

ALIANSCA
SONAE

RELATÓRIO DE
**SUSTENTA
BILIDADE**

2022

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	03
Sobre o Relatório	04
Compromisso com o Futuro	09
Mensagem da Administração	11
QUEM SOMOS	14
A Aliança Sonae	15
Desempenho 2022	23
Fusão com a brMalls	28
GESTÃO ENGAJADA	29
Governança Robusta	30
Pacto Global	41
Segurança e Privacidade de Dados	42
PROTAGONISMO SOCIAL	43
Nossas Pessoas	44
Compromisso Social	61
POSICIONAMENTO RESPONSÁVEL	70
Compromisso Ambiental	71
Influência Positiva	85
ANEXOS	95

The background features a dense pattern of teal Monstera leaves. Overlaid on this are several geometric shapes: a large teal triangle in the top-left, a smaller teal triangle in the top-right, and a thin gold diagonal line crossing the entire page from the top-left to the bottom-right. The number '01' is rendered in a gold outline font, positioned in the upper-left quadrant.

01

INTRODUÇÃO

Sobre o Relatório

GRI 2-2 | 2-3 | 2-14

É com grande satisfação que compartilhamos o Relatório de Sustentabilidade 2022 da Aliansce Sonae – a décima edição do Relatório de Sustentabilidade da companhia.

Nessa publicação anual, que compreende o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2022, apresentamos aos nossos clientes, acionistas e demais *stakeholders* os resultados, iniciativas e projetos inovadores realizados pela companhia.

Os esforços foram concentrados em agregar valor à nossa cadeia de atuação e sociedade, reafirmando o compromisso com os pilares ESG (Ambiental, Social e Governança), cujo reporte está alinhado aos padrões internacionais utilizados pelo mercado.

Esse relatório foi aprovado pela Comissão de Sustentabilidade da companhia e revisado pelo nosso Comitê de Ética e ESG, composto por membros do Conselho de Administração.

Para dúvidas e sugestões, entre em contato através do e-mail: ri@alianscesonae.com.br.

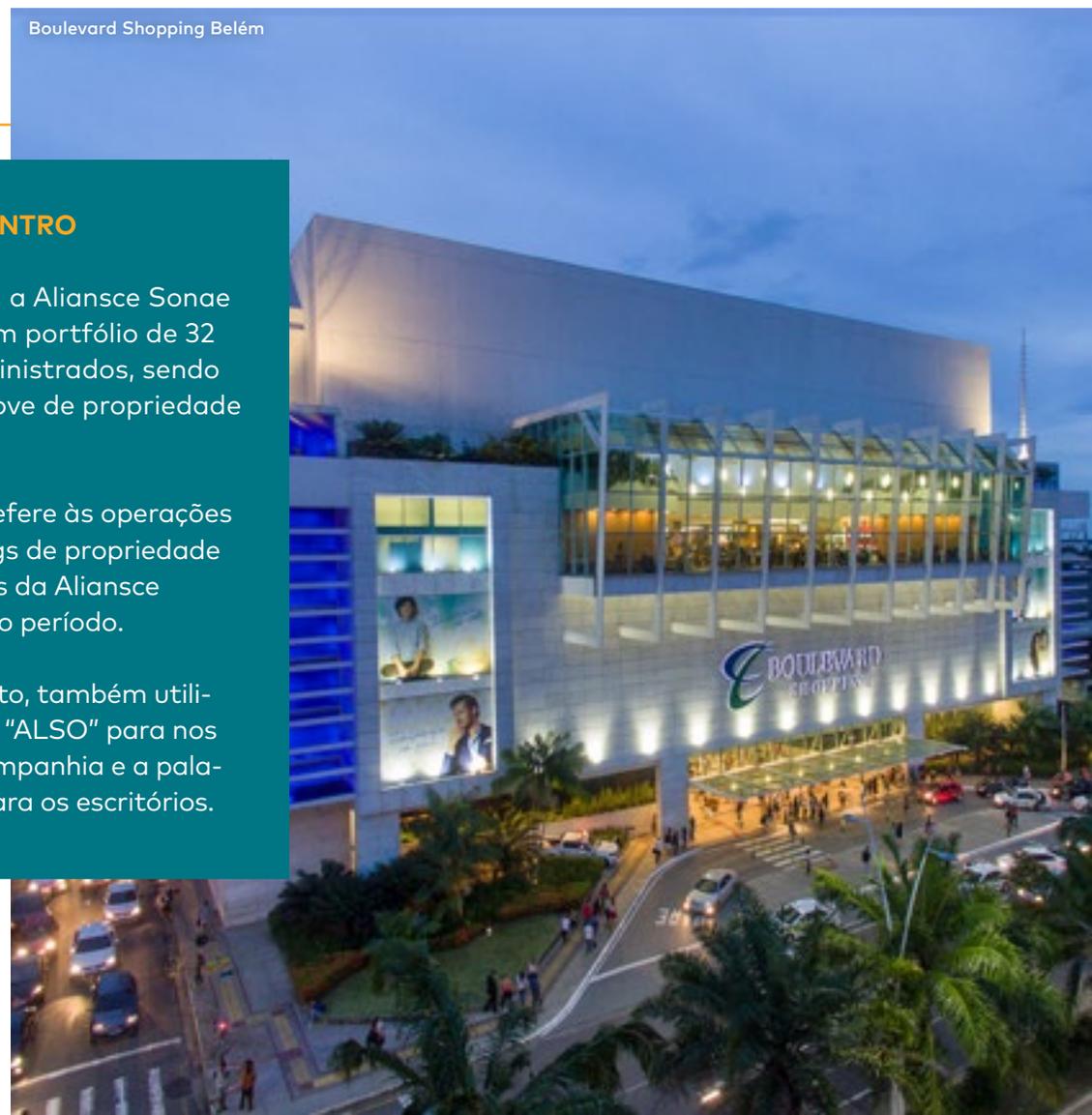
Boulevard Shopping Belém

FIQUE POR DENTRO

Em 31/12/2022, a Aliansce Sonae contava com um portfólio de 32 shoppings administrados, sendo 23 próprios e nove de propriedade de terceiros.

O relatório se refere às operações dos 23 shoppings de propriedade e dos escritórios da Aliansce Sonae durante o período.

Ao longo do texto, também utilizaremos a sigla "ALSO" para nos referirmos à companhia e a palavra "Holding" para os escritórios.



PARA ORIENTAR A SUA LEITURA

O relatório foi desenvolvido com base nas principais práticas internacionais de reporte para sustentabilidade corporativa.



GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Ao longo do texto, você encontrará a referência "GRI XXX-X", apontando os indicadores pertinentes a cada trecho. No final do documento, página 96, está o índice com todos os indicadores GRI reportados no relatório, assim como a explicação relacionada a cada um deles e as páginas específicas em que se encontram.

SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD (SASB)

Nosso relatório também se baseou na diretriz do SASB, trazendo os indicadores direcionados ao setor imobiliário. O conteúdo correspondente está sinalizado com os indicadores "IF-RE-XX" ao longo da publicação, enquanto o índice completo encontra-se na página 103.

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

No infográfico da página 106, você encontra um mapa com o conteúdo relacionado aos ODS prioritários para a atuação da Aliance Sonae.

A MAIOR COMPANHIA DE SHOPPING CENTERS DO BRASIL

A Aliansce Sonae se consolidou como a maior administradora de shopping centers do país, em um processo contínuo, impactando positivamente a vida de clientes, parceiros e pessoas que vivem nas comunidades do entorno de nossos shoppings.

Para nos mantermos nessa rota, estruturamos nossa estratégia de atuação nas frentes de **Gestão Engajada, Protagonismo Social e Posicionamento Ambiental Responsável**, que embasam

a nossa visão de negócio sustentável e são os pilares fundamentais dos temas materiais da companhia. Adicionalmente, em 2022, revisamos a nossa Estratégia de Sustentabilidade, a partir da qual criamos o planejamento estratégico de longo prazo, assumindo um **Compromisso com o Futuro** até 2030 e estabelecendo objetivos e metas claras.

Esse direcionamento é resultado da análise de referências do setor, de um processo

de escuta ativa aos *stakeholders* e de uma ampla pesquisa sobre o que é exigido pelos mecanismos de mercado, isto é, diretrizes, *rankings* e índices de sustentabilidade internacionalmente reconhecidos.

Com o objetivo de **crescer para construir um mundo melhor**, trabalhamos com **humildade, inconformismo, cabeça aberta e paixão**, sobretudo em meio a um cenário desafiador.



CRESCER PARA CONSTRUIR UM MUNDO MELHOR

GRI 3-113-2

A seguir, confira os pilares e temas prioritários da nossa materialidade, atualizados por meio de um amplo estudo realizado em 2022 com empresa especializada. A metodologia utilizada contemplou as expectativas dos *stakeholders* acerca dos impactos reais e potenciais da companhia, bem como as diretrizes para o setor, segundo os principais padrões internacionais da sustentabilidade corporativa e as perspectivas dos mecanismos de mercado.



GESTÃO ENGAJADA

GOVERNANÇA ROBUSTA

- Condução ética e combate à corrupção
- Estrutura de governança de conformidade e integridade
- Gestão de risco
- Liderança diversa e eficiente

SEGURANÇA E PRIVACIDADE DE DADOS

- Segurança da Informação e privacidade



POSICIONAMENTO AMBIENTAL RESPONSÁVEL

COMPROMISSO AMBIENTAL

- Gestão das emissões atmosféricas e mudanças climáticas
- Gestão do uso de energia
- Gestão da água
- Gestão de resíduos e diminuição do desperdício
- Fornecedores ambientalmente responsáveis

INFLUÊNCIA POSITIVA

- Parcerias sustentáveis



PROTAGONISMO SOCIAL

NOSSAS PESSOAS

- Treinamento e capacitação do time
- Diversidade, inclusão e não discriminação

COMPROMISSO SOCIAL

- Melhores práticas na cadeia de valor
- Desenvolvimento social
- Compromisso com os Direitos Humanos

Compromisso com o Futuro: Estratégia de Sustentabilidade

Responsabilidade com as pessoas, com o meio ambiente e com o país.

A Aliansce Sonae acredita que, para ser sustentável, uma organização deve estar alinhada com um mundo em constante transformação, respondendo aos desafios, demandas e expectativas da sociedade em que está inserida.

Por isso, o **nosso compromisso com a sustentabilidade é um reflexo dos valores da companhia**, que se conectam à responsabilidade

socioambiental de todas as nossas operações e empreendimentos. Isso inclui a ética nos negócios, o desenvolvimento das comunidades no entorno dos nossos shoppings, o uso eficiente de recursos naturais e a preservação do meio ambiente.

Apesar de todas as iniciativas e projetos já desenvolvidos desde a nossa fundação para fomentar avanços importantes na frente de sustentabilidade, sentimos a necessidade de dar um passo além e agir com protagonismo, a fim de garantir uma atuação ver-

dadeiramente consistente. Em 2022, a ALSO **consolidou sua estratégia de ESG**, definindo compromissos para os temas prioritários de sustentabilidade, **com planos de ação para o atingimento de metas até 2030**, e promovendo uma rede de *Sustainable Life Centers*.

As metas serão acompanhadas por indicadores internos e farão parte do escopo de trabalho diário dos nossos diretores e executivos, além de estarem presentes nas atividades cotidianas dos demais colaboradores e *stakeholders*.



Sustainable Life Centers

ESPAÇOS QUE PROMOVEM E INSPIRAM SUSTENTABILIDADE



HUB DE DIVERSIDADE E INCLUSÃO

Alavancar a construção de relações e lugares diversos e inclusivos.

- Diversidade e inclusão
- Espaços inclusivos e plurais



HUB DE BEM-ESTAR E DESENVOLVIMENTO HUMANO

Promover o desenvolvimento pleno de nossos colaboradores e clientes.

- Bem-estar, desenvolvimento, saúde e segurança
- Espaços seguros e saudáveis



HUB DE CONSERVAÇÃO AMBIENTAL

Garantir a neutralidade de carbono e uso eficiente dos recursos naturais.

- Clima e energia
- Água
- Resíduos



HUB DE COMUNIDADES E HÁBITOS SUSTENTÁVEIS

Impulsionar os shoppings como espaços de transformação.

- Promoção de hábitos sustentáveis pela cadeia de valor
- Desenvolvimento local

COMPROMISSOS 2030⁽¹⁾

- Alcançar 50% de participação de mulheres nos cargos de liderança, promovendo o engajamento de toda a cadeia de valor;
- Alcançar 44% de participação de pessoas negras nos cargos de liderança⁽²⁾, promovendo o engajamento de toda a cadeia de valor;
- 100% dos empreendimentos com certificação de acessibilidade⁽³⁾.

- Manter ou superar 85% de engajamento dos colaboradores;
- 100% dos colaboradores com planos de desenvolvimento;
- Conscientizar e estabelecer ações concretas para promover o bem-estar de nossos colaboradores e clientes.

- Alcançar 100% de energia elétrica renovável⁽⁴⁾ até 2030, atingindo a neutralidade de carbono até 2040⁽⁵⁾ e investindo constantemente em eficiência energética;
- Alcançar a reciclagem de 65% dos resíduos recicláveis e a compostagem de 100% dos resíduos orgânicos;
- Reduzir a intensidade de água⁽⁶⁾ em 5%, alcançando 100% dos shoppings com reúso de água.

- 100% dos shoppings promovendo e criando soluções para viabilizar a adoção de práticas circulares e de baixo carbono pelos nossos clientes;
- 100% dos shoppings apoiando pelo menos um projeto estratégico de desenvolvimento local;
- Aumentar, de forma progressiva, o número de pessoas beneficiadas pelos projetos de desenvolvimento local.

EXCELÊNCIA OPERACIONAL

Garantir a aderência contínua às melhores práticas de gestão, transparência e governança corporativa.
Governança Corporativa | Ética e Integridade | Privacidade e proteção de dados

ISEB3 2023

É com imensa alegria que anunciamos a inclusão da Aliansce Sonae na 18ª carteira do **Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3** – um dos reconhecimentos mais relevantes para empresas brasileiras de capital aberto, comprometidas com as boas práticas da sustentabilidade corporativa.

A partir do dia 2 de janeiro de 2023, passamos a compor a carteira, que é reservada apenas para empresas que respondem e evidenciam um extenso questionário a respeito de sua atuação. Isto só se fez possível graças ao nosso compromisso com avanços concretos nos pilares ESG da ALSO, **impactando positivamente a sociedade, os colaboradores, os clientes e os acionistas**, por meio dos nossos projetos e iniciativas sustentáveis.

Além disso, essa conquista representa a materialização de uma das metas da alta liderança, diretamente ligada à **nossa nova estratégia ESG**, em linha com a Agenda 2030 (confira no quadro na página anterior).

Estamos extremamente orgulhosos por esse marco e temos a convicção de que esse é apenas o começo de uma jornada em

sustentabilidade cada vez mais atuante e responsável. Vamos em frente.

A Aliansce Sonae é a primeira e única empresa do setor de shopping centers a integrar o ISEB3.

ISEB3

BLOOMBERG GENDER-EQUALITY INDEX 2023

A Aliansce Sonae foi incluída no **Bloomberg Gender-Equality Index 2023**, mais um resultado extremamente positivo para a companhia e fruto de todo o trabalho desempenhado ao longo dos últimos anos.

O índice acompanha e destaca o desempenho de companhias comprometidas com a transparência de dados voltados à igualdade de gênero (*Disclosure Score*), pontuando-as também nas categorias de excelência (*Data Excellence Score*), isto é, pipeline de talentos e lideranças; paridade salarial entre homens e mulheres, cultura inclusiva, políticas antiassédio sexual e externalidade da marca.

Conquistamos a pontuação máxima – 100.00 – no *Disclosure Score*, evidenciando a transparência do nosso reporte, e 60.69 pontos no *Data Excellence Score*, o que mostra que estamos seguindo no caminho correto.

#Continuamos a fazer história.

Mensagem da Administração

GRI 2-22

O ano de 2022 foi um período marcado por importantes conquistas para a Aliansce Sonae, que alcançou resultados e avanços muito positivos em seu desempenho econômico-operacional, bem como nos pilares ESG e na sustentabilidade corporativa.

Por esse motivo, não poderíamos deixar de iniciar essa mensagem sem falar sobre um dos principais marcos de toda a nossa trajetória: a fusão da ALSO com a companhia brMalls, em vigor a partir de 6 de janeiro de 2023.

Após um longo processo de planejamento estratégico entre as duas empresas, a integração se estenderá ao longo de todo o primeiro semestre de 2023, com auxílio de uma consultoria especializada.

Essa junção nos leva a um novo patamar de crescimento e transformação nos setores de varejo e shopping centers, permitindo amplo potencial de sinergia, eficiência e otimização de custos. Além do mais, garante a permanência da geração de valor aos nossos acionistas, clientes e colaboradores, com a melhor experiência ao consumidor e oportunidades de negócio aos lojistas.

Adicionalmente, a fusão ampliará a nossa capacidade de apoiar o desenvolvimento das comunidades no entorno dos empreendimentos a partir do ganho de escala dos projetos sociais, que já são realizados pela Aliansce Sonae desde o início de sua história.

Sabemos que, a partir daqui, os desafios referentes às nossas metas sociais e ambientais serão ainda maiores, mas, temos a certeza de que continuaremos a percorrer uma trilha em sustentabilidade ainda mais robusta, agora com o time fortalecido pela união com a brMalls, uma vez que esse é um dos principais compromissos da nossa jornada.

Aliansce Sonae + brMalls: uma companhia única, integrada e preparada para o novo ciclo.

Outro processo de extrema relevância para o avanço em nossa agenda sustentável foi a consolidação, em setembro de 2022, da estratégia ESG da Aliansce Sonae, a partir de compromissos em linha com os nossos temas prioritários na frente da sustentabilidade.

Com base no conceito de *Sustainable Life Centers*, estabelecemos uma série de metas



RAFAEL SALES

Presidente da Aliansce Sonae Shopping Centers

a serem alcançadas até 2030 - em linha com a Agenda 2030 e os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU). Essas devem ser acompanhadas pelos nossos diretores e executivos por meio de indicadores internos, inclusive atreladas à sua remuneração variável.

O novo compromisso está dividido em quatro *hubs*, visando abarcar todos os aspectos de uma conduta ESG robusta e responsável. São eles: *Hub* de Diversidade e Inclusão; *Hub* de Conservação Ambiental; *Hub* de Bem-Estar e Desenvolvimento Humano e *Hub* de Comunidades e Hábitos Sustentáveis (saiba mais na página 8).

Ainda em 2022, a Aliansce Sonae passou a integrar a maior iniciativa voluntária de cidadania corporativa do mundo: o Pacto Global, desenvolvido pela ONU. Uma vez que somos membros signatários do projeto, nos comprometemos a adotar e promover os dez princípios básicos nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção, além de um maior engajamento frente aos 17 ODS, com os nossos projetos e iniciativas (como é o caso do novo compromisso *Sustainable Life Centers*).

Nesse contexto, os resultados de todo o trabalho que vem sendo desempenhado pela ALSO nos pilares ESG figuram verda-

deiras conquistas e importantes marcos de comemoração: em novembro de 2022, estivemos presentes na COP27 – um dos maiores eventos do mundo para tratar sobre mudanças climáticas. Nossos executivos representaram o posicionamento da companhia em dois painéis fundamentais: “Tornando-se verde: o setor privado sustentável lidera os caminhos” e “Usando a força ESG para mudar o mundo”.

A presença da Aliansce Sonae nesse evento reforça a maturidade da nossa gestão nos temas ambientais, sociais e de governança, assim como o nosso protagonismo em antecipar soluções para os desafios atuais de clientes, investidores, colaboradores e da sociedade como um todo.

Também na linha de grandes reconhecimentos, não poderíamos estar mais felizes em compartilhar a entrada da ALSO no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3; um dos principais índices nacionais que avalia e reconhece empresas comprometidas com boas práticas nos temas da sustentabilidade corporativa. Passamos a compor a carteira, a partir de 2 de janeiro de 2023, como a primeira companhia do setor de shopping centers a alcançar esse feito.

Ser a primeira empresa do setor a compor o índice ISEB3 evidencia o protagonismo de atuação da Aliansce Sonae.

Passamos a integrar também o Índice de Igualdade de Gênero da *Bloomberg* (GEI 2023), que avalia e reconhece o desempenho de companhias comprometidas com o tema. Fazer parte do índice é um importante marco da jornada de diversidade, equidade e inclusão que estamos desenvolvendo na nossa companhia.

Já no que compete ao questionário da organização *Carbon Disclosure Project* (CDP) - responsável por mobilizar e acelerar ações colaborativas em prol de um desenvolvimento mais sustentável -, elevamos a nossa classificação para B-, em comparação ao C em 2021. A nova pontuação indica evidências de gestão da empresa sobre seus impactos ambientais, posicionando-se entre aquelas com projetos e ações bem definidos de combate e adaptação às mudanças climáticas.

Não à toa, um dos compromissos públicos que assumimos, baseado no Sustainable Life Centers, é o de neutralizar nossas emissões de carbono até 2040, sendo que o nosso inventário de gases de efeito estufa (GEE) recebeu pela primeira vez, em 2022, o selo ouro de reconhecimento junto ao *GHG Protocol*.

Dentro do pilar social, por sua vez, permanecemos capacitando nossos líderes e colaboradores nos temas voltados à

Diversidade e Inclusão, inclusive com a realização da segunda Semana da Diversidade e Inclusão. Tivemos, ainda, a quarta edição do projeto #EmpoderaEla, que contou com a participação especial da empresária Zica Assis.

Nossos projetos sociais impactaram cerca de 745 mil pessoas, considerando as esferas de cultura, esporte, educação, bem-estar e meio ambiente. A parceria com o Movimento pela Equidade Racial (MOVER) continuou pelo segundo ano consecutivo e, por meio dele, assumimos a meta de alcançar 44% de líderes negros na companhia até 2030.

