
RELATO DANONE PACTO GLOBAL

Agosto de 2014

São Paulo, 30 de julho de 2014

Ban Ki-moon
Secretário Geral
Nações Unidas
New York, NY 10017
USA

Sr. Secretário-Geral,

Confirmamos que a **DANONE Ltda.**, da continuidade ao seu compromisso de apoio os Dez Princípios do Pacto Global, relacionados a Direitos Humanos, Direitos do Trabalho, Proteção do Meio Ambiente e Combate à Corrupção em todas as suas formas.

Com esta comunicação, expressamos nossa intenção de apoiar e difundir tais princípios dentro de nossa esfera de influência. Comprometemo-nos a fazer do Pacto Global e seus princípios parte da estratégia, cultura e operações diárias de nossa organização, empreender esforços para divulgar publicamente este compromisso junto aos nossos funcionários, parceiros, clientes, público em geral e o engajamento em projetos de colaboração que promovam o avanço, em particular, os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio das Nações Unidas.

Reconhecemos que um requisito fundamental para a participação no Pacto Global é a apresentação de uma Comunicação de Progresso (COP), que descreva nossos esforços na implantação dos dez princípios. Apoiamos a prestação de contas e transparência das informações, e, por conseguinte, enviamos este Relato que descreve nossas ações nesse sentido. .

Atenciosamente,



Dario Marchetti
Diretor- Geral

Relato Sustentabilidade Danone

Ano referência: Ago/2013 – Ago/2014

INTRODUÇÃO

Sobre a Danone Brasil

A Missão da Danone Brasil é *"Levar saúde e nutrição ao maior número de pessoas possível, por meio de seus produtos."*

Em 1970 a Danone iniciou suas atividades no Brasil com o lançamento do primeiro iogurte com polpa de frutas, que rapidamente se revelou um sucesso de vendas no País.

O ingresso do iogurte no mercado de alimentos revolucionou os hábitos de consumo dos brasileiros e teve sucesso imediato, tanto pelas características dos produtos - gostosos, saudáveis e nutritivos - como também pela inovação das suas embalagens - os potinhos, no modelo estriado, que se transformaram marca registrada da categoria. Apenas nove meses após o lançamento, a produção de iogurtes aumentou de 6 mil para 24 mil potes por hora.

Em poucos anos a Danone ampliou a linha de produtos, trouxe novas versões de iogurte, inovou com o Petit Suisse Danoninho, o iogurte para beber Dan'Up, a sobremesa láctea cremosa Danette, o iogurte Light Corpus, e mais recentemente o Verdadeiro Danone que resgatou a tradição e expertise da marca e inaugurou a categoria no País, além de Danio lançado em 2013 com investimentos de R\$ 120 MM; e Activia o principal produto de Danone, um sucesso que revolucionou a categoria de iogurtes funcionais no Brasil.

Em dezembro de 2000 a Danone adquiriu a marca Paulista, que está presente no Brasil desde 1933, quando iniciou a sua trajetória de sucesso com a distribuição porta a porta de leite em garrafas de vidro. Esta aquisição fez com que a Danone consolidasse a sua posição no mercado de produtos lácteos frescos. A união das empresas fez da marca a maior do Brasil, um importante passo na expansão dos negócios no mercado brasileiro.

Hoje, a Danone opera por meio de suas fábricas localizadas em Poços de Caldas (MG) e Maracanaú (CE). A matriz está situada em São Paulo e a empresa possui vários escritórios de vendas e centros de distribuição pelo Brasil.

Há mais de 40 anos no Brasil é líder nacional em produtos lácteos frescos e se consolidou como sinônimo de iogurte. É reconhecida por sua proposta de alimentação: contribuir para o bem-estar dos consumidores, sempre de maneira prazerosa e saudável.

No Brasil, a Danone possui mais de 3.400 funcionários trabalhando na divisão de Produtos Lácteos Frescos (PLF), mais de 600 na Divisão de Águas, 395 na de Early Life Nutrition e mais de 200 na de Medical

Os valores são Abertura, Humanismo, Proximidade e Entusiasmo.

No Brasil a Danone é uma empresa de capital fechado. A estrutura é baseada no grupo diretivo, o Gerente Geral (Presidente) que responde pela unidade de negócios no País. O presidente, por sua vez, responde para um Diretor Geral LATAM (América Latina) da Divisão de Negócios.

Desde 2001 o Grupo Danone implementou uma ferramenta para a gestão de indicadores de desenvolvimento sustentável considerados como a base dos negócios. Esses princípios e indicadores, denominados de **Danone Way Fundamentals (DWF)**, são replicados nas Unidades de Negócio dos Países (CBUs) da Danone no mundo e a cada ano, cada CBU reporta seus resultados em um sistema integrado da companhia e recebe um relatório de desempenho, comparando-a com as outras CBUs do Grupo. A cada dois anos é realizada uma auditoria

externa enviada pelo próprio Grupo para verificar a coerência do que foi reportado. Os pilares do DWF são: Direitos Humanos, Relações Humanas, Meio Ambiente, Consumidores e Governança. Cada pilar possui indicadores correspondentes, sendo ao todo 16 indicadores.

