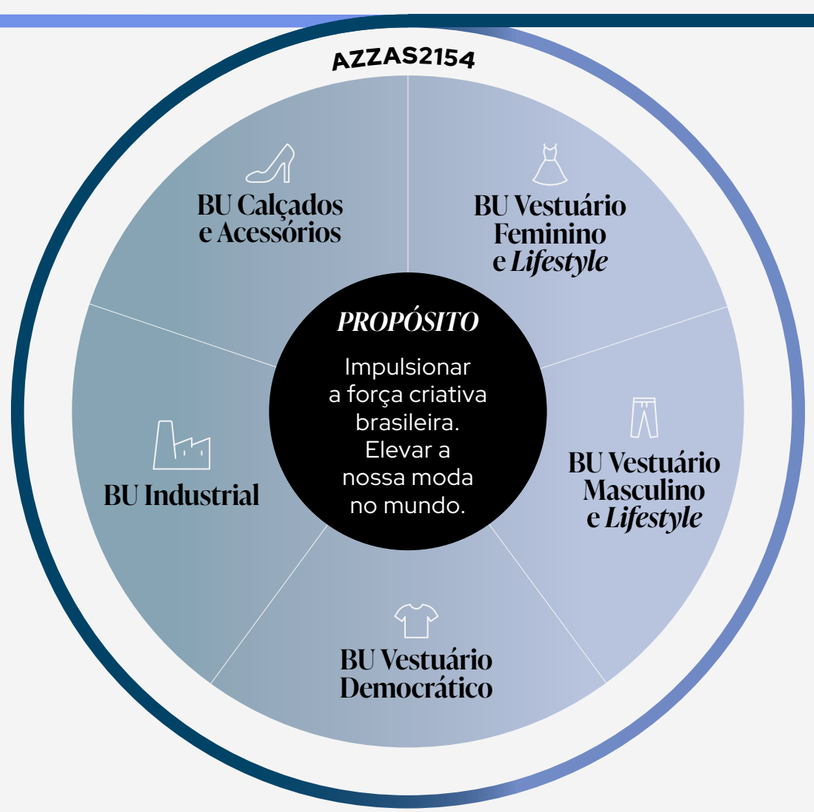
Capital intelectual
- Investimento em inovação
- Programa de economia circular
- Rastreabilidade das matérias-primas

Capital humano
- Mais de 25 mil colaboradores
- Programas de liderança e aceleração de carreira
- Políticas de diversidade, equidade e inclusão

Capital social e de relacionamento
- 1.856 fornecedores
- Iniciativas sociais
- Clientes
- Parcerias socioambientais
- Participação em índices de sustentabilidade como ISE B3

Capital natural
- Consumo de energia
- Consumo de água
- Uso de matéria-prima

ENTRADAS



RESULTADOS

COMPROMISSO

Assumir um lugar de protagonismo na moda também é assumir compromissos com a sociedade, o planeta e as pessoas. É inspirar um futuro mais justo, mais ético e mais sustentável. É gerar impacto positivo fazendo uma moda responsável de verdade.

IMPACTOS/*OUTCOMES*

Capital financeiro
- ▲ Crescimento de receita bruta
- ▲ Investimentos em expansão de lojas e digitalização
- ▲ Ebtida
- ▼ Aumento de tributos impactando resultados

Capital manufaturado
- ▲ Melhoria da infraestrutura com foco em ecoeficiência
- ▲ Implementação do serviço de logística reversa e práticas circulares
- ▼ Consumo de energia e recursos naturais

Capital intelectual
- ▲ Certificações como B Corporation e inclusão no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE)
- ▲ Iniciativas de inovação em produtos e processos
- ▲ Plataformas digitais (ZZ'Mall; SOMALabs)

Capital humano
- ▲ Valorização e treinamentos de colaboradores
- ▲ Avanços em diversidade e inclusão (Programas afirmativos para contratação e desenvolvimento de grupos minorizados)
- ▲ Benefícios e remuneração

Capital social e de relacionamento
- ▲ Fortalecimento da confiança do consumidor de atendimento e reputação
- ▲ Projetos socioambientais (1P5P e Mil Árvores)
- ▲ Fundação Herman Hering
- ▲ Investimento em responsabilidade social

Capital natural
- ▲ Compensação de emissões de carbono e reflorestamento
- ▲ Redução no uso de água e gestão de resíduos têxteis
- ▲ Reserva ambiental com mais de 4 milhões de m²
- ▼ Dependência de matérias-primas com alto impacto ambiental

PILAR GOVERNANÇA

MODA MAIS ÉTICA E TRANSPARENTE

Ser referência nas boas práticas e cultura ESG, garantindo a comunicação transparente e gestão sistêmica da sustentabilidade

Temas materiais

Gestão de resíduos e circularidade
Mudanças climáticas
Gestão da cadeia de fornecedores
Diversidade, equidade e inclusão
Gestão de água e efluentes

Capitais

ODS

AREZZO VERÃO 2025 - LÍVIA PARA AREZZO

GOVERNANÇA CORPORATIVA

O Azzas 2154 reafirma seu compromisso com a transparência no setor de moda, adotando práticas que garantem ética, integridade, proteção de dados e relações governamentais estruturadas e responsáveis.

Em um ano marcado pela fusão, a governança corporativa foi crucial para integrar marcas, fortalecer operações e assegurar altos padrões éticos e regulatórios. Com um plano de cem dias, a Companhia revisou políticas e estruturas, além de consolidar sua estratégia de sustentabilidade como um pilar central.

ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

GRI 2-9

A governança de Azzas 2154 é baseada em diretrizes estratégicas, funções institucionais, sinergias corporativas, *expertise* compartilhada e acompanhamento de resultados. Tem a seguinte estrutura:

OFICINA LINHO

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO*

Pedro Parente
Chair – Independente
Não exerce função executiva
É membro independente
Tempo no mandato: 1 ano
Experiência nos setores público e privado, com destaque em liderança executiva, governança corporativa e gestão estratégica
Gênero: masculino

Anna Chaia
Vice-presidente – Independente
Não exerce função executiva
É membro independente
Tempo no mandato: 1 ano
Experiência com desenvolvimento de negócios, planejamento estratégico e gestão de operações
Gênero: feminino

Sylvia Leão
Conselheira – Independente
Não exerce função executiva
É membro independente
Tempo no mandato: 1 ano
Atuação há mais de 30 anos no mercado de varejo; *merchandising; business strategy; team leadership; strategic planning; sales management; product development; trade marketing; market planning; leadership development; negotiation; supply chain management; logistics management; human resources*
Gênero: feminino

Alexandre Birman
Acionista de referência
Exerce função executiva como CEO/CCO do Azzas 2154
Não é membro independente
Tempo no mandato: 7 anos
Expertise em estratégia, inovação e desenvolvimento de produtos, aliada ao conhecimento profundo do mercado
Gênero: masculino

Roberto Jatahy
Acionista de referência
Exerce função executiva como CEO do Grupo SOMA
Não é membro independente
Tempo no mandato: 1 ano
Conhecimento em estratégia empresarial, planejamento estratégico, estratégias de *marketing*, negociação, planejamento empresarial, varejo, liderança de equipe
Gênero: masculino

Marcel Sapir**
Conselheiro
Não exerce função executiva
É membro independente
Tempo no mandato: Menos de 1 ano
Formado em economia pela PUC Rio, mestre em finanças com ampla experiência profissional, no setor de varejo.
Gênero: masculino.

José Ernesto Bologna
Conselheiro
Não exerce função executiva
Membro independente
Tempo no mandato: 11 anos
Ampla experiência em desenvolvimento organizacional e desenvolvimento humano em empresas.
Gênero: masculino

Guilherme Benchimol
Conselheiro
Não exerce função executiva
Membro independente
Tempo no mandato: 1 ano
Ampla experiência no mercado financeiro e empresarial.
Gênero: masculino

Edison Ticle
Conselheiro
Não exerce função executiva
Membro independente
Tempo no mandato: 1 ano.
Ampla experiência no mercado financeiro e empresarial
Gênero: masculino

COMITÊS

	Auditoria Estatutário	Pessoas, Remuneração e Sustentabilidade	Estratégia e Integração
Coordenador	Carlos Elder Aquino	José Ernesto Bologna	Anna Chaia
Composição	Sylvia Leão, Carlos Elder Aquino (externo) e Patricia Verderesi (externo)	Pedro Parente, Sylvia Leão, Alexandre Birman e Roberto Jatahy	Alexandre Birman, Roberto Jatahy, Marcel Sapir e Pedro Parente
Reuniões	No mínimo 6 reuniões por ano, no mesmo mês das reuniões do Conselho e anterior a essas.	No mínimo 6 reuniões por ano, no mesmo mês das reuniões do Conselho e anterior a essas.	No mínimo 6 reuniões por ano, no mesmo mês das reuniões do Conselho e anterior a essas.

*À exceção de Anna Chaia e Sylvia Leão, nenhum dos demais membros pertencem a grupos sociais sub-representados
**Entrou em 2025, substituindo Ruy Kameyama, que assumiu o cargo de CEO da BU AR&CO.

SECRETARIA DA GOVERNANÇA
Carlos Eduardo de Castro Neves

CRIS BARROS MAGICIANS OF LIFE - ARTISTAS DO COTIDIANO

Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança

GRI 2-10

Em 1º de agosto de 2024, como parte do processo de fusão e após aprovação em uma Assembleia Geral Estatutária (AGE) e em reunião do próprio Conselho, foram eleitos novos membros para o Conselho de Administração e para a Diretoria Estatutária, ambos com mandato até agosto de 2026. Também houve reformulação em algumas posições.

O processo de seleção é guiado por critérios como transparência, diversidade, independência, competências específicas e dedicação. Esses parâmetros avaliados pelo Comitê de Pessoas, Remuneração e Sustentabilidade, que considera a participação dos *stakeholders* e a necessidade de equilíbrio entre experiência e inovação no perfil do Conselho.

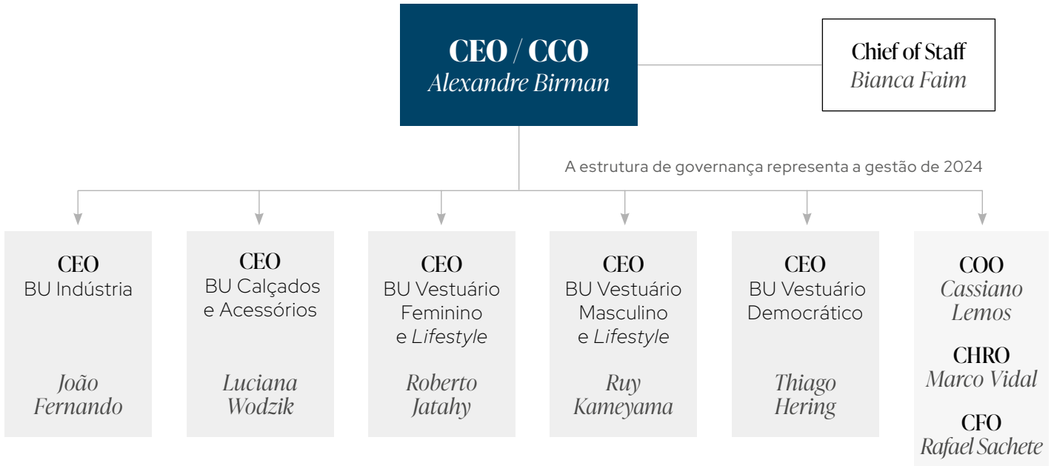
O Conselho de Administração do Azzas 2154 deve ter entre 7 e 11 membros, sendo ao menos 20% conselheiros independentes, em conformidade com regulamentações como o Novo Mercado e a Resolução CVM nº 80.

Os conselheiros são eleitos para mandatos de dois anos, com possibilidade de reeleição, e devem atender a requisitos legais e normativos, incluindo assinatura de termos de posse e adesão a políticas internas.

Conselheiros residentes no exterior devem designar um representante legal no Brasil. Como forma de reforçar sua governança e imparcialidade, o acúmulo de funções de presidente do Conselho e diretor-presidente é vedado.

Governança das unidades de negócio

A estrutura de governança também é complementada pelos CEOs da plataforma Azzas 2154 e das unidades de negócio (BUs) das marcas e pelo *C-level* de suporte ao *core*.



PIONEIRISMO FEMININO NA LIDERANÇA DO AZZAS 2154

Liderando a unidade de Calçados e Acessórios, Luciana Wodzik é a primeira mulher a ocupar o cargo de CEO na Companhia. A presença da CEO é a chave para um círculo virtuoso, em que pessoas colaboradoras estimuladas pelo exemplo também materializam a presença cada vez mais frequente de mulheres em posições estratégicas e de liderança.

LUCIANA WODZIK

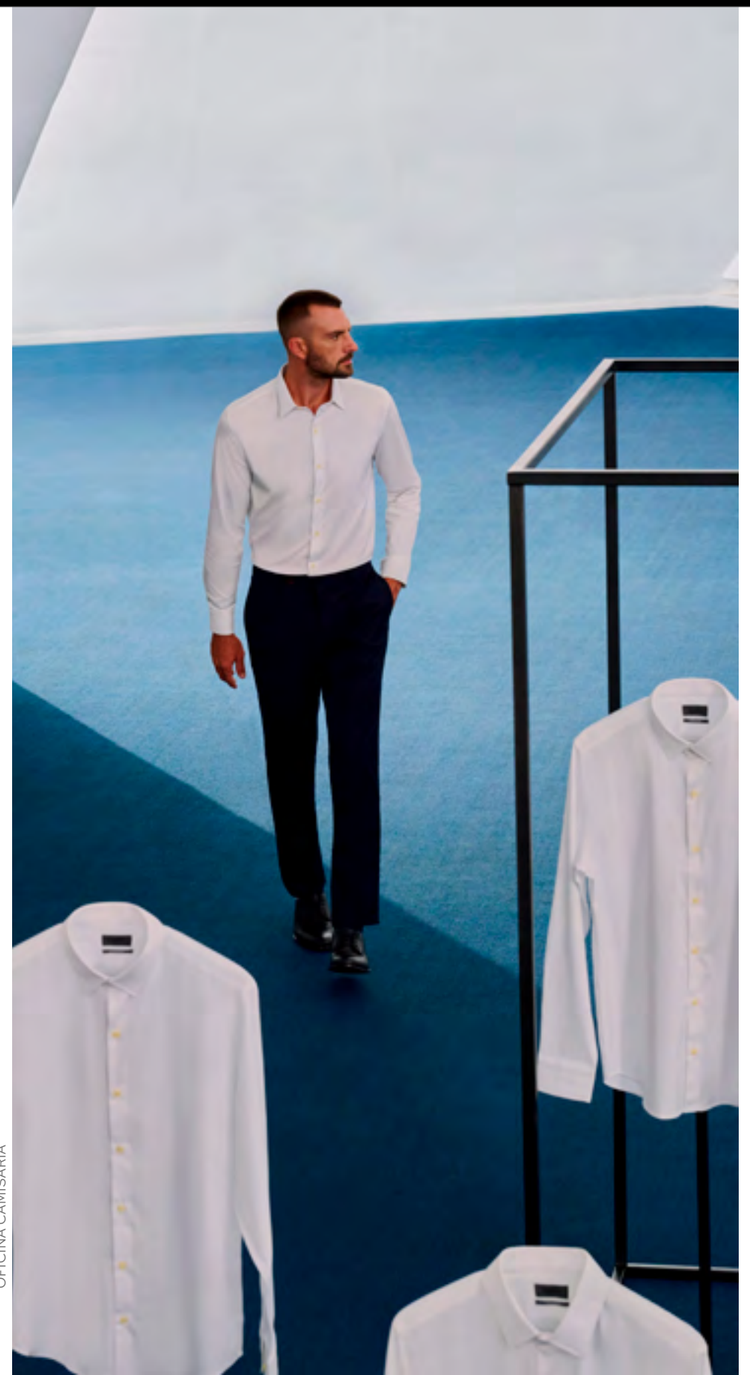
Diretoria estatutária

Alexandre Birman	CEO / CCO	Primeira eleição em 19/05/2021
Roberto Jatahy	Diretor de Unidade de Negócio (BU) de Vestuário Feminino e *Lifestyle*	Primeira eleição em 01/08/2024
Rafael Sachete	Diretor Financeiro, Corporativo e de Relações com Investidores*	Primeira eleição em 19/05/2021
Thiago Hering	*Head* da BU Vestuário Masculino	Primeira eleição em 01/08/2024
Ruy Kameyama	Diretor Estatutário	Primeira eleição em 17/02/2025

*Anteriormente diretor vice-presidente Corporativo, diretor Financeiro e diretor de Relações com Investidores da Arezzo&Co.

Conselho Fiscal

Martin da Silva Gesto	Membro efetivo	Primeira eleição em 2018
João Luiz Trindade Telles da Silva	Membro efetivo	Primeira eleição em 2019
Ricardo Gus Maltz	Membro efetivo	Primeira eleição em 2018
Tiago Rego de Lima	Membro suplente	Primeira eleição em 2024
Valmor Leandro Biason	Membro suplente	Primeira eleição em 2019
Vinícius de Azambuja Franco	Membro suplente	Primeira eleição em 2019



OFICINA CAMISARIA

COMITÊS DE ASSESSORAMENTO AO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Os comitês que supervisionam e tomam decisões sobre tópicos relacionados aos impactos da organização na economia, no meio ambiente e nas pessoas são:

- Comitê de Auditoria Estatutário
- Comitê de Pessoas, Remuneração e Sustentabilidade
- Comitê de Estratégia e Integração

ANIMALE DIA DAS MÃES 2024

Comitê de Auditoria Estatutária (CAE)

O Comitê de Auditoria Estatutário, órgão de assessoramento do Conselho de Administração, atua visando garantir a transparência e integridade financeira, conforme as normas e regulamentações externas e internas.

Suas principais responsabilidades incluem:

- Opinar sobre a contratação e destituição do auditor externo independente;
- Supervisionar as atividades da auditoria externa, das áreas de Auditoria Interna, Compliance, Gestão de Riscos e Controles Internos;
- Avaliar e monitorar a qualidade e integridade dos mecanismos de controles internos, das informações trimestrais, demonstrações intermediárias e demonstrações financeiras, as exposições de risco da Companhia e a adequação de transações com partes relacionadas.

Os membros eleitos têm mandato de dois anos e incluem especialista em contabilidade societária e conselheiros independentes. O CAE elabora relatórios anuais e trimestrais com informações detalhadas sobre suas atividades, resultados e recomendações, que são apresentados ao Conselho de Administração e disponibilizados à CVM.

O seu coordenador reúne-se com o Conselho de Administração para informar as atividades do Comitê. A frequência do reporte das informações é, no mínimo, bimestral ou sempre que necessário. Esse ciclo de comunicação garante a transparência e a coordenação eficaz entre os níveis executivos e o órgão de governança.

Comitê de Pessoas, Remuneração e Sustentabilidade (CPRS)

O Comitê de Pessoas, Remuneração e Sustentabilidade, órgão de assessoramento do Conselho de Administração, tem como objetivo auxiliar o Conselho em questões relacionadas a salários, sustentabilidade e governança, conforme as normas internas e regulamentações externas aplicáveis.

Suas principais responsabilidades incluem:

- Recomendar ao Conselho de Administração os parâmetros e diretrizes da política de remuneração da Companhia;
- Monitorar e gerenciar os procedimentos, diretrizes e critérios a serem observados no processo de indicação de membros da Diretoria, conselhos e comitês;
- Acompanhar e avaliar o processo de planejamento sucessório das posições-chave da Companhia;
- Gerenciar o processo de avaliação de *performance* dos conselhos e comitês;
- Monitorar o processo de avaliação de desempenho dos principais executivos;
- Orientar e deliberar a respeito da sustentabilidade e estratégias de ESG da Companhia;
- Assegurar o comprometimento com o desenvolvimento social dos públicos de relacionamento, focando na equidade e promoção da diversidade.

Os membros eleitos têm mandato de dois anos, com reuniões, no mínimo bimestrais, e seu coordenador é responsável pelo reporte das atividades e recomendações do CPRS ao Conselho de Administração.

Comitê de Estratégia e Integração

Órgão colegiado de funcionamento permanente, o Comitê de Estratégia e Integração atua para assessorar o Conselho de Administração na análise de negociações e oportunidades de negócios e marcas, incluindo aspectos como viabilidade econômica, alinhamento à estratégia da Companhia e riscos associados.

SCHUTZ SUMMER 2025

CRIS BARROS MAGICIANS OF LIFE - ARTISTAS DO COTIDIANO

Além disso, emite recomendações sobre planos estratégicos da Companhia e analisa questões de responsabilidade do Conselho de Administração ou da Diretoria que possam ter caráter potencialmente estratégico para os negócios.

Composto por, no mínimo, três e, no máximo, cinco membros, pode conter representantes do Conselho de Administração e/ou externos à empresa. Os membros são eleitos e destituídos pelo Conselho de Administração, a qualquer tempo, com mandato unificado de dois anos, sendo permitida a reeleição.

AZZAS 2154 DAY ONE

Em 15 de agosto de 2024, a Companhia realizou um evento para apresentar suas metas de curto e longo prazos, assim como para reforçar a confiança de investidores e *stakeholders* na fusão. Na ocasião, foram demonstradas as projeções financeiras, os planos de expansão, as estratégias de integração e as novas oportunidades de mercado decorrentes das sinergias entre as marcas. Também foram apresentadas metas e premissas do Azzas 2154.

GESTÃO DE IMPACTOS

GRI 2-13

O Comitê de Auditoria Estatutário (CAE) é um órgão de assessoramento do Conselho de Administração que tem entre suas funções a supervisão e monitoramento de gestão de riscos, controles internos e *compliance*. A Companhia entende que o processo de gestão de riscos e impactos deve permear todos os níveis da organização.

A área de Gestão de Riscos e Controles Internos atua no desenvolvimento e aplicação das estratégias e metodologia do processo de gestão de riscos da Companhia, pautadas pelas leis, regulamentos, políticas e procedimentos internos e melhores práticas de governança.

Dentre as atribuições dos executivos da Companhia estão o monitoramento e mitigação de riscos, através da implementação de políticas e procedimentos alinhados às metas e objetivos do Azzas 2154.

Sua estrutura compreende diferentes órgãos societários, cada qual com atribuições específicas, na qual o Conselho de Administração, o Comitê de Auditoria Estatutário e a Diretoria têm atribuições distintas e devem atuar de maneira integrada, de acordo com suas responsabilidades e competências. O reporte de informações relevantes e estratégicas pelo CAE é realizado mensalmente ou sempre que necessário.

ESTRUTURA DE GOVERNANÇA PARA SUSTENTABILIDADE

GRI 2-12, 2-14, 2-24

A gestão de sustentabilidade no Azzas 2154 é liderada pelo Conselho de Administração, que garante a integração das práticas ESG em todos os níveis do negócio, definindo diretrizes, monitorando políticas e avaliando riscos e oportunidades.

O Conselho supervisiona a gestão dos impactos econômicos, ambientais e sociais, assegurando transparência e conformidade.

A Companhia conta com uma equipe dedicada ao tema, incluindo especialistas em cada uma das cinco BUs para atender às especificidades das marcas.

OFICINA LINHO

Em 2024, a Companhia conduziu uma análise de *gaps* em relação ao IFRS (International Financial Reporting Standards) S1 e S2, preparando-se para estar alinhado às novas normas da CVM.

POLÍTICA DE REMUNERAÇÃO

GRI 2-19, 2-20

O desenvolvimento da estratégia de remuneração do Azzas 2154 inclui etapas estruturadas para garantir transparência e alinhamento com as melhores práticas de mercado, considerando as funções e responsabilidades de cada profissional, além de metas e objetivos estratégicos da Companhia. Em decorrência do momento de fusão, o Azzas 2154 está revisitando suas diretrizes e trabalhando para construir uma estratégia de remuneração integrada para as BUs.

MARIA FILÓ VERÃO 2025

COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA

GRI 2-1, 2-2

O Azzas 2154 é uma sociedade anônima de capital aberto, com suas ações negociadas no segmento Novo Mercado da B3 S.A., reconhecido como o mais elevado padrão de governança corporativa. A listagem no Novo Mercado exige o cumprimento de rigorosos critérios, incluindo a divulgação transparente de demonstrações financeiras.

Com a fusão do Grupo SOMA e da Arezzo&Co em 1º de agosto de 2024, a Companhia foi renomeada Azzas 2154 e seu capital social ampliado em R$ 578.953.615,18, por meio da emissão de 95.500.607 novas ações ordinárias. Nesse processo, os acionistas do Grupo SOMA tornaram-se acionistas do Azzas 2154.

Marcando uma nova fase para a maior plataforma de moda da América Latina, as ações ordinárias do Azzas 2154 passaram a ser negociadas no Novo Mercado da B3 sob o ticker AZZA3 e o nome de pregão AZZAS 2154.

O capital social atual da Companhia é composto por 206.489.813 ações ordinárias, refletindo sua robustez e compromisso com a transparência e a criação de valor para seus acionistas e *stakeholders*.

ALEXANDRE BIRMAN ICONS COLLECTION

Acionistas		Quantidade de ações	%
Controladores		69.688.952	33,7%
Administradores		136.760	0,1%
Tesouraria		20.781	0,0%
Ações em circulação		136.643.320	66,2%
	Westwood	11.147.920	5,4%
	Canada Pension Plan	10.464.387	5,1%
	Outros	115.031.013	55,7%
TOTAL		**206.489.813**	**100%**

ÉTICA, INTEGRIDADE E COMPLIANCE

GRI 2-23

O Azzas 2154 mantém um compromisso sólido com a ética, integridade e *compliance*, guiado pelas diretrizes de condutas e políticas da Companhia, assegurando operações alinhadas aos mais altos padrões e à legislação vigente.

Os principais mecanismos de integridade e prevenção de atos ilícitos, práticas de combate à corrupção, inclusive contra a administração pública, estão previstos no Código de Conduta das BUs Arezzo&Co e SOMA. Esses documentos são aplicáveis a todas as pessoas colaboradoras do grupo, independentemente do nível hierárquico, e, no que couber, também aos acionistas, prestadores de serviço, fornecedores e demais parceiros comerciais, além de outras pessoas que trabalhem nas dependências da organização e/ou a representem perante terceiros.

SCHUTZ VERÃO 2025 - HEAVEN

O Canal de Denúncias do Azzas 2154 é operado por empresa independente e especializada, que permite a comunicação segura e, se desejada, anônima, de condutas consideradas antiéticas ou que violem os princípios éticos, padrões de conduta e/ou a legislação vigente.

HERING ALTO VERÃO 2025

CONFLITOS DE INTERESSE

GRI 2-15

O Azzas 2154 estabelece princípios e diretrizes claras para prevenir e mitigar conflitos de interesse, promovendo a transparência e a integridade em suas operações. As medidas de prevenção e mitigação de conflitos de interesse incluem treinamentos, formalização e revisão regular de políticas e procedimentos internos, e monitoramento e fortalecimento do ambiente de controles internos.

CANAL DE DENÚNCIAS

GRI 2-25, 2-26, 406-1

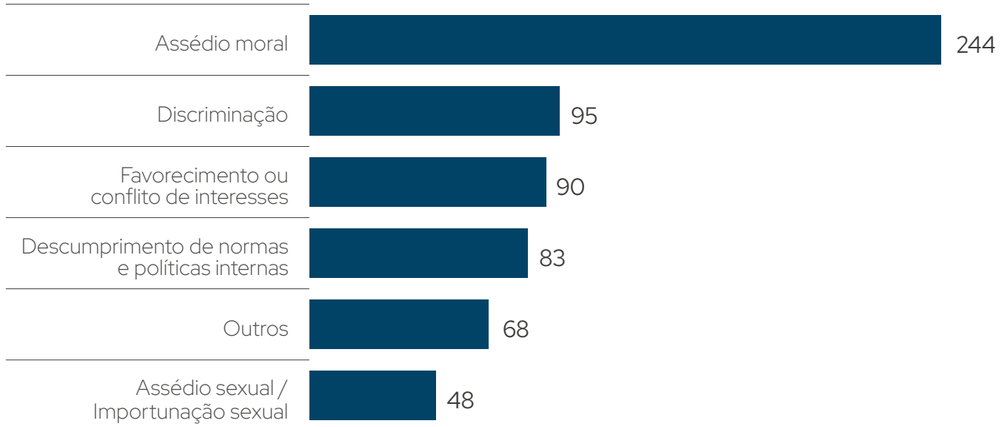
O Azzas 2154 disponibiliza Canal de Denúncias, acessível gratuitamente a todas as pessoas colaboradoras e a terceiros, permitindo a comunicação segura – e, se desejada, anônima – de comportamentos considerados antiéticos ou que violem os princípios éticos, padrões de conduta e/ou legislação vigente.

O Canal de Denúncias é operado por empresa independente e especializada, assegurando o sigilo e tratamento adequado de cada situação.

As apurações das denúncias são conduzidas pelo Compliance, de forma independente e imparcial. Não são admitidas quaisquer formas de retaliação relacionadas, direta ou indiretamente, à denúncia de boa-fé.

No ano de 2024, o grupo Azzas 2154 recebeu pela área de Compliance 751 relatos. Do total, 614 foram apurados e finalizados, sendo 110 considerados procedentes e 77 procedentes parcialmente, com as devidas tratativas aplicadas, 133 não procedentes, 235 inconclusivos e 59 com dados insuficientes.

A SEGUIR, O DETALHAMENTO DA TIPOLOGIA DOS RELATOS:



ANIMALE ORO FESTAS

O Canal de Denúncias do Azzas 2154 tem atendimento 24 horas, todos os dias da semana, por meio de www.contatoseguro.com.br/azzas2154 ou pelo telefone 0800-601-8606 (Brasil).

EUA: 1 (800) 910-4362
Inglaterra: 0800 102 6414
Itália: +39 800 932 485.

GESTÃO DE RISCOS

GRI 2-13

A Política de Gerenciamento de Riscos do Azzas 2154 tem como objetivo formalizar, disciplinar, padronizar e promover as diretrizes e responsabilidades do processo de gestão de riscos de forma alinhada, coordena e sinérgica.

A metodologia de gestão de riscos adotada pela Companhia utiliza como referência as orientações emitidas pelo COSO sobre o modelo de estrutura integrada de gerenciamento de riscos corporativos.

A estrutura de gestão de riscos do Azzas 2154 compreende diferentes órgãos societários, cada qual com atribuições específicas, na qual o Conselho de Administração, a Diretoria e o Comitê de Auditoria Estatutário têm atribuições distintas e devem atuar de maneira integrada, de acordo com suas responsabilidades e competências.

RELAÇÕES EXTERNAS E ADVOCACY

GRI 2-23, 2-28, 2-29, 3-3

A responsabilidade socioambiental atrelada ao grupo Azzas 2154 como líder do segmento de moda na América Latina, manifestou-se com a reafirmação dos compromissos globais como Ambição Empresarial para 1,5°C, CDP e Science Based Targets initiative (SBTi), Movimento Elas Lideram 2030 e Pacto pela Equidade Racial. A empresa integrou o comitê gestor do grupo de Moda e Têxtil do Pacto Global – Rede Brasil, promovendo discussões sobre direitos humanos no setor e participando do lançamento do Caderno de Justiça Climática na COP29.

Também esteve presente em eventos nacionais e internacionais sobre moda responsável, economia circular e equidade social, incluindo o "Dia B" (Paraguai), "Lente B" (Brasil) e Rio Innovation Week. A FARM Rio representou o Brasil no G20, reforçando o compromisso socioambiental da marca. Além disso, o Azzas 2154 ampliou seu impacto por meio de campanhas educativas e iniciativas como o programa "Mil Árvores Por Dia, Todos Os Dias", incentivando práticas regenerativas e consumo consciente.

DIÁLOGO COM O SETOR

A Companhia intensificou o diálogo com os principais representantes do setor, como a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit), Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX), Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan), Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV) e Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce).

FARM RIO VERÃO 2025

ENFRENTAMENTO DAS ENCHENTES NO RS

O Azzas 2154 mobilizou suas marcas e parceiros para apoiar comunidades afetadas pelas enchentes no Rio Grande do Sul, combinando ações emergenciais e iniciativas de longo prazo. Frente ao desastre climático, nossa prioridade inicial foi garantir a segurança e o bem-estar das pessoas colaboradoras. Em maio de 2024, Alexandre Birman apresentou nos EUA o Movimento Próximos Passos RS, arrecadando mais de R$ 6,4 milhões para reconstrução de lares em cidades-chave do setor calçadista. A iniciativa reuniu empresas do setor e associações como Abicalçados (Associação Brasileira das Indústrias de Calçados), Assintecal (Associação Brasileira de Empresas de Componentes para Couro, Calçados e Artefatos) e CICB (Centro das Indústrias de Curtumes do Brasil). Além disso, a Companhia doou mais de 26 mil itens essenciais, flexibilizou prazos para franqueados e multimarcas, e prestou auxílio financeiro a pessoas colaboradoras impactadas.

Por meio de doações e campanhas, as empresas do grupo protagonizaram diversas iniciativas solidárias em apoio ao Rio Grande do Sul. Um exemplo foi a *collab* "Jogando Junto", da Reserva com os clubes de futebol Grêmio e Internacional, que destinou o lucro das vendas para a reconstrução pós-enchentes. O Grupo SOMA doou 2 toneladas de itens (entre alimentos, água e produtos de higiene) e 27 mil itens de vestuário, revertidos ao movimento Próximos Passos.

ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS E DE SUSTENTABILIDADE

CENÁRIO MACROECONÔMICO PARA O SETOR

O ano de 2024 foi transformacional para a moda brasileira. A fusão da Arezzo&Co com o Grupo SOMA, resultando na criação do Azzas 2154, consolidou uma empresa com um portfólio diversificado em um mercado endereçável de R$ 71,8 bilhões e potencial de alavancar substancialmente nossas oportunidades de crescimento.

Ao mesmo tempo, o setor de moda e varejo enfrentou um 2024 desafiador, impactado pela instabilidade econômica global e local. No Brasil, a volatilidade cambial elevou custos, enquanto a inflação reduziu o poder de compra afetando o consumo de itens não essenciais.

A principal prioridade estratégica do Azzas 2154 para o ano de 2025 será melhorar a eficiência da operação e otimizar a alocação de capital, visando aos projetos e iniciativas com maior taxa interna de retorno (TIR) e tendo como principal objetivo maximizar a geração de caixa.

HERING ALTO VERÃO 2025

O ano de 2025 será de foco em eficiência, rentabilidade e maximização de caixa

FARM RIO VERÃO 2025

DESEMPENHO FINANCEIRO E OPERACIONAL

O Azzas 2154 estruturou sua estratégia de negócios equilibrando crescimento, inovação e sustentabilidade, enquanto consolidava sua operação após a fusão. A reestruturação organizacional incluiu uma plataforma centralizada para administração e finanças – voltada para tecnologia, *marketing*, operações e gestão de pessoas, quatro unidades de negócio e uma unidade dedicada à produção industrial. No ano de 2024, o foco foi em garantir uma transição eficiente. Foi preservada a autonomia das marcas para que o foco dos seus líderes fosse apenas um: manter a melhor satisfação dos clientes e, consequentemente, o crescimento das vendas. As áreas financeiras foram integradas e foi acelerado o *turn around* da unidade de negócio de Vestuário Democrático (Hering). Foram implementadas sinergias de receitas, principalmente no que diz respeito ao lançamento de calçados em Hering e Farm, além da Companhia ter feito a revisão do portfólio de marcas de modo a descontinuar ou vender as marcas que não apresentavam retorno, que possuíam baixa geração de caixa e alto capital empregado.

A prioridade para 2025 será a otimização da alocação de capital, focando nas iniciativas com melhor retorno, visando à maximização da geração de caixa. Com sinergias já detectadas, *benchmark* entre marcas e processos em consolidação, o ano de 2025 será de eficiência e rentabilidade.

DESTAQUES DO ANO

Calçados e Acessórios

Consolidação de área de *franchising* para Arezzo, incluindo um Programa de Excelência de apoio à modelagem financeira do franqueado, de forma a garantir sua rentabilidade.

Após trabalho aprofundado, a Anacapri retomou força no *full price*, registrando um crescimento significativo.

Em novembro, a inauguração da primeira megaloja Arezzo do país – no Shopping Recife, capital pernambucana – trouxe consigo três KPIs (crescimento de receita, *market share* e viabilidade) para diminuição de despesas e melhoria da experiência.

Vestuário Feminino e *Lifestyle*

Houve forte crescimento da FARM Rio, tanto no Brasil quanto globalmente. Um projeto de extensão da marca para acessórios já opera com sucesso no canal B2B.

A marca Animale passou por reestruturação completa das equipes e recuperação de DNA, com resultados promissores já observados em *showroom* e posicionamento a ser refletido na coleção de inverno 2025.

A marca Cris Barros destacou-se pela gestão financeira sólida, com foco na saúde de caixa. A Maria Filó, por sua vez, teve um ano equilibrado, com crescimento no verão e estabilidade no inverno.

FARM RIO INVERNO 2024 - CORAÇÃO DA FLORESTA

Vestuário Masculino e *Lifestyle*

Um dos marcos do ano foi a transição da liderança dos fundadores para um executivo de mercado, reforçando o compromisso com a profissionalização da gestão e sua visão de futuro.

A Reserva manteve sua irreverência com campanhas marcantes: no Dia dos Namorados, apostou em sensibilidade e inclusão; no Dia dos Pais, a *collab* com Senna superou metas B2B; no Natal, reforçou seu DNA com humor e foco fora do Sudeste.

A Reserva Go segue sua consolidação no mercado de *sneaker* com o lançamento do tênis Broox, um clássico da marca que reforça a jovialidade para a base de clientes.

A Reserva Mini focou em seu retorno estratégico no canal de multimarcas, o que ocasionou um crescimento expressivo de 53%, com ganho de margem e capilaridade para a marca.

RESERVA MINI - INVERNO 2024

Vestuário Democrático

Aceleração nas taxas de crescimento pós fusão e recuperação do canal de *sell-in*.

Campanhas icônicas com grande engajamento orgânico. Dia das Mães com Sabrina Sato; Dia dos Pais com Bernardinho e Bruninho; Natal com Bruna Marquezine e Cédric Grolet.

Inauguração de novas megalojas, com destaque para o novo projeto do Shopping Ibirapuera, em São Paulo.

O *app* da Hering ganhou novos recursos, concentrando-se em clientes mulheres da classe AB1, jovens, e obtendo alto engajamento. A tecnologia também foi essencial para otimizar planejamento e desenvolvimento de produtos através de algoritmos e inteligência artificial.

VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO E DISTRIBUÍDO (EM MILHARES DE REAIS)

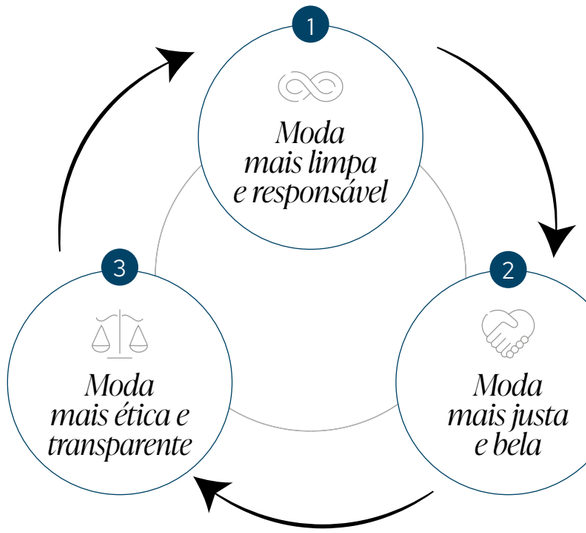
GRI 201-1

	Valor (R$)
Custos operacionais	6.986.211
Salários e benefícios de empregados	1.309.395
Pagamentos a provedores de capital	926.868
Pagamentos ao governo	-
Investimentos na comunidade	13.234
Valor gerado	9.385.451
Valor distribuído	9.222.474
Valor retido	162.977
TOTAL	**19.711.004**

Informação recorrente, ajustada e consolidada com as BUs, podendo apresentar diferenças em relação às demonstrações financeiras.

ATUAÇÃO EM SUSTENTABILIDADE

Ciente de sua responsabilidade em promover uma moda mais responsável, o Azzas 2154 iniciou sua jornada de construção dos pilares estratégicos de sustentabilidade, priorizando a colaboração e união dos times de cada BU. A partir de encontros de planejamento, foi possível integrar as visões para a construção de uma estratégia unificada para o grupo.



1 — Desenvolver produtos considerando a circularidade, priorizando alternativas de menor impacto, ecoeficiência nos processos e a descarbonização nas operações e na cadeia de valor.

2 — Acelerar a diversidade, equidade e inclusão e a responsabilidade social promovendo direitos humanos em toda a cadeia de valor e potencializando o impacto positivo na comunidade.

3 — Ser referência nas boas práticas e cultura ESG, garantindo a comunicação transparente e gestão sistêmica de sustentabilidade.

ANIMALE ALTO VERÃO 2025 - FESTAS

Metas de sustentabilidade

A partir da definição de uma atuação em sustentabilidade, tendo como base a materialidade e compromissos públicos, o Azzas 2154 estabeleceu metas que foram incorporadas à remuneração variável dos executivos de todas as unidades de negócio da Companhia. São elas:

28%
de líderes negros a partir de gerente

40%
do couro rastreado até frigoríficos (calçados e bolsas)

100%
de fornecedores diretos nacionais de produtos acabados, beneficiamentos e facções com certificação/auditoria socioambiental

100%
de fornecedores subcontratados nacionais com certificação socioambiental

100%
de energia renovável, incluindo I-REC, em todas as unidades próprias: administrativas, fabris e lojas

RESERVA INVERNO 2024

Em 2025, as metas estendem-se a todo o *C-level* do Azzas 2154 e são acompanhadas mensalmente em agenda de governança.

Materialidade

GRI 3-1, 3-2

Em decorrência do momento de sua fusão durante o ano, o Azzas 2154 fez uso de materialidade transitória para identificar e priorizar seus temas materiais, que vigorará até a construção da dupla materialidade integrada, a ser desenvolvida no segundo trimestre de 2025 e apresentada no Relatório Anual de Sustentabilidade em 2026.

Esta materialidade provisória tomou como base as materialidades já existentes de Arezzo&Co e o Grupo SOMA e foi submetida a um processo de cinco etapas:

1. Definição de propósito, escopo e ferramentas;
2. Identificação, com refinamento da lista de temas e elaboração de impactos socioambientais e riscos e efeitos financeiros;
3. Priorização, com levantamento das perspectivas de impacto e risco por meio de reuniões de trabalho e entrevistas;
4. Análise de resultados e elaboração da materialidade transitória e recomendações;
5. Validação dos tópicos e recomendações.

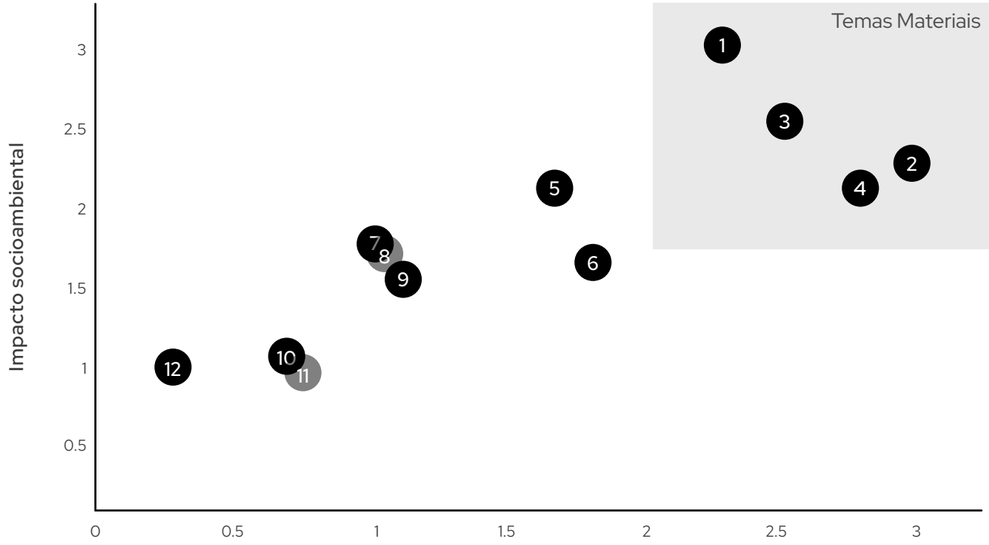
Foi feita uma avaliação de impacto socioambiental e risco financeiro, considerando o olhar da plataforma e aspectos específicos de cada BU. Além disso, incorporou-se o tema "Gestão de água e efluentes".

O resultado da consulta aos *stakeholders* da materialidade passada foi contemplado na materialidade atual numa perspectiva qualitativa.

AREZZO THEREZA

FARM RIO ALTO VERÃO 2023

AS RECOMENDAÇÕES OBTIDAS PARA O AZZAS 2154 COMO MATERIALIDADE TRANSITÓRIA FORAM:



1 - Gestão de resíduos e circularidade
2 - Mudanças climáticas
3 - Gestão da cadeia de fornecedores
4 - Diversidade, equidade e inclusão
5 - Atração, desenvolvimento e engajamento de colaboradores
6 - Gestão de água e efluentes*
7 - Saúde, bem-estar e segurança
8 - Inovação, tecnologia e digital
9 - Qualidade e segurança dos produtos e serviços
10 - Relações externas e *advocacy*
11 - Ética, integridade e *compliance*
12 - Relacionamento com comunidades e Investimento social

Eixo x - Materialidade financeira (RT de riscos) | **Eixo y -** Materialidade socioambiental (RT de impactos)

*Este tema entrou como material em função da relevância da operação da Cia. Hering.

TEMAS MATERIAIS, ODS, IMPACTOS E RISCOS ASSOCIADOS

TEMA MATERIAL	PILARES	ODS	DEFINIÇÃO ONU	IMPACTOS POSITIVOS (AÇÕES)	IMPACTOS NEGATIVOS	RISCOS	EFEITOS FINANCEIROS
1. Gestão de resíduos e circularidade	Moda mais limpa e responsável Moda mais ética e transparente	9 12	9. Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação. 12. Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis.	Programa de logística reversa. Uso de matérias-primas de menor impacto. Fomentar a transformação digital para gerar valor aos clientes. Investir em plataformas digitais que apoiem a circularidade. Otimização de processo de corte de matérias-primas para manufatura dos produtos. Implementar estratégias para a gestão dos resíduos e promoção de circularidade.	Contaminação de ecossistemas devido à má gestão e ao descarte inadequado de resíduos da cadeia de valor (pré e pós-consumo). Contribuição para o acúmulo de resíduos em aterros. Degradação ambiental devido a práticas agrícolas intensivas na produção de matéria-prima (ex.: algodão, viscose, borracha e couro). Contaminação do solo e recursos hídricos pelo uso de produtos químicos.	**Ambiental (físico):** declínio de serviços ecossistêmicos essenciais às operações (ex: terra para cultivo de algodão). **Regulatório:** incrementos nas premissas legais e regulatórias sobre biodiversidade e ecossistemas, como mais restrição ao desmatamento ou normas de relato (ex: IFRS/TNFD). **Reputacional:** associação da empresa com a disposição inadequada de resíduos e os impactos derivados dessa prática.	Aumento de custos em função da disponibilidade e qualidade dos recursos naturais utilizados na cadeia de suprimentos. Aumento de custos devido à necessidade de adequação às novas premissas e regulações sobre o tema. Perda de receita devido à menor demanda pelos produtos da empresa.
2. Mudanças climáticas	Moda mais limpa e responsável Moda mais ética e transparente Moda mais justa e bela	13	13. Adotar medidas urgentes para combater as alterações climáticas e os seus impactos.	Abastecimento das operações próprias com energias renováveis de baixo impacto. Uso de matérias-primas de menor impacto. Promover a cultura ESG para os clientes. Assegurar a estratégia de monitoramento e redução das emissões. Comercializar produtos carbono neutro.	Emissões dos escopos 1, 2 e 3.	**Regulatório:** incremento nas premissas regulatórias sobre o tema, como o estabelecimento de um mercado de carbono regulado e normas de relato (ex: IFRS/TCFD). **Ambiental (físico):** aumento na frequência de ocorrências de eventos climáticos extremos, como secas prolongadas, aumento do nível do mar, calor extremo, enchentes e chuvas intensas.	Aumento de custos relacionados à necessidade de adequação às novas premissas e regulações sobre o tema (ex: internalização do preço de carbono nas operações). Aumento de custos devido aos danos causados por intempéries ambientais que podem provocar interrupções na cadeia de suprimentos (produção e cultivo de matéria-prima; logística interrompida; avarias na infraestrutura; perdas de empregos).

TEMA MATERIAL	PILARES	ODS	DEFINIÇÃO ONU	IMPACTOS POSITIVOS (AÇÕES)	IMPACTOS NEGATIVOS	RISCOS	EFEITOS FINANCEIROS
3. Gestão da cadeia de fornecedores	Moda mais ética e transparente Moda mais justa e bela	8	8. Promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos.	Criar oportunidades de trabalho diretos e indiretos. Monitorar e apoiar o desenvolvimento dos fornecedores. Promover o crescimento econômico sustentável.	Violações aos direitos humanos e legislações ambientais ao longo da cadeia de fornecimento.	**Legal e regulatório:** aumento de processos e sanções relacionados às irregularidades presentes ao longo da cadeia de suprimentos, incluindo aspectos ambientais e de direitos humanos, práticas trabalhistas e incrementos nas premissas regulatórias sobre a transparência e rastreabilidade na cadeia de suprimentos. **Reputacional:** degradação da reputação da empresa devido a irregularidades socioambientais na cadeia de suprimentos.	Aumento de custos relacionados às tratativas legais das sanções, processos e necessidade de adequação às novas premissas e regulações sobre o tema. Perda de receita devido à menor demanda pelos produtos da empresa.
4. Diversidade equidade e inclusão	Moda mais ética e transparente Moda mais justa e bela	5 10	5. Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas. 10. Reduzir as desigualdades no interior dos países e entre países.	Promover a equidade nas condições de emprego para grupos minorizados (Estratégia de Diversidade). Programas afirmativos de atração, seleção e desenvolvimento.	Manutenção de estereótipos e preconceitos devido à baixa representatividade de grupos sub-representados em posições de liderança, nas comunicações e produtos das marcas. Degradação do clima organizacional e alteração na saúde mental das pessoas colaboradoras em função de casos de racismo, machismo, capacitismo, xenofobia, LGBTfobia e contra outros grupos sub-representados.	**Legal e regulatório:** aumento de processos e sanções relacionados às questões de diversidade e inclusão de incrementos nas premissas regulatórias sobre representatividade de diferentes perfis das pessoas colaboradoras. **Reputacional:** percepção da Companhia como desalinhada às pautas de diversidade e inclusão, seja na representatividade das pessoas colaboradoras ou na comunicação da marca e produtos.	Aumento de custos relacionados às tratativas legais das sanções e processos e necessidade de adequação às novas premissas e regulações sobre o tema. Perda de receita devido à menor demanda pelos produtos da empresa/maior custo de capital.
6. Gestão de água e efluentes	Moda mais limpa e responsável Moda mais ética e transparente	6	6. Garantir a disponibilidade e a gestão sustentável da água potável e do saneamento para todos.	Geração de valor e conscientização ao consumidor por meio de um produto ecoeficiente (camiseta World), que tem como característica o cálculo de pegada hídrica, com redução de mais de 1 milhão de m³ de água desde seu lançamento. Tratamento de efluentes com alta eficiência.	Contribuição para escassez hídrica a partir do consumo de água no processo de fabricação do vestuário em unidades fabris próprias e na cadeia de fornecedores. Alteração na qualidade de corpos hídricos devido ao descarte inadequado de efluentes e produtos químicos.	**Ambiental (físico):** escassez e insegurança hídrica nas operações e ao longo da cadeia de fornecedores.	Aumento de custos devido à necessidade de buscar água por meios não ordinários pela interrupção ou intermitência das fontes usuais, assim como aumento de custos associados aos insumos adquiridos.

COMPROMISSOS PÚBLICOS

Após a consolidação da fusão entre Arezzo&Co e Grupo SOMA, o Azzas 2154 revisitou os compromissos públicos ESG, considerando a realidade e compromissos já assumidos pelas duas empresas e os novos pilares de sustentabilidade definidos pela Companhia. Eles devem ser cumpridos nos anos de 2030, 2035, 2040 e 2050, conforme tabela a seguir:

FARM RIO VERÃO 2025

Moda mais limpa e responsável

2030	2035	2040	2050
100% do couro rastreado em todos os produtos até as fazendas de cria Atingir o uso de 1**00% de energia renovável** em todas as unidades próprias **Reduzir em 45% do consumo de água** nos processos produtivos **Reduzir 42% das emissões** de escopos 1 e 2*	**Logística reversa em 100%** das lojas	**100% do algodão rastreado** Engajar a cadeia de fornecedores para adotar **metas alinhadas à ciência***	Ser **NET ZERO** – reduzir 90% das emissões de escopos 1, 2 e 3*

Moda mais justa e bela

2030

100% de fornecedores diretos e indiretos certificados em aspectos socioambientais

50% de mulheres em alta liderança**

30% pessoas autodeclaradas pretas e pardas nas posições de liderança

*Metas SBTi poderão sofrer alteração após consulta ao órgão e a necessidade de uma nova submissão de meta institucional consolidada.

** A partir de Diretoria

PILAR SOCIAL

MODA MAIS JUSTA E BELA

Acelerar a diversidade, equidade e inclusão e a responsabilidade social, promovendo direitos humanos em toda a cadeia de valor e potencializando o impacto positivo na comunidade.

Temas materiais

Diversidade, equidade e inclusão
Gestão da cadeia de fornecedores

Capitais

ODS

5 IGUALDADE DE GÊNERO
8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO
10 REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES

RESERVA NAMORADOS 2024 - MANIA DE VOCÊ, MANIA DE RESERVA

QUEM FAZ O GRUPO AZZAS 2154 ACONTECER

GRI 2-7, 2-8, 401-1, 405-1

PERFIL DO TIME*

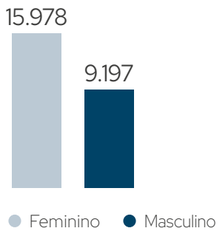
15.559 tempo integral	8.896 tempo integral
419 período parcial	301 período parcial

25.175
pessoas colaboradoras diretas

HERING AS BÁSICAS DO BRASIL

CONVENÇÃO AR&CO 2024

PESSOAS COLABORADORAS POR GÊNERO



63,47%
Sexo feminino

36,53%
Sexo masculino

*Todos os dados de pessoas colaboradoras do Grupo SOMA foram extraídos no dia 8/1/25.

% DE PESSOAS COLABORADORAS POR GÊNERO E CATEGORIA FUNCIONAL

	Mulheres	Homens
Conselho de Administração	22,2%	77,78%
C-level	11,76%	88,24%
Diretores	60%	40%
Gerentes executivos	70%	30%
Gerentes	53,56%	46,44%
Gerentes de loja	71,25%	28,75%
Coordenadores, especialistas e supervisores	54,66%	45,34%
Analistas, cargos operacionais	62,73%	37,27%
Vendedores	66,95%	33,05%
Aprendizes	67,66%	32,34%
Estagiários	63,59%	36,41%

PESSOAS COLABORADORAS POR FAIXA ETÁRIA

Abaixo de 30 anos	11.473	45,57%
Entre 30 e 50 anos	11.725	46,57%
Acima de 50 anos	1.977	7,90%

O percentual foi calculado sobre o percentual total de empregados. A metodologia utilizada para compilar os dados foi a contagem direta. Não houve flutuações a serem justificadas.