Referente aos nossos resultados operacionais e financeiros, nós observamos contínua melhora dos indicadores ao longo de 2022. No ano, as vendas totais somaram R\$16,6 bilhões, com crescimento orgânico de 30% versus 2021 e 13% em relação a 2019.

Ao final do quarto trimestre de 2022, o patamar de descontos sobre aluguéis caiu para o mais baixo nível desde a criação da Aliansce Sonae. Consequentemente, a receita de locação expandiu e a receita líquida excedeu o marco de R\$1 bilhão, no ano de 2022, em função da performance positiva de aluguéis aliada ao resultado de estacionamento.

A melhora do resultado operacional combinada à redução de custos e menores níveis de PDD contribuíram para que alcançássemos um NOI de R\$981,1 milhões no ano. O EBITDA, por sua vez, somou R\$809,6 milhões, superando as projeções gerenciais estimadas para 2022. O indicador também foi impulsionado pela captura de sinergias da fusão que originou a Aliansce Sonae.

O time comercial da Companhia mais uma vez entregou excelentes resultados. Em 2022, foram assinadas 627 novas locações – uma média de 2,5 contratos por dia. Com isso, encerramos o ano com taxa de ocupação recorde de 97,4%, a mais alta desde a criação da Aliansce Sonae.

Já com relação ao desenvolvimento imobiliário dos nossos ativos, visando extrair potencial e gerar valor com base nos mais altos conceitos de sustentabilidade, bem-estar e conveniência ao consumidor, concluímos a expansão do Carioca Shopping e do Shopping Leblon; a revitalização do Franca Shopping; e, a primeira fase de revitalização do Parque D. Pedro Shopping.

Em inovação, seguimos com avanços fundamentais com a Alsotech, que tem como objetivo ser a aceleradora de transformação "figital" do Grupo. A evolução nos três pilares (relacionamento, vendas digitais e

logística) se consolidou ao longo de 2022, apoiada pela estruturação de novos programas e investimentos robustos.

É com essa certeza de dever cumprido que chegamos ao final de 2022. Gostaríamos de enaltecer e agradecer a todos os colaboradores da Aliansce Sonae pela incrível capacidade de execução, trabalho em equipe e senso de resiliência, sem os quais, não teria sido possível materializar tantos avanços em nossa atuação durante o período.

Não poderíamos estar mais orgulhosos dos resultados conquistados até aqui e animados com o que o futuro nos reserva. Seguiremos trabalhando dia após dia a fim de obtermos o propósito de ser a melhor empresa de shoppings para se trabalhar, oferecendo a melhor experiência aos consumidores, gerando resultados de alta performance para lojistas e investidores, sempre com responsabilidade socioambiental.

É isso que nos move.

02

QUEM SOMOS



A Aliansce Sonae

GRI 2-1 | 2-6 | SASB IF-RE-000.A | IF-RE-000.B | IF-RE-000.D

A Aliansce Sonae é uma companhia focada na participação e administração de shopping centers ao redor do país, cuja atuação contempla desde a fase de planejamento até a gestão financeira, comercial, jurídica e operacional de empreendimentos próprios e de terceiros.

Somos fruto da fusão que ocorreu, em 2019, entre a Aliansce Shopping Centers e a Sonae Sierra Brasil, e **nascemos com vocação para criar experiências encantadoras, conectando marcas e pessoas.**

Ao final de 2022, nosso portfólio era composto por 32 shoppings administrados, dos quais 23 eram próprios e 9 de terceiros, nos mantendo como **a maior administradora de shoppings do Brasil.**

Estamos presentes em todas as regiões do país, com capilaridade geográfica diversificada. Desta forma, atendemos a diferentes públicos e múltiplas culturas, agregando para a operação como um todo, em escala nacional. Não à toa, contamos com cerca de 30 milhões de visitas por mês e cinco mil

lojas locadas, que, juntas, impulsionam o negócio em direção aos nossos objetivos.

Entre os nossos pilares estratégicos, temos o compromisso de inovar para continuamente atender às demandas do negócio, com estrutura e operações cada vez mais robustas. Dessa forma, destacamos os avanços em oferecer para o consumidor soluções em todos os canais, apoiando a transformação do varejo, alavancando iniciativas "digitais"* por meio da Alsotech (saiba mais na página 19).

Seguimos comprometidos em ser uma companhia que oferece **a melhor experiência aos seus consumidores**, garantindo satisfação e gerando **resultados de alta performance para lojistas e investidores, com responsabilidade socioambiental para a sociedade.**

ÁREA BRUTA LOCÁVEL (ABL)

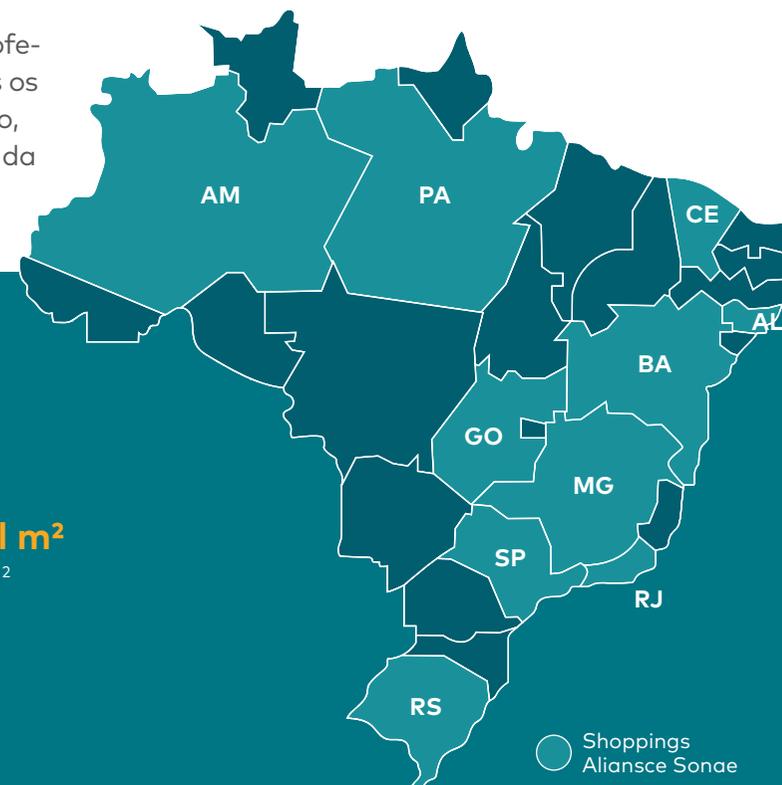
23 SHOPPINGS PRÓPRIOS

676,2 mil m²
de ABL própria¹

984,0 mil m²
de ABL total²

9 SHOPPINGS DE TERCEIROS

260,2 mil m² de ABL



*"Digital" é o termo utilizado para descrever a união das esferas física e digital.

¹ Considera a ABL dos empreendimentos de acordo com a participação de Aliansce Sonae na propriedade.

² ABL total dos empreendimentos próprios do portfólio, independente da participação da companhia.

Taxa de ocupação (%) * SASB IF-RE-000.D

Bangu Shopping	98,2%	Passeio das Águas Shopping	93,2%
Boulevard Shopping Bauru	95,3%	Plaza Sul Shopping	94,8%
Boulevard Shopping Belém	98,8%	Santana Parque Shopping	94,3%
Boulevard Shopping Belo Horizonte	99,0%	Shopping Campo Limpo	98,5%
Boulevard Shopping Campos	98,1%	Shopping da Bahia	98,0%
Carioca Shopping	96,7%	Shopping Grande Rio	97,0%
Caxias Shopping	99,3%	Shopping Leblon	97,9%
Franca Shopping	98,4%	Shopping Metrópole	98,0%
Manauara Shopping	99,6%	Shopping Parangaba	95,8%
Parque D. Pedro Shopping	98,9%	Shopping Taboão	99,4%
Parque Shopping Belém	98,2%	Via Parque Shopping	93,8%
Parque Shopping Maceió	98,2%	Total Porfólio	97,4%



*As taxas acima refletem a área comercializada de cada shopping.



Área Bruta Locável (ABL) Total por empreendimento (m²) SASB IF-RE-000.B

Bangu Shopping	57.982	Passeio das Águas Shopping	74.626
Boulevard Shopping Bauru	34.501	Plaza Sul Shopping	24.039
Boulevard Shopping Belém	39.205	Santana Parque Shopping	26.565
Boulevard Shopping Belo Horizonte	41.666	Shopping Campo Limpo	22.638
Boulevard Shopping Campos	27.447	Shopping da Bahia	70.633
Carioca Shopping	33.741	Shopping Grande Rio	43.037
Caxias Shopping	28.191	Shopping Leblon	27.972
Franca Shopping	18.677	Shopping Metrópole	28.858
Manauara Shopping	47.259	Shopping Parangaba	33.558
Parque D. Pedro Shopping	126.500	Shopping Taboão	37.138
Parque Shopping Belém	33.937	Via Parque Shopping	56.509
Parque Shopping Maceió	39.932	Lojas C&A	9.395

ABL total do portfólio
984.007

Boulevard Shopping Belo Horizonte

Seguimos focados em **ser a melhor empresa de shopping centers do Brasil**, a partir de ações que nos levam a ter o melhor atendimento aos consumidores e a melhor parceria com lojistas, além de ser a melhor empresa para se trabalhar, apresentando resultados positivos e consistentes aos investidores. Dessa forma, nossos valores são:



A ALSOTECH

FIGITALIZAR PARA APOIAR A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DO VAREJO

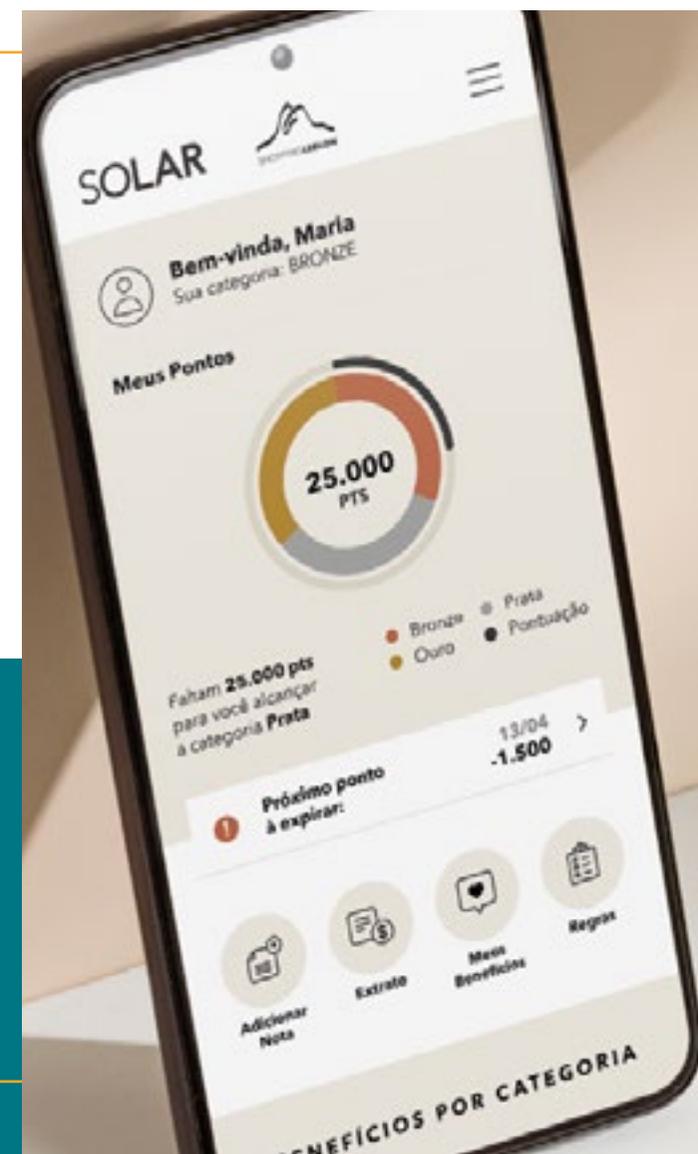
A Alsotech foi lançada em 2021 com o objetivo de ser a nossa aceleradora de transformação “figital” do varejo, tendo como base tecnologias próprias e de terceiros. A iniciativa conta com três pilares estratégicos: i) evolução das iniciativas de engajamento e conhecimento dos consumidores; ii) fortalecimento das atividades de comércio eletrônico em todos os seus formatos – *e-commerce*, *marketplace* e *social commerce* – e, iii) estruturação de um ecossistema de logística para dar suporte aos lojistas e trazer novas soluções aos consumidores. Tal estratégia sustenta-se pela evolução da frente de *data analytics*, além de iniciativas de inovação aberta e *corporate venture capital* (CVC).

Em 2022, expandimos a operação do **Shopping Digital** – já disponível para o Parque D. Pedro Shopping e o Shopping da Bahia – para o Bangu Shopping, Carioca Shopping, Shopping Grande Rio e Caxias

Shopping. A estratégia de *roll-out* para o Rio de Janeiro (RJ) contemplou *front-ends* individuais para cada um dos empreendimentos, mas com gerenciamento de *back-end* unificado, o que permite uma interação ao consumidor com maior eficiência nas entregas, nos custos, nos prazos e na escala comercial.

Ademais, realizamos duas novas soluções para o Shopping Leblon: i) o **Shopping Leblon Online**, *e-commerce* com entrega expressa para alguns bairros cariocas e, ii) o aplicativo **Solar**, programa de fidelidade do Shopping Leblon, permitindo maior engajamento de nossos clientes por meio de benefícios exclusivos.

O **Solar**, programa de relacionamento do Shopping Leblon, passou a contar, em 2022, com um aplicativo para fortalecer a estratégia de “figitalização”, estreitando o relacionamento com os clientes. O app facilita o cadastro de notas fiscais, acompanhamento de pontuação e resgate de benefícios exclusivos para os clientes participantes.



Em abril desse mesmo ano, a Alsotech investiu cerca de R\$ 10 milhões no *Hi Partners Capital & Work* – um fundo de *Venture Capital* focado em startups com alto potencial de crescimento no segmento de *retailtech*. O time de fundadores, conselheiros e investidores do fundo é formado por empreendedores especializados, com relevante presença no varejo e atuantes no mercado digital.

As iniciativas “figitais” no universo de logística também continuaram a ganhar tração com a contratação da primeira *dark store* em parceria com o aplicativo Zé Delivery, no Carioca Shopping.

A Box Delivery, por sua vez, focada em desenvolvimento de tecnologias e entrega *last-mile* ao consumidor final, permaneceu em trajetória ascendente no número de entregas, ultrapassando a marca de 14 milhões em 2022.



E-commerce

Engajamento
do consumidor

Logística

DATA
ANALYTICSINOVAÇÃO
ABERTACORPORATE
VENTURE
CAPITAL

CONSTRUINDO OS SHOPPINGS DO FUTURO

TEMOS UMA VISÃO DE LONGO PRAZO DOS NOSSOS SHOPPINGS

Criamos espaços com amplas áreas de entretenimento, bem-estar, foco em sustentabilidade e geração de valor aos nossos *stakeholders*.

Nossos shoppings têm se tornado *hubs* sociais que se misturam às paisagens de grandes e médios centros urbanos, trazendo para si um pouco da cultura e do modo de ser de quem vive ou trabalha em suas redondezas.

FOCO NO "FIGITAL"

Nossos shoppings são *life centers* que buscam a melhor experiência para o consumidor. Assim, o modelo "figital" realiza interconexão entre o universo *online* e *offline*, ampliando a presença *omnichannel* da Aliance Sonae.

Em 2022, tivemos importantes avanços na estratégia "figital" da Alsotech.



Perspectiva do masterplan do Parque Shopping Maceió

MASTERPLAN

Seguindo uma tendência global, a Aliansce Sonae promove a valorização dos shopping centers, em concordância com o desenvolvimento de bairros planejados, a partir do *masterplan*. Visamos atender às necessidades dos moradores locais com opções de moradia, trabalho, saúde e educação a uma distância que permite que o deslocamento seja feito por meio de caminhadas ou com o uso de bicicletas. Nesse contexto, somos capazes de consolidar nossos shoppings como verdadeiros *sustainable life centers*.

"(...) No Brasil, os shoppings tradicionalmente possuem praças de alimentação, cinema, parques de diversão, jogos, e queremos trazer uma evolução ainda maior, com *mix use* em bairros altamente sustentáveis para atender o país agora e nas próximas décadas."

Mario Alves de Oliveira
Diretor de Desenvolvimento e M&A
da Aliansce Sonae

Segundo a ONU, até 2050, 70% da população mundial viverá em centros urbanos, havendo a necessidade de torná-los mais inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis. Assim, a companhia atuará como protagonista no setor brasileiro em concordância com a legislação local e as melhores práticas de inclusão socioambiental.

Confira a seguir os principais avanços do nosso *masterplan* até aqui, de acordo com cada shopping, bem como os próximos passos dos projetos:

- **Parque Shopping Maceió:** ganhará um complexo de alto padrão, com potencial para seis torres residenciais, escritórios, hotel e centro médico. O espaço vai contar com um hospital de alta complexidade da Unimed, cujo investimento por parte da rede de saúde chegará a cerca de R\$ 150 milhões;
- **Shopping da Bahia:** o projeto traz um conceito inovador e prevê o desenvolvimento de cinco torres para uma área total construída de 153 mil m²,

distribuídos em quatro complexos. Entre eles, serão três de categoria residencial, com quatro torres, e um condomínio empresarial de uma torre.

- **Franca Shopping:** a nova área multiúso envolve um prédio residencial e outro comercial, somando 160 apartamentos, 160 quartos de hotel e 120 unidades corporativas;
- **Parque D. Pedro Shopping:** contará com um hotel da bandeira francesa B&B - companhia do setor hoteleiro com investimento do grupo Goldman Sachs, na Europa. O empreendimento seguirá o padrão internacional e funcional da rede, com 224 quartos construídos em uma área de mais de 4 mil m². Ainda, a ação acompanhará a revitalização do shopping, que completou 20 anos, em 2022, desde sua construção.

Desempenho

DESTAQUES DE 2022¹

ESG



Entrada na carteira 2023 do **ISE B3**

Adesão ao **Pacto Global**

Revisão da **Estratégia ESG** da companhia e lançamento das **metas 2030**

Participação especial na **COP27**

Conquista da classificação B- no **CDP**

Premiação **selo ouro no GHG Protocol** pelo nosso inventário de emissões de GEE

Lançamento do **+ALSO**, primeiro grupo de afinidade em Diversidade e Inclusão

+ 745 mil **pessoas beneficiadas** por nossos projetos sociais

Início do processo de **autodeclaração racial** dos colaboradores

FINANCEIRO



R\$1 bilhão de receita líquida

R\$ 751 milhões de EBITDA

R\$ 1 bilhão em valor econômico distribuído

OPERACIONAL



Aprovação da **fusão com a brMalls** pelo CADE

Ampliação da **Alsotech** e avanço no conceito **"figital"** da companhia

Expansão e revitalização de 4 shoppings próprios

Inauguração de duas **fazendas urbanas BeGreen**

¹Os dados financeiros reportados seguem os critérios determinados pela GRI e estão discriminados na nossa Demonstração Financeira. Contudo, eles podem ser diferentes dos padrões usualmente aplicados nas comunicações oficiais para o mercado, nas quais utilizamos, de forma geral, números gerenciais.

CRESCIMENTO CONTÍNUO

GRI 201-1 | 203-1

Encerramos 2022 animados com a contínua melhora dos indicadores operacionais e financeiros da Companhia. Ao longo do ano, a equipe Aliansce Sonae trabalhou incansavelmente, explorando todas as oportunidades de negócios, buscando oferecer a mais completa plataforma de serviços, entretenimento, experiências e compras da América Latina.

Em 2022, as vendas totais somaram R\$16,6 bilhões, com crescimento orgânico

de 30% versus 2021 e 13% em relação a 2019. Ao final do quarto trimestre de 2022, o patamar de descontos sobre aluguéis caiu para o mais baixo nível desde a criação da Aliansce Sonae, com redução de 1,4 p.p. comparado ao quarto trimestre de 2019. Consequentemente, a receita de locação expandiu 28% e 23%, em 2022 em relação a 2021 e 2019, respectivamente. A maior parte dos shoppings da Companhia apresentou crescimento de dois dígitos do indicador versus 2021, corroborando

a qualidade superior do nosso portfólio. A receita líquida excedeu o marco de R\$1 bilhão, em função da performance positiva de aluguéis aliada ao resultado de estacionamento, que foi 46% superior ao de 2021 e cresceu em relação a 2019.

A melhora do resultado operacional combinada à redução de custos e menores níveis de PDD contribuíram para que alcançássemos um NOI de R\$981,1 milhões no ano, expandindo 40% e 22% versus 2021 e 2019,



respectivamente. O EBITDA, por sua vez, somou R\$809,6 milhões, superando as projeções gerenciais estimadas para 2022. O indicador também foi impulsionado pela captura de sinergias da fusão que originou a Aliansce Sonae.

