

Relatório de Desempenho e Sustentabilidade do



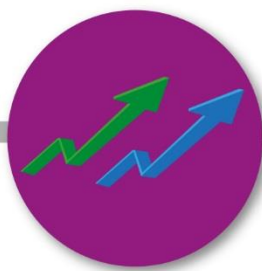
Perfil Corporativo

Governança

Desempenho econômico

Relacionamentos de valor

Gestão socioambiental



Sumário

Mensagem do Presidente.....	1	Gestão Socioambiental.....	24
Perfil Corporativo.....	3	Sustentabilidade corporativa.....	24
Missão, Visão, Valores e Princípios.....	3	Engajamento para a sustentabilidade.....	24
Liberdade de Expressão.....	3	Prêmios e guias.....	25
Atuação.....	4	Estímulo à educação.....	26
Editora Abril.....	4	Formação e reconhecimento de comunicadores.....	27
CASA COR.....	8	Conscientização e engajamento.....	28
Gráfica <i>Abril Print</i>	9	Mitigação de Impacto Ambiental....	29
Total Express.....	10		
Fundação Victor Civita.....	12	Sobre o Relatório.....	34
Governança.....	13	Apresentação.....	34
Grupo Abril.....	13	Índice GRI.....	35
Gestão de Riscos.....	14	Créditos e Informações Corporativas.....	42
Desempenho econômico.....	15		
Resultados Econômicos.....	15		
Incentivos governamentais.....	16		
Relacionamentos de valor.....	17		
Time de profissionais.....	17		
Diversidade.....	20		
Cadeia de fornecedores.....	22		
Relacionamentos no setor.....	22		

G4-1

O ano de 2015 marcou grandes transformações no Grupo Abril. Com um time comprometido, fizemos mudanças estratégicas em nossos processos e práticas, principalmente no jeito de operar a produção de conteúdo e o relacionamento com o mercado.

Passamos a oferecer de maneira inovadora o alcance e o enorme potencial de engajamento de nossas marcas. Unificamos a estrutura comercial de toda a Editora Abril para levar aos nossos clientes soluções exclusivas, criadas por especialistas em cada negócio e setor, para gerar ainda mais interação com os leitores em diferentes plataformas e publicações.

Criamos o Estúdio ABC – *Abril Branded Content* e o ABD – *Abril Big Data*. O primeiro produz, de forma pioneira, conteúdos customizados para marcas com a qualidade da Editora Abril. O ABD, por sua vez, permite desenhar estratégias segmentadas, por meio da inteligência do nosso banco de dados - o maior do Brasil, com cerca de 40 milhões de nomes.

Nos outros negócios nos quais atuamos também seguimos evoluindo. Redirecionamos a produção do nosso parque gráfico para os equipamentos mais modernos e eficientes, obtendo assim ganhos de eficiência e de tempo de ocupação das máquinas da gráfica *Abril Print*.

A DGB, nossa holding de logística e distribuição, segue em expansão e adota o nome Total Express em todas as suas operações para ter uma presença mais forte e estratégica no mercado, com mais sinergia entre as operações e melhores resultados. Para suportar esse crescimento e garantir a captura de novas oportunidades, buscamos iniciativas para integrar, automatizar e otimizar processos na operação, aumentando nossa agilidade e eficiência.

Os efeitos positivos desse intenso processo de transformação - e seu potencial de trazer maior competitividade para o Grupo - já começaram a ser sentidos ao final de 2015. A confiança no modelo de negócio e na estrutura que o coloca em prática também apoiou positivamente a gestão econômico-financeira do Grupo, que reperfilou sua dívida – alongando o prazo e dando mais conforto à execução do planejamento estratégico – e recebeu aporte de R\$ 450 milhões de seu acionista majoritário.

Além da sustentação econômica, essencial, também seguimos comprometidos com o desenvolvimento da sociedade e do país, considerando em todos os aspectos do negócio nosso compromisso com o Pacto Global e os 10 princípios relacionados à promoção dos direitos humanos, com o combate à corrupção, o respeito às relações de trabalho e ao meio ambiente.

Entramos 2016 confiantes e otimistas, preparados para trabalhar intensamente no progresso contínuo do nosso jeito de fazer negócio e, ao mesmo tempo, aproveitando os preciosos ativos da nossa tradição de décadas – a credibilidade, a liderança, a competência, o conhecimento e a equipe altamente envolvida e preparada. São eles que nos dão a capacidade de seguir evoluindo e gerando valor para a sociedade e aos nossos colaboradores, acionistas, clientes e fornecedores.

Giancarlo Civita

Presidente do Conselho de Administração - Grupo Abril



G4-56

Missão

A Abril está empenhada em contribuir para a difusão de informação, cultura e entretenimento, para o progresso da educação, a melhoria da qualidade de vida, o desenvolvimento da livre iniciativa e o fortalecimento das instituições democráticas do país.

Visão

Ser a companhia líder em multimídia integrada, atendendo aos segmentos mais rentáveis e de maior crescimento dos mercados de comunicação e educação.

Valores

Excelência, integridade, pioneirismo e valorização das pessoas.

Princípios

Competitividade, foco no cliente, rentabilidade e trabalho em equipe.

Liberdade de Expressão

O Grupo Abril oferece aos seus leitores subsídios e conceitos para que tirem suas conclusões e façam suas próprias escolhas, defendendo que tanto a imprensa quanto os cidadãos tenham espaço para se expressar e colocar suas opiniões. Da mesma forma, cabe à audiência escolher o que quer ler, ver ou ouvir, na busca do meio com o qual mais se identifique.

“A liberdade de manifestação do pensamento, que se constitui num direito natural do cidadão, é o pressuposto básico da democracia e precede todas as demais liberdades por ela asseguradas: política, religiosa, econômica, de imprensa, de associação e todas as outras. Essa liberdade e democracia dependem, para se manterem, das informações e da fiscalização que somente uma gama diversificada de veículos independentes pode assegurar. Por sua vez, os meios de comunicação não subsistiriam sem a publicidade, que não existiria se não houvesse competição, que não teríamos sem um sistema de mercado livre, que depende – fechando esse círculo virtuoso e admirável – da democracia e da liberdade para garanti-lo” Roberto Civita.

Atuação

G4-4, G4-8, G4-9

O Grupo Abril é um dos maiores e mais influentes grupos de Comunicação e Distribuição da América Latina. Ao longo de sua trajetória, que começou em 1950 com uma pequena editora, o Grupo vem fortalecendo sua missão e ganhando relevância na vida dos brasileiros.

Está presente na vida de milhões de brasileiros de todas as regiões e classes sociais, oferecendo conteúdos de excelência por meio de múltiplos canais, sempre permeados pela tradição de uma história de 66 anos e pela atenção e conexão às mudanças da sociedade.

Sua estrutura de operação é composta por três negócios - Editora Abril, gráfica *Abril Print* e Total Express (logística e distribuição) – e pela Fundação Victor Civita, organização sem fins lucrativos que tem a missão de construir e disseminar conhecimentos e valorizar práticas da Educação Básica que auxiliem educadores a enfrentar os desafios de seu tempo.

Editora Abril

G4-M2, G4-M3, G4-M4, G4-M6, G4-M7

A Editora Abril é uma das maiores provedoras de conteúdo do País. Mensalmente, 17,5 milhões de pessoas¹ leem as revistas impressas e digitais e 34,4 milhões de pessoas² acessam os sites da Abril. Desse total, 23,5 milhões² já o fazem através de um dispositivo móvel (tablet ou celular).

Em 2015, a Abril deu continuidade ao processo de transformação na gestão de seu portfólio e na mudança da cultura e modelo de negócio, com a adequação de sua estrutura ao presente e às incertezas do mercado.

Assim, hoje é mais ágil, mais digital e mais eficiente, com um time engajado e disposto que conduz a contínua renovação do negócio em sintonia com os hábitos e demandas de seus públicos, em um cenário mundial de transformação no setor.

A Editora Abril está organizada em cinco núcleos: VEJA, EXAME, Femininas, Estilo de Vida e Infantis. Essa estrutura possibilita maior integração entre as plataformas e os conteúdos impressos e digitais, bem como maior aproximação das equipes com suas audiências.