% PESSOAS COLABORADORAS POR FAIXA ETÁRIA E CATEGORIA FUNCIONAL

	Abaixo de 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Acima de 50 anos
Conselheiros/diretores-executivos	0%	71%	29%
Diretores	0%	77%	23%
Gerentes executivos	0%	92%	8%
Gerentes	5%	85%	10%
Gerentes de loja	17%	80%	3%
Coordenadores, especialistas e supervisores	14%	77%	9%
Analistas, cargos operacionais	44%	44%	12%
Vendedores	56%	42%	2%
Aprendizes	100%	0%	0%
Estagiários	98%	2%	0%

% PESSOAS COLABORADORAS POR GRUPO MINORITÁRIO E CATEGORIA FUNCIONAL*

	Negros	PcDs	LGBTQIAPN+
Alta liderança	2%	0%	6%
Liderança	13%	1%	10%
Liderança de base	19%	2%	13%
Especialistas	19%	2%	14%
Analistas	29%	2%	17%
Operacional administrativo	54%	13%	14%
Estagiários	40%	0%	25%
Aprendizes	56%	1%	18%
Liderança operacional	43%	1%	11%
Operacional indústria + CD	59%	5%	7%
Gerência de loja	38%	1%	18%
Vendedores	47%	1%	22%
Operacional	59%	4%	16%

*Para compilar os dados do indicador foi utilizado o recorte de categorias funcionais do Censo

PORCENTAGEM DE REPRESENTAÇÃO DE GÊNERO E GRUPO RACIAL/ÉTNICO PARA GERÊNCIA E TODOS OS OUTROS FUNCIONÁRIOS SASB - CG-MR-330A.1

	Gerência SOMA	Staff SOMA	Gerência AREZZO&CO	*Staff* AREZZO&CO	Gerência CIA. HERING	*Staff* CIA. HERING	Gerência AR&CO	*Staff* AR&CO
Negros	28,0	50,4	18,60	41,84	28,9	46,29	26,89	52,08
Indígenas	0,2	0,5	0,35	0,27	-	0,29	0,42	0,56
Homens	18,5	20,6	35,79	43,01	37,24	36,05	62,61	51,11
Mulheres	81,5	79,4	64,21	56,99	62,76	63,95	37,39	48,89
LGBTQIAPN+	8,1	6,8	-	-	-	-	15	16,8

Em SOMA, no cargo de gerência estão sendo considerados os cargos GRI: GERÊNCIA CORPORATIVA, GERENTE EXECUTIVO e GERENTE DE LOJA.

Para AR&Co, a representatividade do público LGBTQIAPN+ levou em consideração os resultados do Censo de Diversidade 2024.

Azzas2154 como um todo considera a raça negra como pretos e pardos.

Trabalhadores que não são empregados

Terceirizados: incluem consultorias para Comercial, Estilo, TI, *e-commerce* e SomaLabs (Inovação), além de serviços gerais como alimentação, segurança, limpeza, logística, elétrica, climatização, manutenção de lojas e mão de obra nos centros de distribuição (CDs). Eles atendem demandas específicas e substituem pessoas colaboradoras em licença.

Estagiários: auxiliam em diversas áreas, supervisionados por gestores.

Aprendizes: dão suporte operacional em atividades administrativas e rotinas gerais.

No total, há em Azzas 2154

Terceirizados	2.061
Estagiários	217
Aprendizes	906

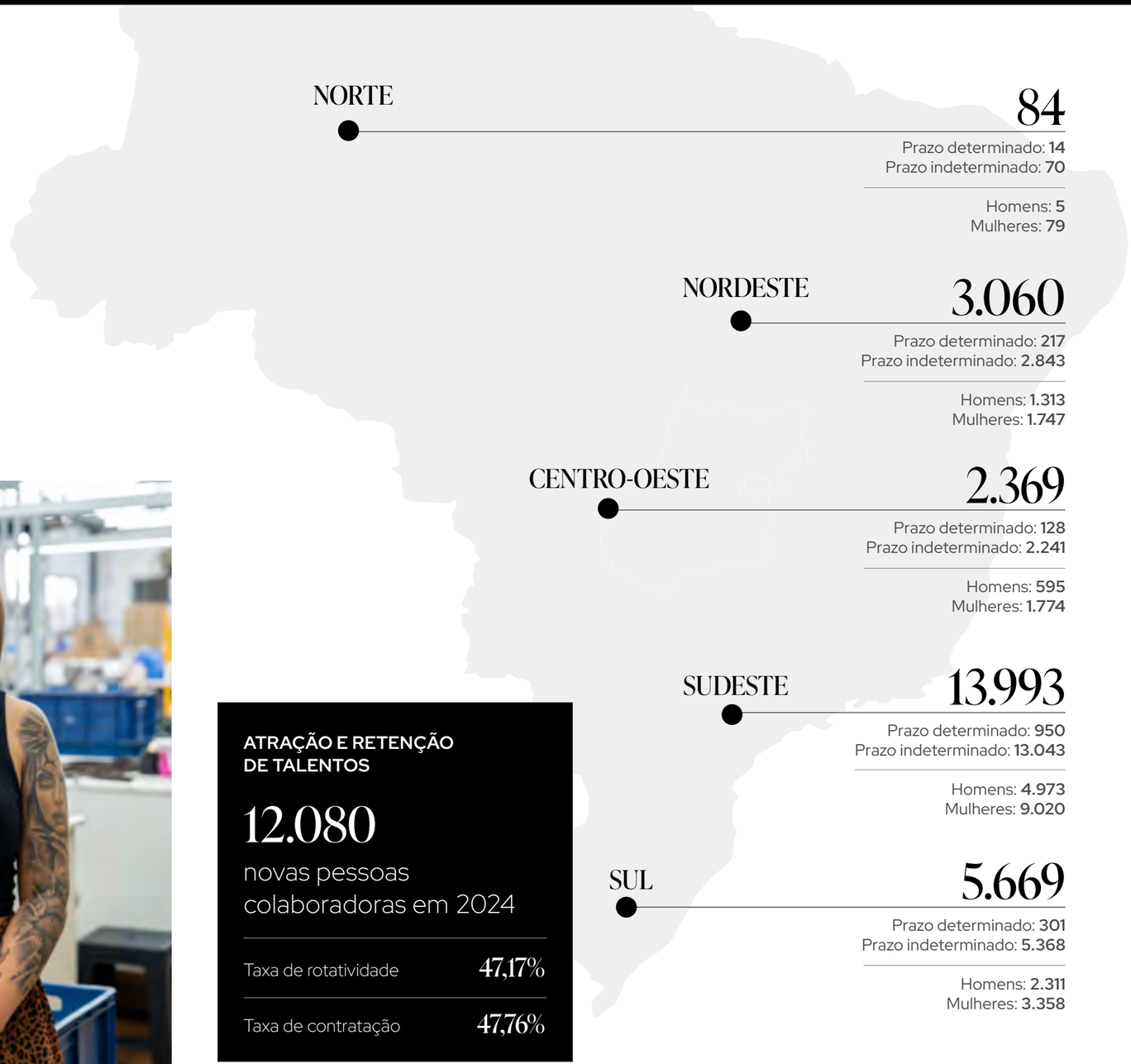
A metodologia utilizada para compilar os dados foi a contagem direta. Não houve flutuações a serem justificadas.

ARQUIVO AREZZO&CO

ATRAÇÃO E RETENÇÃO DE TALENTOS

12.080
novas pessoas colaboradoras em 2024

Taxa de rotatividade	47,17%
Taxa de contratação	47,76%



DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO

GRI 3-3

O Azzas 2154 entende que o aprendizado de DE&I é um trabalho sistêmico e transversal, integrado a todas as áreas e à cadeia de valor. A Companhia valoriza o *feedback* contínuo de todas as pessoas e a avaliação das medidas implementadas para avançar nas metas estratégicas, garantindo inclusão, equidade e impacto social positivo em todas as operações.

Tal como em outras áreas, níveis e etapas de integração da Companhia, as diretrizes de diversidade, equidade e inclusão de Azzas 2154 foram estabelecidas após análise dos caminhos trilhados até então pela Arezzo&Co e pelo Grupo SOMA.

Diante das muitas sinergias entre práticas e valores de ambas as empresas, não foi necessário suprimir nenhuma contribuição, mas apenas revisar os compromissos públicos de diversidade atrelados ao Azzas 2154, priorizando "Mulheres na alta liderança" e "Pessoas negras em posição de liderança".

A moda é feita de diversidade e o Azzas 2154 sabe que não é possível criar uma empresa bem-sucedida no setor se a diversidade tão presente em sua base também não atinja o seu topo.

ARQUIVO GRUPO SOMA

ESTRATÉGIA DE ATUAÇÃO DE AZZAS 2154

Atuamos para estruturar uma Estratégia de Diversidade, incluindo pessoas colaboradoras, fornecedores e parceiros, por meio de letramentos, sensibilizações e ações afirmativas.

ARQUIVO AREZZO&CO

1 *Cultura de diversidade e inclusão*

Promover uma cultura de atuação baseada no respeito, equidade, inclusão e valorização da diversidade, combatendo ativamente todas as formas de discriminação e preconceito dentro e fora do Azzas 2154.

2 *Equidade e oportunidade*

Garantir que todas as pessoas tenham acesso às oportunidades de desenvolvimento e crescimento na Companhia através da construção de políticas capazes de minimizar obstáculos, sejam eles decorrentes de questões individuais ou estruturais, reconhecendo as desigualdades para promover a justiça social.

3 *Representatividade de todos os públicos*

Promover um ambiente de trabalho que seja representado pela diversidade da população e no qual as diferenças de cultura, raça, gênero, idade e ideias sejam acolhidas e respeitadas. No que se refere às marcas: contemplar a diversidade de todas as pessoas em suas comunicações, assim como na escolha de modelos, influenciadores, parceiros e campanhas.

LETRAMENTO, SENSIBILIZAÇÃO E INCLUSÃO

AÇÕES AFIRMATIVAS

METAS, INDICADORES E COMPROMISSOS

GRUPOS PRIORIZADOS POR AZZAS 2154

- PESSOAS COM DEFICIÊNCIA
- GÊNERO
- LGBTQIAPN+
- ÉTNICO-RACIAL

Políticas corporativas de diversidade

Em 2024, Azzas 2154 manteve sua atuação pautada nas estratégias de diversidade da Arezzo&Co e Grupo SOMA, garantindo que equidade, inclusão e o respeito fossem e continuassem sendo valores centrais na organização. O documento estabelece diretrizes alinhadas a referências globais e nacionais de direitos humanos, sustentabilidade e governança, como a Declaração Universal dos Direitos Humanos, os ODS da ONU e os Princípios Orientadores em Direitos Humanos para Empresas.

A estratégia vale para todas as unidades de negócio, escritórios, marcas, franqueados, terceiros contratados, fornecedores e clientes, reforçando o compromisso da empresa com a responsabilidade social e as melhores práticas do mercado. A nova versão do documento, consolidando diretrizes das empresas que integram a fusão, está em fase final de aprovação e será divulgada em 2025.

Além disso, iniciativas de letramento e sensibilização foram fortalecidas por meio da distribuição de cartilhas temáticas sobre comunicação inclusiva, antirracismo, anticapacitismo, orgulho LGBTQIAPN+, entre outros conteúdos voltados à promoção de um ambiente mais inclusivo e acolhedor.

Azzas 2154 também manteve o selo Women on Board, reconhecimento concedido a empresas com pelo menos duas mulheres em seus conselhos administrativos, e firmou compromisso com o Movimento Elas Lideram do Pacto Global - Rede Brasil, reforçando o compromisso com a priorização da equidade de gênero em posições de liderança.

ARQUIVO AREZZO&CO

ARQUIVO GRUPO SOMA

Recrutamento e desenvolvimento com foco em DE&I

O Azzas 2154 manteve programas de diversidade e inclusão alinhados às estratégias de Arezzo&Co e do Grupo SOMA, com foco no recrutamento, desenvolvimento e aceleração de carreira para grupos sub-representados. O compromisso da Companhia envolve revisar e integrar iniciativas de forma contínua, garantindo avanços em diversidade e inclusão.

Entre as ações afirmativas, destacam-se programas voltados para a inclusão de pessoas negras, mulheres em liderança, pessoas com deficiência e a comunidade LGBTQIAPN+. Essas iniciativas incluem estágios afirmativos, desenvolvimento e aceleração de carreiras para talentos diversos, concessão de bolsas educacionais, capacitação profissional e ações de sensibilização para um ambiente mais inclusivo. Além disso, estratégias estruturadas de letramento e engajamento da liderança fortalecem a cultura de diversidade e impulsionam mudanças organizacionais importantes.

O impacto dessas iniciativas é refletido em avanços nos indicadores de diversidade, aumento da representatividade em cargos estratégicos e intencionalidade nos processos seletivos e de desenvolvimento. As principais conquistas incluem:

31
estagiários contratados por meio de programas afirmativos

53
pessoas colaboradoras negras em programas de desenvolvimento de carreira

261
pessoas com deficiência capacitadas e/ou incluídas

336
líderes treinados e sensibilizados

DIVERSAS FALAS

O programa foi lançado em novembro de 2023 no Grupo SOMA e, desde então, tem promovido encontros mensais com especialistas e pessoas colaboradoras para compartilhar experiências e perspectivas sobre diversidade, equidade e inclusão.

O objetivo desses diálogos é trazer as pautas para o cotidiano e as conversas informais, fomentando reflexões e engajamento que vão além do ambiente de trabalho. Em 2024, os temas discutidos incluíram racismo ambiental, visibilidade trans e mães e pais atípicos. Em 2025, o programa foi estendido a todas as unidades de negócio.

+1.300 pessoas participaram do Diversas Falas.

Censo de Diversidade Azzas 2154: pessoas colaboradoras

Entre agosto e setembro de 2024, a Companhia realizou seu Censo de Diversidade, Equidade e Inclusão, o primeiro já integrado entre suas quatro BUs.

Além de entender melhor a diversidade presente no Azzas 2154 e a percepção de pessoas colaboradoras sobre equidade e inclusão, os dados coletados são a base para a melhor condução da Estratégia de DE&I.

Para tanto, pessoas colaboradoras de todos os níveis hierárquicos foram convidadas a responder a pesquisa de forma voluntária.

Resultados

Respostas	16.561
População*	20.259
Adesão	68,4%
Margem de erro	0,3 pp
Mínimo necessário	378

* A base utilizada considera critérios como tempo de casa/data de corte (ter ingressado na empresa até junho).

AREZZO INVERNO 2024 - CAMPERO BOOTS

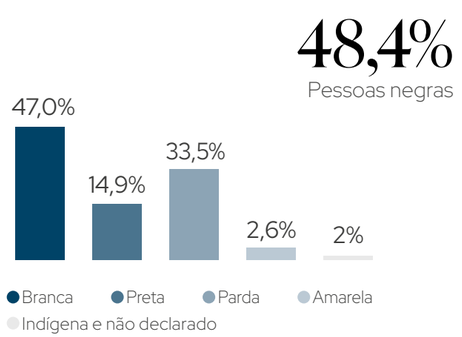
Representatividade Geral Azzas 2154

Os gráficos abaixo apresentam a porcentagem de cada uma das populações analisadas na composição da Companhia:

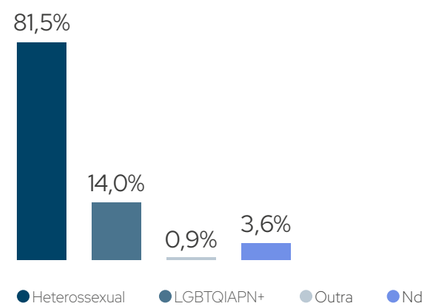
ARQUIVO GRUPO SOMA

GÊNERO

RAÇA/COR

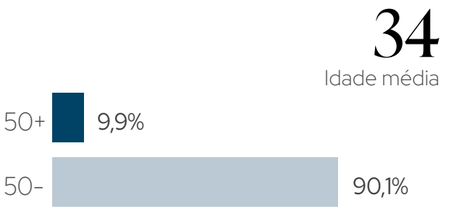


SEXUALIDADE



DEFICIÊNCIA

GERACIONAL



DESTAQUES DO CENSO

Diversidade	Representatividade de **mulheres (63,9%), pessoas negras (48,4%) e LGBTQIAPN+ (14,0%)**	**Aumento na presença de pessoas negras** (pretos e pardos) nas BUs Calçados e Acessórios e Vestuário Feminino e *Lifestyle* (22,9% e 7,7%, respectivamente)	**Aumento na presença de pessoas com deficiência** nas BUs Vestuário Feminino e *Lifestyle* e Vestuário Democrático (54,2% e 68,2%, respectivamente)
Equidade	Presença de **mulheres em posições de liderança (60%),** especialmente na alta liderança (50%)		
Inclusão	**O AZZAS 2154 destaca-se por sua vocalidade em DE&I,** que é percebida de forma positiva por pessoas colaboradoras.	**Pessoas com Deficiência sentem que são respeitadas** por seus colegas e gestores.	Houve **melhora na média geral das métricas de inclusão:** Segurança psicológica pontuou 70,7% em 2024 (1,1 p.p.) e Vocalidade e intenção, 74,5% (1,8 p.p.)

ACERVO AREZZO

No mesmo período, a FARM Rio Global participou pela primeira vez do Censo para conhecer o perfil das pessoas colaboradoras que trabalham em outros países. Com 98,2% de adesão, a pesquisa mostrou uma população composta por 83,6% de mulheres e 10,9% de pessoas LGBTQIAPN+.

HERING AS BÁSICAS DO BRASIL

Censo de Diversidade Azzas 2154: franqueados

Em 2024, a Companhia conduziu seu primeiro Censo de Diversidade, Equidade e Inclusão (DE&I) com franqueados das marcas Arezzo, Anacapri, Schutz, Vans, Hering e Reserva.

O estudo envolveu donos de franquias, pessoas colaboradoras e equipes das lojas, totalizando 2.060 participantes. O levantamento ainda destacou cenário positivo em representatividade, com 73,7% de mulheres, 47,2% de pessoas negras e 16,2% de pessoas LGBTQIAPN+ entre os participantes.

Além disso, 84,5% das pessoas colaboradoras indicaram percepções positivas sobre o respeito no ambiente de trabalho.

Os dados evidenciam um compromisso contínuo do Azzas 2154 com a promoção da diversidade e inclusão, alinhado aos seus objetivos de expandir esse mapeamento para uma amostragem da cadeia de valor

DIVERSIDADE EM PRODUTOS E CAMPANHAS COM IMPACTO SOCIAL POSITIVO

Coleção Reserva Adapte

Criada em 2021, a linha Adapte, da marca Reserva, produz roupas pensadas exclusivamente para pessoas com deficiência física e mobilidade reduzida. A linha é resultado de uma parceria entre a Reserva e a EQUAL Moda Inclusiva, da estilista Silvana Louro. Juntas, conceberam calças, jaquetas, camisas e roupas íntimas com ergonomia, conforto e um vestir mais seguro e independente.

RESERVA ADAPTE

“A gente pode tudo, até mudar o mundo”

A convite do Comitê Paralímpico Brasileiro e Looney Tunes™, a Reserva Mini participou do desenvolvimento de uma coleção exclusiva para crianças com deficiência, intitulada “A gente pode tudo, até mudar o mundo”. A campanha publicitária reuniu esse público e personagens dos desenhos animados, que convidam para a celebração dos valores olímpicos.

“Campanha Mania de Você, Mania de Reserva”

Para o Dia dos Namorados 2024, a marca Reserva apresentou a música “Mania de Você”, de Rita Lee, em língua brasileira de sinais (Libras). A campanha reuniu pessoas surdas, como a diretora audiovisual Benedita Casé, além de casais de diferentes faixas etárias, grupos étnico-raciais e orientações afetivo-sexuais celebrando o amor.

RESERVA NAMORADOS 2024 - MANIA DE VOCÊ, MANIA DE RESERVA

FARM RIO INVERNO 2024 - CORAÇÃO DA FLORESTA

Yawanawa

Pelo sétimo ano, a FARM Rio realizou parceria com artesãs dos povos originários da Amazônia Acreana, que produzem acessórios e adereços para a marca. Dentre peças de roupa e acessórios de miçanga, foram mais de 16,5 mil produtos. Em abril, como resposta às enchentes do Rio Gregório, doações foram direcionadas à aquisição de alimentos e à reconstrução de moradias nas aldeias. Esses dois casos totalizaram em R$ 325,5 mil destinados para as 180 artesãs e 15 aldeias.

ONG Casa do Rio e CRIS BARROS

Em 2024, a marca completou oito anos de parceria com a ONG Casa do Rio, que apoia artesãs da Amazônia através da criação conjunta de peças exclusivas. Lançada em dezembro, em evento na loja *flagship* de São Paulo, a bolsa teve 100% do lucro revertido para a ONG, resultando em uma doação de R$ 43.931,00.

RELACIONAMENTO COM COMUNIDADES E INVESTIMENTO SOCIAL

O Azzas 2154 reafirma seu compromisso com o desenvolvimento social das comunidades em que atua por meio de programas de investimento social, voluntariado, doações e projetos de impacto que reduzem as desigualdades e melhoram condições de vida.

LÍVIA BY AREZZO

LOJA DOS SONHOS: VAREJO DE IMPACTO SOCIAL

Criada em 2018 pela Arezzo&Co, a Loja dos Sonhos tem como propósito causar impacto social por meio do varejo. O projeto conta com duas lojas sociais em São Paulo – Costurando Sonhos e Casa Transitória –, e toda a receita obtida é repassada para as instituições parceiras, que não só apoiam crianças, idosos, gestantes e famílias em situação de vulnerabilidade, como também promovem qualificação profissional para geração de renda.

+40 mil
pessoas impactadas

+ R$ 230 mil
em receita

FUNDAÇÃO HERMANN HERING

A Fundação Hermann Hering (FHH), que em 2025 completa 90 anos de história, atua na redução das desigualdades por meio da moda desde 1935. Sua sede, em Blumenau (SC), abriga o Museu Hering e o Centro de Memória Ingo Hering, projetos que destacam-se pela preservação e a comunicação da história, com um olhar sensível à evolução da indústria têxtil e do mercado da moda. A Fundação também desenvolve programas em economia criativa e no ecossistema da moda, promove novos olhares e impulsiona o empreendedorismo consciente. Entre eles, destaca-se o ReTrama, programa que visa a dar melhor destino aos resíduos têxteis, estimulando o *upcycling* e a criação de produtos por costureiras autônomas e cooperativas da região, com 412 Kg de resíduos ressignificados.

Preservar a memória e a cultura da moda

16.356
visitantes no Museu Hering

105.623
documentos arranjados no Centro de Memória Ingo Hering

79
pesquisas atendidas no Centro de Memória Ingo Hering

2
editais executados

Moda que valoriza as pessoas

RETRAMA
412 Kg
de resíduos ressignificados

ID_BR
200
pessoas impactadas

14 horas
de capacitação da equipe em cursos realizados

ESCOLA DE SAPATEIRO

O programa que visa auxiliar pessoas colaboradoras da BU Calçados e Acessórios a concluir o ensino fundamental de forma gratuita e dentro da empresa foi ampliado em 2024. Em parceria com o Sesi, foi dado o suporte para que mais de 60% das pessoas colaboradoras que ainda não concluíram os estudos pudessem dar esse passo.

ACERVO AREZZO

ARQUIVO AREZZO&CO

Localizado em Campo Bom (RS), o Museu e Acervo da Arezzo&Co é um espaço que celebra a história e a criatividade do grupo, desde os primeiros materiais e ferramentas usadas na fabricação de sapatos até os croquis icônicos de Alexandre Birman. Com um acervo de aproximadamente 100 mil itens, entre calçados, bolsas, cintos, acessórios e vestuário que marcaram época, o museu preserva a trajetória da marca e inspira o futuro – prova disso é que 60% das coleções lançadas têm referência nesse rico patrimônio.

RESERVA 1P=5P

1P=5P

Desde 2016, cada peça vendida nas marcas Reserva, Reserva Mini e Reserva Go complementa cinco pratos de comida para pessoas em situação de insegurança alimentar no Brasil. Parte do faturamento obtido com as vendas em lojas físicas e *site* é repassado à ONG Banco de Alimentos e à Connecting Food. Elas cuidam da logística que leva excedentes de alimentos de mercados, indústrias, hortifrutis etc. até instituições sociais que atendem pessoas em vulnerabilidade. As instituições preparam as refeições complementadas e distribuem para as pessoas atendidas.

+145 milhões

de pratos complementados desde 2016

+32,6 milhões

de pratos complementados em 2024

PACTO CONTRA A FOME

Pelo segundo ano consecutivo, o Azzas 2154 e a Cia. Hering colaboraram com o Pacto Contra a Fome, um movimento suprapartidário e multissetorial com o objetivo de combater a fome e reduzir o desperdício de alimentos no Brasil. Sua meta é erradicar a fome no país até 2030 e garantir que toda a população esteja bem alimentada até 2040. Além do apoio institucional, a marca Hering alocou recursos, alinhados à sua campanha de Natal, para o Instituto Capim Santo, no projeto Quebrada Alimentada, que possibilitou a compra de utensílios e equipamentos para a Cozinha Solidária e Escola. O valor total destinado em 2024 foi de R$ 410 mil.

RE-FARM CRIA

O RE-FARM Cria, parceria entre FARM Rio e Instituto Regatão da Amazônia, apoia jovens da Amazônia Legal em projetos culturais e ambientais. Na terceira edição, "Coração da Floresta", 20 iniciativas receberam R$ 25 mil cada, totalizando R$ 500 mil em investimentos. Desde o início, 469 projetos foram alcançados em nove estados.

HERING + IBCC

Perto de completar 30 anos, a parceria da Hering com a campanha "O Câncer de Mama no Alvo da Moda" seguiu em 2024 revertendo parte da receita obtida com a venda de produtos ao IBCC Oncologia: a camiseta e os tops com o alvo azul, durante todo o ano, e sutiãs da Hering Intimates, no mês de outubro. No ano transcorrido, foram vendidas mais de 4.600 camisetas e mais de 1.660 sutiãs como parte dessa iniciativa.

DIA DA BÁSICA

Anualmente, no mês de aniversário, a HERING realiza ação que busca gerar impacto positivo na comunidade. Parte da venda da camiseta World é revertida para uma instituição parceira. Em 2024, a marca realizou um investimento social de R$ 50 mil para o Instituto Ascendendo Mentes. A ONG transforma a vida de jovens em vulnerabilidade social.

HERING INTIMATES ALTO VERÃO 2025

LEIS DE INCENTIVO

Em 2024, o Grupo SOMA (atual BU Vestuário Feminino e *Lifestyle*) realizou aportes de R$ 523 mil via leis de incentivo.

NO RIO DE JANEIRO, PELA LEI DO ISS

Apoio ao Carandaí 25

Maior feira de moda autoral do Brasil e, com eles, a capacitação de 40 mulheres participantes do Projeto Nós do Crochê, com seis encontros sobre processo criativo, controle de qualidade e imagem. As peças produzidas nesses encontros foram leiloadas e 100% do valor destinado ao projeto.

Manutenção do Galpão de Arte e Cultura

Manutenção do Galpão de Arte e Cultura das 15 favelas da Maré por meio do projeto Redes da Maré.

EM SÃO PAULO, PELO PROAC

Patrocínio do projeto Asa Dudu

Capacitação em moda e costura de 30 mulheres pelo projeto Asa Dudu, do Fundo Agbara, o primeiro fundo filantrópico para mulheres negras do Brasil.

Patrocínio ao Festival Colabora Moda

Patrocínio ao Festival Colabora Moda, em julho de 2025.

MINAS TÊNIS CLUBE

O Azzas 2154 acredita que o esporte faz parte da formação de cidadãos mais preparados para o mundo, e por isso apoia a divisão de natação do Minas Tênis Clube (MTC) desde o pré-mirim até a seleção principal.

O incentivo ao esporte subsidia todos os custos de treinamento, viagens, alimentação de 352 atletas da agremiação sediada em Belo Horizonte (MG). A parceria entre a Companhia (anteriormente como Arezzo&Co), governo e instituição existe desde 2022.

Em 2024, a Companhia fez aportes de R$ +1 mi, via lei de incentivo ao esporte ao Minas Tênis Clube.

ATRAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E ENGAJAMENTO DE PESSOAS COLABORADORAS

GRI 3-3

CONVENÇÃO AR&CO 2024

O Azzas 2154 fortalece sua cultura organizacional com foco na atração, desenvolvimento e engajamento de pessoas colaboradoras. Durante a fusão, garantiu a continuidade das lideranças e a integração sem rupturas, com ações estratégicas baseadas em pesquisas como Great Place To Work (GPTW) e Pulse. Benefícios e realocações internas ampliaram a retenção de talentos, enquanto a comunicação interna assegurou alinhamento e transparência.

Duas pesquisas de engajamento entre pessoas colaboradoras foram aplicadas pelo Grupo SOMA em 2024. No primeiro semestre – isso é, antes da fusão – o GPTW teve adesão de 68% e incluiu também a Cia. Hering. Já como o Azzas 2154, a Pulse da atual BU Vestuário Feminino e *Lifestyle* teve adesão de 36%. Entre uma pesquisa e outra, houve aumento de 34 para 45 pontos (de um total de 100) e percepção de 13% de detratores, 29% de neutros e 58% de promotores.

ARQUIVO GRUPO SOMA

A Companhia aposta na combinação de sustentabilidade e desenvolvimento profissional para consolidar seu potencial como marca empregadora. Ações como a Semana ESG, evento criado para contar os avanços da agenda em cada um dos pilares na empresa; e Prêmio Amigos da Sustentabilidade, que tem como intuito reconhecer e celebrar as pessoas parceiras engajadas, protagonizados pela BU de Vestuário Feminino e *Lifestyle,* manifestam essa difusão e engajamento da cultura ESG como um atributo de geração de valor para o Azzas 2154.

O impacto direto do Azzas 2154 sobre 25 mil famílias exige equilíbrio entre objetivos financeiros e responsabilidade socioambiental. A Companhia está comprometida com práticas que ampliem a eficiência operacional e promovam inovação, sem perder de vista a sustentabilidade e o bem-estar de suas equipes e comunidades.

NOVAS CONTRATAÇÕES E ROTATIVIDADE DE EMPREGADOS
GRI 401-1

	Pessoas colaboradoras	Total de empregados	Contratações	Taxa de novas contratações	Desligamentos	Taxa de rotatividade ou *turnover*
Faixa etária	Abaixo de 30 anos	11.473	7.372	63,87%	6.747	61,27%
	Entre 30 e 50 anos	11.725	4.249	36,34%	4.533	37,51%
	Acima de 50 anos	1.977	430	21,78%	458	22,49%
TOTAL		**25.292**	**12.080**	**47,76%**	**11.783**	**47,17%**
Gênero	Homens	9.223	4.019	43,58%	3.857	42,70%
	Mulheres	16.069	8.061	50,16%	7.926	49,74%
TOTAL		**25.292**	**12.080**	**47,76%**	**11.783**	**47,17%**
Região	Norte	84	43	51,19%	34	45,83%
	Nordeste	3.061	1.029	33,62%	920	31,84%
	Centro-Oeste	2.369	1.612	68,05%	1.558	66,91%
	Sudeste	13.993	6.891	49,25%	6.801	48,92%
	Sul	5.785	2.505	43,30%	2.470	43%
TOTAL		**25.292**	**12.080**	**47,76%**	**11.783**	**47,17%**

AVALIAÇÃO DE COMPETÊNCIAS
GRI 404-3

O Azzas 2154 adota um modelo estruturado de avaliação de desempenho, combinando *feedbacks* contínuos e planos de desenvolvimento individual. Com metodologias como 360°, 270° e 180°, o processo envolve autoavaliação e contribuições de líderes, pares e liderados. Para 2025, a empresa busca aprimorar métricas e fortalecer o engajamento.

ARQUIVO AREZZO&CO

PERCENTUAL DE EMPREGADOS QUE RECEBEM REGULARMENTE ANÁLISES DE DESEMPENHO E DE DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA GRI 404-3

Categoria funcional	Homens	Mulheres	Total
Conselheiros/diretores-executivos	75%	60%	72%
Diretores	81,48%	93,94%	88,33%
Gerentes executivos	93,75%	91,8%	92,47%
Gerentes corporativos	90,38%	93,58%	92,55%
Gerentes de loja	84,09%	92,25%	90,25%
Coordenadores, especialistas e supervisores	81,06%	94,88%	87,34%
Analistas e cargos operacionais	52,66%	84,06%	69,17%
Vendedores	53,96%	81,73%	10,59%
Aprendizes	31,34%	83,2%	60,09%
Estagiários	21,18%	77,05%	35,93%
PERCENTUAL TOTAL	**54,77%**	**84,48%**	**71,88%**

APERFEIÇOAMENTO DE TALENTOS

GRI 404-1, 404-2

O Azzas 2154 investe no desenvolvimento de pessoas colaboradoras por meio de programas de capacitação alinhados às necessidades da organização e ao crescimento profissional. As iniciativas incluem treinamentos para todos os níveis hierárquicos, desde liderança até equipes operacionais, com foco em gestão de pessoas, comunicação eficaz e desenvolvimento de competências técnicas e comportamentais.

A Companhia utiliza uma abordagem estruturada, oferecendo cursos, palestras e trilhas de aprendizagem por meio de plataformas digitais, garantindo acessibilidade e flexibilidade. Os conteúdos são atualizados regularmente, abordando temas como tecnologia, inovação, diversidade, ética, boas práticas e desenvolvimento de habilidades (*soft* e *hard skills*).

Programas de mobilidade interna promovem a progressão de carreira, ampliando oportunidades dentro da organização. Além disso, parcerias com instituições educacionais facilitam o acesso a cursos externos com condições especiais.

O Azzas 2154 reforça seu compromisso com a capacitação e o aperfeiçoamento de talentos, integrando iniciativas que impulsionam a evolução das equipes e contribuem para um ambiente inovador e colaborativo.

ARQUIVO GRUPO SOMA

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO REALIZADA PELOS EMPREGADOS DA ORGANIZAÇÃO DURANTE O PERÍODO COBERTO PELO RELATÓRIO POR GÊNERO GRI 404-1

Gênero	Média de horas de treinamento
Homens	44,45
Mulheres	25,84
TOTAL	**32,66**

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO REALIZADA PELOS EMPREGADOS DA ORGANIZAÇÃO DURANTE O PERÍODO COBERTO PELO RELATÓRIO POR CATEGORIA FUNCIONAL GRI 404-1

Categoria funcional	Média de horas de treinamento
Conselheiros/diretores-executivos	6,94
Diretores	8,21
Gerentes executivos	8,79
Gerentes corporativos	16,27
Gerentes de loja	17,49
Coordenadores, especialistas e supervisores	25,49
Analistas e cargos operacionais	39,05
Vendedores	24,65
Aprendizes	0,66
Estagiários	10,46
TOTAL	**32,17**

Na Cia. Hering, ao longo de 2024, não foi acompanhado esse indicador, pois não havia uma área de treinamento corporativo. Porém, tiveram alguns treinamentos específicos na estrutura considerando integração de novas pessoas colaboradoras corporativas, lojas e das unidades industriais, treinamentos de liderança, treinamentos comerciais e de produtos e treinamentos técnicos da indústria.

REMUNERAÇÃO DE PESSOAS COLABORADORAS

GRI 202-1

O Azzas 2154 adota uma estratégia de remuneração alinhada às práticas de mercado, considerando fatores como responsabilidades, habilidades e senioridade. Os salários são definidos com base em estudos setoriais e convenções coletivas, garantindo competitividade e conformidade com a legislação. A revisão anual assegura equilíbrio entre atratividade e sustentabilidade.

ARQUIVO AREZZO&CO

PROPORÇÃO ENTRE O SALÁRIO-BASE E A REMUNERAÇÃO RECEBIDOS PELAS MULHERES E AQUELES RECEBIDOS PELOS HOMENS GRI 405-2

	AREZZO&CO		AR&CO		CIA. HERING		SOMA	
Categorias profissionais	Salário-base (R$)	Remuneração (R$)	Salário-base (R$)	Remuneração (R$)	Salário-base (R$)	Remuneração (R$)	Salário-base (R$)	Remuneração (R$)
Conselheiros/ diretores- -executivos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,10	1,14
Diretores	0,99	0,96	0,83	0,52	0,77	0,77	1,13	1,77
Gerentes executivos	0,93	0,93	2,06	3,73	1,13	1,13	0,99	0,83
Gerentes corporativos	0,95	0,99	0,92	0,95	0,93	0,93	1,00	1,17
Gerente de loja	0,46	1,29	1,01	1,04	1,06	1,06	0,69	0,98
Coordenadores, especialistas e supervisores	1,11	1,31	0,95	0,75	0,96	0,96	0,96	1,01
Analista/cargos operacionais	1,00	1,05	1,03	1,03	0,83	0,83	1,05	1,03
Vendedores	0,00	1,01	0,84	0,84	1,01	1,01	2,30	0,84
Aprendizes	1,14	1,11	0,98	0,92	1,06	1,06	1,00	1,10
Estagiários	1,00	1,00	0,96	0,92	0,96	0,96	1,03	1,03

PROPORÇÃO DE SALÁRIO-BASE E REMUNERAÇÃO ENTRE MULHERES E HOMENS - TRABALHADORES QUE NÃO SÃO EMPREGADOS, MAS CONTROLADOS PELA ORGANIZAÇÃO GRI 405-2

Proporção por gênero	AREZZO&CO	AR&CO	CIA. HERING	SOMA
Homens	0,89	0,00	1	0,89
Mulheres	0,87	0,00	1	0,87

A AR&Co não possui esse mapeamento.
Todas as unidades operacionais foram consideradas para esse cálculo.

ENCHENTES NO RS: MAPEAMENTO DE PESSOAS COLABORADORAS*

ARQUIVO AREZZO&CO

As enchentes do Rio Grande do Sul impactaram diretamente 403 pessoas colaboradoras do Azzas 2154. Para melhor auxiliá-las, a Companhia fez um mapeamento da situação classificando cada caso conforme o grau de severidade do impacto, gerando três cenários distintos:

1 *Gravíssimo*	2 *Grave*	3 *Moderado*
Casa impactada com perda total (desalojados).	Casa impactada e perda parcial de móveis.	Necessidade de alimentos, roupas de cama, falta de água ou energia, deslocamento comprometido.

ÀS PESSOAS COLABORADORAS COM RESIDÊNCIA IMPACTADA, O AZZAS 2154 PROVIDENCIOU:

Transferência para pousada ou hotel, quando necessário.

Auxílio financeiro de acordo com o grau de impacto.

Suporte de transporte a abastecimento básico, quando necessário.

ÀS DEMAIS PESSOAS COLABORADORAS AFETADAS, O AZZAS 2154 OFERTOU:

Antecipação de vencimentos do salário

Entrega de cestas básicas (ou valor equivalente) e doações de produtos

+1.000
cestas básicas

+1.000
kits de limpeza

+ R$ 250 mil
em produtos como colchões, toalhas, cobertores, mantas e travesseiros

R$ 509 mil
de apoio financeiro

*iniciativas mapeadas de acordo com a realidade de cada BU

SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO

GRI 403-1, GRI 403-8, GRI 403-7

O Azzas 2154 possui um sistema de gestão alinhado às regulamentações nacionais e internacionais, que cobre 100% dos trabalhadores, incluindo empregados diretos e terceiros. A estrutura de saúde e segurança do trabalho (SST) é baseada em normas regulamentadoras, políticas internas e auditorias recorrentes, com ferramentas que monitoram riscos, controlam EPIs, atualizam exames médicos e gerenciam treinamentos obrigatórios. O Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR) e os procedimentos operacionais padrão (POPs) asseguram a execução segura e eficiente de cada atividade.

A governança da SST também se estende à cadeia de valor, com fornecedores e parceiros seguindo protocolos rigorosos de segurança, verificados por contratos e auditorias socioambientais. Antes do início das operações, as empresas parceiras devem apresentar documentação específica, como laudos de segurança e treinamentos certificados. Esse ecossistema de trabalho prioriza a integridade das pessoas colaboradoras e fortalece a confiança entre todas as partes, assegurando operações sustentáveis e responsáveis.

Entre os empregados, 100% são cobertos pelo sistema de gestão de saúde e segurança, sendo 26,26% por sistema auditado internamente.

IDENTIFICAÇÃO, AVALIAÇÃO E CONTROLE DE RISCOS

GRI 403-2, GRI 403-9

O Azzas 2154 gerencia riscos ocupacionais com rigor técnico, integrando identificação, avaliação e controle contínuo de ameaças por meio do Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR) e metodologias avançadas.

A Companhia protege suas pessoas colaboradoras com inspeções sistemáticas, auditorias específicas regulares e monitoramento químico e ambiental. A Matriz Operacional, ferramenta central no processo, classifica riscos e perigos conforme probabilidade, severidade e medidas de controle, permitindo análises estruturadas e planos de ação específicos para cada atividade. A metodologia de hierarquia de controles prioriza a eliminação de perigos, controles de engenharia (como barreiras físicas e automação), administrativos (procedimentos, treinamentos e fiscalização) e, por fim, o uso de EPIs como última linha de defesa.

ARQUIVO GRUPO SOMA

Pessoas colaboradoras participam ativamente na identificação de riscos, utilizando canais como caixas de reporte, ramais diretos e reuniões da CIPA. Inspeções comportamentais e programas de conscientização reforçam a cultura de segurança.

Em 2024, os dados mostram avanços na mitigação de acidentes, com ocorrências leves, como entorses, impactos e cortes, analisadas detalhadamente por métodos como 5 Porquês, Diagrama de Ishikawa e Árvore de Causas. A CIPA e as Brigadas de Emergência são responsáveis pela avaliação de situações de riscos ocupacionais e prediais. Simulados, treinamentos obrigatórios e campanhas educativas, como a SIPAT, reforçam a segurança como prioridade estratégica no Azzas 2154.

ACIDENTES DE TRABALHO GRI 403-9

	Empregados			
Classe	SOMA	CIA. HERING	AR&Co	AREZZO&CO
Número de horas trabalhadas	15.691.135	9.946.425,79	3.372.497,99	13.986.126,36
Base de número de horas trabalhadas	200.000	200.000	1.000.000	1.000.000
Número de óbitos resultantes de acidente de trabalho	0	0	0	0
Índice de óbitos resultantes de acidente de trabalho	0	0	0	0
Número de acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos)	5	0	1	16
Índice de acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos)	0,06	0	0,3	1,14
Número de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória; (incluir óbitos)	34	25	7	56
Índice de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória (incluir óbitos)	0,43	0,5	2,08	4
Dias perdidos (Requisito VSA)	411	90	62	1.671
Taxa de gravidade de acidentes	26,19	1,1	17,75	159,74

SASB EM-MM-320A.1	Empregados			
	SOMA	CIA. HERING	AR&Co	AREZZO&CO
1. Taxa de incidência total (acidentes com e sem afastamento)	2,1	0,75	-	-
2. Taxa de frequência de quase acidente (*near miss frequency rate* – NMFR)	0,7	0,50	-	-
3. Número médio de horas de treinamento em saúde, segurança e resposta a emergências (cálculo deve ser feito como: total de horas de treinamento qualificado fornecido pela entidade) / (número total de empregados).	0,3	3,28	0,01	1,89

HERING SPORTS ALTO VERÃO 2025

SERVIÇOS DE SAÚDE E BEM-ESTAR DOS TRABALHADORES

GRI 403-3, GRI 403-6

Além de prevenir riscos, o Azzas 2154 promove a saúde e o bem-estar das pessoas colaboradoras por meio de iniciativas diversificadas, garantindo um ambiente equilibrado e voltado à qualidade de vida. Principais ações:

Atendimento de saúde ocupacional

- Ambulatório interno em unidades estratégicas e clínicas ocupacionais terceirizadas para exames admissionais, periódicos, de retorno ao trabalho e demissionais.
- Monitoramento contínuo da saúde ocupacional por meio do PCMSO (Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional).

CONVENÇÃO AR&CO 2024

Promoção do bem-estar físico e mental

- Ginástica laboral e acompanhamento fisioterapêutico para prevenção de doenças musculoesqueléticas.
- Programa Wellz, que oferece suporte psicológico individual, conteúdos interativos sobre saúde emocional e sessões de terapia.
- Espaço Zen, com pausas ativas, massoterapia e atividades de relaxamento para redução do estresse.
- Parceria com o Zenklub, plataforma de saúde mental disponibilizada para as pessoas colaboradoras com acesso a psicólogos, terapeutas holísticos, *coaches* etc.
- Grupo de corrida e pilates.

Prevenção e qualidade de vida

- Campanhas anuais de vacinação e monitoramento de doenças crônicas.
- Programa Bebê a Bordo, com suporte a gestantes, acompanhamento mensal e orientações sobre saúde materno-infantil.
- Incentivo à atividade física por meio de parcerias com WellHub, garantindo acesso a academias e práticas esportivas.

Ergonomia e segurança no trabalho

- Avaliações ergonômicas regulares e ajustes nos postos de trabalho para reduzir riscos ocupacionais.
- Investimentos em mobiliário ergonômico e treinamentos para conscientização sobre posturas adequadas.

Engajamento e comunicação

- Divulgação ativa das iniciativas por canais internos, como murais, e-*mails* e redes corporativas.
- Pesquisas periódicas para avaliar a satisfação e efetividade dos programas de saúde e bem-estar.

ENGAJAMENTO E PARTICIPAÇÃO DOS TRABALHADORES EM SAÚDE E SEGURANÇA

GRI 403-4, GRI 403-5

A construção de uma cultura de segurança no Azzas 2154 é um compromisso compartilhado, incentivando a participação ativa das pessoas colaboradoras na promoção de um ambiente de trabalho cada vez mais saudável e protegido.

Participação e diálogo aberto

- ✓ Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA) – equipe formada por pessoas colaboradoras eleitas e indicadas, com reuniões mensais para avaliação de riscos, inspeções de segurança, treinamentos em diversos temas e proposição de melhorias.
- ✓ Brigada de Emergência – grupo treinado para atuar em situações críticas, como incêndios e primeiros socorros, realizando simulados periódicos e ações preventivas.
- ✓ Comitê de Normas de Segurança – instância que reúne gestores, técnicos e pessoas colaboradoras para revisão de procedimentos e aprimoramento de práticas de segurança nas unidades produtivas.
- ✓ Canais de comunicação – disponibilização de meios acessíveis para relato de riscos, sugestões e dúvidas, incluindo e-*mails* corporativos, caixas de reporte, intranet e reuniões de diálogo de segurança (DDS).

ARQUIVO GRUPO SOMA

Capacitação e treinamento contínuo

- ✓ Integração de novas pessoas colaboradoras – treinamento inicial abrangendo normas de segurança, uso de EPIs e principais protocolos operacionais.
- ✓ Treinamentos técnicos periódicos – cursos obrigatórios conforme as Normas Regulamentadoras (NRs), incluindo segurança elétrica (NR 10), ergonomia (NR 17), trabalho em altura (NR 35) e movimentação de cargas (NR 11).
- ✓ Programas de educação e conscientização – ações como a Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (SIPAT) promovem palestras e dinâmicas sobre saúde, segurança e bem-estar.
- ✓ Treinamento para emergências – simulados de evacuação, primeiros socorros e combate a incêndios, garantindo que todos saibam como agir em situações de risco.

BENEFÍCIOS E PREVENÇÃO DE DOENÇAS OCUPACIONAIS

GRI 401-2, GRI 403-10

O Azzas 2154 possui um pacote abrangente de benefícios que inclui planos de saúde e odontológico, seguro de vida, licença-maternidade e paternidade ampliadas, vale-alimentação, auxílio para atividade física e transporte fretado em unidades específicas.

A prevenção de doenças ocupacionais é conduzida com rigor técnico, especialmente em atividades que envolvem exposição a agentes químicos, ruído elevado e esforços repetitivos. Com o Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO), são realizados exames periódicos, monitoramento ergonômico e iniciativas para mitigar riscos físicos e ambientais.

RESERVA DIA DOS PAIS 2024

LICENÇA-MATERNIDADE/PATERNIDADE

GRI 401-3

	Homens	Mulheres
Número total de empregados com direito a tirar licença-maternidade/paternidade	8.110	15.099
Total de empregados que tiraram a licença-maternidade/paternidade	135	605
Total de empregados que voltaram a trabalhar após a licença-maternidade/paternidade e que ainda estiveram empregadas 12 meses após o retorno ao trabalho	87	213
Taxa de retorno	100%	100%
Taxa de retenção	82,86%	67,19%

GESTÃO DA CADEIA DE FORNECEDORES

GRI 3-3, GRI 2-6

A cadeia de fornecedores do Azzas 2154 é composta por parceiros nacionais e internacionais, distribuídos em cinco grandes grupos:

1. Fornecedor *sourcing* (produto acabado, beneficiamento e facção)
2. Fábricas próprias (produto acabado)
3. Prestador de serviço (subcontratados dos fornecedores de produto acabado)
4. Materiais/matéria-prima nacional
5. Fornecedor/prestador de serviço corporativo nacional (consumo interno/*marketing*)

A gestão da cadeia de fornecedores considera as melhores práticas e *expertises* da Arezzo&Co e do Grupo SOMA, mantendo diretrizes já estabelecidas para calçados, bolsas, acessórios e vestuário. Políticas robustas, como o Código de Conduta para Fornecedores e a Política de Gestão de Consequências, promovem uma cadeia produtiva ética e mais sustentável.

São adotados mecanismos de prevenção, mitigação e detecção de possíveis irregularidades, como *due diligence*, auditorias socioambientais, auditorias de rastreabilidade e monitoramento documental socioambiental.

O Azzas 2154 tem como prática que seus fornecedores diretos e subcontratados nacionais sejam certificados no Programa ABVTEX, como forma de promover as melhores práticas socioambientais, o respeito aos direitos humanos e trabalhistas e o combate ao trabalho análogo à escravidão e infantil.

ARQUIVO AREZZO&CO

ABVTEX* SELO OURO

3

Fábricas próprias da BU Calçados e Acessórios

78%

dos fornecedores Azzas 2154 tem certificação ABTEX

*100% de fábricas próprias de Azzas tem a certificação e três têm o selo ouro.

ZZSAP Origem Sustentável Ouro**

100 %*

Fornecedores SOMA auditados com protocolo próprio

*Os fornecedores nacionais de produto acabado facção e beneficiamento da BU Vestuário Feminino e *Lifestyle* e BU Vestuário Democrático são auditados pelo menos uma vez a cada dois meses.

**Referente à fábrica própria da marca Schutz

NÚMEROS DA CADEIA DE FORNECEDORES E SUBCONTRATADOS POR UNIDADE DE NEGÓCIO GRI 2-6

São estimados 1.856 fornecedores* no Azzas 2154, distribuídos entre as quatro unidades de negócios:

Certificação ABVTEX

Calçados e Acessórios	Vestuário Feminino e *Lifestyle*	Vestuário Masculino e *Lifestyle*	Vestuário Democrático
64% dos fornecedores diretos e indiretos	87% dos fornecedores diretos e indiretos	93% de fornecedores diretos e indiretos	52% de fornecedores diretos e indiretos

*O dado considera fornecedor *sourcing*, fábricas próprias e prestador de serviço (subcontratados dos fornecedores).

Calçados e Acessórios

Devido ao modelo de negócio de fusões e aquisições, da BU Calçados e Acessórios atua das seguintes formas quanto ao compliance de fornecedores de produtos acabados:

• Marcas e negócios com mais de dois anos de aquisição: é exigido um compromisso de homologação efetiva e certificação ABVTEX obrigatória.

• Marcas e negócios com menos de dois anos de aquisição: Homologação com concessões. A certificação não é uma obrigatoriedade e há flexibilização de alguns documentos a serem obtidos até dois anos como praticado pela ABVTEX

Fornecedores e seus respectivos subcontratados que produzem a marca Vans além de atender os requisitos socioambientais da Companhia, devem cumprir as diretrizes exigidas pela VF Global, dentre elas a auditoria socioambiental externa FFC (Fair Factories Clearinghouse) e auditoria de estrutura física externa (QIMA Critical Life Safety).

Fornecedores diretos internacionais de produto acabado devem atender as normas e legislação do país de origem, e aos requisitos socioambientais definidos pela Companhia. Para assegurar os padrões internacionais de Responsabilidade Social (*Labor Standards; Health and Safety; Environmental assessment;* e *Business Ethics*) são utilizadas auditorias realizadas por empresa certificadora terceirizada SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit Report) ou BSCI (Business Social Compliance Initiative).

Vestuários Feminino e *Lifestyle*

Para garantir os padrões internacionais de Responsabilidade Social (*Labor Standards; Health and Safety; Environmental assessment;* e *Business Ethics*) os fornecedores diretos nacionais e internacionais (*Tier 1*) que produzem para a FARM Rio Global são auditados por uma empresa certificadora terceirizada seguindo os padrões SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit Report). Adicionalmente, fornecedores nacionais homologados possuem a certificação ABVTEX.

Vestuário Democrático

Fornecedores diretos internacionais de produto acabado devem atender as normas e legislação do país de origem, e aos requisitos socioambientais definidos pela Companhia. Para assegurar os padrões internacionais de Responsabilidade Social (*Labor Standards; Health and Safety; Environmental assessment;* e *Business Ethics*) são utilizadas auditorias realizadas por empresa certificadora terceirizada SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit Report) ou BSCI (Business Social Compliance Initiative) ou WRAP (Worldwide Responsible Accredited Production) ou SA8000 (Social Accountability 8000).

FOXTON INVERNO 2025

SOMAR

O Programa SOMAR avalia holisticamente os fornecedores, monitorando a *performance* dos que atuam na cadeia nacional de confecção de roupas. Criado para identificar pontos de melhoria e auxiliar no desenvolvimento dos fornecedores, o programa serve como norteador para a atuação da Companhia com sua cadeia. O monitoramento de *performance*, risco e melhoria contínua é baseado em cinco pilares estratégicos: sustentabilidade, operação, margem, avaliação de qualidade e reatividade, que direcionam a estratégia da empresa para clientes, sócios e acionistas.

A trilha de educação ESG para fornecedores da BU Vestuário Feminino e *Lifestyle* (anteriormente Grupo SOMA), tem o objetivo de aproximá-los das pautas de sustentabilidade. Em 2024, os encontros abordaram temas como cultura de dados, licença ambiental e melhoria no pilar ambiental do SOMAR (PGRS, coleta seletiva, organização e gestão de resíduos). Em 2025, a trilha contará com encontros trimestrais e temas pré-definidos.

Além disso, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), foi realizada a 2ª edição do Encadeamento Produtivo, focada na melhoria e profissionalização da cadeia produtiva. A ação envolveu 97 fornecedores dos estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais. Os participantes tiveram a oportunidade de visitar o CD e ateliê do Grupo SOMA, o *hub* de inovação/CETIQT e a sede do SEBRAE.

CÓDIGO DE CONDUTA PARA FORNECEDORES

O Azzas 2154 manteve os Códigos de Conduta para Fornecedores da Arezzo&Co e Soma. Os documentos foram elaborados com base nas melhores práticas de mercado e desenvolvidas em conjunto por diversas áreas da empresa e consultores especializados. Essa abordagem visa garantir e promover a atuação da cadeia de fornecedores com os mais elevados padrões éticos, respeitando os direitos humanos e trabalhistas, alinhados às expectativas do setor.

ARQUIVO AREZZO&CO

RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES

GRI 2-29

Desde o início do seu processo de integração, o Azzas 2154 adota uma abordagem personalizada para a experiência do cliente, criando grupos de trabalho interdepartamentais focados em CRM e fidelidade.

Em vez de implementar um projeto único para todas as marcas, a Companhia optou por explorar oportunidades de engajamento cruzado, como, por exemplo, clientes da Hering que compram produtos da Arezzo.

Esse uso eficiente dos dados internos permite reduzir significativamente o custo de aquisição de novos clientes (CAC), aproveitando as informações já disponíveis.

O Azzas 2154 optou por explorar oportunidades de engajamento cruzado, como clientes da Hering que compram Arezzo

OFFPREMIM BLACKFRIDAY

O NPS (*Net Promoter Score*) é uma métrica importante para o Azzas 2154, pois reflete diretamente a satisfação do cliente. Para além do foco em metas financeiras, a Companhia está determinada em aprimorar a experiência do cliente como um todo e, assim, obter uma melhoria contínua do NPS.