Em 2019, quando a Aliansce Shopping Centers combinou seus negócios com a Sonae Sierra Brasil, foram estimados R\$80 milhões em sinergias anuais. Em 2021, a Companhia já havia identificado R\$30 milhões de sinergias de custos e despesas. A curva de sinergias de receitas, inicialmente impactada pela pandemia de Covid-19, acelerou consideravelmente ao longo de 2022. Com esse avanço, apresentamos uma atualização de R\$56 milhões de sinergias ao ano, sendo R\$22 milhões ligados às sinergias de receitas. As sinergias capturadas contribuíram para importante expan-

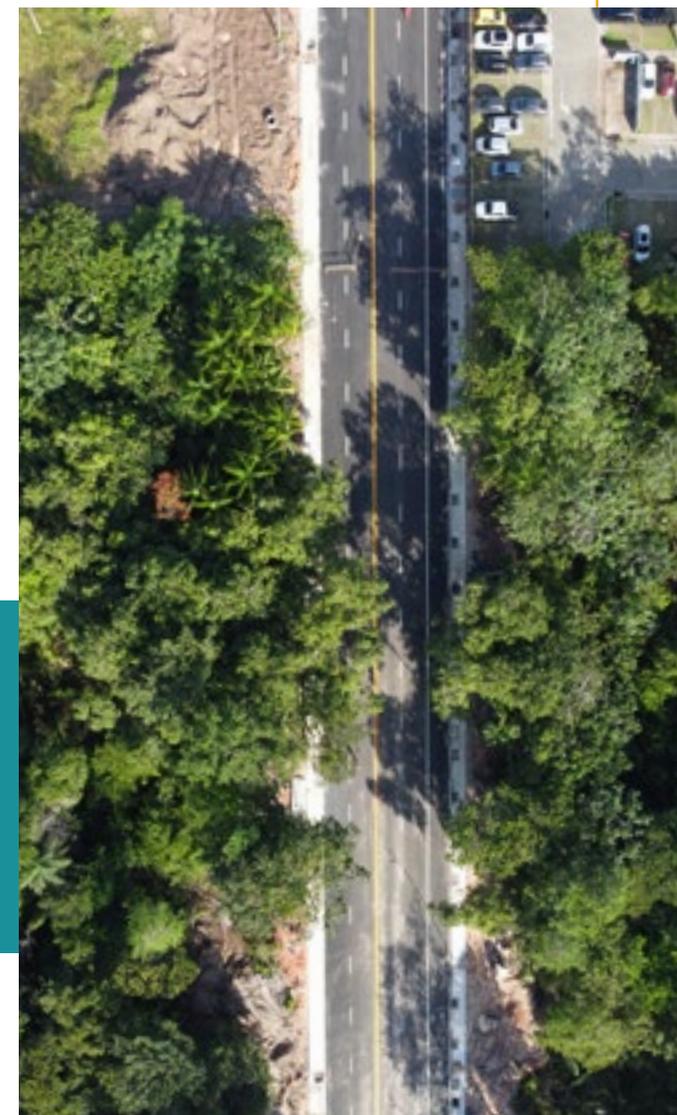
são da nossa margem EBITDA para 73,3%, em 2022, de 72,6%, em 2018.

Em adição às sinergias operacionais, a ALSO alcançou também R\$34 milhões de redução em custos condominiais, e economia de R\$47 milhões por ano em despesas financeiras, derivada por diversas ações bem-sucedidas de gestão de passivos, como renegociações de dívidas e pré-pagamentos.

Ao longo de 2022, a Companhia emitiu R\$1,5 bilhão em financiamentos, à taxas competitivas. E, encerramos o ano com 0,6x Dívida Líquida / EBITDA, o menor nível de alavancagem do setor de shopping centers.

Em 2022, investimos R\$ 15 milhões no projeto Avenida Egydio Salles, resultando em 656 metros de via com 19 metros de largura, permitindo o desafogamento do trânsito na Avenida Augusto Montenegro, em Belém (PA). A aprovação foi cedida pela Prefeitura Municipal de Belém, por meio da Secretaria Municipal de Urbanismo (SEURB).

Acesse todos os nossos resultados de 2022 aqui:
bit.ly/centralderesultados



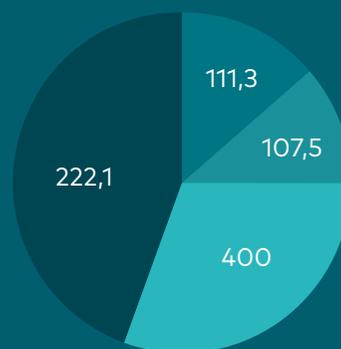
VALOR ECONÔMICO

VALOR TOTAL GERADO

R\$ 1.230,8 milhões

VALOR TOTAL DISTRIBUÍDO

VALOR ADICIONADO TOTAL DISTRIBUÍDO (em R\$ milhões)



- Empregados
- Tributos
- Financiadores
- Remuneração de capitais próprios

INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS

R\$ 187,8 milhões

Custos de aluguéis e serviços

R\$ 141,6 milhões

Materiais, energia, serviços de terceiros e outras despesas operacionais

R\$ 46,1 milhões

VALOR TOTAL: R\$ 1.028,7 milhões

VALOR RETIDO

2022: GERADO (R\$ 1.230,8 milhões) – DISTRIBUÍDO (R\$ 1.028,7 milhões) = **R\$ 202,1 milhões**

2021: GERADO (R\$ 1.154,3 milhões) – DISTRIBUÍDO (R\$ 963,1 milhões) = **R\$ 191,2 milhões**

2020: GERADO (R\$ 991,4 milhões) – DISTRIBUÍDO (R\$ 805,9 milhões) = **R\$ 185,5 milhões**



GERANDO RECONHECIMENTO

Ao longo do ano, a Aliansce Sonae realiza diversas campanhas institucionais nos shoppings do portfólio, premiando ações de *marketing* e projetos sustentáveis¹.

RANKING:



10 MELHORES SHOPPINGS PARA SE TRABALHAR, PELA OVERMALLS

1º Lugar:

Shopping Taboão

2º lugar:

Santana Parque Shopping

3º lugar:

Via Parque Shopping

7º lugar:

Boulevard Londrina Shopping

8º lugar:

Uberlândia Shopping

PRÊMIOS ABRASCE



A Aliansce Sonae comemora a conquista de dez troféus na edição 2022 do Prêmio Abrasce, a mais importante premiação do setor de shopping centers do Brasil. Conheça os projetos vencedores.

Prêmio Destaque

Pátio Alcântara - Alcântara Luz – Um Natal de transformações

Eventos e Promoções de Natal

Ouro: Pátio Alcântara - Alcântara Luz – Um Natal de transformações

Bronze: Recreio Shopping – Mundo Bitá e o Grande Natal

Eventos e Promoções

Prata: Boulevard Shopping Campos – Drive-in científico do clubinho

Campanhas Institucionais

Prata: Boulevard Feira de Santana – Dia dos Pais – pela responsabilidade de ser pai

Tecnologia e Inovação

Bronze: Aliansce Sonae – Aliansce Sonae e Repassa juntas no incentivo à moda circular

Projetos Virtuais

Bronze: Aliansce Sonae – Shopping Online – a evolução do "figital" na Aliansce Sonae

Newton Rique de Sustentabilidade

Prata: Parque D. Parque Shopping – do resíduo ao recurso: ultrafiltração para ampliar o reúso e melhorar o efluente final

Prata: Aliansce Sonae - BeGreen e ALSO – uma parceria para cuidar do planeta e da saúde das pessoas

Gestão de Pessoas

Prata: Aliansce Sonae – DNA da Liderança, um programa de treinamento que é uma aula de cultura

¹ Os shoppings Boulevard Londrina, Uberlândia Shopping e Pátio Alcântara não fazem mais parte do portfólio da Aliansce Sonae, considerando a data de publicação deste relatório.

Fusão com a brMalls

GRI 2-6

É COM IMENSA SATISFAÇÃO QUE A ALIANSCE SONAE ANUNCIA O SEU PROCESSO ESTRATÉGICO DE FUSÃO COM A COMPANHIA BRMALLS, EM VIGOR A PARTIR DE 6 DE JANEIRO DE 2023.

Após quase um ano de dedicação e estratégia de ambas as empresas para aprovação da fusão junto ao CADE, chegamos a um resultado extremamente positivo. **O processo envolveu a consistente atuação das duas gestões** e a venda de três shoppings do portfólio da ALSO como medida racional preventiva para o aval do órgão.

Com a junção, nosso principal objetivo é criar uma companhia única e combinada, com significativo potencial de crescimento, viabilizando ainda mais a **transformação dos setores de varejo e dos**

shopping centers. Além disso, acreditamos no ganho de maior escala e eficiência, sobretudo com a otimização de custos e despesas operacionais.

Seremos capazes de explorar diferentes avenidas de desenvolvimento de longo prazo em um **ambiente "digital"**, cujo resultado irá permanecer gerando **valor aos acionistas, clientes e colaboradores**, com a melhor experiência ao consumidor e as melhores oportunidades de negócio aos lojistas.

A partir daqui, nosso **impacto na vida das comunidades no entorno dos shoppings** será cada vez mais estrutural e abrangente, de modo a consolidarmos nosso propósito e compromisso público em contribuir com a sociedade em que atuamos.

Com esse crescimento, os desafios referentes às metas sociais e ambientais serão ainda maiores, porém, uma vez que a sustentabilidade é parte integrante da jornada da Aliansce Sonae desde sua origem, permanecemos confiantes no alcance de resultados positivos e na conti-

nuidade de uma estratégia ESG robusta, junto à brMalls.

Ao longo do primeiro semestre de 2023, portanto, temos o início do processo de integração com o apoio de consultoria especializada, implementando as medidas necessárias já mapeadas para essa união tão importante. Uma delas foi o compartilhamento do Guia do Colaborador com os profissionais de ambas as empresas. No documento, contamos sobre a origem, história e portfólio da ALSO e da brMalls, além de estabelecermos diretrizes importantes para o início dessa nova jornada. Dessa forma, pudemos estabelecer, desde o início da integração, um formato de comunicação estruturado e fundamental.

Aliansce Sonae + brMalls: uma nova empresa, um novo ciclo.



03

GESTÃO ENGAJADA

Governança robusta

GRI 2-15 | 2-23 | 2-25 | 2-26 | 2-29 | 3-3

A gestão da Aliansce Sonae é baseada não só em um alto nível de responsabilidade, que é um compromisso partilhado entre todos, mas, também, no Código das Melhores Práticas, documento do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), e nos compromissos assumidos junto ao Novo Mercado da B3.

Dispomos de normas internas, que formalizam como devemos agir nas mais diversas situações, as quais nos auxiliam a manter a sinergia com os nossos pilares de atuação. Em 2019, aprovamos nosso **Código de Ética e Conduta**, que estabelece as diretrizes para uma operação íntegra e em linha com os valores da companhia. Esse Código foi revisado e aprimorado em 2021.

A companhia negocia suas ações no **Novo Mercado da B3** – Brasil, Bolsa, Balcão –, segmento que contempla as companhias que aderem de maneira voluntária aos padrões de governança adicionais à legislação brasileira.

O documento é comunicado aos nossos colaboradores com o objetivo de gerar cada vez mais engajamento com o tema, passando por revisões periódicas. Para monitorar o cumprimento das normas internas, a ALSO conta com uma Comissão de Apuração, ocupada por membros eleitos pela Diretoria.

Saiba mais sobre o Código de Ética e de Conduta [aqui](#).

Além do Código de Ética e Conduta, fazemos uso também do **Canal de Ética**, aberto a todos os *stakeholders*. Por meio dele, nossos públicos de relacionamento podem trazer preocupações, buscar orientações e realizar denúncias.

Em caso de denúncias sobre violação ou potenciais violações às nossas políticas, essas são prontamente investigadas sob supervisão da Comissão de Apuração, com adoção das medidas cabíveis. E, se necessário, das sanções disciplinares aplicáveis.

Durante 2022, o Canal de Ética foi amplamente divulgado por meio de uma contínua campanha de comunicação direcionada a

todos os colaboradores da companhia, além de materiais impressos sobre *Compliance*, visando conscientizar nossos profissionais acerca de questões relevantes para os nossos valores.

Ao lado dessa estrutura preventiva, contamos com a Política de Transação com Partes Relacionadas e uma Norma de Prevenção de Conflitos de Interesses. Assim, orientamos os nossos colaboradores a tomarem decisões de forma objetiva, evitando que sejam influenciados por interesses pessoais, além de identificarem situações de risco, tais como: o oferecimento de brindes, presentes, descontos ou quaisquer tipos de vantagens e benefícios.

Leia a nossa Política de Transação com Partes Relacionadas [aqui](#).

Também, por meio do nosso Programa de *Compliance*, a área de *Compliance* realiza, desde 2020, auditorias de fornecedores da Área de Desenvolvimento que mantém, por sua vez, relações com órgãos públicos em nome da Aliansce Sonae ou de algum dos nossos shoppings.

CANAL DE ÉTICA

Os colaboradores que presenciarem ou sofrerem violações ao nosso Código de Ética e Conduta, ou, ainda, qualquer outra irregularidade, podem realizar denúncias anônimas por meio do número **0800-591-8825** ou através do site www.canaldeetica.com.br/ [alianscesonae](http://alianscesonae.com.br/). O serviço está disponível 24h por dia.

TRANSPARÊNCIA E LEGALIDADE

Em 2022, não tivemos casos confirmados de corrupção na companhia.



Manauara Shopping

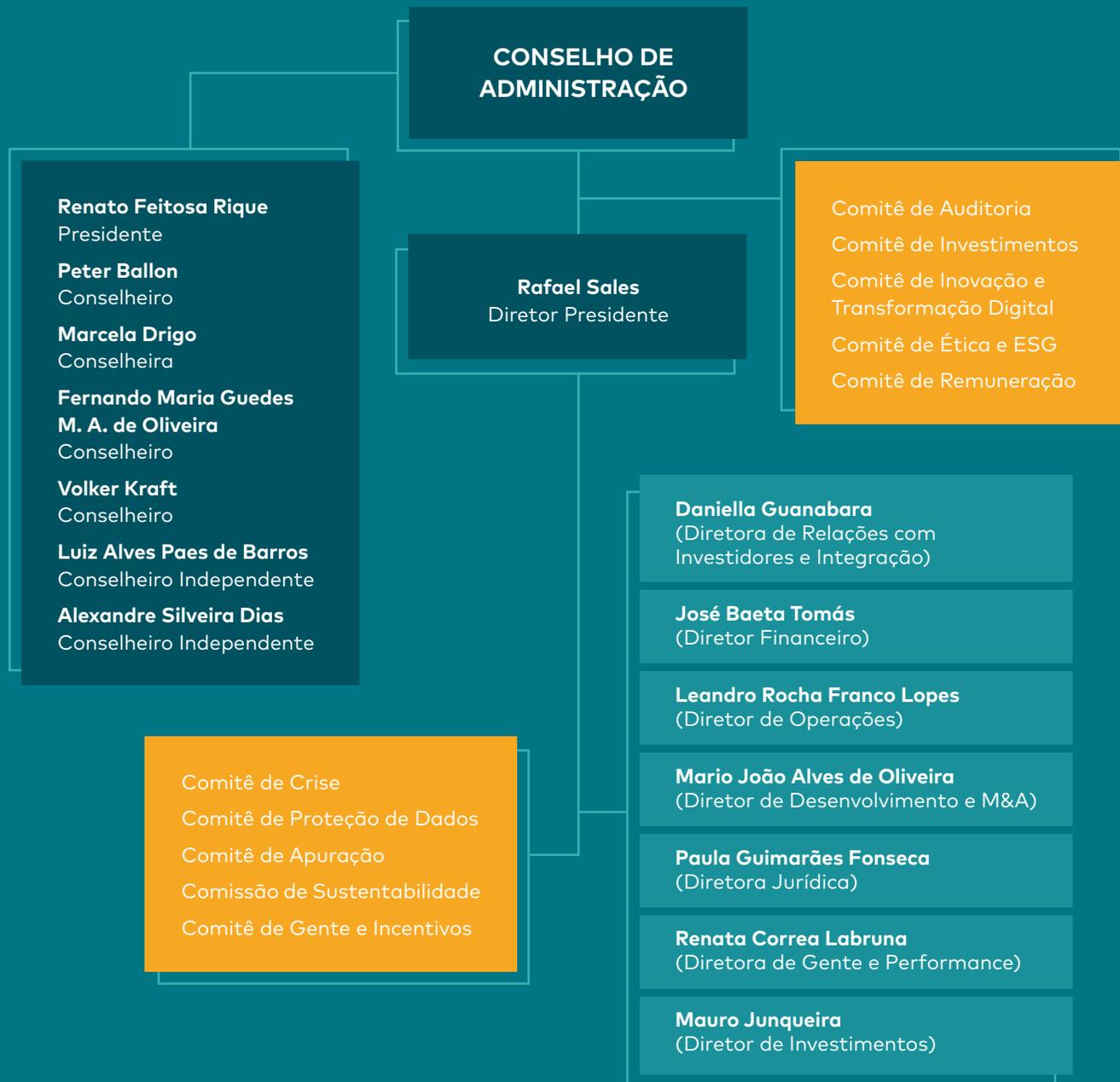
ESTRUTURA

GRI 2-9 | 2-11

A estrutura de governança da Aliansce Sonae se faz responsável por dar sustentação à nossa gestão, cujo corpo dirigente é composto por uma equipe diversa e preparada para lidar com os mais variados desafios do dia a dia.

Nossa estrutura, ao final do exercício de 2022, apoiou-se pela Diretoria Executiva, Conselho de Administração (CA) e um Conselho Fiscal não permanente. O Conselho de Administração foi assessorado pelos seguintes órgãos: Comitê de Remuneração, Comitê de Investimentos, Comitê de Inovação e Transformação Digital, Comitê de Ética e ESG e Comitê de Auditoria.

Confira os detalhes:



CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO (CA)

GRI 2-10 | 2-12 | 2-17

O Conselho de Administração da Aliance Sonae tem como responsabilidades a formulação, aprovação e acompanhamento da implementação de políticas gerais da companhia, incluindo sua estratégia de longo prazo, Política de Sustentabilidade, Código de Ética e Política Anticorrupção, além de investimentos relevantes.

Entre as principais atribuições dos conselheiros, podemos destacar propor e aprovar a contratação de auditores independentes, bem como indicar e supervisionar a gestão dos diretores da companhia.

Nosso Estatuto Social, em vigor até dezembro de 2022 (antes da fusão com a brMalls), determinava que o CA fosse composto por, no mínimo, cinco e, no máximo, sete membros, com números iguais de suplentes correspondentes a cada cargo. A eleição ocorria por meio de Assembleia Geral Ordinária dos acionistas, com mandato unificado de um ano, sendo permitida a reeleição.

As seleções e indicações se davam em linha com as definições do Acordo de

Acionistas da companhia, que estabeleceu que dois dos sete membros deveriam ser independentes. Os outros cinco, por sua vez, foram indicados pelos controladores da seguinte forma:

- (i) Dois membros (e respectivos suplentes) nomeados pela *Canada Pension Plan Investment Board (CPPIB)*;
- (ii) Um membro (e respectivo suplente) nomeado pelo presidente do CA
- (iii) Um membro (e respectivo suplente) nomeado pela Sonae Sierra;
- (iv) Um membro (e respectivo suplente) nomeado por Grupo Alexander Otto.

Vale salientar que os dados trazidos aqui representam uma fotografia do ano de 2022. A partir de 2023, considerando o processo de fusão, passaremos a contar com reestruturações.



Boulevard Shopping Belo Horizonte

COMITÊS

GRI 2-13 | 2-24

COMITÊ DE ÉTICA & ESG

É responsável por monitorar o funcionamento de todo o sistema de ética e ESG da Aliansce Sonae, orientando estratégias e estabelecendo as prioridades de atuação nos pilares ambientais, sociais e de governança. O Comitê também se responsabiliza pelo desenvolvimento do nosso Programa de Compliance, além da revisão e aprovação de regulamentos internos.

Ao final de dezembro de 2022, o Comitê de Ética & ESG tinha como premissa a composição por três membros escolhidos pelo CA para o mandato de um ano (permitida a reeleição), sendo que um de seus integrantes foi designado para a função de coordenador. Anualmente, o órgão possuía como rito comunicar ao CA o status da gestão dos temas de ESG da Aliansce Sonae.

COMITÊ DE INVESTIMENTOS

Tem como responsabilidade avaliar as propostas da Diretoria sobre investimentos relevantes para o desenvolvimento do negócio, cuja aprovação depende

do Conselho de Administração (exceto aqueles que sejam de competência do Comitê de Inovação e Transformação Digital).

Assim, o Comitê analisa e recomenda ao CA aquisições ou vendas de ativos, tais como: participações em sociedades, imóveis e demais investimentos que corroborem para o aprimoramento do negócio.

Ao final de dezembro de 2022, o Comitê de Investimentos tinha como premissa a composição por três ou quatro membros escolhidos entre os integrantes do CA para o mandato de um ano. Ao menos um dos integrantes deveria assumir a posição de coordenador.

COMITÊ DE REMUNERAÇÃO

GRI 2-20

Deve propor ao Conselho de Administração as políticas, diretrizes e estratégias de remuneração dos administradores, bem como as remunerações individuais, incluindo pró-labore e bônus. Ademais, recomenda as concessões de incentivos de longo prazo atrelados a ações para todos os colaboradores.

COMITÊ DE AUDITORIA

Entre outras funções, assessora o Conselho de Administração, supervisionando a qualidade e a integridade dos relatórios financeiros, aderência às normas legais, estatutárias e regulatórias, além da adequação dos processos relativos à gestão de riscos e às atividades dos auditores independentes.

Até dezembro de 2022, os integrantes do Comitê de Auditoria eram escolhidos pelo CA, podendo ser titulares, suplentes ou profissionais independentes. O mandato tinha como premissa a duração de um ano, sendo permitida a reeleição, desde que fossem atendidos os seguintes critérios: um dos componentes deveria ser conselheiro independente da companhia, conforme orienta o art. 16 do Regulamento do Novo Mercado e, ao menos um membro deveria ter experiência comprovada em contabilidade societária de administração, nos termos da Instrução CVM nº 591/2017.

COMITÊ DE INOVAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Responsável por assessorar o Conselho de Administração acerca da definição da estratégia de inovação e transformação digital da companhia, analisando e recomendando iniciativas, pesquisas e ações no âmbito de atuação.

Tem ainda a missão de avaliar e recomendar projetos, iniciativas e propostas de investimentos relacionados à inovação e transformação digital.