Os indicadores são:

Direitos Humanos:

- ✓ Combate ao trabalho forçado /infantil
- ✓ Diversidade
- ✓ Segurança no Trabalho
- ✓ Saúde no Trabalho

Relações Humanas

- ✓ Diálogo Social
- ✓ Horário de Trabalho
- ✓ Remuneração e Benefícios
- ✓ Treinamento e Desenvolvimento

Meio Ambiente

- ✓ Pegada Ambiental
- ✓ Riscos Ambientais
- ✓ Matéria Prima/ Supply
- ✓ Impactos com Embalagem

Consumidores

- ✓ Qualidade
- ✓ Padrões de Nutrição e Saúde

Governança

- ✓ Código de Conduta
- ✓ Responsabilidade Social Corporativa com parceiros externos
- ✓ Comunidade Local

Em agosto de 2013 a Danone Brasil assinou o **Pacto Global**, destacando a forte relação entre os princípios do Pacto e do *Danone Way Fundamentals*. O Grupo Danone já é signatário do Pacto, mas a Danone Brasil tomou a decisão de também fazer o seu reporte, de forma a divulgar as iniciativas realizadas no Brasil.

Sobre este Relato:

O Grupo Danone divulga seu Relatório de Sustentabilidade no modelo GRI. A Danone Brasil optou por fazer este Relato da COP do Pacto Global baseado nos princípios do *Danone Way Fundamentals*, já que possui total sinergia com os princípios do Pacto.

DANONE WAY FUNDAMENTALS

O jeito da Danone de fazer negócios



Gestão:

O relatório dos resultados para cada tema e indicador do *Danone Way Fundamentals* é realizado todo ano em um sistema chamado *Dango*, que comporta também outros indicadores da empresa como qualidade, financeiros, etc. Dessa forma, todas as CBU's são impulsionadas a implementar melhorias e evoluir nos seus resultados. A CBU recebe também um relatório de desempenho em comparação com as outras unidades de negócios.

Para alcançar esses resultados, o coordenador do processo no Brasil envolve diversas áreas – como supply, compras, fábrica, qualidade etc – e, junto, definem metas e planos de ação, que, ao final do ano, serão revisados.

Dessa forma, a Empresa investe constantemente seus esforços para a evolução constante nesses temas considerados fundamentais na forma de fazer negócios.

Veja abaixo algumas iniciativas e resultados alcançados pela Danone Brasil.

DIREITOS HUMANOS

Combate à Corrupção

→ Código de Conduta

A Danone possui um Código de Conduta que foi desenhado em algumas versões, visando adaptar à linguagem aos diferentes públicos. Há uma versão completa, que aborda todos os itens em detalhes como compromissos da Danone com seus funcionários, com o meio ambiente, com os consumidores, com fornecedores e consumidores, concorrentes, acionistas etc. Essa versão se encontra na intranet, disponível, portanto, a todos os funcionários. Há também uma versão mais resumida e lúdica, voltada para o engajamento de funcionários. Visando um maior cuidado no relacionamento com fornecedores, foram criadas diretrizes por meio do Código de Ética e Conduta de compras, além de política voltada para orientar casos de recebimentos de presentes e Prêmios. O contrato com todos os fornecedores também aborda os Princípios de Sustentabilidade, que engloba as questões éticas do Código de Conduta.

Erradicação do trabalho infantil e Escravo

→ Programa Na Mão Certa

Na luta pelo combate à exploração de crianças e adolescentes nas estradas, desde 2011 a Danone trabalha este tema no Programa de Excelência no Transporte (PET) com seus transportadores e Centros de Distribuição (CDs).

No Programa de Excelência no Transporte (PET), a Danone foca o desenvolvimento de seus prestadores de serviços para o aprimoramento da área de transportes, e envolve os pilares de Segurança, Qualidade, Sustentabilidade, Gestão de Rotina e Indicadores de Negócios.

O PET é baseado em Meios (auditorias semestrais) e Resultados (Indicadores de Negócios mensais). O PET tem o objetivo de determinar o padrão de tarefa a ser seguido, com foco na excelência de distribuição dos produtos Danone. Dentro do pilar de Sustentabilidade, um dos temas que a Danone atua é o combate à exploração sexual de crianças e adolescentes

Em 2012 a Danone firmou uma parceria com o **Programa Na Mão Certa (PNMC)**, conduzido pela ONG **Child Hood**. A partir de então, o indicador de combate à exploração do PET passou a ser baseado na adesão ao Programa Na Mão Certa. A Empresa confere se a transportadora aderiu ao Programa e se replicou o conhecimento aos motoristas.

A Danone oferece também capacitação aos replicadores de seus 12 Centros de Distribuição (CDs). Esses replicadores participam anualmente do Workshop PNMC, para serem multiplicadores da causa. Os CDs da Danone realizam reuniões direcionadas aos motoristas e abordam o tema de enfrentamento da exploração sexual de crianças e adolescentes nas estradas.

Resultados 2013

Durante o ano de 2013, 83 transportadores aderiram ao Programa e foram desenvolvidas as seguintes ações no sentido de mobilizar os motoristas:

- ✓ **Eventos do dia do Motorista:** anualmente os CDs realizam a comemoração do dia do motorista (25/07), situação em que o tema é abordado;
- ✓ **FTS - Formulário de Transporte Seguro:** é exclusivo da Danone, e através dele é possível mapear os riscos e denúncias nas estradas.
- ✓ **PET Comunica:** jornal interno mensal que aborda temas variados. No mês de Maio foi abordado o Tema: FAÇA BONITO, proteja nossas crianças e adolescentes. Esse informativo teve foco nas dicas dos nossos motoristas sobre a conscientização na causa e a importância de ligarem no Disque 100.



Indicadores – ERRADICAÇÃO DO TRABALHO INFANTIL E ESCRAVO

- ✓ 90% dos Transportadores aderiram ao Pacto
- ✓ 52% dos Transportadores capacitados no tema

Valorização da diversidade

→ Política de Valorização da Diversidade

A Danone Brasil é uma empresa que já tem a diversidade no seu dia a dia. Basta entrar na companhia e ver o perfil acolhedor e o valor Abertura manifestado no ambiente de trabalho.