O relatório do Azzas 2154 apresenta uma análise da satisfação do cliente em diferentes unidades de negócio. No consolidado geral, reflete uma tendência positiva, com destaque para FARM Rio, a maior pontuação, indicando forte fidelização e recomendação dos clientes, com satisfação de 90,7; Reserva, que obteve 86; e Cia. Hering, com 84 pontos. Dentre os pontos destacados na *performance* do atendimento, os clientes da BU Moda Democrática ressaltam o atendimento, a presença do vendedor e a atenção. Outro destaque é a pontuação da marca Arezzo, que encerrou o ano com 78, avançando 3 pontos em relação a 2023.

Dentre os itens mensurados na pesquisa de satisfação dos clientes, consideram-se fatores como atraso na entrega, embalagem, qualidade, atendimento, padronização da imagem em relação ao *site* e rastreabilidade da logística de transporte.

HERING KIDS ALTO VERÃO 2025

CIBERSEGURANÇA

Segundo o Fórum Econômico Mundial (WEF), o risco de cibersegurança é um dos que mais tem potencial de impactar a economia. Com isso em vista, o Azzas 2154 iniciou um plano estruturado e uma governança bem definida.

A primeira ação foi criar um grupo de trabalho com uma visão 360° do tema cibersegurança, para garantir que todos os envolvidos estejam alinhados e preparados.

O grupo utiliza o protocolo NIST para prevenção e gerenciamento de incidentes antes e depois de sua ocorrência.

A Companhia direciona as discussões sobre segurança para o Conselho e o Comitê de Riscos. Reconhecendo a natureza assimétrica do ciberataque, no qual os atacantes podem identificar brechas rapidamente, o Azzas 2154 prepara-se para um cenário em que o risco é inevitável, enfatizando a importância da antecipação e resposta rápida frente a possíveis falhas de segurança.

PERSPECTIVAS DE FUTURO

O futuro da tecnologia no Azzas 2154 envolve a consolidação de uma plataforma única, com soluções verticais, que possibilitará benefícios em escala para os diversos negócios da Companhia. A autonomia das BUs é importante para evitar rigidez, mas todas devem estar integradas em um sistema centralizado, criando uma estrutura mais escalável e exponencial.

Um exemplo disso é a plataforma de e-*commerce*, que, apesar de ter o mesmo provedor, pode beneficiar-se da unificação de códigos, facilitando o uso de recursos comuns entre as diferentes BUs e, por consequência, infinitas possibilidades de expansão e integração.

O uso dessa tecnologia ajudará a descobrir novas oportunidades de negócios e atrair mais talentos para o grupo, ampliando as possibilidades de inovação.

AREZZO PRE FALL 2024 - BALLET DREAMS

INOVAÇÃO, IA E SUSTENTABILIDADE

O Azzas 2154 reafirma seu compromisso com a inovação e a sustentabilidade por meio do desenvolvimento de materiais reciclados e renováveis, aliados a processos de produção otimizados, que reduzem emissões de carbono. Para promover a eficiência operacional e soluções mais sustentáveis, a Companhia também incorpora inteligência artificial em suas operações logísticas e plataformas de gestão de relacionamento com clientes. Com os *smart chats*, clientes têm respostas rápidas e precisas sobre pedidos, cancelamento e outros assuntos via IA, uma medida que reduziu em 50% a necessidade de intervenção humana, economizando recursos e melhorando a capacidade de retorno ao cliente.

Na Arezzo&Co, o uso da tecnologia representa melhorias como o projeto de rastreabilidade do couro e o projeto de CRM com ciência de dados, em que a inteligência artificial é capaz de individualizar a experiência do consumidor, facilitando o contato de vendedores e trazendo recomendações de compras baseadas no histórico do cliente. O uso de IA pela Cia. Hering, por sua vez, elimina a necessidade de amostras físicas graças a modelos preditivos e modelagens 3D, resultando em mais assertividade e velocidade no processo criativo. Em AR&Co, o uso de IA destaca-se pelo provador virtual das lojas *on-line,* que permite ao cliente experimentar virtualmente os *looks*. No SOMA, com 890 produtos desenvolvidos em 2024 na FARM Rio, a tecnologia 3D evitou 2.670 pilotos físicos, reduzindo desperdícios e ampliando a eficiência no *design*. Representando 30% da coleção, a iniciativa reforça inovação e sustentabilidade como pilares estratégicos.

MARIA FILÓ VERÃO 2025

Com os *smart chats*, clientes têm respostas rápidas e precisas sobre pedidos, cancelamento e outros assuntos via IA

PILAR AMBIENTAL

MODA MAIS LIMPA E RESPONSÁVEL

Desenvolver produtos considerando a circularidade, priorizando alternativas de menos impacto, ecoeficiência nos processos e a descarbonização nas operações e cadeia de valor.

Temas materiais

Mudanças climáticas
Gestão de água e efluentes
Gestão de resíduos e circularidade

Capitais

ODS

FARM RIO ALTO VERÃO 2025

MATÉRIAS-PRIMAS DE MENOR IMPACTO

O Azzas 2154 busca garantir que suas matérias-primas sejam rastreáveis e socioambientalmente mais responsáveis, promovendo transparência em todas as etapas da cadeia produtiva. A *expertise* em rastreabilidade do couro, adquirida com a Arezzo&Co, será ampliada para todas as BUs em 2025, beneficiando outras marcas do grupo. Esse intercâmbio de conhecimento promove melhorias em cadeias historicamente desafiadoras e cria soluções aplicáveis a outras *commodities*, como algodão e viscose.

Ao integrar aprendizado, inovação e práticas éticas em suas operações e estratégias, o Azzas 2154 reforça seu compromisso em transformar a indústria da moda de forma mais sustentável.

Aquisição de matérias-primas pelas BUs

+5,2 milhões
de sapatos com matérias-primas de menor impacto

69,4 %
das matérias-primas de algodão do SOMA são certificadas (ABR/BCI)

42,8%
dos produtos de Arezzo&Co possuem atributos de menor impacto*

53%
das matérias-primas de Cia. Hering são certificadas

69,0%
das matérias-primas de algodão da AR&Co são certificadas (ABR/BCI)

* Refere-se às marcas Anacapri, Arezzo, Brizza, Reserva e Schutz

RESERVA GO YANKEE OCEAN

MATERIAIS UTILIZADOS, DISCRIMINADOS POR PESO OU VOLUME
GRI 301-1

		Peso (toneladas)
Materiais não renováveis	Acrílico*	0,91
	Elastano	111,64
	Fio metálico*	0,03
	Indefinido*	14,85
	Poliamida	43,95
	50% a 99% poliamida	11,19
	Poliéster	72,12
	50% a 99% poliéster	46,42
	100% poliuretano	0,08
TOTAL		**301,19**
Materiais renováveis	Acetato	64,4
	50% a 99% acetato	0,11
	Algodão	5.604,4
	50% a 99% algodão	1.898,66
	Modal	6,5
	50% a 99% modal**	7,5
	Seda*	23,88
	Viscose	2.318,34
	50% a 99% viscose	210,16
	Linho	147,42
	50% a 99% linho**	54,66
	Liocel	6,81
	50% a 99% liocel**	0,02
	Lã	6,58
	50% a 99% rami**	0,02
TOTAL		**10.349,46**

	Peso (ton) SOMA	Peso (ton) AR&Co	Peso (ton) CIA. HERING
Subtotal materiais não renováveis	108,14	77,54	116,45
Subtotal materiais renováveis	2.843,29	1.589,4	5.915,47
TOTAL	**2.951,43**	**1.666,94**	**6.031,92**

Os dados acima são estimados. Em Arezzo&Co não temos o monitoramento do total de matérias-primas utilizadas.
A classificação considera a matéria-prima principal (+50%) na composição.
*Materiais referentes a SOMA **Materiais referentes à AR&Co.

LISTA DE ATRIBUTOS DE SUSTENTABILIDADE

Até o momento da fusão, as BUs Calçados e Acessórios e Vestuário Masculino e *Lifestyle* fizeram uso de sua própria lista de atributos para avançar no tema das matérias-primas de menor impacto. Paralelamente, as marcas das BUs Vestuário Feminino e Vestuário Democrático guiaram-se a partir de seu respectivo Guia de matérias-primas mais responsáveis. Após 1º de agosto de 2024, houve integração das áreas para um direcionamento único do tema. Para 2025, os indicadores serão padronizados entre as unidades de negócio para mensuração e reporte integrado.

RESERVA GO YANKEE OCEAN (REDEIRAS)

RESERVA GO YANKEE OCEAN (REDEIRAS)

LISTA DE ATRIBUTOS PARA MATERIAIS SUSTENTÁVEIS AREZZO&CO E AR&CO

O documento tem como objetivo orientar as escolhas dos times de pesquisa e desenvolvimento e oferecer mais clareza a fornecedores sobre matérias-primas de menor impacto ambiental e social, assim como boas práticas no processo produtivo. Nele, as matérias-primas são organizadas nas categorias têxteis, couro, polímeros (sintéticos e plásticos) e outros (metais, madeira, papel, lã etc.). Também são listados atributos, como certificações e composições, que os materiais devem atender minimamente. Entre eles, menor consumo de água, menos químicos e uso de energia renovável de baixo impacto. A lista também exemplifica laudos e fichas técnicas que devem ser apresentados à Companhia.

RESERVA GO YANKEE OCEAN

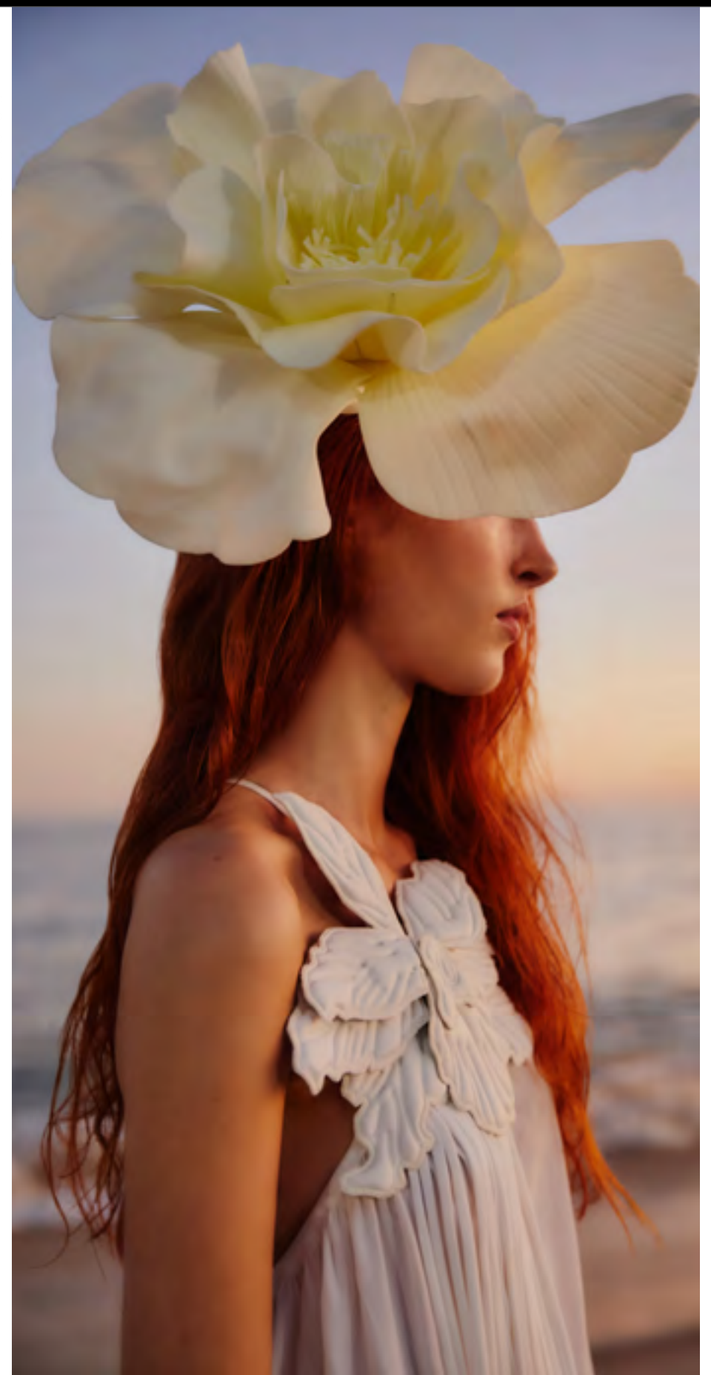
Aposta da Reserva Go em sustentabilidade, o Yankee Ocean transforma redes de pesca descartadas em inovação e estilo, reforçando o compromisso com um futuro mais limpo. Feito com materiais reciclados, incluindo *nylon* de garrafas PET e bioplástico, é um exemplo de *sneaker* com matéria-prima de menor impacto ambiental.

GUIA DE MATÉRIAS-PRIMAS MAIS RESPONSÁVEIS GRUPO SOMA

Desenvolvido pelos times de Sustentabilidade e Sourcing do Grupo SOMA, o Guia de matérias-primas mais responsáveis aborda aspectos positivos e de atenção das fibras têxteis naturais (vegetais e animais) e químicas (sintéticas e artificiais) em relação ao impacto ambiental e social. Foram identificadas mais de 15 certificações reconhecidas no mercado e indicados fornecedores com boas práticas, aptos a atender à demanda das equipes de Estilo, Compras e Planejamento das marcas de maneira realista e ética. O Guia também trata do processo de tingimento mais sustentável com corantes naturais, tratamentos anti-odor, e relaciona atributos como durabilidade, reciclagem, pegada hídrica, pegada de carbono, energia, uso do solo, uso de químicos e biodegradabilidade, com base nas referências da Textile Exchange e do relatório Fios da Moda. Em 2024, 54% da matéria-prima comprada pelas marcas da atual BU de Vestuário Feminino e *Lifestyle* eram certificadas (unidade de medida: metro).
As certificações consideradas incluem:

Algodão Brasileiro Responsável (ABR)
Forest Stewardship Council (FSC)
Lenzing Ecovero
Canopy Style
OEKO Tex
Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)
Carbon Free
Amni Soul Eco
Global Recycled Standard (GRS)
Recycled Content Standards (RCS)
Amaciante Rice Recycle

FARM RIO ALTO VERÃO 2025



LISTA DE SUBSTÂNCIAS RESTRITAS

As BUs Calçados e Acessórios e Vestuário Masculino e *Lifestyle* contam com uma lista de substâncias restritas que define limites seguros para o uso de compostos químicos potencialmente nocivos para a saúde humana e o meio ambiente. A lista deve ser respeitada por todos os fornecedores de matérias-primas e produtos acabados e por terceiros envolvidos na produção de peças de vestuário, calçados, bolsas e acessórios. Para garantir a conformidade e atendimento aos requisitos da lista, são realizados testes em produtos por amostragem. Na FARM Rio amostras de produtos e aviamentos são analisadas em laboratórios certificados, seguindo normas REACH. Durante o ano, as BUs mantiveram tolerância zero para substâncias restritivas, como metais pesados e ftalatos, reforçando o compromisso com a sustentabilidade e a segurança dos produtos.

PRIMEIRA MARCA DE MODA BRASILEIRA CERTIFICADA PELA GOTS

GRI CG-AA-250A.1

Em 2024, a FARM Rio tornou-se a primeira marca de moda brasileira certificada pela Global Organic Textile Standard (GOTS), padrão internacional que define critérios para têxteis orgânicos, desde a colheita até a rotulagem. A certificação atua em duas frentes: social – garantindo condições dignas de trabalho em toda a cadeia produtiva – e ambiental, assegurando produtos livres de agrotóxicos e químicos nocivos, com menos consumo de água e impacto ambiental.

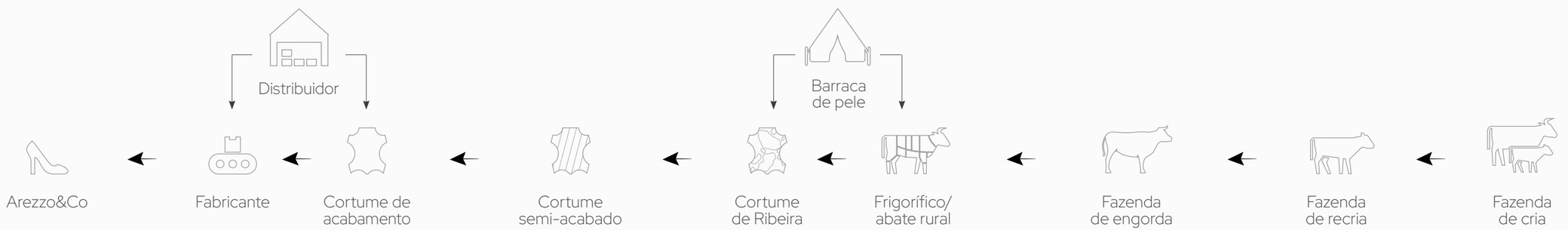
A certificação abrange produtos de algodão orgânico, que representam cerca de 15% da coleção High Summer 2025, a serem comercializados nas lojas internacionais da FARM Rio a partir do segundo semestre de 2025.

DEFORESTATION-FREE CALL TO ACTION FOR LEATHER

Azzas 2154 é a única empresa brasileira comprometida com a *Deforestation-Free Call to Action for Leather*.

Coordenada pelo Textile Exchange, pelo Leather Working Group (LWG) e pelo World Wildlife Fund (WWF), a iniciativa convoca marcas e varejistas a utilizar couro bovino de cadeias de suprimento livres de desmatamento até 2030, ou antes, exigindo:

1. Estabelecimento de requisitos para a obtenção de couro;
2. Estabelecimento e cumprimento de metas na cadeia de suprimentos;
3. Respeito aos direitos humanos em toda a cadeia de suprimento de couro bovino;
4. Implementação de rastreabilidade;
5. Realização de investimentos;
6. Reporte de progresso.



RASTREABILIDADE DO COURO

O projeto tem como objetivo garantir que o couro dos calçados e bolsas do grupo Azzas 2154 não esteja ligado ao desmatamento, assim como promover uma cadeia mais transparente da fazenda até o produto final.

A rastreabilidade do couro do Azzas 2154 teve início em 2022, ainda como Arezzo&Co. Sua meta é chegar a 2030 com 100% do couro rastreado em todos os produtos até as fazendas de cria. Para mapear e rastrear suprimentos, a Companhia faz uso de tecnologia *blockchain* – que registra de forma imutável e criptografada dados como notas fiscais, ordens de produção, origem, destino, metragem e peso.

No ano transcorrido, o Azzas 2154 reforçou seu projeto de rastreabilidade do couro com:

- ✓ Assinatura de aditivo contratual;
- ✓ Investigações de notas fiscais que não entraram no sistema;
- ✓ *QR code* com informações de rastreabilidade trazendo transparência para o cliente;
- ✓ Preparação para lançamento da plataforma para cadeia;
- ✓ Inclusão de IA, simplificando pesquisas e relatórios;
- ✓ Adaptações de interface para melhor integração aos sistemas Arezzo&Co;
- ✓ Preparação concluída para integrações de cálculos e metas automáticos e rastreados;
- ✓ Preparações para recebimento de outras matérias-primas além do couro;
- ✓ Modelagem de dados para subsequente utilização das informações na contabilização das emissões de carbono.

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

Em 2024, 38,6% da produção em couro de todas as marcas da BU Calçados e Acessórios foi rastreada da fábrica até o frigorífico (meta superada em 3,6%).

RASTREABILIDADE DO ALGODÃO

A Reserva participa do Programa Sou ABR – Algodão Brasileiro Responsável, que é uma colaboração com a Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa) junto a outras marcas.

A tecnologia *blockchain* viabiliza não só o acompanhamento do algodão utilizado em peças desde a propriedade de origem, como também a revisão por auditores, garantindo, assim, a transparência e conformidade com padrões estabelecidos pelo programa.

MUDANÇAS CLIMÁTICAS

GRI 3-3

O Azzas 2154 nasceu da fusão de duas empresas com trajetórias sólidas e comprometidas no combate às mudanças climáticas. Em 2024, tanto Arezzo&Co quanto o Grupo SOMA possuíam nota A- no CDP, selo ouro no Programa Brasileiro GHG Protocol e metas de redução de emissões aprovadas pela Science Based Targets Initiative (SBTi). Essas sinergias permitiram que a Companhia adotasse, já no primeiro ano, uma estratégia climática unificada.

OFICINA LINHO

Um estudo detalhado de riscos e oportunidades relacionados ao clima foi realizado pelo Azzas 2154 para identificar riscos físicos, de transição e para a cadeia de valor, como vulnerabilidades em matérias-primas e localidades de varejo suscetíveis a inundações. O estudo também apontou ações para mitigar impactos e aumentar a resiliência das operações. Foram analisados os impactos positivos e negativos das emissões de gases de efeito estufa (GEE), com foco no escopo 3, que inclui fabricação dos produtos acabados, matérias-primas, transporte e disposição final de produtos.

A gestão do risco climático na Companhia inclui o inventário de GEE, atualizado conforme metodologia do GHG Protocol, uso de energia renovável nas operações, engajamento da cadeia de fornecedores, uso de matérias-primas de menor impacto, rastreabilidade do couro e a compensação de emissões por meio de créditos de carbono vinculados a projetos de reflorestamento e geração de energia renovável. Essas iniciativas reforçam o compromisso do Azzas 2154 com a internalização do risco climático e a tomada de decisões que consideram impactos locais e globais.

FÁBULA VERÃO 2025 - CAXIXI

100%*	99%	A-	Compromisso com Business Ambition For 1,5 °C	Aprovação das metas SBTi	Selo ouro GHG Protocol
compensação nos escopos 1 e 2	das emissões são do escopo 3**	nota no CDP do Clima		Metas baseadas em ciência 2024	

*Grupo SOMA compensa 100% do escopo 3.

**É comum que a maior parte das emissões de GEE em empresas do setor sejam provenientes do escopo 3, o que reflete a complexidade e a extensão das cadeias de valor na indústria da moda.

IMPLICAÇÕES FINANCEIRAS E OUTROS RISCOS E OPORTUNIDADES DECORRENTES DE MUDANÇAS CLIMÁTICAS GRI 201-2

DADOS REFERENTES À BU CALÇADOS E ACESSÓRIOS

Identificação dos riscos e oportunidades, decorrentes de mudanças climáticas

Riscos e oportunidades	Classificação	Implicações financeiras relacionadas e métodos de gerenciamento
Inundações urbanas	Físico	Perda de R$ 1,7 milhão/dia em centros de distribuição e R$ 1,5 milhão/dia em lojas de shopping devido a paralisações. Métodos de gerenciamento: Contratação de seguros para áreas de alto risco; Reforço de infraestrutura em locais vulneráveis.
Aumento do custo das matérias-primas	Regulatório	Aumento de até R$ 10,9 milhões devido à precificação de carbono e regulamentações ambientais. Métodos de gerenciamento: Rastreabilidade da cadeia de suprimentos; Uso de matérias-primas de menor impacto e certificadas.
Mudanças nas preferências do consumidor	De mercado	Redução potencial de receita por perda de competitividade em produtos não sustentáveis. Métodos de gerenciamento: Desenvolvimento de produtos mais sustentáveis; Comunicação ativa sobre sustentabilidade.
Precificação de carbono	Regulatório	Impacto direto nos custos operacionais de até R$10,9 milhões devido ao aumento do custo das emissões de GEE. Métodos de gerenciamento: Redução de emissões de escopos 1, 2 e 3; Uso de energia renovável e tecnologias eficientes.
Desmatamento e cadeia de suprimentos	Reputacional e regulatório	Multas e perda de mercado em regiões com regulamentações severas (ex.: UE). Métodos de gerenciamento: Compromisso de zero desmatamento; Rastreabilidade total da cadeia de couro até 2030.
Desenvolvimento de produtos sustentáveis	Oportunidade	Aumento de receita ao capturar consumidores conscientes e novos mercados globais. Métodos de gerenciamento: Investimento em materiais de baixo impacto ambiental; Expansão de produtos recicláveis.
Adaptação às regulamentações ambientais	Regulatório	Custos com auditorias, conformidade e relatórios de emissões (não quantificados). Métodos de gerenciamento: Implementação de relatórios de conformidade climática (ex.: TCFD); Treinamento interno em ESG.
Resiliência operacional	Físico	Redução de perdas futuras devido a eventos climáticos extremos (valores não especificados). Métodos de gerenciamento: Reforço de estruturas físicas; Criação de planos de contingência para operações críticas.

INVENTÁRIO DE EMISSÕES

O inventário de gases de efeito estufa (GEE) da Companhia é desenvolvido com base na metodologia do Programa Brasileiro Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol), com os dados sistematizados em uma plataforma especializada e assegurados por uma verificação independente.

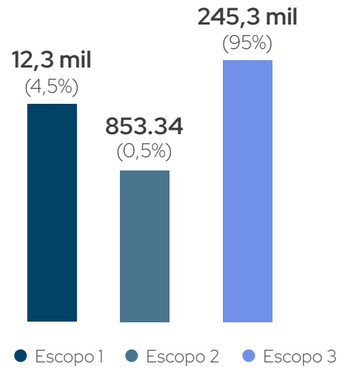
A ferramenta é amplamente adotada por empresas e governos globais para medir, entender e gerenciar as emissões de gases de efeito estufa. É compatível com a norma ISO 14064 e com os métodos de quantificação do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC, na sigla em inglês). Tanto o Grupo SOMA quanto Arezzo&Co detém o selo ouro GHG Protocol, indicativo de completude do mapeamento de emissões e auditoria das informações e nota A- no CDP, já indicando posição de liderança da Companhia na agenda climática.

RESERVA MINI INVERNO 2024

EMISSÕES DIRETAS DE GASES DE EFEITO ESTUFA (ESCOPO 1) GRI 305-1

Categoria	Emissões totais (tCO_2e)
Combustão estacionária	9.678,06
Combustão móvel	630,77
Emissões fugitivas	1.362,30
Atividades industriais	159,85
Resíduos e efluentes	472,65
TOTAL	**12.303,64**

EMISSÕES DE GEE EM tCO_2e



258,4 mil

tCO_2e total

EMISSÕES INDIRETAS - ESCOPO 2 (tCO_2 EQUIVALENTE) GRI 305-2

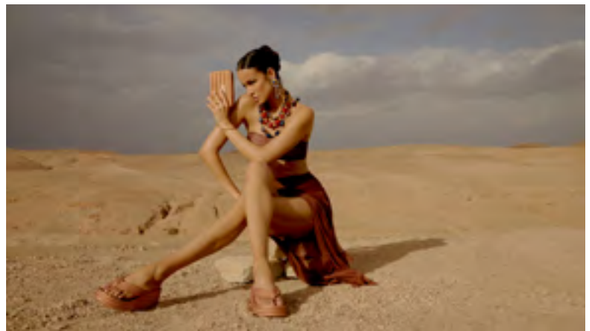
Categoria	
Aquisição de energia elétrica (localização)	3.779,92
Aquisição de energia elétrica (escolha de compra)	853,34

OUTRAS EMISSÕES INDIRETAS - ESCOPO 3 (tCO_2 EQUIVALENTE) GRI 305-3

Categoria	
Bens e serviços comprados	147.325,66
Bens de capital	3.568,04
Atividades relacionadas com combustível e energia não inclusas nos escopos 1 e 2	4.228,69
Transporte e distribuição *upstream*	48.497,14
Resíduos gerados nas operações	7.190,75
Viagens a negócio	6.789,00
Deslocamentode funcionários (casa-trabalho)	10.200,31
Transporte e distribuição *downstream*	3.976,54
Tratamento de fim de vida dos produtos vendidos	10.865,03
Franquias	2.688,70
TOTAL	**245.329,84**

Por meio do ISS Neutro, da Prefeitura do Rio de Janeiro, a BU Vestuário Feminino e *Lifestyle* alcançou benefício fiscal referente à compra de 25.458 créditos de carbono. O investimento via AirCarbon Exchange (ACX) foi feito na plataforma de negociação com a B3 (ambiente regulado pela CVM) e resultou, pela primeira vez, na recuperação de parte do seu investimento na compensação de emissões. O programa inédito prevê a compensação tributária para empresas cariocas que estão comprometidas com a neutralização.

BRIZZA MARROCOS



ENERGIAS RENOVÁVEIS E EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

O uso de energia renovável e eficiência energética fazem parte do plano de redução de emissões de GEE da Companhia.

A compra de I-RECS (Certificados Internacionais de Energia Renovável, em português) indica a busca por soluções para mudança de sua matriz energética. Reconhecidos globalmente, esses instrumentos comprovam que determinada quantidade de energia foi gerada a partir de fontes renováveis, como solar, eólica ou biomassa.

Em 2024, 79% da energia utilizada nas operações próprias da Companhia foram de fontes renováveis de baixo impacto. A meta para 2030 é atingir 100% das operações próprias administrativas e fabris do grupo. Nesse quesito, destaque para a BU Cia. Hering, que já atingiu a meta.

A AR&Co utiliza energia solar em 20 das suas instalações no Rio de Janeiro, entre lojas e escritório, consumindo ao longo do ano, 230.902 kWh dessa fonte energética renovável de baixo impacto.

RESERVA INVERNO 2024

Desde 2021, a BU Vestuário Masculino e *Lifestyle* dispõe de 2 caminhões e 3 motocicletas elétricos, além de entregas por bicicleta, reduzindo emissões no *downstream*

TOTAL DE ENERGIA CONSUMIDA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO GRI 302-1

	Quantidade (GJ)		
Tipo de energia	AREZZO&CO / AR&CO	SOMA	CIA. HERING
Combustíveis não renováveis consumidos	7.000	765,31	167.934,44
Combustíveis renováveis consumidos	2.000	0	260.031,01
Eletricidade, aquecimento, resfriamento e vapor adquiridos para consumo	72.638,28	52.191,14	103.142,01
Venda do excedente de eletricidade, aquecimento, refrigeração ou vapor autogerado	0	0	0
TOTAL	**81.638,28**	**52.956,45**	**531.107,46**

O consumo de energia dentro da organização por combustíveis fósseis são: *diesel*, gasolina, GLP, gás natural e GNV. Já os renováveis são: biodiesel, madeira proveniente de fontes renováveis/lenha e etanos anidros. A venda de excedentes e o consumo de energia incluem as fontes: eletricidade, aquecimento, resfriamento e vapor.

TOTAL DE ENERGIA CONSUMIDA, PORCENTAGEM DE ELETRICIDADE DA REDE, PORCENTAGEM RENOVÁVEL SASB CG-MR-130A.1

	Resultados		
Variável	AREZZO&CO / AR&CO	SOMA	CIA. HERING
Total de energia consumida	72.638,28	52.191,14	531.107,45
Porcentagem de eletricidade da rede	50	0	31,62
Porcentagem renovável	50	100	68,38

CRIS BARROS MAGICIANS OF LIFE - ARTISTAS DO COTIDIANO

CIA. HERING E A DESCARBONIZAÇÃO NO MÉDIO E LONGO PRAZOS

Em 2024, além de dar continuidade aos programas de sustentabilidade em andamento, o Azzas 2154 também acolheu planejamentos e oportunidades detectadas pelo Grupo SOMA. Entre eles, está incluída a evolução do plano de descarbonização da Cia. Hering (atual BU Vestuário Democrático), que considera a substituição do gás natural por biometano ou caldeiras à biomassa.

CONSUMO DE FONTES LIMPAS

Em 2024, 179 lojas próprias da BU Vestuário Feminino e *Lifestyle* foram abastecidas com energia renovável. Além dessas, o primeiro investimento da Companhia em I-RECs - ainda no primeiro trimestre de 2025 – tem como objetivo garantir o consumo proveniente de fontes limpas para 100% das unidades, incluindo todas as lojas próprias, além das oito unidades fabris e corporativas.

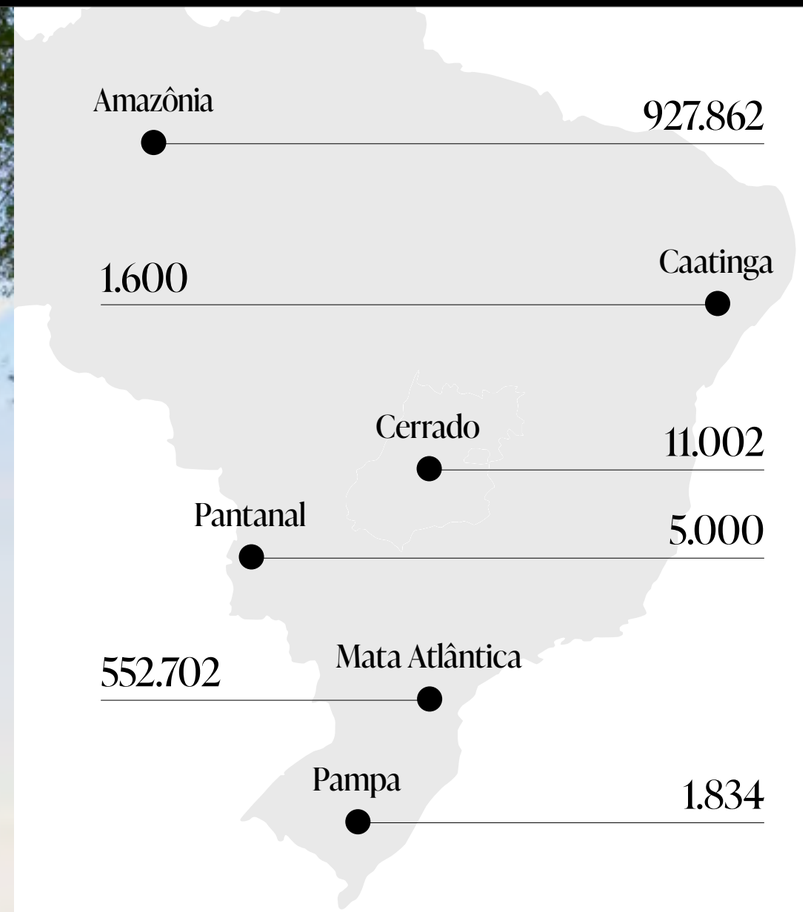
HERING ALTO VERÃO 2025

CASES DE IMPACTO

Mil Árvores Por Dia, Todos os Dias

A natureza sempre foi fonte de inspiração para as estampas da FARM Rio. Diante disso, a marca criou um programa com o objetivo de financiar o plantio de árvores, restaurando os ecossistemas por meio da implementação de Sistemas Agroflorestais (SAFs). Em setembro de 2024, a FARM atingiu o marco de 1,5 milhão de mudas doadas para reflorestar todos os biomas brasileiros, um projeto em vigor desde 2020. Desde então, o projeto Mil Árvores Por Dia, Todos Os Dias já plantou:

FARM RIO VERÃO 2025



Impactos socioambientais positivos

- Redução de emissões por meio da remoção de CO_2 da atmosfera
- Recuperação de solos degradados
- Redução de desastres naturais
- Conservação e restauro da biodiversidade
- Melhora da qualidade do ar e da água
- Geração de emprego e renda para a população local
- Diversificação da fonte alimentar a partir do plantio de espécies frutíferas

Reserva Ambiental Cia. Hering

Em 1906, Bruno Hering, um dos irmãos fundadores da Cia. Hering, recebeu o título de Pioneiro no Reflorestamento no Brasil após conduzir a recuperação da vegetação da área ao redor da malharia em Blumenau (SC). Onde antes atuava uma empresa madeireira, hoje é uma área de conservação ambiental de mais de 4,2 milhões de metros quadrados de Mata Atlântica, um dos biomas mais devastados do país. Esse legado de conservação ambiental é mantido até a atualidade. A Reserva da Cia. Hering abriga aproximadamente 140 tipos de árvores e 156 espécies de animais, parte deles ameaçados de extinção, inclusive com a espécie Myrcia heringii catalogada pela primeira vez. Um estudo recente realizado no local apontou que sua vegetação está em franco processo de recuperação.

ACERVO PESSOAL SUELEN JONER

GESTÃO DE RESÍDUOS E CIRCULARIDADE

GRI 3-3, 306-1, 306-2

O Azzas 2154 adota uma abordagem estruturada para minimizar a geração de resíduos e ampliar a circularidade, integrando inovação, conformidade regulatória e eficiência operacional. A gestão abrange toda a cadeia de valor, desde a entrada de insumos até a destinação final, garantindo rastreabilidade e conformidade com a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS).

A coleta e monitoramento seguem normas como NBR 10004, com rastreamento detalhado via Manifestos de Transporte de Resíduos (MTR) e Certificados de Destinação Final (CDF). Empresas licenciadas realizam o tratamento adequado dos resíduos.

Tecnologias como modelagem 3D e corte a laser reduziram amostras físicas e emissões associadas

Em 2024, a Companhia avançou na redução de desperdícios ao substituir máquinas obsoletas por máquinas de corte mais precisas, além de reutilizar sobras de matéria-prima e destinar retalhos de couro para cooperativas. O reaproveitamento de excedentes também impulsionou iniciativas sociais, como a doação de tecidos para projetos de responsabilidade socioambiental.

Avaliações do Ciclo de Vida (ACV) orientam decisões para minimizar impactos ambientais, como no caso da camiseta World da HERING, que é produzida de forma ecoeficiente, consumindo menos água e energia, gerando menos resíduos e tendo suas emissões compensadas via créditos de carbono. Tecnologias como modelagem 3D e corte a *laser* reduziram amostras físicas e emissões associadas. Além disso, a reciclagem têxtil avançou com parceiros, e programas, como Reserva Circular, ampliaram a logística reversa para clientes. A ampliação da economia circular inclui iniciativas como Animale Vintage, que incentivam o mercado de segunda mão e doação de peças.

RESERVA INVERNO 2024

O compromisso com a gestão de resíduos é acompanhado por auditorias periódicas e relatórios mensais, garantindo que resíduos recicláveis e perigosos tenham destinação responsável. A implementação de Planos de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS) e a solicitação da certificação ABVTEX para fornecedores reforçam esse compromisso.

Os impactos são medidos por indicadores estratégicos, como volume de resíduos desviados de aterro, sobras têxteis reaproveitadas e renda gerada.

RESÍDUOS GERADOS GRI 306-3

Resíduos perigosos – Arezzo&CO	Quantidade gerada (toneladas)
Aparas, serragem e pós de couro provenientes de couros curtidos ao cromo	574,65
Resíduos de tintas e vernizes contendo solventes orgânicos ou outras substâncias perigosas	1,9
Embalagens contendo ou contaminadas por resíduos de substâncias perigosas	8,21
Embalagens de metal, incluindo recipientes vazios sob pressão, com uma matriz porosa sólida perigosa	2,95
Absorventes, materiais filtrantes, panos de limpeza e vestuário de proteção, contaminados por substâncias perigosas	31,2
Resíduos líquidos aquosos contendo substâncias perigosas	0,03
Lâmpadas fluorescentes	0,22
Lodo de fossas sépticas	351
Resíduos de acabamento contendo solventes ou contaminados	3,96
Vidro, plástico ou madeira, misturados ou não, contendo ou contaminados por substâncias perigosas	0,02
Mistura de resíduos contendo, ao menos, um resíduo perigoso	0,64
TOTAL	**974,78**

Resíduos perigosos – CIA. HERING	Quantidade gerada (toneladas)
Não recicláveis	196,69
Recicláveis	0,1
TOTAL	**196,79**

Em SOMA, o resíduo perigoso gerado foi óleo de motor, 0,04 toneladas. Em AR&Co, não existe esse controle.

HERING KIDS ALTO VERÃO 2025

Resíduos não perigosos – Arezzo&CO	Quantidade gerada (toneladas)
Resíduos metálicos, como, por exemplo, estruturas metálicas, sucatas metálicas, varas e cabos utilizados em campo	1,9
Resíduos de madeira	1,11
Resíduos de papel e papelão	436,53
Resíduos da confecção de acabamentos	33,12
Outros resíduos não especificados	67,25
Resíduos de materiais têxteis (têxteis impregnados, elastômeros, plastômeros)	168,96
Lodo de tratamento local de efluentes	4,55
Resíduos e refugos de plástico	0,78
Aparas de metais ferrosos	0,07
Equipamentos fora de uso	0,02
Pilhas alcalinas	0,05
Cobre, bronze e latão	1,12
Ferro e aço	1,86
Papel e cartão	0,65
Produtos eletrônicos	2,45
Plástico	2,64
Outras frações não especificadas	126,22
Outros resíduos de varrição, limpeza de logradouros e vias públicas, e outros serviços de limpeza urbana não biodegradáveis	1,65
Resíduos de fibras têxteis processadas	2,19
Borrachas	1,15
TOTAL	**854,27**

Resíduos não perigosos	Quantidade gerada (toneladas)
Papel/papelão	308,48
Plástico	24,07
Metal	0,93
Madeira	63,74
Vidro	0,1
Têxtil (aparas do corte enviadas para reciclagem)	180,48
Diversos (coprocessamento)	6,11
Orgânico*	1,38
Não Recicláveis**	1.942,88
Reciclagem***	3.769,64
Resíduo Comum (aterro)	1.925,41
TOTAL	**8.223,22**

*Resíduos somente de AR&Co
**Resíduos de AR&Co e Cia. Hering
***Resíduos somente de Cia. Hering

Quantidade gerada (tonelada)	SOMA	AREZZO&CO	AR&Co	CIA. HERING
Resíduos perigosos	0,04	974,78	0	196,79
Resíduos não perigosos	2.329,98	854,27	246,1	5.647,07
TOTAL	**2.330,02**	**1.829,05**	**246,1**	**5.843,86**

RESÍDUOS NÃO DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO FINAL GRI 306-4

	Resíduos não perigosos	Peso não destinado para disposição final (tonelada)
AREZZO&CO	Resíduos da confecção de acabamentos	33,12
	Outros resíduos não especificados	67,25
	Resíduos de materiais têxteis	168,96
	Pilhas alcalinas	0,05
	Papel e cartão	0,65
	Resíduos metálicos	1,9
	Papel e papelão	436,53
	Resíduos e refugos de plástico	0,78
	Equipamentos fora de uso	0,02
	Cobre, bronze e latão	1,12
	Produtos eletrônicos	2,45
	Plásticos	2,64
	Resíduos de madeira	1,11
	Lodo de efluentes	4,55
	Aparas e limalhas de metais ferrosos	0,07
	Ferro e aço	1,86
	Resíduos de fibras têxteis processadas	2,19
	Borracha	1,15
TOTAL		**726,4**

	Resíduos não perigosos	Peso não destinado para disposição final (tonelada)
SOMA	Têxtil	180,23
	Papel/papelão	141,85
	Plástico	11,61
	Metal	0,93
	Vidro	0,1
	Madeira	63,74
	Diversos (coprocessamento)	6,11
TOTAL		**404,57**
AR&CO	Papel/papelão	166,63
	Plástico	12,46
	Orgânico	1,38
	Têxteis	0,25
TOTAL		**180,72**
HERING	Reciclagem	3.769,74
	Coprocessamento	200,79
	Tratamento de efluentes	98,12
TOTAL		**4.068,65**

	Resíduos perigosos	Peso não destinado para disposição final (tonelada)
AREZZO&CO	Aparas, serragem e pós de couro provenientes de couros curtidos ao cromo	574,65
	Resíduos de tintas e vernizes	1,9
	Embalagens contendo ou contaminadas por substâncias perigosas	1,87
	Embalagens de metal, incluindo recipientes vazios sob pressão, com uma matriz porosa sólida perigosa	2,95
	Absorventes, materiais filtrantes, panos de limpeza e vestuário de proteção, contaminados por substâncias perigosas	31,2
	Resíduos líquidos aquosos contendo substâncias perigosos	0,03
	Lâmpadas fluorescentes	0,22
	Lodos de fossas sépticas	351
	Resíduos de acabamento contendo solventes ou contaminados	3,96
	Mistura de resíduos contendo ao menos um resíduo perigoso	0,64
TOTAL		**968,42**
HERING	Reciclagem	0,1
	Coprocessamento	110,96
	Rerrefino	4,29
	Autoclave	0
TOTAL		**115,35**

Em SOMA, o resíduo perigoso gerado foi óleo de motor, com o total de 0,04 toneladas. Em AR&CO, não existe esse controle.

RESÍDUOS ENCAMINHADOS PARA A RECUPERAÇÃO

	Tipo de recuperação	Total em toneladas
RESÍDUOS PERIGOSOS	Preparação para reutilização	0,04
	Reciclagem	4,32
	Autoclave (processo de hidrólise para fabricação de biofertilizantes)	176,78
	Blendagem para coprocessamento	265,51
	Rerrefino	4,29
	Coprocessamento	284,32
TOTAL		**735,53**
RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS	Preparação para reutilização	190,93
	Reciclagem	4584,72
	Coprocessamento	211,55
	Blendagem para coprocessamento	250,2
	Tratamento de efluentes	98,12
	Compostagem	1,38
TOTAL		**1.264,49**

EMBALAGENS DE BIOPLÁSTICO

Desde 2023, a Reserva utiliza embalagens de bioplástico produzido a partir do amido, um material biodegradável e reciclável, que substituiu o plástico convencional.

Quantidade de embalagens substituídas:

- 2023: 3,22 milhões
- 2024: 13,03 milhões

16,25 milhões

Total de embalagens de menor impacto ambiental

AREZZO SILVIA BRAZ

LOGÍSTICA REVERSA DE CALÇADOS

Em 2024, o Azzas 2154 manteve o programa de logística reversa pós-consumo de calçados implementado pela Arezzo&Co, resultando na coleta de 189 quilos de calçados.

Pontos de coleta de calçados em 2024:

- Lojas Arezzo nos shoppings: JK Iguatemi, Iguatemi São Paulo, Cidade Jardim e Morumbi
- Escritórios: Berrini (SP) e Campo Bom (RS)

RESERVA CIRCULAR

Desde 2022, a Reserva oferece um programa de logística reversa próprio, que coleta peças em fim de ciclo de uso para a reciclagem e desenvolvimento de novos produtos, como a confecção de cobertores para pessoas em situação de rua ou coprocessamento.

A marca também aproveita a iniciativa para destinar seus resíduos têxteis pré-consumo para a destinação ambientalmente correta, como peças com grandes defeitos e produtos a serem descaracterizados

15 toneladas de resíduos pré-consumo com destinação ambientalmente correta, desde o lançamento do programa;

250,8 Kg de produtos pós-consumo coletados em 2024;

1.000 cobertores produzidos e doados à Cruz Vermelha para apoio a pessoas em situação de rua, desde o lançamento do Reserva Circular;

20 lojas participantes do programa.

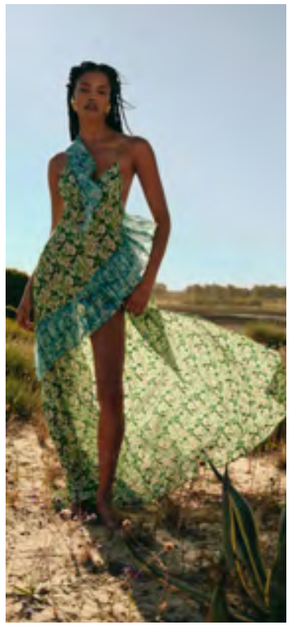
A logística reversa pós-consumo é um tema estratégico para o Azzas 2154 e seu compromisso é de ter esse serviço em 100% de suas lojas próprias até 2035.

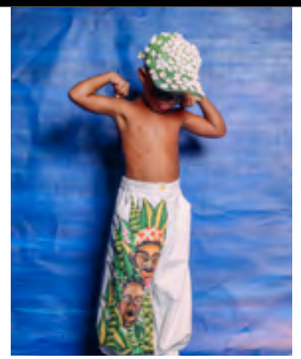
GESTÃO RESPONSÁVEL DE SOBRAS TÊXTEIS

Reciclagem

Em 2024, tanto o Grupo SOMA quanto a Cia. Hering mantiveram como prioridade o envio de sobras têxteis das operações para reciclagem por meio de uma parceira estratégica. Durante esse período, as duas BUs encaminharam 2.508,23 toneladas para desfibragem, dando vida a novos fios a serem inseridos na indústria da moda e outras.

ANIMALE VERÃO 2025 - HORIZONTES





FÁBULA + BERNARDO CONCEIÇÃO
INVERNO 2024

Oficina Muda

O Grupo SOMA mantém há nove anos uma parceria com a Oficina MUDA (também um Empresa B Certificada) para a gestão de sobras têxteis. O objetivo é desviá-las de aterros sanitários, incentivar o empreendedorismo feminino e a independência financeira de grupos sub-representados. Em 2024, foram encaminhadas **26,54 toneladas** de retalhos de tecidos das marcas, o equivalente a **R$ 2.191.142.** Da matéria-prima doada, **parte foi destinada a 300 artesãs que desenvolveram 121.817 produtos**. Outra parte foi usada para confecção de peças autorais, resultando em **20.588 produtos da Muda Circular.** Além disso, por meio dessa parceria, o Grupo SOMA vendeu 79.301 peças com defeitos (não aprovadas pela qualidade) para que fossem consertadas e tivessem sua vida útil prolongada. Os resultados somam uma renda indireta de **R$ 3.503.769,93** gerada a grupos sub-representados.

Animale Vintage

A 6ª edição do programa de logística reversa da marca teve como embaixadora Yasmine Sterea, fundadora do Free Free, movimento global que estimula a liberdade e o poder das mulheres por meio da moda.

ANIMALE VINTAGE

Gold to Go

A Animale Oro possui o projeto Gold to Go, em que as clientes são convidadas a levar às lojas suas joias usadas para as quais gostariam de dar um novo destino. As joias coletadas – tanto de Animale Oro, como de outras marcas – são avaliadas e viram crédito para novas compras. Após, são reinseridas na cadeia, remodeladas, e tornam-se matéria-prima para outras coleções. Em 2024, foram 6,4 kg de ouro coletados e reaproveitados para a produção de novas joias.

Os resultados de 2024 foram:

146,9 mil peças coletadas em 64 lojas selecionadas

Sendo 72.804 doadas para nove projetos de responsabilidade social (Gerando Falcões, Providenciando a Favor da Vida, Instituto Donas de Si, Fundação Angelica Goulart, Instituto Baccarelli, Redes da Maré, Instituto Ascendendo Mentes, CFX Confecção e Comércio, VOLO)

6.410 foram vendidas, gerando um lucro final de R$ 160 mil

Sendo 100% revertidos para a terceira edição do Lab de Moda com o Instituto Donas de Si (Morro dos Prazeres, Rio de Janeiro), que forma mulheres em aulas de corte e costura, incluindo *workshops* ministrados pela alta liderança do time Animale.

As demais peças são enviadas para para as lojas de *OFF Premium* e feirinhas para serem revendidas ao longo do ano.

VIDA LONGA: SAMPLE SALES E CONSERTOS

Em 2024, a FARM Rio Global realizou pela primeira vez sua Sample Sale, evento para a comercialização de amostras de peças de roupas.

Ao longo do ano foram quatro edições – uma em Nova York, uma em Miami e duas em Lisboa – totalizando mais de 22.770 peças vendidas por mais de R$ 1.223.583,30.

Além disso, a marca estabeleceu uma parceria com a SOJO – uma Empresa B certificada também – para reparos e ajustes com foco nas lojas de Londres (King's Road e Marylebone).

GESTÃO DE ÁGUA E EFLUENTES

GRI 3-3

O Azzas 2154 prioriza a redução do consumo de água, um desafio crítico na indústria da moda, alinhando-se ao aprendizado da Cia. Hering, que tem como meta pública reduzir em 45% o consumo de água e a geração de efluentes por produção até 2030 (ano-base 2019). A gestão de água e efluentes está integrada à Política de Sustentabilidade da Companhia, focada em preservação ambiental, ecoeficiência e redução de impactos ao longo da cadeia de valor, com práticas como economia circular, descarbonização e adoção de tecnologias inovadoras e matérias-primas de menor impacto.

Os impactos potenciais negativos incluem escassez hídrica e alteração na qualidade dos corpos hídricos devido ao descarte inadequado de efluentes e químicos, tanto nas operações próprias quanto na cadeia de fornecedores. Embora esses impactos nunca tenham ocorrido, a Companhia está estruturada para preveni-los e mitigar sua intensidade, se necessário.

O consumo de água e a geração de efluentes são monitorados mensalmente, com metas de redução de 45% por produção. Investimentos em equipamentos eficientes e P&D buscam desenvolver processos com menor consumo de água e substituir químicos convencionais por alternativas sustentáveis, como na camiseta World, da Hering, que utiliza menos água, energia e químicos.

A gestão é acompanhada por indicadores quantitativos e qualitativos, monitorados pela Comissão Interna de Conservação de Energia e Meio Ambiente (CICE). Em 2024, o consumo médio de água aumentou devido ao *mix* de produção com cores intensas, levando a Companhia a desenvolver um plano de ação para otimizar os processos e mitigar esse impacto.

ANIMALE MINERAL KIRLI

FARM RIO ALTO VERÃO 2025

INTERAÇÕES COM A ÁGUA

GRI 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5

Múltiplas fontes de captação de água são utilizadas pelas empresas do grupo, incluindo abastecimento público, poços artesianos, recuperação de água da chuva e reúso de águas residuais tratadas. Na Arezzo&Co, a captação totalizou 43,67 megalitros, e na AR&Co 1,22 megalitros. Nenhuma delas captou água em áreas de estresse hídrico e ambas fazem a captação de terceiros.

A Cia. Hering fez uso de águas de terceiros, de superfície e subterrâneas, totalizando 1.200.284 megalitros em áreas de estresse hídrico. A coleta de dados e cálculos seguiram normas ambientais e regulamentações locais, garantindo conformidade com a gestão de recursos hídricos. A captação de água do SOMA foi de 45,42 megalitros. Para definição de áreas com estresse hídrico, utilizou-se o Aqueduct Water Risk Atlas, sendo que todas as operações do SOMA, no Rio de Janeiro, estão localizadas em áreas de estresse hídrico médio/alto.

CAPTAÇÃO DE ÁGUA POR FONTE E UNIDADE DE NEGÓCIO (2024)

	Megalitros			
	BU Calçados e Acessórios*	BU Vestuário Masculino e *Lifestyle**	BU Vestuário Feminino e *Lifestyle***	BU Vestuário Democrático***
Águas de terceiros	43,67	1,22	45,42	-
Águas de superfície/ subterrâneas	-	-	-	1.200.284,00
TOTAL	**43,67**	**1,22**	**45,42**	**1.200.284**

*As BUs Calçados e Acessórios e Vestuário Masculino e *Lifestyle* não captaram água em áreas de estresse hídrico.

**A BU Vestuário Democrático, anteriormente Cia. Hering, captou água em áreas de estresse hídrico.

***A BU Vestuário Feminino e *Lifestyle*, anteriormente Grupo SOMA, opera em áreas de estresse hídrico médio/alto no Rio de Janeiro, conforme o Aqueduct Water Risk Atlas.

FARM RIO ALTO VERÃO 2025

Avanços na redução do consumo de água e tratamento de efluentes

O Azzas 2154 realiza o descarte de água e efluentes líquidos em conformidade com a legislação ambiental brasileira, seguindo normas como as Resoluções CONAMA 357/2005 e 430/2011, a Lei nº 9.433/1997 e regulamentações estaduais, como a Resolução nº 068/2009 em Goiás. O descarte ocorre em redes coletoras de esgoto e corpos d'água, com métodos de tratamento específicos em cada unidade e conforme o licenciamento ambiental de cada uma delas.

Em 2024, o volume de descarte de água foi de 40,33 megalitros na BU Calçados e Acessórios (Arezzo&Co), enquanto na BU Vestuário Masculino e *Lifestyle* (AR&Co) não houve monitoramento. Na BU Vestuário Democrático (Cia. Hering), o descarte foi de 1.051 megalitros, ocorrendo em áreas de estresse hídrico, conforme o Aqueduct Water Risk Atlas. Na BU Vestuário Feminino e *Lifestyle* (Grupo SOMA), o descarte equivale à captação, totalizando 45,42 megalitros.

A Companhia não detectou substâncias nocivas nos descartes que causem danos irreversíveis a corpos d'água, ecossistemas ou saúde humana. As substâncias prioritárias são definidas com base em normas como as Resoluções CONAMA, listas da União Europeia, diretivas da OMS e regulamentações da ANA, Anvisa e Ibama. Todas as unidades operam em conformidade com as regulamentações ambientais, reforçando o compromisso do Azzas 2154 com a gestão mais sustentável da água e a minimização de impactos ambientais.