¹ Fonte: Projeção Brasil de Leitores, com base nos Estudos Marplan e IVC de jan-dez/15

² Fonte: ComScore de mar/16

Um dos mais valiosos ativos do Grupo são as comunidades que se reúnem em torno das marcas. Alguns destaques:

- **VEJA** é a maior revista do Brasil e a segunda maior revista semanal de informações do mundo, com tiragem semanal de aproximadamente 1 milhão de exemplares.
- **VEJA SÃO PAULO** completou 30 anos em 2015. Entre muitas matérias de destaque, comemorou a data com a edição especial de aniversário, que trouxe o perfil de 30 personalidades da cidade.
- A marca **EXAME** vem, ano a ano, se estabelecendo e se destacando como incentivadora em inovação, competitividade e sustentabilidade no mundo corporativo.
- **EXAME FÓRUM** promoveu, em 2015, cinco eventos para debater temas e tendências para o desenvolvimento da sociedade:
 - “O Brasil dos próximos anos: Como superar a crise e reconstruir as bases do nosso desenvolvimento”;
 - “Economia Verde: As oportunidades do Brasil”;
 - “Agronegócios: a agricultura do futuro”;
 - “Educação: Como o Brasil pode dar um salto de qualidade”;
 - “O legado e os negócios em torno do maior evento esportivo”.
- A **SUPERINTERESSANTE**, revista com linguagem clara e direta, enxerga tendências, faz análises detalhadas e inova nas abordagens. Tem mais de 3,6 milhões de fãs no Facebook.
- **CAPRICO** por sua vez, tem 6,6 milhões de fãs no Facebook, 12 milhões de *page views*, e se constituiu em uma grande plataforma de comunicação com um público jovem cada vez mais conectado.
- **CLAUDIA** se manteve por mais um ano como a maior revista feminina do Brasil - uma marca que celebra as mulheres e fortalece conexões.
- **MDEMULHER** é um portal feminino que agrega o conteúdo das mais importantes marcas femininas do país: CLAUDIA, ELLE, COSMOPOLITAN, BOA FORMA, ESTILO, SAÚDE e BEBÊ.com.
- **QUATRO RODAS** é a maior e mais respeitada publicação brasileira voltada ao segmento automobilístico.

G4-13

Outros destaques foram a reorganização estratégica da operação de publicidade e a criação do Estúdio ABC (*Abril Branded Content*) e do ABD (*Abril Big Data*). Essas iniciativas, apresentadas a seguir, exemplificam o esforço do Grupo em buscar a inovação, a credibilidade e a excelência dos conteúdos, produtos e serviços ofertados aos clientes e leitores.

Reorganização operacional

A Editora Abril reorganizou sua estrutura comercial em equipes especialistas nos setores: bens de consumo; moda e decoração; automobilismo, mobilidade e viagem; financeiro e imobiliário; telecomunicações, telefonia, saúde e bem-estar.

Assim, consegue oferecer aos clientes soluções mais aderentes a cada segmento do mercado, trabalhando de forma integrada os diferentes canais, mídias e plataformas que integram o portfólio da Editora: revistas, sites, aplicativos, redes sociais, vídeos, eventos e mostras.

Em 2015, as equipes de marketing e comercial tiveram mais de 150 horas de treinamento voltado a mídias digitais, técnicas de segmentação em *big data*, *branded content* e vendas.

Estúdio ABC – Abril Branded Content

O **estúdio** é um núcleo formado por profissionais experientes, dedicados a produzir conteúdo para marcas. São soluções de comunicação customizadas, que abordam o setor do anunciante ou temas relevantes para seu negócio de maneira informativa, captando a atenção do público e prestando um serviço à sociedade.

O ABC foca na entrega de valor para marcas, baseado na qualidade das informações e na clara identificação do conteúdo patrocinado, distribuindo-o para uma audiência qualificada e otimizando os esforços de comunicação dos clientes.

Alguns exemplos do que foi produzido em 2015:

- **Renault:** Produzida em parceria com o Estúdio ABC, a websérie Sandero R. S. Race reuniu midiáticos, jornalistas e fãs em um *reality show* cheio de adrenalina e humor. Em diálogo com a série, publieditoriais sobre a disputa e análises sobre o carro foram publicadas no HUFFPOST BRASIL e na QUATRO RODAS.
- **Petrobras:** O projeto Petrobras-Beta é um conjunto de peças comunicação, desenvolvido pelo Estúdio ABC para a marca, e publicado nas revistas EXAME, SUPERINTERESSANTE e QUATRO RODAS, além dos sites EXAME.com, SUPER.com, HUFFPOST BRASIL, MDEMULHER e QUATRORODAS.com.

Fonte: Portfólio Abril *Branded Content*



Lançado em junho de 2015, o Estúdio ABC produziu no ano mais de 350 conteúdos

ABD – Abril Big Data

A *Abril Big Data* oferece, a partir da análise especializada da grande base de dados do Grupo Abril, subsídios para a construção de soluções e ações de comunicação que possibilitam aos anunciantes entender e captar novos clientes, alavancar suas campanhas e otimizar seus canais de vendas.

Estratégia multicanal

Ao longo de 2015 e no início de 2016 foram criados novos sites e aplicativos de diferentes marcas do Grupo, com o objetivo de estreitar as relações e conexões com o público e oferecer conteúdo e entretenimento de uma maneira mais interativa e atrativa nos diferentes canais e pontos de contato.

Esse exercício amplia as possibilidades de ativação das marcas dos anunciantes, clientes do Grupo, aprimorando o alcance e as métricas de acompanhamento de suas ações de marketing e propaganda.

Alguns exemplos dos sites e aplicativos lançados em 2015:

- [MDEMULHER](#) Mobile – um projeto feito, especialmente, para telas de smartphones.
- Websérie da CAPRICHÔ: série online na [TV CAPRICHÔ](#).

- Aplicativo **BOA FORMA**: lançado em homenagem aos 30 anos da publicação, o novo aplicativo #atitudeboaforma ajuda a usuária a conquistar e manter um estilo de vida mais saudável.
- Parceria exclusiva com o **UBook**, aplicativo que disponibiliza livros e cursos – e, agora, revistas – em áudio.
- Marcas como ELLE, CLAUDIA, GUIA DO ESTUDANTE, HUFFPOST BRASIL, EXAME.com, MDEMULHER, MUNDO ESTRANHO, SUPERINTERESSANTE e VIAGEM E TURISMO criaram perfis no Spotify, nova plataforma de relacionamento com seus leitores.
- **Vlog A Gorda e o Gay**: uma parceria entre o MDEMULHER e o Núcleo de Vídeos da Abril, que traz tabus ou assuntos pouco comentados sobre diversidade para serem discutidos semanalmente com o público.

CASA COR

Maior evento de arquitetura e decoração da América Latina, reúne anualmente reconhecidos arquitetos, decoradores e paisagistas. Em 2015, chegou à 29ª edição em São Paulo, além de ser realizado em 19 franquias nacionais e quatro internacionais.

Fonte: Divulgação Grupo Abril



Livia Pedreira e Cristina Ferraz durante o primeiro encontro da CASA COR São Paulo. Ao lado, a "Biblioteca de Estar", de Bruno Gap, um dos 76 ambientes da mostra de São Paulo.

Com uma significativa mudança de conceito, trouxe no ano uma mostra mais sucinta, sofisticada, inspiracional e com curadoria. Alguns destaques de 2015:

- Lançamento do CASA COR Mobile, ferramenta exclusiva do evento;
- Inauguração da TV CASA COR, do Snapchat (casacoroficial) e do Periscope (@casacor);
- Aumento de 27% na bilheteria do evento em comparação com o ano anterior.

Os bons resultados também se refletiram na gestão socioambiental do evento:

- Redução de 59,5% no consumo de água, quando comparado com 2014;
- Iluminação 100% em LED;
- Desenvolvimento de ações de educação ambiental para os operários e assistentes.

Integração: marcas x conteúdo x produtos dos clientes

A Abril tem trabalhado em intensificar a geração de valor a partir dos ativos intangíveis de suas marcas, como seus valores e o relacionamento com seu público.

Assim, além da ampliação de ações de licenciamento, a empresa passa a desenvolver projetos de curadoria de produtos, apresentando novidades de interesse de seu público. Isso significa levar ao leitor kits para que ele possa ter a experiência de usá-los.

Todas essas iniciativas aprimoram a experiência e a interação com o público final e oferecem novas oportunidades para as empresas clientes.

Alguns exemplos de ações:

- BOA FORMA: entre as ações do aniversário de 30 anos, a publicação elaborou uma [caixa de produtos saudáveis](#) com 15 itens para que suas leitoras consumissem antes e depois do treino físico.
- Parceria CAPRICHÔ e [O Boticário](#): o projeto Você Diva, um pacote completo de comunicação que incluiu site, websérie, matérias e posts no aplicativo da publicação, foi desenvolvido pelo Estúdio ABC para o Boticário, em parceria com CAPRICHÔ, o Núcleo de Vídeos da Abril e colaboradores externos.