COMISSÃO DE SUSTENTABILIDADE

Fruto da decisão de adotar a sustentabilidade como pilar estratégico, desde 2020, contamos com uma Comissão de

Sustentabilidade, formada, ao final de dezembro de 2022, por cinco diretores executivos e a Diretora de *Marketing*, com coordenação de responsabilidade da Diretoria Jurídica.

O órgão é responsável por implementar a gestão dos temas materiais da companhia de acordo com as diretrizes determinadas pelo Comitê de Ética & ESG.



DIRETORIA EXECUTIVA

GRI 202-2

Até 31/12/2022, era estabelecido que a Diretoria Executiva da Aliansce Sonae poderia ser eleita e destituída pelo Conselho de Administração a qualquer momento para um mandato de três anos, sendo permitida a reeleição.

O Estatuto Social determinava que o órgão deveria ser formado de, no mínimo, três e, no máximo, nove membros, e era obrigatório que fossem ocupados os cargos de Diretor-Presidente e Diretor de Relações com Investidores.

Os membros poderiam acumular cargos e, durante o período de exercício do Relatório, todos foram contratados no Brasil.



POLÍTICA DE REMUNERAÇÃO

GRI 2-19 | 2-20

A política de remuneração da Aliansce Sonae baseia-se nos padrões praticados pelo mercado, sendo que, anualmente, atualizamos as tabelas salariais com auxílio de uma consultoria especializada no tema.

Já o valor global da remuneração dos administradores (conselheiros fiscais, conselheiros de administração e diretores) é fixado pela Assembleia Geral. A remuneração individual dos conselheiros e diretores, por sua vez, é determinada pelo Conselho de Administração, desde que atenda aos critérios estabelecidos e ao limite aprovado pela Assembleia. Entenda a seguir:

CONSELHEIROS	Remuneração fixa mensal Bônus anuais
DIRETORES	Remuneração fixa mensal Bônus anuais* Incentivos atrelados a ações
CONSELHEIROS FISCAIS	Remuneração fixa mensal

*Os bônus anuais de Diretores estão alinhados ao desempenho dos profissionais e aos resultados operacionais e financeiros obtidos individualmente.

GRI 405-1

COMPOSIÇÃO DA ALTA LIDERANÇA



AVALIAÇÃO DE PERFORMANCE

GRI 2-18

Com o objetivo de mensurarmos o nível de preparação dos nossos líderes em linha com o que é esperado pela companhia, o time de Gente e Performance realiza anualmente o processo de avaliação do Conselho de Administração com auxílio de uma consultoria externa especializada.

Esse processo possibilita a criação de caminhos de desenvolvimento pessoal e coletivo, além de possuir os seguintes objetivos:

- assegurar clareza e entendimento comum sobre o mandato do Conselho, o seu papel na condução do alcance dos objetivos da companhia e a adoção de boas práticas de governança;

- identificar aspectos a serem aprimorados em termos de processos, dinâmicas e estrutura;

- estabelecer um plano priorizado de ações para otimizar a atuação do Conselho.

No que compete à alta liderança, as metas são definidas de acordo com a nossa aspiração. Ao final de cada ciclo, com o apoio do Comitê de Remuneração, avaliamos o desempenho de cada diretor estatutário e suas metas elencadas durante o período.

Em 2023, com referência ao ciclo de performance de 2022, seguiremos com a avaliação da alta liderança, bem como dos conselheiros do Conselho de Administração.



Boulevard Shopping Belo Horizonte

GESTÃO DE RISCOS

GRI 2-15 | 2-24 | SASB IF-RE-450a.2

A área de Gestão de Riscos Corporativos da companhia é responsável por apoiar na identificação de eventos potenciais que possam impactar no alcance dos objetivos de negócio. O principal objetivo é reduzir eventuais prejuízos operacionais, mitigando riscos relevantes, além da otimização do capital e aproveitamento de oportunidades.

Entre meados de 2021 e 2022, com envolvimento de toda a diretoria executiva, gestores-chave e do apoio de uma consultoria externa especializada, realizamos um

profundo estudo para elaborar uma matriz de riscos corporativos, levando em conta todas as diretrizes recomendadas pelos *frameworks* de mercado.

A Política de Gestão de Riscos da Aliansce Sonae, aprovada pelo Conselho de Administração, contempla todas as diretrizes sobre o tema e, desde então, a tomada de decisão sobre investimentos considera esse instrumento, que integra processos relacionados aos impactos econômicos, ambientais e sociais exercidos.

À medida que novos objetivos estratégicos são traçados, e que mudanças afetem o cenário interno e externo da nossa atuação, a matriz de riscos corporativos é atualizada de forma a garantir transparência e visibilidade à alta administração acerca de tais impactos.

Nosso sistema de gerenciamento de riscos, por sua vez, possui suporte do Comitê de Auditoria, que atua diretamente com o Conselho de Administração. A partir desse órgão, supervisionamos relatórios financeiros e a aderência às normas legais,



estatutárias e regulatórias do setor, além de monitorar permanentemente ameaças à companhia.

Ao final de 2022, com o apoio de uma consultoria especializada, foi realizada auditoria sobre o processo de gestão de riscos corporativos, visando avaliar a metodologia utilizada e a aderência às melhores práticas do mercado.

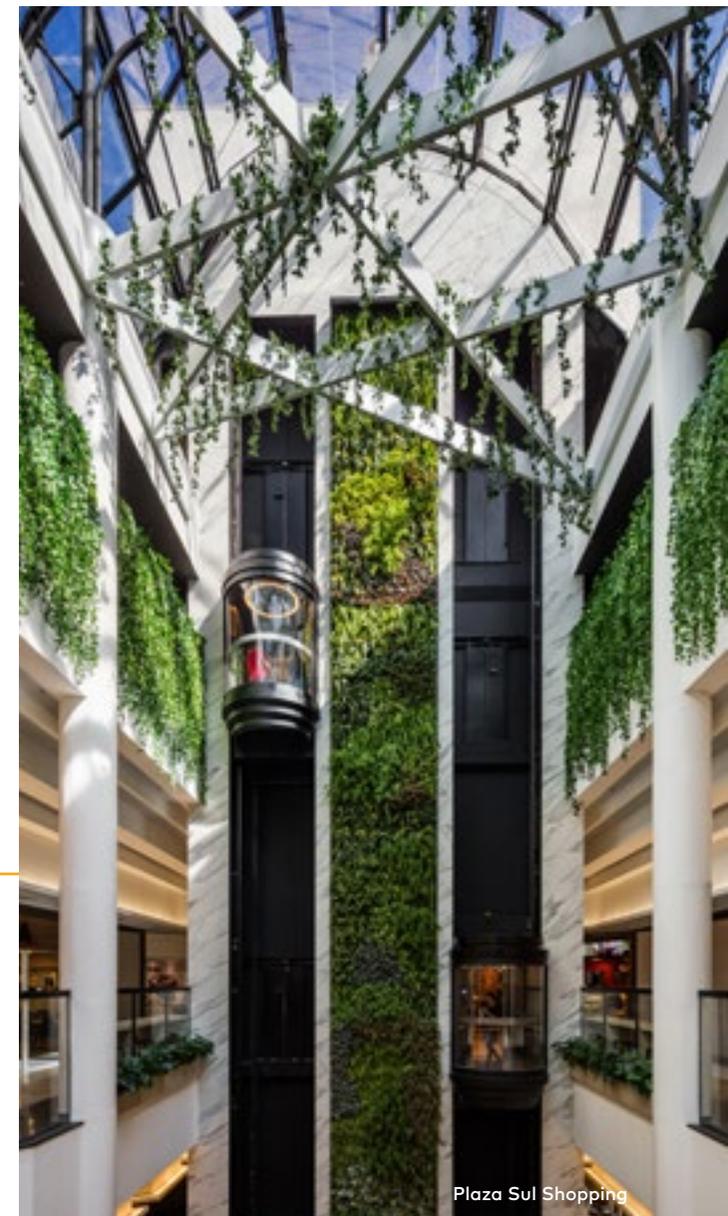
Para riscos relacionados aos temas ambientais, sociais e de governança, a responsabilidade pela orientação de estratégias e ações é do Comitê de Ética & ESG, enquanto o Conselho de Administração deve assegurar a estrutura e recursos para o processo da gestão de riscos. O órgão é responsável por fixar orientações gerais sobre o negócio, dentre os quais, a sustentabilidade figura como um de seus cinco eixos estratégicos.

Já a Auditoria Interna é responsável por aferir a qualidade e efetividade dos processos de gerenciamento de riscos, controle e governança da companhia, elaborando seu plano de trabalho anual a partir da matriz de riscos corporativos como principal insumo e reportando seus resultados aos fóruns supracitados.

Ainda no ano de 2022, a área de Gestão de Riscos teve papel chave no processo de

respostas aos questionários do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e do *Carbon Disclosure Project* (CDP), de acordo com os tópicos relacionados ao tema de gestão de riscos. A relação existente entre esses questionários e os pilares ESG demonstra o fortalecimento dos compromissos da ALSO com a sustentabilidade e transparência nas atividades de governança corporativa.

Por fim, com o objetivo de capacitar, conscientizar e disseminar a cultura de gestão de riscos, foram realizadas duas turmas de treinamento para os responsáveis dos riscos, com convite estendidos à diretoria. O treinamento está disponível na Intranet para apreciação de todos os colaboradores e demais comunicados estão previstos ao longo de 2023 para a continuidade da disseminação do tema.



Plaza Sul Shopping

Pacto Global

GRI 3-3

Visando fortalecer nosso compromisso público com uma atuação socioambiental cada vez mais responsável, em 2022, **passamos a integrar a maior iniciativa voluntária de cidadania corporativa do mundo: o Pacto Global**, desenvolvido pela Organização das Nações Unidas (ONU).

O projeto foi lançado internacionalmente nos anos 2000 e tem como principal objetivo mobilizar a comunidade empresarial na adoção e promoção de dez princípios

“Estamos empenhados em tornar o Pacto Global e seus princípios parte da estratégia, da cultura e das operações cotidianas de nossa empresa e em nos envolvermos em projetos cooperativos que promovam os objetivos mais amplos de desenvolvimento das Nações Unidas, em particular, os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável”

Rafael Sales, CEO da Aliansce Sonae

universais nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção. Adicionalmente, busca engajar a adesão dos signatários aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Integrada ao Pacto, portanto, a Aliansce Sonae se compromete a reportar anualmente seu progresso nos dez princípios por meio da Comunicação do Progresso (COP), estimulando a evolução constante de práticas internas voltadas à sustentabilidade empresarial.

Seguiremos atuando para mitigar os impactos ambientais em nossas atividades, com a redução de danos e o aprimoramento da gestão dos recursos naturais, além de trabalharmos de forma contínua na promoção da diversidade e inclusão em nossos espaços e na difusão dos shopping centers como propulsores de bem-estar e desenvolvimento das comunidades em seu entorno.



Pacto Global
Rede Brasil



Segurança e Proteção de Dados Pessoais

GRI 3-3

A proteção de dados é uma das questões de maior atenção do século XXI. Logo, para nos mantermos no curso do que há de melhor em procedimentos e práticas, a fim de proteger os dados de nossos clientes, colaboradores e parceiros, nos adequamos, desde setembro de 2020, às diretrizes da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei nº 13.709/2018 - LGPD).

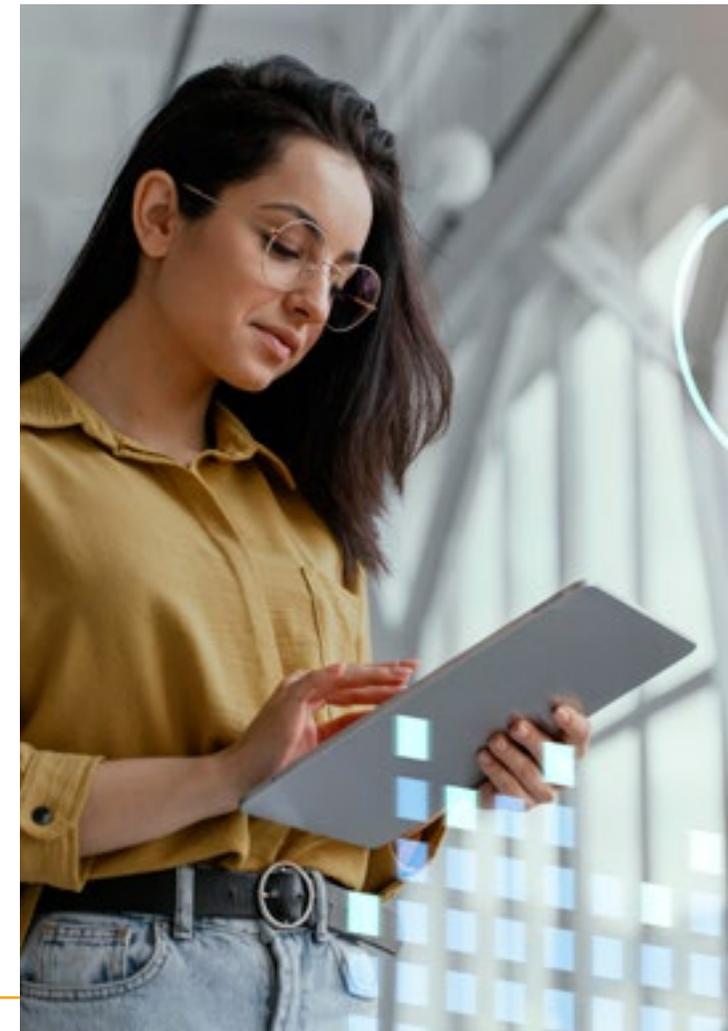
Executamos, desde então, diligências sobre o tema e criamos um Programa de Governança de Privacidade e Proteção de Dados, visando assegurar o cumprimento dos requisitos da LGPD. Para enraizar os novos procedimentos e políticas, realizamos diversos treinamentos, o que permite às áreas uma compreensão adequada dos princípios e fundamentos das leis e dos impactos no desempenho de suas atividades.

Em 2022, realizamos ações estratégicas de treinamento que envolveram diversos setores da companhia, os quais são diretamente afetados pela legislação. Durante as sessões, abordamos a importância de

certos conceitos e princípios, destacando a importância de assegurar ao titular de dados os direitos fundamentais de liberdade, intimidade e privacidade.

Ainda durante 2022, implementamos melhorias em nosso Canal de Privacidade, ambiente disponível em todos os sites da Aliance Sonae, procurando atingir um processo cada vez mais célere e assertivo no atendimento aos titulares de dados referente ao exercício de seus direitos previstos pela LGPD. A Central de Privacidade vem possibilitando ao público em geral a realização de consultas e solicitações, garantindo o direito do cidadão de gerenciar informações que foram compartilhadas conosco.

Por fim, desenvolvemos práticas de Segurança da Informação e contamos com profissionais especializados que realizam ações de melhoria e monitoramento continuamente. Dessa forma, afastamos eventuais vulnerabilidades e somos capazes de corrigi-las prontamente, caso sejam identificadas.



04

PROTAGONISMO SOCIAL



Nossas pessoas

GRI 2-19 | 2-20 | 3-3

NA ALIANSCA SONAE, AS PESSOAS ESTÃO EM PRIMEIRO LUGAR.

Somos um time de pessoas apaixonadas e engajadas em promover lazer, pontos de encontro e oportunidades de trabalho a diversas regiões do país. Mudamos vidas e isso nos realiza.

Não à toa, as pessoas ocupam lugar central na tomada de decisões da companhia, que possui uma alta preocupação com o bem-estar e desenvolvimento profissional dos colaboradores. Realizamos uma série de medidas para garantir um ambiente mais seguro, confortável e acessível, tais como: adoção do modelo híbrido de trabalho, padronização de *layout* dos escritórios, revisão periódica dos benefícios, realização de Pesquisa de Clima, entre outros.

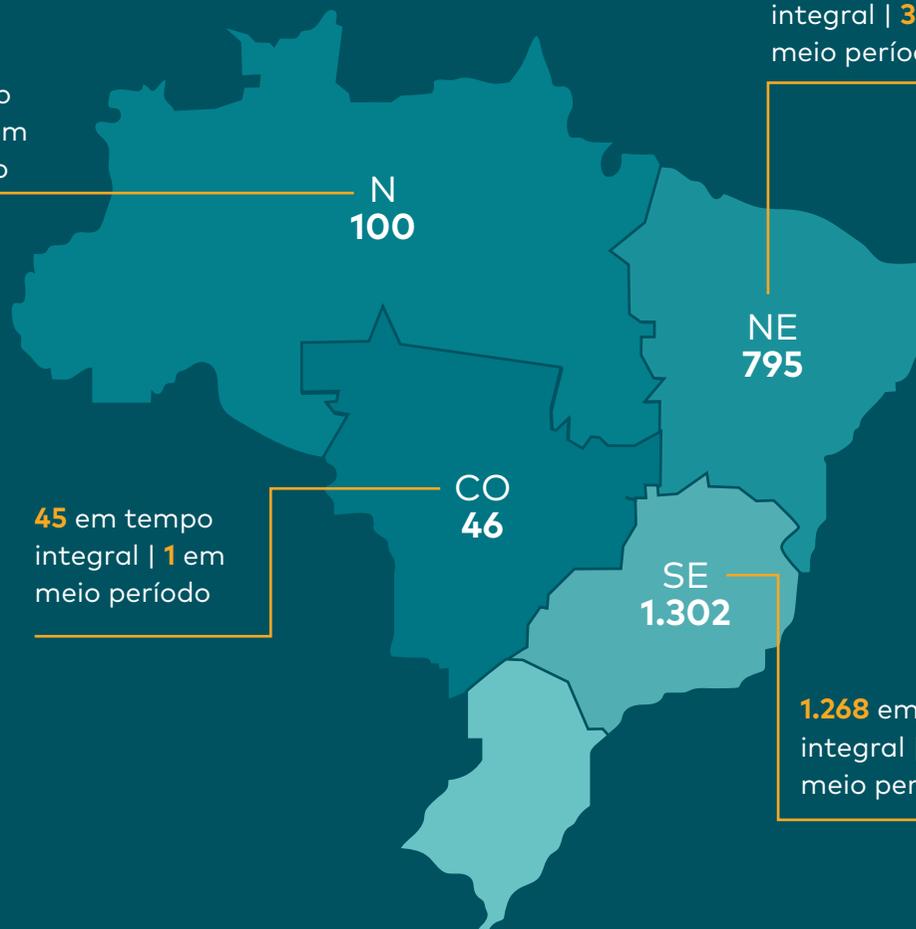


GRI 2-7 | 2-8 | 405-1

2.240 COLABORADORES



96 em tempo integral | 4 em meio período



760 em tempo integral | 35 em meio período

45 em tempo integral | 1 em meio período

1.268 em tempo integral | 34 em meio período

Em 2022, tivemos 194 trabalhadores que não eram empregados (contratados por agência de trabalho temporário, estagiários etc.) e 3.268 colaboradores terceirizados trabalhando na companhia, principalmente na manutenção, limpeza, segurança, entre outros e outros serviços.

RANKING DE ESG

O Ranking Interno de Sustentabilidade da Aliansce Sonae reconhece os shoppings com o melhor desempenho em ESG. A iniciativa, que acontece com uma dinâmica bastante divertida e descontraída, contempla critérios voltados aos pilares Ambiental, Social e de Governança Corporativa, e tem como objetivo estimular a motivação e o engajamento dos shoppings na busca por ações voltadas à sustentabilidade, fortalecendo nossa referência e protagonismo frente ao setor.

Na edição de 2022, os critérios para premiação foram:

- Contração de PcDs;
- Liderança feminina;
- Equidade de gênero;
- Projetos socioculturais perenes;
- Campanhas de doações e arrecadações, ações de cultura, educação, esporte e meio ambiente;

- Campanhas de conscientização;
- Divulgação das práticas socioambientais nas redes sociais;
- Participação nos treinamentos da Política Anticorrupção e do Código de Ética;
- Ausência de acidentes de trabalho;
- Consumo eficiente de recursos naturais e implantação de programas de redução;
- Reciclagem de resíduos;
- Redução das emissões de GEE – fugas de gases refrigerantes.

VENCEDORES:

1º Shopping Leblon

2º Boulevard Shopping Belo Horizonte

3º Bangu Shopping

Em complemento ao Ranking, anualmente, na Convenção de Liderança, a companhia anuncia o vencedor do **Reconhecimento Socioambiental**. Essa premiação é focada nos temas de ESG, em que o vencedor é o shopping que teve ações ou projetos com importantes impactos socioambientais positivos no período.

A escolha do vencedor é feita a partir da inscrição realizada pelos próprios shoppings e votação interna. Em 2022, tivemos 35 cases inscritos, dos quais, sete foram pré-selecionados pela gerência técnica para votação. Na sequência, todos os diretores executivos da Aliansce Sonae deram seus votos a partir dos vídeos, fotos e relatórios de impactos disponibilizados.

O case vencedor foi o projeto **Aterro Zero Custo Zero**, do Pátio Alcântara, implementado em apenas quatro meses e sem nenhum tipo de investimento financeiro direto. Como resultado, o shopping passou de 30% para 96% de resíduos reciclados, por meio da implantação de um novo processo que consiste na fina triagem dos resíduos e na retirada das lixeiras das praças, substituindo-as por porta-bandejas. Além disso, houve contratação de serviço de compostagem dos resíduos orgânicos.

GERANDO OPORTUNIDADES

GRI 203-2

A fim de contribuir com a dinamização da economia ao redor do país, além de ser um vetor positivo de transformação social, a ALSO promove diversas oportunidades no mercado de trabalho por meio da atuação de seus shopping centers, o que resultou, em 2022, em:

EMPREGOS DIRETOS E INDIRETOS

103.334 empregos gerados no total

2.240
empregos diretos

101.094
empregos indiretos



ATRAÇÃO E RETENÇÃO

PROGRAMA DE TRAINEE

O nosso Programa de *Trainee* é uma importante iniciativa que tem como objetivo atrair, desenvolver e reter novos talentos, criando um *pipeline* de liderança com os profissionais da companhia a partir do DNA da ALSO. Esse processo busca garantir que os valores e comportamentos dos candidatos estejam alinhados à nossa cultura e estratégia de atuação.