Durante o ano de 2013 foi oficializada a Política de Diversidade, por meio da tradução e divulgação interna do Compromisso pela Diversidade do Grupo Danone. Este compromisso engloba os processos de recrutamento e treinamento e a garantia que todos tenham acesso a treinamento profissional, igualdade na remuneração, condições de desenvolvimento no trabalho para estabelecer diversidade, além de inserção profissional como treinamento de jovens não qualificados, reinserção profissional de pessoas afastadas por questões de saúde, pessoal ou ainda desemprego e inserção de populações vulneráveis.

A Danone Brasil possui dois programas principais visando cumprir com esse compromisso: O Programa para inclusão de pessoas com deficiência (PCD) e o Programa Menores Aprendiz.

↳ Programa para inclusão de pessoas com deficiência (PCD)

O Programa de inclusão de PCD visa à inclusão de pessoas com deficiência, tanto no escritório, como nas fábricas da empresa. Um destaque desse programa em 2013 foi para a fábrica de Jacutinga, da divisão de Águas, que firmou uma parceria com a APAE local gerou emprego para 16 pessoas na fábrica com essa parceria.

↳ Programa Menores Aprendiz

O Programa Menores Aprendiz gerou empregos para mais de 80 jovens.

Indicadores – VALORIZAÇÃO DA DIVERSIDADE

- ✓ PCD: Parceria com a APAE em Jacutinga e 16 empregos gerados
- ✓ Menores Aprendiz: Mais de 80

Saúde e Segurança no Trabalho

→ Programa Wise - Saúde e Segurança

O Wise é um programa de segurança global, cujo principal objetivo é disseminar cultura de prevenção, além de aprimorar o nível de criticidade das pessoas quanto à segurança no dia a dia. O foco do programa é atuar no comportamento das pessoas em busca da nossa principal meta, Zero Acidente.

Os principais propósitos do programa são:

- Segurança como um valor;
- Conscientização e melhora da performance de segurança;
- Redução do número de acidentes e incidentes;
- Redução dos desvios.

Em 2012 foram auditadas as duas plantas de Poços de Caldas e Maracanaú que obtiveram a pontuação de 58,25 e 49,50 respectivamente. Atualmente elas ocupam a 1ª e 12ª colocação no programa de segurança dentre as 70 plantas auditadas em todo mundo.

Em 2013 foram auditados 12 Centros de Distribuição do Brasil, onde tivemos a maior pontuação já alcançada: no CD de Guarulhos, 64,25 pontos num total de 65 possíveis. Atualmente ocupamos as 11 primeiras colocações dentre os 87 CDs auditados em todo mundo.

→ Programa Saúde e Nutrição – Funcionários

Visando contribuir para melhoria da qualidade de vida dos funcionários através do incentivo para a adoção de uma dieta equilibrada e estilo de vida saudável, a Danone realiza o Programa de Saúde e Nutrição desde 2006. O Programa consiste na realização de avaliações físicas (peso, altura, IMC, circunferência da cintura, percentual de gordura corporal), bioquímicas (glicemia, triglicérides e colesterol), pressão arterial, além da aplicação de um questionário sobre hábitos de vida. Desde 2010 o Programa atinge também os funcionários dos 12 Centros de Distribuição que a Danone tem pelo país. Em 2013, o Programa teve a participação de mais de 800 funcionários, sendo 424 no escritório central, 357 nas fábricas e 82 nos CDs. No escritório central em São Paulo o Programa aconteceu no mês de outubro.

Em 2014 o programa de qualidade de vida da Danone vem com uma nova proposta e um novo nome: Programa Viva Bem, que entra com uma abordagem mais ampla, ainda com as avaliações tradicionais, mas também com uma educadora física junto à nutricionista no final do circuito. Assim torna-se possível reforçar ainda mais a importância de uma alimentação equilibrada aliado a prática regular de atividade física para a manutenção da saúde e de um peso adequado.

Indicadores – SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO

- ✓ **Resultados WISE:** Posição das plantas da Danone Brasil dentre as 70 plantas auditadas em todo mundo
 - Planta de Poços 1ª
 - Planta de Maracanaú: 12ª colocação
- ✓ Número de funcionários envolvidos no programa de saúde e nutrição: Mais de 800

Relações Humanas

Ambiente de trabalho

→ Danone People Survey

A Danone realiza a cada dois anos uma Pesquisa de Clima com o objetivo de entender a percepção do funcionário em relação ao ambiente de trabalho da companhia. Todos os funcionários, incluindo escritório, fábricas e equipe de vendas, são convidados a participar. No ano é realizada a análise de resultados, criação e implementação de Planos de Ação. Cada área possui uma pessoa responsável por desenhar e conduzir o Plano de Ação em seu departamento, já que as análises de resultados são feitas por área, de forma a possibilitar um Plano de Ação mais focado. A pesquisa aborda temas como satisfação com o ambiente de trabalho, relacionamento com o gestor, colegas de trabalho, remuneração, benefícios,

orgulho, além da visão do funcionário sobre o posicionamento da companhia em relação a questões ambientais e sociais.

Em 2013 a pesquisa contou com a participação de 88% dos funcionários.