Gráfica Abril Print

A gráfica Abril Print é a maior gráfica de revistas da América Latina em volume de produção e atende, além da operação do Grupo, um portfólio de clientes, imprimindo 1,4 milhão de exemplares de diferentes peças gráficas por dia todos os dias do ano.

Seu parque gráfico, que ocupa uma área de 52.500m², é o único com impressão em rotogravura na América Latina. Com uma estrutura moderna e eficiente e uma cultura de inovação e tecnologia, desenvolve soluções personalizadas para atender as demandas de seus clientes.

Buscando a melhoria contínua e a eficiência de seus processos e operações, a Gráfica vem encorajando todos os funcionários da unidade a desenvolver e registrar novas ideias sobre como aprimorar tarefas, procedimentos e arrumações no ambiente de trabalho. Por meio do Programa Contribua - nome dado à iniciativa – no último ano foram implementadas 1037 melhorias.

Em 2015, a Gráfica seguiu inovando no desenvolvimento de soluções customizadas para seus clientes, aplicando seu extenso know-how na oferta de serviços gráficos únicos no mercado. Além disso, buscou ampliar a eficiência de sua operação, descontinuando o uso de equipamentos antigos e aumentando a utilização dos mais modernos.

Fonte: Divulgação Grupo Abril



A gráfica *Abril Print* é a primeira gráfica brasileira a ter um inventário de emissões de gases de efeito estufa na metodologia do *GHG Protocol*, além das certificações *Forest Stewardship Council* (FSC) e Sistema de Certificação Florestal Brasileira/*Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes* (Cerflor/PEFC).

Total Express

A Total Express, empresa de logística e distribuição do Grupo Abril, atua tanto na operação logística de revistas do Grupo, quanto na oferta de soluções completas em logística e distribuição de encomendas de pequeno e médio porte para operações B2B (*business to business*) e B2C (*business to consumer*).

Atualmente, é a maior empresa privada de transporte fracionado para o e-commerce do Brasil e a mais especializada rede de distribuição de publicações do país, responsável por entregar cerca de 770 milhões de itens a cada ano.

Fonte: Divulgação Total Express



Sua estrutura conta com cinco mil veículos dedicados em 600 rotas semanais aéreas e terrestres que chegam a 30 mil pontos de venda e até 49 milhões de domicílios, equivalente a 95% do potencial de consumo do país, em 2.300 cidades do país.

Seus 750 clientes ativos contam, ainda, com uma área operacional de 175 mil metros quadrados, além do suporte de 2.400 funcionários, 10 mil colaboradores indiretos e 136 distribuidores regionais. Em 2015, a empresa lançou um App Mobile, que permite ao embarcador visualizar o status de entrega de suas encomendas em tempo real, uma grande inovação em suas operações.

A Total Express possui um portfólio completo de serviços de logística e distribuição, entre os quais destacamos:

- Entregas fracionadas B2C (e-commerce e assinaturas) e B2B;
- Armazenagem e manuseio;
- Inteligência de distribuição de produtos para mais de 30 mil pontos de venda (bancas, livrarias, supermercados, atacadistas, entre outros).

Fundação Victor Civita

A Fundação Victor Civita é uma entidade sem fins lucrativos que, há 30 anos, contribui para a melhoria da qualidade da educação no Brasil, a partir da construção e disseminação de conhecimentos e práticas em apoio aos educadores.



Para isso, produz conteúdo auxiliar para a capacitação e valorização de professores e gestores. Também procura influenciar políticas públicas de ensino.

Atualmente, a Fundação busca cumprir sua missão por meio do Prêmio Educador Nota 10, que – realizado em parceria com grandes grupos de comunicação: a Fundação Roberto Marinho, a Rede Globo e a Editora Abril – reconhece, valoriza e premia educadores de todo o País, disseminando suas práticas e apoiando a transformação da educação nacional.

Fonte: Divulgação Grupo Abril



Vencedores da 18ª edição do Prêmio Educador Nota 10, acompanhados por Victor Civita Neto (ao centro), presidente do Conselho da Fundação.

Em 2015, as revistas NOVA ESCOLA e GESTÃO ESCOLAR, dois projetos de destaque da Fundação, reconhecidos como patrimônio da educação e do jornalismo, foram transferidos à Fundação Lemann.





Governança

G4-34

A estrutura de governança do Grupo Abril é adequada à condução de suas empresas orientadas pelas Melhores Práticas de Governança, do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).

Cada empresa do Grupo possui estrutura própria, incluindo a composição dos órgãos de gestão e governança, conforme apresentado a seguir:

Grupo Abril

Conselho de Administração formado por membros da família Civita.

Conselho de Administração

Presidente: Giancarlo Francesco Civita

Membros: Roberta Anamaria Civita e Victor Civita Neto

Grupo Abril

Presidente: Walter Longo

Editora Abril

Diretora Editorial: Alecsandra Zapparoli

Diretor de Operações: Fabio Gallo

Gráfica Abril Print

Diretor Superintendente: Eduardo Costa

Total Express

Presidente: Claudio Prado

Fundação Victor Civita

Presidente do Conselho: Victor Civita Neto

Gestão de Riscos

G4-41, G4-56, G4-SO3, G4-SO4, G4-So5

Os processos do Grupo Abril são mapeados de acordo com a probabilidade de riscos com impacto negativo ao negócio: financeiros, operacionais, regulatórios, socioambientais, reputacionais, de governança. A partir deste mapeamento são realizadas análises e classificações (em alto, médio e baixo).

Cada risco tem, então, um plano de monitoramento implementado (indicador, teste de compliance ou de auditoria), que é realizado periodicamente para garantir sua mitigação.

Riscos de corrupção

Para garantir a atuação ética, valor fundamental do Grupo, os riscos de corrupção são mapeados e monitorados a partir da identificação de processos e atividades que possuem relacionamentos com órgãos públicos.

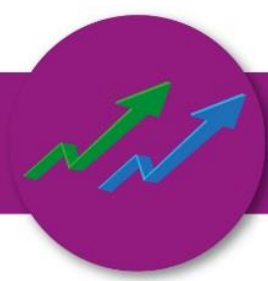
O Grupo Abril tem uma Política Anticorrupção formalmente estabelecida desde 2014, comunicada a todo o público interno e fornecedores, e um código de ética que, além do combate à corrupção, dispõe sobre assédio, fraudes e conflitos de interesse.

Ao longo de 2014 e 2015 foi também implementado programa de compliance, para garantir o atendimento à Lei Anticorrupção, que determina os controles e políticas para prevenir atividades ilícitas e conflitos de interesse na contratação de terceiros, pagamento de comissão e bônus, patrocínio e doações financeiras, concessão de licenças ou certificados emitidos pelo governo, vendas governamentais e concessão de hospitalidades e brindes.

Possíveis denúncias podem ser feitas pelo e-mail codigodeconduta@abril.com.br ou telefone 0800-7722745 por meio de uma empresa independente do Grupo contratada para esse fim. Cabe a ela uma análise inicial e o encaminhamento dos casos para Diretoria de Auditoria dar o tratamento necessário.

O Grupo Abril apoia o combate à corrupção e endossa em sua atividade empresarial a ética e a gestão atenta, mitigando riscos de corrupção. Para isso, participa do Instituto de Compliance Brasil, entidade que tem como objetivo promover a cultura de Compliance, incluindo práticas Anticorrupção, e do Grupo temático anticorrupção da Rede Brasileira do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU).





Resultados Econômicos

“Promover crescimento e sustentabilidade é garantir que teremos acesso aos recursos naturais no futuro. A inovação e as novas tecnologias são fundamentais para responder essas questões. Novas tecnologias para produção de energia, novas parcerias, novos modelos de negócios.”

Fonte: VEJA.com – 04/10/2015

G4-9

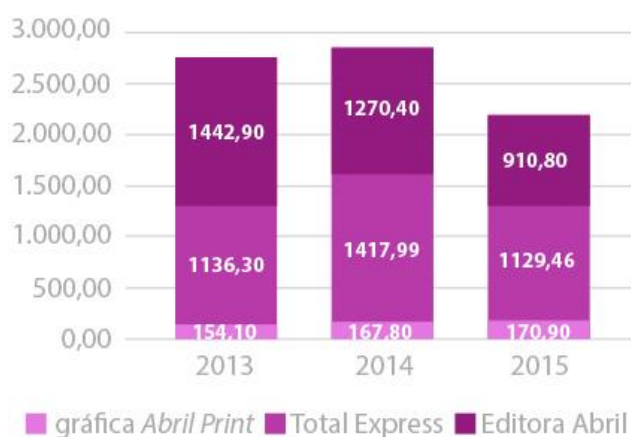
As empresas do Grupo Abril têm trabalhado na definição de foco em negócios prioritários, na redução dos custos por meio de revisão e simplificação de processos, na reorganização da estrutura societária, na priorização de investimentos, na negociação de ativos não estratégicos e na busca de novos financiamentos e de renegociação de dívidas de curto prazo.