Depois do sucesso da primeira edição, seis novos trainees foram contratados em 2022, cujas posições dividiram-se entre Rio de Janeiro (RJ) e São Paulo (SP). O programa possui duração de dois anos e contempla rotação em diversas áreas de negócio da companhia, diversificando as possibilidades de plano de carreira. Os *trainees* contam com passagem por áreas estratégicas nos escritórios e nos shopping centers.

A integração dos novos *Trainees* ALSO aconteceu em outubro pelos respectivos gestores

e pelo time de Gente e Performance, por meio da qual tiveram a oportunidade de conhecer cada detalhe do nosso mundo e realizar uma imersão completa através das nossas operações.

Desde então, os participantes já contaram com uma trilha de treinamentos em Mentoria Contínua – com profissionais experientes do setor – de rodas de conversas com antigos *trainees* e visitas guiadas aos shoppings Bangu Shopping, no Rio de Janeiro, e Plaza Sul Shopping, em São Paulo, além de bate-papos importantes com diretores regionais. Ao longo do período de duração do programa, eles são acompanhados pelos gestores das áreas em questão, com orientações de carreira para o seu desenvolvimento profissional.

Buscamos talentos que tenham senso de comunidade, bom relacionamento interpessoal e que sejam abertos a ambientes diversos e inclusivos.



² O Shopping Pátio Alcântara não faz mais parte do portfólio da Aliance Sonae, considerando a data de publicação deste relatório.

BENEFÍCIOS, REMUNERAÇÃO E BEM-ESTAR

Oferecemos benefícios e ações de bem-estar, a fim de fomentar uma relação ainda mais saudável entre nossos colaboradores e a companhia, garantindo um ambiente seguro e de motivação para seu desenvolvimento profissional.

NOSSOS BENEFÍCIOS E AÇÕES DE BEM-ESTAR



Assistência médica



Vale-refeição e alimentação



Vale-transporte



50% de desconto na BeGreen*



Day Off de Aniversário



20 dias de Licença-Paternidade



Apoio e orientação financeira



Assistência odontológica



Total Pass em academias



Orientação Jurídica



Assistência e Orientação Psicológica



Seguro de vida

PROGRAMA QUALIDADE DE VIDA

Com o intuito de acompanhar, mensurar e promover o bem-estar dos nossos colaboradores, desenvolvemos um programa voltado à qualidade de vida individual e coletiva. A partir dos pilares **Ambiente, Saúde Física, Saúde Mental e Diversidade e Inclusão**, a iniciativa articula uma série de ações.

Entre elas, estão as **campanhas preventivas**, como o Outubro Rosa, Novembro Azul e Dia Mundial de Luta contra a AIDS; **campanhas de vacinação**, realizadas anualmente; **escritórios com ambientes sustentáveis**, disruptivos e humanizados e usufruto das hortaliças plantadas nas nossas fazendas **BeGreen** (saiba mais na pág. 87).

*Com o benefício, os colaboradores têm direito a 50% de desconto no valor da assinatura da cesta de hortaliças da BeGreen – projeto de cultivo de hortas urbanas em nossos shoppings – livres de agrotóxicos e entregues semanalmente.

Com relação à remuneração dos administradores, a política salarial é aprovada pelo Conselho de Administração e sua concepção conta com o apoio de uma consultoria especializada.

A participação anual nos lucros e resultados é implementada às empresas da *holding* mediante o Acordo Coletivo de Trabalho com sindicatos representativos das categorias profissionais, estando condicionada à obtenção de um resultado mínimo de EBITDA pela companhia, além da não ocorrência de eventos que possam impactar a marca.

DESENVOLVIMENTO E CAPACITAÇÃO

GRI 404-2

Estimulamos o engajamento do nosso time, por meio de **uma cultura de alta performance, com metas ousadas e justas.**

Para nós, manter o diálogo aberto, espaços de troca e aprendizado mútuo é essencial. Fornecemos ambientes para que todos possam acessar, de maneira simplificada, informações e materiais instrutivos que nos auxiliem na busca pelos **melhores resultados**, sempre de modo a potencializar os talentos de cada um e trabalhar consistentemente nos pontos que precisam de desenvolvimento.

Tudo isso sob a estrutura da nossa área de **Gente e Performance**, que dispõe de uma série de iniciativas, programas e ações visando auxiliar na capacitação e aprimoramento de carreira dos nossos colaboradores em conjunto com os gestores.

A seguir, confira os principais destaques de 2022.

TREINAMENTOS

GRI 404-1

Nós contamos com treinamentos periódicos e uma plataforma de Ensino a Distância (EAD) voltada para todos os nossos colaboradores, em que eles podem ser os protagonistas de seu desenvolvimento de carreira a partir dos cursos e ferramentas disponíveis dentro da plataforma.

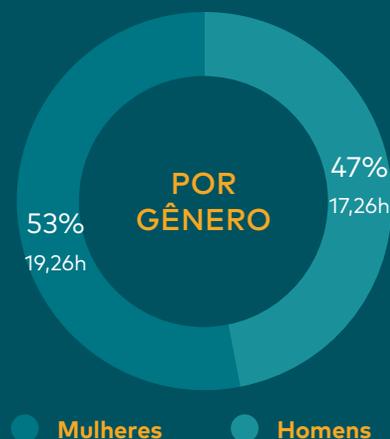
Por meio de treinamentos corporativos obrigatórios, que trazem conteúdos sobre a nossa Política Anticorrupção, *Compliance* e Código

de Ética, garantimos maior alinhamento das áreas sobre comportamentos, práticas e os procedimentos esperados pela companhia.

Ademais, possuímos um fluxo de capacitação focado no desenvolvimento de habilidades técnicas para os colaboradores dos shoppings, com temas relacionados à segurança e saúde, meio ambiente e operações.

Outros tipos de treinamentos também podem ser realizados, de acordo com demandas específicas, assegurando a evolução do time Aliansce Sonae.

MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO



POR CATEGORIA FUNCIONAL

Operacional	15,08h
Coordenador/Supervisor	19,56h
Gerente	39,67h
Superintendente	32,53h
Diretor + CEO	28,78h

Mais de 40 mil horas de treinamentos oferecidas aos colaboradores da Aliansce Sonae.

APOIO À TRANSIÇÃO DE CARREIRA

Com apoio de consultoria referência no mercado, oferecemos o serviço de *outplacement* para os casos alinhados com nossos gestores. Para tal, contamos com um programa cuja duração é de seis meses, voltado à diretoria, superintendentes e gerentes. Seu principal objetivo é apoiar o colaborador no processo de desligamento da companhia e reinserção no mercado de trabalho.

CAPACITAÇÃO E ENGAJAMENTO DA LIDERANÇA

Em outubro de 2022, realizamos a nossa **Convenção da Liderança**, que reuniu 270 líderes. O encontro chegou à sua 24ª edição e visa promover, ano a ano, maior coesão em torno da estratégia da companhia, reforçando o papel da liderança no fortalecimento da nossa cultura.

Mantemos o Programa de Coaching Gerencial, direcionado a líderes identificados em nosso processo de gestão de talentos. Ao lado dessa iniciativa, dispomos do **Programa de Desenvolvimento de Lideranças**, que abarca diretores, superintendentes, gerentes e coordenadores: o **DNA da Liderança**.

O programa, em modelo híbrido, tem como objetivo criar experiências de aprendizagem e capacitar os líderes em temas essenciais na jornada dos colaboradores. Durante o período, tivemos como módulo de entrada do programa o "Ser Líder", em que participaram, também, coordenadores e supervisores dos shoppings. Além disso, em 2022, os líderes participaram de palestras sobre temas essenciais para o seu desenvolvimento, como **feedback, liderança inovadora, comunicação e influência, inteligência emocional e novas competências de trabalho**. O grupo já soma 260 pessoas, das quais 40 são líderes que iniciaram sua jornada no programa esse

ano, com a participação nos módulos permanentes, entre colaboradores da holding e dos shoppings.

Em 2022, tivemos a novidade do lançamento do **Programa Mentoria ALSO**, cuja dinâmica funciona através de rodas de conversa em grupos (seis encontros), mais sessões de mentoria individual com mentores internos, formados *in company*. Ao total, alcançamos 25 participantes.

Vale salientar que esses mentores participaram do programa **Formação de Mentores ALSO**, em que tivemos 23 executivos formados no ano, entre diretores e gerentes.

AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

GRI 404-3

Avaliamos nossos colaboradores anualmente com abrangência até o nível de coordenação. A análise é realizada por um sistema específico que contém etapas de autoavaliação, avaliação de gestores e *feedback*.

Os demais profissionais (acima do nível de coordenação) são avaliados

AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

Operacional	734
Coordenador/Supervisor	330
Gerente	146
Superintendente	21
Diretor	22

a partir de metas específicas alinhadas e discutidas no início do ciclo de performance anual, ligadas às suas áreas de negócio. Da mesma forma, nos shoppings, a liderança é avaliada por meio de um quadro de metas.

Em 2022, 100% dos nossos colaboradores foram avaliados, de acordo com a elegibilidade definida no Programa de Metas – Meta Corporativa, Meta Específica e Avaliação do Desempenho – com componente individual ou não, o que totalizou 1.253 pessoas avaliadas no período.

PLATAFORMA DE ENSINO A DISTÂNCIA (EAD)

A oferta de conteúdos na **Plataforma de Ensino a Distância (EAD)** seguiu ao longo de 2022 com novos cursos e trilhas sobre competências fundamentais para o desenvolvimento profissional dos nossos colaboradores, levando em conta escopos técnicos e *soft skills*.



SAÚDE E SEGURANÇA

A gestão da Saúde e Segurança do Trabalho (SST) faz parte da rotina dos nossos colaboradores, sendo pautada, em todas as unidades, nos aspectos de prevenção de acidentes e em respostas seguras e eficientes a eventuais emergências. Analisamos continuamente os riscos de doenças e acidentes de trabalho, abarcados pelo Programa de Gerenciamento de Riscos, prevendo o atendimento adequado de ocorrências, com atuação de profissionais especializados.

Além disso, o atendimento às Normas Regulatórias (NRs) aplicáveis, previstas pelo Ministério do Trabalho e Previdência, é uma premissa da companhia, colocada em prática com todo o rigor necessário.

MEDIDAS DE SEGURANÇA

Garantimos o uso de Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) e fiscalizamos a utilização desses instrumentos por colaboradores do time e terceirizados.

Nos shoppings, são adotadas medidas para evitar o acúmulo de sujeira,

micro-organismos e impurezas no sistema de climatização, a exemplo da manutenção e higienização periódica de equipamentos, filtros e redes de dutos. Também realizamos treinamentos sobre procedimentos de segurança para reforçar a prevenção a acidentes.



DIVERSIDADE E INCLUSÃO

Todos os meses, recebemos cerca de 30 milhões de visitas em nossos shopping centers, os quais são pontos de encontro da pluralidade cultural, reflexo, em parte, da realidade brasileira. Por essa capacidade de promover pontes e conexões, nossos centros comerciais impulsionam transformações nas cidades e na sociedade.

Em 2022, uma das principais iniciativas nesse sentido foi o início da realização do processo de **autodeclaração racial** para atualização de cadastro dos colaboradores junto ao Departamento Pessoal, bem como no acompanhamento de metas, indicadores internos e demais medidas específicas. A iniciativa surgiu como resultado das ações de educação e conscientização da campanha "Consciência Negra", no mês de novembro, e demonstra o compromisso da ALSO com o avanço desse tema tão crucial para a frente de diversidade e inclusão.

Adicionalmente, contamos com uma série de ações para sensibilização, letramento e capacitação dos times, a exemplo da

2ª Semana da Diversidade e Inclusão. Com base nos blocos de Conscientização, Educação e Engajamento e Respeito, abrimos a semana apresentando o +ALSO: grupo de afinidade da companhia, que conta com colaboradores dos escritórios e shoppings, os quais fazem parte (ou não) dos pilares trabalhados.

Os demais dias contemplaram uma conversa aberta sobre o tema com o CEO Rafael Sales e a Andrea Schwarzs - palestrante, influenciadora digital e fundadora da "iigual Inclusão e Diversidade", consultoria especializada na inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho -, com dois momentos de letramento acerca dos conceitos básicos da diversidade e inclusão; um encontro com Marcia Silveira, *head* de Diversidade e Inclusão da L'Oreal e participante do Comitê de Líderes do MOVER (Movimento pela Equidade Racial), e Maite Schneider, cofundadora da Transemprego. Para finalizar com chave de ouro, uma ação de engajamento e compartilhamento de mensagens em prol do reconhecimento e do respeito.

Por fim, mantemos os **treinamentos sobre diversidade com nossas lideranças** a fim de evitar que vieses inconscientes nos desviem do horizonte que buscamos: ser um **hub social de encontro e celebração de nossos diferentes sotaques, cores, trajetórias e sonhos!**

Acesse nosso manifesto pela
Diversidade e Inclusão aqui:
<https://bit.ly/3PK54GX>



PESQUISA DE CLIMA 2022

Em julho de 2022, como forma de assegurar um clima organizacional colaborativo e saudável, desenvolvendo um ambiente de maior acolhimento aos nossos colaboradores, realizamos a primeira Pesquisa de Clima da Aliansce Sonae, com um total de 22 perguntas, divididas em 15 dimensões.

Os resultados foram extremamente satisfatórios para a nossa gestão e mostram que estamos no caminho certo de consolidação dos projetos e iniciativas com impactos positivos.

Registramos um índice de engajamento de 97% e um score total de 8,6, além de um NPS de 9,4 para a questão em que o colaborador informava a probabilidade de recomendar a companhia como um bom lugar para se trabalhar.

Toda a análise feita será utilizada para futuros planos de ação com foco nas perguntas em que há necessidade de melhorias, visando fortalecer nosso relacionamento organizacional.

Em parceria com o MOVER (Movimento pela Equidade Racial), firmada em 2021, assumimos, em 2022, a meta de alcançar o índice de 44% de líderes negros até 2030, reforçando o compromisso público da Aliança Sonae com o tema de diversidade e inclusão.

MOVER

LIDERANÇA

Promover cargos de liderança assumidos por pessoas negras

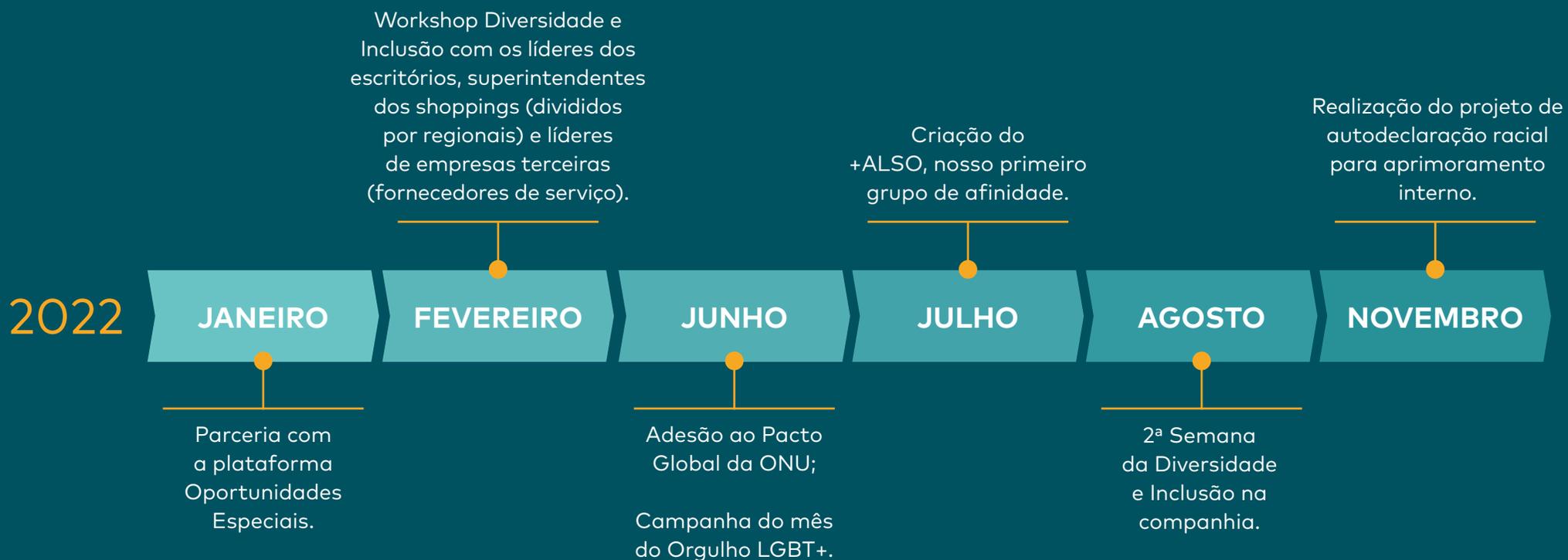
EMPREGO E CAPACITAÇÃO

Transformar a vida de milhões de pessoas gerando cursos e outras ações de desenvolvimento e preparo profissional

CONSCIENTIZAÇÃO

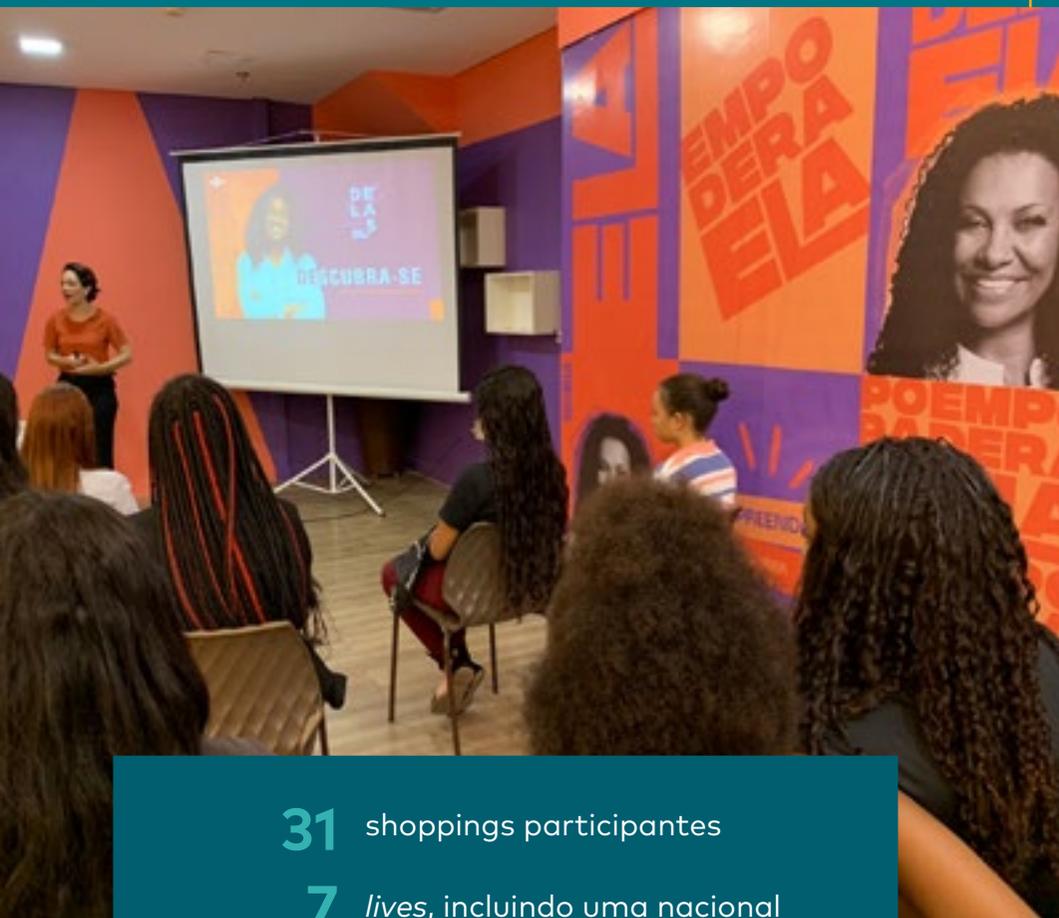
Fomentar discussões propositivas sobre equidade racial por meio de treinamentos e ações de conscientização





DIREITOS HUMANOS

100% do nosso pessoal de segurança passa por treinamentos relacionados ao tema de direitos humanos. O principal objetivo é garantir que esses profissionais realizem uma abordagem cada vez mais segura, respeitosa e livre de vieses inconscientes.



31 shoppings participantes

7 lives, incluindo uma nacional

142 influenciadores digitais

282 ativações locais

17.151 visualizações no hotsite

#EMPODERAELA

Com o intuito de dar maior visibilidade e empoderamento, em 2022, no Mês da Mulher, realizamos a quarta edição do projeto #EmpoderaEla, que convidou o público a olhar para a liberdade financeira e desenvolvimento profissional das mulheres.

Para estimular os projetos femininos na prática, foram selecionadas microempendedoras da região de cada shopping, que tiveram seus trabalhos expostos em vitrines virtuais no hotsite da campanha. Alguns shoppings promoveram, ainda, lojas colaborativas nos empreendimentos, trazendo mais visibilidade e oportunidades de negócios a essas mulheres. Batizados de #EmpoderaEla Collab, tais espaços foram cedidos de forma gratuita e permaneceram pelo período de 30 dias, com 37 shoppings envolvidos na iniciativa.

Durante todo o mês, a partir do Dia da Mulher, os shoppings receberam outras ativações para marcar a data, como workshops e palestras sobre temas que colaboram com a formação e desenvolvimento de empreendedoras.