→Voluntariado

Em 2013 a Danone deu início ao programa de voluntariado "**Danone conta uma história**". Por meio dessa iniciativa, funcionários vão até a instituição Liga Solidária, organização social sem fins lucrativos que desenvolve programas socioeducativos e de cidadania que beneficiam mais de 3.200 pessoas em São Paulo, para contar histórias para crianças e jovens. Os temas dos livros variam entre saúde, nutrição, vida, família, amizade, diversidade, curiosidades culturais, crescer, alimentação etc. O Objetivo do projeto de leitura é:

- ✓ Estimular o desenvolvimento e interesse pela leitura,
- ✓ Desenvolver hábitos e atitudes para uma convivência saudável
- ✓ Valorizar o saber cultural

Foram 34 voluntários em 2013 e 334 crianças favorecidas em São Paulo. Em Poços de Caldas foram 59 Voluntários que atendiam duas Instituições, Casa do Caminho e Lar Filhos da Benção.

Indicadores – AMBIENTE DE TRABALHO

- ✓ 88% de participação dos funcionários na Pesquisa de Clima
- ✓ Condução do Plano de Ação em 100% das áreas
- ✓ 93 funcionários envolvidos no programa de voluntariado

Treinamento e Desenvolvimento Individual

→Universidade Danone

Em 2013 a Danone lançou a plataforma de treinamentos Universidade Danone. Por meio dessa plataforma o funcionário pode ter acesso a diversos treinamentos e realiza-los no momento em que tiver maior disponibilidade.

Alguns exemplos de treinamentos oferecidos nessa plataforma são: o de CODE – que se refere ao conceito de liderança que a companhia adota e quais os comportamentos esperados -, remuneração, sustentabilidade, gestão de projetos, workshop de criatividade, entre outros.

→Programa de Desenvolvimento Individual

A Danone possui um processo de Avaliação de Desempenho que se chama RDP (Revisão de Desenvolvimento e Performance), e é composto por três partes principais:

› **Resultados:** nesta etapa são definidos os objetivos individuais, e ao final do ciclo, avaliados os resultados.

› **IDP:** nesta etapa é feita a avaliação das competências comportamentais e funcionais/técnicas que são requeridas para cada cargo, considerando o próximo passo da carreira. O IDP também é o momento para traçar o Plano de Desenvolvimento Individual, com ações de treinamento e desenvolvimento formal, “*on the job*” ou via networking para desenvolver ou potencializar estas competências. Há um material de Competências e de Trilha de carreira que detalha o que é esperado de cada cargo e quais os passos possíveis em termos de carreira.

› **Carreira:** no momento de RDP, cada funcionário alinha com seu gestor quais são as expectativas de carreira e quais as oportunidades identificadas na Danone. É nesse momento que são declarados também os interesses profissionais e disponibilidade para mudanças (de área ou geográficas) do funcionário.

A avaliação de Desempenho na Danone é realizada duas vezes ao ano, a cada semestre. O resultado da Avaliação de Desempenho tem impacto direto sobre as decisões em relação ao bônus, aumentos salariais e movimentações de carreira.

Em 2013 conseguimos o envolvimento de 100% dos funcionários que concluíram o processo de RDP/IDP.

Indicadores

- ✓ 100% dos funcionários com processo de avaliação (RDP) concluído

Meio Ambiente

Gestão Ambiental

Gestão em Carbono

Em 2008 o presidente do Grupo Danone, Frank Riboud declarou publicamente que o Grupo reduziria suas emissões de carbono em 30% até o final de 2012. Desde então, a companhia desenvolveu toda a estrutura organizacional para monitorar e garantir o alcance da meta, além de vincular o resultado anual à remuneração de diretores e gerentes. Ao final de 2012 esse objetivo foi cumprido, sendo que a Danone Brasil ultrapassou a meta e registrou 33% de redução nesse período.

Em 2013 a Danone Brasil deu continuidade ao compromisso e implementou algumas iniciativas envolvendo redução das emissões de carbono como: mudanças na paletização, melhoria na roteirização de distribuição, inserção da tecnologia Mix Paper em novas linhas, entre outras, que resultaram em uma redução de 31,5g de CO₂ por kg de produto. Para os próximos anos, o Grupo Danone estimulou uma meta ambiciosa de redução de 50% até 2020 com base em 2007.

→ Ações na Fábrica

A gestão ambiental das fábricas da Danone é baseada em três aspectos fundamentais: a legislação ambiental brasileira, as exigências da ISO 14.001 e em indicadores como consumo de água, energia, geração de resíduos e reclamações externas. Os principais indicadores que são acompanhados na fábrica são:

Metas para redução: consumo de água; consumo de energia, DQO (qualidade do efluente), geração de resíduos e emissões atmosféricas

Metas para aumento: Recuperação de Resíduos, Reciclagem e Eficiência Energética

Indicadores - FABRICA

- ✓ 29 milhões de investimentos na nova ETE da fábrica de Poços de Caldas
- ✓ Poços de Caldas considerada fábrica de menor emissão de carbono do Grupo Danone
- ✓ Fábrica de Maracanaú (CE) teve redução de 125 mil kw no consumo de energia em 2013, comparado à 2012
 - Nos meses de junho e julho de 2014 tivemos uma redução de 8% no consumo de energia em relação à média diária de Janeiro a Maio, o que representa 96.540,00 kw de economia em 2 meses!

→Estudo de Biodiversidade

De forma pioneira no País, a Danone Brasil, em parceria com o IPÊ (Instituto de Pesquisas Ecológicas), promoveu um estudo que avaliou a dependência da companhia e o impacto de suas atividades nos serviços ecossistêmicos ao longo da cadeia de valor (agricultura, fornecedores, produção e distribuição). O estudo considerou a análise da biodiversidade e as tendências futuras de conservação dos recursos ambientais que provêm os serviços ecossistêmicos. Feito pela primeira vez por uma empresa no Brasil, o estudo emprega a metodologia Ecosystem Services Review (ESR), desenvolvida pelo World Resources Institute (WRI), que apoia os gestores no desenvolvimento proativo de estratégias de gestão de riscos e oportunidades decorrentes da dependência e impacto da empresa nos serviços ecossistêmicos, bem como os Relatórios de Avaliação de Ecossistemas do Milênio (2005) /Secretaria Geral das Nações Unidas.