Em 2015, o negócio alcançou R\$ 2.211,16 milhões de receita líquida, e gerou R\$ 193,64 milhões de valor adicionado, distribuídos entre seus colaboradores, sob forma de remuneração, ao governo, sob forma de impostos e taxas e às instituições financeiras, sob forma de remuneração de capital.

Grupo Abril - Receita líquida (R\$ milhões)



Distribuição da Receita Líquida (em R\$ milhões)



G4-EC1, G4-EC4

Distribuição do valor adicionado (R\$ milhões)						
Categoria Funcional / Gênero	Abril Mídia (Editora Abril + gráfica Abril Print)			Total Express		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Pessoal e encargos	594	593	516	113	127	140
Impostos, taxas e contribuições	374	303	207	277	225	251
Remuneração de capital de terceiros	201	277	330	24	47	58
Remuneração de capitais próprios	-174	-139	-511	-124	-48	-256
Total	995	1035	541	290	351	194

Demonstração de valor adicionado (em %)						
Categoria Funcional / Gênero	Abril Mídia (Editora Abril + gráfica Abril Print)			Total Express		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Acionistas (remuneração de capital próprio)	-	-	-	2%	-	-
Colaboradores (remuneração, benefícios e encargos para empregados)	56%	57%	95%	39%	37%	73%
Governo (impostos, taxas e contribuições)	40%	29%	38%	95%	64%	130%
Lucro retido/ Prejuízo do exercício	-16%	-14%	-94%	-44%	-14%	-132%
Juros e aluguéis (remuneração de capital de terceiros)	20%	27%	61%	8%	13%	30%
Demonstrativo de Valor Adicionado - Resumido G4-EC1			100%			100%

Incentivos governamentais

A Editora Abril, a gráfica *Abril Print*, Total Express e algumas de suas controladas utilizam linhas de financiamentos com juros subsidiados por programas do BNDES, uma linha de crédito intitulada de FINEM - Financiamento a Empreendimentos. Neste sentido, vale frisar que o Governo não possui participação na estrutura acionária da Companhia.





Relacionamentos de valor

Pessoas que fazem a Abril

Time de profissionais

G4-9, G4-10, G4-LA1

A força do Grupo Abril está baseada em seus funcionários e em um modelo de gestão que inclui a valorização das pessoas e o trabalho em equipe.

Os profissionais que fazem parte do negócio - 4771 colaboradores próprios e 1508 terceirizados ao final de 2015 -, têm sido um importante ativo da Abril, engajados na construção estratégica do futuro das empresas do Grupo.

Abril Mídia (Editora Abril + gráfica Abril Print)

por gênero



por nível funcional

Administrativa	889
Comercial*	2
Editorial	392
Estagiário	181
Executivo	100
Gerencial	251
Gráfica (operação)	838
Jovem Cidadão	17
Operacional administrativo	39
Publicidade	80
Técnica	13

*O cargo Comercial refere-se aos funcionários da gráfica Abril Print

por região



por tipo de contrato

207 (8%)
tempo determinado

2.534 (92%)
tempo indeterminado

por tipo de emprego

2.741 (100%)
Jornada integral

Obs.: Os jornalistas estão contemplados dentro dos níveis: Editorial, Gerencial e Executivo.

Nº de funcionários	Contratações		Desligamentos		Rotatividade	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Por gênero						
Masculino	304	174	701	555	24%	22%
Feminino	433	238	817	582	39%	37%
Por faixa-etária						
Abaixo de 30 anos	597	338	929	605	57%	56%
Entre 31 e 50 anos	123	69	522	440	16%	17%
Acima de 50 anos	17	5	67	92	10%	13%
Por região						
Região Sul	9	1	60	1	94%	7%
Região Sudeste	722	405	1465	1109	30%	28%
Região Centro-Oeste	5	6	13	27	21%	92%
Região Nordeste	1	0	0	0	7%	0%
Região Norte	0	0	0	0	0%	0%

Total Express

por gênero



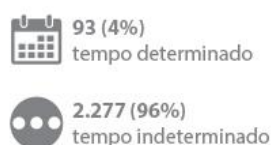
por região



por nível funcional

Administrativa	412
Comercial	14
Consultor/Especialista	76
Coordenador/Líder	137
Executivo	11
Gerencial	68
Menor Aprendiz	21
Motoristas	134
Operacional	1457
Outros cargos operacionais	40

por tipo de contrato



por tipo de emprego



Nº de funcionários	Contratações		Desligamentos		Rotatividade	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Por gênero						
Masculino	808	774	902	751	52%	44%
Feminino	257	228	400	236	58%	37%
Por faixa-etária						
Abaixo de 30 anos	748	724	829	626	33%	60%
Entre 31 e 50 anos	306	265	439	339	15%	29%
Acima de 50 anos	11	13	34	22	1%	9%

Obs.: A Total Express não contabiliza os dados de rotatividade por região.

Treinamento

G4-LA9

Alinhada à sua nova estratégia comercial, em 2015, a Editora Abril fez um grande investimento no desenvolvimento dos profissionais de publicidade, com treinamentos em conceitos e ferramentas digitais, vendas consultivas, negociação e liderança. Os colaboradores de perfil editorial também passaram por capacitação digital, acompanhando a ampliação da presença das publicações nas diferentes mídias e plataformas.

A Total Express oferece programas de treinamento interno para seus funcionários. No Compartilhe+, profissionais mais experientes compartilham conhecimentos com o restante da equipe de forma estruturada. Outro programa, o Trilha de Conhecimento Operacional, conta com uma equipe de funcionários para ensinar, acompanhar e desenvolver os profissionais da operação, garantindo que as rotinas sejam realizadas de forma padronizada e com índices de qualidade cada vez mais altos.

Em 2015 foi iniciado o ciclo de treinamentos sobre a Lei Anticorrupção. A área de Auditoria Interna trabalhou em conjunto com a área de Recursos Humanos para

capacitar todos os funcionários das empresas do Grupo, presencial e virtualmente, para as determinações da lei.

Veja abaixo as tabelas com a média de horas de treinamento por funcionários dos negócios do Grupo.

Média de horas de treinamento por colaborador		
Editora Abril + gráfica Abril Print		
Categoria Funcional	2014	2015
Administrativa	9	9
Comercial	16	1
Editorial	5	3
Estagiário	3	2
Executivo	8	7
Gerencial	6	5
Gráfica	17	6
Publicidade	6	6
Técnica	1	0
Operacional	16	36

Obs.: Em 2015, houve um aumento significativo da carga horária e, ao mesmo tempo, do número de participantes nos treinamentos voltados à Publicidade. Por esse motivo, a média de horas de capacitação desta categoria permaneceu igual à do ano anterior.

Média de horas de treinamento por colaborador		
Total Express		
Categoria Funcional	2014	2015
Administrativa	4	4
Executivo	0	0
Gerencial	18	3
Técnica	8	1
Operacional	8	1
Jovens Aprendizes	-	0
Terceiros	-	1

Saúde e segurança

Na rotina da operação, não existem funções com alto risco de doenças ocupacionais. A gestão da prevenção de acidentes de trabalho tem foco maior na operação da gráfica e da logística, em que colaboradores lidam com materiais perigosos e maquinário e, portanto, têm maior risco.

Todos os requisitos legais de gestão e treinamentos relacionados ao tema são cumpridos e, anualmente, é realizada a Semana Interna de Prevenção de Acidentes (SIPAT), que aborda a prevenção de acidentes de trabalho e de doenças ocupacionais, e campanhas de promoção da saúde.

As ações foram sempre realizadas de forma pontual e abordam questões relacionadas à saúde, como câncer de mama, AIDS e combate à dengue. Um exemplo ocorreu nos meses de outubro e novembro. Além de receber informações, todos os funcionários

tiveram isenção da taxa de coparticipação na rede credenciada do plano de saúde. No total, 60 funcionários realizaram os exames nos meses da campanha.

A gráfica *Abril Print* completou, em 2015, 441 dias sem acidentes, um recorde. Também não foram registrados no período acidentes com afastamentos acima de 15 dias. A área de Saúde e Segurança da Gráfica tem realizado um trabalho de conscientização dos riscos do ambiente de trabalho aos empregados por meio dos Diálogos Semanais de Segurança, em que os funcionários recebem um informativo e são convidados a uma reunião para discutir o tema.