Na Cia. Hering, ocorre o monitoramento diário e em tempo real do consumo desde a captação até a emissão de efluentes.

O ponto de mais impacto ambiental da Cia. Hering é a unidade de Itororó, em Blumenau (SC), na qual ocorre o beneficiamento de malha e tecido. Nessa unidade, a marca trabalha continuamente para reduzir a captação no córrego Ribeirão do Gato e garantir que os efluentes atendam aos padrões das legislações federal e estadual.

Na unidade de São Luís dos Montes Belos (GO), foi implementado um sistema interno de tratamento de efluentes, que são posteriormente enviados para a concessionária local, em conformidade com a Resolução nº 68 da Saneago. Esse padrão é replicado em todas as operações da marca.

O Azzas 2154 baseia sua análise de risco hídrico no Atlas de Risco Hídrico Aqueduct, que classificou suas operações em áreas de risco médio e alto. O consumo de água é acompanhado por medidores de vazão e faturas de concessionárias, com dados consolidados mensalmente na planilha CICE. O uso de água segue normas como a ABNT NBR 12251/1992 e a Lei Federal nº 9.433/1997, que promovem práticas de uso racional. O consumo ocorre em processos industriais, sistemas de resfriamento, limpeza, irrigação e geração de vapor, enquanto o descarte é realizado por estações de tratamento públicas e terceirizadas, além do reúso de água tratada, garantindo conformidade ambiental.

Em 2024, o consumo total de água foi de 3,34 megalitros na BU Calçados e Acessórios (Arezzo&Co), 1,2 megalitros na BU Vestuário Masculino e *Lifestyle* (AR&Co) e 1.199,23 megalitros na BU Vestuário Democrático (Cia. Hering). Na BU Vestuário Feminino e *Lifestyle* (Grupo SOMA), BU Calçados e Acessórios e BU Vestuário Masculino e *Lifestyle* toda a água captada é descartada na mesma proporção, já que seu uso é restrito a banheiros e lavagens, sem processos molhados em unidades administrativas.

Na BU Vestuário Democrático, a coleta de dados incluiu medidores de vazão para águas superficiais e subterrâneas, além de faturas de concessionárias. O monitoramento de efluentes foi realizado exclusivamente na unidade de Blumenau (SC), em conformidade com as regulamentações ambientais.

Essas práticas refletem o compromisso do Azzas 2154 com a gestão responsável da água e a mitigação de riscos hídricos.

BRIZZA + SMILEY©

Descarte de água

Tratamento de efluentes	Análise de parâmetros como DBO5, DQO, pH e metais pesados para descarte adequado.
Substâncias prioritárias	A partir de toxicidade, persistência, bioacumulação, mobilidade e risco à saúde pública. Monitoramento rigoroso garante que águas naturais não sejam contaminadas, mantendo qualidade ambiental e saúde humana. Não houve casos de não conformidade.

Ecoeficiência e segurança hídrica

Desde 2019, a Cia. Hering utiliza maquinários com tecnologia ecoeficiente, que reduzem o consumo de água e o descarte de efluentes. Em 2024, foram definidos novos planos para curto prazo, incluindo:

- Investimentos em equipamentos de circuito fechado, que otimizam o uso de água e minimizam a geração de efluentes.
- Sistemas automatizados para medição das vazões de água captada e monitoramento dos níveis dos reservatórios.

Reúso e inovações em processos

No que diz respeito ao reúso, o Azzas 2154 seguiu a diretriz anterior do Grupo SOMA, que determina o uso de água da chuva para o resfriamento das máquinas nas instalações industriais. Além disso, em algumas unidades goianas – como São Luís de Montes Belos, Goianésia e o CD Anápolis – permaneceu a captação de águas subterrâneas de poços artesianos, assim como sua criteriosa análise para uso industrial e consumo humano.

Camiseta World

Lançada em 1990, a camiseta *bodysize* da Cia. Hering resulta em menos consumo de água, energia e geração de resíduos. Sem costuras laterais, restam menos aparas no processo. Assim, há uma economia de 33% em matéria-prima, água e energia a cada produto confeccionado, em comparação a uma camiseta tradicional com costura lateral, e com base em processos internos de produção. Outro detalhe é a compensação de carbono da camiseta por meio do plantio de árvores em regiões de Mata Atlântica. Por ano, são cerca de 3,5 milhões de camisetas produzidas de forma mais responsável e com menor impacto ambiental. A camiseta mais amada do Brasil é feita com modelo de produção ecoeficiente.

WORLD T SHIRT - HERING

Em seu ciclo de vida

Produção ecoeficiente

-33% menos água e energia	-30% menos sobras têxteis

Em 2024

Cerca de 3,5 milhões de camisetas vendidas	Compensação das emissões por meio do plantio de árvores na Mata Atlântica.

ANEXOS

Carta de Asseguração
Sumário de conteúdos GRI e SASB
Sumário de conteúdo TCFD
Créditos

CARTA DE ASSEGURAÇÃO

GRI 2-5

KPMG Auditores Independentes Ltda.
Rua Verbo Divino, 1400, Conjunto Térreo ao 801 - Parte,
Chácara Santo Antônio, CEP 04719-911, São Paulo - SP
Caixa Postal 79518 - CEP 04707-970 - São Paulo - SP - Brasil
Telefone +55 (11) 3940-1500
kpmg.com.br

Relatório de Asseguração Limitada dos Auditores Independentes

Ao Conselho de Administração e Acionistas da
AZZAS 2154 S.A.
Belo Horizonte - MG

Relatório de asseguração limitada sobre as informações Ambientais, Sociais e de Governança do Relatório Anual 2024 da AZZAS 2154 S.A.

Conclusão

Realizamos um trabalho de asseguração limitada sobre as informações Ambientais, Sociais e de Governança do Relatório Anual 2024 ("Relatório") da AZZAS 2154 S.A. ("Companhia") relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024 preparadas com base nas Normas da *Global Reporting Initiative* (GRI) - *GRI Standards* e com o *Sustainability Accounting Standard – Apparel, Accessories & Footwear* e *Multiline and Specialty Retailers & Distributors*, do *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB) ("Critérios").

Com base nos procedimentos executados e nas evidências obtidas, não temos conhecimento de nenhum fato que nos leve acreditar que as informações Ambientais, Sociais e de Governança 2024 da AZZAS 2154 S.A. relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024 não foram preparadas, em todos os aspectos relevantes, com base nas Normas da *Global Reporting Initiative* (GRI) - *GRI Standards* e com o *Sustainability Accounting Standard – Apparel, Accessories & Footwear* e *Multiline and Specialty Retailers & Distributors*, do *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB).

Base para a conclusão

Conduzimos nosso trabalho de acordo com a NBC TO 3000 (revisada) - Trabalho de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão e *International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised), Assurance Engagements Other Than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitidas pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC) e *International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)*, respectivamente. Nossas responsabilidades em relação a essas normas estão descritas mais detalhadamente na seção "Nossas responsabilidades" do relatório.

Cumprimos com os requisitos de independência e outros requisitos éticos do Código de Ética Profissional do Contador e das Normas Profissionais (incluindo as Normas de Independência) emitidos pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC) baseados nos princípios fundamentais de integridade, objetividade, competência profissional e devido zelo, confidencialidade e comportamento profissional.

Nossa firma aplica a NBC PA 01 Gestão de Qualidade para Firmas (Pessoas Jurídicas e Físicas) de Auditores Independentes e o *International Standard on Quality Management* (ISQM) 1, *Quality Management for Firms that Perform Audits or Reviews of Financial Statements*, ou *Other Assurance or Related Services Engagements*, emitidas pelo CFC e IAASB, respectivamente. Essas normas requerem que a firma elabore, implemente e opere um sistema de gestão de qualidade, incluindo políticas ou procedimentos relativos ao cumprimento de requisitos éticos, normas profissionais e requisitos legais e regulatórios aplicáveis.

Acreditamos que as evidências obtidas são suficientes e apropriadas para fundamentar a nossa conclusão.

Responsabilidades da administração da Companhia pelo Relatório

A Administração da Companhia é responsável pelo

- o desenho, a implementação e a manutenção dos controles internos relevantes para a preparação do Relatório que estão livres de distorção relevante, independente se devido a fraude ou erro;
- a seleção dos Critérios como sendo adequados para a preparação do Relatório e a referência apropriada aos Critérios utilizados ou descrição desses Critérios; e
- a preparação e apresentação adequada das informações constantes no Relatório com base nos Critérios; e
- desenhar, implementar e manter controles internos sobre as informações relevantes para a preparação das informações constantes no Relatório.

Nossas responsabilidades

Somos responsáveis por:

- planejar e executar o trabalho para obter uma asseguração limitada sobre se as informações constantes no Relatório da Companhia relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2024, preparadas com base nos Critérios, estão livres de distorções relevantes, independente se devido a fraude ou erro;
- formar uma conclusão independente, de acordo com os procedimentos executados e nas evidências obtidas; e
- reportar nossa conclusão ao Conselho de Administração e acionistas da Companhia.

Resumo do trabalho que executamos como base para nossa conclusão

Exercemos julgamento profissional e mantivemos o ceticismo profissional ao longo do trabalho. Desenhamos e executamos nossos procedimentos para obter evidência sobre o Relatório que é suficiente e apropriada para fornecer uma base para nossa conclusão. Nossos procedimentos selecionados dependem do nosso entendimento do Relatório e de outras circunstâncias do trabalho, além de nossa consideração das áreas em que é provável que surjam distorções materiais. Ao realizar o trabalho, nós realizamos os seguintes procedimentos:

a. planejamos os trabalhos, considerando a materialidade dos aspectos para as atividades da Companhia, a relevância das informações divulgadas, o volume das informações quantitativas e qualitativas e os sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração das informações constantes no Relatório;

b. obtivemos o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de indagações e entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;

c. realizamos a aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados nas informações constantes no Relatório; e

d. avaliamos os processos para a elaboração do Relatório e da sua estrutura e conteúdo, com base nos Critérios.

Os procedimentos realizados em um trabalho de asseguração limitada variam em termos da natureza e época, e sua extensão é restrita (menos extensa) do que em trabalho de asseguração razoável. Assim, o nível de segurança obtido em um trabalho de asseguração limitada é substancialmente menor do que a segurança que teria sido obtida caso um trabalho de asseguração razoável tivesse sido realizado.

São Paulo, 11 de abril de 2025

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

Bernardo Moreira Peixoto Neto
Contador CRC RJ-064887/O-8

KPMG Auditores Independentes Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada e firma-membro da organização global KPMG de firmas-membro independentes licenciadas da KPMG International Limited, uma empresa inglesa privada de responsabilidade limitada.

KPMG Auditores Independentes Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee.

SUMÁRIO DE CONTEÚDOS GRI E SASB

Declaração de uso: O grupo Azzas 2154 relatou com base nas Normas GRI para o período de 1º de janeiro de 2024 a 31 de dezembro de 2024.

GRI 1 usada: GRI 1: Fundamentos 2021

NORMA	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO | RESPOSTA | OMISSÃO	ODS
CONTEÚDOS GERAIS			
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-1 Detalhes da organização	14 e 47	
	2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	O Relatório Anual Azzas 2154 contempla informações das empresas Arezzo&Co, AR&Co, Grupo SOMA e da Cia. Hering. Página 47	-
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	2	-
	2-4 Reformulações de informações	Não houve reformulações.	
	2-5 Verificação externa	163	-
	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	12, 28, 112 e 114	-
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	2-7 Empregados	70	8, 10
	2-8 Trabalhadores que não são empregados	70	8
	2-9 Estrutura de governança e sua composição	38	5, 16
	2-10 Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	40	5, 16
	2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	O presidente do mais alto órgão de governança não ocupa um cargo executivo na própria organização.	16
	2-12 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	46	16
	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	45 e 51	-
	2-14 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	46	-
	2-15 Conflitos de interesse	Os membros do Conselho de Administração são proibidos de intervir ou acessar informações sobre assuntos nos quais tenham conflito de interesses, bem como de participar de reuniões que tratem dessas questões, conforme disposto no artigo 31. É responsabilidade do conselheiro em conflito informar seu impedimento e registrá-lo em ata; caso isso não ocorra, outros participantes podem notificar o presidente do Conselho. Uma vez identificado o conflito, o conselheiro deve afastar-se temporariamente das discussões, decisões e acesso a informações relacionadas, até que a situação seja resolvida. Página 49	16

NORMA	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO | RESPOSTA | OMISSÃO	ODS
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	**2-16** Comunicação de preocupações cruciais	Razão de omissão - Informação confidencial	-
	2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Diversas medidas ajudam a alinhar o órgão de governança aos desafios e oportunidades do desenvolvimento sustentável, como: - Participação em diálogos e fóruns com investidores, ONGs, governos e outras empresas para troca de melhores práticas e atualizações sobre tendências globais; - Revisão de estudos de caso, relatórios de tendências e análises de risco relacionados a questões ambientais, sociais e econômicas; - Participação em redes e associações globais, como o Pacto Global, da ONU.	-
	2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	A avaliação de desempenho do Conselho de Administração abrange supervisão de impactos econômicos, ambientais e sociais, sendo conduzida por meio de relatórios, autoavaliação, avaliação por pares e *stakeholders*, além de entrevistas. Realizada anualmente, seus resultados orientam mudanças na composição e práticas do órgão, revisão de políticas, criação de comitês especializados, diversificação do Conselho, programas de capacitação e mais engajamento com *stakeholders*.	-
	2-19 Políticas de remuneração	46	-
	2-20 Processo para determinação da remuneração	46	-
	2-21 Proporção da remuneração total anual	A proporção entre a remuneração total (salário + benefícios) do indivíduo mais bem pago e a remuneração total anual média dos demais colaboradores estará disponível no Formulário de Referência, a ser divulgado em maio de 2025, incluindo a metodologia utilizada, e estará disponível em: https://ri.azzas2154.com.br/arquivos-cvm/formulario-de-referencia-e-cadastral/	-
	2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	6 e 7	-
	2-23 Compromissos de política	Possuímos compromissos públicos voltados a conduta empresarial responsável que se aplicam a todas as atividades da companhia e suas relações de negócio. Os compromisso possuem diretorias específicas responsáveis pelo acompanhamento e eles são comunicados aos trabalhadores, parceiros comerciais e outras partes relevantes por meio de Relatórios Anuais; Código de Conduta; Políticas Internas; Treinamentos e Workshops; conteúdos nas redes sociais; entre outros. Conheça: https://ri.azzas2154.com.br/governanca-corporativa/estatuto-codigos-e-politicas/ https://www.somagrupo.com.br/conheca-o-soma/sustentabilidade/ https://www.arezzo.com.br/sustentabilidade. Páginas 48 e 52	16
	2-24 Incorporação de compromissos de política	46	-
	2-25 Processos para reparar impactos negativos	A organização não possui compromissos formalizados para reparação de impactos negativos, porém possui mecanismos de queixa internos e externos para registro de qualquer intercorrência. Os stakeholders relacionados aos mecanismos de queixas são envolvidos na concepção, revisão, operação e melhoria desses mecanismos. Desde 2013, o Grupo mantém um Canal de Ética para comunicação segura e anônima (se desejado) de condutas antiéticas ou que violem os princípios éticos e padrões de conduta e/ou a legislação vigente. Para garantir o sigilo no tratamento das ocorrências, as informações são recebidas por uma empresa independente e especializada. Página 49	-
	2-26 Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	Os mecanismos que a organização disponibiliza para as pessoas buscarem aconselhamentos sobre a implantação de políticas e práticas responsáveis da organização é o Canal de Denúncias. Os mecanismos que a organização disponibiliza para as pessoas relatarem preocupações quanto à conduta da organização são os mecanismos de denúncia. Página 49	16
	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	Não houve multas ou sanções direcionadas ao atual CNPJ ou *holding* Azzas. Como base de cálculo utilizamos 0,01% do faturamento anual do Azzas 2154, que considera como referência um valor equivalente a esse percentual do faturamento consolidado. Com o faturamento atual previsto em R$ 12 bilhões, esse valor corresponde a R$ 1,2 milhão. No caso de sanções não monetárias que ainda não ocorreram, apenas aquelas que impactem de forma significativa a operação serão reportadas. O impacto será definido como qualquer sanção que paralise, restrinja ou afete significativamente pelo menos 5% da operação total da empresa.	-

NORMA	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO | RESPOSTA | OMISSÃO	ODS
GRI 2: Conteúdos gerais 2021	**2-28** Participação em associações	As principais associações e organizações nacionais e internacionais das quais a organização participa são a Science Based Targets initiative (SBTi), GHG Protocol, CDP, ICO2 B3, GPTW, Elas Lideram, Pacto de Promoção pela Equidade Racial, Pacto Global), ABVTEX, Abit, ABF - Associação Brasileira de Franchising, IDV, Certificação B, Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), Dow Jones Sustainability Index (DJSI), Deforestation-Free, Call to Action for Leather, CEBDS, Abicalçados, Assintecal e Sindilojas. Página 53	-
	2-29 Abordagem para engajamento de *stakeholders*	52 e 116	-
	2-30 Acordos de negociação coletiva	O percentual do total da força de trabalho coberta por acordos de negociação coletiva no Grupo SOMA é de 100%, em Arezzo&Co de 98,98% e em AR&Co de 99,41 (1,12% e 0,59% representam nosso quadro de estagiários. Considerando que não há vínculo empregatício, eles não são representados pelos sindicatos e possuem políticas próprias de ajuda de custo e condições de aprendizagem). Como objetivos, a Companhia busca cada vez mais proximidade com os sindicatos, considerando que essa boa relação beneficia e facilita as relações de trabalho. A meta é que os acordos coletivos com normativas específicas para suas filiais sejam mais eficientes do que o seguimento das convenções coletivas, que estabelecem normas para toda a categoria e empresas que diferem muito da Companhia. Esse é um avanço pretendido pela empresa. No que toca à Hering, os empregados alocados em Blumenau não estão cobertos por negociação coletiva diante do impasse entre os próprios sindicatos representativos das categorias.	-
TEMAS MATERIAIS			
GRI 3: Temas materiais 2021	**3-1** Processo de definição de temas materiais	60	-
	3-2 Lista de temas materiais	60	-

NORMA	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO | RESPOSTA | OMISSÃO	ODS
GESTÃO DE RESÍDUOS E CIRCULARIDADE			
GRI 3: Temas materiais 2021	**3-3** Gestão dos temas materiais	142	-
GRI 301: Materiais 2016	**301-1** Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	123	8, 12
	301-2 Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados	No Grupo SOMA e Cia. Hering, o percentual de matérias-primas ou materiais reciclados utilizados foi de 0,1%; em AR&Co foi de 0,14%; e em Arezzo&Co não houve dados de matérias-primas recicladas.	8, 12
	301-3 Produtos e suas embalagens reaproveitadas	O percentual de produtos e embalagens reaproveitados foi de 11,14% em SOMA, 52,32% em Cia. Hering, 35% em Arezzo&Co e, em AR&Co, não há produtos e embalagens reaproveitados. Os dados foram coletados por meio de registros financeiros, produção e consumo, além de pesagens e contagens.	8, 12
GRI 306: Resíduos 2020	**306-1** Geração de resíduos e impactos significativo relacionados a resíduos	O Azzas 2154 utiliza matérias-primas, embalagens e produtos químicos que podem produzir resíduos como plásticos, papéis, papelão e isopor. Processos de pilotagem e corte geram sobras de matéria-prima e resíduos de embalagens. A produção e distribuição produzem resíduos sólidos, como retalhos têxteis e efluentes industriais. No uso do produto, itens não biodegradáveis descartados de forma incorreta podem contaminar o solo e a água. Na saída, os resíduos incluem produtos defeituosos, materiais excedentes e equipamentos obsoletos. Página 143	3, 6, 11, 12
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	142	3, 6, 8, 11, 12
	306-3 Derramamentos significativos	143	3, 12, 15
	306-4 Resíduos não destinados a para disposição final	147	3, 11, 12

NORMA	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO | RESPOSTA | OMISSÃO	ODS
GRI 306: Resíduos 2020	**306-5** Resíduos destinados para disposição final	Em SOMA, o total de resíduos não perigosos destinados à disposição final foi de 1.925,41 toneladas (resíduo comum). Na Arezzo&Co, foram 126,22 toneladas de resíduo urbano e 1,65 toneladas de outros resíduos não biodegradáveis. Na Cia. Hering, foram 1.578,52 toneladas de resíduo comum, e na AR&Co, 65,45 toneladas de resíduos não recicláveis, totalizando 3697,24774 toneladas de resíduos não perigosos destinados à disposição final. Já os resíduos perigosos somaram 6,34 toneladas de embalagens contaminadas na Arezzo&Co e 81,44 toneladas na Cia. Hering. Todos os resíduos, perigosos e não perigosos, são encaminhados de forma adequada tendo como destinação reciclagem, coprocessamento, logística reversa e aterros licenciados conforme regulamentações ambientais.	3, 6, 11, 12, 15
SASB: Fornecimento de produtos, embalagem e *marketing*	**CG-MR-410a.3** Discussão de estratégias para reduzir o impacto ambiental da embalagem	A estratégia para reduzir o impacto ambiental das embalagens prioriza fornecedores com práticas sustentáveis e certificações como FSC, garantindo origem responsável da matéria-prima, principalmente papel e papelão. As embalagens são compactas para otimizar transporte e reduzir emissões de GEE. A Companhia também estabeleceu parcerias com empresas para realizar a compensação das embalagens pós-consumo. Na AR&Co, desde 2021, houve transição para plástico reciclado e, em 2023, para embalagens biodegradáveis com mais de 16 milhões de unidades substituídas.	-
MUDANÇAS CLIMÁTICAS			
GRI 3: Temas materiais 2021	**3-3** Gestão dos temas materiais	130	-
GRI 201: Desempenho econômico 2016	**201-2** Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	132	13

NORMA	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO | RESPOSTA | OMISSÃO	ODS
GRI 302: Energia 2016	**302-1** Consumo de energia dentro da organização	136	7, 8, 12, 13
	302-2 Consumo de energia fora da organização	Energia consumida fora da organização (gigajoule): 746.377,35GJ	7, 8, 12, 13
	302-3 Intensidade energética	A taxa de intensidade energética da organização foi de 193.834,84.	7, 8, 12, 13
GRI 302: Energia 2016	**302-4** Redução do consumo de energia	Não tivemos redução de energia no período relatado, devido à fusão das empresas.	7, 8, 12, 13
	302-5 Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços	A Companhia não realiza monitoramento de requisitos energéticos em produtos.	7, 8, 12, 13
GRI 305: Emissões 2016	**305-1** Emissões diretas (escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	133	3, 12, 13, 14, 15
	305-2 Emissões indiretas (escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	134	3, 12, 13, 14, 15
	305-3 Outras emissões indiretas (escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	134	3, 12, 13, 14, 15
	305-5 Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Em 2024, não houve redução das emissões, pois as emissões do Grupo Arezzo&Co e Grupo SOMA foram integrados definindo-se um novo *baseline* para emissões de GEEs do grupo.	13, 14, 15
	305-6 Emissões de substâncias que destroem a camada de ozônio (SDO)	Substâncias destruidoras da camada de ozônio: HCFC-22 (231,44 kg); HCFC-141b (3,13 kg).	3, 12

NORMA	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO | RESPOSTA | OMISSÃO	ODS
SASB: Gestão de energia no varejo e na distribuição	CG-MR-130a.1 (1) Energia total consumida, (2) porcentagem da rede eletricidade, (3) porcentagem renovável	136	-
GESTÃO DA CADEIA DE FORNECEDORES			
GRI 3: Temas materiais 2021	3-3 Gestão dos temas materiais	112	-
GRI 204: Práticas de compras 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	O percentual de compras feitas com fornecedores locais em unidades operacionais importantes é de 72% em SOMA, de 91,6% em Arezzo&Co, de 95,6% em AR&Co, e em Cia. Hering de 71%. Temos como definição de local o Brasil e como unidade operacional importante todas as unidades.	-
GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores 2016	308-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	A gestão da cadeia de fornecedores considera as melhores práticas e expertises da Arezzo&Co e do Grupo SOMA, mantendo diretrizes já estabelecidas para calçados, bolsas, acessórios e vestuário. Políticas robustas, como o Código de Conduta para Fornecedores e a Política de Gestão da Consequências, promovem uma cadeia produtiva ética e mais sustentável. São adotados mecanismos de prevenção, mitigação e detecção de possíveis irregularidades, como: • *Due diligence**: avaliada a documentação de conformidade com a legislação vigente - trabalhista, fiscal, ambiental, saúde e segurança do trabalho, certificado ABVTEX, entre outros, auditoria socioambiental inicial – quando aplicável e formalização de contrato de fornecimento abrangendo clausulas comerciais e conformidade a legislação trabalhista e ambiental vigente. • Auditorias socioambientais e auditorias de rastreabilidade; e • Monitoramento de documentação socioambiental. *Processo de *due diligence* avalia 100% de produto acabado em critério sociais e ambientais, no ano de 2024 foram homologados o total de 204 fornecedores (Arezzo&Co 58 | AR&Co 31 | Soma 83 | Cia. Hering 32).	-
	308-2 Impactos ambientais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Com base nos procedimentos internos estabelecidos nas BU'S, o Grupo Azzas 2154 está revisando e elaborando melhores práticas de controle para o acompanhamento e monitoramento dos impactos sociais e ambientais negativos realizadas pela cadeia de fornecedores.	-

NORMA	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO | RESPOSTA | OMISSÃO	ODS
GRI 407: Liberdade sindical e negociação coletiva 2016	407-1 Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	A companhia reconhece a possibilidade do risco socioambiental. Como forma de gestão da cadeia de fornecimento, a Companhia adota mecanismos de prevenção, mitigação e detecção de possíveis irregularidades, como due diligence, auditorias socioambientais, auditorias de rastreabilidade e monitoramento de documentação socioambiental. O Azzas 2154 tem como prática que seus fornecedores diretos e subcontratados nacionais sejam certificados no Programa ABVTEX, como forma de promover as melhores práticas socioambientais, o respeito aos direitos humanos e trabalhistas e o combate ao trabalho análogo ao escravo e infantil. Adicionalmente, visando garantir a conformidade legal em relação às temáticas trabalhistas e ambientais, os fornecedores internacionais devem atender às normas e legislação local, e aos requisitos socioambientais definidos pela Companhia, por meio de realização auditoria socioambiental global realizada por terceira parte, como a SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit Report) ou BSCI (Business Social Compliance Initiative) ou WRAP (Worldwide Responsible Accredited Production) ou SA8000 (Social Accountability 8000).	5, 8, 16
GRI 408: Trabalho infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil		
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		
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	A gestão da cadeia de fornecedores considera as melhores práticas e expertises da Arezzo&Co e do Grupo SOMA, mantendo diretrizes já estabelecidas para calçados, bolsas, acessórios e vestuário. Políticas robustas, como o Código de Conduta para Fornecedores e a Política de Gestão da Consequências, promovem uma cadeia produtiva ética e mais sustentável. São adotados mecanismos de prevenção, mitigação e detecção de possíveis irregularidades, como: • *Due diligence**: avaliada a documentação de conformidade com a legislação vigente - trabalhista, fiscal, ambiental, saúde e segurança do trabalho, certificado ABVTEX, entre outros, auditoria socioambiental inicial – quando aplicável e formalização de contrato de fornecimento abrangendo clausulas comerciais e conformidade a legislação trabalhista e ambiental vigente. • Auditorias socioambientais e auditorias de rastreabilidade; e • Monitoramento de documentação socioambiental. *Processo de *due diligence* avalia 100% de produto acabado em critério sociais e ambientais, no ano de 2024 foram homologados o total de 204 fornecedores (Arezzo&Co 58 | AR&Co 31 | Soma 83 | Cia. Hering 32).	5, 8, 16

NORMA	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO | RESPOSTA | OMISSÃO	ODS
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	**414-2** Impactos sociais negativos da cadeia de fornecedores e medidas tomadas	Com base nos procedimentos internos estabelecidos nas BUs, o Grupo Azzas 2154 está revisando e elaborando melhores práticas de controle para o acompanhamento e monitoramento dos impactos sociais e ambientais negativos realizadas pela cadeia de fornecedores.	5, 8, 16
SASB: Métrica de atividade	**CG-AA-000.A** Número de (1) fornecedores Tier 1 e (2) fornecedores além do Tier 1	1.856 fornecedores de Tiers 1 e 2, informando que o dado considera fornecedor *sourcing*, fábricas próprias e prestadores de serviço (subcontratados dos fornecedores de produto acabado).	-
SASB: Impactos ambientais na cadeia de suprimentos	**CG-AA-430a.1** Porcentagem de (1) instalações do fornecedor Nível 1 e (2) instalações do fornecedor além do Nível 1 em conformidade com as autorizações de descarga de águas residuais e/ou acordo contratual	No Grupo Azzas 2154 esses dados não são avaliados.	-
	CG-AA-430a.2 Porcentagem de (1) instalações de fornecedores de Nível 1 e (2) instalações de fornecedores além de Nível 1 que concluíram o Sustainable Apparel Coalition's Avaliação do Higg Facility Environmental Module (Higg FEM) ou uma avaliação de dados ambientais equivalente	As auditorias da Companhia não seguem o Sustainable Apparel Coalition's Avaliação do Higg Facility Environmental Module, mas possuimos certificação da ABVTEX e outras nas quais a cadeia de fornecedores é avaliada em aspectos socioambientais.	-

NORMA	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO | RESPOSTA | OMISSÃO	ODS
SASB: Condições de trabalho na cadeia de suprimentos	**CG-AA-430b.1** Porcentagem de (1) instalações do fornecedor de Nível 1 e (2) instalações do fornecedor além do Nível 1 que foram auditadas para um Código de Conduta de trabalho, (3) porcentagem do total de auditorias conduzidas por um auditor terceirizado	O Grupo Azzas 2154 tem como prática que seus fornecedores diretos e subcontratados nacionais sejam certificados no Programa ABVTEX, como forma de promover as melhores práticas socioambientais, o respeito aos direitos humanos e trabalhistas e o combate ao trabalho análogo ao escravo e infantil. Para manter e desenvolver o Programa, a ABVTEX estabelece parcerias com Organismos de Auditoria previamente avaliados e credenciados pela entidade, para a realização dos serviços de auditoria em Fornecedores e/ou Subcontratados da cadeia de fornecimento. Todos os agentes envolvidos no Programa ABVTEX estão sujeitos ao Código de Conduta do Programa que estabelece os valores e princípios que orientam a maneira sustentável de condução dos relacionamentos e práticas intrínsecas ao Programa, a empresa deve ter uma atuação dentro das condições estabelecidas no Código de Conduta do Programa ABVTEX (disponível em www.abvtex.org.br/codigo-de-conduta). São estimados 1.856 fornecedores* do Azzas 2154 certificados no Programa ABVTEX distribuídos entre as quatro unidades de negócios: •Calçados e Acessórios 64% •Vestuário Feminino e *Lifestyle* 87% •Vestuário Masculino e *Lifestyle* 93% •Vestuário Democrático 52% O relato acima (SASB CG-AA-430b.1), assim como (SASB CG-AA-430a.1, SASB CG-AA-430b.2, e os indicadores GRI 308-1; GRI 308-2; GRI 414-1; GRI 414-2; GRI 407-1; GRI 408-1; GRI 409-1) constam de declaração expressa da área de Auditoria, Riscos e Compliance do Grupo AZZAS 2154. *O dado considera fornecedores *sourcing*, fábricas próprias e prestadores de serviço (subcontratados dos fornecedores).	-
	CG-AA-430b.2 Taxa de não conformidade prioritária e taxa de ação corretiva associada para auditorias de código de conduta de trabalho de fornecedores	O Grupo Azzas 2154 não realiza análise detalhada da taxa de não conformidade e/ou taxa de ação corretiva associada para as auditorias de Código de Conduta de trabalho de fornecedores.	-
	CG-AA-430b.3 Descrição dos maiores (1) riscos trabalhistas e (2) ambientais, de saúde e segurança na cadeia de suprimentos	Os principais riscos incluem trabalho infantil, análogo ao escravo, descarte irregular de resíduos e falhas em segurança ocupacional. A empresa adota auditorias rigorosas e monitoramento contínuo para garantir boas práticas laborais e ambientais.	-

NORMA	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO | RESPOSTA | OMISSÃO	ODS
SASB: Fornecimento de matérias-primas	**CG-AA-440a.3** (1) Lista de matérias-primas prioritárias; para cada matéria-prima prioritária: (2) fatores ambientais e/ou sociais com maior probabilidade de ameaçar o abastecimento, (3) discussão sobre riscos e/ou oportunidades de negócios associados a fatores ambientais e/ou sociais e (4) estratégia de gestão para lidar com riscos e oportunidades de negócios	O algodão, matéria-prima prioritária, enfrenta riscos como mudanças climáticas, degradação do solo, escassez de água, desmatamento e conflitos fundiários. Para mitigar esses impactos, a empresa utiliza algodão certificado ABR (Algodão Brasileiro Responsável), que promove práticas agrícolas sustentáveis, respeitando o meio ambiente e os direitos trabalhistas.	-
SASB: Fornecimento de matérias-primas	**CG-AA-440a.4** (1) Quantidade de matérias-primas prioritárias compradas, por material, e (2) quantidade de cada matéria-prima prioritária que é certificada por um padrão ambiental e/ou social de terceiros, por padrão	9.419.877 metros foram certificados por padrões como BCI, FSC, OEKO-TEX, ABR e GOTS. A Arezzo prioriza materiais de baixo impacto, como couro com certificação CICB ou LWG, e incentiva fornecedores a oferecerem opções mais sustentáveis.	-
DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO			
GRI 3: Temas materiais 2021	**3-3** Gestão dos temas materiais	52 e 76	
GRI 202: Presença no mercado 2016	**202-1** Proporção entre o salário mais baixo e o salário-mínimo local, com discriminação por gênero	Para a proporção - Razão de omissão - Informação incompleta/indisponível devido as mudanças ocasionadas pela fusão das empresas. Página 103	5, 8
	202-2 Proporção de membros da diretoria contratados na comunidade local	A Companhia tem 100% dos membros da Diretoria contratados na comunidade local. Na definição de Diretoria estão incluídos o diretor-executivo, diretores de área ou unidade de negócios, diretores regionais, diretores de filial ou unidade, diretores de projetos especiais e diretores de desenvolvimento. A definição geográfica de "local" adotada pela empresa é o país, Brasil, considerando como unidade operacional importante todas as suas unidades.	8

NORMA	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO | RESPOSTA | OMISSÃO	ODS
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	**405-1** Diversidade em órgãos de governança e empregados	70	5, 8
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	104	5, 8, 10
GRI 406: Não discriminação 2016	**406-1** Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	No ano de 2024, o grupo Azzas 2154 recebeu pelo Canal de Denúncias 95 denúncias referentes à tipologia de discriminação. Do total, 75 foram apuradas e finalizadas, sendo 5 consideradas procedentes e 6 procedentes parcialmente, com as devidas tratativas aplicadas, 33 não procedentes, 27 inconclusivas e 4 com dados insuficientes. Todas as denúncias recebidas pelo Canal de Denúncias são tratadas com confidencialidade e as apurações são conduzidas pelo departamento de Compliance, com o assessoramento dos departamentos Jurídico, Diversidade e consultoria externa especializada (quando aplicável), garantindo a governança adequada, autonomia e imparcialidade no processo decisório. Página 49	5, 8
SASB: Força de trabalho, diversidade e inclusão	**CG-MR-330a.1** Porcentagem de gênero e grupo racial/étnico representado na alta gestão e nas outras pessoas colaboradoras	74	-
ATRAÇÃO, DESENVOLVIMENTO E ENGAJAMENTO DE PESSOAS COLABORADORAS			
GRI 3: Temas materiais 2021	**3-3** Gestão dos temas materiais	98	
GRI 401: Emprego 2016	**401-1** Novas contratações e rotatividade de empregados	70 e 100	4, 5, 8, 10
	401-2 Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	111	3, 5, 8
	401-3 Licença-maternidade/paternidade	111	5, 8

NORMA	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO | RESPOSTA | OMISSÃO	ODS
GRI 402: Relações de trabalho 2016	**402-1** Prazo mínimo de aviso sobre mudanças operacionais	A organização não estabelece prazo mínimo para avisar sobre mudanças operacionais e não há política que defina esse prazo. Quando ocorrem mudanças, as pessoas colaboradoras e *stakeholders* são comunicados via canais oficiais da Companhia. A organização possui acordos de negociação coletiva, mas esse não prevê um prazo mínimo para que as mudanças sejam comunicadas.	8
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2018	**403-1** Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	106	8
	403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de risco e investigação de incidentes	106	8
	403-3 Serviços de saúde do trabalho	108	8
	403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	110	8, 16
	403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	110	9
	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	108	3
	403-7 Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	106	8
	403-8 Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	106	8
	403-9 Acidentes de trabalho	106 e 107	3, 8, 16
	403-10 Doenças profissionais	A organização não registrou no período de relato doenças profissionais em empregados e trabalhadores. Página 111	3, 8, 16
GRI 404: Capacitação e educação 2016	**404-1** Média de horas de capacitação por ano, por empregado	102 e 103	4, 5, 8, 10
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	102	8
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	101	5, 8, 10
SASB: Práticas de trabalho	**CG-MR-310a.1** (1) Salário médio por hora e (2) porcentagem de funcionários da loja ganhando salário-mínimo, por região	O salário médio por hora foi de R$ 95,48 no Grupo SOMA, R$ 15,69 em Cia. Hering e R$ 25,42 em AR&Co. O percentual de funcionários da loja ganhando salário mínimo, por região, foi de 6,29% no Grupo SOMA, 0% em Cia. Hering e 0% em AR&Co. Para as pessoas colaboradoras da loja Arezzo&Co, não é praticado o mínimo regional e sim o previsto em convenção coletiva.	-
	CG-MR-310a.2 (1) Taxa de rotatividade voluntária e (2) involuntária para funcionários da loja	A taxa de rotatividade voluntária para funcionários da loja foi de 33,1% no Grupo SOMA, 35,8% em Arezzo&Co, 42,91% na Cia. Hering e 45,3% em AR&Co. A taxa de rotatividade involuntária foi de 32,9% no Grupo SOMA, 34,5% em Arezzo&Co, 44,41% na Cia. Hering e 54,7% em AR&Co.	-

NORMA	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO | RESPOSTA | OMISSÃO	ODS
GESTÃO DE ÁGUA E EFLUENTES			
GRI 3: Temas materiais 2021	**3-3** Gestão dos temas materiais	154	-
GRI 303: Água e efluentes 2018	**303-1** Interação com a água como um recurso compartilhado	155	6, 12
	303-2 Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	155	6
	303-3 Captação de água	155	6
	303-4 Descarte de água	155	6
	303-5 Consumo de água	155	6
TEMAS NÃO MATERIAIS			
GRI 201: Desempenho econômico 2016	**201-1** Valor econômico direto gerado e distribuído	57	8, 9
GRI 205: Combate à corrupção 2016	**205-1** Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	A organização não submeteu suas operações a avaliações sobre riscos relacionados à corrupção. No ano de 2023, foi realizado o trabalho de mapeamento de riscos estratégicos pela Deloitte na BU Arezzo&Co. Ao longo do ano de 2024, a área de Gestão de Riscos e Controles Internos foi estruturada para a atualização do mapa de riscos para o Grupo Azzas 2154 para o ano de 2025. O risco relacionado à corrupção é considerado dentro do mapa de riscos.	16
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	A Companhia está elaborando a Política Anticorrupção para divulgação e treinamento em 2025.	16

NORMA	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO | RESPOSTA | OMISSÃO	ODS
GRI 205: Combate à corrupção 2016	**205-3** Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Não ocorreram casos de corrupção envolvendo a organização e/ou seus empregados.	16
GRI 206: Concorrência desleal 2016	**206-1** Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	O Grupo Soma não é processado por pessoa jurídica ou física, mas é autor de 31 ações envolvendo a Marca FARM Rio. Há, também, 29 processos já arquivados (encerrados) dessa natureza. Em Arezzo & Co, há dois processos ativos em que há menção a situação de concorrência desleal, mas ambos estão em trâmites iniciais, sem decisão definitiva ou sentença de 1º grau. E há um processo em que já foi feito acordo, antes de decisão ou sentença.	16
SASB: Gestão de substâncias químicas nos produtos	**CG-AA-250a.1** Análise dos processos para manutenção do cumprimento da regulamentação sobre substâncias restritas	127	-
	CG-AA-250a.2 Análise dos processos para avaliar e gerenciar os riscos ou perigos associados às substâncias químicas nos produtos	O Comitê de Produtos Químicos Perigosos da Cia. Hering avalia integralmente todos os produtos antes do uso, assegurando conformidade e segurança. Além disso, auditorias ambientais realizadas por SOMA garantem o armazenamento adequado e a proteção ambiental e se a empresa possui FISPQ's (Ficha de Identificação de Segurança de Produtos Químicos) e se foi anexada. No processo produtivo da Arezzo&Co, que envolve a aplicação e o uso de produtos químicos, são adotadas diretrizes gerenciais e procedimentais rigorosas, alinhadas a critérios normativos, como a NR 20, por meio de procedimentos, treinamentos e avaliações qualitativas e quantitativas. Já na AR&Co, o controle e monitoramento de riscos não possuem um processo específico. No entanto, a gestão de químicos é abordada por meio do *checklist* de auditoria da ABVTEX, que inclui um bloco de análise sobre o tema, embora não haja um monitoramento específico da empresa.	-
SASB: Segurança de dados	**CG-MR-230a.1** Descrição da abordagem para identificar e apontar os riscos de segurança de dados	A empresa utiliza ferramentas como Qualys, SentinelOne e IBM QRadar para detecção e prevenção de ataques cibernéticos. Auditorias, testes contínuos e conformidade com a ISO 27001 garantem segurança digital e proteção de dados.	-

NORMA	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO | RESPOSTA | OMISSÃO	ODS
SASB: Segurança de dados	**CG-MR-230a.2** (1) Número de violações de dados, (2) porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal (PII), (3) número de clientes afetados	No Grupo SOMA, Arezzo&Co e Cia. Hering, durante o período de 2024, a área de Segurança não identificou ou respondeu a violações de dados que envolvessem dados pessoais. Em AR&Co, foram identificadas 4.075 violações de dados envolvendo informação de identificação pessoal. A ação corretiva implementada foi a redefinição de senha em massa na plataforma.	-

FOXTON DIA DOS NAMORADOS 2024

SUMÁRIO DE CONTEÚDO TCFD

RECOMENDAÇÃO	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA
GOVERNANÇA		
Recomendação A	Descreva como o Conselho supervisiona os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas.	O **Conselho de Administração** acompanha a gestão climática por meio do **Comitê de Pessoas, Remuneração e Sustentabilidade**, que apresenta temas estratégicos para deliberação e aprovação. Esse Comitê avalia riscos, oportunidades e metas climáticas, garantindo alinhamento com a estratégia corporativa e os compromissos da empresa, como a rastreabilidade de 100% do couro até 2030 e o cumprimento das metas baseadas na ciências aprovadas pelo **Science Based Targets (SBTi)** para a redução de emissões de gases de efeito estufa. A sustentabilidade é incorporada à remuneração variável dos executivos, incluindo a meta de rastreabilidade do couro, que reforça o compromisso com uma cadeia livre de desmatamento e menos impacto ambiental. O desempenho dessas metas é monitorado **mensalmente pela Diretoria** e apresentado ao Conselho.
Recomendação B	Descreva o papel da administração na avaliação e gestão de riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas	A administração executa a gestão climática por meio de uma estrutura organizada: ◦ **Comitê de Pessoas, Remuneração e Sustentabilidade:** composto por membros do Conselho, reúne-se bimestralmente em agendas predefinidas, nas quais atua na avaliação de questões climáticas e sua relação com a estratégia, identificando riscos e oportunidades para o negócio. ◦ ***Chief Human Resources Officer* (CHRO):** supervisiona metas climáticas, conduz engajamentos com a cadeia de valor e assegura integração do tema na estratégia. ◦ **Gerente executivo de Sustentabilidade:** desenvolve planos de transição, gerencia orçamentos e políticas climáticas, além de monitorar riscos e oportunidades. A área de Sustentabilidade é subordinada à gerente executiva de Sustentabilidade, que trabalha em conjunto com o ***Chief Human Resources Officer*** garantindo que as decisões estratégicas sejam alinhadas às diretrizes corporativas.

RECOMENDAÇÃO	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA
ESTRATÉGIA		
Recomendação A	Descreva os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas que a organização identificou no curto, médio e longo prazos.	O Azzas 2154 adota um modelo estruturado de gestão de riscos climáticos, segmentado em três horizontes temporais: **Curto prazo (0-1 ano):** alinhado aos KPIs operacionais, focando impactos imediatos na cadeia produtiva. **Médio prazo (1-5 anos):** considera mudanças regulatórias e impactos econômicos da transição climática. **Longo prazo (5-10 anos):** vinculado a compromissos globais e cenários de transição. Os principais riscos mapeados incluem: **Riscos de transição:** aumento dos custos de matérias-primas (couro e algodão) devido à precificação do carbono e regulamentações ambientais, com impacto estimado em **até R$ 10,9 milhões** no curto prazo. **Riscos físicos:** inundações em unidades operacionais, como centros de distribuição, podem interromper operações, causando prejuízo de **R$ 1,7 milhão por dia de paralisação**. Para mitigar riscos, a empresa adota estratégias como **rastreabilidade via *blockchain***, parcerias com fornecedores locais, certificações sustentáveis para couro e algodão, além da adaptação da infraestrutura para eventos climáticos extremos. Nas oportunidades climáticas, a empresa prevê um **mercado crescente para produtos de menor impacto**, podendo gerar receitas de até **R$ 10,5 bilhões. A meta é aumentar a disponibilidade de produtos com atributos de sustentabilidade gradativamente até 2035**, alinhada às exigências do mercado e às mudanças de comportamento do consumidor.
Recomendação B	Descreva os impactos dos riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas sobre os negócios, a estratégia e o planejamento financeiro da organização.	O Azzas 2154 considera riscos físicos e de transição em seu planejamento estratégico e financeiro. **Regulamentações ambientais podem aumentar custos operacionais em até R$ 10,9 milhões**, enquanto eventos climáticos extremos representam riscos financeiros adicionais. Para mitigar esses desafios, a empresa investe em **infraestrutura resiliente, rastreabilidade de insumos e adequação regulatória**. Em 2024, a Companhia* rastreou **38,6% do couro utilizado** e atingiu **42,8% de matérias-primas de menor impacto**. Além disso, a adoção de **tecnologias como *blockchain*** garante a transparência da cadeia produtiva. Produtos de menor impacto representam uma oportunidade de até **R$ 10,5 bilhões em receitas**, impulsionando a marca e garantindo mais competitividade no setor. *Dados referente somente à BU de Calçados e Acessórios.
Recomendação C	Descreva a resiliência da estratégia da organização, considerando diferentes cenários de mudanças climáticas, incluindo um cenário de 2°C ou menos.	A empresa avalia cenários de aquecimento global baseados nas diretrizes do **SASB, CDP e TCFD:** ◦ **Cenário de 1,5°C:** políticas climáticas rigorosas impulsionam a adoção de produtos de menor impacto e a rastreabilidade da cadeia produtiva. ◦ **Cenário acima de 3°C:** exige mais investimento em infraestrutura e seguros contra eventos climáticos extremos. Para garantir resiliência, a empresa investe em **diversificação de matérias-primas, rastreabilidade via *blockchain* e eficiência energética**, além de desenvolver uma **cadeia de suprimentos adaptável e mais sustentável.**
GESTÃO DE RISCOS		
Recomendação A	Descreva os processos da organização para identificar e avaliar riscos relacionados ao clima.	A empresa usa *frameworks* como **TCFD e SBTi,** analisando impactos físicos e de transição. Os riscos são classificados por **probabilidade, impacto financeiro e horizonte temporal**. São avaliadas perdas operacionais de **até R$ 1,7 milhão por dia** e aumentos de custos de até **R$ 10,9 milhões** com regulamentações ambientais. A estratégia de mitigação inclui **infraestrutura reforçada, rastreabilidade de insumos e monitoramento regulatório contínuo.**
Recomendação B	Descreva os processos utilizados pela organização para gerenciar os riscos relacionados ao clima.	A abordagem de gestão inclui mitigação, transferência, aceitação e controle: ◦ **Mitigação:** uso de energia renovável, rastreabilidade da cadeia e infraestrutura resiliente. ◦ **Transferência:** seguros contra eventos climáticos e parcerias com fornecedores certificados. ◦ **Aceitação:** reservada para riscos de baixo impacto. ◦ **Controle:** monitoramento contínuo e conformidade regulatória.
Recomendação C	Descreva como os processos utilizados pela organização para identificar, avaliar e gerenciar os riscos relacionados ao clima são integrados à gestão geral de riscos da organização.	Os riscos climáticos são integrados ao **programa de gerenciamento de riscos corporativos (ERM)**, utilizando *frameworks* como **ISO 31000 e TCFD**. Esses riscos são considerados na estratégia financeira e operacional da empresa, garantindo alinhamento com **metas ESG e competitividade de longo prazo**.

RECOMENDAÇÃO	CONTEÚDO	LOCALIZAÇÃO/RESPOSTA
MÉTRICAS E METAS		
Recomendação A	Informar as métricas utilizadas pela organização para avaliar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas de acordo com sua estratégia e seu processo de gestão de riscos.	A matriz de riscos climáticos é revisada anualmente pelo **Comitê de Riscos, Auditoria e Finanças.** Em 2024, **58% da receita** foi considerada vulnerável a riscos físicos, como inundações. A empresa também associa **10% da remuneração variável dos executivos às metas ESG**.
Recomendação B	A organização deve fornecer suas emissões de GEE de escopos 1 e 2, independentemente de uma avaliação de materialidade, e, se apropriado, as emissões de GEE de escopo 3 e os riscos relacionados.	As emissões de GEE foram calculadas de acordo com a metodologia do GHG Protocol. Emissões relacionadas ao escopo 1 (tCO2e): -6.983,74 tCO2e Emissões relacionadas ao escopo 2 (tCO2e): -3.440,29 tCO2e Emissões relacionadas ao escopo 3 (tCO2e): -244.664,75 tCO2e Em 2024 não houve redução das emissões, pois as emissões do Grupo Arezzo&Co e Grupo SOMA foram integrados definindo-se um novo baseline para emissões de GEEs do grupo.
Recomendação C	Descreva os objetivos utilizados pela organização para gerenciar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas, e o desempenho com relação aos objetivos.	A empresa estabeleceu metas de longo prazo para reduzir seu impacto climático: ◦ **Redução de 42% das emissões dos escopos 1 e 2 até 2030** e neutralização total até 2050. ◦ **Redução de 51,6% das emissões por peça produzida no escopo 3.** ◦ **90% dos fornecedores com metas alinhadas à ciência até 2028.** O plano de descarbonização e eficiência no uso de recursos reforça o compromisso com a sustentabilidade, garantindo **resiliência diante dos desafios climáticos.**

NV HIGH SUMMER 2025

CRÉDITOS

MARIA FILÓ VERÃO 2025

Coordenação
Gerência de Sustentabilidade

Gestão de projeto, redação, edição e consultoria
Grupo Report

Projeto gráfico e diagramação
Betina Sulzbach + Magenta.Lab

Revisão ortográfica e gramatical
Fábio Valverde

Produção fotográfica
Acervo Azzas 2154

ESCANEIE O *QR CODE* PARA ACESSAR NOSSO *SITE* DE RELAÇÃO COM INVESTIDORES

ESCANEIE O *QR CODE* PARA SABER MAIS SOBRE SUSTENTABILIDADE AZZAS 2154

***PARA DÚVIDAS, ELOGIOS OU SUGESTÕES, ENTRE EM CONTATO VIA* E-MAIL**

ri@azzas2154.com.br

sustentabilidade@azzas2154.com.br

CAMPANHA DE LANÇAMENTO AZZAS 2154

AREZZO FARM RIO HERING Reserva SCHUTZ

ALEXANDRE BIRMAN ANACAPRI ANIMALE ANIMALE ORO BRIZZA AREZZO CAROL BASSI CRIS BARROS

fábula foxton HERINGKIDS HERINGINTIMATES HERING SHOES HERING SPORTS INK MARIA FILÓ

nv OFFPREMIUM Oficina PARIS TEXAS ReservaGo Reserva mini VANS "OFF THE WALL" Vicenza ZZ'MALL

AZZAS
2154

CAMPAIGN LAUNCHING AZZAS 2154

ANNUAL REPORT 2024

WELCOME

GRI 2-3

Azzas 2154
The largest fashion group in Latin America.

2154

A goal envisioned by Anderson Birman as a symbol of the company's long-term vision. A call for unity across all brands within the group in building a shared future.

Azzas 2154 is proud to present its first Annual Report. The following pages contain environmental, social, financial and governance information structured around the Company's three ESG pillars: "Cleaner and more responsible fashion" (E), "Fairer, more beautiful fashion" (S) and "More ethical, transparent fashion" (G). These pillars arise from the integration of sustainability strategies already in place at Arezzo&Co and SOMA Group and reflect a renewed positioning for the group.

The information shared here represents the progress and early commitments made by Azzas 2154 in its first months of existence and highlights how sustainability served as the backbone in shaping its strategy, business model, goals and culture.

This report is informed by interviews with Azzas 2154's key voices, plus data collected from the period January 01 to December 31, 2024 and is published annually. The annual report is published on the same schedule as our financial disclosures.

This document follows the Global Reporting Initiative (GRI) Standards – 2021 version – and was approved by the People, Compensation and Sustainability Committee, which reports to the Board of Directors.

For quick access to additional information, clickable links, references and QR codes are available throughout the report.

Let's take flight together. Happy reading!

QUERIES, COMPLIMENTS, OR SUGGESTIONS REGARDING THE REPORT OR OUR ESG STRATEGY?

You can contact us by email at *sustentabilidade@azzas2154.com.br*

EDITORIAL CHOICES

This publication was developed to concisely showcase Azzas 2154's performance in the year 2024.

In addition to the interviews and data collected during the reporting period, the content is informed by the company's transitional materiality (see more in the Sustainability approach section, page 59), aligned with its ESG strategy, the Integrated Reporting Framework (issued by the International Integrated Reporting Council – IIRC) and the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs).

Technical information can be found at the end of the report, in the GRI, SASB and TCFD indexes.

This publication reflects Azzas 2154's commitment to transparent and integrated reporting of its results. The recent consolidation of units with distinct characteristics, sizes and data collection methods posed additional challenges in ensuring data consistency and comparability. Each unit records its indicators in its own way, which may result in approximate figures in some cases – part of a process that continues to be refined, without compromising the integrity of the information.

READ MORE ABOUT THE BRANDS ON PAGE 19.

IMPORTANT!

The terms "Azzas 2154" or "Company" embrace all group brands and business units.

"BU" or "business unit" means an individual business division within Azzas 2154, responsible for a specific operational area – such as Industry, or segments like Women's Apparel & Lifestyle, or Footwear & Accessories – each with its own portfolio of brands, products and initiatives. Learn more on page 19.

"Arezzo&Co" means the Brazilian fashion group that existed prior to the merger, specializing in footwear, handbags and accessories and encompassing several household brandnames like Arezzo, Alexandre Birman, Schutz and Anacapri, among others.

"AR&Co" means the brands from the former Arezzo&Co group (primarily textile-based), including Reserva, Reserva Go, Reserva Mini, Oficina Reserva and Reserva INK.

"SOMA Group" refers to the Brazilian fashion conglomerate operating before the merger, composed of renowned apparel brands such as FARM Rio, Animale, Cris Barros and Maria Filó, among others.

"Cia. Hering" means the fashion company founded in 1880 by brothers Bruno and Hermann Hering in Blumenau, Santa Catarina. Famous for its brands Hering, Hering Kids, Hering Intimates, Hering Shoes and Hering Sports, SOMA Group acquired it in 2021.