A Danone utilizou a ferramenta de dependências e impactos da ESR para determinar os serviços ecossistêmicos mais relevantes para cada escopo de análise escolhido. Pesquisadores do IPÊ e a equipe da Danone coletaram informações em uma série de entrevistas com fornecedores e gerentes de operações da Empresa. Depois de coletar os dados, o time da Danone e do IPÊ identificaram os impactos e dependências mais importantes para cada área de análise, e selecionaram os serviços ecossistêmicos prioritários de cada uma em uma série de reuniões com os executivos da Danone.

Foram analisados a dependência e o impacto em mais de 20 serviços ambientais relevantes para a cadeia produtiva da companhia e, a partir disso, identificados os riscos e as oportunidades que podem surgir devido às tendências desses serviços, pra então traçar estratégias para a sua gestão e conservação.

A Danone está bem posicionada para capitalizar oportunidades significativas que surgem do manejo mais efetivo dos ecossistemas, tais como o aumento da qualidade nutricional de seus produtos, e custos operacionais mais baixos. Com o intuito de capturar estas oportunidades e reforçar a sustentabilidade de suas cadeias de abastecimento, a Danone Brasil investigou como poderia alavancar o gerenciamento sistemático dos serviços ecossistêmicos para melhorar o desempenho corporativo.

A metodologia divide-se em 5 passos principais:

PASSO 1. SELECIONAR O ESCOPO

PASSO 2. IDENTIFICAR OS SERVIÇOS ECOSISTÊMICOS PRIORITÁRIOS

PASSO 3. ANALISAR AS TENDÊNCIAS DOS SERVIÇOS ECOSISTÊMICOS PRIORITÁRIOS

PASSO 4. IDENTIFICAR RISCOS E OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO

PASSO 5. DESENVOLVER ESTRATÉGIAS

A Danone focou sua ESR em insumos-chave para o Danoninho, um queijo petit-suisse com sabor de morango muito popular como lanche para crianças no Brasil. Com base no diagnóstico encontrado, durante o ano de 2014 a empresa tem articulado parcerias com fornecedores para implementar iniciativas que visem a preservação dos serviços ecossistêmicos. Além disso, a fábrica de Poços de Caldas tem uma especial atenção na implementação de projetos de gestão da água, recurso essencial para a empresa e a comunidade do entorno.

Para obter mais valor da ESR, a Danone passou a ser parte da Parceria Empresarial pelos Serviços Ecossistêmicos (PESE), uma parceria entre empresas e sociedade civil, conduzida pelo Centro de Sustentabilidade da FGV (GVCes), para demonstrar os benefícios dos serviços ecossistêmicos no Brasil. As oito empresas participantes implementaram suas ESRs simultaneamente e realizaram reuniões periódicas para compartilhar suas experiências.

Embalagens

Dossiê de Gestão de Resíduos Sólidos – PRICEWATERHOUSECOOPERS

Desde 2009 a Danone Brasil, por meio de seus departamentos Jurídico e de Sustentabilidade, vem acompanhando ativamente as discussões e desdobramentos da regulamentação da Política Nacional de Resíduos Sólidos no Compromisso Empresarial para Reciclagem (CEMPRE) e na Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação (ABIA).

Durante os anos de 2012 e 2013, a Danone elaborou com a PricewaterhouseCoopers uma avaliação dos principais aspectos relacionados à sua gestão dos resíduos sólidos. O trabalho teve como principais objetivos a apresentação das ações e o seu sistema de gestão de resíduos sólidos, bem como sua compatibilidade com os requisitos da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS). Esse resultado foi publicado em um documento “***Danone Brasil: Dossiê Técnico de Resíduos Sólidos da Danone Ltda.***”

Para sua elaboração do Dossiê Técnico foram realizadas as seguintes atividades:

- Diagnóstico sobre o sistema de gestão de resíduos da Danone;
- Revisão do cálculo da compra de embalagens entre 2009 e 2012, da tonelada líquida vendida e das perdas líquidas, totalizando na quantidade de embalagens colocadas no mercado durante o período;
- Análise de alinhamento legal do sistema de gestão de resíduos à luz da PNRS;
- Análise do Projeto Novo Ciclo;
- Caracterização da região sul de Minas Gerais, quanto aos aspectos demográficos, econômicos, ambientais e de gestão de resíduos sólidos.

Um dos aspectos analisados nesse Dossiê foram as embalagens. A Danone busca reduzir a quantidade de embalagens utilizadas em seus produtos. Há pelo menos 10 anos, o centro de desenvolvimento de embalagens do Grupo Danone, localizado na cidade francesa de Evian, busca tecnologias que agredam menos o meio ambiente. No Brasil, as seguintes tecnologias são utilizadas:

***Foam:** a tecnologia em questão é denominada “Foam”, do inglês espuma, em função do aspecto esponjoso assumido pela chapa plástica, devido à adoção de ar (O₂) em sua composição. Isto faz com que a chapa utilizada na produção das bandejas de plástico empregue menor quantidade de resina PS (Poliestireno), reduzindo em 19% seu peso.