Diversidade

As empresas do Grupo Abril buscam sempre ter pluralidade de perfis e visões em suas equipes administrativas, editoriais e operacionais.

Em relação às pessoas com deficiência, buscamos profissionais para atuação em todas as áreas da empresa, levando em consideração o tipo de deficiência e os requisitos técnicos exigidos para a posição. Respeitamos a cota legal da legislação e acompanhamos este número mensalmente.

Editorialmente, as publicações da Abril aprofundam discussões relacionadas à diversidade, buscando desconstruir preconceitos e estimular um ambiente de respeito na sociedade. Alguns exemplos:

- **NOVA ESCOLA:**

Fonte: Divulgação Grupo Abril



A Nova Escola trouxe a discussão das questões de gênero na educação básica, buscando desconstruir preconceitos e estimular um ambiente de respeito na sociedade. Somente nos dois primeiros dias, o texto, hospedado no site da Nova Escola, recebeu mais de 89 mil visitas e cerca de 11 mil compartilhamentos no Facebook.

Matéria de capa da revista NOVA ESCOLA, edição 279, lançada em fevereiro de 2015, discutindo questões sobre educação e direitos humanos.

- **ELLE:**

Fonte: Divulgação Grupo Abril



A Editorial da ELLE de maio declara que Bonito é Ser Diferente. A capa espelhada dessa edição foi feita uma a uma.

Equipe de ELLE na edição que marcou os 27 anos do título.

- **CLAUDIA:** A publicação traz a discussão sobre a igualdade de salários entre homens e mulheres.
- **TV CAPRICHÔ:**

Fonte: Divulgação Grupo Abril



A TV Capricho estreou, em 2015, uma nova websérie chamada #GirlPOWERCH, onde são discutidos diversos temas, como empoderamento das mulheres com as adolescentes.

TV CAPRICHÔ discutindo diversos temas relacionados ao empoderamento das mulheres na sociedade.

Cadeia de fornecedores

G4-12

O fortalecimento de seus relacionamentos e o desenvolvimento de ações conjuntas com fornecedores e parceiros fazem parte da atuação da área de Suprimentos, com o objetivo de garantir sua atuação em linha com os princípios e valores das empresas do Grupo Abril.

Na Editora e na Gráfica, a cadeia de fornecedores é formada por cerca de 350 diretos, sendo cerca de 70% empresas de pequeno porte, e 1,5 mil indiretos. Ao todo, em 2015, foram gastos R\$ 350 milhões com fornecedores de materiais e serviços e US\$ 36 milhões com papel, por meio de empresas que obrigatoriamente apresentam certificados florestais atualizados.

Em todos os fornecedores diretos, a companhia avalia o cumprimento da legislação trabalhista e a idoneidade das empresas contratadas. Mensalmente, o Grupo pesquisa a reputação das mesmas junto ao CEIS (Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas) e faz a gestão do seu portfólio de fornecedores.

A Total Express trabalha com uma carteira de 1615 fornecedores de materiais e serviços, todos nacionais. Os de transportes são os mais críticos e exigem um processo de homologação mais rigoroso, com base em critérios trabalhistas e socioambientais, incluindo a apresentação de certificados. Um exemplo a ser citado é a lei 12.619, de 30 de abril de 2012, que regulamenta a prestação de serviços dos motoristas.

Relacionamentos no setor

G4-16

O Grupo participa de diferentes associações setoriais e técnicas relacionadas ao seu negócio para contribuir com os debates, a construção de boas práticas e a evolução do mercado no qual se insere.

Organizações setoriais

- American Chamber of Commerce (Amcham)
- Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER)
- Instituto Verificador de Circulação (IVC)
- Fédération Internationale de La Presse Périodique (FIPP)
- Sociedade Interamericana de Imprensa (SIP)
- Associação Brasileira de Internet (ABRANET)

Gráfica

- Associação Brasileira da Indústria Gráfica (ABIGRAF)
- Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG)
- Associação Brasileira de Empresas com Rotativa Offset (ABRO)

Logística

- Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER)
- Sindicato das Empresas de Transporte de SP (Setcesp)

Marketing

- Associação Brasileira de Marketing Direto (ABEMD)

Publicidade

- Associação dos Profissionais de Propaganda (APP)
- Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP)
- Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR)
- Associação de Mídia Interativa (IAB Brasil)

O Grupo Abril também busca contribuir com ações sociais e de desenvolvimento sustentável em parceria com diversas entidades:

G4-15

Desenvolvimento Sustentável

- Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS)
- Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
- Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU)
- Childhood Brasil pela Proteção da Infância





Gestão socioambiental

Sustentabilidade corporativa

O Grupo Abril busca cumprir sua missão por meio da responsabilidade socioambiental e de governança em suas operações. Desde 2014, tem uma Política de Sustentabilidade que estabelece diretrizes que refletem as práticas da cultura Abril de “fazer bem-feito”.

Suas premissas estão alinhadas a valores e princípios da Organização e envolvem diálogo, construção coletiva, pluralidade de ideias, amplitude e integração de perspectivas, conexão entre negócios, mobilização para ação e avaliação de efeitos e externalidades. Além disso, têm por objetivo provocar uma reflexão sobre o papel de cada área e como os direcionamentos podem impactar a atuação do Grupo.

Engajamento para a sustentabilidade

A Editora Abril tem o papel de incentivar, reconhecer e engajar a sociedade em boas práticas por meio de publicações, prêmios e guias.

Fonte: EXAME.com



O Guia nasceu em 2000 para destacar as melhores práticas de responsabilidade corporativa do país. Desde 2007, a metodologia usada por EXAME para avaliar as empresas que voluntariamente decidem participar da pesquisa é elaborada pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GVces), instituição que é referência no tema no país. Por meio dele, as empresas são destacadas como referência em sustentabilidade nos seus respectivos setores por EXAME, a maior e mais respeitada revista de negócios do país, e ganham visibilidade nacional. Além disso, as companhias também podem ser destaque em 10 temas: governança da sustentabilidade, direitos humanos, relação com os fornecedores entre outros.

Capa da última edição do Guia Exame de Sustentabilidade, lançado em 2015, com as empresas consideradas mais sustentáveis do ano.

Prêmios e guias

- **Guia EXAME de Sustentabilidade:** organizado pela revista EXAME, destaca empresas brasileiras com atitudes diferenciadas relacionadas à sustentabilidade;
- **Melhores Universidades:** promovido em edição especial pelo GUIA DO ESTUDANTE desde 2004, avalia as melhores instituições de ensino do País e seus cursos;
- **Prêmio CLAUDIA:** criado pela revista CLAUDIA, é voltado para as mulheres que, de alguma forma, conseguem melhorar a vida das pessoas ao seu redor;

Fonte: Divulgação Grupo Abril



Finalistas da 20ª edição do Prêmio CLAUDIA

- **Prêmio CASA CLAUDIA Design de Interiores:** prêmio que reconhece e divulga a inovação dos profissionais, a criatividade e os melhores projetos de design de interiores e paisagismo realizados no Brasil.

Fonte: Divulgação Grupo Abril



Vencedores da 5ª edição do Prêmio CASA CLAUDIA Design de Interiores

- **Prêmio SAÚDE:** criado pela revista SAÚDE, reconhece e divulga o trabalho de diversos profissionais da área, com base nos impactos dos projetos e nas contribuições para um país mais saudável.

Fonte: Divulgação Grupo Abril



Diogo Sponchiato, redator-chefe da SAÚDE, abrindo o prêmio.

- **Prêmio MELHORES E MAIORES:** criado pela revista EXAME, reconhece as empresas que mais se destacaram no mercado brasileiro.

Fonte: Exame.com



Prêmio Melhores e Maiores 2015 realizado no mês de Julho.

Estímulo à educação

GUIA DO ESTUDANTE

O GUIA DO ESTUDANTE tem como objetivo incentivar e auxiliar todos os estudantes interessados em ingressar em uma profissão, por meio de conteúdo escolar, dicas e atualidades de forma geral. Em outubro de 2015, o site do GUIA DO ESTUDANTE bateu seu recorde histórico de audiência, contabilizando 5,61 milhões de *unique visitors* ao longo do mês.

PLANETA SUSTENTÁVEL

Em 2015, a marca PLANETA SUSTENTÁVEL, que foi criada para estimular a incorporação de pautas e discussões relacionadas à sustentabilidade em todo o corpo editorial, passou a fazer parte do Estúdio ABC. Seu site, uma das principais referências em conteúdo de sustentabilidade do Brasil, é um agregador de notícias sobre o tema produzidas pelos veículos da Abril.