Para liderar o movimento, a Aliansce Sonae escolheu uma mulher inspiradora: Zica Assis, cofundadora do Instituto Beleza Natural – maior rede especializada em cabelos crespos do Brasil. Mulher negra e criada em comunidade, Zica criou a fórmula de tratamento para cabelos crespos que tornou o Beleza Natural referência no assunto. Hoje, a empresa possui 49 salões, além de comercializar produtos próprios.

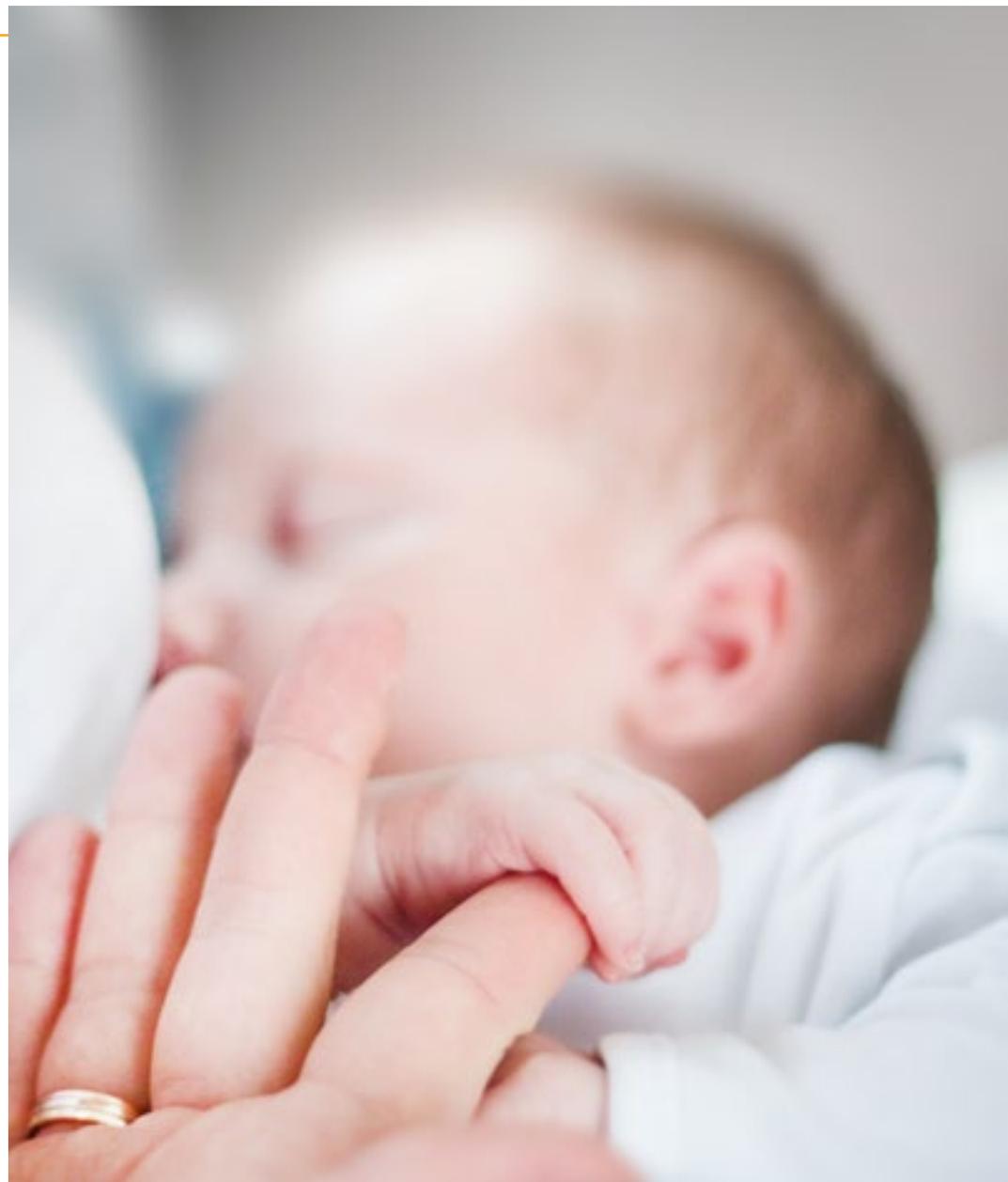
A empresária foi protagonista de uma live especial transmitida pelo hotsite da ação. No papo, ela contou sobre sua trajetória de sucesso no empreendedorismo, os desafios que surgiram no percurso e deu dicas para ajudar outras mulheres com objetivos semelhantes.

LICENÇAS PARENTAIS

GRI 401-3

	HOMENS	MULHERES
 colaboradores com direito a tirar licença parental	1.286	945
 colaboradores que retornaram após a licença	38	36
 taxa de retorno após a licença	100%	80%
 Colaboradores que completaram 12 meses de trabalho em 2022, após o retorno da licença*	22	18
 taxa de retenção após 12 meses	100%	100%

*Os colaboradores incluídos no cálculo são aqueles que tiraram licença em 2021 e completaram 12 meses de trabalho em 2022.



NOVAS CONTRATAÇÕES E ROTATIVIDADE

GRI 401-1

	Contra- tações	Desliga- mentos	% contrata- ções	% rotativi- dade
POR REGIÃO				
Norte	65	30	65%	30%
Nordeste	161	180	20%	23%
Sudeste	327	270	25%	21%
Centro- Oeste	19	10	41%	22%
Sul	0	0	-	-
POR GÊNERO				
Feminino	266	224	28%	24%
Masculino	306	266	24%	21%
FAIXA ETÁRIA				
Menos que 30	294	266	48%	43%
Entre 30 e 50	264	214	19%	15%
Mais que 50	14	10	6%	4%

*O número mais elevado na rotatividade da região Nordeste, em comparação às contratações, se deve a um ajuste específico de estrutura em um dos nossos shoppings.

DIVERSIDADE POR CATEGORIA FUNCIONAL

GRI 405-1

Categorias Funcionais	Mulheres	Homens	Menos de 30 anos	Entre 30 e 50 anos	Mais de 50 anos
Operacional	76%	79%	92%	73%	67%
Coordenador/ Supervisor	15%	14%	7%	17%	18%
Gerente	7%	5%	1%	8%	8%
Superintendente	1%	1%	0	1%	3%
Diretor	1%	1%	0	1%	4%
Total percentual	100%	100%	100%	100%	100%
Total absoluto	947	1.293	614	1.396	230

Compromisso social

GRI 3-3

Nossos shopping centers são importantes agentes de transformações sociais positivas, e atuam de forma diretamente conectada ao desenvolvimento socioeconômico das comunidades e famílias em seu entorno. Assim, para potencializar cada vez mais esse papel, organizamos nossos projetos sociais nas áreas da Educação, do Esporte e da Cultura, o que tem impulsionado continuamente nossa contribuição.

Ao mesmo tempo em que desenvolvemos projetos nos níveis nacional e local, estimulamos a participação voluntária de nossos colaboradores, fortalecendo o valor da solidariedade e o vínculo entre as pessoas, além de contribuir para uma melhor qualidade de vida nas cidades.





NOSSO IMPACTO EM NÚMEROS

+ 745 mil

pessoas beneficiadas por nossos projetos sociais



916

projetos de educação, esporte e cultura



3.277

projetos realizados no total



1.319

projetos beneficiados por campanhas de arrecadação e doações



1.042

campanhas de conscientização

ARTRIO E ARTSAMPA EDUCAÇÃO

A Aliance Sonae reafirmou o seu compromisso com o incentivo à cultura, renovando o patrocínio à ArtRio, uma das maiores feiras de arte da América Latina, em 2022. Em março, celebramos a primeira edição da ArtSampa Educação, que levou a mostra "História da Arte, Olhar e Descoberta" para cinco shoppings em São Paulo (SP). Com curadoria da museóloga e professora de arte Libia Schenker, a mostra se desdobrou em dez totens que contavam com os principais períodos da História da Arte – do Renascimento ao Expressionismo Abstrato -, reunindo nomes como Monet, Cézanne, Picasso, Matisse e Miró. Os totens possuíam um QR Code que direcionava os clientes para o site dos shoppings, onde tinham acesso às gravações com a voz da cantora Roberta Sá.

Além disso, apresentamos, pelo quarto ano consecutivo, o projeto ArtRio Educação. Em junho, lançamos o segundo módulo do evento, fruto da parceria, chamado "Caminhos da Arte Moderna Brasileira",

que passou por cinco shoppings no Rio de Janeiro. Tal evento proporcionou ao público acesso a réplicas de obras de grandes artistas brasileiros, por meio de instalações interativas que foram visitadas por diversos clientes, incluindo mais de cinco mil jovens e crianças de escolas públicas dos arredores dos shoppings.

A mostra utilizou nove totens que contaram a história da arte moderna no Brasil a partir do trabalho dos artistas Tarsila do Amaral, Hélio Oiticica, Vicente do Rego Monteiro, Heitor dos Prazeres, Djanira da Motta e Silva, Maria Martins, Flávia Carvalho, Waldemar Cordeiro e Abdias Nascimento.





LEITURA PARA TODOS

O hábito da leitura tem papel fundamental na formação cultural das pessoas.

A Aliansce Sonae acredita no poder transformador da educação e, por isso, fomenta o acesso à literatura. Em 2022, realizamos a 2ª edição do projeto Leitura para Todos, que distribuiu, gratuitamente, mais de 200 mil livros infantis nas comunidades vizinhas a todos os nossos shoppings, além de realizar experiências lúdicas com contação de histórias. A iniciativa impactou 548 instituições e beneficiou mais de 100 mil crianças em todo o Brasil pelo segundo ano consecutivo.

Embarque na leitura: ônibus itinerante circula por estacionamentos dos shoppings

Além da doação de livros, a Aliansce Sonae entende como essencial para o cumprimento do objetivo ações que democratizem o acesso da população à leitura em seus shoppings. No Rio de Janeiro, por exemplo, shoppings da companhia receberam uma biblioteca sobre rodas, como complemento das ações de contação de histórias que já acontecem dentro e fora dos empreendimentos.

Durante um mês, um ônibus adaptado e envelopado com a identidade visual do projeto Leitura para Todos circulou no Rio de Janeiro e estacionou em nossos shoppings. O público pôde visitar o “ônibus biblioteca”, que contou com mais de dois mil títulos, bem como contações de histórias.

A biblioteca itinerante foi idealizada pelo projeto Livro nas Praças, iniciativa social patrocinada pela Aliansce Sonae, que circula por pontos da cidade do Rio de Janeiro em que não existem bibliotecas públicas. Os livros são emprestados gratuitamente aos moradores, que têm, assim, a oportunidade de adquirir e desenvolver o hábito da leitura.

O acervo de cerca de dois mil livros é 80% composto por títulos de autores brasileiros para todas as idades, além de *audiobooks*, obras em braile e com fonte ampliada para pessoas com baixa visão.



ÁREA PALCO
Hvinte
CINEMA



PARCERIA COM O INSTITUTO REAÇÃO

Desde 2016, somos parceiros do Instituto Reação, uma organização sem fins lucrativos que promove o desenvolvimento humano e a inclusão social por meio do esporte. Através da parceria, realizamos ações educativas e recreativas dentro e fora dos nossos shoppings, incluindo visitas guiadas ao longo do ano ao Museu de Arte Moderna (MAM - RJ) e participação gratuita em eventos. O Instituto beneficia, por meio de seus parceiros, 2,5 mil crianças e jovens a partir dos quatro anos de idade, com suporte educacional e atividades esportivas.

Além disso, em julho de 2022, os shoppings da companhia no Rio de Janeiro arrecadaram livros novos e usados de literatura infantil e infantojuvenil para serem doados para a feira literária do Instituto Reação.

Entre 24 de junho e 4 de julho, o Shopping Leblon, Bangu Shopping, Caxias Shopping, Carioca Shopping, Shopping Grande Rio e Via Parque Shopping receberam cerca de 1.500 livros que, posteriormente, foram entregues à ONG. A 9ª edição da Feira Literária do Instituto

Reação aconteceu na sede do projeto, na Rocinha, no dia 8 de julho.

Com o objetivo de incentivar o hábito da leitura, o evento recebeu cerca de 600 crianças e adolescentes atendidas pelo projeto. Todos os visitantes tiveram a oportunidade de levar ao menos um livro para a casa.





AÇÃO SOLIDÁRIA

SOS MINAS GERAIS

Junto ao América Futebol Clube, a Aliansce Sonae e o Boulevard Shopping Belo Horizonte mobilizaram uma ação para levar doações às famílias mineiras desabrigadas pelas chuvas durante o ano de 2022. Foram mais de 20 toneladas de alimentos e produtos de limpeza entregues na sede do clube para distribuição em parceria com o projeto Mesa Brasil, comandado pelo SESC.

SOS BAHIA

A Aliansce Sonae e o Shopping da Bahia doaram 40 toneladas em alimentos e produtos de limpeza para as vítimas dos temporais na Bahia. As doações foram realizadas por meio do projeto Queremos Doar para a Associação Cacaueira de Canoagem (ACC), gestora do Centro de Canoagem, em Ubaitaba (BA), e coordenado pelo atleta olímpico Izaquias Queiroz.

SOS PETRÓPOLIS

Em parceria com a ONG Rio Solidário, a Aliansce Sonae se mobilizou para ajudar as vítimas do temporal que atingiu a cidade de Petrópolis (RJ), no começo de 2022. Os 12 shoppings administrados pela companhia, no Rio de Janeiro, receberam doações de itens essenciais, tais como: água mineral, produtos de higiene pessoal, produtos de limpeza, fraldas infantis e geriátricas, alimentos não perecíveis, roupas de cama e banho, além de calçados e peças de roupa. Todos os itens foram doados para os moradores locais impactados pelas chuvas.



05

**POSICIONAMENTO
AMBIENTAL RESPONSÁVEL**



Compromisso ambiental

GRI 3-3 | 201-2

Na Aliansce Sonae, vemos a antecipação de cenários como algo determinante para a continuidade da nossa geração de valor no presente e no futuro. Por esse motivo, temos atuado para entender as mudanças aceleradas que estão acontecendo nas cidades, assim como as novas demandas dos consumidores, permitindo que os nossos shoppings se adequem a essa dinâmica e ao meio ambiente.

Nossa visão de longo prazo se relaciona à conservação do capital natural, conectada às nossas prioridades na redução do consumo de recursos naturais e aos esforços de promoção da circularidade de resíduos.

Nossos desafios envolvem também a descarbonização da matriz energética e a neutralização das emissões em nossas operações - desafios para os quais trabalhamos diariamente.

Estamos evoluindo para aumentar a robustez do nosso gerenciamento nas mais diversas frentes ambientais, mensurando custos e impactos financeiros relacionados à gestão dos temas ambientais que são prioritários para a companhia, sempre por meio de alternativas que agreguem novas soluções tecnológicas e ecoeficientes aos nossos empreendimentos.



COP27

Como mais um resultado e reconhecimento dos nossos compromissos e esforços socio-ambientais ao longo da última década, a Aliansce Sonae foi convidada a participar da 27ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (COP27).

O evento, que ocorreu no Egito, entre os dias 6 e 18 de novembro de 2022, reuniu grandes nomes de organizações e países integrantes da ONU em prol de avanços nos temas voltados ao clima. Nossa participação aconteceu em parceria com a *Responding to Climate Change* (RTCC), uma das principais entidades de fomento às discussões sobre o desenvolvimento sustentável no planeta.

À frente das iniciativas ESG da companhia, Paula Fonseca, diretora jurídica e coordenadora da Comissão ESG; Renata Correa, diretora de Gente e Performance e Mario Oliveira, diretor de Desenvolvimento e M&A, foram os nossos representantes em dois painéis importantes: "Tornando-se verde: o setor privado sustentável lidera os caminhos" e "Usando a força ESG para mudar o mundo".

Nas falas dos nossos três representantes, presenciemos os avanços desempenhados pela ALSO durante os últimos anos, sobretudo nas questões ambientais e sociais, com dados e indicadores que comprovam a eficácia da nossa atuação. Reforçamos o nosso propósito em trabalhar com a sustentabilidade como um valor essencial e inegociável, para além das demandas e exigências do mercado.

Nesse sentido, nossa presença no evento

ressalta não apenas a maturidade da gestão da companhia frente aos pilares ESG, mas, também, o protagonismo em antecipar soluções frente aos desafios atuais. Estamos orgulhosos por essa realização e animados com os próximos passos.

A Aliansce Sonae se posiciona como protagonista no setor brasileiro de administração de shopping centers ao ser convidada para participar da COP27.



EMISSÕES ATMOSFÉRICAS

SASB IF-RE-450a.2

As emissões de gases de efeito estufa (GEE) da Aliansce Sonae, referentes ao ano de 2022, foram consolidadas no inventário da companhia e englobaram 23 shoppings de propriedade, além dos três escritórios administrativos de São Paulo (SP) e Rio de Janeiro (RJ). Quando comparadas com o inventário de 2021, excluímos as emissões do Uberlândia Shopping, Boulevard Shopping Vila Velha, Boulevard Shopping Brasília e Boulevard Londrina Shopping, que deixaram de ser nossas propriedades no ano de exercício desse relatório.

Como reconhecimento de um de seus avanços na agenda climática, a Aliansce Sonae recebeu o "**Selo Ouro**", em 2022, do **Programa Brasileiro GHG Protocol – o maior banco de dados de inventários corporativos da América Latina**. Esse selo certifica o inventário corporativo pelo alcance do mais alto nível de qualificação, e é concedido após uma empresa demonstrar o atendimento a todos os critérios de transparência na publicação de seus dados de emissões.



Shopping Taboão

A Aliansce Sonae foi reconhecida com selo ouro pelo PBGHG Protocol em 2022.

Ainda durante o período, respondemos pela segunda vez o questionário do **Carbon Disclosure Project (CDP)** - organização internacional sem fins lucrativos que mobiliza investidores, companhias e governos com o intuito de construir e acelerar ações colaborativas, visando um desenvolvimento sustentável para as atuais e futuras gerações. Como principal resultado, elevamos nossa classificação C, em 2021, que representa a consciência do que as mudanças climáticas significam para a empresa, para B- em 2022, que indica, por sua vez, evidências de gestão quanto aos seus impactos ambientais, posicionando-nos entre as companhias com projetos e ações bem definidos de combate e adaptação às mudanças climáticas.

A nota alcançada pela Aliansce Sonae (B-) é maior do que a média regional da América do Sul e do setor de *real state*, as quais apontam um desempenho C. Vale destacar também que, nas categorias Governança, Gestão de Riscos e Emissões dos Escopos 1, 2 e 3, obtivemos pontuação A, indicando a implementação das melhores práticas.

O CDP tem sido uma ferramenta essencial de gestão para a Aliansce Sonae, nos

impulsionando a investir **no planejamento de transição climática**. Tal projeto se iniciou no final de 2022 e deve ser finalizado até meados de 2023, contando com uma equipe multidisciplinar (gestão de riscos, operações, desenvolvimento e sustentabilidade), além de ser desenvolvido em quatro etapas para garantir sua eficiência:

1. **Análise de conjuntura;**
2. **Riscos e oportunidades;**
3. **Metas e redução das emissões;**
4. **Governança e engajamento.**

A companhia assumiu o compromisso de garantir a neutralidade de carbono em suas operações até 2040, incluindo os Escopos 1 e 2.

Nossas principais fontes de emissão são:

ESCOPO 1 (EMISSÕES DIRETAS)

Consumo de combustível e gás para cogeração de energia elétrica, gás refrigerante no sistema de ar-condicionado, consumo de diesel para geradores de emergência, operação de Estação de Tratamento de Efluentes.

ESCOPO 2 (EMISSÕES INDIRETAS)

Consumo de energia elétrica comprada.

ESCOPO 3 (OUTRAS EMISSÕES INDIRETAS)

Destinação de resíduos sólidos, energia elétrica consumida nas lojas, efluentes destinados para tratamento pela rede municipal, transporte de materiais e deslocamento de funcionários, tais como: carros próprios de colaboradores, ônibus urbano e viagens aéreas.

EMISSÕES DE GEE (TCO2)

SASB IF-RE-450a.2 | GRI 305-1 | 305-2 | 305-3

EMISSÕES ¹		
Ano base	2021	2022 ¹
Escopo 1	21.042,59	22.209,40
Escopo 2	16.962,53	5.829,93
Escopo 3	50.707,76	35.381,94

Em 2022, as emissões biogênicas foram de 8,75 tCO₂ para o Escopo 1 e 2.270,78 tCO₂ para o Escopo 3.

INTENSIDADE DE EMISSÕES

GRI 305-1 | 305-2 | 305-3

Intensidade de emissões =
0,0221 tCO₂e/m²

Para o cálculo da intensidade de emissões, consideramos a soma de emissões dos Escopos 1 e 2 dividida pela área comum dos nossos empreendimentos próprios durante 2022. Os gases incluídos nesse cálculo são CO₂, CH₄, N₂O, HFC-134a, hfc-125, hfc-32 e (z)-hfc-1336.

¹As emissões de 2021 referem-se a 27 shoppings, enquanto as emissões de 2022 são relativas aos 23 shoppings de propriedade no período de relato.

ENERGIA

GRI 302-4 | SASB IF-RE-130a.5

A gestão de energia faz parte da nossa estratégia de sustentabilidade e contribui para mitigar as emissões de GEE da nossa operação. Assim, a ALSO tem atuado de modo protagonista em projetos que garantam maior utilização de fontes renováveis de energia.

Atualmente, 82,6% dos shoppings adquirem energia através de fontes renováveis - eólica, hidrelétrica ou solar - no Mercado Livre de Energia.