***Mix Paper:** É uma tecnologia utilizada nos selos dos potinhos de iogurte, feitos com um mix de papel e PET, predominantemente. Esta tecnologia reduz as emissões de CO₂, já que deixa de utilizar o alumínio na sua maior parte. Hoje já utilizado em diversas bandejas de algumas marcas, está num processo contínuo de ampliação de sua abrangência. Até o fim de 2013 todas as bandejas utilizarão dessa tecnologia.

***PET:** Lançada em setembro de 2012 a partir de um investimento de R\$ 14,5 milhões na linha de produtos lácteos, a Danone promoveu a substituição de HDPE por PET nas garrafas tamanho família (900 e 1350 gramas) e do papelão pelo shrink. Esse projeto permitiu uma redução de 22% do consumo de resina, o mesmo que 518 toneladas de plástico por ano e uma redução de 1,9g CO₂/kg de produto. A Danone foi a primeira empresa a utilizar a tecnologia PET em iogurtes.

Além dos projetos voltados para inovação em embalagens, cientes da necessidade de uma solução global e compartilhada envolvendo logística reversa de embalagens, o que convergia com o andamento do projeto de Lei para criação da PNRS, a Danone deu início ao planejamento de um programa de reciclagem pós-consumo, com foco em fortalecimento de cooperativas de catadores de materiais recicláveis, na região sul de Minas Gerais, chamado “Projeto Novo Ciclo”. Este projeto nasceu com o propósito de atender à vocação e compromisso de sustentabilidade do Grupo Danone, que envolve tanto o meio ambiente como a sociedade, bem como as exigências de responsabilidade compartilhada e logística reversa de embalagens com a integração de associações de catadores de materiais recicláveis.

A Danone entende que está no caminho nas ações de responsabilidade perante o material pós-consumo colocado no mercado. Trabalhar na redução do uso de embalagens e, de outro lado, para soluções compartilhadas de destinação desse material no momento do descarte, por meio da inclusão de catadores de materiais recicláveis, que são essenciais nesse processo.

Consumidores

Saúde e Nutrição:

→Projeto 1,2, 3 Lácteos

O projeto 1,2,3 e Lácteos é uma iniciativa de educação alimentar e nutricional promovida pela Danone em parceria com a Associação Médica Brasileira (AMB), dirigida aos professores e estudantes de 4º e 5º anos do Ensino Fundamental. O objetivo é ensinar as crianças a respeito da importância do consumo de alimentos mais saudáveis, dando destaque à importância para a saúde e o consumo de 3 porções diárias de produtos lácteos, como recomendado pelo Ministério da Saúde.

No ano de 2013, o Projeto foi desenvolvido nas cidades de Maracanaú (CE), Poços de Caldas (MG) e São Paulo (SP). Os professores receberam um conjunto de materiais impressos para

trabalhar em sala de aula, e também receberam acompanhamento da equipe de coordenação em relação ao andamento das atividades nas escolas.

Por meio do projeto, os alunos tiveram a possibilidade de aprender também a pesquisar, ler, interpretar e criar histórias, conhecer profissões, descobrir palavras e seus significados.

As atividades propostas foram realizadas durante os meses de agosto, setembro e outubro.

Os professores envolvidos também puderam participar do "Concurso Cultural 1,2,3 e Lácteos!", enviando à Central de Relacionamento campanhas de utilidade pública sobre a importância do consumo diário de lácteos e atividades realizadas em sala de aula.

Abaixo alguns resultados:

Número estimado de alunos participantes: cerca de 10.000

Cidade	Inscritos em 1,2,3 e Lácteos!	
	Escolas inscritas	Professores inscritos
Maracanaú	65	120
Poços de Caldas	17	53
São Paulo*	63	127
Total	145	300

Em 2014 o projeto teve continuidade e começa também a se expandir para outras localidades.

→ Copa das Nações Danone - Danone Nations Cup

A Copa das Nações Danone (Danone Nations Cup), criada pelo Grupo Danone em 2000, tem o objetivo de promover a prática de atividade física entre as crianças de 10 a 12 anos e seus familiares, contribuindo para a missão de levar saúde e nutrição ao maior número de pessoas possível.

Tradicionalmente o evento reúne em todo o mundo cerca de 2,5 milhões de pequenos craques, passando por 32 países. A final mundial conta com um padrinho mundial de destaque, o ex-jogador francês Zinedine Zidane.

No Brasil, a competição acontece desde 2002. Em 2013 foram 5.040 crianças envolvidas. Em 2014, são 5.228 crianças de 400 times (clubes, associações, escolas particulares e públicas) participam da iniciativa, de 6 estados (São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Distrito Federal e Ceará). O padrinho nacional é o ex-jogador brasileiro Cafu.

Em 2014, além de receber eventos esportivos importantes, o Brasil sediará pela primeira vez, em Novembro, a final mundial da Copa das Nações Danone (Danone Nations Cup). O País receberá 32 equipes de todo o mundo para definir o campeão da 15ª edição do torneio. Com o torneio disputado no Brasil, as equipes brasileiras contarão com uma motivação extra para se consagrarem campeões mundiais.

→Parceria Mesa Brasil – doação de produtos

O Mesa Brasil é uma rede nacional de bancos de alimentos contra a fome e o desperdício. É um Programa do SESC que visa fazer a ponte entre empresas que tem alimentos para doar e

que, de outra maneira, seriam desperdiçados, e organizações que precisam do alimento para oferecer aos seus beneficiários. Trata-se essencialmente de um Programa de Segurança Alimentar e Nutricional, baseado em ações educativas e de distribuição de alimentos excedentes ou fora dos padrões de comercialização, mas que ainda podem ser consumidos.

A Danone é parceira do Programa desde 2006. No ano de 2013, a Danone contribuiu com a doação de mais de 3.3 mil toneladas de produtos no total do ano, e uma média de mil organizações beneficiadas por mês em todo Brasil.