EDUCAR PARA CRESCER

O EDUCAR PARA CRESCER é um movimento sem fins lucrativos, que conta com o apoio do Grupo Abril e de outras empresas engajadas na causa, para estimular o envolvimento dos pais na educação dos filhos e o incentivo a empresas na promoção da melhoria do ensino em comunidades vizinhas em todo o Brasil.

Formação e reconhecimento de comunicadores

Curso Abril de Jornalismo

Anualmente, a Editora Abril oferece, gratuitamente, treinamento editorial para profissionais recém-graduados. Ao todo já são mais de 2 mil alunos formados nos 33 anos do Curso, que prepara e forma profissionais para o mercado editorial. Envolve desenvolvimento de projetos, entrevistas, aulas com profissionais da Abril e palestras com convidados e especialistas de mercado.

Em 2015, os 48 alunos, vindos de diversas regiões do país, produziram a ELÁSTICA, uma publicação multiplataforma sob o mote "Aqui cabe tudo".

40ª edição do Prêmio Abril de Jornalismo (Prêmio Roberto Civita)

O Prêmio Abril de Jornalismo (PAJ) chegou à 40ª edição, fortalecendo a missão de reconhecer a excelência editorial, jornalística e gráfica das matérias publicadas nas plataformas impressas e digitais da casa.



Capa do infográfico digital da Superinteressante sobre a crise hídrica.

Prêmio Abril de Publicidade (PAP)

O Prêmio busca reconhecer e valorizar os profissionais que estão por trás dos anúncios vistos nas plataformas das marcas da casa. A 29ª edição teve como tema “O mundo de ponta cabeça – uma questão de ponto de vista”. Só concorrem ao PAP cases que tenham sido veiculados em mídias da Abril.

Conscientização e engajamento

G4-EC7

Apoio a organizações sem fins lucrativos

Para contribuir com a visibilidade de causas que beneficiem a sociedade, promovendo educação, cultura e qualidade de vida aos leitores, há 15 anos o Grupo Abril apoia instituições sem fins lucrativos com anúncios bonificados (gratuitos) em suas revistas. Em 2015 foram 65 anúncios dessa categoria em circulação, o equivalente a R\$ 8,4 milhões, que promoveram 41 organizações que atuam com desenvolvimento e inclusão social, promoção da saúde e qualidade de vida, educação e preservação ambiental.

Programa Mãos à Obra de apoio e incentivo ao voluntariado Abril

O Grupo apoia seus colaboradores na prática de trabalho voluntário por meio do Programa Mãos à Obra, que reconhece e divulga campanhas, feiras e doações em prol de instituições beneficentes. Em 2015, o programa realizou campanhas de arrecadação de doações.

Programa Direção Certa

Em logística e distribuição, o Programa Direção Certa promove inúmeros benefícios para a empresa, para o motorista e para a sociedade em geral. O projeto possui três pilares: desempenho, segurança e sustentabilidade, itens que servem de base para o monitoramento, a avaliação e o aprimoramento dos serviços. Esses indicadores são utilizados como critérios de avaliação e reconhecimento de fornecedores.

Os transportadores são avaliados mensalmente quanto ao desempenho socioambiental, por meio de indicadores que variam a cada três meses (descarte de pneus, baterias e óleo), além do indicador fixo de idade média da frota, que deve ser inferior a 7 anos.

Para a frota própria foi criado um programa de incentivo chamado Motorista em Foco, em que a empresa quantifica a redução de custos obtida por meio das iniciativas de mitigação dos impactos de produtos e serviços. Em 2015, essa redução foi de cerca de R\$ 160 mil com manutenção, seguro e tempo de ativos parados, com a diminuição do número de acidentes e premiação aos motoristas. Como resultado das ações do projeto, a frota Total Express comemorou, em 2015, 500 dias sem acidentes.

Mitigação de Impacto Ambiental

G4-EN1, G4-EN3, G4-EN7, G4-EN8, G4-EN10, G4-EN15, G4-EN16, G4-EN19, G4-EN22, G4-EN30

As práticas ambientais do Grupo Abril têm como objetivo minimizar os impactos negativos de sua operação e gerar oportunidades de ganhos de eficiência e redução de custos. As principais práticas de gestão ambiental são a otimização dos processos produtivos, a destinação correta de resíduos e a responsabilidade no consumo de recursos naturais.

Controle de emissões

O Grupo Abril aderiu, voluntariamente, ao Programa Brasileiro GHG Protocol em 2008, como membro-fundador, e passou a mensurar e relatar anualmente suas emissões com base nesta metodologia.

Gráfico de Emissões de GEE



Obs.: O inventário de 2015 não inclui os compostos do Protocolo de Montreal.

Conheça os inventários de emissões do Grupo completos no Registro Público de Emissões: www.registropublicodeemissoes.com.br

Uso eficiente de recursos

Fonte: Divulgação Grupo Abril

UMA SAÍDA VERDE PARA A CRISE

Um estudo exclusivo mostra que avançar no combate ao aquecimento global pode abrir um novo caminho de crescimento para o Brasil – capaz de somar mais 600 bilhões de reais à economia até 2030.

AMAZÔNIA: A área das águas mais produtivas e menos exploradas e a base econômica das pessoas

Um estudo exclusivo mostra que avançar no combate ao aquecimento global pode abrir um novo caminho de crescimento para o Brasil – capaz de somar mais 600 bilhões de reais à economia até 2030.

Capa do site da SUPERINTERESSANTE sobre a crise da água.

Os principais recursos consumidos pela Editora Abril são energia, papel e tinta, principalmente na operação da gráfica *Abril Print*, e o combustível usado para operar a frota própria da Total Express.

Por isso, o Grupo busca, sempre que possível, utilizar materiais provenientes de matérias-primas de fontes renováveis, biodegradáveis e certificadas. Conheça a seguir as principais iniciativas desenvolvidas para mitigação desse impacto ambiental.

Consumo de materiais:

Em 2015, conforme tabela abaixo, houve um aumento significativo na variação de materiais provenientes de fontes não renováveis, pois, em 2014, não foram reportados os materiais da Total Express.

Principais materiais consumidos				
	2013	2014	2015	Variação 2015/2014
Editora Abril + gráfica Abril Print				
Papéis para impressão gráfica (t)	79070	69656	49246	-29%
Chapa de Alumínio (peças)	90050	85900	96780	13%
Químicos (l)	7000	5400	5780	7%
Cobre (t)	33	27	27	3%
Cola (t)	175	179	143	-20%
Arame/Grampo (t)	62	56	54	-4%
Polietileno/PVC (t)	200	184	212	15%
Blanquetas/calços (peças)	815	787	1041	32%
Tintas (t)	3408	2869	2267	-21%
Total Express				
Pallets (un)	N/D	144000	144000	0%
Filme Stresh (t)	N/D	107	195	82%
Caixas papelão (un)	N/D	275686	120000	-56%
Fitas de Arquear (un)	N/D	2158000	1320000	-39%
Sacos de Rafia (un)	N/D	605215	384000	-37%
Lacres de segurança (un)	N/D	541500	360000	-34%
Papel A4 (un)	N/D	3000000	6000000	100%

Na tabela abaixo, a soma dos não renováveis considera apenas os materiais reportados em toneladas. A queda do volume de consumo de fontes renováveis referentes a papel não indica qualquer aumento em consumo de fontes não renováveis, retrata apenas diminuição de volume em razão das reduções em produtos finais. As respostas têm base na compra de papel.

Materiais provenientes de fontes:				
	2013	2014	2015	Variação 2015/2014
Renováveis	79070	69670	49274	-29%
Não Renováveis	100928	94722	105458	11%

Consumo de energia:

Consumo de energia na organização (GJ)								
	Total Express				Abril Mídia (Editora Abril + gráfica Abril Print)			
	2013	2014	2015	Variação 2015/2014	2013	2014	2015	Variação 2015/2014
Óleo Diesel	120	228	292	28%	N/D	15400.64	127.95	-99%
Gás Natural Úmido	-	-	-	-	5880564.34	6732319.16	4458269.33	-34%
Gás Liquefeito de Petróleo	395	345	536	55%	-	-	-	-

Obs.: O consumo de diesel na DGB e na Abril Mídia (Editora Abril + gráfica Abril Print) acontece de acordo com a necessidade de uso de gerador de energia elétrica. Nota-se a diferença dos valores de 2014 e 2015 na Total Express com relação ao indicador de 2013. O aumento significativo nos valores de consumo de energia é devido a inclusão de uma unidade. Na gráfica Abril Print, por sua vez, houve uma diminuição significativa no consumo, devido a pausa da utilização de óleo diesel em fevereiro de 2015. O consumo de gás natural é referente ao consumo no restaurante.