CAPITALS MAP

Natural

page **121**

Human

page **69**

Manufactured

pages **11 and 69**

Intellectual

pages **37, 69 and 121**

Social and relationship

pages **37 and 69**

Financial

page **37**

ABOUT THE GUIDELINES

Tools that assist in mapping the information disclosed to the relevant indicators or reporting guidelines:

Integrated Reporting Capitals

The Capital Map on the right shows which capitals are related to value creation. The business model (page 35) also shows Azzas 2154's value delivery.

Global Reporting Initiative (GRI)

All GRI content comes under the respective heading in the format "GRI 000-0". The GRI content index is on page 167.

Sustainable Development Goals (SDG)

The UN's Sustainable Development Goals (SDGs) are indicated by standard icons. Learn about the SDGs followed by Azzas 2154 in the SDG Map (page 63).

Sustainability Accounting Standards Board (SASB)

The format "SASB AA-AA-000a.0" denotes the contents related to the disclosure. A summary at the end of the document helps you locate the disclosures. For information about SASB indexes see page 167.

Dow Jones Sustainability Index (DJSI)

Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)

The TCFD content is available in a summary at the end of the report (page 185).

Corporate Sustainability Index (ISE B3)

LETTER FROM THE CEO

GRI 2-22

Dear readers,

The year 2024 was transformational for Brazilian fashion, marked by the creation of Azzas 2154 – the largest fashion group in Latin America. We began our journey guided by our purpose: to amplify Brazil's creative force and showcase our fashion on the global stage.

To take a leading role in the fashion industry also means embracing commitments – to society, to the planet and to people. It means inspiring a future that is fairer, more ethical and more sustainable. It means generating positive impact through responsible fashion. That's why we are delighted to present our first Azzas 2154 Sustainability Report.

This year, we dedicated our energy to the integration process, establishing the company's structure, setting our priorities and identifying our key value-creation drivers. The creation of four business units – bringing together a diverse ecosystem of brands, talents, histories and expertise – accelerated the development of our business model, ensuring autonomy and a distinct identity for each segment. Beyond that, the synergy between these units was essential to strengthening Azzas 2154's collective identity and ensuring consistency in our corporate strategies for this year and beyond.

The year was also marked by the urgency of environmental challenges. Floods that devastated communities in Southern Brazil – where part of our operations are located – further reinforced our resolve to lead responsibly and to incorporate climate risk monitoring into our operations. We mobilized teams, resources and solutions to support affected regions, reaffirming that sustainability also means caring for people's well-being, helping rebuild communities and integrating climate risk into our financial analysis.

We are fully aware of the fashion industry's transformative role in building a more sustainable, fair and ethical ecosystem. We understand that sustainability is not merely a goal – it is a continuous commitment that demands innovation, responsibility and long-term vision. That is why, at Azzas 2154, our ambition goes beyond impact mitigation: we aim to transform our value chain by increasingly deploying clean technologies, responsibly sourced materials and circular economy processes.

In this regard, in 2024, we achieved 38.6% traceability of the leather used in our production and had our emissions reduction targets officially approved by the Science Based Targets initiative (SBTi). I would also like to highlight the 1P=5P program, through which we helped serve over 32.6 million meals; the Mil Árvores ("A Thousand Trees") initiative, which managed

We understand that sustainability is not merely a goal – it is a continuous commitment that demands innovation, responsibility and long-term vision.

to donate 1.5 million seedlings to support reforestation across all Brazilian biomes; and the sale of World T-shirts, with the proceeds also used to plant trees in the Atlantic Forest.

All of this was only made possible thanks to the more than 25,000 talented individuals who help write this story with us. We honor the diversity and uniqueness of the employees behind each brand in our portfolio, embracing plurality and serving our consumers with consistency, creativity and excellence.

We are deeply grateful to all employees, business partners, customers and investors who share our purpose and help us move it forward each and every day. I invite you to delve into this report and discover the stories, progress and commitments it carries.

We can fly further together.
2154 here we come!

Alexandre Birman
CEO/CCO of Azzas 2154

2024 AT A GLANCE

HERING BRAZILIAN BASICS

For the group, 2024 will be remembered for the hard work and dedication invested in the creation of the leading fashion conglomerate in Latin America. Throughout this period, Azzas 2154 focused on strategic and collective decisions—not only in the financial realm, aiming to strike an economic balance alongside market expansion and presence, but also in valuing complementary perspectives and seeking ESG synergies, without compromising the individual achievements of each brand and business unit. As an example, the Company cites the following figures and milestones:

*NUMBERS**

R$ 14.2 bn Gross revenue	**25,000** Talents	**27** Brands	**R$ 1.6 bn** EBITDA
2,129 Stores	**24.5 mn +** Footwear, Handbags and Accessories sold in 2024	**74 mn +** Items of clothing	**R$ 591 Mn** Recurring net income

ESG

B Corp Certification achieved across all Business Units	Climate targets from SOMA Group and Arezzo&Co approved by the Science Based Targets initiative (SBTi)	Group companies listed on the Corporate Sustainability Index (ISE) and B3 Carbon Efficient Index (ICO2)	A- Rating in CDP for all companies
Gold GHG Protocol reporting status	Signatory of the Global Compact - Network Brazil	Commitment to the Global Compact's Women Lead movement	Signatory of the Racial Equity Pact

*Following the merger between SOMA Group and Arezzo&Co ("Business Combination"), Azzas 2154 (the new name of Arezzo&Co) began consolidating SOMA Group's results in August 2024, reflected in 3Q24. The 4Q24 financial statements therefore already include a full three months of combined operations.

To help the market better analyze the results—and to make them easier to visualize and interpret—this report includes *pro forma* financial indicators for 4Q23 and the full year of 2023. These figures are for informational purposes only and have not been reviewed or audited.

AZZAS 2154

We are many, yet we are one – the sum of many origins.
This defines our authenticity and our strength.

Capital

ANIMALE ORO BAMBOO

CORPORATE PROFILE

GRI 2-6

Azzas 2154 began operations on August 01, 2024. Its name was inspired by two key ideas: the notion of dreaming, growing wings and taking flight; and the long-term vision that Anderson Birman envisioned for Arezzo&Co in the 1990s — a vision that today forms part of the collective longevity mantra shared across all the Company's 27 brands.

The strategic merger between two powerhouse groups — each boasting highly desirable brands — gave rise to the largest fashion group in Latin America. Its purpose: to harness Brazil's creative strength and elevate national fashion on the global stage.

With a robust and comprehensive portfolio that meets diverse consumer needs, Azzas 2154 offers items ranging from essential basics to sophisticated pieces — engaging with multiple geographies and people. It stems from the diversity of brands, expertise, leadership and talent, bringing together individual differences and strengths while creating space for synergy and new opportunities.

Azzas 2154 operates in the consumer goods sector, encompassing footwear, accessories and women's, men's and children's apparel. The Company is involved in every stage of the value chain — from product development and manufacturing to sales and distribution. This final stage is supported by an extensive network of franchise operations, owned stores and partnerships with multibrand retailers, both in Brazil and abroad.

In addition, Azzas 2154 invests heavily in e-commerce, integrating digital platforms into an omnichannel strategy designed to offer convenience and global reach to its customers.

AREZZO SUMMER 2025

DISCOVER ALL OUR BRANDS ON PAGE 19.

FARM RIO SUMMER 2025

ABOUT US

Passion for What we do

Fashion. This is our passion — and our craft. But we go further. We are natural designers, shoemakers, jewelers and retailers. We are restless creators and passionate entrepreneurs, always striving to do more and do better.

Unique in every origin

We are many, yet we are one. Our strength lies in our diversity — in our ability to bring together so many brilliant minds and iconic brands, while honoring the authenticity and creative autonomy of each one.

Power to go beyond

Entrepreneurs by nature, we recognize our role in creating impact and shared value — honoring creativity across every part of our business and uplifting creative talent.

Brazil to the World

We exist to strengthen the national market and ignite global desire for Brazilian fashion and creativity. We were born to amplify our culture and lifestyle around the world.

OUR GEOGRAPHIES

GRI 2-1, CG-MR-000.A

Americas

807 STORES

North America
USA, Mexico, Canada.

Central America
Bermuda, Barbados, Bahamas, Costa Rica, Guatemala, Panama, Puerto Rico, Dominican Republic, Cayman Islands.

South America
Argentina, Brazil, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Uruguay, Venezuela.

607
Corporate stores

1,524
Franchises

11 million
active customers*

13
Plants

15
Distribution centers

Brazil

32,633 STORES

Europe

251 STORES

Albania, Germany, Spain, France, Greece, Ireland, Italy, England, Portugal, Romania, Switzerland, Turkey.

Africa

15 STORES

Ivory Coast, Egypt, Jamaica, Morocco, Mauritius, Central African Republic and Nigeria.

Asia

77 STORES

Hong Kong, India, Thailand

Oceania

11 STORES

Australia and New Zealand.

TIMELINE AZZAS 2154

FARM RIO SUMMER 2025

1880 — HERING founded

1972 — AREZZO founded

1991 — ANIMALE founded

1995 — SCHUTZ founded

1997 — FARM Rio founded

2004 — RESERVA founded

2007 — Merger between Arezzo and Schutz, AREZZO&CO is born

2010 — Creation of SOMA Group, through the merger of Animale and FARM Rio

2011 — Listing: Arezzo&Co IPO on B3

2020 — Acquisition of Reserva by Arezzo&Co and creation of AR&Co

Listing: IPO of SOMA Group at B3

2021 — Acquisition of Cia. Hering by SOMA Group

2024 — Arezzo&Co and SOMA Group merge. AZZAS 2154 is born

BRANDS

Azzas 2154 has established itself as a solid and innovative fashion platform, with a diversified portfolio that ranges from basics to high-end sophistication. This breadth reflects the Company's originality and its strength as a true powerhouse of brands.

Azzas 2154's operating model is structured around five Business Units (BUs), defined based on guidelines developed in partnership with an external consulting firm.

Each business unit has its own unique context and is led by an independent CEO (see Governance structure for more information), with the autonomy to allocate budgets and report performance indicators directly to the CEO of Azzas 2154.

The BUs are the core drivers of business performance—the engine that powers value creation. They ensure that each brand remains focused on consistently delivering value, sparking consumer desire and continuously strengthening key branding elements, strategic capabilities and internal culture.

The relationship and interaction between each Business Unit and the Azzas 2154 platform spans four main stages: the planning cycle, value-creation and synergy projects, management and performance rituals and moments of collaboration and sharing of best practices.

FOR FURTHER INFORMATION SEE GOVERNANCE STRUCTURE, ON PAGE 39

HERING BRAZILIAN BASICS

OFICINA SHIRTS

The Business Units are responsible for preserving their own strong and unique identities, even as the overarching culture of Azzas 2154 continues to take shape.

These are:

Footwear and Accessories

1. Alexandre Birman
2. Anacapri
3. Arezzo
4. Brizza
5. Schutz
6. Vans
7. Vicenza
8. ZZ Mall

R$ 4.8 bn
870 STORES
12 M

Women's clothing and Lifestyle*

1. Animale
2. Carol Bassi
3. Cris Barros
4. Fábula
5. FARM Rio
6. Maria Filó
7. NV
8. Off Premium

R$ 4.8 bn
330 STORES
8.9 M

Democratic Apparel*

1. HERING
2. HERING INTIMATES
3. HERING KIDS
4. HERING SHOES
5. HERING SPORTS

R$ 2.8 bn
702 STORES
4.5 M

Men's Clothing and Lifestyle

1. Foxton
2. Oficina Reserva
3. Reserva
4. Reserva INK
5. Reserva Go
6. Reserva Mini

R$ 1.8 bn
231 STORES
2.3 M

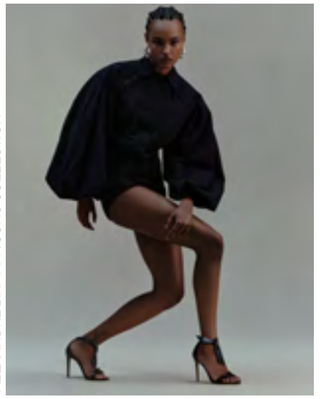
INDUSTRIAL BU

Operational front responsible for the production of the Company's Footwear and Accessories brands.

*The revenue figures for these business units are presented on a *pro forma* basis, as they include SOMA Group's revenues from periods prior to the merger.

FOOTWEAR AND ACCESSORIES

ALEXANDRE BIRMAN



ALEXANDRE BIRMAN ICONS COLLECTION

THIS LUXURY WOMEN'S FOOTWEAR BRAND STANDS OUT FOR ITS ARTISANAL QUALITY, INNOVATIVE AND EXCLUSIVE DESIGN AND THE USE OF PREMIUM MATERIALS. ATTENTION TO EVERY DETAIL IS EVIDENT, RESULTING IN PIECES DESIRED BY THE MODERN WOMAN.

15 corporate stores
103 multibrands

ANACAPRI

ANACAPRI HIGH SUMMER 2025 - NAH CARDOSO

THE WOMEN'S FOOTWEAR AND ACCESSORIES BRAND OFFERS VERSATILITY AND STYLE, WITHOUT COMPROMISING THE COMFORT, QUALITY AND PRACTICALITY SOUGHT BY ITS TARGET AUDIENCE.

2 corporate stores
266 franchises
1,921 multibrands

AREZZO

AREZZO PRE FALL 2024

THE LARGEST FASHION WOMEN'S FOOTWEAR RETAIL BRAND IN LATIN AMERICA. WITH OVER HALF A CENTURY OF HISTORY, IT TRANSLATES FASHION TRENDS FOR WOMEN OF ALL AGES, COMBINING HIGH QUALITY WITH CONTEMPORARY DESIGN.

24 corporate stores
421 franchises
1,439 multibrands

BRIZZA
AREZZO

BRIZZA SUMMER 2025 - BY THE SEA

AREZZO'S LINE OF FLIP FLOPS AND SUN SANDALS IS KNOWN FOR ITS VIBRANT COLORS AND COMFORTABLE DESIGN – PERFECT FOR BRAZIL'S TROPICAL CLIMATE AND VACATIONS.

1,392 multibrands

SCHUTZ

SCHUTZ SUMMER 2025

WITH A BOLD AND ORIGINAL APPROACH, SCHUTZ IS A WOMEN'S FOOTWEAR AND ACCESSORIES BRAND THAT SUITS THE MODERN, INDEPENDENT WOMAN. ITS CREATIONS ARE VERSATILE AND TREND-DRIVEN, WITHOUT COMPROMISING ON COMFORT AND QUALITY.

21 corporate stores
54 franchises
1,412 multibrands

Vicenza

VICENZA SUMMER 2025 - GOLDEN GIRLS

FOUNDED IN 1992 IN THE CITY OF IGREJINHA (RS), THIS WOMEN'S FOOTWEAR AND ACCESSORIES BRAND HAS BOTH NATIONAL AND INTERNATIONAL PRESENCE. ITS PURPOSE IS TO EMPOWER WOMEN THROUGH INNOVATIVE DESIGNS AND INSPIRE THEM TO LIVE AUTHENTICALLY.

1 corporate store
423 multibrands

WOMEN'S CLOTHING AND LIFESTYLE

ZZ'MALL

LAUNCHED IN 2020, THE MARKETPLACE HOUSES ALL THE COMPANY'S BRANDS AND LIFESTYLE PARTNERS WITH SIMILAR VALUES, IN THE DIGITAL SPACE.

Online sales only

ANIMALE

TIMELESS AND COSMOPOLITAN BRAZILIAN FASHION. WITH 34 YEARS OF HISTORY, THE BRAND CONTINUES TO MOVE NATIONAL FASHION FORWARD IN AN AUTHENTIC AND INSPIRING WAY, ALWAYS WITH AN EYE ON THE FUTURE. AT ORO, FASHION IS EXPRESSED THROUGH JEWELRY THAT INSPIRES A BOLD, STANDOUT STYLE. THE GATEWAY INTO THE ANIMALE UNIVERSE BEGINS WITH THE AUTHENTIC DENIM AND STREETWEAR OF ANIMALE JEANS.

64 corporate stores
1,086 multibrands*

* Includes the multi-brands Animale Jeans

CAROL BASSI

WITH AN EXCLUSIVE AND VIBRANT STYLE, THIS WOMEN'S CLOTHING, FOOTWEAR AND ACCESSORIES BRAND WAS CREATED IN 2014 BY ANNA CAROLINA BASSI – A DESIGNER WHO GREW UP SURROUNDED BY FASHION AND INFUSES HER PERSONAL STYLE AND ZEST FOR LIFE INTO EVERY CREATION.

7 corporate stores
90 multibrands

CRIS BARROS

FOUNDED IN 2002 BY DESIGNER CRIS BARROS, THE BRAND IS RECOGNIZED FOR THE CONTEMPORARY NATURE OF ITS CREATIONS AND THE ATTENTION TO DETAIL IN EVERY PIECE. ITS COLLECTIONS COMBINE REFINED TAILORING WITH A UNIQUE UNIVERSE OF EXPRESSION, RESULTING IN A STYLE THAT IS BOTH AUTHENTIC AND FREE.

12 corporate stores
59 multibrands

#fábula

FÁBULA COLLECTIONS LET YOU MAKE UP STORIES AND THE IMAGINATION RUNS WILD IN ITS PRINTS. LIKE THE PAGES OF A BOOK, EACH CHAPTER, A NEW COLLECTION, A BIRTH, A NEW DREAM, A DISCOVERY, A NEW PEOPLE AND A BRIGHTER FUTURE. FÁBULA YEARNS TO CHERISH THE CHILDHOODS OF YESTERDAY AND TODAY, TO DREAM OF A FUTURE WITH MORE FUN AND TO CLOTHE CHILDREN IN DREAMS AND JOY. AFTER ALL, PLAYING IS A PRIORITY, INSIDE OUT, FROM BACK TO FRONT, AT ALL AGES AND ANYWHERE.

15 corporate stores
798 multibrands

FARM RIO

A GROUP OF CREATIVES FROM RIO DE JANEIRO, WHO BELIEVE IN HAPPINESS. SINCE 1997, FARM RIO HAS BEEN CREATING CULTURAL MOVEMENTS, CELEBRATING NATURE AND INSPIRING TRANSFORMATION – WITH LOVE IN EVERY DETAIL.

BRAZIL
112 corporate stores
4,800 multibrands

GLOBAL
9 corporate stores
3 franchises
679 multibrands

MARIA FILÓ

MARIA FILÓ HIGH SUMMER 2024

A RIO-BASED WOMEN'S FASHION BRAND THAT BRIDGES THE CLASSIC AND THE CONTEMPORARY, WITH PIECES THAT TRANSCEND SEASONS AND GENERATIONS. DESIGNED FOR REAL, CONFIDENT WOMEN, MARIA FILÓ BRINGS CHARM, ELEGANCE AND VERSATILITY TO A WIDE RANGE OF OCCASIONS.

36 corporate stores
12 franchises
585 multibrands

nv

NV SUMMER 2025

FOUNDED IN 2012 BY DIGITAL INFLUENCER NATI VOZZA, THIS WOMEN'S FASHION BRAND IS GUIDED BY A CONSTANT FOCUS ON SOPHISTICATION. ITS PIECES ARE THOUGHTFULLY DESIGNED FOR WOMEN TO WEAR ON ALL OCCASIONS.

23 corporate stores
244 multibrands

OFFPREMIUM

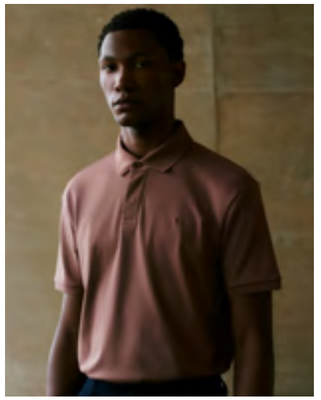
OFFPREMIUM BLACKFRIDAY

THE OFFICIAL OUTLET FOR MAJOR BRAZILIAN FASHION BRANDS SUCH AS ANIMALE, FARM RIO AND MARIA FILÓ, ETC. ITS PURPOSE IS TO CELEBRATE THE DIVERSITY OF STYLES AND THE BEAUTY OF CIRCULAR FASHION – IN A PLACE WHERE TIME BENDS AND ELEGANCE BECOMES ACCESSIBLE.

13 corporate stores

MEN'S CLOTHING AND LIFESTYLE

foxton



FOXTON WINTER 2025

A MEN'S CLOTHING AND ACCESSORIES BRAND THAT VALUES BEHAVIORS, STORIES AND PRODUCTS THAT STAND THE TEST OF TIME – TRANSCENDING TRENDS, EVOLVING AND REMAINING RELEVANT. ITS MISSION IS TO DELIVER QUALITY, ALWAYS WITH A FOCUS ON INNOVATION AND FASHION-FORWARD UPDATES.

31 corporate stores
195 multibrands

Oficina® RESERVA

OFICINA JACKETS

A MEN'S FASHION BRAND THAT EMBRACES THE REFINEMENT OF BASICS AND THE SOPHISTICATION OF DETAILS, OFICINA IS LOVED FOR ITS TAILORED DRESS SHIRTS, PREMIUM MATERIALS AND PERSONALIZED SERVICE.

27 corporate stores
260 multibrands

Reserva

RESERVA WINTER 2024

SINCE 2004, THE BRAND HAS BROUGHT INNOVATION TO MEN'S FASHION WITH HIGH-QUALITY PIECES AND AUTHENTIC DESIGN. ITS RIO DE JANEIRO ROOTS ARE EVIDENT IN THE BLEND OF CASUAL STYLE, COMFORT, HIGH FASHION AND STREETWEAR.

82 corporate stores
102 franchises
100 multibrands

Reserva Go

RESERVA GO WINTER 2024

RESERVA'S FOOTWEAR AND ACCESSORIES BRAND, FOCUSED ON DRESSING YOUTHFUL SPIRITS OF ALL AGES – FROM HEAD TO TOE.

4 corporate stores
1,431 multibrands

INK

RESERVA ARCHIVE

A BRAND FOCUSED ON CUSTOMIZED APPAREL WITH RESERVA'S SIGNATURE QUALITY – ESPECIALLY T-SHIRTS. IT ALSO OPERATES AS AN E-COMMERCE PLATFORM WITH ITS OWN SUPPLY AND DISTRIBUTION, BASED ON A PRINT-ON-DEMAND MODEL.

Online sales only

Reserva mini

RESERVA MINI WINTER 2024

FOUNDED IN 2012, THIS CHILDREN'S CLOTHING BRAND WAS CREATED FOR THE PURPOSE OF SUPPORTING THE DEVELOPMENT OF A FREER AND MORE CONSCIENTIOUS GENERATION. ITS GARMENTS ARE PRACTICAL, COMFORTABLE AND STYLISH – PERFECT FOR KEEPING UP WITH KIDS' ENERGY.

16 corporate stores
560 multibrands

VANS "OFF THE WALL"

VANS MTE™ CROSSPATH

AN ICON OF SKATE CULTURE, VANS WAS FOUNDED IN 1966 AND HAS EVOLVED FROM A BRAND FOCUSED ON SKATE SHOES TO A BROAD STREETWEAR APPAREL PORTFOLIO. ITS PRESENCE IS GLOBAL – AND PARTICULARLY STRONG IN BRAZIL.

15 corporate stores and 9 outlets
27 franchises
3,550 multibrands

DEMOCRATIC APPAREL

HERING

HERING BRAZILIAN BASICS

A BRAZILIAN ICON SINCE 1880. WITH AN INNOVATIVE SPIRIT AND A TRULY BRAZILIAN DNA, HERING HAS SPANNED GENERATIONS IN STEP WITH THE SPIRIT OF THE TIMES. WITH A STRONG EMOTIONAL LEGACY, THE BRAND CONTINUES TO EVOLVE – WHERE BASICS MEET FASHION.

HERING INTIMATES – THE BEST IN COMFORT FOR SLEEPWEAR AND UNDERWEAR

HERING KIDS – A LIGHT AND ORIGINAL PERSPECTIVE ON THE WORLD OF CHILDHOOD

HERING SPORTS – FREEDOM OF MOVEMENT FOR SPORTS AND ACTIVE LIFESTYLES

HERING SHOES – BASICS FROM HEAD TO TOE

69 corporate stores
633 franchises
9,371 multibrands

HERING SHOES HIGH SUMMER 2025

EFFECTS OF THE MERGER ON OUR PRODUCTION CHAIN

GRI 2-6

The merger led to the creation of new footwear lines for FARM Rio and Hering Shoes, expanding synergies between business units and strengthening the value chain through new collaborations. Hering Shoes launched the "Basics from Head to Toe" footwear range, featuring sandals, sneakers and loafers for both men and women. Meanwhile, the APÉ footwear line marked FARM Rio's entry into this segment.

PORTFOLIO SIMPLIFICATION

Aiming to improve capital allocation, the Group carried out a detailed brand portfolio review. With support from external advisors, the Company evaluated factors such as growth potential, allocated capital, return on capital employed (ROCE) and cash generation for each brand.

As a result, the following brands were discontinued:

- Alme – gender-neutral footwear made with low-impact materials and designed for maximum comfort.
- Dzarm – youth fashion focused on personal expression.
- Reversa – women's apparel inspired by its parent brand, Reserva.
- Simples – essential apparel targeting the adult AB segment.
- TROC – a secondhand platform for premium and luxury items.
- The BAW brand was sold back to its founders.
- Brizza and Fábula will now operate as product categories under the Arezzo and FARM Rio brands, respectively.

FÁBULA HIGH SUMMER 2025 COLLECTION – EVERYTHING TO DO, NOTHING TO DO.

Azzas 2154 acknowledges and thanks these brands for their contributions — bringing innovation, identity and connection to diverse groups over the years.
Their legacies and learnings continue to influence the Company's future.

ESG HIGHLIGHTS BY BUSINESS UNIT

AREZZO WINTER 2024 - CAMPERO BOOTS

FARM RIO HIGH SUMMER 2025

FOOTWEAR AND ACCESSORIES BU

Ranked ninth globally in the list of the 100 fastest-growing sustainable companies, as published by Time magazine.

Certified in Racial Equity by the ESG Racial Equity Index of the Pact for Racial Equity.

WOMEN'S CLOTHING AND LIFESTYLE BU

SOMA Group has joined the select group of 4% of Brazilian companies that account for and monitor emissions from Category 12 (end-of-life treatment of sold products) in their GHG Inventory.

FARM Rio won the 2024 Diversity in Practice Award for the project REFARM CRIA: Fashion Edition (2023), in the Inclusive Business category.

DEMOCRATIC APPAREL BU

In December, Hering became a partner of the Pact Against Hunger, signing up to the organization's goals: to eradicate hunger in Brazil by 2030 and ensure that everyone is well-nourished by 2040.

The Hermann Hering Foundation (FHH) benefited 228,800 people through its initiatives, based on the pillars "Fashion that values people" and "Preserving fashion heritage & culture". A highlight was the Black and Indigenous Leadership Development Program by the Instituto Identidades do Brasil (ID_BR), supported by FHH. The program offered skill-building tracks for 200 Black and Indigenous scholarship recipients and granted 23 full scholarships to participants.

HERING HIGH SUMMER 2025

MEN'S APPAREL & LIFESTYLE BU

The 1P=5P project (1 piece = 5 meals) reached the milestone of 145 million meals supplemented, benefiting more than 1 million people facing food insecurity in Brazil since 2016.

Over 500% growth in post-consumer items collected through Reserva's reverse logistics program, Reserva Circular.

RESERVA WINTER 2024

BUSINESS MODEL

INPUTS

Financial capital
- Revenue
- Investment
- Gross profit
- Available cash
- Net debt

Manufactured capital
- Factories and workshops
- Distribution centers
- Infrastructure of more
- 2,131 stores and 27 brands
- Head offices
- E-commerce franchises

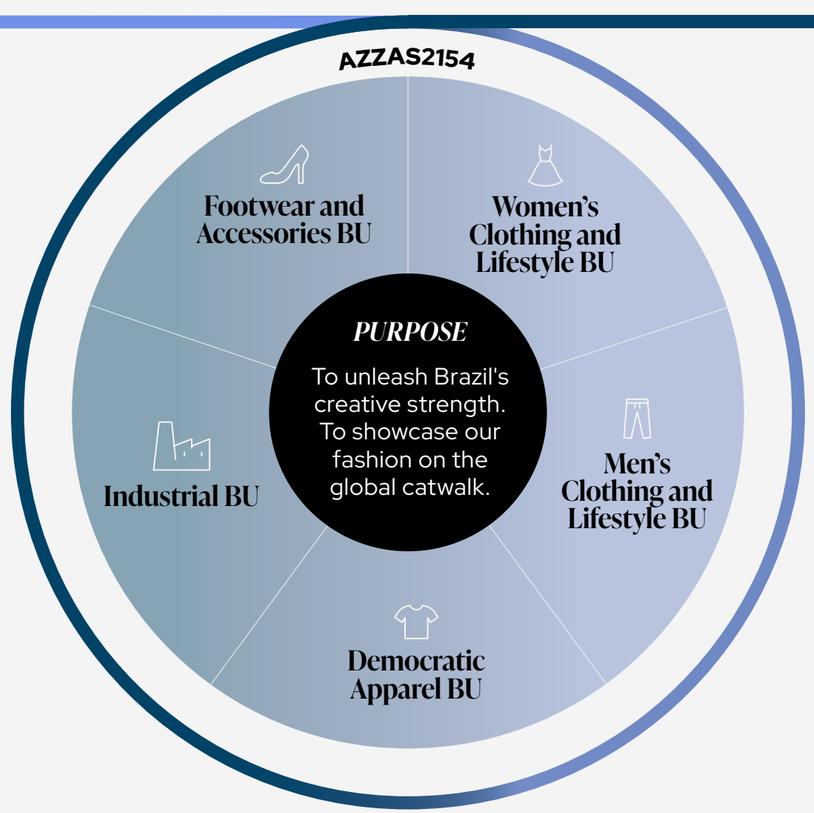
Intellectual capital
- Investing in technological
- Circular economy program
- Traceable raw materials

Human capital
- Over 25,000 employees
- Leadership and career fast-tracking programs
- Diversity, equity & inclusion policies

Social and relationship capital
- 1,856 suppliers
- Social initiatives
- Customers
- Socio-environmental partnerships
- Participation in ISE B3 sustainability indexes

Natural capital
- Electricity consumption
- Water consumption
- Raw materials usage

INPUTS



RESULTS

COMMITMENT

To take a leading role in the fashion industry also means embracing commitments – to society, to the planet and to people. It means inspiring a future that is fairer, more ethical and more sustainable. It means creating true positive impact by making genuinely responsible fashion.

IMPACTS/OUTCOMES

Financial capital
- ▲ Gross revenue growth
- ▲ Investments in store expansion and digitalization
- ▲ Ebtida
- ▼ Increase in taxes impacting results

Manufactured capital
- ▲ Infrastructure improvements with a focus on eco-efficiency
- ▲ Implementation of reverse logistics services and circular practices
- ▼ Consumption of energy and natural resources

Intellectual capital
- ▲ Certifications such as B Corporation and inclusion in the Corporate Sustainability Index (ISE)
- ▲ Innovation initiatives in products and processes
- ▲ Digital platforms (ZZ'Mall; SOMALabs)

Human capital
- ▲ Employee recognition and training
- ▲ Advancements in diversity and inclusion (Affirmative programs for hiring and developing underrepresented groups)
- ▲ Benefits and compensation

Social & relationship capital
- ▲ Strengthening consumer trust in service and brand reputation
- ▲ Socio-environmental projects
- ▲ (1P5P and A Thousand Trees) Fundação Herman Hering
- ▲ Investment in social responsibility

Natural capital
- ▲ Carbon offsetting and reforestation
- ▲ Reduction in water usage and textile waste management
- ▲ Environmental reserve spanning over 4 million m²
- ▼ Dependence on raw materials with high environmental impact

GOVERNANCE PILLAR

FAIRER AND MORE TRANSPARENT FASHION

To be a benchmark in ESG best practices and culture, ensuring transparent communication and a systemic approach to sustainability management

Material topics

Waste management and circularity
Climate change
Supply chain management
Diversity, equity and inclusion
Water and wastewater management

Capitals

SDGs

AREZZO SUMMER 2025 - LÍVIA PARA AREZZO

CORPORATE GOVERNANCE

Azzas 2154 reaffirms its commitment to transparency in the fashion industry by adopting practices that ensure ethics, integrity, data protection and structured and responsible government relations.

In a year marked by the merger, corporate governance played a key role in integrating brands, strengthening operations and upholding high ethical and regulatory standards. Through a 100-day plan, the Company reviewed policies and structures, while also consolidating its sustainability strategy as a central pillar.

GOVERNANCE STRUCTURE

GRI 2-9

Azzas 2154's governance is built on strategic guidelines, institutional roles, corporate synergies, shared expertise and performance monitoring. Its structure is organized as follows:

OFICINA LINEN

BOARD OF DIRECTORS*

Pedro Parente
Chair – Independent

Does not hold an executive role
Independent member
Term duration: 1 year

Experience in both the public and private sectors, with a strong background in executive leadership, corporate governance and strategic management

Gender: male

Anna Chaia
Vice Chair – Independent

Does not hold an executive role
Independent member
Term duration: 1 year

Experience in business development, strategic planning and operations management

Gender: female

Sylvia Leão
Director - Independent

Does not hold an executive role
Independent member
Term duration: 1 year

Over 30 years' experience in the retail market; merchandising; business strategy; team leadership; strategic planning; sales management; product development; trade marketing; market planning; leadership development; negotiation; supply chain management; logistics management; human resources

Gender: female

Alexandre Birman
Key shareholder

Holds an executive position as CEO/CCO of Azzas 2154
Not an independent member
Term of office: 7 years

Expertise in strategy, innovation and product development, combined with unrivaled market knowledge

Gender: male

Roberto Jatahy
Key shareholder

Holds an executive position as CEO of SOMA Group
Not an independent member
Term of office: 1 year

Expertise in business strategy, strategic planning, marketing strategies, negotiation, business planning, retail and team leadership

Gender: male

Marcel Sapir**
Director

Does not hold an executive role
Independent member
Term duration: Under 1 year

Graduated in Economics from PUC Rio, he holds a master's degree in Finance, with extensive professional experience in the retail sector.

Gender: male.

José Ernesto Bologna
Director

Does not hold an executive position
Independent member
Term of office: 11 years

Extensive experience in organizational and human development within companies.

Gender: male

Guilherme Benchimol
Director

Does not hold an executive position
Independent member
Term of office: 1 year

Extensive experience in the financial and corporate sectors.

Gender: male

Edison Ticle
Director

Does not hold an executive position
Independent member
Term of office: 1 year.

Extensive experience in the financial and corporate markets

Gender: male

GOVERNANCE OFFICE
Carlos Eduardo de Castro Neves

COMMITTEES

	Statutory Audit	People, Compensation and & Sustainability	Strategic and Integration
Coordinator	Carlos Elder Aquino	José Ernesto Bologna	Anna Chaia
Composition	Sylvia Leão, Carlos Elder Aquino (external) and Patricia Verderesi (external)	Pedro Parente, Sylvia Leão, Alexandre Birman and Roberto Jatahy	Alexandre Birman, Roberto Jatahy, Marcel Sapir and Pedro Parente
Meetings	At least 6 meetings per year, held in the same month as the Board meetings and prior to them.	At least 6 meetings per year, held in the same month as the Board meetings and prior to them.	At least 6 meetings per year, held in the same month as the Board meetings and prior to them.

*Except for Anna Chaia and Sylvia Leão, none of the other members belong to underrepresented social groups

**Joined in 2025, replacing Ruy Kameyama, who took on the role of CEO of the AR&CO Business Unit.

CRIS BARROS – MAGICIANS OF LIFE – EVERYDAY ARTISTS

Nomination and selection of the highest governance body

GRI 2-10

On August 01, 2024, as part of the merger process and following approval at a Statutory General Meeting (AGE) and a meeting of the Board itself, new members were elected to the Board of Directors and the Statutory Executive Board, both with terms lasting until August 2026. Certain positions were also restructured.

The selection process is guided by criteria such as transparency, diversity, independence, specific competencies and dedication. These parameters are evaluated by the People, Compensation and Sustainability Committee, which considers stakeholder participation and the need to balance experience and innovation within the Board's profile.

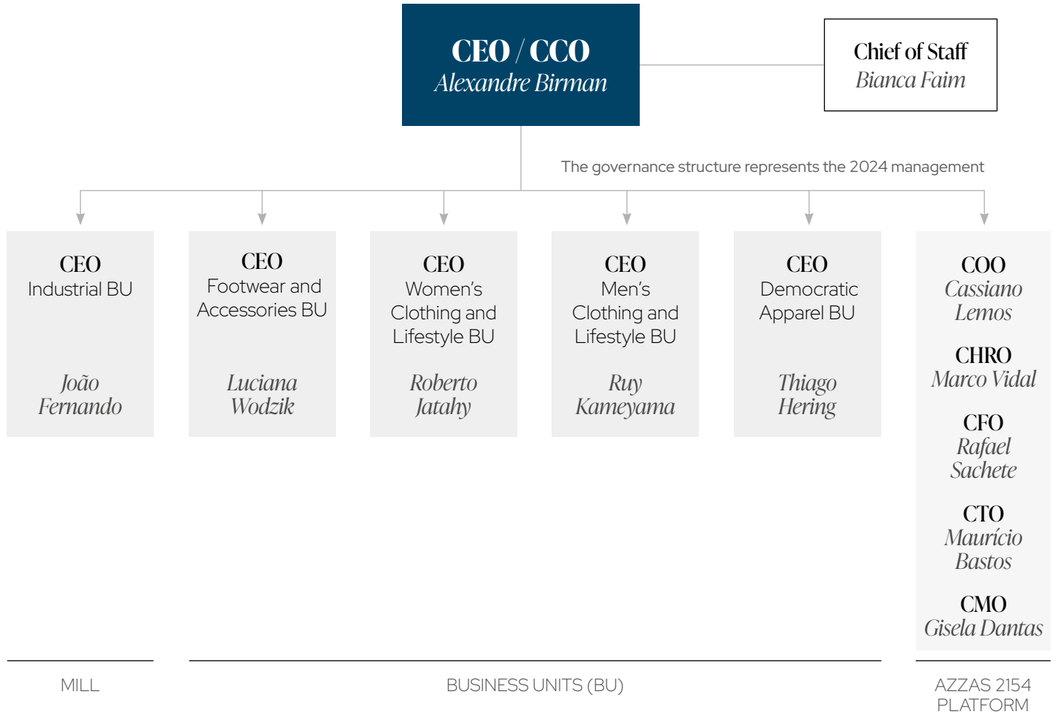
Azzas 2154's Board of Directors must be composed of 7 to 11 members, with at least 20% being independent directors, in accordance with regulations such as Novo Mercado and CVM Resolution No. 80.

Board members are elected for two-year terms, with the possibility of re-election and must meet legal and regulatory requirements, including signing terms of office and adhering to internal policies.

Board members residing abroad must appoint a legal representative in Brazil. To reinforce its governance and impartiality, the accumulation of roles as chair of the Board and CEO is prohibited.

Business unit governance

The governance structure is also supported by the CEOs of the Azzas 2154 platform and the Business Units (BUs) of the brands, plus the core-support C-level executives.



PIONEERING FEMALE LEADERSHIP AT AZZAS 2154

Heading the Footwear & Accessories Business Unit, Luciana Wodzik is the Company's first ever female CEO. Her presence as CEO is key to a virtuous cycle – where employees, inspired by her example, also help drive the increasingly frequent presence of women in strategic and leadership positions.

LUCIANA WODZIK

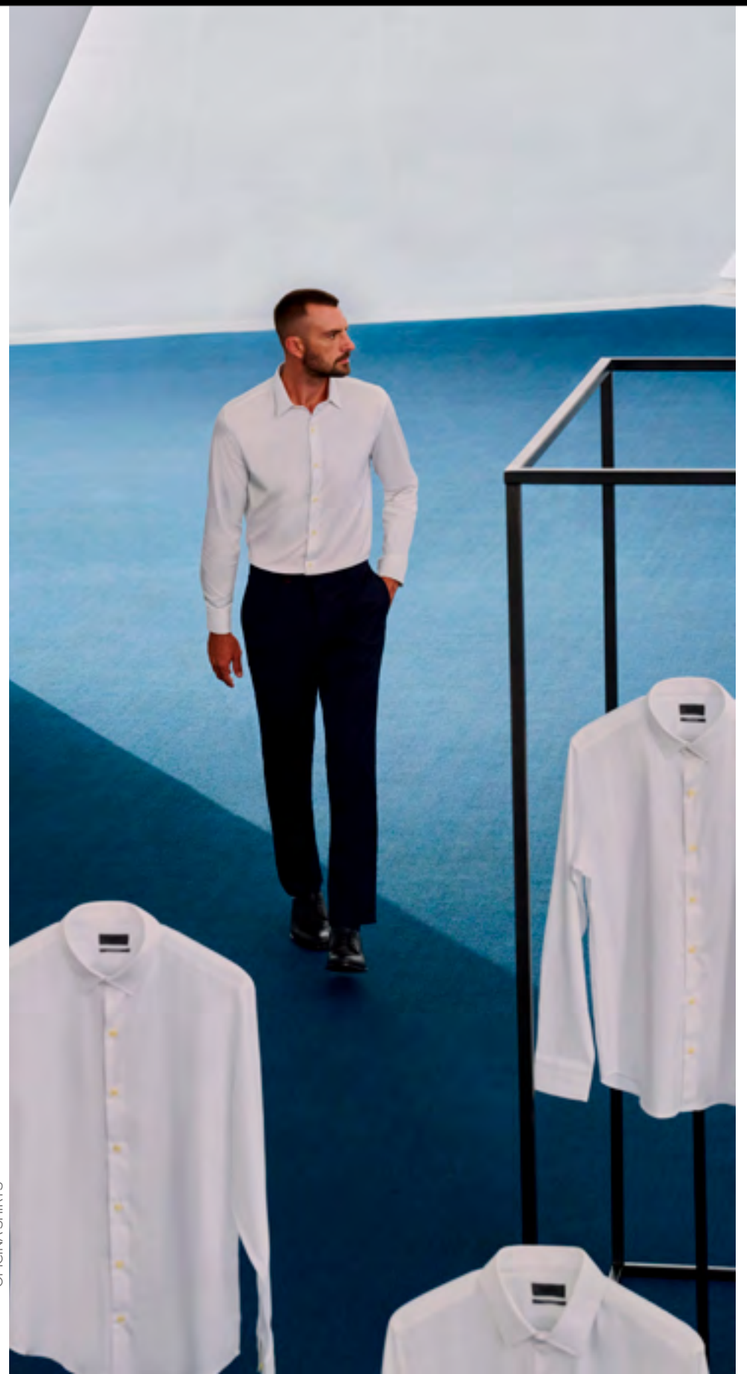
Statutory executive board

Alexandre Birman	CEO / CCO	First elected on 05/19/2021
Roberto Jatahy	Director of Women's clothing and Lifestyle Business Unit (BU)	First elected on 08/01/2024
Rafael Sachete	CFO and Corporate and Investor Relations Officer*	First elected on 05/19/2021
Thiago Hering	Head of the Men's Clothing BU	First elected on 08/01/2024
Ruy Kameyama	Statutory Officers	First elected on 02/17/2025

*Formerly Corporate vice-president, CFO and Investor Relations Officer of Arezzo&Co.

Oversight Board

Martin da Silva Gesto	Serving member	First elected in 2018
João Luiz Trindade Telles da Silva	Serving member	First elected in 2019
Ricardo Gus Maltz	Serving member	First elected in 2018
Tiago Rego de Lima	Substitute	First elected in 2024
Valmor Leandro Biason	Substitute	First elected in 2019
Vinícius de Azambuja Franco	Substitute	First elected in 2019



OFICINA SHIRTS

ADVISORY COMMITTEES TO THE BOARD OF DIRECTORS

The committees that oversee and make decisions on topics related the organization's impacts on the economy, the environment and people are:

- Statutory Audit Committee
- People, Compensation and Sustainability Committee
- Strategy & Integration Committee

ANIMALE DIA DAS MÃES 2024

Statutory Audit Committee (CAE)

The Statutory Audit Committee is an advisory body to the Board of Directors. It operates with the objective of ensuring financial transparency and integrity, in accordance with both internal policies and external regulations.

Its main responsibilities include:

- Issuing opinions on the retaining and dismissal of independent audit services
- Oversee external audit, internal audit, compliance, risk management and internal controls activities
- Evaluate and monitor the quality and integrity of internal control mechanisms, quarterly reports, interim and annual financial statements, the Company's risk exposures and the adequacy of related-party transactions.

Elected members serve a two-year term and include a specialist in corporate accounting and independent board members. The Audit Committee (CAE) prepares annual and quarterly reports containing detailed information on its activities, findings and recommendations, which are submitted to the Board of Directors and made available to the CVM (Brazilian Securities Commission).

Its coordinator meets with the Board of Directors to report on the Committee's activities. Information is reported at least bimonthly or whenever necessary. This communication cycle ensures transparency and effective coordination between the executive levels and the governance body.

People, Compensation and Sustainability Committee (CPRS)

The People, Compensation and Sustainability Committee (CPRS) is an advisory body to the Board of Directors. It is responsible for assisting the Board in matters related to compensation, sustainability and governance, in accordance with applicable internal policies and external regulations.

Its main responsibilities include:

- Recommending to the Board of Directors the parameters and guidelines for the Company's compensation policy
- Monitoring and managing the procedures, guidelines and criteria to be followed in the nomination process for members of the Executive Board, boards and committees
- Overseeing and evaluating the succession planning process for the Company's key positions
- Managing the performance review process for the boards and committees
- Monitoring the performance review process for key executives
- Guiding and deliberating on the Company's ESG and sustainability strategies;
- Ensuring commitment to the social development of stakeholders, with a focus on equity and diversity.

Elected members serve a two-year term. Meetings are held at least bimonthly and the Committee's coordinator is responsible for reporting CPRS activities and recommendations to the Board of Directors.

Strategy & Innovation Committee

A permanent collegiate body, the Strategy and Integration Committee supports the Board of Directors in analyzing business negotiations and brand opportunities, including topics such as economic feasibility, alignment with the Company's strategy and associated risks.

SCHUTZ SUMMER 2025

CRIS BARROS – MAGICIANS OF LIFE – EVERYDAY ARTISTS

In addition, it issues recommendations on the Company's strategic plans and analyzes matters under the responsibility of the Board of Directors or the Executive Board that may be potentially strategic for the business.

The Committee is composed of a minimum of three and a maximum of five members and may include representatives from the Board of Directors and/or individuals external to the Company. Members are appointed and dismissed by the Board of Directors at any time. They serve a unified renewable two-year term.

AZZAS 2154 DAY ONE

On August 15, 2024, the Company held an event to present its short- and long-term goals and to reinforce investor and stakeholder confidence in the merger. On that occasion, financial projections, expansion plans, integration strategies and new market opportunities resulting from synergies between brands were shared. Targets and assumptions of Azzas 2154 were also presented.

MANAGING IMPACTS

GRI 2-13

The Statutory Audit Committee (CAE) is an advisory body to the Board of Directors and is responsible for supervising and monitoring risk management, internal controls and compliance. The Company understands that the process of risk and impact management must be embedded at all levels of the organization.

The Risk Management and Internal Controls team is responsible for developing and applying the Company's risk management strategy and methodology, based on laws, regulations, internal policies and procedures and governance best practices.

Among the responsibilities of the Company's executives is the monitoring and mitigation of risks through the implementation of policies and procedures aligned with Azzas 2154's goals and objectives.

Its structure comprises various governance bodies, each with specific duties. The Board of Directors, the Statutory Audit Committee and the Executive Board have distinct responsibilities and must work seamlessly, in accordance with their roles and competencies. Relevant and strategic information is reported by the ESG Executive Committee (CAE) monthly or whenever necessary.

SUSTAINABILITY GOVERNANCE STRUCTURE

GRI 2-12, 2-14, 2-24

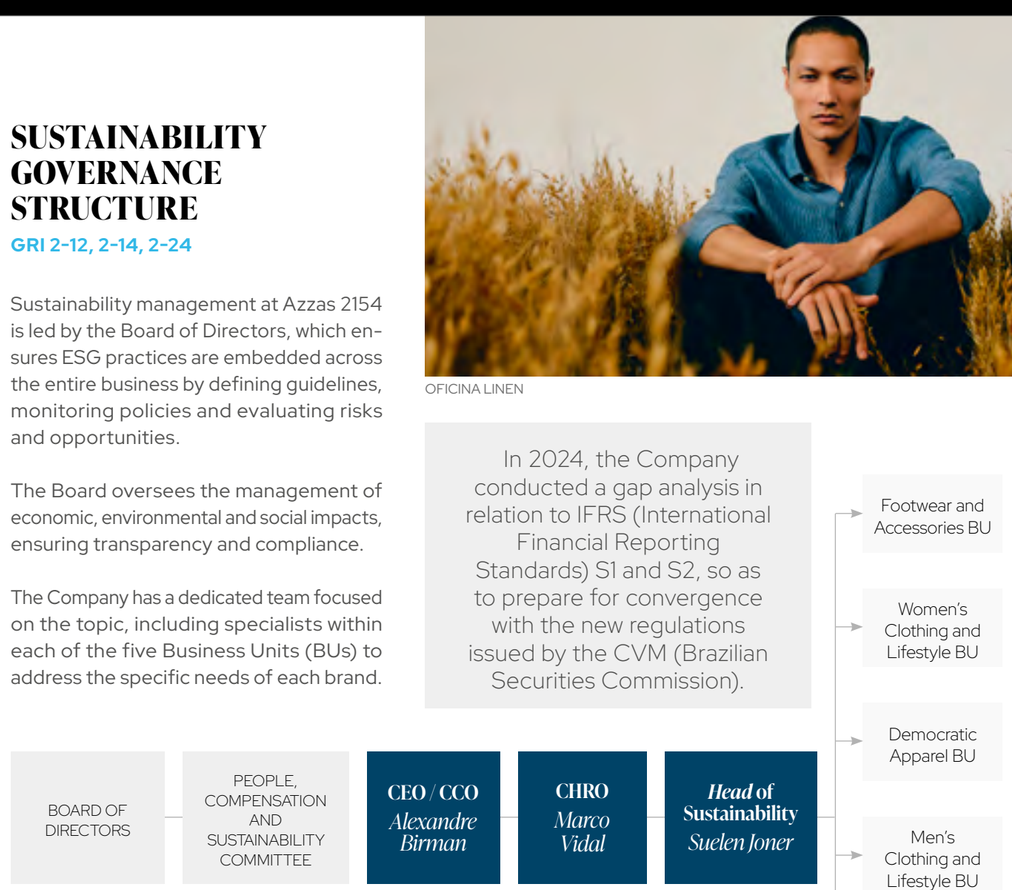
Sustainability management at Azzas 2154 is led by the Board of Directors, which ensures ESG practices are embedded across the entire business by defining guidelines, monitoring policies and evaluating risks and opportunities.

The Board oversees the management of economic, environmental and social impacts, ensuring transparency and compliance.

The Company has a dedicated team focused on the topic, including specialists within each of the five Business Units (BUs) to address the specific needs of each brand.

OFICINA LINEN

In 2024, the Company conducted a gap analysis in relation to IFRS (International Financial Reporting Standards) S1 and S2, so as to prepare for convergence with the new regulations issued by the CVM (Brazilian Securities Commission).



REMUNERATION POLICY

GRI 2-19, 2-20

The development of Azzas 2154's compensation strategy includes structured steps to ensure transparency and alignment with market best practices, taking into account each professional's roles and responsibilities and the Company's strategic goals and objectives. As a result of the merger, Azzas 2154 is revisiting its guidelines and working to build an integrated compensation strategy across its Business Units (BUs).

MARIA FILÓ SUMMER 2025

SHARE OWNERSHIP

GRI 2-1, 2-2

Azzas 2154 is a publicly traded corporation, with its shares listed on the Novo Mercado segment of B3 S.A., recognized as the highest standard of corporate governance in Brazil. Listing on the Novo Mercado requires compliance with strict criteria, including transparent financial reporting.

Following the merger between SOMA Group and Arezzo&Co on August 01, 2024, the Company was renamed Azzas 2154 and its share capital was increased by R$ 578,953,615.18 through the issuance of 95,500,607 new common shares. As part of this process, SOMA Group shareholders became shareholders of Azzas 2154.

Marking a new phase for the largest fashion platform in Latin America, Azzas 2154's common shares began trading on the B3 Novo Mercado under the ticker symbol AZZA3 and the trading name AZZAS 2154.

The Company's current share capital is composed of 206,489,813 common shares, reflecting its strength and commitment to transparency and value creation for shareholders and stakeholders.

ALEXANDRE BIRMAN ICONS COLLECTION

Shareholders		Number of shares	%
Owners of the company		69,688,952	33.7%
Executives		136,760	0.1%
Treasury		20,781	0.0%
Free float		136,643,320	66.2%
	Westwood	11,147,920	5.4%
	Canada Pension Plan	10,464,387	5.1%
	Other	115,031,013	55.7%
TOTAL		**206,489,813**	**100%**

ETHICS, INTEGRITY AND COMPLIANCE

GRI 2-23

Azzas 2154 maintains a strong commitment to ethics, integrity and compliance, guided by the Company's conduct guidelines and policies, ensuring that its operations comply with the highest standards and applicable legislation.

The main mechanisms for ensuring integrity and preventing unlawful acts — including anti-corruption practices, particularly those related to public administration — are outlined in the Code of Conduct for the Arezzo&Co and SOMA Business Units (BUs). These documents apply to all employees across the Group, regardless of hierarchical level and, where applicable, also to shareholders, service providers, suppliers and other business partners, plus individuals working on company premises and/or representing the organization before third parties.

SCHUTZ SUMMER 2025 - HEAVEN

Azzas 2154's Whistleblowing Channel is operated by an independent and specialized contractor, enabling safe and, if desired, anonymous reporting of any conduct considered unethical or in violation of ethical principles, codes of conduct and/or applicable laws.

HERING HIGH SUMMER 2025

CONFLICTS OF INTEREST

GRI 2-15

Azzas 2154 has established clear principles and guidelines to prevent and mitigate conflicts of interest, promoting transparency and integrity across its operations. Preventive and corrective measures include training, formalization and regular review of internal policies and procedures, ongoing monitoring and the strengthening of the internal control environment.