Além da doação de produtos, a parceria com o SESC prevê também uma sensibilização dos motoristas dos Centros de Distribuição (CDs) Danone. No Dia do Motorista, os CDs que têm interesse envolvem o SESC na articulação de atividades e palestras para trabalhar temas como saúde, nutrição segurança na direção etc.

Indicadores – SAÚDE E NUTRIÇÃO

- ✓ Educação Nutricional: 145 escolas envolvidas no programa 1,2,3 Lácteos
- ✓ Estímulo à atividade física: 5.040 crianças brasileiras participaram da DNC

Comunicação com Consumidores

→Nature Claim

Com o objetivo de acompanhar toda comunicação sobre questões de sustentabilidade, de forma a evitar o fenômeno do “green washing” ou ainda qualquer interpretação que não seja condizente com a realidade, a Danone criou um processo de aprovação de claims denominado Nature Claim.

Toda comunicação que venha acompanhada de um claim (alegação) de sustentabilidade deve seguir as diretrizes já definidas pelo Grupo Danone. O Grupo fez a divulgação de três documentos principais que orientam esse tipo de comunicação: Claims policy, Communications Guidelines e a ferramenta NATURE CLAIM dossier. O Claim Policy define a política de claim para Nature, e traz os princípios para comunicação. O Communications Guidelines orienta por meio de diretrizes e definição de processos. Alguns exemplos de tópicos possuem uma orientação específica de comunicação no Guia: Mudanças Climáticas, Água, Embalagens, Agricultura e Biodiversidade. A ferramenta NATURE CLAIM dossier é um questionário extenso que avalia o grau de risco do claim e orienta o líder da comunicação sobre como proceder em cada caso. Esse documento preenchido é também passado por todo um fluxo interno de aprovação, que, muitas vezes, envolve o Grupo Danone.

Os 5 princípios definidos pelo Grupo para esse tipo de comunicação são:

1. Cumprir com a legislação local
2. Consultar formadores de opinião nos tópicos de sustentabilidade mencionados no claim
3. Garantir que a ação seja correspondente e proporcional ao que está sendo comunicado
4. Claims relacionados a compromissos devem possuir um Plano de Ação como base
5. Claims devem sempre ser acompanhados de uma explicação

→ Os Cases de Danoninho

A Danone entende busca sensibilizar os pequenos consumidores em relação a temas de sustentabilidade. Com o objetivo de promover a **sensibilização ambiental** de crianças, a Danone lançou campanhas de marketing relacionado à causa (MRC), embasada na seguinte mecânica: “uma brincadeira, um conceito de sustentabilidade que sensibiliza as crianças, uma contrapartida relacionada à natureza”.

Foram basicamente três campanhas, todas seguindo a mesma mecânica: uma focada em **reflorestamento**, a segunda em conhecimento da **biodiversidade brasileira** e a terceira com foco no “**mundo do gelo**”.

O **Danoninho Para Plantar** foi uma campanha realizada em parceria com o Instituto IPÊ e que trabalhou os cuidados com a natureza e reflorestamento. Lançada em **2010**, a brincadeira era o plantio de sementinhas; no website, a criança tinha contato com um conteúdo que dava embasamento a essa brincadeira; a contrapartida era o plantio de 1m² de Mata Atlântica, a cada código inserido no site. Só na **campanha 2010** foram 70 mil acessos ao site por meio de códigos, o que significa que em torno de 70 mil crianças acessaram o conteúdo desenvolvido pelo IPÊ sobre os cuidados com a natureza.

Na **campanha de 2011**, escolas puderam participar por meio de atividades que foram disponibilizadas para trabalharem com as crianças. As cinco escolas vencedoras enviaram 14 professores para um **curso** no IPÊ chamado “**Educação Ambiental Para Professores**”, onde puderam ter um aprendizado em campo sobre características da Mata Atlântica e didática para o repasse do conteúdo para as crianças. Na **campanha 2011** foram envolvidas 380 escolas cadastradas, com uma média de 374 crianças por escola, ou seja, aproximadamente 142.000 crianças impactadas, em 23 estados. Participaram do curso 14 professores, de quatro regiões do Brasil. No total já foram reflorestados **354 mil m² de Mata Atlântica na região de Nazaré Paulista**, considerando as campanhas de 2010, 2011, 2012 e 2013. As campanhas dos quatro anos garantiram o compromisso do plantio total de **415 mil m²**, que estão sendo plantados pelo IPÊ, considerando os melhores períodos climáticos do ano.

Na campanha do **Álbum Virtual**, também desenvolvida com o IPÊ, em cada produto havia um código que era transformado em uma figurinha virtual no website. Esse álbum apresentava cada bioma brasileiro e suas características. Cada figurinha representava um animal daquele bioma, e a criança também tinha a oportunidade de conhecer mais sobre aquela espécie.

A campanha do **Animais do Gelo**, que aconteceu em 2012, sensibilizou as crianças sobre características da biodiversidade com foco na Antártica, por meio do conteúdo do livro publicado pelas irmãs Klink. Foi feita uma parceria com a **Fundação Abrinq** para a capacitação de professores de 10 instituições que repassaram esse conteúdo às crianças. Foram, portanto, 10 instituições envolvidas, o que significam 250 crianças, entre 06 e 08 anos, que foram diretamente beneficiadas pela ação por meio de atividades em classe como Diário de Bordo, jogos, filmes, visita ao Aquário de São Paulo, entre outras. Além disso, foram doados livros para crianças dos projetos sociais da Abrinq, e as irmãs Klink deram também sua famosa palestra interativa para as crianças.