Para manter o uso racional desse recurso,

desenvolvemos uma série de iniciativas e ações, como a criação da ALSO Green, nossa aceleradora de projetos de sustentabilidade, que, entre outras iniciativas, realiza parcerias com empresas especializadas em projetos de eficiência energética para o aprimoramento de soluções ao nosso portfólio. Também realizamos a redefinição da nova matriz energética da companhia, com a contratação de dois terços de energia proveniente das fontes solar e eólica, e elaboramos estudos para consolidação de parcerias com empresas de autoprodução em energia renovável,

bem como para investimentos em geração de energia própria e sustentável.

Por fim, em 2022, construímos no Franca Shopping, em São Paulo (SP), nossa primeira usina solar, que é responsável por gerar energia renovável para abastecer 100% das áreas comuns do shopping, a partir da instalação de placas solares no telhado do empreendimento.

³Dois terços das nossas energias, eólica e solar, estão sendo projetados para utilização a partir de 2026.



CONSUMO DE ENERGIA

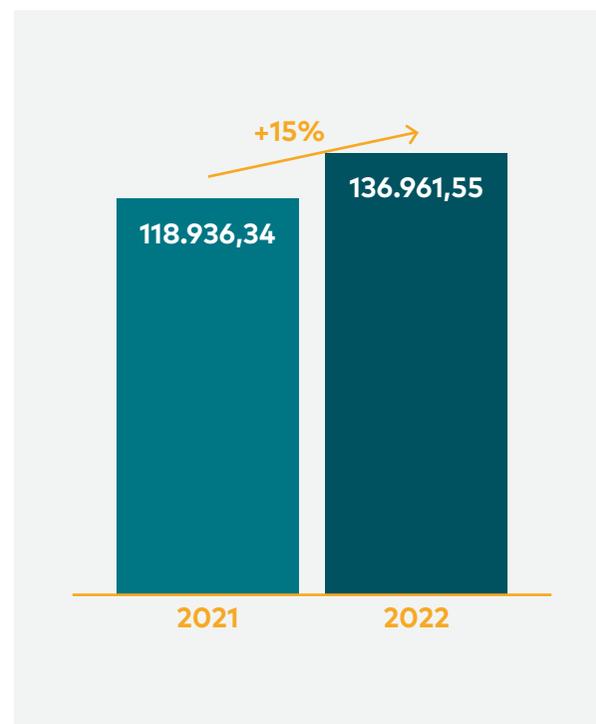
GRI 302-1 | 302-3 | SASB IF-RE-130a.2



¹ O consumo e a intensidade de energia elétrica em 2021 foram recalculados para manter a mesma base de números de shoppings de 2022

VARIAÇÃO COMPARATIVA DE CONSUMO (EM MW/H)

SASB IF-RE-130a.3



CONSUMO DE ENERGIA FORA DA COMPANHIA (EM MW)

GRI 302-2

TIPO DE ENERGIA	TOTAL CONSUMIDO
Diesel	33.797,26
Gasolina	3.953,47
Gás liquefeito de Petróleo	1.429,09
Gás natural	9.839,36
Gás veicular	150,92
Propano	14,69
Querosene de aviação	139,13
Etanol hidratado	578,28
Energia elétrica	134.695,63
Lubrificante	0,11
Asfalto	938,79
Aço	267,00
Cimento CP II	139,93
Total	185.943,67

ÁGUA

GRI 303-1 | 303-2 | SASB IF-RE-140a.1 | IF-RE-140a.2 | IF-RE-140a.4

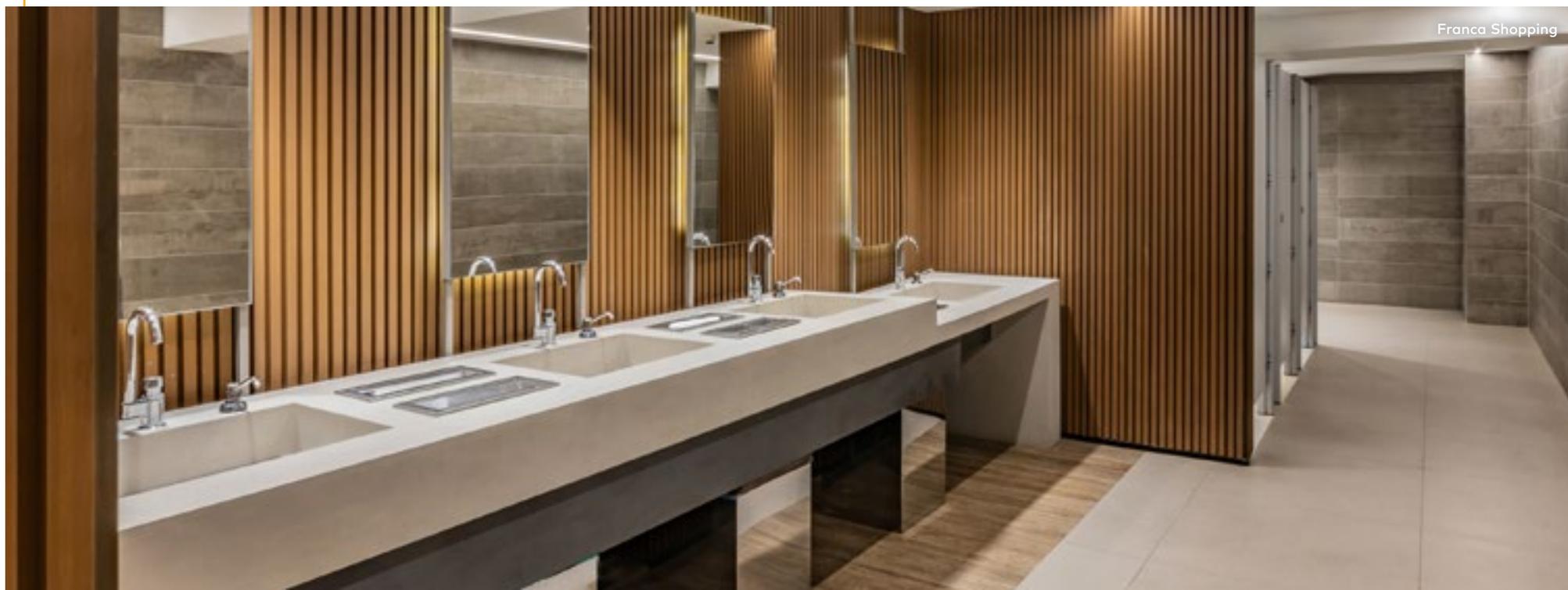
Desenvolvemos uma gestão robusta do uso da água, que conta com a implementação de tecnologias na operação, monitoramento e medição e práticas de consumo sustentável.

Nossos shoppings fazem uso de fontes alternativas do recurso, a partir do nosso inves-

timento contínuo nos estudos de projetos de implantação de sistemas de reúso.

Essas medidas contribuem para minimizar o consumo de água das concessionárias e reduzir o volume de água captada dos mananciais. Também com o objetivo de potencializar nossa eficiência

hídrica, a ALSO Green realiza parcerias com empresas especializadas, que buscam melhores soluções em inovação, a fim de garantir melhor aproveitamento dos recursos hídricos, qualidade no fornecimento e redução de consumo de água potável, bem como implementam tecnologias no tratamento do esgoto, possibilitando o reúso da



COMO UTILIZAMOS A ÁGUA



Irrigação



Combate a incêndio



Lojas



Ar-condicionado



Consumo humano



Limpeza

água. Tal processo possibilita a mitigação dos impactos ao meio ambiente, além de melhorar a qualidade do descarte.

Outra frente de grande importância é a prevenção de desperdício. Como uma companhia que administra dezenas de shopping centers, temos a compreensão do impacto que podemos causar e das soluções necessárias para aprimorar nossa gestão nesse aspecto.

Logo, instalamos equipamentos econômicos em nossos shoppings, como sistemas de bombas automatizadas com controle de vazão, torneiras arejadas e mictórios a seco, visando torná-los mais ecoeficientes. Para medir mensalmente o consumo, incluindo a água das lojas, utilizamos hidrômetros, que permitem identificar anomalias e desvios. Como reforço, conduzimos rondas diárias com a finalidade de localizar vazamentos e, prontamente, corrigi-los.

Além de adotar uma rotina procedimental para o uso racional da água, engajamos nossos colaboradores, lojistas, fornecedores e clientes, por meio de treinamentos e campanhas de sensibilização, para que todos façam uso consciente da água e contribuam

com práticas mais sustentáveis.

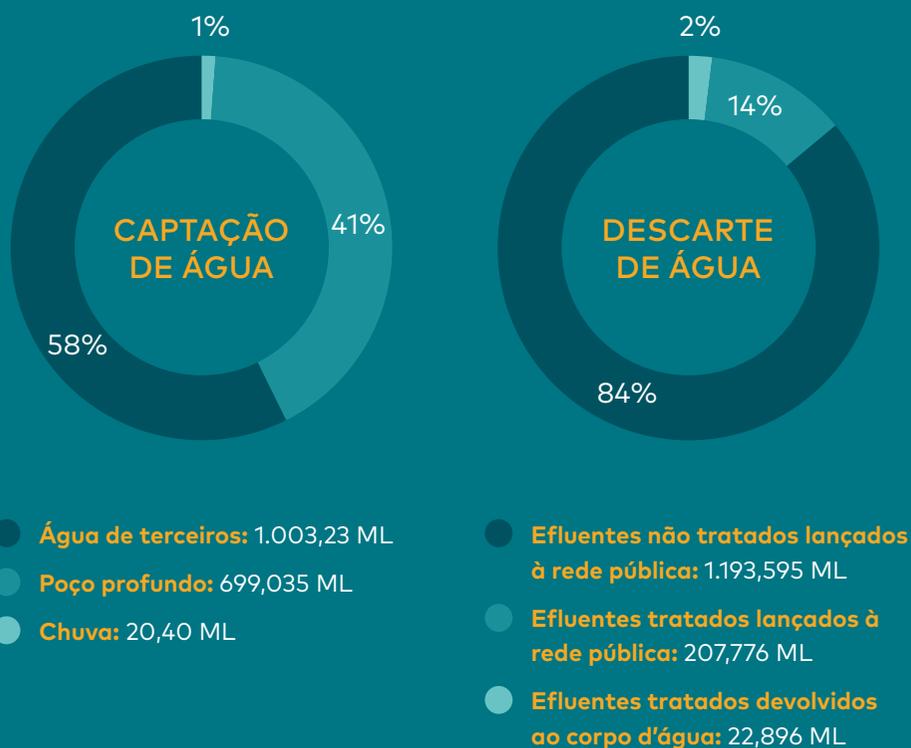
Realizamos, ainda, a limpeza periódica dos reservatórios de água e monitoramos, por meio de análise laboratorial, tanto a água de consumo humano (através de laudo de potabilidade), quanto o efluente tratado e descartado na rede de saneamento pública ou devolvido a corpos d'água. Esse acompanhamento garante a qualidade da água que entra e sai da companhia e a nossa aderência às normas legais.

É assim que vislumbramos a construção de shoppings cada vez mais ecoeficientes e que estimulem o uso responsável da água.

Todos os shoppings possuem equipamentos ecoeficientes que reduzem o consumo de água, como torneiras com temporizador de fechamento, mictórios ecológicos e válvulas de redução de vazão nas descargas sanitárias.

CAPTAÇÃO, CONSUMO E DESCARTE

GRI 303-3 | 303-4 | 303-5

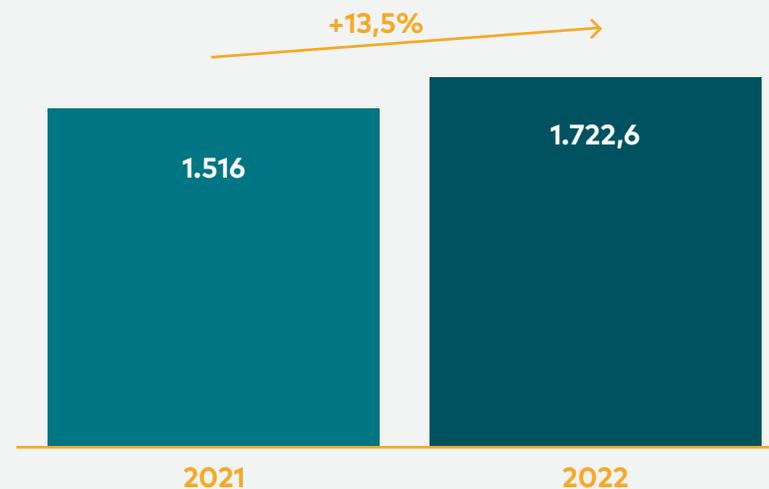


Consumo de água em **2022**: 298,4 megalitros

6 shoppings estão em áreas de estresse hídrico e representaram 15% da água captada em 2022

100% de nossos shoppings tem controle total sobre o consumo de água

TOTAL DE ÁGUA CAPTADA¹



RESÍDUOS

A nossa gestão de resíduos preza pela recuperação dos materiais e a promoção da circularidade, além da destinação correta. Assim como ocorre em todas as nossas atividades com potencial de causar impacto ambiental, seguimos procedimentos formais nesse tema.

Todos os nossos shoppings possuem Planos de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS), que padronizam o tratamento que devemos dar aos resíduos gerados pela companhia e

definem o controle do processo do início da segregação à destinação final, em conformidade com as legislações pertinentes.

Além disso, os empreendimentos realizam a coleta seletiva e buscam soluções que permitem a recuperação de materiais, incluindo reciclagem e compostagem. Os resíduos gerados são gerenciados e transportados por empresas contratadas com licenças ambientais válidas. A quantidade, o tipo e a

destinação final desses materiais passam por monitoramento mensal.

Em linha com ações que buscam a circularidade dos resíduos, podemos destacar a adequação de instalações e infraestrutura, capacitação do público interno e a conscientização de lojistas e clientes.

Nesse contexto, a companhia possui metas de reciclagem em todos os shopping centers.



GERAÇÃO, DESCARTE E RECICLAGEM

GRI 306-3 | 306-4 | 306-5



RESÍDUOS GERADOS

Tipo de resíduo gerado	Quantidade (ton.)
Perigosos	1.932,43
Não perigosos	35.900,58
Total	37.833,01



RESÍDUOS DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO

	Perigosos	Não perigosos
	Quantidade (ton.)	Quantidade (ton.)
Incinerados sem recuperação de energia	33,77	-
Incinerados com recuperação de energia	-	4.034,85
Destinados a aterros	-	9.921,97



RESÍDUOS RECUPERADOS

Tipo de resíduo	Quantidade (ton.)
Não perigosos	
Papel/papelão	6.335,0
Plástico	1.441,0
Metal/Alumínio	757,0
Resíduos de construção civil	2.631,0
Lodo ETE	836,5
Resíduos orgânicos (reciclagem)	189,52
Resíduos orgânicos (compostagem)	7.364,45
Óleo de cozinha	244,49
Madeira	563,84
Tetra Pak	1.123,83
Outros (isopor, gordura, etc)	457,13
Perigosos	
Lâmpadas	1.528,94
Pilhas e baterias	336,38
Eletrônicos	33,34
Outros (RSS, mantas, filtros etc.)	-



63% dos resíduos gerados foram reciclados

FORNECEDORES AMBIENTALMENTE RESPONSÁVEIS

GRI 2-6 | 204-1

Prezamos por relacionamentos responsáveis e consistentes com nossos fornecedores e, por isso, realizamos a seleção desses parceiros considerando critérios objetivos, estratégicos e econômicos, de acordo com a legislação vigente e as normas internas. Esse processo assegura a conformidade em toda a nossa cadeia de valor.

Atualmente, 100% dos nossos gastos com fornecedores são direcionados àqueles que estão em território nacional, uma vez que nossas operações ocorrem no Brasil.

A maior parte desse montante (cerca de 85%) destina-se aos parceiros que estão na mesma Unidade Federativa (UF) do shopping de destino.

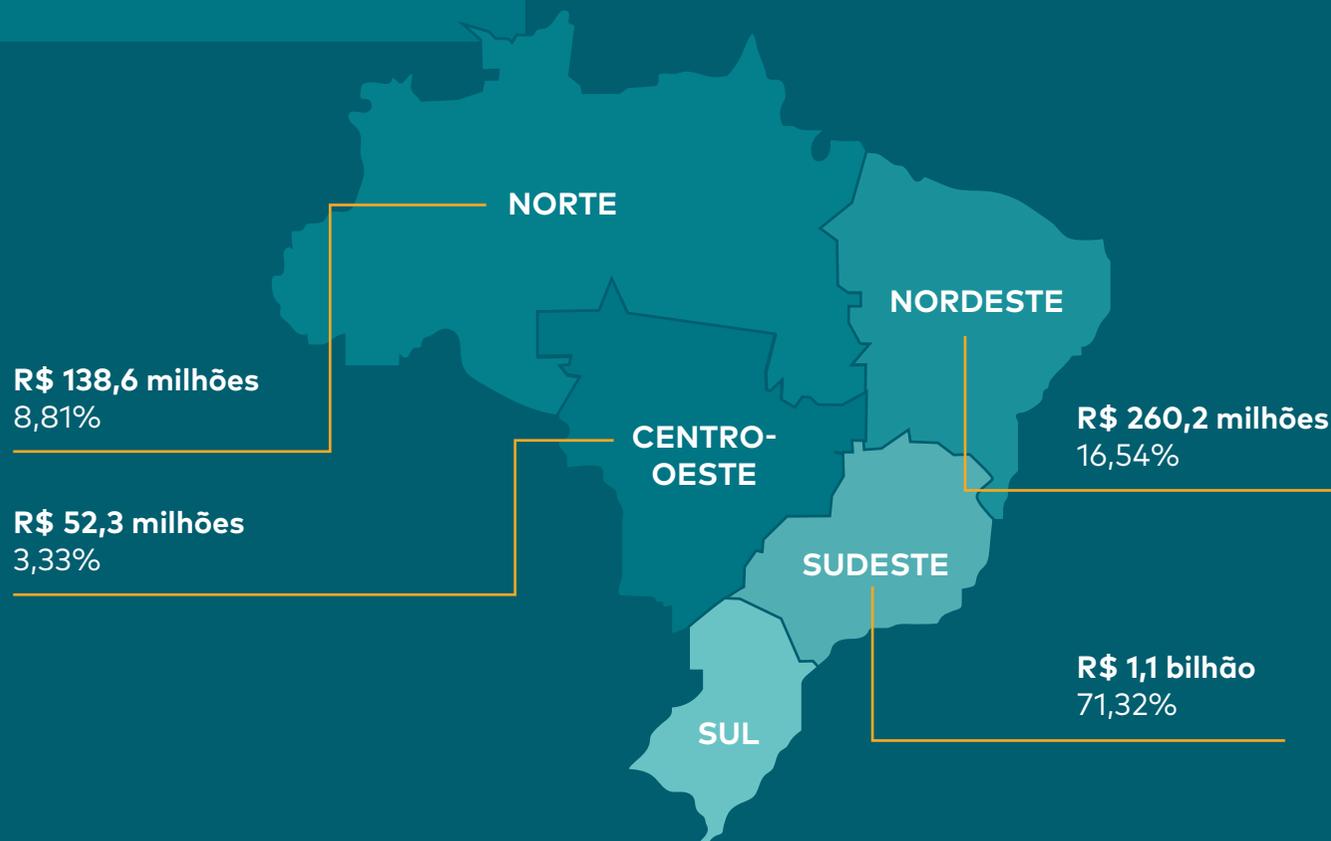
Nesse sentido, ao darmos prioridade para contratação de mão de obra local, além de um olhar sensível para o fator ambiental, somos capazes de contribuir com a dinamização socioeconômica das comunidades em que nossos empreendimentos se encontram.

No quadro ao lado, estão alguns dos nossos fornecedores.

- Segurança patrimonial;
- Serviços de limpeza;
- Conservação e manutenção predial;
- Jardinagem e paisagismo;
- Gerenciamento de resíduos;
- Assessoria de imprensa;
- Produtoras de eventos;
- Tecnologia da informação - manutenção de sites;
- Gráficas;
- Veículos de mídia e produtoras de conteúdo;
- Escritórios de advocacia.



Total de \$ 1,5 bilhão
gasto com fornecedores
diretos em todo o Brasil¹



R\$ 1,3 bilhão

gasto com fornecedores
que estão na mesma
Unidade da Federação
(UF) que os shoppings



R\$ 232,4 milhões

gastos com fornecedores
que não estão localizados
nas mesmas UFs que os
shoppings

¹Consideramos "fornecedores locais" aqueles que estão no Brasil, uma vez que a nossa operação ocorre em território nacional.

Influência positiva

GRI 3-3

Ao longo dos últimos anos, a Aliansce Sonae tem apostado de maneira intensa na construção de um ecossistema que ofereça serviços e estrutura para apoiar nossos lojistas na evolução da sua jornada de transformação “digital”, bem como em oferecer uma solução completa de serviços e conveniência para nossos consumidores, tudo muito alinhado ao contexto de centros de convivência. Temos como objetivo encantar nossos consumidores e fortalecer a nossa parceria com os lojistas, gerando valor para ambos os grupos, independente do canal de contato. Valorizamos essas relações desde a fundação do nosso primeiro shopping, procurando nos manter sempre próximos e ouvir nossos *stakeholders* de maneira atenta e genuína.

Durante o ano de 2022, presenciamos inúmeros avanços nas sementes plantadas em 2021: o aprimoramento dos nossos processos de vendas digitais e de logística, além do investimento, pela Alsotech, na Hi Partners – primeiro fundo de investimento em startups focado em retailtech, que apoiará o ecossistema incentivando e financiando soluções que fomentam a evolução do varejo como um todo (saiba mais na página 20).

Seguimos trabalhando para cumprir com a nossa responsabilidade de estimular soluções para um ecossistema mais inovador e sustentável.



Inovação sustentável

GRI 3-3

Para nós, a sustentabilidade é uma grande oportunidade de fazer a diferença no meio em que vivemos. Com estímulo à atitude inovadora, encorajamos nossas lideranças e colaboradores a superarem o que é exigido, propondo novos processos operacionais, além de parcerias.