WHISTLEBLOWING CHANNEL

GRI 2-25, 2-26, 406-1

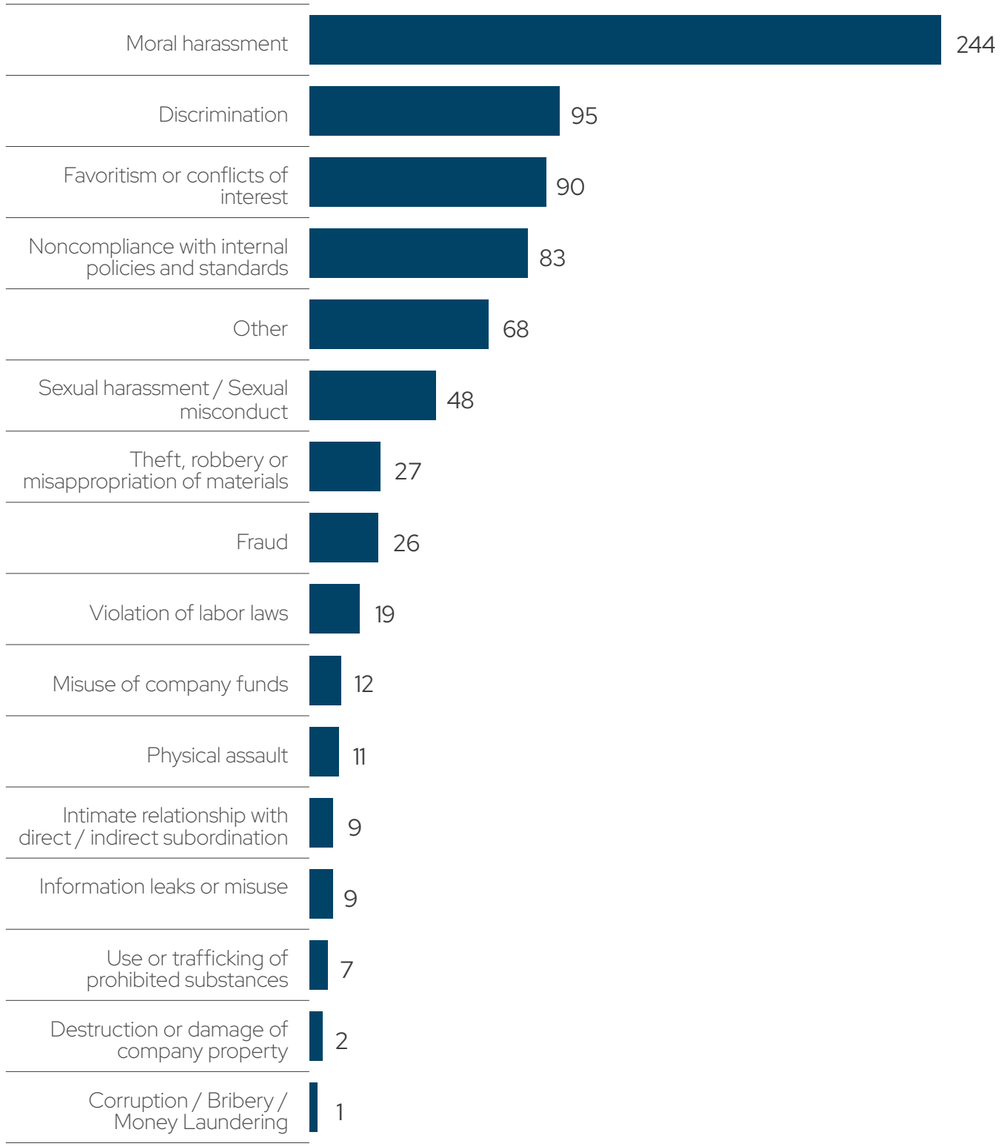
Azzas 2154 provides a Whistleblowing Channel that is freely accessible to all employees and third parties, allowing for safe — and, if desired, anonymous — reporting of conduct considered unethical or in violation of ethical principles, codes of conduct and/or applicable laws.

The Whistleblowing Channel is managed by an independent and specialized contractor, ensuring each case is handled suitably and in confidence.

All reports are investigated independently and impartially by Compliance. Any form of reprisal — direct or indirect — related to a good-faith report is strictly prohibited.

In 2024, Azzas 2154's Compliance team received a total of 751 reports. Of those, 614 were investigated and finalized: 110 were found to be substantiated, 77 partially substantiated, with appropriate actions taken, 133 were unsubstantiated, 235 were inconclusive and 59 had insufficient data.

BELOW IS A BREAKDOWN OF THE TYPES OF REPORTS RECEIVED:



ANIMALE ORO FESTAS

Azzas 2154's Whistleblowing Channel is available 24 hours a day, seven days a week, through www.contatoseguro.com.br/azzas2154 or by phone at 0800-601-8606 (Brazil).

U.S.: 1 (800) 910-4362
England: 0800 102 6414
Italy: +39 800 932 485.

RISK MANAGEMENT

GRI 2-13

Azzas 2154's Risk Management Policy aims to formalize, regulate, standardize and promote the guidelines and responsibilities of the risk management process in an aligned, coordinated and synergistic manner.

The Company's risk management methodology is based on COSO guidelines regarding the integrated framework for enterprise risk management.

Azzas 2154's risk management structure includes various corporate governance bodies, each with specific responsibilities. The Board of Directors, the Executive Board and the Statutory Audit Committee all have distinct roles and must work in unison, in line with their respective duties and competencies.

EXTERNAL RELATIONS & ADVOCACY

GRI 2-23, 2-28, 2-29, 3-3

As the leading fashion group in Latin America, Azzas 2154's social and environmental responsibility was demonstrated through the reaffirmation of its global commitments – such as the Business Ambition for 1.5°C, the CDP, the Science Based Targets initiative (SBTi), the Elas Lideram 2030 Movement and the Racial Equity Pact. The Company joined the Steering Committee of the Fashion and Textile Working Group of the UN Global Compact – Brazil Network, organizing discussions on human rights in the industry and participating in the launch of the Climate Justice Guidebook at COP29.

Azzas 2154 also took part in national and international events focused on responsible fashion, circular economy and social equity, including "Dia B" (Paraguay), "Lente B" (Brazil) and Rio Innovation Week. FARM Rio represented Brazil at the G20, reinforcing the brand's social and environmental commitment. Azzas 2154 also expanded its impact through educational campaigns and initiatives such as the "One Thousand Trees a Day, Every Day" program, promoting regenerative practices and conscientious consumption.

INDUSTRY DIALOG

The Company intensified its engagement with key industry representatives, including the Brazilian Textile and Apparel Industry Association (Abit), the Brazilian Association of Textile Retail (ABVTEX), the Rio de Janeiro State Industry Federation (Firjan), the São Paulo State Industry Federation (FIRJAN) (Fiesp), the Institute for Retail Development (IDV) and the Brazilian Shopping Center Association (Abrasce).

FARM RIO SUMMER 2025

RESPONDING TO THE FLOODS IN RIO GRANDE DO SUL

Azzas 2154 urged its brands and partners to support communities affected by flooding in Rio Grande do Sul, combining emergency relief efforts with long-term initiatives. In the face of the climate disaster, the Company's initial priority was to ensure the safety and well-being of its employees. In May 2024, Alexandre Birman presented the "Next Steps RS" Movement in the United States, raising over R$ 6.4 million to help rebuild homes in key cities of Brazil's footwear industry. The initiative brought together companies and industry associations such as Abicalçados (Brazilian Footwear Industry Association), Assintecal (Brazilian Association of Leather, Footwear and Related Components Companies) and CICB (Center for the Brazilian Tanning Industry). In addition, the Company donated over 26,000 essential items, extended deadlines for franchisees and multi-brand partners and provided financial assistance to affected employees.

Through donations and campaigns, the group's companies led several solidarity initiatives in support of Rio Grande do Sul. One example was the "Jogando Junto" collaboration between Reserva and the football clubs Grêmio and Internacional, with all sales profits directed to post-flood reconstruction efforts. SOMA Group donated 2 metric tons of essentials – including food, water and hygiene products – plus 27,000 clothing items, all given to the Next Steps Movement.

SUSTAINABILITY AND BUSINESS STRATEGY

MACROECONOMIC OUTLOOK FOR THE SECTOR

2024 was transformational for Brazilian fashion. The merger between Arezzo&Co and SOMA Group, resulting in the creation of Azzas 2154, consolidated a company with a diversified portfolio in an addressable market of R$ 71.8 billion and strong potential to significantly leverage growth opportunities.

The fashion and retail sector simultaneously faced a challenging 2024, impacted by both global and domestic economic instability. In Brazil, exchange rate volatility drove up costs, while inflation ate away at purchasing power and affected the consumption of non-essential goods.

Azzas 2154's main strategic priority for 2025 will be to improve operational efficiency and optimize capital allocation, focusing on projects and initiatives with the highest internal rate of return (IRR), with the primary goal of maximizing cash generation.

HERING HIGH SUMMER 2025

The year 2025 will be focused on efficiency, profitability and cash maximization.

FARM RIO SUMMER 2025

FINANCIAL AND OPERATING PERFORMANCE

Azzas 2154 structured its business strategy by balancing growth, innovation and sustainability, while consolidating operations post-merger. The organizational restructuring included a centralized platform for administration and finance – encompassing technology, marketing, operations and people management, four business units and one unit dedicated to industrial production. In 2024, the focus was on ensuring a smooth transition. The autonomy of the brands was preserved, allowing their leaders to remain focused on one goal: maintaining customer satisfaction and thereby driving sales growth. The finance departments were merged and the turnaround of the Democratic Apparel Business Unit (Hering) was accelerated. Revenue synergies were implemented, particularly regarding the launch of footwear lines at Hering and FARM. In addition, the Company conducted a brand portfolio review to discontinue or divest brands that were not profitable, had low cash generation and required high levels of invested capital.

The priority for 2025 will be optimizing capital allocation, with a focus on the highest-return initiatives aimed at maximizing cash generation. With synergies already identified, benchmarking across brands and consolidated processes underway, 2025 bodes well for efficiency and profitability.

THE YEAR AT A GLANCE

Footwear and Accessories

Consolidation of the franchising division for Arezzo, including an Excellence Program designed to support franchisees in financial modeling, ensuring their profitability.

Following an in-depth review, Anacapri regained strength in full-price channels, showing significant growth.

In November, the opening of the first Arezzo megastore in Brazil — located at Shopping Recife in the Pernambuco state capital — introduced three key performance indicators (KPIs): revenue growth, market share and viability, with the goal of reducing expenses and improving the customer experience.

Women's clothing and Lifestyle

FARM Rio experienced strong growth both in Brazil and internationally. A project to extend the brand into accessories is already successfully operating through the B2B channel.

Animale underwent a full team restructuring and a recovery of its brand DNA, with promising results already seen in the showroom and a repositioning expected to shape the Winter 2025 collection.

Cris Barros stood out for its solid financial management, with a strong focus on cash flow. Maria Filó had a stable year, with growth in the summer season and steady performance in the winter.

FARM RIO SUMMER 2024 - CORAÇÃO DA FLORESTA

Men's Clothing and Lifestyle

One of the key milestones of the year was the leadership transition from the founders to an experienced market executive—strengthening the company's commitment to professional management and its forward-looking vision.

Reserva maintained its bold and irreverent identity through impactful campaigns: on Valentine's Day, it embraced sensitivity and inclusion; on Father's Day, its collaboration with Senna outperformed B2B targets; and at Christmas, it leaned into its DNA with humor and a spotlight beyond the Southeast region.

Reserva Go continued to gain traction in the sneakers market with the launch of the Broox sneaker — a brand classic that reinforces its youthful appeal.

Reserva Mini focused on its strategic return to the multibrand channel, resulting in an impressive 53% growth, with margin gains and increased brand reach.

RESERVA MINI - WINTER 2024

Democratic Apparel

Accelerated growth rates post-merger and a rebound in the sell-in channel.

Iconic campaigns with strong organic engagement. Mother's Day featuring Sabrina Sato; Father's Day with Bernardinho and Bruninho; Christmas with Bruna Marquezine and Cédric Grolet.

New megastore openings, including the new concept store at Shopping Ibirapuera in São Paulo.

The Hering app introduced new features, focusing on young female customers in the AB1 social class, generating high levels of engagement. Technology also played a key role in optimizing product planning and development through the use of algorithms and artificial intelligence.

DIRECT ECONOMIC VALUE GENERATED AND DISTRIBUTED (IN THOUSANDS OF REAIS)

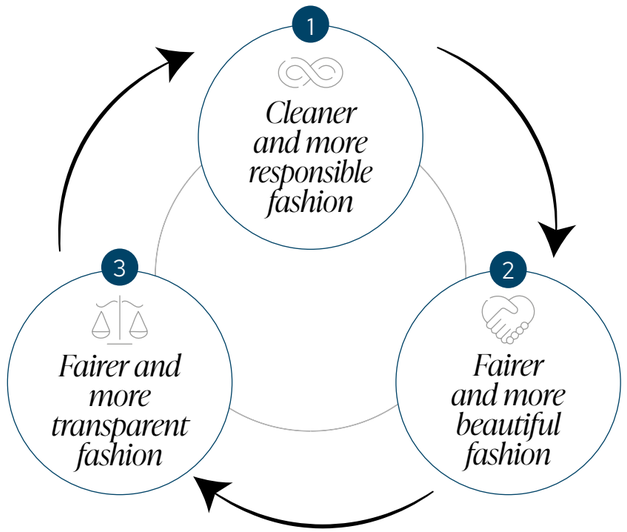
GRI 201-1

	Amount (R$)
Operating costs	6,986,211
Employee wages and benefits	1,309,395
Payments to providers of capital	926,868
Payments to government	-
Community investments	13,234
Value creation	9,385,451
Value distributed	9,222,474
Value retained	162,977
TOTAL	**19,711,004**

Recurring, adjusted and consolidated information with the Business Units, which may differ from the financial statements.

ACTION ON SUSTAINABILITY

Aware of its responsibility to foster a more responsible fashion industry, Azzas 2154 began its journey of building strategic sustainability pillars, prioritizing collaboration and unity across the teams of each Business Unit (BU). Through planning meetings, it was possible to integrate perspectives and build a unified strategy for the Group.



1. Develop products with the circular economy in mind, prioritizing lower-impact alternatives, eco-efficiency in processes and the decarbonization of operations and the value chain.

2. Expedite diversity, equity and inclusion and social responsibility, by promoting human rights throughout the value chain and amplifying the Company's positive impact on the community.

3. Be a benchmark in ESG best practices and culture, ensuring transparent communication and a systemic approach to sustainability management.

ANIMALE HIGH SUMMER 2025 – FESTAS

Sustainability goals

Based on a defined sustainability strategy grounded in materiality and public commitments, Azzas 2154 established targets that were incorporated into the variable compensation of executives across all of the Company's business units. These are:

28%

Black leaders from manager level and above

40%

of leather traced back to slaughterhouses (footwear and handbags)

100%

of direct domestic suppliers of finished products, processing and manufacturing units with socio-environmental certification/audit

100%

of domestic subcontracted suppliers with socio-environmental certification

100%

of renewable energy, including I-REC, across all owned units: administrative, manufacturing and retail stores

RESERVA WINTER 2024

In 2025, the targets will extend to the entire C-level of Azzas 2154 and will be monitored monthly as part of the governance agenda.

Materiality assessment

GRI 3-1, 3-2

Due to the timing of its merger during the year, Azzas 2154 adopted a transitional materiality approach to identify and prioritize its material topics. This approach will remain in effect until the development of the integrated double materiality assessment, scheduled for the second quarter of 2025 and to be presented in the 2026 Annual Sustainability Report.

This provisional materiality was based on the existing materiality assessments of Arezzo&Co and SOMA Group and underwent a five-step process:

1. Define the purpose, scope and tools

2. Identification, with refinement of the list of topics and development of socio-environmental impacts, risks and financial effects.

3. Prioritization, through the assessment of impact and risk outlook via working sessions and interviews.

4. Analyze results and develop transitional materiality and related recommendations.

5. Validation of topics and recommendations.

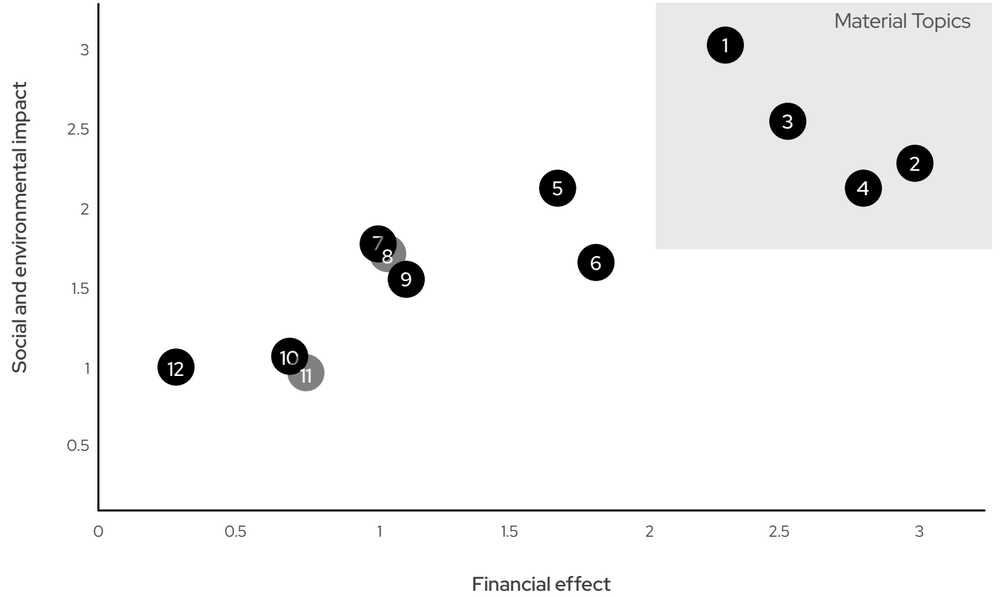
A socio-environmental impact and financial risk assessment was carried out, considering both the platform-wide perspective and the specific features of each Business Unit (BU). In addition, the topic of "Water and effluent management" was incorporated.

The results of the stakeholder consultation from the previous materiality cycle were included in the current assessment from a qualitative perspective.

AREZZO THEREZA

FARM RIO HIGH SUMMER 2023

THE RECOMMENDATIONS IDENTIFIED FOR AZZAS 2154 AS PART OF THE TRANSITIONAL MATERIALITY ASSESSMENT WERE:



1 - Waste management and circular economy

2 - Climate change

3 - Supply chain management

4 - Diversity, equity and inclusion

5 - Attracting, developing and retaining employees

6 - Water and effluent management*

7 - Health, safety and well-being

8 - Technology and digital innovation

9 - Product and service quality and safety

10 - External relations & advocacy

11 - Ethics, integrity and compliance

12 - Community engagement and social investment

x axis - Financial materiality (Risk RT) | **y axis -** Socio-environmental materiality (Impacts RT)

*This topic was classified as material due to the relevance of Cia. Hering's operations.

MATERIAL TOPICS, SDGS, ASSOCIATED IMPACTS AND RISKS

MATERIAL TOPIC	PILLARS	SDGS	UN DEFINITION	POSITIVE IMPACTS (ACTIONS)	NEGATIVE IMPACTS	RISKS	FINANCIAL EFFECTS
1. Waste management and circular economy	Cleaner and more responsible fashion Fairer and more transparent fashion	9 12	9. Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation. 12. Ensure sustainable consumption and production patterns.	Reverse logistics program. Use of lower-impact raw materials. Foster digital transformation to create value for our customers. Invest in digital platforms that support circularity. Optimizing raw material cutting for product manufacturing. Implementing strategies for waste management & promoting the circular economy.	Ecosystem contamination from poor waste management across the value chain (pre- and post-consumption). Contribution to landfill waste buildup. Environmental degradation due to intensive farming practices in raw material production (e.g. cotton, viscose, rubber, leather). Soil and water contamination from chemical use.	**Environmental (physical)**: decline in ecosystem services essential to operations (e.g. land for cotton cultivation). **Regulatory:** stricter legal and regulatory requirements related to biodiversity and ecosystems, such as tighter deforestation restrictions or new reporting standards (eg: IFRS/TNFD). **Reputational:** brand association with improper waste disposal and its impacts.	Rising costs due to the availability and quality of natural resources in the supply chain. Higher costs to comply with new regulations and requirements. Loss of revenue due to reduced demand for the company's products.
2. Climate change	Cleaner and more responsible fashion Fairer and more transparent fashion Fairer and more beautiful fashion	13	13. Take urgent action to combat climate change and its impacts.	Powering corporate operations with low-impact renewable energy. Use of lower-impact raw materials. Promote ESG culture to customers. Ensure strategy of emissions monitoring and reduction. Trade neutral carbon products.	Scope 1, 2 and 3 emissions.	**Regulatory:** increase in regulatory requirements on the topic, such as the establishment of a regulated carbon market and reporting standards (e.g. IFRS/TCFD). **Environmental (Physical):** more, extreme weather events— including prolonged droughts, rising sea levels, extreme heat, floods and heavy rainfall.	Higher costs to comply with new regulations and requirements (eg. factoring carbon pricing into our operations). Rising costs from damage caused by environmental disruptions can trigger major interruptions across the supply chain — from raw material production and cultivation to transportation and logistics; infrastructure damage; and job losses.

MATERIAL TOPIC	PILLARS	SDGS	UN DEFINITION	POSITIVE IMPACTS (ACTIONS)	NEGATIVE IMPACTS	RISKS	FINANCIAL EFFECTS
3. Supply chain management	Fairer and more transparent fashion Fairer and more beautiful fashion	8	8. Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all.	Create direct and indirect job opportunities. Monitoring and supporting supplier development. Foster sustainable economic growth.	Violations of human rights and environmental laws across the supply chain.	**Legal and regulatory:** more lawsuits and sanctions due to irregularities in the supply chain, including violations of environmental laws, human rights, labor practices and new legal and regulatory requirements on supply chain traceability. **Reputational:** damage due to social and environmental irregularities in the supply chain.	higher costs on legal proceedings and sanctions and the need to adapt to new requirements and regulations. Loss of revenue due to reduced demand for the company's products.
4. Diversity, equity and inclusion	Fairer and more transparent fashion Fairer and more beautiful fashion	5 10	5. Achieve gender equality and empower all women and girls. 10. Reduce inequality within and among countries.	Promote equity in employment conditions, for minority groups (Diversity Strategy). Affirmative programs for attraction, selection and development.	Low representation of underrepresented groups in leadership roles, brand communications and products may perpetuate harmful stereotypes and social biases. Deterioration of the organizational climate and impacts on employees' mental health due to cases of racism, sexism, ableism, xenophobia, LGBTphobia and discrimination against other underrepresented groups.	**Legal and regulatory:** increase in lawsuits and sanctions related to diversity and inclusion issues, along with stricter regulatory requirements on the representation of different employee profiles. **Reputational:** perception of the company as misaligned with diversity and inclusion agendas, whether in employee representation or in brand and product communication.	Higher costs on legal proceedings and sanctions and the need to adapt to new requirements and regulations. Loss of revenue due to reduced demand for the company's products/higher cost of capital.
6. Water and wastewater management	Cleaner and more responsible fashion Fairer and more transparent fashion	6	6. Ensure availability and sustainable management of potable water and sanitation for all.	Creating value and raising consumer awareness through an eco-efficient product (world t-shirt), featuring water footprint calculation and over 1 million m^3 of water saved since its launch. High-efficiency wastewater treatment.	Contribution to water stress due to the water consumed in the garment manufacturing process in corporate facilities and across the supplier chain. Changes in water body quality due to improper discharge of wastewater and chemical products.	**Environmental (Physical):** water stress and insecurity in operations and across the supplier chain.	Higher costs on seeking alternative sources of water in the event that regular water supplies are disrupted or unreliable, and higher increased costs related to purchased inputs.

PUBLIC COMMITMENTS

Following the merger between Arezzo&Co and SOMA Group, Azzas 2154 revisited its public ESG commitments, taking into account the reality and existing commitments of both companies, along with the new sustainability pillars defined by the company. These commitments are to be met by the years 2030, 2035, 2040 and 2050, as shown in the table below:

FARM RIO SUMMER 2025

Cleaner and more responsible fashion

2030	2035	2040	2050
100% of the leather from all products is traced to rearing farms Using 100% **renewable energy** in company facilities **Reduce water consumption** in production processes **by 45%** **Reduce scope** 1 and 2 emissions by 42%*	**Reverse logistics in 100%** of stores	**100% of cotton traced** Urge the supply chain to adopt **science-based targets***	Be **NET ZERO** – reduce 90% of scope 1, 2 and 3 emissions*

Fairer and more beautiful fashion

2030

100% of direct and indirect **suppliers** certified in socio-environmental requirements

50% women in senior management**

30% self-declared brown and black individuals in leadership positions

*SBTi targets may be subject to change following consultation with the organization and the need for resubmission of a consolidated institutional target.

** From the Executive Board

SOCIAL PILLAR

FAIRER AND MORE BEAUTIFUL FASHION

Expedite diversity, equity and inclusion and social responsibility, by promoting human rights throughout the value chain and amplifying the Company's positive impact on the community.

Material topics

Diversity, equity and inclusion
Supply chain management

Capitals

SDGs

5 GENDER EQUALITY
8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
10 REDUCED INEQUALITIES

RESERVA VALENTINE'S DAY 2024 - MANIA DE VOCÊ, MANIA DE RESERVA

WHO MAKES AZZAS 2154 GROUP TICK

GRI 2-7, 2-8, 401-1, 405-1

TEAM PROFILE*

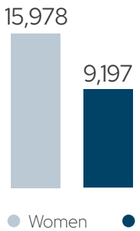
15,559 full time	8,896 full time
419 part time	301 part time

25,175
direct employees

HERING BRAZILIAN BASICS

AR&CO 2024 CONVENTION

EMPLOYEES BY GENDER

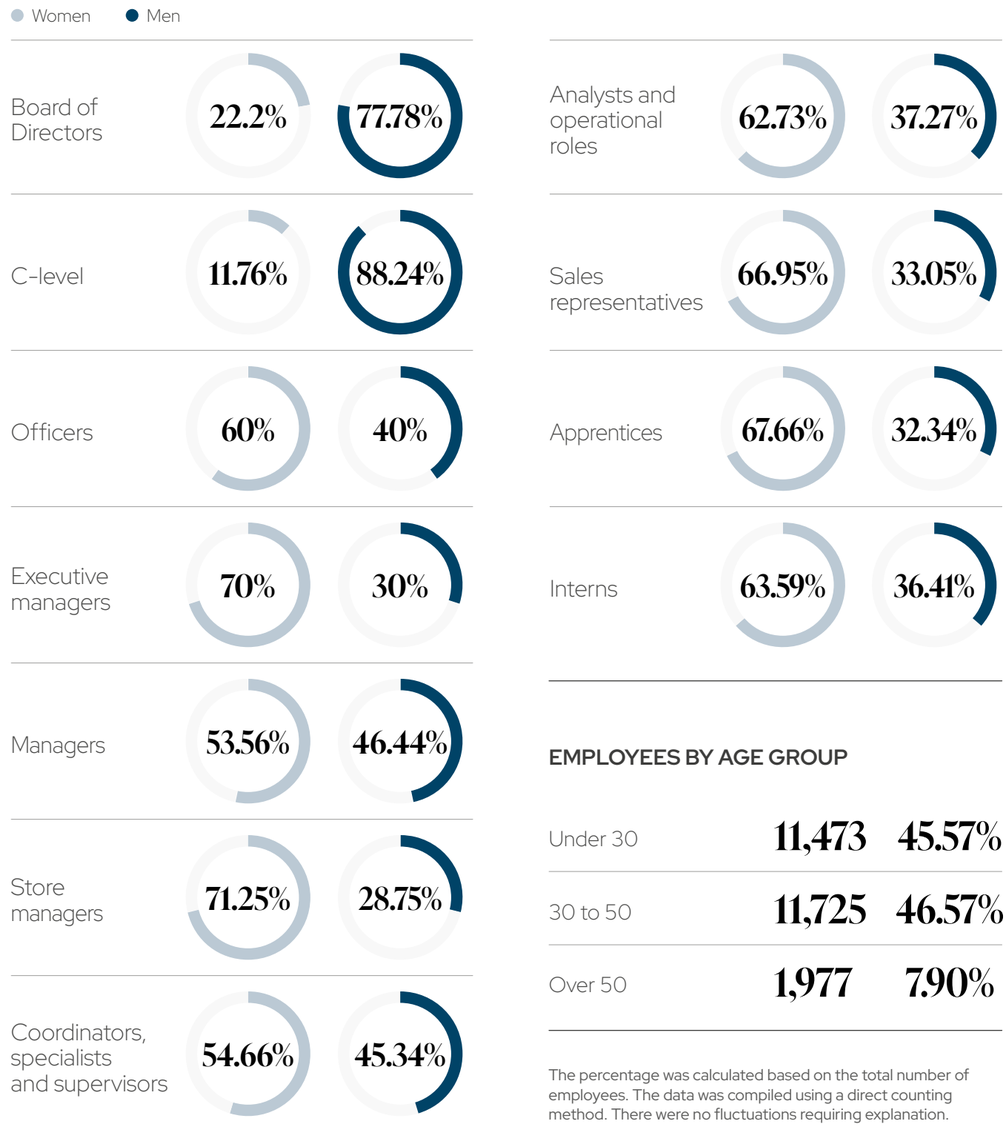


63.47%
Female sex

36.53%
Male sex

*All employee data from SOMA Group was extracted on January 08, 2025.

% OF EMPLOYEES BY GENDER AND JOB CATEGORY



EMPLOYEES BY AGE GROUP

Under 30	11,473	45.57%
30 to 50	11,725	46.57%
Over 50	1,977	7.90%

The percentage was calculated based on the total number of employees. The data was compiled using a direct counting method. There were no fluctuations requiring explanation.

% EMPLOYEES BY AGE GROUP AND EMPLOYEE CATEGORY

	Under 30	30 to 50	Over 50
Directors/executive officers	0%	71%	29%
Officers	0%	77%	23%
Executive managers	0%	92%	8%
Managers	5%	85%	10%
Store managers	17%	80%	3%
Coordinators, specialists and supervisors	14%	77%	9%
Analysts and operational roles	44%	44%	12%
Sales representatives	56%	42%	2%
Apprentices	100%	0%	0%
Interns	98%	2%	0%

% EMPLOYEES BY MINORITY GROUP AND EMPLOYEE CATEGORY*

	Black people	PwDs	LGBTQIAPN+
Senior leadership	2%	0%	6%
Leadership	13%	1%	10%
Entry-level leadership	19%	2%	13%
Experts	19%	2%	14%
Analysts	29%	2%	17%
Administrative Operational	54%	13%	14%
Interns	40%	0%	25%
Apprentices	56%	1%	18%
Operational leadership	43%	1%	11%
Operational Industrial + DC	59%	5%	7%
Store management	38%	1%	18%
Sales representatives	47%	1%	22%
Operational	59%	4%	16%

*To compile the indicator data, job categories were based on classifications from the Census

PERCENTAGE OF GENDER AND RACIAL/ETHNIC GROUP REPRESENTATION FOR MANAGEMENT AND ALL OTHER EMPLOYEES SASB - CG-MR-330A.1

	SOMA Management	SOMA Staff	AREZZO&CO Management	AREZZO&CO Staff	CIA HERING Management	CIA HERING Staff	AR&CO management	AR&CO Staff
Black people	28.0	50.4	18.60	41.84	28.9	46.29	26.89	52.08
Indigenous	0.2	0.5	0.35	0.27	-	0.29	0.42	0.56
Men	18.5	20.6	35.79	43.01	37.24	36.05	62.61	51.11
Women	81.5	79.4	64.21	56.99	62.76	63.95	37.39	48.89
LGBTQIAPN+	8.1	6.8	-	-	-	-	15	16.8

At SOMA, the following GRI-aligned positions are being considered for management roles: CORPORATE MANAGER, EXECUTIVE MANAGER and STORE MANAGER.

For AR&Co, LGBTQIAPN+ representation was based on the results of the 2024 Diversity Census.

Across Azzas2154 as a whole, black racial identity includes both black and brown individuals.

Workers who are not employees

Contractors: Includes consultants for Commercial, Style, IT, e-commerce and SomaLabs (Innovation), and general services such as food, security, cleaning, logistics, electrical, climate control, store maintenance and labor at distribution centers (DCs). They handle specific demands and stand in for employees on leave.

Interns: they assist across multiple functions, under the supervision of managers.

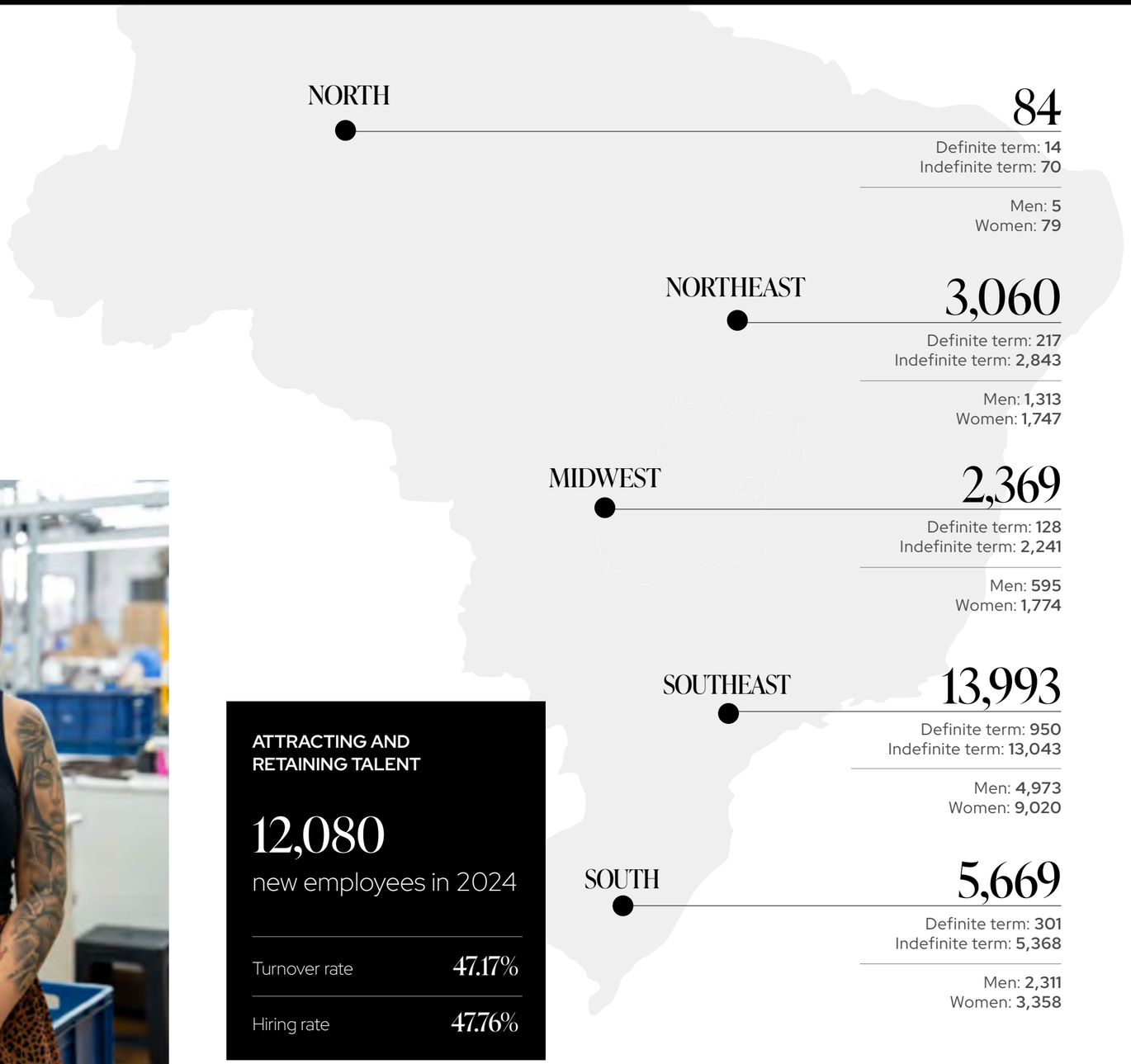
Apprentices: they provide operational support in administrative tasks and general routines.

In total, Azzas 2154 has

Contractors	2,061
Interns	217
Apprentices	906

The data was compiled using a direct counting method. There were no fluctuations requiring explanation.

AREZZO&CO ARCHIVE



NORTH 84
Definite term: **14**
Indefinite term: **70**
Men: **5**
Women: **79**

NORTHEAST 3,060
Definite term: **217**
Indefinite term: **2,843**
Men: **1,313**
Women: **1,747**

MIDWEST 2,369
Definite term: **128**
Indefinite term: **2,241**
Men: **595**
Women: **1,774**

SOUTHEAST 13,993
Definite term: **950**
Indefinite term: **13,043**
Men: **4,973**
Women: **9,020**

SOUTH 5,669
Definite term: **301**
Indefinite term: **5,368**
Men: **2,311**
Women: **3,358**

ATTRACTING AND RETAINING TALENT

12,080
new employees in 2024

Turnover rate	47.17%
Hiring rate	47.76%

DIVERSITY, EQUITY AND INCLUSION

GRI 3-3

Azzas 2154 understands that learning about Diversity, Equity & Inclusion (DE&I) is a systemic and cross-cutting effort, integrated across all departments and throughout the value chain. The Company values continuous feedback from all individuals and regularly evaluates the measures implemented to advance strategic goals – ensuring inclusion, equity and positive social impact across all operations.

As with other departments, levels and integration stages within the Company, Azzas 2154's DE&I guidelines were established based on a review of the paths already taken by Arezzo&Co and SOMA Group.

Thanks to strong synergies between both companies' practices and values, no contributions needed to be discarded – only a revision of Azzas 2154's public diversity commitments, with a focus on "Women in senior leadership" and "Black individuals in leadership positions".

Fashion is built on diversity and Azzas 2154 knows that it's impossible to create a successful company in this industry if the diversity present at the base of the business doesn't rise to the top.

SOMA GROUP ARCHIVE

AZZAS 2154 BUSINESS STRATEGY

We are building a Diversity strategy that includes employees, suppliers and partners through educational initiatives, awareness campaigns and affirmative action.

AREZZO&CO ARCHIVE

1 *Diversity & inclusion culture*

We cultivate a culture based on respect, inclusion, equity, inclusion and valuation of diversity, vigorously fighting all forms of discrimination and prejudice within and outside Azzas 2154.

2 *Equity and opportunity*

Ensure that everyone has access to development and growth opportunities at the Company by building policies capable of minimizing obstacles, whether from individual or structural issues, identifying inequalities to promote social justice.

3 *Representativeness of all stakeholders*

Cultivate a workplace that reflects the diversity of the population, where differences in culture, race, gender, age and ideas are welcomed and respected. Regarding brands: ensure that the diversity of all people is displayed in communications and in the selection of models, influencers, partners and campaigns.

LITERACY, AWARENESS-RAISING AND INCLUSION ISSUES

AFFIRMATIVE ACTION

TARGETS, INDICATORS AND COMMITMENTS

GROUPS PRIORITIZED BY AZZAS 2154

- PEOPLE WITH DISABILITIES
- GENDER
- LGBTQIAPN+
- ETHNIC AND RACIAL

Corporate diversity policies

In 2024, Azzas 2154 continued to follow the diversity strategies of Arezzo&Co and SOMA Group, ensuring that equity, inclusion and respect remained core values within the organization. The guiding document establishes principles aligned with both global and national human rights, sustainability and governance frameworks – such as the Universal Declaration of Human Rights, the UN Sustainable Development Goals (SDGs) and the UN Guiding Principles on Business and Human Rights.

This strategy applies to all business units, offices, brands, franchisees, contractors, suppliers and customers – reinforcing the company's commitment to social responsibility and market-leading best practices. The updated version of the document, which consolidates the guidelines of the companies involved in the merger, is in its final approval stage and will be published in 2025.

Learning and awareness efforts were strengthened through the distribution of thematic guides covering topics such as inclusive communication, anti-racism, anti-ableism, LGBTQIAPN+ pride and other content aimed at fostering a more inclusive and welcoming workplace.

Azzas 2154 also maintained the Woman on Board seal, a recognition granted to companies with at least two women on their boards of directors and signed up to the Women Lead Movement of the UN Global Compact – Brazil Network, reinforcing its commitment to prioritizing gender equity in leadership positions.

AREZZO&CO ARCHIVE

SOMA GROUP ARCHIVE

DE&I-focused recruitment and development

Azzas 2154 continued to run diversity and inclusion programs aligned with the strategies of Arezzo&Co and SOMA Group, focusing on the recruitment, development and career progression of underrepresented groups. The Company is committed to continuously reviewing and integrating initiatives to ensure steady progress in diversity and inclusion.

Key affirmative actions include programs focused on the inclusion of Black individuals, women in leadership, people with disabilities and the LGBTQIAPN+ community. These initiatives involve affirmative internships, career development and fast-tracking for diverse talent, educational scholarships, professional training and awareness campaigns aimed at building a more inclusive workplace. In addition, structured leadership training and engagement strategies help strengthen the culture of diversity and drive significant organizational change.

The impact of these initiatives is reflected in progress across diversity indicators, increased representation in strategic roles and greater purpose in recruitment and development processes. Key achievements include:

31

interns hired under affirmative programs

53

black employees in career development programs

261

people with disabilities trained and/or included

336

leaders trained and engaged in awareness campaigns

DIVERSE SPEECH

The program was launched in November 2023 at SOMA Group and has since organized monthly meetings with specialists and employees to share experiences and perspectives on diversity, equity and inclusion.

The goal of these dialogs is to bring DE&I topics into everyday life and informal conversations, encouraging reflection and engagement that go beyond the workplace. In 2024, the topics discussed included environmental racism, trans visibility and neurodivergent parenting. In 2025, the program was extended to all business units.

Over 1,300 people participated in the Diversas Falas initiative.

Azzas 2154 Diversity Census: employees

Between August and September 2024, the Company conducted its Diversity, Equity and Inclusion Census, the first to include all four Business Units.

In addition to gaining deeper insight into diversity within Azzas 2154 and understanding employee perceptions of equity and inclusion, the data collected is harnessed to drive a stronger DE&I Strategy.

Employees at all hierarchical levels were invited to respond to the survey voluntarily.

Results

Answers	16,561
Population*	20,259
Adherence	68.4%
Margin of error	0.3 pp
Minimum necessary	378

* The data set used considers criteria such as length of service/cut-off date (employees who joined the company by June).

AREZZO WINTER 2024 - CAMPERO BOOTS

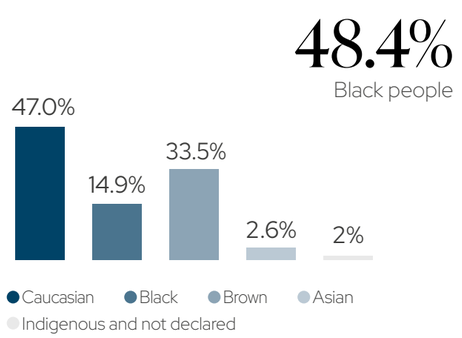
Overall Representation at Azzas 2154

The charts below show the percentage of each analyzed population within the Company's overall makeup:

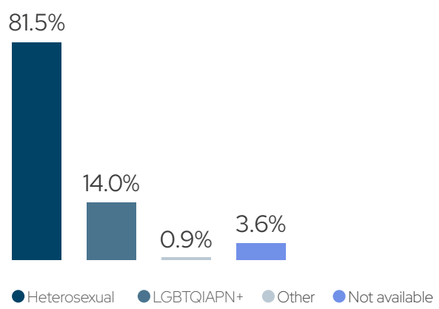
GENDER

SOMA GROUP ARCHIVE

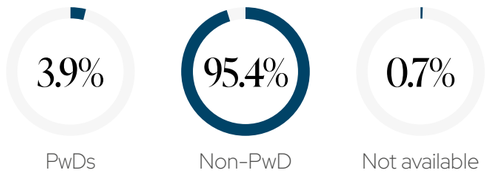
RACE/COLOR



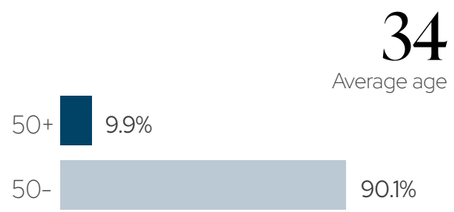
SEXUALITY



DISABILITY



GENERATIONAL



CENSUS OVERVIEW

Diversity	Representation of **women (63.9%), black individuals (48.4%) and LGBTQIAPN+ (14.0%)**	**More black and brown individuals** in the Footwear & Accessories and Women's Apparel & Lifestyle BUs (22.9% and 7.7%, respectively)	**There were also more people with disabilities** in the Women's Apparel & Lifestyle and Democratic Apparel Bus (54.2% and 68.2%) respectively
Equity	Presence of **women in leadership positions (60%)**, especially in senior leadership (50%)		
Inclusion	**AZZAS 2154 stands out for its outspoken commitment to DE&I**, which is positively recognized by employees.	**People with Disabilities feel respected** by their colleagues and managers.	The **overall average of inclusion metrics improved:** Psychological safety scored 70.7% in 2024 (+1.1 p.p.) and Voice and intentionality, 74.5% (+1.8 p.p.)

AREZZO ARCHIVE

During the same period, FARM Rio Global participated in the Census for the first time to better understand the profile of employees working in other countries. With 98.2% participation, the survey revealed a workforce made up of 83.6% women and 10.9% LGBTQIAPN+ individuals.

HERING BRAZILIAN BASICS

Azzas 2154 Diversity Census: franchise network

In 2024, the Company conducted its first Diversity, Equity and Inclusion (DE&I) Census with franchisees of the brands Arezzo, Anacapri, Schutz, Vans, Hering and Reserva.

The study included franchise owners, employees and store teams, totaling 2,060 participants. The results showed our representation is progressing positively, with 73.7% women, 47.2% Black individuals and 16.2% LGBTQIAPN+ individuals among respondents.

In addition, 84.5% of employees reported positive perceptions of respect in the workplace.

The data reflect Azzas 2154's ongoing commitment to promoting diversity and inclusion, aligned with its goal of expanding this mapping to a broader sample of its value chain

DIVERSITY IN PRODUCTS AND CAMPAIGNS WITH POSITIVE SOCIAL IMPACT

Reserva Adapte Collection

Launched in 2021, the Adapte line by Reserva creates clothing designed exclusively for people with physical disabilities or reduced mobility. The line is the result of a partnership between Reserva and EQUAL Inclusive Fashion, headed by designer Silvana Louro. Together, they designed pants, jackets, shirts and undergarments that prioritize ergonomics, comfort and a safer, more independent dressing experience.

RESERVA ADAPTE

“We can do anything – even change the world”

At the invitation of the Brazilian Paralympic Committee and Looney Tunes™, Reserva Mini helped develop an exclusive clothing collection for children with disabilities, titled “We Can Do Anything – Even Change the World”.
The campaign brought together children with disabilities and their favorite cartoon characters to celebrate Olympic values in a joyful and inclusive way.

“Mania de Você, Mania de Reserva” Campaign

For Valentine’s Day 2024, the Reserva brand presented the classic song “Mania de Você” by Rita Lee in Brazilian Sign Language (Libras). The campaign featured deaf individuals, including audiovisual director Benedita Casé, alongside couples of different ages, ethnic-racial backgrounds and sexual orientations — all celebrating love in its many forms.

RESERVA VALENTINE’S DAY 2024 - MANIA DE VOCÊ, MANIA DE RESERVA

FARM RIO SUMMER 2024 – CORAÇÃO DA FLORESTA

Yawanawa

For the seventh year, FARM Rio partnered with indigenous artisans from the Amazon in Acre state, who created accessories and adornments for brand. These include accessories and adornments—totaling over 16,500 products. In April, following floods along the Gregório River, donations were directed toward food supplies and rebuilding housing in the villages. Together, these efforts resulted in R$ 325,500 allocated to 180 artisans across 15 villages.

Casa do Rio NGO & Cris Barros

In 2024, the brand marked eight years of partnership with the NGO Casa do Rio, which supports Amazonian artisans through the co-creation of exclusive pieces. In December, a new bag was launched during an event at the São Paulo flagship store, with 100% of profits donated to the NGO – totaling R$ 43,931.00.

COMMUNITY ENGAGEMENT AND SOCIAL INVESTMENT

Azzas 2154 reaffirms its commitment to social development in its geographies. It delivers on this commitment through social investment programs, volunteering, donations and impact-driven projects that ease inequalities and improve living conditions.

LÍVIA BY AREZZO

LOJA DOS SONHOS: SOCIAL IMPACT RETAIL

Created in 2018 by Arezzo&Co, the Loja dos Sonhos (Dream Store) was designed to generate positive social impact through retail. The project includes two social stores in São Paulo – Costurando Sonhos and Casa Transitória. where 100% of the revenue is donated to partner institutions. These organizations support children, the elderly, pregnant women and families in socially vulnerable situations, while also offering vocational training for income generation.

40,000+
people benefited

R$ 230,000+
in revenue

FUNDAÇÃO HERMANN HERING

The Hermann Hering Foundation (FHH), which celebrates 90 years in 2025, has been working to ease inequality through fashion since 1935. Headquartered in Blumenau (SC), the Foundation is home to the Hering Museum and the Ingo Hering Memory Center – both known for preserving and sharing history with a thoughtful outlook on the evolution of the textile industry and fashion market. The Foundation also runs programs focused on the creative economy and the fashion ecosystem, encouraging fresh perspectives and driving conscientious entrepreneurship. One of its standout initiatives is ReTrama – a program that repurposes textile waste by promoting upcycling and the creation of products by independent seamstresses and regional cooperatives. In 2024, the program successfully repurposed 412 kg of textile waste.

Preserving fashion heritage & culture

16,356
visitors at the Hering Museum

105,623
documents organized at the Ingo Hering Heritage Center

79
surveys conducted in the Ingo Hering Heritage Center

2
tenders run

Fashion that values people

RETRAMA
412 Kg
of waste repurposed

ID_BR
200
people benefited

14 hours
of team training in completed courses

SAPATEIRO SCHOOL

This program aims to help employees in the Footwear & Accessories BU complete their elementary education for free within the company. It was expanded in 2024. In partnership with SESI, support was provided so that over 60% of employees who had not yet completed their studies could take this important step forward.

AREZZO&CO ARCHIVE

AREZZO ARCHIVE

Located in Campo Bom (RS), the Arezzo&Co Museum and Archive celebrates the group's history and creativity – from the first materials and tools used in shoemaking to the iconic sketches of Alexandre Birman. With a collection of around 100,000 items – including shoes, handbags, belts, accessories and apparel that defined different eras – the museum preserves the brand's legacy and inspires its future. In fact, 60% of the collections launched draw references from this rich archive.

RESERVA 1P=5P

1P=5P

Since 2016, each item sold by the brands Reserva, Reserva Mini and Reserva Go provides five meals for people facing food insecurity in Brazil. A portion of the revenue from both physical stores and e-commerce sales is donated to the NGOs Banco de Alimentos and Connecting Food. These organizations manage the logistics of transporting surplus food from supermarkets, industries, greengrocers etc. to social institutions that support people in vulnerable situations. The institutions then prepare and distribute the additional meals to the individuals they serve.

+145 million

complemented meals since 2016

+32.6 million

meals complemented in 2024

PACT AGAINST HUNGER

For the second consecutive year, Azzas 2154 and Cia. Hering collaborated with the Pact Against Hunger, a nonpartisan, multisector movement aimed at fighting hunger and reducing food waste in Brazil. The movement aims to eradicate hunger by 2030 and ensure that all people are well-nourished by 2040. In addition to institutional support, the Hering brand allocated funds—aligned with its Christmas campaign—to Instituto Capim Santo, for the Quebrada Alimentada project. This initiative enabled the purchase of utensils and equipment for the Soup Kitchen and School. The total allocated in 2024 was R$ 410,000.

RE-FARM CRIA

A partnership between FARM Rio and Instituto Regatão da Amazônia, RE-FARM Cria supports young people from the Legal Amazon region in developing cultural and environmental projects. Now in its third edition, "Coração da Floresta", 20 initiatives received R$ 25,000 each, totaling R$ 500,000 in investments. Since the beginning, 469 projects have been carried out across nine states.

HERING + IBCC

Approaching its 30th anniversary, Hering's enduring partnership with the "Fashion Targets Breast Cancer" campaign remained active in 2024. True to its mission, the brand continued to donate part of the revenue from product sales to IBCC Oncologia. Over the past year, more than 4,600 t-shirts and over 1,660 bras were sold as part of this initiative.

BASICS DAY

Every year, during its anniversary month, HERING runs an initiative designed to create a positive impact in the community. As part of this initiative, a portion of the proceeds from the sale of the World t-shirt is donated to a partner institution. In 2024, the brand made a social investment of R$ 50,000 to support Instituto Ascendendo Mentes, an NGO that transforms the lives of socially vulnerable young people through empowerment and opportunity.

HERING INTIMATES HIGH SUMMER 2025

INCENTIVE LAWS

In 2024, SOMA Group (now the Women's Fashion & Lifestyle Business Unit) invested R$ 523,000 through Brazilian tax incentive laws, backing cultural, social and educational initiatives.

IN RIO DE JANEIRO – ISS LAW		IN SÃO PAULO – PROAC SPONSORSHIP	
Support for Carandaí 25	**Ongoing support for Galpão de Arte e Cultura**	**Sponsorship of the Asa Dudu Project**	**Sponsorship of the Colabora Moda Festival**
The largest independent fashion fair in Brazil, Carandaí 25 partnered with the Group to provide training for 40 women from the Nós do Crochê project. The pieces created during these workshops were auctioned, with 100% of the proceeds returning to the project.	Galpão de Arte e Cultura, a community space serving 15 favelas in Maré, received funding through the Redes da Maré project.	This Asa Dudu project provides fashion and sewing classes to 30 women. It is led by Fundo Agbara—Brazil's first philanthropic fund for Black women.	Sponsorship of the Colabora Moda Festival in July 2025.

MINAS TENNIS CLUBE

Azzas 2154 believes that sport plays a vital role in preparing citizens for the world. That's why the company sponsors the swimming division of Minas Tênis Clube (MTC)—from the beginner levels all the way to the elite team.

This sports incentive helps cover all training, travel and meal costs for 352 athletes at the club's base in Belo Horizonte (MG). The partnership—between the company (formerly Arezzo&Co), the government and the institution—has been in place since 2022.

In 2024, the Company invested over R$ 1 million in Minas Tênis Clube through sports incentive laws.

ATTRACTING, DEVELOPING AND RETAINING EMPLOYEES

GRI 3-3

AR&CO 2024 CONVENTION

Azzas 2154 continues to bolster its organizational culture, with a strong focus on attracting, developing and engaging employees. During the merger process, the company ensured leadership continuity and a smooth integration. Strategic actions were guided by insights from surveys such as Great Place to Work (GPTW) and Pulse. Enhanced employee benefits and internal relocations helped boost talent retention, while transparent internal communication kept everyone aligned and informed.

SOMA Group conducted two engagement surveys with employees over the course of 2024. In the first half—before the merger—the GPTW survey had 68% participation, including responses from Cia. Hering. Post-merger, under the Azzas 2154 name, the Pulse survey conducted on the current Women's Fashion & Lifestyle Business Unit had 36% participation. Between one survey and the next, the score rose from 34 to 45 points (out of a total of 100), along with a perception breakdown of 13% detractors, 29% neutral respondents and 58% promoters.

SOMA GROUP ARCHIVE

The company is doubling down on the synergy between sustainability and professional growth to strengthen its position as an employer of choice. Initiatives like ESG Week—an event created to share progress on each of the company's ESG pillars—and the Sustainability Allies Award, designed to recognize and celebrate committed partners, are led by the Women's Apparel and Lifestyle Business Unit. These initiatives reflect how ESG culture is being spread and embraced as a value-driving force for Azzas 2154.

With a direct impact on 25,000 families, Azzas 2154 understands the need to balance financial goals with socio-environmental responsibility. The Company is committed to enhancing operational efficiency and fostering innovation, all while staying true to its values of sustainability and community well-being.

NEW EMPLOYEE HIRES AND EMPLOYEE TURNOVER
GRI 401-1

		Collaborators	Total employees	Hires	New hire rate	Terminations	Turnover rate
Age group	Under 30	11,473	7,372	63.87%	6,747	61.27%
	30 to 50	11,725	4,249	36.34%	4,533	37.51%
	Over 50	1,977	430	21.78%	458	22.49%
TOTAL			**25,292**	**12,080**	**47.76%**	**11,783**	**47.17%**
Gender	Men	9,223	4,019	43.58%	3,857	42.70%
	Women	16,069	8,061	50.16%	7,926	49.74%
TOTAL			**25,292**	**12,080**	**47.76%**	**11,783**	**47.17%**
Region	North	84	43	51.19%	34	45.83%
	Northeast	3,061	1,029	33.62%	920	31.84%
	Midwest	2,369	1,612	68.05%	1,558	66.91%
	Southeast	13,993	6,891	49.25%	6,801	48.92%
	South	5,785	2,505	43.30%	2,470	43%
TOTAL			**25,292**	**12,080**	**47.76%**	**11,783**	**47.17%**

SKILLS ASSESSMENT
GRI 404-3

Azzas 2154 has adopted a structured performance review model that blends continuous feedback with individual development plans to support career growth. Using a mix of methodologies—360°, 270° and 180° assessments—the process includes self-evaluation alongside input from leaders, peers and direct reports. Looking ahead to 2025, the company plans to refine its performance metrics and deepen engagement.