Indicadores - COMUNICAÇÃO COM CONSUMIDORES

- Sensibilização Ambiental
 - Aproximadamente 142.000 crianças impactadas
 - Envolvimento de 380 escolas

Governança e Relacionamento com Parceiros

Criação de valor com a comunidade

A Danone entende que a forma de gerar valor por meio de inovação social deve ser feita com o fortalecimento da cadeia de valor da companhia para criar um forte vínculo entre a iniciativa socioambiental e os negócios.

Nesse sentido, foi criado o Fundo Ecosysteme, um dos fundos financeiros mantidos e gerenciados pelo Grupo Danone para fins de Sustentabilidade.

O Fundo Ecosysteme apoia projetos promovidos com intuito de desenvolver a cadeia de valor das diversas unidades da Danone pelo mundo, cujo escopo de atividades está voltado para questões relacionadas a emprego, desenvolvimento de competências e habilidades, bem como o micro empreendedorismo. Os projetos financiados pelo fundo devem gerar valor econômico e social, além de ser autossustentáveis, impactar número significativo de beneficiários e devem ser possíveis de ser replicados.

O primeiro projeto aprovado pelo Fundo no Brasil, em 2010, foi o **Projeto Kiteiras**, que tem como foco o desenvolvimento do empreendedorismo em mulheres de baixa renda da região Nordeste. A iniciativa, que começou na cidade de Salvador em 2011, é realizada em parceria com a ONG Aliança Empreendedora e um distribuidor Danone. A proposta do Projeto Kiteiras é impactar, do ponto de vista socioeconômico, mulheres da base da pirâmide social da região Nordeste do Brasil, mães solteiras e donas de casa de meia idade. Para isso, as mulheres são treinadas em temas que vão desde técnicas de vendas até empreendedorismo e discussões sobre saúde. Como benefício, além de estarem mais preparadas para o mercado de trabalho, tornam-se vendedoras porta a porta de kits de produtos Danone.

O **Projeto Novo Ciclo**, também apoiado pelo Fundo, é uma iniciativa socioambiental que visa incentivar a coleta seletiva em 23 municípios do sul de Minas Gerais, por meio de uma rede de 27 cooperativas de catadores de materiais recicláveis. O projeto é resultado de uma importante parceria com o Instituto Nenuca de Desenvolvimento Sustentável (INSEA) e o Movimento Nacional dos Catadores de Materiais Recicláveis (MNCR). Criado em 2012, o Projeto é baseado nos seguintes pilares principais de atuação: 1. Construção de uma rede de cooperativas para recuperação dos materiais recicláveis por meio de um modelo social que está potencializando o espírito empreendedor dos catadores das 27 cooperativas situadas no sul de Minas Gerais, região que abriga a planta da empresa em Poços de Caldas e de águas, em Jacutinga. 2. A implantação de Programa de Coleta Seletiva em 23 cidades do Estado de Minas Gerais. 3. Fortalecimento das 27 cooperativas já existentes nestes municípios, por meio de treinamentos e articulação para melhoria da infraestrutura. Como resultado, pretende-se ampliar a taxa de coleta seletiva dos municípios do Sul de Minas Gerais de 5% para 20%.

Desde a sua implementação, já é possível notar evolução. No início, o projeto contava com 22 municípios e 24 cooperativas. Hoje, já são 23 municípios e 27 cooperativas. Além disso, a média de percentual de coleta seletiva nas cidades subiu de 5% para 19%.

A renda média do catador subiu de R\$ 460,00 reais para R\$ 921,00 em apenas dois anos de projeto. A troca de experiências em rede e a movimentação nas cidades, ocasionada pela implementação do projeto, foram responsáveis pelo crescimento.

Além disso, com o suporte do INSEA, oito cooperativas conseguiram acesso a Bolsa Reciclagem - um incentivo financeiro concedido pelo governo do Estado de Minas Gerais às cooperativas e associações de catadores de materiais recicláveis - totalizando cerca de 350 mil reais de repasse em seis meses.

Foram formados Fóruns Gestores nas cidades envolvidas no projeto, que são representadas pelos governos municipais, universidades e ONGs, com o objetivo de construir o cronograma de lançamento do Programa de Coleta Seletiva de cada cidade e acompanhar sua implementação. A criação de Fóruns Gestores pelos municípios representa um passo fundamental para o Novo Ciclo, pois evidencia o comprometimento do governo local em sustentar o projeto no longo prazo.

Em 2014 o Projeto entrou em uma segunda fase de implementação. Para esta fase o foco principal está no reforço do suporte local às cooperativas para alavancar seu desenvolvimento, consolidação da parceria com os governos locais e a implementação dos Programas de Coleta Seletiva, além da estruturação da operação da Rede de Cooperativas.

Reconhecimentos

Durante o ano de 2013 a Danone recebeu alguns reconhecimentos por suas iniciativas em sustentabilidade. As campanhas de Danoninho que levaram sensibilização ambiental às crianças – conforme descritas nesse Relato – foram reconhecidas pelo Prêmio Benchmarking Brasil - conduzido pelo Instituto Mais e que reconhece as empresas e instituições com as melhores práticas socioambientais do país. No ano de 2014 o mesmo Prêmio reconheceu o Projeto Novo Ciclo, que alcançou a 4º posição no ranking.

Ainda em 2013, a Danone foi finalista no Prêmio Green Project , com o Projeto Novo Ciclo e no Prêmio Ética nos Negócios, com as nossas iniciativas de combate à exploração sexual de crianças e adolescentes nas estradas, por meio do Programa de Excelência em Transporte (PET) e Programa na Mão Certa.