Total de energia consumida (GJ)								
	Total Express				Abril Mídia (Editora Abril + gráfica Abril Print)			
	2013	2014	2015	Variação 2015/2014	2013	2014	2015	Variação 2015/2014
Combustíveis Não Renováveis	515,35	572,4	828,04	45%	N/D	6747719,80	4661853,16	-31%
Combustíveis Renováveis	-	-	-	-	-	-	-	-

Obs.: Temos, desde o final de 2012, a caldeira movida a biomassa na gráfica Abril Print. A caldeira gera vapor para o processo gráfico de rotogravura, restaurante, vestiários e recuperação do solvente utilizado na impressão. Além de tornar o processo mais eficiente, a caldeira reduz pela metade o consumo de gás natural, rendendo uma economia de aproximadamente R\$ 1 milhão por ano. Estamos aprimorando a mensuração da quantidade de energia produzida e consumida neste processo.

Gestão de resíduos:

Abaixo, consideramos os dados do Grupo Abril (Editora Abril, gráfica Abril Print e Total Express) compilados. O método de disposição de resíduos utilizado é o que dispõe os resíduos diretamente ou por terceiros.

Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição (t)								
	Total Express				Abril Mídia (Editora Abril + gráfica Abril Print)			
Resíduos não-perigosos	2013	2014	2015	Variação 2015/2014	2013	2014	2015	Variação 2015/2014
Reciclagem	136	131	182	39%	37.344	19.652	18.688	-5%
Aterro Sanitário	592	502	634	26%	1.560	1.316	863	-34%
Total	728	633	816	29%	38.904	20.967	19.552	-7%

Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição (t)				
Resíduos perigosos (provenientes dos processos produtivos da gráfica Abril Print)	2013	2014	2015	Variação 2015/2014
Reciclagem	72	85	161	90%
Coprocessoamento	169	369	311	-16%
Tratamento de efluentes inorgânicos	124	119	100	-16%
Reciclagem de lâmpadas (unidades)	9.000	4.025	7.100	76%
Total	365	572	572	0%

Consumo de água e gestão de efluentes:

Em 2015, houve um aumento significativo no total de água retirada por fonte da Abril Mídia (Editora Abril + gráfica *Abril Print*) devido, principalmente, a crise hídrica do estado de São Paulo. Em 2014, a Sabesp autorizou a abertura dos poços do site da Marginal Tietê e do prédio comercial Birmann 21.

Na Total Express, a realização do cálculo é feita a partir da leitura dos hidrômetros e é considerada a capacidade em volume das caixas d'água para a captação de água de chuva. Na Abril Mídia (Editora Abril + gráfica *Abril Print*) o cálculo é feito por meio de medição por hidrômetros. Não existem fontes hídricas significativamente afetadas pela retirada de água do Grupo Abril.

Total de água retirada por fonte (m³)								
	Total Express				Abril Mídia (Editora Abril + gráfica <i>Abril Print</i>)			
NÃO RENOVÁVEIS	2013	2014	2015	Variação 2015/2014	2013	2014	2015	Variação 2015/2014
Água subterrânea	-	-	-	-	-	3198	83974	2526%
Água de chuva coletada	-	351	351	0%	-	-	-	-
Concessionária/ empresa de abastecimento	16110	13775	10914	-21%	64971	65739	114974	75%
Total	16110	14126	11265	-20%	64971	68987	198948	189%

Obs.: Os dados referentes ao total de água retirada por fonte da Total Express incluem apenas o site da Raposo Tavares e da Vila Leopoldina.

Descarte total de água por qualidade e destinação (m³)						
	Total Express			Abril Mídia (Editora Abril + gráfica <i>Abril Print</i>)		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Volume	16110	13775	17090	64971	65739	97347
Tratamento	Tratamento de efluentes orgânicos			Concessionária de abastecimento (Sabesp)		
Qualidade da água e método de tratamento	Esgoto sanitário			Efluente orgânico		
Destinação	Sabesp			ETO - Sabesp		

Obs.: 100% do esgoto sanitário é enviado para uma estação de tratamento da Sabesp, em Barueri, pelo Sistema Sanegran. No caso do esgoto industrial, 100% são tratados internamente (processo físico-químico, seguido de filtração com areia e carvão e, posteriormente, desmineralização), permitindo, assim, o seu reuso interno, seja no abastecimento de água da caldeira, nas linhas de combate a incêndio ou nas descargas de vasos sanitários.



Apresentação

G4-18, G4-19, G4-24, G4-25, G4-27

O Grupo Abril apresenta seu relatório de desempenho e sustentabilidade, baseado na *Global Reporting Initiative* (GRI), boa prática global que orienta a composição de relatos corporativos que informem os leitores sobre o perfil, governança e estratégia das empresas, bem como seu desempenho econômico-financeiro e socioambiental.

O objetivo deste relatório é disponibilizar, aos diferentes públicos com quem o Grupo Abril se relaciona, informações sobre as empresas no ano de 2015, como promovem a gestão e qual seu desempenho em relação aos aspectos mais relevantes para a sustentabilidade do negócio, buscando assim demonstrar sua capacidade de gerar valor no longo prazo.

A definição desses aspectos relevantes à sustentabilidade se deu a partir de um processo estruturado de diálogo e engajamento dos públicos de relacionamento, que originaram a matriz de relevância do Grupo:

1. Dinâmica de Impacto e Relação: workshop com representantes das diferentes áreas de negócio do Grupo, que embasou a consulta online, identificando os principais públicos de relacionamento a serem consultados e impactos exercidos e sofridos pelos negócios;
2. Consulta online aos públicos de relacionamento;
3. Entrevistas com especialistas e lideranças;
4. Consolidação dos resultados das etapas acima;
5. Validação dos resultados junto aos principais executivos e aprovação final dos temas;
6. Definição da matriz de relevância Grupo Abril (figura abaixo).



Ao longo desta publicação você pode conhecer mais sobre os temas apresentados na matriz de relevância e como o Grupo promove sua gestão para garantir a sustentabilidade do negócio.

Boa leitura!

Índice GRI

A seguir são apresentados os indicadores GRI relatados nessa publicação, junto da referência da página em que se encontram ou ainda sua resposta direta aqui mesmo, no índice GRI.

Na última coluna dessa tabela é possível conhecer a relação entre os indicadores GRI e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU). As informações mostram a contribuição do Grupo Abril para o alcance do ODS, em linha com seu compromisso com o Pacto Global da ONU.

Para conhecer mais sobre os ODS que aparecerão ao longo do índice GRI, acesse o site do [Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável](#).

Conteúdo Geral			
Indicadores GRI	Aspecto	Página / Resposta	Objetivo do Desenvolvimento Sustentável
Estratégia e Análise			
G4-1	Mensagem do presidente	Mensagem da Liderança	
Perfil Organizacional			
G4-3	Nome da organização	Perfil Corporativo	
G4-4	Principais marcas, produtos e/ou serviços	Perfil Corporativo	
G4-5	Localização da sede da organização	Av. das Nações Unidas 7.221 – Pinheiros, São Paulo (SP)	
G4-6	Países onde estão as principais unidades de operação ou as mais relevantes para os aspectos da sustentabilidade do relatório	O Grupo Abril atua majoritariamente no Brasil	

G4-7	Tipo e natureza jurídica da propriedade	Sociedade Anônima de capital privado e fechado	
G4-8	Mercados em que a organização atua	<u>Perfil Corporativo</u>	
G4-9	Porte da organização	<u>Perfil Corporativo</u>	
G4-10	Perfil dos empregados	<u>Relacionamentos de Valor</u>	10 – Redução das desigualdades
G4-11	Percentual de empregados cobertos por negociação coletiva	100% Abril Mídia (Editora Abril + gráfica <i>Abril Print</i>) 100% Total Express, considerando o escopo do relatório.	10 – Redução das desigualdades
G4-12	Descrição da cadeia de fornecedores da organização	<u>Relacionamentos de Valor</u>	12 – Consumo e produção responsáveis
G4-13	Principais mudanças em relação a porte, estrutura, participação acionária e cadeia de fornecedores	<u>Perfil Corporativo</u> <u>Relacionamentos de Valor</u>	
Compromissos com iniciativas externas			
G4-14	Descrição sobre como a organização adota a abordagem ou princípio de precaução	Os negócios da Companhia promovem a gestão dos riscos de sua atuação, identificando, monitorando e mitigando os possíveis riscos, porém, não adotam, especificamente, o princípio de precaução	
G4-15	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social, que a organização subscreve ou endossa	<u>Mensagem do Presidente</u> <u>Relacionamentos de Valor</u>	17 – Fortalecer os mecanismos de implementação e revitalizar a parceria global
G4-16	Participação significativa em associações e/ou organismos nacionais/internacionais de defesa em que a organização	<u>Relacionamentos de Valor</u>	17 – Fortalecer os mecanismos de implementação e revitalizar a parceria global
Aspectos Materiais Identificados e Limites			
G4-17	Lista de entidades incluídas nas demonstrações financeiras	As demonstrações financeiras do Grupo Abril contemplam a Editora Abril, gráfica <i>Abril Print</i> e a Total Express Logística Distribuição Geográfica do Brasil S.A.	