AREZZO&CO ARCHIVE

PERCENTAGE OF EMPLOYEES RECEIVING REGULAR PERFORMANCE AND CAREER DEVELOPMENT REVIEWS GRI 404-3

Employee category	Men	Women	Total
Directors/executive officers	75%	60%	72%
Officers	81.48%	93.94%	88.33%
Executive managers	93.75%	91.8%	92.47%
Corporate managers	90.38%	93.58%	92.55%
Store managers	84.09%	92.25%	90.25%
Coordinators, specialists and supervisors	81.06%	94.88%	87.34%
Analysts and operational roles	52.66%	84.06%	69.17%
Sales representatives	53.96%	81.73%	10.59%
Apprentices	31.34%	83.2%	60.09%
Interns	21.18%	77.05%	35.93%
TOTAL PERCENTAGE	**54.77%**	**84.48%**	**71.88%**

TALENT DEVELOPMENT

GRI 404-1, 404-2

Azzas 2154 invests in the growth of its employees through training programs aligned with organizational needs and professional development goals. These initiatives include training sessions for all levels of the company—from leadership to frontline teams—focusing on people management, effective communication and the development of both technical and behavioral skills.

The Company follows a structured approach, offering courses, lectures and learning paths via digital platforms, ensuring accessibility and flexibility for all. Content is regularly updated and covers a wide range of topics such as technology, innovation, diversity, ethics, best practices and skill development (including both soft and hard skills).

Internal mobility programs spur career progression and help create more in-house opportunities. In addition, partnerships with educational institutions provide access to external courses under special conditions, broadening learning opportunities.

Through these efforts, Azzas 2154 reinforces its commitment to talent development, fostering a culture of continuous learning, innovation and collaboration across the company.

SOMA GROUP ARCHIVE

AVERAGE HOURS OF TRAINING FOR EMPLOYEES DURING THE PERIOD COVERED BY THIS REPORT, BROKEN DOWN BY EMPLOYEE CATEGORY GRI 404-1

Gender	Average hours of training
Men	44.45
Women	25.84
TOTAL	**32.66**

AVERAGE HOURS OF TRAINING FOR EMPLOYEES DURING THE PERIOD COVERED BY THIS REPORT, BROKEN DOWN BY EMPLOYEE CATEGORY GRI 404-1

Employee category	Average hours of training
Directors/executive officers	6.94
Officers	8.21
Executive managers	8.79
Corporate managers	16.27
Store managers	17.49
Coordinators, specialists and supervisors	25.49
Analysts and operational roles	39.05
Sales representatives	24.65
Apprentices	0.66
Interns	10.46
TOTAL	**32.17**

At Cia. Hering, this indicator was not monitored in 2024, as there was no corporate training function in place. However, some specific training initiatives were carried out, including onboarding for new employees in corporate roles, stores and industrial units, alongside leadership training, commercial and product training and technical training in the industrial function.

EMPLOYEE COMPENSATION

GRI 202-1

Azzas 2154 adopts a compensation strategy aligned with market practices, taking into account factors such as job responsibilities, skillsets and seniority. Salaries are defined based on industry benchmarking studies and collective labor agreements, ensuring both competitiveness and compliance with labor regulations. An annual salary review helps maintain the right balance between being an attractive employer and ensuring long-term financial sustainability.

AREZZO&CO ARCHIVE

BASE SALARY AND COMPENSATION RATIO BETWEEN WOMEN AND MEN GRI 405-2

	AREZZO&CO		AR&CO		CIA. HERING		SOMA	
Professional categories	Basic salary (R$)	Compensation (R$)	Basic salary (R$)	Compensation (R$)	Basic salary (R$)	Compensation (R$)	Basic salary (R$)	Compensation (R$)
Directors/ Executive officers	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.10	1.14
Officers	0.99	0.96	0.83	0.52	0.77	0.77	1.13	1.77
Executive managers	0.93	0.93	2.06	3.73	1.13	1.13	0.99	0.83
Corporate managers	0.95	0.99	0.92	0.95	0.93	0.93	1.00	1.17
Store manager	0.46	1.29	1.01	1.04	1.06	1.06	0.69	0.98
Coordinators, specialists and supervisors	1.11	1.31	0.95	0.75	0.96	0.96	0.96	1.01
Analyst/ operational roles	1.00	1.05	1.03	1.03	0.83	0.83	1.05	1.03
Sales representatives	0.00	1.01	0.84	0.84	1.01	1.01	2.30	0.84
Apprentices	1.14	1.11	0.98	0.92	1.06	1.06	1.00	1.10
Interns	1.00	1.00	0.96	0.92	0.96	0.96	1.03	1.03

RATIO OF THE BASIC SALARY AND REMUNERATION OF WOMEN TO MEN – WORKERS WHO ARE NOT EMPLOYEES BUT ARE UNDER THE ORGANIZATION'S CONTROL
GRI 405-2

Proportion by gender	AREZZO&CO	AR&CO	CIA. HERING	SOMA
Men	0.89	0.00	1	0.89
Women	0.87	0.00	1	0.87

AR&Co does not have this mapping.
All operational units have been included in this calculation.

FLOODS IN RS: EMPLOYEE IMPACT MAPPING*

The floods in Rio Grande do Sul directly affected 403 Azzas 2154 employees. To better support them, the Company mapped each case according to the severity of impact, resulting in three distinct scenarios:

AREZZO&CO ARCHIVE

1 *Severe*	2 *Severe*	3 *Moderate*
Home impacted with total loss (displacement).	Home impacted with partial loss of furniture.	Need for food, bedding, lack of water or electricity, or compromised transportation.

FOR EMPLOYEES WHOSE HOMES WERE AFFECTED, AZZAS 2154 PROVIDED:

Transfer to a guesthouse or hotel when necessary.

Financial assistance based on level of impact.

Transportation support and basic supply delivery when needed.

FOR OTHER AFFECTED EMPLOYEES, AZZAS 2154 OFFERED:

Early payment of salary

Delivery of basic food hampers (or equivalent in cash) and donated products

+1,000
food hampers

+1,000
cleaning kits

R$ 250,000+
items such as mattresses, towels, blankets, throws and pillows

R$ 509,000
in financial support

*initiatives mapped according to the reality of each BU

WORKPLACE HEALTH AND SAFETY

GRI 403-1, GRI 403-8, GRI 403-7

Azzas 2154 has a management system aligned with national and international regulations, covering 100% of its workforce, including direct employees and contractors. The occupational health and safety (OHS) structure is based on regulatory standards, internal policies and recurring audits, using tools that monitor risks, control PPE, update medical exams and manage mandatory training. The Risk Management Program (RMP) and standard operating procedures (SOPs) ensure that all activities are carried out safely and efficiently.

OHS governance also extends to the value chain, with suppliers and partners required to follow strict safety protocols, verified through contracts and socio-environmental audits. Before starting operations, partner companies must submit specific documentation, such as safety reports and certified training records. This work ecosystem prioritizes employee well-being and reinforces trust across all stakeholders, ensuring responsible and sustainable operations.

Among employees, 100% are covered by the health and safety management system, with 26.26% covered by an internally audited system.

RISK IDENTIFICATION, ASSESSMENT AND CONTROL

GRI 403-2, GRI 403-9

Azzas 2154 manages occupational risks with technical rigor, integrating the identification, evaluation and continuous control of threats through its Risk Management Program (RMP) and advanced methodologies.

The Company safeguards its employees through systematic inspections, regular targeted audits and chemical and environmental monitoring. The Operational Matrix, a core tool in this process, rates risks and hazards based on probability, severity and control measures, allowing for structured analysis and specific action plans for each activity. The hierarchy of controls methodology prioritizes: elimination of hazards, engineering controls (such as physical barriers and automation), administrative controls (procedures, training and supervision) and personal protective equipment (PPE) as the last line of defense.

SOMA GROUP ARCHIVE

Employees actively participate in risk identification through reporting boxes, direct phone lines and CIPA meetings. Behavioral inspections and awareness programs help strengthen the company's safety culture.

In 2024, the data showed progress in accident mitigation, with minor incidents—such as sprains, impacts and cuts— analyzed using techniques like the 5 Whys, Ishikawa Diagram and Cause Tree Analysis. CIPA and Emergency Brigades are responsible for assessing occupational and building-related risks. Drills, mandatory training and educational campaigns, such as SIPAT, reinforce safety as a strategic priority at Azzas 2154.

WORK-RELATED INJURIES GRI 403-9

Employees

Sector	SOMA	CIA. HERING	AR&Co	AREZZO&CO
Number of hours worked	15,691,135	9,946,425.79	3,372,497.99	13,986,126.36
Hours worked	200,000	200,000	1,000,000	1,000,000
Number of fatalities as a result of work-related injuries	0	0	0	0
Rate of fatalities as a result of work-related injuries	0	0	0	0
Number of high-consequence work-related injuries (excluding fatalities)	5	0	1	16
Rate of high-consequence work-related injuries (excluding fatalities)	0.06	0	0.3	1.14
Number of recordable work-related injuries (including fatalities)	34	25	7	56
Rate of recordable work-related injuries (including fatalities)	0.43	0.5	2.08	4
Lost days (VSA Requisite)	411	90	62	1,671
Injury severity rate	26.19	1.1	17.75	159.74

	Employees			
SASB EM-MM-320A.1	SOMA	CIA. HERING	AR&Co	AREZZO&CO
1. Total frequency rate (lost-time and no-lost-time)	2.1	0.75	-	-
2. Near miss frequency rate (NMFR)	0.7	0.50	-	-
3. Average hours of health, safety and emergency response training (calculate as follows: total hours of qualified training provided by the entity) / (total number of employees).	0.3	3.28	0.01	1.89

HERING SPORTS HIGH SUMMER 2025

EMPLOYEE HEALTH AND WELL-BEING SERVICES

GRI 403-3, GRI 403-6

In addition to preventing risks, Azzas 2154 promotes the health and well-being of its employees through diverse initiatives, ensuring a balanced environment focused on quality of life. Main actions:

Occupational health care

- On-site clinics in strategic units and outsourced occupational health providers for pre-employment, periodic, return-to-work and termination medical exams.
- Ongoing monitoring of occupational health through the PCMSO (Occupational Health Medical Control Program).

AR&CO 2024 CONVENTION

Promoting physical and mental well-being

- Workplace stretching sessions and physiotherapy support to prevent musculoskeletal disorders.
- Wellz Program, offering individual psychological support, interactive content on emotional health and therapy sessions.
- Zen Space, with activ breaks, massage therapy and relaxation activities to reduce stress.
- Partnership with Zenklub, a mental health platform offering sessions with psychologists, holistic therapists, coaches and more.
- Running and Pilates groups.

Prevention and quality of life

- Annual vaccination campaigns and monitoring of chronic illnesses.
- Baby on Board Program, offering support for pregnant employees, monthly check-ins and guidance on maternal and child health.
- Promoting physical activity through partnerships with WellHub, providing access to gyms and sports activities.

Ergonomics and occupational safety

- Regular ergonomic assessments and workstation adjustments to reduce occupational risks.
- Investments in ergonomic furniture and training to raise awareness about proper posture.

Engagement and communication

- Active communication of initiatives through internal channels such as bulletin boards, emails and corporate networks.
- Regular surveys to assess satisfaction and effectiveness of health and well-being programs.

EMPLOYEE ENGAGEMENT AND PARTICIPATION IN HEALTH AND SAFETY

GRI 403-4, GRI 403-5

Forging a safety culture at Azzas 2154 is a shared commitment, encouraging the active participation of employees in creating an increasingly healthy and protected workplace.

SOMA GROUP ARCHIVE

Participation and open dialog

- ✓ Internal Accident Prevention Committee (CIPA) – a team made up of elected and appointed employees, holding monthly meetings to assess risks, conduct safety inspections, offer training on various topics and propose improvements.
- ✓ Emergency Brigade – a trained group ready to respond in critical situations such as fires and first aid, carrying out regular drills and preventive actions.
- ✓ Safety Standards Committee – a forum that brings together managers, technicians and employees to review procedures and improve safety practices in production units.
- ✓ Communication channels – accessible tools for reporting risks, sharing suggestions or asking questions, including corporate emails, reporting boxes, intranet and toolbox talks (DDS).

Ongoing training and coaching

- ✓ Onboarding for new employees – initial training covering safety regulations, proper use of PPE and key operational protocols.
- ✓ Periodic technical training – mandatory courses in compliance with Regulatory Standards (NRs), including electrical safety (NR 10), ergonomics (NR 17), work at height (NR 35) and cargo handling (NR 11).
- ✓ Education and awareness programs – initiatives like the Internal Occupational Accident Prevention Week (SIPAT), featuring lectures and interactive activities on health, safety and well-being.
- ✓ Emergency training – evacuation, first-aid and fire-fighting drills to ensure everyone knows how to respond in risky situations.

BENEFITS AND OCCUPATIONAL ILLNESS PREVENTION

GRI 401-2, GRI 403-10

Azzas 2154 offers a comprehensive benefits package that includes health and dental plans, life insurance, extended maternity and paternity leave, meal vouchers, physical activity support and chartered transportation at specific units.

The prevention of occupational illnesses is managed with technical rigor, especially in activities involving exposure to chemical agents, high noise levels and repetitive strain. Through the Occupational Health Surveillance Program (PCMSO), the company conducts periodic medical exams, ergonomic monitoring and implements initiatives to mitigate physical and environmental risks.

RESERVA FATHER'S DAY 2024

PARENTAL LEAVE

GRI 401-3

	Men	Women
Total number of employees that were entitled to parental leave	8,110	15,099
Total employees who took parental leave	135	605
Total number of employees that returned to work after parental leave ended that were still employed 12 months after their return to work	87	213
Rate of return	100%	100%
Retention rate	82.86%	67.19%

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

GRI 3-3, GRI 2-6

Azzas 2154's supplier network includes both domestic and international partners, organized into five major groups:

1. Sourcing supplier (finished product, processing and manufacturing)
2. Company plants (finished products)
3. Service provider (subcontracted by finished goods suppliers)
4. Domestic materials/raw materials
5. Domestic corporate supplier/service provider (internal consumption/ marketing)

The management of this supply chain incorporates best practices and expertise from Arezzo&Co and SOMA Group, maintaining established guidelines for footwear, handbags, accessories and apparel. Robust policies—such as the Supplier Code of Conduct and the Consequence Management Policy—help foster a more ethical and sustainable supply chain.

The company uses a range of tools to prevent, mitigate and detect potential irregularities, including due diligence, socio-environmental audits, traceability audits and socio-environmental document monitoring.

Azzas 2154 requires that its direct suppliers and subcontractors in Brazil be certified by the ABVTEX Program, ensuring alignment with social and environmental best practices, respect for human and labor rights and the elimination of child and forced or compulsory labor.

AREZZO&CO ARCHIVE

ABVTEX* GOLD STATUS

3

Company factories of the Footwear and Accessories BU

78%

of Azzas 2154 suppliers are ABTEX certified

*100% of Azzas-owned factories are ABTEX certified and 3 have gold status.

ZZSAP Sustainable Origin Gold**

100%*

SOMA suppliers audited using proprietary protocol

*Domestic finished goods suppliers (cut-make-trim and processing) of the Women's & Lifestyle Apparel BU and the Democratic Apparel BU are audited at least once every two months.

**Denotes the Schutz brand's own factory

SUPPLIER AND SUBCONTRACTOR CHAIN FIGURES BY BUSINESS UNIT GRI 2-6

An estimated 1,856 suppliers* serve Azzas 2154, distributed across the four business units:

ABVTEX certification

Footwear and Accessories	Women's clothing and Lifestyle	Men's Clothing and Lifestyle	Democratic Apparel
64%	87%	93%	52%
of direct and indirect suppliers	of direct and indirect suppliers	of direct and indirect suppliers	of direct and indirect suppliers

*The data includes sourcing suppliers, corporate stores' factories and service providers (subcontracted by suppliers).

Footwear and Accessories

Due to the business model based on mergers and acquisitions, the Footwear & Accessories BU approaches finished goods supplier compliance in the following ways:

• Brands and businesses acquired more than two years ago: these are required to commit to full supplier approval and mandatory ABVTEX certification.

• Brands and businesses acquired within the past two years: Approval is granted with certain allowances. Certification is not mandatory, and some required documents may be deferred for up to two years, following ABVTEX practices.

For suppliers and subcontractors producing the Vans brand, in addition to meeting the Company's socio-environmental standards, they must also comply with VF Global's specific requirements. These include external social and environmental audits conducted by Fair Factories Clearinghouse (FFC) and external physical structure audits via QIMA Critical Life Safety.

International direct suppliers of finished goods must comply with the regulations and laws of their country of origin, and the socio-environmental standards defined by the Company. To ensure alignment with international standards for Social Responsibility (including Labor Standards, Health and Safety, Environmental Assessment and Business Ethics), audits are carried out by third-party certified auditors using SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit Report) or BSCI (Business Social Compliance Initiative) protocols.

Women's clothing and Lifestyle

To ensure compliance with global standards for Social Responsibility (Labor Standards, Health and Safety, Environmental Assessment and Business Ethics), all direct national and international Tier 1 suppliers producing for FARM Rio Global undergo audits conducted by third-party certifiers following the SMETA standard. In addition, approved national suppliers hold ABVTEX certification.

Democratic Apparel

International direct suppliers of finished goods must comply with the regulations and laws of their country of origin, and the socio-environmental standards defined by the Company. To ensure alignment with international standards for Social Responsibility (including Labor Standards, Health and Safety, Environmental Assessment and Business Ethics), audits are carried out by third-party certified auditors using SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit Report) or BSCI (Business Social Compliance Initiative) protocols or WRAP (Worldwide Responsible Accredited Production) or SA8000 (Social Accountability 8000).

FOXTON WINTER 2025

SUPPLIER CODE OF CONDUCT

Azzas 2154 maintained the Supplier Codes of Conduct formerly in place at Arezzo&Co and Soma. The documents were developed based on market best practices and created jointly by various company departments and specialized consultants. This approach aims to ensure and promote the supplier chain's operations according to the highest ethical standards, respecting human and labor rights and aligning with industry expectations.

SOMAR

The SOMAR Program provides a holistic assessment of suppliers, monitoring the performance of those operating within the national clothing manufacturing chain. Created to identify areas for improvement and support supplier development, the program serves as a guiding framework for the Company's engagement with its supply chain. Performance, risk and continuous improvement monitoring is based on five strategic pillars: sustainability, operations, margin, quality assessment and responsiveness – which guide the company's strategy toward clients, partners and shareholders.

The ESG education track for suppliers of the Women's & Lifestyle Apparel BU (formerly SOMA Group) aims to bring them closer to sustainability topics. In 2024, the sessions covered topics such as data culture, environmental licensing and improvements in SOMAR's environmental pillar (solid waste management plan, selective waste collection, organization and waste management). In 2025, the education track will include quarterly sessions with pre-defined topics.

Elsewhere, the 2nd edition of the Productive Chain Development program was carried out in partnership with the Brazilian Micro and Small Business Support Service (SEBRAE), focused on improving and professionalizing the production chain. The initiative involved 97 suppliers from Rio de Janeiro, São Paulo and Minas Gerais states. Participants had the opportunity to visit SOMA Group's Distribution Center and Atelier, the innovation hub/CETIQT and SEBRAE headquarters.

AREZZO&CO ARCHIVE

CUSTOMER RELATIONS

GRI 2-29

Since the beginning of its integration process, Azzas 2154 has adopted a personalized approach to customer experience, creating cross-functional working groups focused on CRM and loyalty.

Instead of implementing a single project for all brands, the Company chose to explore cross-engagement opportunities, such as Hering customers purchasing Arezzo products.

This efficient use of internal data allows for a significant reduction in customer acquisition cost (CAC), leveraging information already available.

Azzas 2154 chose to explore cross-engagement opportunities, such as Hering customers buying Arezzo

OFFPREMIUM BLACKFRIDAY

NPS (Net Promoter Score) is an important metric for Azzas 2154, as it directly reflects customer satisfaction. Beyond focusing on financial targets, the Company is committed to enhancing the overall customer experience and thus achieving continuous improvement of its NPS.

The Azzas 2154 report presents an analysis of customer satisfaction across different business units. Overall, it reflects a positive trend, with highlights including FARM Rio achieving the highest score, indicating strong customer loyalty and recommendation, with a satisfaction score of 90.7, Reserva with 86 and Cia. Hering with 84 points. Customers of the Democratic Fashion BU emphasize service quality, salesperson presence and attentiveness as the best features of our customer service. Another highlight is the Arezzo brand's score, which ended the year at 78 points, rising 3 points compared to 2023.

Among the factors measured in the customer satisfaction survey are delivery delays, packaging, product quality, customer service, consistency of brand image with the website and logistics traceability.

HERING KIDS HIGH SUMMER 2025

CYBERSECURITY

According to the World Economic Forum (WEF), cybersecurity risk is one of the most potentially impactful for the global economy. With this in mind, Azzas 2154 initiated a structured plan and well-defined governance.

The first action entailed creating a working group with a 360° view on cybersecurity, ensuring all stakeholders are aligned and prepared.

The group uses the NIST protocol for incident prevention and management before and after they occur.

The Company refers security discussions to the Board and the Risk Committee. Recognizing the asymmetric nature of cyberattacks—where attackers can quickly identify vulnerabilities—Azzas 2154 is preparing for a scenario in which risk is inevitable, emphasizing anticipation and rapid response to potential security breaches.

FUTURE OUTLOOK

The future of technology at Azzas 2154 involves consolidating a single platform with vertical solutions, producing scalable benefits for the Company's various businesses. BU autonomy is important to avoid rigidity, but all should be integrated into a centralized system, creating a more scalable and exponential structure.

An example is the e-commerce platform, which, although it shares the same provider, can benefit from the unification of codes, making it easier to share resources across different BUs and, consequently, creating endless possibilities for expansion and integration.

Deploying this technology will help uncover new business opportunities and attract more talent to the group, expanding innovation potential.

AREZZO PRE FALL 2024 - BALLET DREAMS

INNOVATION, AI & SUSTAINABILITY

Azzas 2154 reaffirms its commitment to innovation and sustainability by developing recycled and renewable materials, combined with optimized production processes that reduce carbon emissions. To improve operational efficiency and more sustainable solutions, the Company also embeds artificial intelligence into its logistics operations and customer relationship management platforms. With smart chats, customers receive quick and accurate responses regarding orders, cancellations and other topics via AI—a measure that has reduced the need for human intervention by 50%, saving resources and improving customer response capabilities.

At Arezzo&Co, the use of technology has led to improvements such as the leather traceability project and the data science-based CRM project, in which artificial intelligence personalizes the consumer experience, supports salespeople in outreach and provides shopping recommendations based on customer history. The use of AI by Cia. Hering, in turn, eliminates the need for physical samples thanks to predictive models and 3D modeling, making the creative process faster and more accurate. At AR&Co, AI is used to great effect in the virtual fitting room on online stores, allowing customers to virtually try on looks. With 890 products developed in 2024 at FARM Rio, at SOMA 3D technology spared us from having to make 2,670 physical prototypes, reducing waste and increasing design efficiency. Representing 30% of the collection, the initiative espouses innovation and sustainability as strategic pillars.

MARIA FILÓ SUMMER 2025

> Smart chats give customers quick and accurate responses about orders, cancellations, and other topics via AI

ENVIRONMENTAL PILLAR

CLEANER AND MORE RESPONSIBLE FASHION

Develop products with the circular economy in mind, prioritizing lower-impact alternatives, eco-efficiency in processes and the decarbonization of operations and the value chain.

Material topics

Climate change
Water & wastewater management
Waste management and circular economy

Capitals

SDGs

FARM RIO HIGH SUMMER 2025

LOW-IMPACT RAW MATERIALS

Azzas 2154 seeks to ensure that its raw materials are traceable and more socially and environmentally responsible, promoting transparency at every stage of the production chain. The expertise in leather traceability acquired from Arezzo&Co will be extended to all BUs in 2025, benefiting other brands in the group. This knowledge exchange engenders improvements in historically challenging supply chains and creates solutions applicable to other commodities, such as cotton and viscose.

By factoring learning, innovation and ethical practices into its operations and strategies, Azzas 2154 reinforces its commitment to transforming the fashion industry in a more sustainable way.

Acquisition of raw materials by BUs

+5.2 million
shoes made from lower-impact raw materials

69.4%
of SOMA's cotton raw materials are certified (ABR/BCI)

42.8%
of Arezzo&Co products have lower-impact attributes*

53%
of Cia. Hering's raw materials are certified

69.0%
of AR&Co's cotton raw materials are certified (ABR/BCI)

*Refers to the brands Anacapri, Arezzo, Brizza, Reserva and Schutz

RESERVA GO YANKEE OCEAN

MATERIALS USED BY WEIGHT OR VOLUME
GRI 301-1

		Weight (metric tons)
Non-renewable materials	Acrylic*	0.91
	Elastane	111.64
	Metallic thread	0.03
	Indefinite*	14.85
	Polyamide	43.95
	50% to 99% polyamide	11.19
	Polyester	72.12
	50% to 99% polyester	46.42
	100% polyurethane	0.08
TOTAL		**301.19**
Renewable materials	Acetate	64.4
	50% to 99% acetate	0.11
	Cotton	5,604.4
	50% to 99% cotton	1,898.66
	Type	6.5
	50% to 99% modal**	7.5
	Silk*	23.88
	Viscose	2,318.34
	50% to 99% viscose	210.16
	Linen	147.42
	50% to 99% linen**	54.66
	Lyocell	6.81
	50% to 99% lyocell**	0.02
	Wool	6.58
	50% to 99% rami**	0.02
TOTAL		**10,349.46**

	Weight (metric ton) SOMA	Weight (metric ton) AR&Co	Weight (metric ton) CIA. HERING
Subtotal non-renewable materials	108.14	77.54	116.45
Subtotal renewable materials	2,843.29	1,589.4	5,915.47
TOTAL	**2,951.43**	**1,666.94**	**6,031.92**

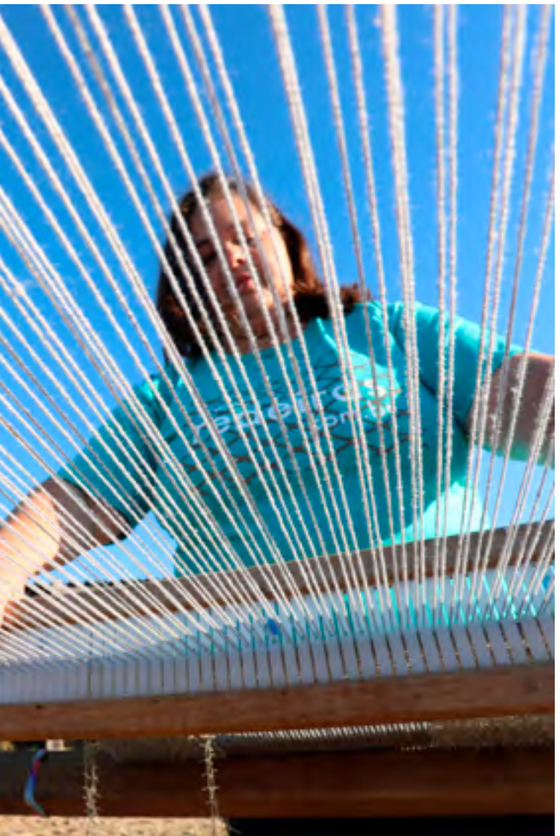
The above data is estimated. Arezzo&Co is not monitoring all the raw materials used.
The classification is based on the primary raw material, which accounts for more than 50% of the product's composition.
*Materials used by SOMA **Materials used by AR&Co.

SUSTAINABILITY ATTRIBUTE LIST

Prior to the merger, the Footwear & Accessories and Men's & Lifestyle Apparel BUs used their own attribute lists to advance the topic of lower-impact raw materials. Meanwhile, the brands within the Women's and Democratic Apparel BUs followed their respective Guides for more responsible raw materials. After August 01, 2024, the areas were integrated under a unified approach to the topic. For 2025, the indicators will be standardized across business units for integrated measurement and reporting.

RESERVA GO YANKEE OCEAN (REDEIRAS)

RESERVA GO YANKEE OCEAN



RESERVA GO YANKEE OCEAN (REDEIRAS)

AREZZO&CO AND AR&CO SUSTAINABLE MATERIALS ATTRIBUTE LIST

The document informs the choices of research and development teams and provides greater clarity to suppliers regarding raw materials with lower environmental and social impact and best production process practices. In it, raw materials are organized into the categories textiles, leather, polymers (synthetics and plastics) and others (metals, wood, paper, wool etc.). Attributes such as minimum certifications and compositions that materials must meet are also listed. Among these are lower water consumption, reduced chemical use and the use of low-impact renewable energy. The list also provides examples of reports and technical data sheets that must be submitted to the Company.

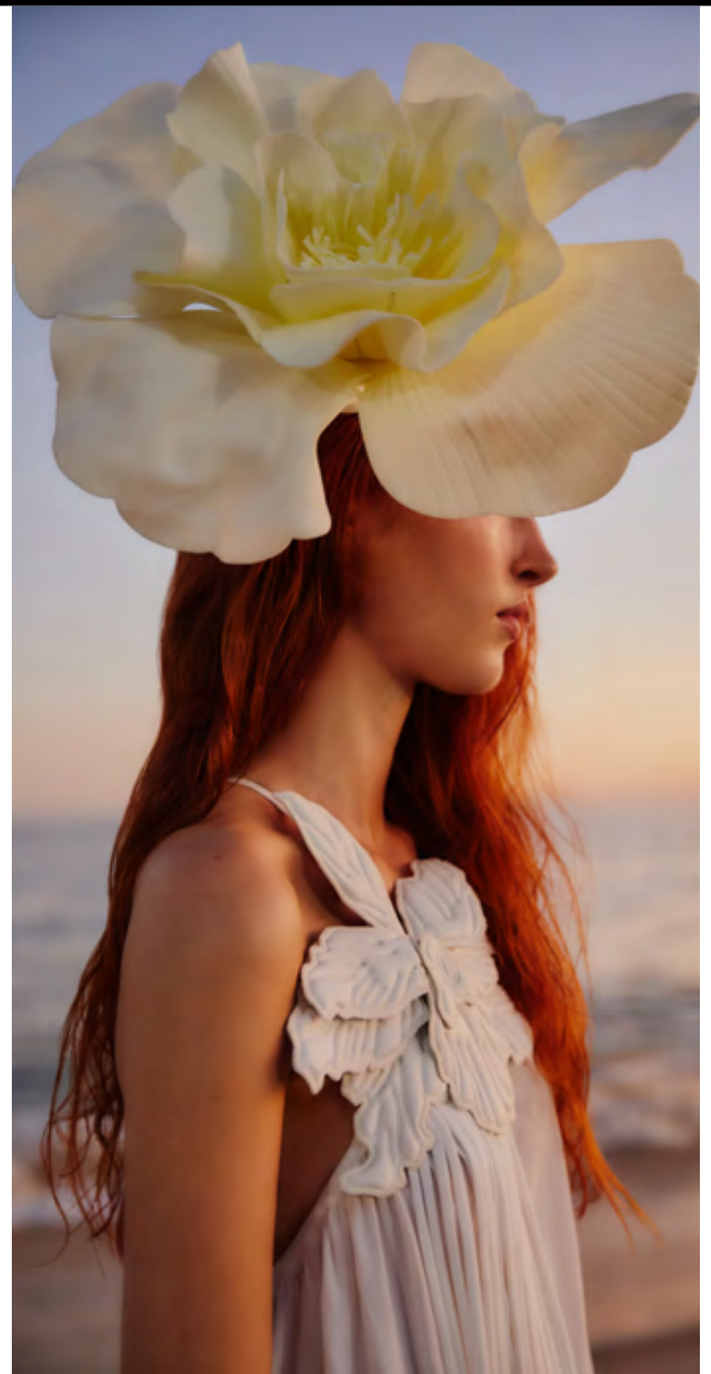
Reserva Go's bet on sustainability, the Yankee Ocean transforms discarded fishing nets into innovation and style, reinforcing the commitment to a cleaner future. Made from recycled materials, including PET bottle nylon and bioplastic, it is an example of a sneaker composed of more environmentally friendly raw materials.

SOMA GROUP'S GUIDE TO MORE RESPONSIBLE RAW MATERIALS

Developed by the Sustainability and Sourcing teams at SOMA Group, the "Guide to more responsible raw materials" addresses the positive aspects and areas of attention regarding natural textile fibers (plant- and animal-based) and chemical fibers (synthetic and artificial) in terms of environmental and social impact. More than 15 market-recognized certifications were identified, along with recommended suppliers with good practices, capable of meeting the demand of the Style, Purchasing and Planning teams of the brands in a realistic and ethical manner. The Guide also covers more sustainable dyeing processes using natural dyes, anti-odor treatments and lists attributes such as durability, recyclability, water footprint, carbon footprint, energy use, land use, chemical use and biodegradability, based on references from Textile Exchange and the Fios da Moda report. In 2024, 54% of the raw material purchased by the brands in the current Women's & Lifestyle Apparel BU was certified (unit of measurement: meters).
The certifications considered include:

- Responsible Brazilian Cotton (ABR)
- Forest Stewardship Council (FSC)
- Lenzing Ecovero
- Canopy Style
- OEKO Tex
- Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)
- Carbon Free
- Amni Soul Eco
- Global Recycled Standard (GRS)
- Recycled Content Standards (RCS)
- Amaciante Rice Recycle

FARM RIO HIGH SUMMER 2025



RESTRICTED SUBSTANCES LIST

The Footwear & Accessories and Men's & Lifestyle Apparel BUs have a restricted substances list that sets safe limits for the use of chemical compounds potentially harmful to human health and the environment. The list must be followed by all raw material and finished product suppliers and by third parties involved in the production of clothing, footwear, bags and accessories. Sample-based product testing is conducted to ensure compliance with the list's requirements. At FARM Rio, samples of products and trims are analyzed in certified laboratories, according to REACH standards. Throughout the year, the BUs maintained zero tolerance for restricted substances such as heavy metals and phthalates, reinforcing their commitment to sustainability and product safety.

FIRST BRAZILIAN FASHION BRAND CERTIFIED BY GOTS

GRI CG-AA-250A.1

In 2024, FARM Rio became the first Brazilian fashion brand certified by the Global Organic Textile Standard (GOTS), an international standard that defines criteria for organic textiles, from harvesting to labeling. This certification covers two fronts: social – ensuring decent working conditions throughout the production chain – and environmental – ensuring products are free from pesticides and harmful chemicals, with lower water consumption and environmental impact.

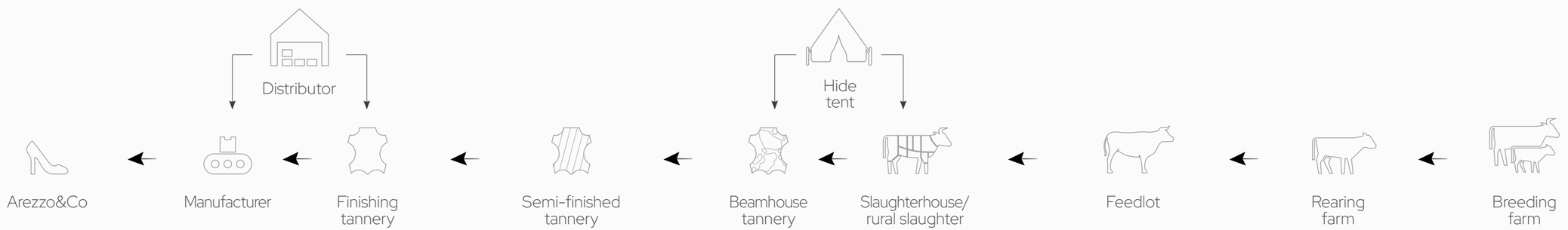
The certification covers organic cotton products, which represent around 15% of the High Summer 2025 collection and will be sold in FARM Rio's international stores from the second half of 2025.

DEFORESTATION-FREE CALL TO ACTION FOR LEATHER

Azzas 2154 is the only Brazilian company committed to the Deforestation-Free Call to Action for Leather.

Coordinated by Textile Exchange, the Leather Working Group (LWG) and the World Wildlife Fund (WWF), the initiative urges brands and retailers to source bovine leather from deforestation-free supply chains by 2030, or sooner, by requiring:

1. Establishment of sourcing requirements for leather
2. Setting and meeting supply chain targets
3. Respect for human rights throughout the bovine leather supply chain
4. Implementation of traceability
5. Realization of investments
6. Progress report.



LEATHER TRACEABILITY

The project aims to ensure that the leather used in Azzas 2154's shoes and handbags is not linked to deforestation, and to promote a more transparent supply chain from farm to final product.

Leather traceability at Azzas 2154 began in 2022, under the former Arezzo&Co. Its goal is to achieve 100% leather traceability across all products, down to the breeding farms, by 2030. To map and trace supplies, the Company uses block-chain technology, which immutably and securely records data such as invoices, production orders, origin, destination, area and weight.

Over the past year, Azzas 2154 bolstered its leather traceability project by:

- ✓ Signing a contractual amendment
- ✓ Investigating invoices that were not entered into the system
- ✓ Using QR codes with traceability information, providing transparency to the customer
- ✓ Preparing to launch the supply chain platform
- ✓ Rolling out AI to simplify research and reporting
- ✓ Adapting interfaces for better integration with Arezzo&Co systems
- ✓ Completing preparations for automatic and traceable calculation and target integrations
- ✓ Preparations for receiving other raw materials beyond leather
- ✓ Modeling data for subsequent use of the information in carbon emissions accounting

2026	2028	2030
100%	100%	100%
from national and international slaughterhouses	from fattening farms	from rearing and/ or breeding farms

In 2024, 38.6% of leather production across all brands in the Footwear & Accessories BU was traced from the factory to the slaughterhouse (target exceeded by 3.6%).

COTTON TRACEABILITY

Reserva participates in the program Sou ABR–Brazilian Responsible Cotton Program, a collab between the Brazilian Association of Cotton Growers (Abrapa) and other brands.

Blockchain technology enables not only the tracking of the cotton used in garments from the originating farm but also review by auditors, thereby ensuring transparency and compli-ance with the standards established by the program.

CLIMATE CHANGE

GRI 3-3

Azzas 2154 emerged from the merger of two companies with solid histories and a strong commitment to combating climate change. In 2024, both Arezzo&Co and SOMA Group boasted an A- score from the CDP, a Gold seal from the Brazilian GHG Protocol Program and had emissions reduction targets approved by the Science Based Targets Initiative (SBTi). These synergies enabled the Company to adopt a unified climate strategy within its first year.

OFICINA LINEN

A detailed study of climate-related risks and opportunities was carried out by Azzas 2154 to identify physical, transition and value chain risks, such as vulnerabilities in raw materials and retail locations prone to flooding. The study also outlined actions to mitigate impacts and increase the resilience of operations. The positive and negative impacts of greenhouse gas (GHG) emissions were analyzed, with a focus on scope 3, which includes the manufacturing of finished products, raw materials, transportation and final product disposal.

Our climate risk management includes a GHG inventory updated according to the GHG Protocol methodology, the use of renewable energy in operations, supplier chain engagement, the use of lower-impact raw materials, leather traceability and the offsetting of emissions through carbon credits linked to reforestation and renewable energy projects. These initiatives reinforce Azzas 2154's commitment to internalizing climate risk and making decisions that account for both local and global impacts.

FÁBULA SUMMER 2025 - CAXIXI

100%*	99%	A-	Commitment to Business Ambition For 1.5 °C	Approval of SBTi targets	Gold status GHG Protocol
offsetting in scopes 1 and 2	are scope 3 emissions**	score in Climate CDP		Science-based targets 2024	

*SOMA Group offsets 100% of scope 3 emissions.

**It is common for GHG emissions in companies within the sector to mostly originate from scope 3, reflecting the complexity and depth of value chains in the fashion industry.

FINANCIAL IMPLICATIONS AND OTHER RISKS AND OPPORTUNITIES DUE TO CLIMATE CHANGE GRI 201-2

DATA CONCERNS FOOTWEAR AND ACCESSORIES BU

Identifying climate-change risks and opportunities

Risks and opportunities	Classification	Financial implications and management methods
Urban flooding	Physical	Loss of R$ 1.7 million/day in distribution centers and R$ 1.5 million/day in shopping mall stores due to shutdowns. Management methods: Procurement of insurance for high-risk areas; Reinforcing infrastructure in vulnerable locations.
Increased cost of raw materials	Regulatory	Increase of up to R$ 10.9 million due to carbon pricing and environmental regulations. Management methods: Supply chain traceability; Use of lower-impact and certified raw materials.
Changes in consumer preferences	Market	Potential revenue reduction due to loss of competitiveness in non-sustainable products. Management methods: Development of more sustainable products; Active communication on sustainability.
Carbon pricing	Regulatory	Direct impact on operational costs of up to R$ 10.9 million due to higher cost of GHG emissions. Management methods: Reduction of scope 1, 2 and 3 emissions; Use of renewable energy and efficient technologies.
Deforestation and supply chain	Reputational and regulatory	Fines and market loss in regions with strict regulations (e.g.: EU). Management methods: Zero deforestation commitment; Full leather supply chain traceability by 2030.
Sustainable product development	Opportunity	Revenue growth by capturing conscientious consumers and new global markets. Management methods: Investment in low environmental impact materials; Expansion of recyclable products.
Adaptation to environmental regulations	Regulatory	Costs related to audits, compliance and emissions reporting (not quantified). Management methods: Implementation of climate compliance reporting (e.g.: TCFD); Internal ESG training.
Operational resilience	Physical	Reduction of future losses due to extreme weather events (values not specified). Management methods: Fortifying physical structures; Formulating contingency plans for critical operations.

EMISSIONS INVENTORY

The Company's greenhouse gas (GHG) inventory is developed based on the methodology of the Brazilian GHG Protocol Program, with data organized in a specialized platform and independently assured.

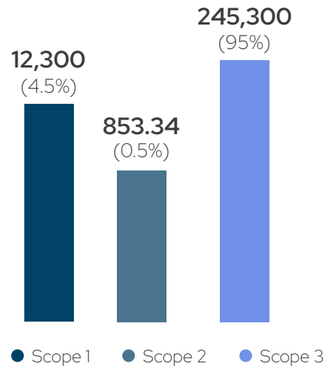
The tool is widely adopted by companies and governments around the world to measure, understand and manage greenhouse gas emissions. It is aligned with ISO 14064 and the quantification methods of the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). Both SOMA Group and Arezzo&Co hold GHG Protocol gold status—indicating completeness in emissions mapping and information auditing—and an A- score on the CDP, already demonstrating the Company's leadership position in the climate agenda.

RESERVA MINI WINTER 2024

DIRECT (SCOPE 1) GHG EMISSIONS GRI 305-1

Category	Total emissions (tCO_2e)
Stationary combustion	9,678.06
Mobile combustion	630.77
Fugitive emissions	1,362.30
Industrial activities	159.85
Waste and effluents	472.65
TOTAL	**12,303.64**

GHG EMISSIONS IN tCO_2e



258,400

Total tCO_2e

INDIRECT EMISSIONS - SCOPE 2 (tCO_2 EQUIVALENT)
GRI 305-2

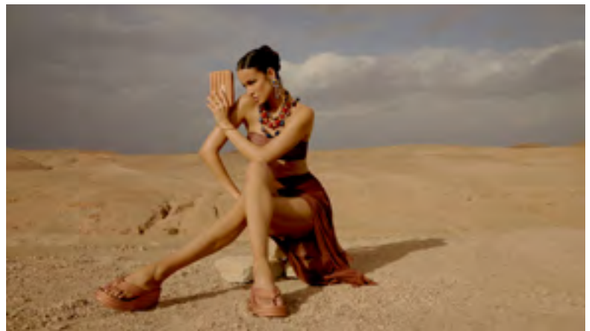
Category	
Acquisition of electricity (location-based)	3,779.92
Energy acquisition (market-based approach)	853.34

OTHER INDIRECT EMISSIONS - SCOPE 3 (tCO_2 EQUIVALENT) GRI 305-3

Category	
Goods and services purchased	147,325.66
Capital goods	3,568.04
Fuel- and energy-related activities not included in scope 1 or scope 2	4,228.69
Upstream transportation and distribution	48,497.14
Waste generated in operations	7,190.75
Business travel	6,789.00
Employee commuting (home-work)	10,200.31
Downstream transportation and distribution	3,976.54
End-of-life treatment of sold products	10,865.03
Franchises	2,688.70
TOTAL	**245,329.84**

Through the ISS Neutro program run by the Rio de Janeiro Municipal Government, the Women's & Lifestyle Apparel BU obtained a tax benefit related to the purchase of 25,458 carbon credits. The investment via AirCarbon Exchange (ACX) was made through the trading platform in partnership with B3 (a CVM-regulated environment) and resulted, for the first time, in the recovery of part of its investment in emissions offsetting. This pioneering program provides tax offsets for Rio-based companies committed to carbon neutrality.

BRIZZA MARROCOS



RENEWABLE ENERGY AND ENERGY EFFICIENCY

The use of renewable energy and energy efficiency is part of the Company's GHG emissions reduction plan.

The purchase of I-RECs (International Renewable Energy Certificates) reflects the pursuit of solutions to shift its energy matrix. Globally recognized, these instruments certify that a specific amount of energy was generated from renewable sources such as solar, wind or biomass.

In 2024, 79% of the energy used in the Company's own operations came from low-impact renewable sources. The target for 2030 is to reach 100% renewable energy use across all the group's administrative and manufacturing operations. In this regard, the Cia. Hering BU has already met the goal.

AR&Co harnesses solar energy in 20 of its facilities in Rio de Janeiro state, including stores and office space, consuming 230,902 kWh of this clean renewable energy source over the course of the year.

RESERVA WINTER 2024

Since 2021, the Men's & Lifestyle Apparel BU has had 2 electric trucks and 3 electric motorcycles, in addition to bicycle deliveries, reducing downstream emissions

TOTAL ENERGY CONSUMED WITHIN THE ORGANIZATION GRI 302-1

	Quantity (GJ)		
Type of energy	AREZZO&CO / AR&CO	SOMA	CIA. HERING
Nonrenewable fuels consumed	7,000	765.31	167,934.44
Renewable fuels consumed	2,000	0	260,031.01
Electricity, heating, cool and steam purchased for consumption	72,638.28	52,191.14	103,142.01
Surplus electricity sold, heating, refrigeration or steam generated onsite	0	0	0
TOTAL	**81,638.28**	**52.956.45**	**531,107.46**

Energy consumption within the organization from fossil fuels includes: diesel, gasoline, LPG, natural gas and CNG. Renewable sources include: biodiesel, wood from renewable sources/firewood and anhydrous ethanol. The sale of surplus energy and energy consumption include the following sources: electricity, heating, cooling and steam.

TOTAL ENERGY CONSUMED, PERCENTAGE GRID ELECTRICITY, PERCENTAGE RENEWABLE SASB CG-MR-130A.1

	Results		
Variable	AREZZO&CO / AR&CO	SOMA	CIA. HERING
Total energy consumption	72,638.28	52,191.14	531,107.45
Percentage grid electricity	50	0	31.62
Renewable percentage	50	100	68.38

CRIS BARROS – MAGICIANS OF LIFE – EVERYDAY ARTISTS

CIA. HERING AND DECARBONIZATION IN THE MEDIUM AND LONG TERM

In 2024, in addition to continuing its ongoing sustainability programs, Azzas 2154 also embraced plans and opportunities identified by SOMA Group. Among them is the advancement of Cia. Hering's decarbonization plan (now the Democratic Apparel BU), which entails replacing natural gas with biomethane or biomass boilers.

CLEAN ENERGY CONSUMPTION

In 2024, 179 corporate stores of the Women's & Lifestyle Apparel BU were powered by renewable energy. In addition, the Company's first investment in I-RECs – before th end of the first quarter of 2025 – aims to ensure 100% of its units consume clean energy, including all corporate stores and the eight manufacturing and corporate facilities.

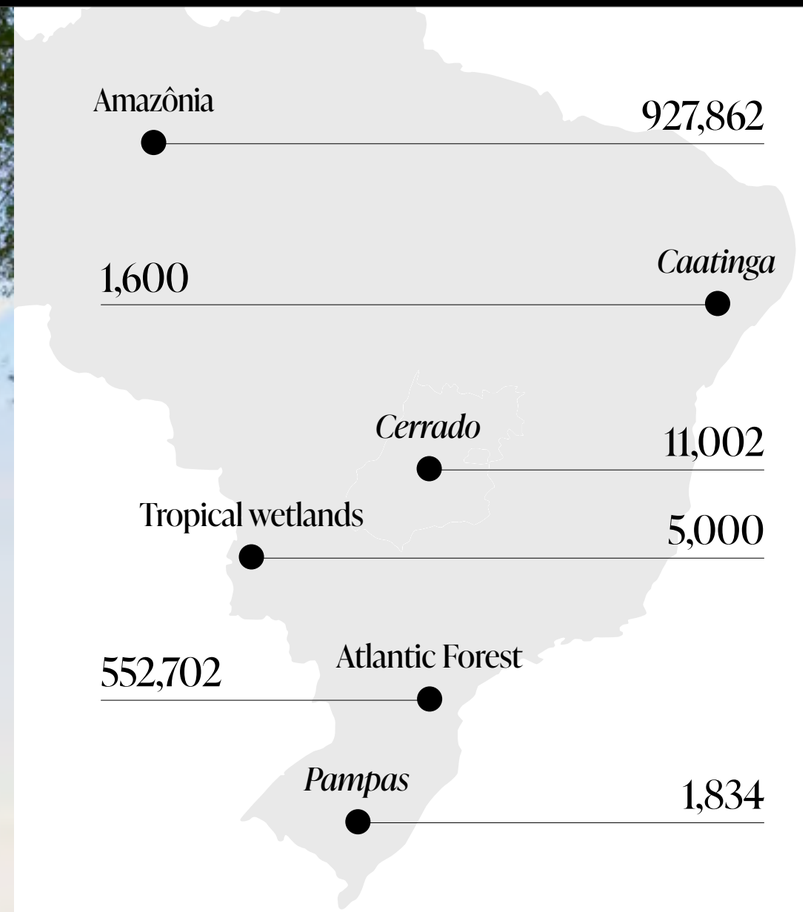
HERING HIGH SUMMER 2025

IMPACT CASES

A Thousand Trees a Day, Every Day

Nature has always been a source of inspiration for FARM Rio's designs. In light of this, the brand created a program aimed at financing tree planting, restoring ecosystems through the implementation of Agroforestry Systems (SAFs). In September 2024, FARM reached the milestone of 1.5 million seedlings donated to reforest all Brazilian biomes — a project in place since 2020. Since then the A Thousand Trees a Day, Every Day project has planted:

FARM RIO SUMMER 2025



Positive socio-environmental impacts

- Emissions reduction by removing CO_2 from the atmosphere
- Rehabilitating degraded soils
- Mitigating natural disasters
- Biodiversity conservation and restoration
- Improving air and water quality
- Creating job and income opportunities for the local population
- Diversifying food sources by planting fruit-bearing species

Cia. Hering's Environmental Reserve

In 1906, Bruno Hering, one of the founding brothers of Cia. Hering, was recognized as a Reforestation Pioneer in Brazil after leading the rewilding processes in the area surrounding the knitwear facility in Blumenau, Santa Catarina. Where once stood a logging company, there is now a thriving environmental conservation area spanning over 4.2 million square meters of Atlantic Forest – one of the most endangered biomes in the country. This legacy of environmental stewardship is preserved to this day. The Cia. Hering Reserve is home to around 140 tree species and 156 animal species, some of which are endangered. The reserve even includes Myrcia heringii, a plant species cataloged for the first time within its boundaries. A recent study conducted on-site revealed that the vegetation is undergoing a strong and steady rewilding process.

SUELEN JONER PERSONAL ARCHIVE

WASTE MANAGEMENT AND CIRCULAR ECONOMY

GRI 3-3, 306-1, 306-2

Azzas 2154 takes a structured, strategic approach to waste reduction and circularity — blending innovation, regulatory compliance and operational efficiency. Its waste management practices span the entire value chain, from input sourcing to final disposal, ensuring full traceability and alignment with Brazil's National Solid Waste Policy (PNRS).

Collection and monitoring are guided by standards such as NBR 10004, with detailed tracking via Waste Transportation Manifests (MTRs) and Final Disposal Certificates (CDFs). All waste is handled by licensed companies equipped to treat it properly and safely.

> Technologies like 3D modeling and laser cutting have helped reduce physical samples and the associated emissions

In 2024, the Company made progress in cutting down on waste by replacing outdated machinery with high-precision cutting equipment, reusing leftover raw materials and redirecting leather scraps to cooperatives. Reusing surplus materials also fueled social impact initiatives, such as fabric donations for socio-environmental responsibility projects.

Life Cycle Assessments (LCAs) help inform decisions aimed at shrinking our environmental footprint — like in the case of Hering's World t-shirt, which is made eco-efficiently: it uses less water and energy, generates less waste and has its emissions offset through carbon credits. Technologies like 3D modeling and laser cutting have helped reduce physical samples and the associated emissions. Textile recycling also moved forward through strong partnerships, while programs like Reserva Circular expanded reverse logistics options for customers. The push for a circular economy includes standout initiatives like Animale Vintage, which help the second-hand market and encourage clothing donations.

RESERVA WINTER 2024

The Company's commitment to responsible waste management is backed by regular audits and monthly reporting, ensuring recyclable and hazardous waste is properly handled. This commitment is further reinforced through the implementation of Solid Waste Management Plans (PGRS) and by requiring ABVTEX certification from suppliers.

The impact is measured by strategic indicators, including the volume of waste diverted from landfills, textile leftovers reused and income generated through these circular actions.

WASTE GENERATED GRI 306-3

Hazardous waste – Arezzo&CO	Quantity generated (metric tons)
Leather shavings, sawdust and dust from chrome-tanned leather	574.65
Waste from paints and varnishes containing organic solvents or other hazardous substances	1.9
Packaging containing or contaminated by hazardous substance residues	8.21
Metal packaging, including empty pressurized containers, with a hazardous solid porous matrix	2.95
Absorbents, filter materials, cleaning cloths and protective clothing contaminated with hazardous substances	31.2
Watery waste containing hazardous substances	0.03
Fluorescent lamps	0.22
Septic tank sludge	351
Finishing waste containing or contaminated with solvents	3.96
Glass, plastic or wood — mixed or not — containing or contaminated by hazardous substances	0.02
Mixed waste containing at least one hazardous waste	0.64
TOTAL	**974.78**

Hazardous waste - CIA. HERING	Quantity generated (metric tons)
Non-recyclable	196.69
Recyclable materials	0.1
TOTAL	**196.79**

At SOMA, the hazardous waste generated was engine oil, totaling 0.04 tons. At AR&Co, this type of monitoring is not in place.