Ao unirmos tecnologia à proteção do meio ambiente, aprofundamos projetos que já estavam em desenvolvimento e criamos percursos que nos aproximam do nosso ideal de shopping: digital, aberto e integrado à cidade de maneira positiva.

A seguir, confira alguns de nossos projetos nessa frente em 2022.



Parque D. Pedro Shopping

BEGREEN: FAZENDAS URBANAS

A BeGreen é responsável por cultivar hortaliças livres de agrotóxicos em nossos shoppings, contribuindo para uma alimentação saudável e uma produção com menor impacto ambiental, a partir da redução do uso de água em 90% em relação ao método tradicional de cultivo, e menor deslocamento de transporte entre a produção e o consumidor final. A iniciativa gera menos desperdício de alimentos, com a oferta de opções frescas e saborosas.

Os complexos da BeGreen possuem áreas de entretenimento e conscientização ambiental, lojas para venda de produtos cultivados no local – que também atendem os restaurantes das praças de alimentação dos shoppings – e atividades educativas para crianças e jovens.

Em 2022, inauguramos duas novas fazendas BeGreen, nos shoppings Passeio das Águas e Plaza Sul, **totalizando seis fazendas BeGreen nos shoppings da Aliance Sonae.**



113,374 TON de hortaliças produzidas nas fazendas BeGreen dos nossos shoppings em 2022



12.249 visitas às fazendas BeGreen dos nossos shoppings em 2022, das quais, **7.629** aconteceram por meio de visitação escolar





Aprenda a fazer rec...
MARAVILHOSA
com nossas fo...
www.levantep...com

Cultivamos
sem agrotóxicos
SEM EMISSÃO
de CO₂ e sem
DESPERDÍCIO

ABOOH

Em 2022, a Aliansce Sonae entrou para o grupo de empresas afiliadas à Associação Brasileira de *Out of Home* (ABOOH). As mídias *Out of Home* podem ser definidas como um conjunto de mensagens e ações publicitárias capazes de atingir o seu público "fora de suas casas". O objetivo do projeto é unir e impulsionar o setor, construindo uma imagem diferenciada e positiva para as companhias associadas.

Atualmente, a associação conta com cerca

de 40 empresas parceiras e 190 mil painéis espalhados por todo o Brasil, em mais de 200 centros urbanos. Também, a ABOOH é filiada a demais associações de referência nacional e internacional, como a CENP, DPAA e OAAA. A ideia para criação da associação surgiu através da demanda do mercado por uma instituição que congregasse instituições e profissionais na frente de *Out of Home* (OOH).

Para a Aliansce Sonae, esse novo compromisso deve estreitar e fortalecer os laços da

área de Mídia, aumentando a visibilidade dos canais instalados nos shoppings da companhia.

Até dezembro de 2022, a ALSO contava com cerca de 1.200 pontos de mídia em seu portfólio, com formatos estáticos, digitais e projetos especiais, oferecendo uma experiência diferenciada ao público. Com o inventário digital, no final do período de exercício deste relatório, 61% dos shoppings já contavam com circuito digital instalado e operante.





WOLFFS RUN SERIES
PLAZA SUI

40K, 50K, 100K

31. JUL

QR CODE

INSTRUKCIE
PŘI ÚČASTI

MAKOVKA 2024

Facebook

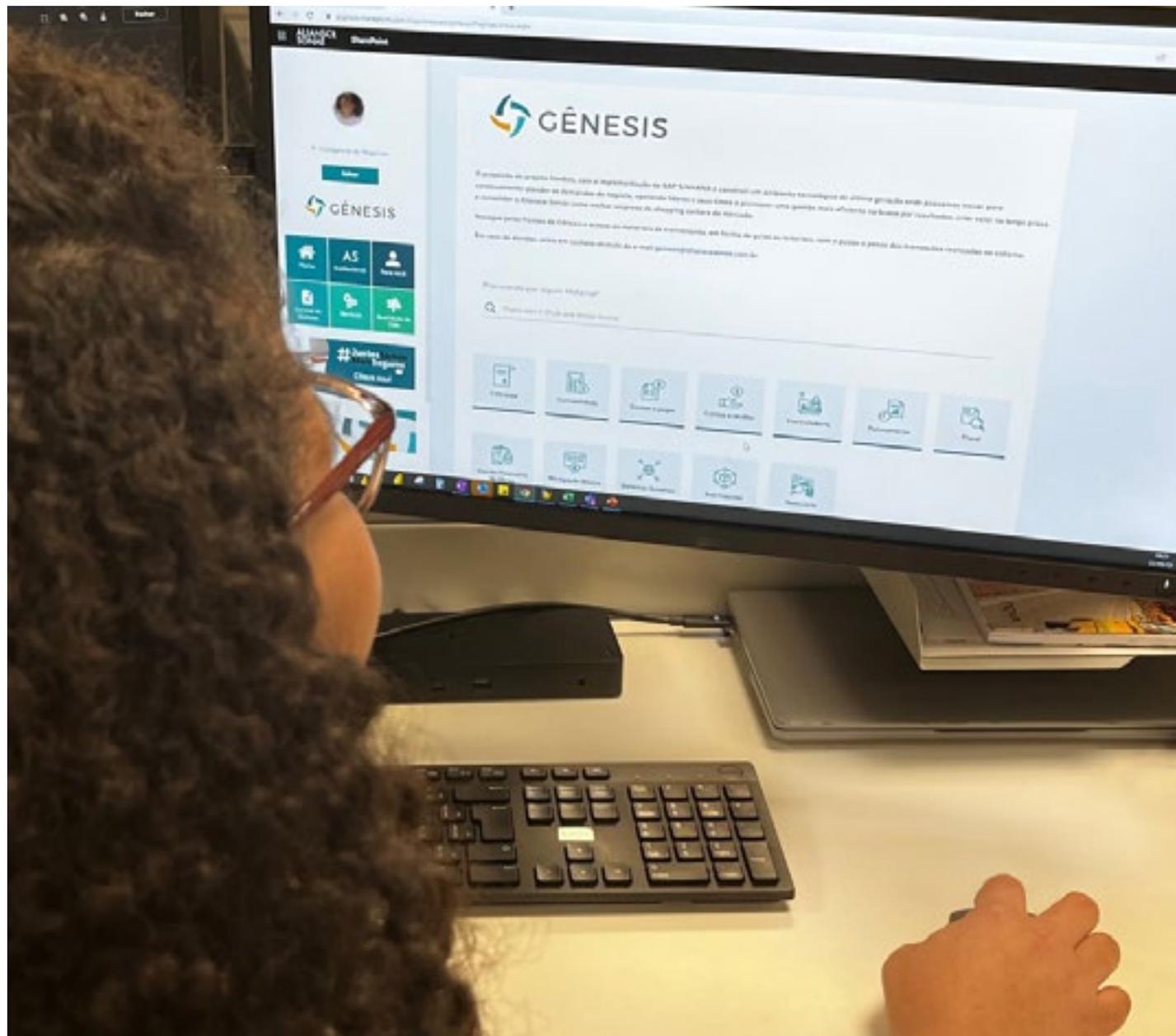
SHOPPING
SUI

PROJETO GÊNESIS

O Projeto Gênesis consistiu na implementação de um *software* de gestão empresarial, com o propósito de construir um ambiente tecnológico de última geração, atendendo a todas as demandas da companhia e apoiando líderes e seus times a promoverem uma gestão mais eficiente na busca por resultados. A nova ferramenta também trouxe maior flexibilidade, escalabilidade de negócio e automatização de processos.

Durante 2022, realizamos seu *go-live*, que contou com um robusto projeto de gestão de mudança, além de considerar o plano de comunicação e engajamento e o período de capacitação dos usuários, tanto da *holding*, como dos shopping centers. A etapa de capacitação ocorreu com uma grade de treinamentos ministrados por multiplicadores internos, seguidos por sessões de fóruns de dúvidas para sedimentação dos conteúdos apresentados, bem como para sua aplicação prática.

Após o *go-live*, ocorreu, ainda no período, a etapa de *backlog*, que consiste no processo de análise e ajustes do novo sistema.



PEG – HUB DELIVERY, LOCKERS, DRIVE-THRU, MARKETPLACES

O PEG tem como objetivo transformar nossos shopping centers em *hubs* logísticos com o uso de tecnologia de ponta para conectar plataformas de venda e entrega de produtos. O custo e o nível de serviço se tornaram mais competitivos para os varejistas, englobando tanto alimentação quanto mercadorias. Os clientes, por sua vez, se comunicam diretamente com os lojistas, compram e combinam a forma de retirada pela própria plataforma.

Além disso, o sistema conta com provedores para que os clientes possam experimentar os produtos que adquiriram. Caso queiram efetuar trocas ou devoluções, a logística reversa pode ser feita diretamente no espaço, sem custos para o consumidor.





IARA 360: A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL DA ALIANÇA SONAE

A Iara é um super aplicativo com inteligência artificial, que surgiu como uma assistente de dados e hoje está integrada a todo o sistema da companhia. Seu principal objetivo é ser um *hub* de serviços e funcionalidades, concentrando o maior número de informações possíveis em um mesmo lugar.

Por meio da ferramenta, colaboradores acessam indicadores do negócio com maior facilidade e clientes têm auxílio imediato, trazendo agilidade e produtividade para o dia a dia e centralizando serviços internos com linguagem descomplicada.



The background features a close-up of vibrant green leaves with numerous water droplets, set against a teal gradient. A diagonal teal band and a thin gold line cross the scene. The number '06' is rendered in a gold outline font on the left side.

06

ANEXOS

Sumário de conteúdo GRI

GRI Standards		
Norma GRI	Conteúdo	Tema material
CONTEÚDOS GERAIS		
GRI 2 - Indicadores Universais 2021	2-1 Detalhes da organização	Pág. 15
	2-2 Entidades incluídas nos relatórios de sustentabilidade da organização	O conjunto das entidades consideradas na elaboração deste relatório pode ser verificado em nossa central de resultados: https://bit.ly/centralderesultados
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	Pág. 4
	2-4 Reformulações de informações	Não houve.
	2-5 Verificação externa	Não houve.
	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações comerciais	Pág. 15, 28 e 83
	2-7 Empregados	Pág. 45
	2-8 Trabalhadores que não são empregados	Pág. 45
	2-9 Estrutura de governança e composição	Pág. 32

GRI 2 - Indicadores Universais 2021	2-10 Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança	Pág. 33
	2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	Pág. 32
	2-12 Papel do mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	Pág. 33
	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	Pág. 34
	2-14 Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	Pág. 4
	2-15 Conflitos de interesse	Pág. 30 e 39
	2-16 Comunicação interna de preocupações críticas	Não houve.
	2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Pág. 33
	2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	Pág. 38
	2-19 Políticas de remuneração	Pág. 37 e 44
	2-20 Processo para determinação da remuneração	Pág. 34, 37 e 44
	2-21 Proporção da remuneração total anual	A relação entre a remuneração do funcionário mais bem pago da organização e a remuneração média anual total de todos os funcionários foi de 32 no período.
	2-22 Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável	Pág. 11

GRI 2 - Indicadores Universais 2021	2-23 Políticas de compromissos	Pág. 30
	2-24 Incorporando as políticas de compromissos	Pág. 34 e 39
	2-25 Processos para remediar impactos negativos	Pág. 30
	2-26 Mecanismos para buscar orientação e expor preocupações	Pág. 30
	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	Não houve quaisquer inconformidades com leis e regulamentos no período.
	2-28 Participação em associações	Até o final de 2022, a Aliansce Sonae esteve associada às seguintes instituições e compromissos: - Pacto Global - Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce) - Associação Brasileira das Companhias Abertas (Abrasca) - <i>Câmara Latinoamericana de la Industria de Centros Comerciales (CLICC)</i>
	2-29 Abordagem para o engajamento de <i>stakeholders</i>	Pág. 30
2-30 Acordos de negociação coletiva	Durante o período, 96% dos colaboradores foram cobertos por acordos de negociação coletiva. Os demais, 4% não cobertos, fazem menção aos aprendizes e estatutários da companhia.	
GRI 3 – Tópicos Materiais	3-1 Processo para determinar os tópicos materiais	Pág. 7
	3-2 Lista de tópicos de tópicos materiais	Pág. 7
	3-3 Gestão de tópicos materiais	Pág. 30, 41, 42, 44, 61, 71, 85 e 86

CONTEÚDOS ECONÔMICOS

GRI 201: Desempenho econômico 201	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	Pág. 24
	201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	Pág. 71
GRI 202: Presença no mercado	202-2 Proporção de membros da diretoria contratados na comunidade local	100% dos membros da diretoria da Aliansce Sonae foram contratados na comunidade local (referência: território nacional).
GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Pág. 24
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	Pág. 47
GRI 204: Práticas de Compra 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais	Pág. 83
GRI 205: Combate à Corrupção 2016	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Treinamento e capacitação sobre a Política anticorrupção foi realizado em 2021. Em 2022, com o processo de fusão em andamento, os esforços se concentraram na unificação das políticas das duas companhias.
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Não temos relatados quaisquer casos de corrupção durante o período.

CONTEÚDOS AMBIENTAIS

GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	Pág. 77
	302-2 Consumo de energia fora da organização	Pág. 77
	302-3 Intensidade energética	Pág. 77
	302-4 Redução do consumo de energia	Pág. 76
GRI 303: Água e Efluentes 2018	303-1 Interações com a água como um recurso compartilhado	Pág. 78
	303-2 Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	Pág. 78
	303-3 Captação de água	Pág. 80
	303 4- Descarte da água	Pág. 80
	303-5 Consumo de água	Pág. 80
GRI 305: Emissões 2016	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 75
	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Pág. 75
	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 75
	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Pág. 75

GRI 305: Emissões 2016	305-6 Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio (SDO)	0,042 toneladas de CFC-11 equivalente, considerando 23 empreendimentos do nosso portfólio e três escritórios no período.
	305-7 Emissões de NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas	Não identificamos a existência desses gases em nosso inventário.
GRI 306: Resíduos 2020	306-3 Resíduos gerados	Pág. 82
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final	Pág. 82
	306-5 Resíduos destinados para disposição final	Pág. 82
GRI 308: Avaliação Ambiental de Fornecedores	308-1 – Novos fornecedores contratados com base em critérios ambientais	Em 2022, adotamos critérios ambientais em 7,7% das contratações dos fornecedores de <i>facilities</i> .
CONTEÚDOS SOCIAIS		
GRI 401: Emprego 2016	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	Pág. 60
	401-3 Licença maternidade/paternidade	Pág. 59
GRI 404: Capacitação e Educação 2016	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Pág. 50
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	Pág. 50
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Pág. 52

GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	Pág. 45 e 60
GRI 406: Não Discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Não foram identificados casos de discriminação no período.
GRI 408: Trabalho Infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Não identificamos operações ou fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil no período.
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	Não identificamos operações ou fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo no período.
GRI: 410: Práticas de Segurança 2016	410-1 Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	100% da equipe de segurança da Aliance Sonae conta com treinamentos periódicos voltados para o tema dos direitos humanos.
GRI 411: Direitos de Povos Indígenas 2016	411-1 Casos de violação de direitos de povos indígenas	Não houve.
GRI 414: Avaliação Social de Fornecedores	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	Em 2022, adotamos critérios ambientais em 7,7% das contratações dos fornecedores de <i>facilities</i> .
GRI 418: Privacidade do Cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes	Não houve quaisquer queixas relativas à violação da privacidade e/ou perda de dados dos clientes no período.

Tabela SASB

SASB		
Tópico	Métrica	
Gerenciamento de energia	-RE-130a.1 Proporção de área construída em que o shopping faz gestão da energia elétrica	74% dos shoppings fazem a gestão total da energia elétrica. Em alguns casos, a energia elétrica é fornecida ao lojista diretamente pela concessionária.
	IF-RE-130a.2 (1) Total de consumo de energia elétrica (incluindo lojistas, com exceção das lojas com ligação direta na concessionária); IF-RE-130a.2 (2) Porcentagem de energia elétrica adquirida de terceiros (do total de energia elétrica consumida) IF-RE-130a.2 (3) Porcentagem de energia elétrica comprovadamente renovável (do total de energia elétrica consumida)	(1) 294.918MWh (2) 84,8% (3) 0%
	IF-RE-130a.3 Variação percentual comparativa do consumo de energia total do portfólio	Pág. 77
	IF-RE-130a.4 (1) Porcentagem da área total construída do portfólio que possui certificação de eficiência energética (2) Porcentagem da área do portfólio que é certificada pela ENERGY STAR	Não possuímos, em nosso portfólio, empreendimentos com certificação de eficiência energética, incluindo pela <i>Energy Star</i> .
	IF-RE-130a.5 Descrição de como é integrada a gestão de energia à análise de investimento e às estratégias operacionais da companhia	A Aliansce Sonae possui duas empresas responsáveis pela gestão da energia elétrica, cujas informações são acompanhadas a partir de: (i). fluxo financeiro; (ii) volume e valores das vendas de energia realizadas; (iii) consumo mensal x consumo médio; (iv) <i>swap</i> entre os tipos de energia e (v) composição mensal do valor de energia.

Gerenciamento de água	IF-RE-140a.1 Proporção de área construída em que o shopping faz gestão da captação da água (2) Porcentagem de área construída que está localizada em área de risco alto ou extremamente alto de estresse hídrico	Os shoppings fazem gestão da captação total de água em 100% da área construída. 20% da área total construída do portfólio estão localizados em áreas de alto risco de estresse hídrico.
	IF-RE-140a.2 (1) Total de água captada, da área total do portfólio (inclui lojistas) (2) Porcentagem de água captada nas regiões com risco alto de escassez de água (40% a 80%) e/ou com risco muito alto de escassez de água (>80%)	Pág. 78
	IF-RE-140a.3 Variação percentual comparativa da captação de água total do portfólio	Variação de +17% considerando apenas os shopping centers próprios, isto é, excluindo os empreendimentos que foram desinvestidos.
	IF-RE-140a.4 Descrição da gestão de riscos relacionados à água e as estratégias para mitigação de riscos	Pág. 78
Gestão dos impactos da sustentabilidade dos inquilinos	IF-RE-410a.1 (1) Porcentagem de novos arrendamentos que contêm cláusulas de recuperação de custos para melhorias de capital relacionadas à eficiência de recursos e (2) área de piso alugada, por propriedade do portfólio	Não possuímos as cláusulas mencionadas por este indicador.
	IF-RE-410a.2 (1) Porcentagem de área de lojas que possuem medidores de energia individuais (2) Porcentagem de área de lojas que possuem hidrômetros individuais	<ol style="list-style-type: none"> 26% dos shoppings possuem lojas que fazem a própria gestão da energia elétrica. Nenhuma loja monitora separadamente retiradas de água.
	IF-RE-410a.3 Descrição da abordagem de engajamento, monitoramento e redução dos impactos dos lojistas	No caso do tema de Energia, conseguimos a aprovação para que novas lojas tenham 100% de lâmpadas LED, além do monitoramento de consumo mensal. No caso do tema de Água, realizamos campanhas de redução de consumo nas lojas de alimentação. Já para o tema de Resíduos, investimos nos treinamentos de educação ambiental junto aos lojistas, acerca da segregação de resíduos, bem como na implementação de sacos em cores para facilitar essa segregação e na adesão ao programa de compostagem nas lojas de alimentação.

Adaptação às mudanças climáticas	IF-RE-450a.1 ABL total localizada em áreas de inundação (zona de risco de inundação de 100 anos)	Ao final de 2022, a Aliansce Sonae possuía oito shoppings localizados em áreas sujeitas a inundação, totalizando uma ABL de 322.624,1 m ² .
	IF-RE-450a.2 Descrição de análise de riscos relacionados às mudanças climáticas, grau de exposição sistemática do portfólio e estratégias para mitigar riscos	Pág. 39, 73 e 75
Métricas da operação	IF-RE-000.A Número de ativos do portfólio	Pág. 15
	IF-RE-000.B Área Bruta locável do portfólio	Pág. 15 e 17
	IF-RE-000.C Porcentagem de ativos gerenciados indiretamente do portfólio	Não gerenciamos ativos de maneira indireta em nosso portfólio.
	IF-RE-000.D	Pág. 15 e 16

Mapa de ODS

5 IGUALDADE DE GÊNERO



Compromisso com o Futuro, pág. 9
Pacto Global, pág. 41
Nossas Pessoas, pág. 44

6 ÁGUA POTÁVEL E SANEAMENTO



Compromisso com o Futuro, pág. 9
Compromisso Ambiental, pág. 71

7 ENERGIA LIMPA E ACESSÍVEL



Compromisso com o Futuro, pág. 9
Compromisso Ambiental, pág. 71

8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO



Compromisso com o Futuro, pág. 9
Fusão com a brMalls, pág. 28
Pacto Global, pág. 41
Nossas Pessoas, pág. 44
Compromisso Social, pág. 61

10 REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES



Compromisso com o Futuro, pág. 9
Fusão com a brMalls, pág. 28
Pacto Global, pág. 41
Compromisso Social, pág. 61
Influência Positiva, pág. 85

11 CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS



Compromisso com o Futuro, pág. 9
Desempenho 2022, pág. 23

12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS



Compromisso com o Futuro, pág. 9
Compromisso Ambiental, pág. 71
Influência Positiva, pág. 85

13 AÇÃO CONTRA A MUDANÇA GLOBAL DO CLIMA



Compromisso com o Futuro, pág. 9
Compromisso Ambiental, pág. 71

16 PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES



Governança Robusta, pág. 30
Pacto Global, pág. 41

Créditos

COORDENAÇÃO

Aliansce Sonae

PROJETO EDITORIAL E REDAÇÃO

Ricca Sustentabilidade

PROJETO GRÁFICO E DESIGN

Aldeia Comunicação

ALIANSCÉ SONAE