G4-18	Processo para definição do conteúdo do relatório	Sobre o Relatório
G4-19	Lista de aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo	Sobre o Relatório
G4-20	Limite de cada aspecto material para a organização	Os aspectos materiais consolidam a visão integrada e conjunta tanto do público interno ("dentro" da organização) quanto externo ("fora" da organização)
G4-21	Limite de cada aspecto material fora da organização	Os aspectos materiais consolidam a visão integrada e conjunta tanto do público interno ("dentro" da organização) quanto externo ("fora" da organização)
G4-22	Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	Possíveis reformulações em relação às informações fornecidas em relatórios anteriores são apresentadas ao longo dos indicadores
G4-23	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere a escopo, limite dos aspectos abordados	Não houve alterações significativas de escopo com relação aos negócios abrangidos pelos relatórios de 2014 e de 2015
Engajamento de Stakeholders		
G4-24	Lista de <i>stakeholders</i> engajados pela organização	Relacionamentos de Valor Sobre o Relatório
G4-25	Base usada para identificação e seleção de <i>stakeholders</i> para engajamento	Relacionamentos de Valor Sobre o Relatório
G4-26	Abordagem adotada pela Companhia para engajar <i>stakeholders</i> e frequência do engajamento	O Grupo tem como estratégia, para garantir a perenidade dos negócios, estabelecer uma relação estreita com os seus principais <i>stakeholders</i> , mantendo o diálogo e a construção coletiva como base na busca de soluções para seus desafios
G4-27	Principais tópicos levantados durante o engajamento de <i>stakeholders</i>	Sobre o Relatório

Perfil do Relatório		
G4-28	Período coberto pelo relatório	1 de janeiro de 2015 a 31 de dezembro de 2015
G4-29	Data do relatório anterior mais recente	2015, referente a 2014
G4-30	Ciclo de emissão dos relatórios	Anual
G4-31	Dados para contato sobre dúvidas em relação ao relatório	http://grupoabril.com.br/pt/fale-conosco
G4-32	Opção de aplicação das diretrizes (essencial ou abrangente) índice GRI e verificação externa	O relatório foi declarado como de acordo com a opção essencial
G4-33	Descrição da política e prática adotada para verificação externa dos dados	O relatório não passou por verificação externa
Governança		
Estrutura de Governança e sua Composição		
G4-34	Estrutura de governança, incluindo comitês	Governança
G4-41	Processos do mais alto órgão de governança para garantir a prevenção e administração de conflitos de interesse	Governança
Ética e Integridade		
G4-56	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética	Perfil Corporativo
Conteúdo Específico		
Desempenho Econômico		
Desempenho Econômico		
G4-EC1	Valor econômico direto gerado e distribuído	Desempenho econômico 8 - Empregos dignos e crescimento econômico
G4-EC4	Ajuda financeira recebida do governo	Desempenho econômico 8 - Empregos dignos e crescimento econômico
Impactos Econômicos Indiretos		

G4-EC7	Desenvolvimento e impacto de investimentos em infraestrutura e serviços oferecidos	<u>Gestão Socioambiental</u>	
Ambiental			
Materiais			
G4-EN1	Materiais usados por peso ou volume	<u>Gestão Socioambiental</u>	12 – Produção e consumo responsáveis
Energia			
G4-EN3	Consumo de energia dentro da organização	<u>Gestão Socioambiental</u>	12 – Produção e consumo responsáveis
G4-EN7	Reduções nos requisitos de energia relacionados a produtos e serviços	<u>Gestão Socioambiental</u>	12 – Produção e consumo responsáveis
Água			
G4-EN8	Total de água retirada por fonte	<u>Gestão Socioambiental</u>	12 – Produção e consumo responsáveis
G4-EN10	Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada	<u>Gestão Socioambiental</u>	12 – Produção e consumo responsáveis
Emissões			
G4-EN15	Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 1)	<u>Gestão Socioambiental</u>	13 – Combate às mudanças climáticas
G4-EN16	Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia (Escopo 2)	<u>Gestão Socioambiental</u>	13 – Combate às mudanças climáticas
G4-EN19	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	<u>Gestão Socioambiental</u>	13 – Combate às mudanças climáticas
Efluentes e Resíduos			
G4-EN22	Descarte total de água, discriminado por qualidade e destinação	<u>Gestão Socioambiental</u>	12 – Produção e consumo responsáveis
Transporte			
G4-EN30	Impactos ambientais significativos do transporte de produtos e outros bens e materiais utilizados nas operações da organização, bem como do transporte dos empregados.	<u>Gestão Socioambiental</u>	12 – Produção e consumo responsáveis

Social: Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente

Emprego

G4-LA1	Total e taxas de novas contratações de empregados e rotatividade por faixa etária, gênero e região	<u>Relacionamentos de Valor</u>	5 - Igualdade de gênero
---------------	--	---------------------------------	-------------------------

Treinamento e Educação

G4-LA9	Média de horas de treinamento por ano, por empregado, discriminado por gênero e categoria funcional	<u>Relacionamentos de Valor</u>	5 - Igualdade de gênero
---------------	---	---------------------------------	-------------------------

Social: Responsabilidade pelo Produto

Comunicações de Marketing

G4-PR7	Número total de casos de não-conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultado	Não houve casos de não conformidade no ano.	12 – Produção e consumo responsáveis
---------------	---	---	--------------------------------------

Social: Sociedade

Combate à corrupção

G4-S03	Percentual e número total de operações submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção e os riscos significativos identificados	<u>Governança</u>	16 - Paz e justiça
G4-S04	Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos de combate à corrupção	<u>Governança / Relacionamento de Valor</u>	16 - Paz e justiça
G4-S05	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	<u>Governança</u>	16 - Paz e justiça

Políticas Públicas			
G4-S06	Valor total de contribuições financeiras para partidos políticos e políticos discriminadas por país e destinatário/beneficiário	Não houve doações em 2015. De acordo com as políticas de Anticorrupção e Doações, a Companhia não realiza doações para: Associações Sindicais, Instituições de fins políticos e partidos políticos	16 - Paz e justiça
Social: Responsabilidade pelo Produto			
Comunicações de Marketing			
G4-PR7	Número total de casos de não-conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultado	Não houve casos de não-conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicação de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultado	12 – Produção e consumo responsáveis
Indicadores setoriais: Mídia			
G4-M2	Metodologia para medir aderência e monitorar a criação de valor pelos conteúdos	Perfil Corporativo	
G4-M3	Ações tomadas para melhorar a aderência dos conteúdos criados	Perfil Corporativo	
G4-M4	Medidas tomadas para melhorar o desempenho em relação a questões de divulgação de conteúdo (incluindo acesso e proteção de públicos vulneráveis) e os resultados obtidos	Perfil Corporativo	
G4-M6	Métodos para interagir com os públicos e seus resultados	Perfil Corporativo	
G4-M7	Medidas tomadas para capacitar o público por meio da mídia, alfabetização, desenvolvimento de competências e resultados obtidos	Perfil Corporativo	4 - Educação de qualidade

Créditos e Informações Corporativas

Agradecimentos a todos os funcionários, das diversas áreas do Grupo Abril, que participaram dos grupos de trabalho que contribuíram para o desenvolvimento do Relatório de Desempenho e Sustentabilidade 2015 do Grupo Abril.

Redação, Edição, Criação e Diagramação

Grupo Abril Gerência de Sustentabilidade
Grupo Abril Gerência de Comunicação

Apoio em redação

RICCA RI

Revisão final

Linhas Comunicação

Levantamento do conteúdo

Editora Abril
Abril Gráfica
Total Express
Fundação Victor Civita

Realização

Diretoria de Relações Corporativas
Meire Fidelis

Direção Geral

Gerência de Relações Públicas
Douglas Cantu
Luccas Gomes de Oliveira

Gerência de Sustentabilidade
Mariana Páal F. Martinato
Stéphannie Reis

gerencia.sustentabilidade@abril.com.br