HERING KIDS HIGH SUMMER 2025

Nonhazardous waste – Arezzo&CO	Quantity generated (metric tons)
Metal waste, such as metal structures, metal scrap, rods and cables used in the field	1.9
Wood waste	1.11
Paper and cardboard waste	436.53
Waste from finishing processes in garment manufacturing	33.12
Other waste not specified	67.25
Textile material waste (impregnated textiles, elastomers, plastomers)	168.96
Sludge from on-site effluent treatment	4.55
Plastic waste and scraps	0.78
Ferrous trimmings	0.07
End-of-life equipment	0.02
Alkaline batteries	0.05
Copper, bronze and brass	1.12
Iron and steel	1.86
Paper and card	0.65
Electronic products	2.45
Plastic	2.64
Other fractions not specified	126.22
Other non-biodegradable waste from sweeping, street and public area cleaning and other urban sanitation services	1.65
Processed textile fiber waste	2.19
Rubber	1.15
TOTAL	**854.27**

Non-hazardous waste	Quantity generated (metric tons)
Paper/cardboard	308.48
Plastic	24.07
Metal	0.93
Wood	63.74
Glass	0.1
Textile (cutting scraps sent for recycling)	180.48
Other (co-processing)	6.11
Organic*	1.38
Non-recyclables**	1,942.88
Recycling***	3,769.64
Regular Waste (landfilling)	1,925.41
TOTAL	**8,223.22**

*AR&Co waste only
**Waste of AR&Co and Cia. Hering
***Cia. Hering waste only

Quantity generated (metric tons)	SOMA	AREZZO&CO	AR&Co	CIA. HERING
Hazardous waste	0.04	974.78	0	196.79
Non-hazardous waste	2,329.98	854.27	246.1	5,647.07
TOTAL	**2,330.02**	**1,829.05**	**246.1**	**5,843.86**

WASTE DIVERTED FROM DISPOSAL GRI 306-4

	Non-hazardous waste	Waste diverted from disposal (tons
AREZZO&CO	Waste from finishing processes in garment manufacturing	33.12
	Other waste not specified	67.25
	Textile waste	168.96
	Alkaline batteries	0.05
	Paper and card	0.65
	Metallic waste	1.9
	Paper and cardboard	436.53
	Plastic waste and scraps	0.78
	End-of-life equipment	0.02
	Copper, bronze and brass	1.12
	Electronic products	2.45
	Plastic	2.64
	Wood waste	1.11
	Wastewater sludge	4.55
	Ferrous trimmings and grit	0.07
	Iron and steel	1.86
	Processed textile fiber waste	2.19
	Rubber	1.15
TOTAL		**726.4**

	Non-hazardous waste	Waste diverted from disposal (tons)
SOMA	Textiles	180.23
	Paper/cardboard	141.85
	Plastic	11.61
	Metal	0.93
	Glass	0.1
	Wood	63.74
	Other (co-processing)	6.11
TOTAL		**404.57**
AR&CO	Paper/cardboard	166.63
	Plastic	12.46
	Organic	1.38
	Textiles	0.25
TOTAL		**180.72**
HERING	Recycling	3,769.74
	Co-processing	200.79
	Wastewater treatment	98.12
TOTAL		**4,068.65**

	Hazardous waste	Waste diverted from disposal (tons)
AREZZO&CO	Leather shavings, sawdust and dust from chrome-tanned leather	574.65
	Paint and varnish waste	1.9
	Packaging containing or contaminated by hazardous substances	1.87
	Metal packaging, including empty pressurized containers, with a hazardous solid porous matrix	2.95
	Absorbents, filter materials, cleaning cloths and protective clothing contaminated with hazardous substances	31.2
	Watery waste containing hazardous substances	0.03
	Fluorescent lamps	0.22
	Septic tank sludge	351
	Finishing waste containing or contaminated with solvents	3.96
	Mixed waste containing at least one hazardous waste	0.64
TOTAL		**968.42**
HERING	Recycling	0.1
	Co-processing	110.96
	Re-refining	4.29
	Autoclave	0
TOTAL		**115.35**

At SOMA, the hazardous waste generated was engine oil, totaling 0.04 tons. At AR&CO, this type of control is not in place.

WASTE SENT FOR RECOVERY

	Type of rehabilitation	Total in metric tons
HAZARDOUS WASTE	Preparation for reuse	0.04
	Recycling	4.32
	Autoclave (hydrolysis process for biofertilizer production)	176.78
	Blending for co-processing	265.51
	Re-refining	4.29
	Co-processing	284.32
TOTAL		**735.53**
NON-HAZARDOUS WASTE	Preparation for reuse	190.93
	Recycling	4584.72
	Co-processing	211.55
	Blending for co-processing	250.2
	Wastewater treatment	98.12
	Composting	1.38
TOTAL		**1,264.49**

BIOPLASTIC PACKAGING

Since 2023, Reserva has been using bioplastic packaging made from starch — a biodegradable and recyclable material — replacing conventional plastic.

Number of packaging items replaced:

- 2023: 3.22 million
- 2024: 13.03 million

16.25 million

Total number of lower environmental impact packaging items

AREZZO SILVIA BRAZ

REVERSE LOGISTICS FOR FOOTWEAR

In 2024, Azzas 2154 maintained the post-consumer footwear reverse logistics program launched by Arezzo&Co, resulting in the collection of 189 kilos of shoes.

Footwear drop-off points in 2024:

- Arezzo stores located in the following shopping malls: JK Iguatemi, Iguatemi São Paulo, Cidade Jardim and Morumbi
- Law firms: Berrini (SP) and Campo Bom (RS)

RESERVA CIRCULAR

Since 2022, Reserva has run its own reverse logistics program, Reserva Circular, which collects end-of-life garments for recycling and upcycling into new products — such as blankets for people experiencing homelessness or for co-processing.

The brand also uses the initiative to responsibly dispose of its pre-consumer textile waste, including defective pieces and items requiring repurposing, ensuring environmentally sound practices

15 tons of pre-consumer waste properly disposed of since the program's launch

250.8 kg of post-consumer products collected in 2024

1,000 blankets produced and donated to the Red Cross to support people experiencing homelessness since Reserva Circular began

20 stores participating in the program.

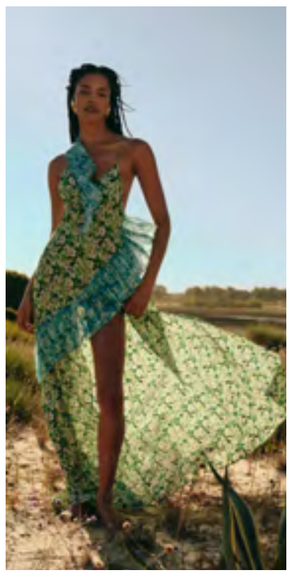
Post-consumer reverse logistics is a strategic priority for Azzas 2154 and the company is committed to offering this service in 100% of its corporate stores by 2035.

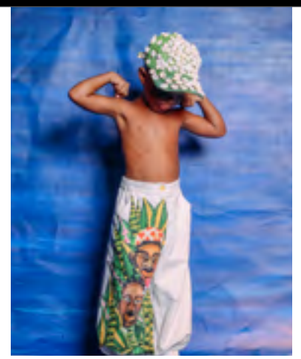
RESPONSIBLE MANAGEMENT OF TEXTILE LEFTOVERS

Recycling

In 2024, both SOMA Group and Cia. Hering continued to prioritize sending textile leftovers from operations for recycling through a strategic partnership. During this period, the two business units directed 2,508.23 tons of material for shredding—giving new life to the fibers, which are reintroduced into the fashion industry and elsewhere.

ANIMALE SUMMER 2025 - HORIZONTES





FÁBULA + BERNARDO CONCEIÇÃO
WINTER 2024

Oficina Muda

For the past nine years, SOMA Group has maintained a partnership with Oficina Muda — a Certified B Corporation — to manage textile leftovers. The goal is to divert waste from landfills, promote female entrepreneurship and bolster the financial independence of underrepresented groups. In 2024, **26.54 tons** of fabric scraps from SOMA brands were donated, equivalent to **R$ 2,191,142** in value. Part of this raw material **was distributed to 300 artisans, who created 121,817 handcrafted products.** Another portion was used for the production of original pieces, resulting in **20,588 items under the Muda Circular label.** Under this partnership, SOMA Group sold 79,301 defective items (that didn't pass quality control) so they could be repaired and have their life cycle extended. The combined outcomes generated **R$ 3,503,769.93** in indirect income for underrepresented communities.

Animale Vintage

The 6th edition of the brand's reverse logistics program featured Yasmine Sterea as its ambassador — founder of Free Free, a global movement that champions freedom and empowers women through fashion.

ANIMALE VINTAGE

Gold to Go

Animale Oro has the Gold to Go project, where customers are invited to bring their used jewelry to the stores for which they would like to find a new purpose. Collected jewelry — from Animale Oro and other brands — is appraised and turned into store credit for future purchases. The pieces are then reintroduced into the supply chain, redesigned and transformed into raw material for new collections. In 2024, we received and upcycled 6.4 kg of gold to make new jewelry.

In 2024:

146,900 pieces collected across 64 selected stores

Of these, 72,804 items were donated to nine social responsibility projects: Gerando Falcões, Providenciando a Favor da Vida, Instituto Donas de Si, Fundação Angelica Goulart, Instituto Baccarelli, Redes da Maré, Instituto Ascendendo Mentes, CFX Confecção and Comércio, VOLO

Through this initiative, 6,410 pieces were sold, generating R$ 160,000 in final profit.

100% of the proceeds were reinvested in the third edition of the Fashion Lab with Instituto Donas de Si, based in Morro dos Prazeres, Rio de Janeiro. The program trains women in cutting and sewing techniques, with workshops led by Animale's senior leadership team.

Remaining pieces are sent to OFF Premium stores and pop-up markets for resale throughout the year.

LONGER LIFE: SAMPLE SALES & REPAIRS

In 2024, FARM Rio Global held its first-ever Sample Sale.

One in New York, one in Miami and two in Lisbon, with more than 22,770 pieces sold, generating over R$ 1,223,583.30 in revenue.

In addition, the brand partnered with SOJO — also a Certified B Corporation — to offer repair and alteration services, focusing on its London stores (King's Road and Marylebone).

WATER AND WASTEWATER MANAGEMENT

GRI 3-3

Azzas 2154 takes reducing water consumption very seriously – a critical challenge in the fashion industry – drawing on the experience of Cia. Hering, which has set a public goal to reduce water use and effluent generation per unit produced by 45% by 2030 (baseline year: 2019). Water and effluent management is embedded in the Company's Sustainability Policy, which focuses on environmental preservation, eco-efficiency and reducing impacts across the value chain. Key practices include circular economy strategies, decarbonization and the adoption of innovative technologies and lower-impact raw materials.

Potential negative impacts include water scarcity and changes in water quality caused by improper effluent or chemical disposal, whether in company operations or across the supply chain. While these risks have never materialized, the Company has systems in place to prevent them – and mitigate their intensity, should they arise.

Water consumption and effluent generation are tracked monthly, with a 45% reduction target per unit of production. Investments in efficient equipment and R&D aim to develop water-saving processes and replace conventional chemicals with sustainable alternatives – as seen in Hering's World t-shirt, which uses less water, energy and chemicals in its production.

Water management is monitored using both quantitative and qualitative indicators, overseen by the Internal Commission for Energy Conservation and Environment (CICE). In 2024, average water consumption increased due to a production mix involving more intense color dyes. In response, the Company developed an action plan

ANIMALE MINERAL KIRLI

FARM RIO HIGH SUMMER 2025

WATER INTERACTIONS

GRI 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5

Companies across the Group draw from multiple sources of water, including the public supply, deep-cased wells, rainwater harvesting and the reuse of treated wastewater. At Arezzo&Co, total water withdrawal reached 43.67 megaliters and at AR&Co, 1.22 megaliters – both sourced from utilities and none from areas under water stress.

Cia. Hering used a combination of utilities, surface and groundwater sources, totaling 1,200,284 megaliters, all withdrawn from water-stressed areas. Data collection and calculations followed environmental standards and local regulations, ensuring compliance with water resource management practices. SOMA's water withdrawal totaled 45.42 megaliters. Water stress areas were defined using the Aqueduct Water Risk Atlas, which indicates that all SOMA operations in Rio de Janeiro are located in medium to high water stress zones.

WATER WITHDRAWAL BY SOURCE AND BUSINESS UNIT (2024)

	Megaliters			
	Footwear and Accessories BU*	Men's Clothing and Lifestyle BU*	Women's Clothing and Lifestyle BU**	Democratic Apparel BU***
Utility water	43.67	1.22	45.42	-
Groundwater/ surface water	-	-	-	1,200,284.00
TOTAL	**43.67**	**1.22**	**45.42**	**1,200,284**

*The Footwear & Accessories and Men's & Lifestyle Apparel BUs did not withdraw water from areas under water stress.

**The Democratic Apparel BU, formerly Cia. Hering, did withdraw water in water-stressed areas.

***The Women's & Lifestyle Apparel BU, formerly SOMA Group, operates in areas of medium to high water stress in Rio de Janeiro, according to the Aqueduct Water Risk Atlas.

FARM RIO HIGH SUMMER 2025

Progress in reducing water consumption and improving effluent treatment

At Cia. Hering, water consumption is monitored daily and in real time, from withdrawal to effluent discharge.

The site with the greatest environmental impact is the Itororó facility in Blumenau (SC), where knit and woven fabrics are finished. At this unit, the brand works continuously to reduce water withdrawal from the Ribeirão do Gato stream and ensure that effluents meet both federal and state environmental standards.

An in-house effluent treatment system was implemented in São Luís dos Montes Belos (GO). After treatment, the water is transferred to the local utility, in compliance with Saneago Resolution No. 68. This standard is replicated across all brand operations.

Azzas 2154 relies on the Aqueduct Water Risk Atlas for its water risk analysis, which classifies its operations as being located in medium to high water risk areas. Water consumption is tracked using flow meters and utility bills, with data consolidated monthly in the CICE spreadsheet. Water use follows standards such as ABNT NBR 12251/1992 and Federal Law No. 9.433/1997, both of which promote responsible water usage. Water is used in industrial processes, cooling systems, cleaning, irrigation and steam generation, while discharge is handled through public and utility treatment facilities. Treated water is also reused, ensuring compliance with environmental regulations.

In 2024, total water consumption was as follows: 3.34 megaliters in the Footwear & Accessories BU (Arezzo&Co), 1.2 megaliters in the Men's & Lifestyle Apparel BU (AR&Co) and 1,199.23 megaliters in the Democratic Apparel BU (Cia. Hering). In the Women's & Lifestyle Apparel BU (SOMA Group), the Footwear & Accessories and Men's & Lifestyle Apparel BUs, all water withdrawn is discharged in equal volume, as its use is limited to restrooms and cleaning in administrative offices – without wet processes.

In the Democratic Apparel BU, data collection involved flow meters for both surface and groundwater, in addition to utility bills. Effluent monitoring was carried out exclusively at the Blumenau (SC) facility, in full compliance with environmental regulations.

These practices reflect Azzas 2154's commitment to responsible water management and the mitigation of water-related risks.

BRIZZA + SMILEY©

Water discharge

Wastewater treatment

Analysis of parameters such as BOD_5, COD, pH and heavy metals to ensure proper disposal.

Priority Substances

Based on factors such as toxicity, persistence, bioaccumulation, mobility and public health risk. Strict monitoring ensures that natural water bodies are not contaminated, preserving environmental quality and human health. There were no incidents of non-compliance.

Azzas 2154 carries out water and liquid effluent disposal in full compliance with Brazilian environmental legislation, following standards such as CONAMA Resolutions 357/2005 and 430/2011, Federal Law No. 9.433/1997 and state-level regulations like Resolution No. 068/2009 in Goiás. Water is discharged into sewer systems and water bodies, using treatment methods specific to each facility, as outlined in their respective environmental licenses.

In 2024, water discharged volumes were as follows: 40.33 megaliters in the Footwear & Accessories BU (Arezzo&Co) and no monitoring was conducted in the Men's & Lifestyle Apparel BU (AR&Co). 1,051 megaliters in the Democratic Apparel BU (Cia. Hering), with discharge occurring in water-stressed areas, according to the Aqueduct Water Risk Atlas. 45.42 megaliters in the Women's & Lifestyle Apparel BU (SOMA Group), where discharge equaled withdrawal, as water use is limited to non-industrial activities.

The Company has not detected any harmful substances in its discharges that could cause irreversible damage to water bodies, ecosystems or human health. Priority substances are defined based on standards from CONAMA resolutions, the European Union, WHO directives and ANA, Anvisa and Ibama regulations. All units operate in full compliance with environmental regulations, reinforcing Azzas 2154's commitment to more sustainable water management and minimizing environmental impacts.

Eco-efficiency & water security

Since 2019, Cia. Hering has been using eco-efficient machinery, which helps reduce water use and effluent generation. In 2024, new short-term plans were set in motion, including:

- Investments in closed-loop equipment, optimizing water use and minimizing effluent generation.
- Automated systems to measure water flow and monitor reservoir levels.

Reuse & process innovations

On water reuse, Azzas 2154 followed the previous directive of SOMA Group, which encourages the use of rainwater for machine cooling in industrial facilities. In certain units in Goiás – such as São Luís de Montes Belos, Goianésia and the Anápolis Distribution Center – the use of groundwater from deep-cased wells continued, always accompanied by rigorous water quality analysis for both industrial and human consumption.

World T-Shirt

Launched in 1990, Cia. Hering's bodysize World T-shirt was designed to consume less water and energy and generate less waste, standing as an early example of the brand's commitment to sustainable design. With no side seams, there are fewer scraps left over in the process. This results in a 33% saving in raw materials, water and energy per product compared to a traditional T-shirt with side seams, based on our internal production processes. Another key highlight is the carbon offsetting of the t-shirt by planting trees in Atlantic Forest regions. Each year, around 3.5 million t-shirts are produced more responsibly and with a lower environmental impact. Known as Brazil's most beloved t-shirt, it is crafted using an eco-efficient production model.

WORLD T SHIRT - HERING

In its life cycle

Ecoefficient production

-33%	-30%
less water and energy	fewer textile scraps

In 2004

Around 3.5 million t-shirts sold	Offsetting emissions by planting trees in the Atlantic Forest.

APPENDICES

GRI and SASB Content Index
TCFD content summary
Credits

ASSURANCE LETTER

GRI 2-5

KPMG

KPMG Auditores Independentes Ltda.
Rua Verbo Divino, 1400, Conjunto Térreo ao 801 - Parte,
Chácara Santo Antônio, CEP 04719-911, São Paulo - SP
Caixa Postal 79518 - CEP 04707-970 - São Paulo - SP - Brasil
Telefone +55 (11) 3940-1500
kpmg.com.br

Independent Auditors' Limited Assurance Report
(A free translation of the original report issued in Portuguese)

To the Board of Directors and Shareholders of
AZZAS 2154 S.A.
Belo Horizonte - MG

Limited assurance report on the Environmental, Social and Governance information included in the 2024 Annual Report of AZZAS 2154 S.A.

Conclusion

We carried out a limited assurance engagement on the Environmental, Social and Governance information included in the 2024 Annual Report ("Report") of AZZAS 2154 S.A. ("the Company") for the year ended December 31, 2024, prepared based on the Global Reporting Initiative (GRI) Standards - GRI Standards and the Sustainability Accounting Standard – Apparel, Accessories & Footwear and Multiline and Specialty Retailers & Distributors, of the Sustainability Accounting Standards Board (SASB) ("Criteria").

Based on the procedures performed and the evidence obtained, we are not aware of any fact that leads us to believe that the Environmental, Social and Governance information included in the 2024 Annual Report of AZZAS 2154 S.A. for the year ended December 31, 2024 was not prepared, in all material respects, based on the Standards of the Global Reporting Initiative (GRI) - GRI Standards and the Sustainability Accounting Standard - Apparel, Accessories & Footwear and Multiline and Specialty Retailers & Distributors, of the Sustainability Accounting Standards Board (SASB).

Basis for conclusion

We conduct our work in accordance with NBC TO 3000 (revised) - Assurance Engagements Other Than Audits and Reviews and International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised), Assurance Engagements Other Than Audits or Reviews of Historical Financial Information issued by the Brazilian Federal Accounting Council (CFC) and the International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), respectively. Our responsibilities in relation to these standards are described in more detail in the "Our Responsibilities" section of the report.

We comply with the independence and other ethical requirements of the Code of Professional Ethics for Accountants and the Professional Standards (including the Independence Standards) issued by the Federal Accounting Council (CFC) based on the fundamental principles of integrity, objectivity, professional competence and due care, confidentiality and professional behavior.

Our firm applies NBC PA 01 Quality Management for Firms (Legal Entities and Individuals) of Independent Auditors and the International Standard on Quality Management (ISQM) 1, Quality Management for Firms that Perform Audits or Reviews of Financial Statements, or Other Assurance or Related Services Engagements, issued by the CFC and IAASB, respectively. These standards require the firm to develop, implement and operate a quality management system, including policies or procedures related to compliance with ethical requirements, professional standards and applicable legal and regulatory requirements.

We believe that the evidence obtained is sufficient and appropriate to support our conclusion.

Responsibilities of the Company's management for the Report

The Company's Management is responsible for

• the design, implementation and maintenance of internal controls relevant to the preparation of the Report that are free from material misstatement, whether due to fraud or error;

• the selection of Criteria as being appropriate for the preparation of the Report and the appropriate reference to the Criteria used or description of these Criteria;

• the preparation and adequate presentation of the information contained in the Report based on the Criteria; and

• design, implement and maintain internal controls over the information relevant to the preparation of the information contained in the Report.

Our responsibilities

We are responsible for:

• planning and performing the work to obtain limited assurance as to whether the information contained in the Company's Report for the year ended December 31, 2024, prepared based on the Criteria, is free from material misstatements, whether due to fraud or error;

• forming an independent conclusion, in accordance with the procedures performed and the evidence obtained; and

• reporting our conclusion to the Board of Directors and shareholders of the Company.

Summary of the work we have performed as the basis for our conclusion

We exercise professional judgment and maintain professional skepticism throughout the engagement. We design and perform our procedures to obtain evidence about the Report that is sufficient and appropriate to provide a basis for our conclusion. Our selected procedures depend on our understanding of the Report and other circumstances of the engagement, as well as our consideration of areas where material misstatements are likely to arise. In performing the engagement, we perform the following procedures:

a. we planned the work, considering the materiality of the aspects for the Company's activities, the relevance of the information disclosed, the volume of quantitative and qualitative information and the operational and internal control systems that served as a basis for preparing the information contained in the Report;

b. we obtained an understanding of the calculation methodology and the procedures for compiling the indicators through questions and interviews with the managers responsible for preparing the information;

c. we applied analytical procedures to the quantitative information and questions about the qualitative information and its correlation with the indicators disclosed in the information contained in the Report; and

d. we evaluated the processes for preparing the Report and its structure and content, based on the Criteria.

The procedures performed in a limited assurance engagement vary in nature and timing, and their scope is restricted (less extensive) than in a reasonable assurance engagement. Accordingly, the level of assurance obtained in a limited assurance engagement is substantially less than the assurance that would have been obtained if a reasonable assurance engagement had been performed.

São Paulo, April 11, 2025

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

Original report in Portuguese signed by
Bernardo Moreira Peixoto Neto
Accountant CRC RJ-064887/O-8

KPMG Auditores Independentes Ltda., uma sociedade simples brasileira, de responsabilidade limitada e firma-membro da organização global KPMG de firmas-membro independentes licenciadas da KPMG International Limited, uma empresa inglesa privada de responsabilidade limitada.

KPMG Auditores Independentes Ltda., a Brazilian limited liability company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee.

GRI AND SASB CONTENT INDEX

Declaration of use: Azzas 2154 group has developed its report in accordance with the GRI Standards for the period from January 01 to December 31, 2024.

GRI 1 used: GRI 1: Foundation 2021

STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION-BASED | RESPONSE | OMISSION	SDGS
GENERAL DISCLOSURES			
GRI 2: General disclosures 2021	2-1 Organizational details	14 and 47	
	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	The Azzas 2154 Annual Report includes information from Arezzo&Co, AR&Co, SOMA Group and Cia. Hering. Page 47	-
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	2	-
	2-4 Restatements of information	There were no reformulations.	
	2-5 External assurance	163	-
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	12, 28, 112 and 114	-
GRI 2: General disclosures 2021	2-7 Employees	70	8, 10
	2-8 Workers who are not employees	70	8
	2-9 Governance structure and composition	38	5, 16
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	40	5, 16
	2-11 Chairman of the highest governance body	The chair of the highest governance body is not an executive officer.	16
	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	46	16
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	45 and 51	-
	2-14 Highest governance body's role in sustainability reporting	46	-
	2-15 Conflicts of interests	Board of Directors members are prohibited from intervening in or accessing information related to matters in which they have a conflict of interest and from attending the meetings that address such matters, in accordance with article 31. It is the responsibility of the conflicted board member to disclose their restriction and have it recorded in the minutes; if this does not occur, other participants may notify the chair of the Board. Once the conflict is identified, the board member must temporarily step away from discussions, decisions and access to related information until the situation is resolved. Page 49	16

STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION-BASED | RESPONSE | OMISSION	SDGS
GRI 2: General disclosures 2021	2-16 Communicating critical concerns	Reason for omission - Confidential information	-
	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	Several measures help align the governance body with the challenges and opportunities of sustainable development, such as: - Participation in dialogs and forums with investors, NGOs, governments and other companies to exchange best practices and stay updated on global trends - Review of case studies, trend reports and risk analyses related to environmental, social and economic issues - Participation in global networks and associations, such as the United Nations Global Compact.	-
	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	The Board of Directors performance review covers oversight of economic, environmental and social impacts and is conducted through reports, self-assessment, peer and stakeholder reviews and interviews. Carried out annually, the results guide changes in the board's composition and practices, policy reviews, creation of specialized committees, board diversification, training programs and increased stakeholder engagement.	-
	2-19 Remuneration policies	46	-
	2-20 Process for determining remuneration	46	-
	2-21 Annual total compensation ratio	The ratio between the total remuneration (salary + benefits) of the highest paid individual and the average annual total remuneration of the other employees is available in the Reference Form to be published in May 2025, including the methodology used, available at: https://ri.azzas2154.com.br/arquivos-cvm/formulario-de-referencia-e-cadastral/	-
	2-22 Statement on sustainable development strategy	6 and 7	-
	2-23 Policy commitments	We have public commitments focused on responsible business conduct that apply to all of the company's activities and business relationships. Each commitment is overseen by a specific department, and they are communicated to employees, business partners and other relevant stakeholders through Annual Reports, the Code of Conduct, Internal Policies, Training Sessions and Workshops, social media content and other channels. Check out: https://ri.azzas2154.com.br/governanca-corporativa/estatuto-codigos-e-politicas/ https://www.somagrupo.com.br/conheca-o-soma/sustentabilidade/ https://www.arezzo.com.br/sustentabilidade. Pages 48 and 52	16
	2-24 Embedding policy commitments	46	-
	2-25 Processes to remediate negative impacts	The organization does not have formal commitments in place for the remediation of negative impacts; however, it does maintain internal and external grievance mechanisms to record any incidents or concerns. Stakeholders connected to these grievance mechanisms are involved in their design, review, operation and ongoing improvement. Since 2013, the Group has maintained an Ethics Hotline to provide a secure and, if desired, anonymous way to report unethical behavior or actions that violate ethical principles, conduct standards or applicable laws. To ensure confidentiality in handling reports, all information is handled by an independent and specialized third-party provider. Page 49	-
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	The mechanism the organization provides for individuals to seek guidance on the implementation of the organization's responsible policies and practices is the Whistleblowing Hotline. The mechanisms the organization provides for individuals to report concerns about the organization's conduct are the whistleblowing mechanisms. Page 49	16
	2-27 Compliance with laws and regulations	There were no fines or sanctions directed at the current CNPJ or Azzas Holding. As a calculation basis, we used 0.01% of Azzas 2154's annual revenue, using as reference an amount equivalent to that percentage of consolidated revenue. With the current projected revenue at R$ 12 billion, this amount corresponds to R$ 1.2 million. In the case of non-monetary sanctions, which have not yet occurred, only those that significantly impact operations will be reported. Impact will be defined as any sanction that halts, restricts or significantly affects at least 5% of the company's total operations.	-

STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION-BASED | RESPONSE | OMISSION	SDGS
GRI 2: General disclosures 2021	2-28 Membership of associations	The main national and international associations and organizations the company is part of include: Science Based Targets initiative (SBTi), GHG Protocol, CDP, ICO2 B3, GPTW, Elas Lideram, Racial Equity Promotion Pact, UN Global Compact, ABVTEX, Abit, ABF – Brazilian Franchising Association, IDV, B Certification, Corporate Sustainability Index (ISE), Dow Jones Sustainability Index (DJSI), Deforestation-Free, Call to Action for Leather, CEBDS, Abicalçados, Assintecal and Sindilojas. Page 53	-
	2-29 Approach to stakeholder engagement	52 and 116	-
	2-30 Collective bargaining agreements	The percentage of the total workforce covered by collective bargaining agreements is 100% at SOMA Group, 98.98% at Arezzo&Co and 99.41% at AR&Co (the remaining 1.12% and 0.59% represent interns. As they do not have an employment contract, interns are not represented by unions and have their own policies regarding stipends and learning conditions). The Company aims to foster closer relationships with labor unions, recognizing that a strong partnership improves and facilitates labor relations. The goal is for collective agreements with branch-specific terms to be more effective than adhering solely to broader collective conventions, which set industry-wide standards that often do not reflect the Company's specific context. This is a targeted advancement the Company seeks to implement. As for Hering, employees based in Blumenau are not currently covered by a collective bargaining agreement due to an ongoing dispute between the unions representing the relevant categories.	-
MATERIAL TOPICS			
GRI 3: Material topics 2021	3-1 Process to determine material topics	60	-
	3-2 List of material topics	60	-

STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION-BASED | RESPONSE | OMISSION	SDGS
WASTE MANAGEMENT AND CIRCULARITY			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	142	-
GRI 301: Materials 2016	301-1 Materials used by weight or volume	123	8, 12
	301-2 Recycled input materials used	At SOMA Group and Cia. Hering the percentage of raw materials or recycled materials used was 0.1%. At AR&Co, it was 0.14% and at Arezzo&Co, no data on recycled raw materials was reported.	8, 12
	301-3 Reclaimed products and their packaging materials	The percentage of products and packaging reused was 11.14% at SOMA, 52.32% at Cia. Hering, 35% at Arezzo&Co and no reused products or packaging at AR&Co. Data was collected through financial, production and consumption records, as well as through weighing and counting.	8, 12
GRI 306: Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	Azzas 2154 uses raw materials, packaging and chemical products that can generate waste such as plastic, paper, cardboard and Styrofoam. Prototyping and cutting processes generate leftover raw materials and packaging waste. Production and distribution generate solid waste, including textile scraps and industrial effluents. During product use, improperly discarded non-biodegradable items can contaminate soil and water. At the end of the cycle, waste includes defective products, surplus materials and obsolete equipment. Page 143	3, 6, 11, 12
	306-2 Management of significant waste-related impacts	142	3, 6, 8, 11, 12
	306-3 Significant spills	143	3, 12, 15
	306-4 Waste diverted from disposal	147	3, 11, 12

STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION-BASED | RESPONSE | OMISSION	SDGS
GRI 306: Waste 2020	**306-5** Waste directed to disposal	At Soma, the total amount of non-hazardous waste sent for final disposal was 1,925.41 tons (common waste). At Arezzo&Co, there were 126.22 tons of urban waste and 1.65 tons of other non-biodegradable waste. At Cia. Hering, 1,578.52 tons of common waste were recorded and at AR&Co, 65.45 tons of non-recyclable waste – totaling 3697.24774 tons of non-hazardous waste sent for final disposal. Hazardous waste included 6.34 tons of contaminated packaging at Arezzo&Co and 81.44 tons at Cia. Hering. All hazardous and non-hazardous waste is properly handled, with disposal methods including recycling, co-processing, reverse logistics and licensed landfills, in accordance with environmental regulations.	3, 6, 11, 12, 15
SASB: Product supply, packaging and marketing	**CG-MR-410a.3** Discussion of strategies to reduce the environmental impact of packaging	The strategy to ease the environmental impact of packaging prioritizes suppliers with sustainable practices and certifications such as FSC, ensuring the responsible sourcing of raw materials, especially paper and cardboard. Packaging is designed to be compact, optimizing transportation and reducing GHG emissions. The Company has also established partnerships to offset post-consumer packaging. AR&Co has been transitioning to recycled plastic since 2021 and to biodegradable packaging since 2023, with over 16 million units replaced.	-
CLIMATE CHANGE			
GRI 3: Material Topics 2021	**3-3** Management of material topics	130	-
GRI 201: Financial performance 2016	**201-2** Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	132	13
GRI 302: Energy 2016	**302-1** Energy consumption within the organization	136	7, 8, 12, 13
	302-2 Energy consumption outside the organization	Energy consumed outside the organization (gigajoule): 746,377.35 GJ	7, 8, 12, 13
	302-3 Energy intensity	The organization's energy intensity rate was 193,834.84.	7, 8, 12, 13
GRI 302: Energy 2016	**302-4** Reduction of energy consumption	There was no reduction in energy consumption during the reporting period due to the merger of the companies.	7, 8, 12, 13
	302-5 Reductions in energy requirements of products and services	The Company does not monitor energy requirements in its products.	7, 8, 12, 13
GRI 305: Emissions 2016	**305-1** Direct (scope 1) GHG emissions	133	3, 12, 13, 14, 15
	305-2 Energy indirect (scope 2) GHG emissions	134	3, 12, 13, 14, 15
	305-3 Other indirect (scope 3) GHG emissions	134	3, 12, 13, 14, 15
	305-5 Reduction of GHG emissions	In 2024, there was no reduction in emissions, as the emissions from Arezzo&Co Group and SOMA Group were counted, establishing a new baseline for the group's greenhouse gas emissions.	13, 14, 15
	305-6 Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	Ozone depleting substances: HCFC-22 (231,44 kg); HCFC-141b (3,13 kg).	3, 12

STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION-BASED | RESPONSE | OMISSION	SDGS
SASB: Retail and distribution energy management	CG-MR-130a.1 (1) Total energy consumed, (2) percentage grid electricity, (3) percentage renewable	136	-
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	112	-
GRI 204: Procurement practices 2016	204-1 Proportion of spending on locally-based suppliers	The percentage of purchases made from local suppliers in key operational units is 72% at SOMA, 91.6% at Arezzo&Co, 95.6% at AR&Co and 71% at Cia. Hering. The Company defines "local" as within Brazil and considers all units as key operational units.	-
GRI 308: Supplier environmental assessment 2016	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	The management of this supply chain incorporates best practices and expertise from Arezzo&Co and SOMA Group, maintaining established guidelines for footwear, handbags, accessories and apparel. Robust policies—such as the Supplier Code of Conduct and the Consequence Management Policy—help foster a more ethical and sustainable supply chain. The company uses a range of tools to prevent, mitigate and detect potential irregularities, such as: • Due diligence: This process involves reviewing documentation to ensure compliance with current labor, tax, environmental, health and safety legislation, ABVTEX certification and other requirements. It may also include an initial socio-environmental audit (when applicable), along with formalizing a supply contract that covers both commercial terms and compliance with labor and environmental laws. • Socio-environmental audits and traceability audits • Monitoring socio-environmental documentation. The due diligence process covers 100% of finished goods suppliers against social and environmental criteria. In 2024, a total of 204 suppliers were approved: Arezzo&Co (58) | AR&Co (31) | Soma (83) | Cia. Hering (32).	-
	308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	Based on the internal procedures established within the business units, Azzas 2154 Group is currently reviewing and developing improved control practices to strengthen the monitoring and oversight of negative social and environmental impacts across its supplier chain.	-

STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION-BASED | RESPONSE | OMISSION	SDGS
GRI 407: Freedom of association and collective bargaining 2016	407-1 Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	The Company recognizes the possibility of social and environmental risks. As a means of managing the supply chain, the Company adopts a range of tools to prevent, mitigate and detect potential irregularities, including due diligence, socio-environmental audits, traceability audits and socio-environmental document monitoring. Azzas 2154 requires that its direct suppliers and subcontractors in Brazil be certified by the ABVTEX Program, ensuring alignment with social and environmental best practices, respect for human and labor rights and the elimination of child and forced or compulsory labor. Additionally, to ensure legal compliance with labor and environmental standards, international suppliers must adhere to local laws and regulations and the socio-environmental requirements defined by the Company. This is verified through global third-party socio-environmental audits, using standards such as SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit Report), BSCI (Business Social Compliance Initiative), WRAP (Worldwide Responsible Accredited Production) or SA8000 (Social Accountability 8000).	5, 8, 16
GRI 408: Child labor 2016	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor		
GRI 409: Forced or compulsory labor 2016	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor		
GRI 414: Supplier social assessment 2016	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	The management of this supply chain incorporates best practices and expertise from Arezzo&Co and SOMA Group, maintaining established guidelines for footwear, handbags, accessories and apparel. Robust policies—such as the Supplier Code of Conduct and the Consequence Management Policy—help foster a more ethical and sustainable supply chain. The company uses a range of tools to prevent, mitigate and detect potential irregularities, such as: • Due diligence: This process involves reviewing documentation to ensure compliance with current labor, tax, environmental, health and safety legislation, ABVTEX certification and other requirements. It may also include an initial socio-environmental audit (when applicable), along with formalizing a supply contract that covers both commercial terms and compliance with labor and environmental laws. • Socio-environmental audits and traceability audits • Monitoring socio-environmental documentation. The due diligence process covers 100% of finished goods suppliers against social and environmental criteria. In 2024, a total of 204 suppliers were approved: Arezzo&Co (58) | AR&Co (31) | Soma (83) | Cia. Hering (32).	5, 8, 16

STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION-BASED | RESPONSE | OMISSION	SDGS
GRI 414: Supplier social assessment 2016	**414-2** Negative social impacts in the supply chain and actions taken	Based on the internal procedures established within the business units, Azzas 2154 Group is currently reviewing and developing improved control practices to strengthen the monitoring and oversight of negative social and environmental impacts across its supplier chain.	5, 8, 16
SASB: Activity metric	**CG-AA-000.A** Number of (1) tier 1 suppliers and (2) suppliers beyond tier 1	1,856 Tier 1 and 2 suppliers, including sourcing suppliers, corporate factories and service providers (subcontractors of finished product suppliers).	-
SASB: Environmental impacts on the supply chain	**CG-AA-430a.1** Percentage of (1) Tier 1 supplier facilities and (2) supplier facilities beyond Tier 1 in compliance with wastewater discharge permits and/or contractual agreement	Azzas 2154 group does not assess this data.	-
	CG-AA-430a.2 Percentage of (1) Tier 1 supplier facilities and (2) supplier facilities beyond Tier 1 that have completed the Sustainable Apparel Coalition's Higg Facility Environmental Module (Higg FEM) assessment or an equivalent environmental data assessment	The Company's audits do not follow the Sustainable Apparel Coalition's Higg Facility Environmental Module assessment, but we do hold ABVTEX certification and others in which the supply chain undergoes social and environmental evaluations.	-

STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION-BASED | RESPONSE | OMISSION	SDGS
SASB: Labor conditions in the supply chain	**CG-AA-430b.1** Percentage of (1) Tier 1 supplier facilities and (2) supplier facilities beyond Tier 1 that have been audited to a labor code of conduct, (3) percentage of total audits conducted by an independent auditor	Azzas 2154 group requires that its direct suppliers and subcontractors in Brazil be certified by the ABVTEX Program, ensuring alignment with social and environmental best practices, respect for human and labor rights and the elimination of child and forced or compulsory labor. To maintain and develop the Program, ABVTEX partners with audit organizations that have been previously evaluated and accredited by the entity to conduct audits of suppliers and/or subcontractors within the supply chain. All parties involved in the ABVTEX Program are subject to the Program's Code of Conduct, which outlines the values and principles guiding the sustainable management of relationships and practices within the Program. Companies must operate in accordance with the conditions set forth in the ABVTEX Program's Code of Conduct (available at www.abvtex.org.br/codigo-de-conduta). An estimated 1,856 ABVTEX-certified suppliers* serve Azzas 2154, distributed across the four business units: •Footwear and Accessories 64% • Women's Apparel & Lifestyle 87% • Men's Apparel & Lifestyle 93% Democratic Apparel 52% The above disclosure (SASB CG-AA-430b.1), as well as SASB CG-AA-430a.1, SASB CG-AA-430b.2 and the GRI indicators 308-1, 308-2, 414-1, 414-2, 407-1, 408-1 and 409-1, are part of an official statement issued by the Audit, Risk and Compliance function of AZZAS 2154 Group. *The data includes sourcing suppliers, corporate stores' factories and service providers (subcontracted by suppliers).	-
	CG-AA-430b.2 Priority non-conformance rate and associated corrective action rate for suppliers' labor code of conduct audits	Azzas 2154 Group does not conduct a detailed analysis of non-compliance rates and/or corrective action rates related to supplier labor Code of Conduct audits.	-
	CG-AA-430b.3 Description of the greatest (1) labor and (2) environmental, health and safety risks in the supply chain	The main risks include child labor, forced or compulsory labor, improper waste disposal and failures in occupational safety. The company adopts rigorous audits and continuous monitoring to ensure sound labor and environmental practices.	-

STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION-BASED | RESPONSE | OMISSION	SDGS
SASB: Raw materials sourcing	**CG-AA-440a.3** (1) List of priority raw materials; for each priority raw material: (2) environmental or social factor(s) most likely to threaten sourcing, (3) discussion on business risks or opportunities associated with environmental or social factors and (4) management strategy for addressing business risks and opportunities	Cotton, a priority raw material, faces risks such as climate change, soil degradation, water scarcity, deforestation and land conflicts. To mitigate these impacts, the company uses ABR-certified cotton (Responsible Brazilian Cotton), which promotes sustainable farming practices while respecting the environment and labor rights.	-
SASB: Raw materials sourcing	**CG-AA-440a.4** (1) Amount of priority raw materials purchased, by material and (2) amount of each priority raw material that is certified to a third-party environmental or social standard, by standard	9,419,877 meters were certified to standards such as BCI, FSC, OEKO-TEX, ABR and GOTS. Arezzo prioritizes low-impact materials, such as leather certified by CICB or LWG and encourages suppliers to offer more sustainable options.	-
DIVERSITY, EQUITY AND INCLUSION			
GRI 3: Material Topics 2021	**3-3** Management of material topics	52 and 76	
GRI 202: Market presence 2016	**202-1** Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage	For the proportion – Omission reason – Information is incomplete/unavailable due to changes resulting from the company merger. Page 103	5, 8
	202-2 Proportion of senior management hired from the local community	All Executive Board members are hired from the local community. The definition of executive leadership includes the CEO, function or business unit directors, regional directors, branch or unit directors, special project directors and development directors. The company's geographic definition of "local" means the country, Brazil, considering all its units as significant operational sites.	8

STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION-BASED | RESPONSE | OMISSION	SDGS
GRI 405: Diversity and equal opportunities 2016	**405-1** Diversity of governance bodies and employees	70	5, 8
	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	104	5, 8, 10
GRI 406: Non-discrimination 2016	**406-1** Incidents of discrimination and corrective actions taken	In 2024, the Azzas 2154 group received 95 discrimination-related reports through the whistleblowing hotline. Of those, 75 were investigated and finalized: 5 were found to be substantiated, 6 partially substantiated, with appropriate actions taken, 33 were unsubstantiated, 27 were inconclusive and 4 had insufficient data. All reports received through the whistleblowing hotline are handled confidentially and investigations are conducted by the Compliance Department, with support from the Legal and Diversity Departments and external specialized consultants (when applicable), ensuring proper governance, autonomy and impartiality in the decision-making process. Page 49	5, 8
SASB: Workforce, diversity and inclusion	**CG-MR-330a.1** Percentage of gender and racial/ethnic group representation in top management and other employees	74	-
ATTRACTING, DEVELOPING AND RETAINING EMPLOYEES			
GRI 3: Material Topics 2021	**3-3** Management of material topics	98	
GRI 401: Employment 2016	**401-1** New employee hires and employee turnover	70 and 100	4, 5, 8, 10
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	111	3, 5, 8
	401-3 Parental leave	111	5, 8

STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION-BASED | RESPONSE | OMISSION	SDGS
GRI 402: Labor/ management relations 2016	**402-1** Minimum notice periods regarding operational changes	The organization does not establish a minimum notice period for operational changes and there is no policy that defines such a time frame. When changes do occur, employees and stakeholders are informed through the Company's official communication channels. The organization has collective bargaining agreements in place, but they do not include a minimum notice period for communicating changes.	8
GRI 403: Occupational health and safety 2018	**403-1** Occupational health and safety management system	106	8
	403-2 Hazard identification, risk assessment and incident investigation	106	8
	403-3 Occupational health services	108	8
	403-4 Worker participation, consultation and communication on occupational health and safety	110	8, 16
	403-5 Worker training on occupational health and safety	110	9
	403-6 Promotion of worker health	108	3
	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	106	8
GRI 403: Occupational health and safety 2018	**403-8** Workers covered by an occupational health and safety management system	106	8
	403-9 Work-related injuries	106 and 107	3, 8, 16
	403-10 Work-related ill health	The organization did not record any occupational diseases among employees and workers during the reporting period. Page 111	3, 8, 16
GRI 404: Training and education 2016	**404-1** Average hours of training per year per employee	102 and 103	4, 5, 8, 10
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	102	8
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	101	5, 8, 10
SASB: Labor practices	**CG-MR-310a.1** (1) Average hourly wage and (2) percentage of in-store employees earning minimum wage, by region	The average hourly wage was R$ 95.48 at SOMA Group, R$ 15.69 at Cia. Hering and R$ 25.42 at AR&Co. The percentage of store employees earning the minimum wage, by region, was 6.29% at SOMA Group, 0% at Cia. Hering and 0% at AR&Co. For store employees at Arezzo&Co, the regional minimum wage is not applied; instead, the wage follows what is established in the collective bargaining agreement.	-
	CG-MR-310a.2 (1) Voluntary and (2) involuntary turnover rate for in-store employees	The voluntary turnover rate for store employees was 33.1% at SOMA Group, 35.8% at Arezzo&Co, 42.91% at Cia. Hering and 45.3% at AR&Co. The involuntary turnover rate was 32.9% at SOMA Group, 34.5% at Arezzo&Co, 44.41% at Cia. Hering and 54.7% at AR&Co.	-

STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION-BASED | RESPONSE | OMISSION	SDGS
WATER AND WASTEWATER MANAGEMENT			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	154	-
GRI 303: Water and wastewater 2018	303-1 Interactions with water as a shared resource	155	6, 12
	303-2 Management of water discharge related impacts	155	6
	303-3 Water withdrawal	155	6
	303-4 Water discharge	155	6
	303-5 Water consumption	155	6
IMMATERIAL TOPICS			
GRI 201: Financial performance 2016	201-1 Direct economic value generated and distributed	57	8, 9
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1 Operations assessed for risks related to corruption	The organization did not assess all operations for corruption-related risks. In 2023, strategic risk mapping was conducted by Deloitte for the Arezzo&Co business unit. Throughout 2024, the Risk Management and Internal Controls function was structured to update the risk map for Azzas 2154 Group for the year 2025. The risk related to corruption is included in the risk map.	16
	205-2 Communication and training on anti-corruption policies and procedures	The Company is developing its Anti-Corruption Policy for release and training in 2025.	16
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	There were no cases of corruption involving the organization and/or its employees.	16
GRI 206: Anti-competitive behavior 2016	206-1 Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust and monopoly practices	SOMA Group is not being sued by any legal entity or individual, but it is the plaintiff in 31 lawsuits involving the FARM Rio brand. There are also 29 cases of this nature that have already been closed. At Arezzo & Co, there are two active lawsuits that mention unfair competition, but both are in the early stages, with no final decision or first-instance ruling. Additionally, there is one case that was settled before any decision or ruling was issued.	16
	CG-AA-250a.1 Discussion of processes to maintain compliance with restricted substances regulations	127	-
SASB: Management of chemical substances in products	CG-AA-250a.2 Discussion of processes to assess and manage risks and/or hazards associated with chemicals in products	Cia Hering's Hazardous Chemicals Committee fully evaluates all products before use, ensuring compliance and safety. In addition, environmental audits conducted by SOMA ensure proper storage and environmental protection and verify whether the company has Safety Data Sheets (FISPQs) and whether they have been attached. In the production process at Arezzo&Co which involves the application and use of chemical products, strict management and procedural guidelines are followed, aligned with regulatory standards such as NR 20, through procedures, training and both qualitative and quantitative assessments. At AR&Co, risk control and monitoring do not follow a specific process. However, chemical management is addressed through the ABVTEX audit checklist, which includes a section on the topic, although there is no dedicated monitoring process by the company.	-
SASB: Data security	CG-MR-230a.1 Description of approach to identifying and addressing data security risks	The company uses tools such as Qualys, SentinelOne and IBM QRadar for cyberattack detection and prevention. Audits, continuous testing and compliance with ISO 27001 ensure digital security and data protection.	-

STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION-BASED | RESPONSE | OMISSION	SDGS
SASB: Data security	**CG-MR-230a.2** (1) Number of data violations, (2) percentage involving personally identifiable information (PII), (3) number of customers affected	At SOMA Group, Arezzo&Co and Cia. Hering, Security did not identify or respond to any personal data data breaches in 2024. At AR&Co, 4,075 data breaches involving personally identifiable information were identified. The corrective action implemented was a mass password reset on the platform.	-

FOXTON VALENTINE'S DAY 2024

TCFD CONTENT INDEX

RECOMMENDATION	DISCLOSURE	LOCATION/RESPONSE
GOVERNANCE		
Recommendation A	Describe the Board's oversight of climate-related risks and opportunities.	The Board of Directors monitors climate management through the People, Compensation and Sustainability Committee, which presents strategic topics for deliberation and approval. This Committee evaluates climate risks, opportunities and targets, ensuring alignment with the company's corporate strategy and commitments, such as achieving 100% leather traceability by 2030 and meeting the science-based targets approved by the Science Based Targets initiative (SBTi) for reducing greenhouse gas emissions. Sustainability is embedded in executives' variable compensation, including the leather traceability target, reinforcing the commitment to a deforestation-free supply chain and smaller environmental footprint. The performance of these targets is monitored monthly by the Executive Board and reported to the Board of Directors.
Recommendation B	Describe management's role in assessing and managing climate-related risks and opportunities	Executive management carries out climate management through an organized structure: ◦ **People, Compensation and Sustainability Committee:** composed of Board members, it meets bimonthly with predefined agendas to assess climate-related issues and their connection to the corporate strategy, identifying risks and opportunities for the business. ◦ **Chief Human Resources Officer (CHRO):** oversees climate targets, leads engagement with the value chain and ensures the topic is factored into the overall strategy. ◦ **Executive sustainability manager:** develops transition plans, manages climate-related budgets and policies and monitors risks and opportunities. Our sustainability practice reports to the Executive Sustainability Manager, who works alongside the Chief Human Resources Officer to ensure that strategic decisions are aligned with corporate guidelines.

RECOMMENDATION	DISCLOSURE	LOCATION/RESPONSE
STRATEGY		
Recommendation A	Describe the climate-related risks and opportunities the organization has identified over the short, medium and long term.	Azzas 2154 adopts a structured model for climate risk management, segmented into three time horizons: **Short term (0-1 year):** aligned with operational KPIs, focusing on immediate impacts within the supply chain. **Medium term (1-5 years):** it considers regulatory changes and the economic impacts of the climate transition. **Long term (5-10 years):** linked to global commitments and transition scenarios. The main risks mapped include: **Transition risks:** rising costs of raw materials (leather and cotton) due to carbon pricing and environmental regulations, with an estimated short-term impact of up to R$ 10.9 million. **Physical risks:** flooding at operational units, such as distribution centers, could halt operations, causing losses of R$ 1.7 million per day of downtime. To mitigate risks, the company adopts strategies such as blockchain-based traceability, partnerships with local suppliers, sustainable certifications for leather and cotton and infrastructure adaptation for extreme weather events. In terms of climate opportunities, the company foresees a growing market for lower-impact products, with potential revenue of up to R$ 10.5 billion. The goal is to gradually increase the availability of sustainable products by 2035, in line with market demands and changing consumption patterns.
Recommendation B	Describe the impact of climate-related risks and opportunities on the organization's businesses, strategy and financial planning.	Azzas 2154 factors both physical and transition risks into its strategic and financial planning. Environmental regulations may increase operational costs by up to R$ 10.9 million, and extreme weather events pose additional financial risks. To address these challenges, the company invests in resilient infrastructure, input traceability and regulatory compliance. In 2024, the Company* traced 38.6% of the leather used and 42.8% for lower-impact raw materials. Technologies such as blockchain also ensures transparency across the supply chain. Lower-impact products represent a revenue opportunity of up to R$ 10.5 billion, boosting brand value and enhancing competitiveness in the sector. *Data refers only to the Footwear and Accessories BU.
Recommendation C	Describe the resilience of the organization's strategy, taking into consideration different climate-related scenarios, including a 2°C or lower scenario.	The company assesses global warming scenarios based on SASB, CDP and TCFD guidelines: ◦ **1.5°C scenario:** strict climate policies drive the adoption of lower-impact products and traceability across the supply chain. ◦ **Above 3°C scenario:** requires greater investment in infrastructure and insurance against extreme weather events. To ensure resilience, the company invests in raw material diversification, blockchain-based traceability and energy efficiency, in addition to developing a more adaptable and sustainable supply chain.
RISK MANAGEMENT		
Recommendation A	Describe the organization's processes for identifying and assessing climate-related risks.	The company uses frameworks such as TCFD and SBTi, analyzing both physical and transition impacts. Risks are classified by probability, financial impact and time frame. Operational losses of up to R$ 1.7 million per day and cost increases of up to R$ 10.9 million due to environmental regulations are assessed. The mitigation strategy includes reinforced infrastructure, input traceability and ongoing regulatory monitoring.
Recommendation B	Describe the organization's processes for managing climate-related risks.	The management approach includes mitigation, transfer, acceptance and control: ◦ **Mitigation:** use of renewable energy, supply chain traceability and resilient infrastructure. ◦ **Transfer:** insurance against climate events and partnerships with certified suppliers. ◦ **Acceptance:** reserved for low-impact risks. ◦ **Control:** continuous monitoring and regulatory compliance.
Recommendation C	Describe how processes for identifying, assessing and managing climate-related risks are integrated into the organization's overall risk management.	Climate risks are integrated into the corporate risk management (ERM) program, using frameworks such as ISO 31000 and TCFD. These risks are considered in the company's financial and operational strategy, ensuring alignment with ESG goals and long-term competitiveness.

RECOMMENDATION	DISCLOSURE	LOCATION/RESPONSE
METRICS AND TARGETS		
Recommendation A	Disclose the metrics used by the organization to assess climate-related risks and opportunities in line with its strategy and risk management process.	The climate risk matrix is reviewed annually by the Risk, Audit and Finance Committee. In 2024, 58% of revenue was considered vulnerable to physical risks such as flooding. The company also links 10% of executive variable compensation to ESG targets.
Recommendation B	The organization must report its scope 1 and scope 2 GHG emissions regardless of a materiality assessment and, where appropriate, scope 3 GHG emissions and related risks.	GHG emissions were calculated based on the GHG Protocol. Emissions related to scope 1 (tCO2e): -6,983.74 tCO2e Emissions related to scope 2 (tCO2e): -3,440.29 tCO2e Emissions related to scope 3 (tCO2e): -244,664.75 tCO2e In 2024, there was no reduction in emissions, as the emissions from Arezzo&Co Group and SOMA Group were counted, establishing a new baseline for the group's greenhouse gas emissions.
Recommendation C	Describe the goals used by the organization to manage climate-related risks and opportunities and performance against goals.	The company has set long-term targets to reduce its climate impact: ◦ **Reduce scope 1 & 2 GHG emissions by 42% by 2030** and completely neutralize them by 2050. ◦ **A 51.6% reduction in emissions per item produced under Scope 3.** ◦ **90% of suppliers with science-aligned targets by 2028.** The decarbonization and resource efficiency plan bolsters our commitment to sustainability, ensuring resilience in the face of climate challenges.

NV HIGH SUMMER 2025

CREDITS

MARIA FILÓ SUMMER 2025

Coordination
Sustainability Manager

Project management, writing, editing and consultancy
Report Group

Design and layout
Betina Sulzbach + Magenta.Lab

Proofreading
Fábio Valverde

Photo Credits
Azzas 2154 archive

SCAN THE QR CODE TO VISIT OUR INVESTOR RELATIONS WEBSITE

SCAN THE QR CODE TO LEARN MORE ABOUT SUSTAINABILITY AT AZZAS 2154

PLEASE EMAIL ANY QUERIES, COMPLIMENTS OR SUGGESTIONS TO:

ri@azzas2154.com.br

sustentabilidade@azzas2154.com.br

CAMPAIGN LAUNCHING AZZAS 2154

AREZZO FARM RIO HERING Reserva SCHUTZ

ALEXANDRE BIRMAN ANACAPRI ANIMALE ANIMALE ORO BRIZZA AREZZO CAROL BASSI CRIS BARROS

fábula foxton HERINGKIDS HERINGINTIMATES HERING SHOES HERING SPORTS INK MARIA FILÓ

nv OFFPREMIUM Oficina PARIS TEXAS ReservaGo Reserva mini VANS "OFF THE WALL" Vicenza ZZ'MALL