

-- Novembro de 2017 --

RELATO DANONE BRASIL 2017

Pacto Global



DANONE
ONE PLANET. ONE HEALTH

Sumário:

Sobre este relato	4
Mensagem do Secretário Geral	5
Linha do tempo	6
Quem somos e como atuamos	8
A Danone no Brasil e no mundo	8
Nosso jeito de ser e de atuar	10
Abordagem Única de Negócios	16
Ética nos negócios	17
Inovação social	17
Uma jornada colaborativa	18
Fornecimento responsável	18
Saúde Melhor	19
Produtos mais saudáveis	20
Estilos de vida mais saudáveis	20
Práticas de negócio responsáveis	21
Vidas Melhores	24
Kiteiras	25
Novo ciclo	26
Cuidar é viver	27
Mundo Melhor	28
Mudanças climáticas	30
Agricultura sustentável	32
Embalagens	34
Água	35
Tabela correspondência	36
Expediente	38

Sobre este Relato

Desde 2013, a Danone Brasil é signatária do Pacto Global das Nações Unidas e comunica anualmente seus resultados e avanços no país por meio desta publicação. Como demonstrado nas páginas a seguir, nossa estratégia e nossos negócios estão alinhados aos 10 Princípios do Pacto Global e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

O conteúdo da Comunicação de Progresso (COP) de 2017 foi estruturado de acordo com os quatro pilares da nossa estratégia de sustentabilidade para um Futuro Saudável: Saúde Melhor, Vidas Melhores, Mundo Melhor e Abordagem Única de Negócios. Conheça a seguir nossas principais iniciativas para promover, diariamente, a Revolução Alimentar.

Boa leitura!



Mensagem do Secretário Geral Danone Brasil:

A revolução necessária

Signatária do Pacto Global há quatro anos, a Danone Brasil reafirma o seu apoio à iniciativa das Nações Unidas (ONU) e aos Dez Princípios nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Combate à Corrupção. Nesta comunicação sobre os progressos, prestamos contas de nossas ações para melhorar continuamente a integração do Pacto Global e seus princípios em nossa estratégia de negócios, cultura e operações diárias.

Um dos grandes destaques deste ano foi a parceria firmada entre a Danone, o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), o Fundo Livelihoods e o Fundo Danone para o Ecossistema (Ecosysteme), em agosto de 2017, para desenvolver soluções de negócios inovadoras e inclusivas que impulsionem o crescimento econômico sustentável na América Latina e Caribe. A parceria de três anos fomentará iniciativas que envolvam a cadeia de valor da Danone.

Iniciativas como esta dão continuidade a um trabalho que a Danone desenvolve no país há anos, e já apresenta importantes resultados no modelo de gestão para sustentabilidade. Em 2017 nossos projetos impactaram 4.081 pessoas direta e mais de 8,5 milhões de pessoas indiretamente. Injetamos R\$18,2 milhões nas comunidades onde trabalhamos por meio do desenvolvimento econômico que nossos projetos proporcionam e ainda contamos com parceiros como Aliança Empreendedora, Visão Mundial, Fundação Avina, Cruz Vermelha, entre outros, e financiadores como o BID e o Fundo Ecosysteme que, ao longo de 7 anos, já disponibilizaram 36,9 milhões de reais para os projetos de sustentabilidade da Danone.

Acreditamos no poder da colaboração e da troca de experiências com os diferentes setores da sociedade. Compartilhamos, ao longo deste ano, nossas práticas e nosso jeito de atuar nos eventos mais representativos no Brasil relacionados à sustentabilidade e responsabilidade social corporativa, como o Sustainable Brands, a Conferência Ethos, a Virada Sustentável São Paulo e o CSR Leaders. Discutimos o impacto dos negócios na construção de um mundo mais sustentável, a importância da mensagem no rótulo dos produtos, a transição para economia circular e a relação comportamento humano e o descarte. Numa atividade lúdica para engajar pessoas, montamos uma máquina de reciclagem que transformava Danoninho em brinquedos de montar.

A Danone se comprometeu mundialmente a se tornar uma empresa certificada pelo Sistema B até 2030: um modelo que identifica empresas que seguem determinados padrões de transparência, responsabilidade e desempenho. Essas empresas estão liderando um movimento global para redefinir o sucesso nos negócios. Até o final de 2017, cinco empresas da Danone no mundo já alcançaram a certificação e o Brasil está no caminho para também chegar lá.

Como expressei no Manifesto Danone, acreditamos que alimentos saudáveis produzidos de forma sustentável têm o poder de construir um futuro mais saudável. É uma revolução alimentar decisiva – e necessária – para uma mudança positiva na sociedade.

Atenciosamente,



Wilson Mello Neto

Secretário Geral da Danone Brasil

"Grandes
maçcos
da nossa
trajetória"

1910

A Danone começou sua história na década de 1910, em Barcelona, na Espanha. Isaac Carasso observou que muitas crianças sofriam de infecção intestinal e, ciente da pesquisa sobre fermentos lácteos liderada pelo detentor do prêmio Nobel e diretor do Instituto Pasteur, Ilya Mechnikov, decidiu criar um produto conhecido nos Balcãs por seus benefícios à saúde: **o iogurte**.

1972

Outro marco entre as preocupações sociais da história da Danone aconteceu em 1972, quando, em um discurso para 2 mil executivos, o presidente da companhia Antoine Riboud lançou uma visão de negócio que, hoje, poderia ser chamada de responsabilidade social corporativa. **Em sua fala pioneira, o líder oficializou o duplo compromisso da organização: buscar o sucesso empresarial e, ao mesmo tempo, o progresso da sociedade.** Este discurso vem inspirando desde então, a abordagem da Danone para os negócios e para os desafios socioambientais. E agora isso define como se tornar uma empresa do século 21: uma companhia consciente de seus impactos e que inova constantemente para torna-lo o mais positivo possível.

2013

Também atenta aos desafios ambientais, a empresa identificou, em 2013, quatro áreas estratégicas para a gestão do tema: **clima, água, embalagem e agricultura.** As iniciativas da companhia em cada uma das frentes – as quais têm compromissos e metas a ser atingidos até 2020 – envolvem o combate às alterações climáticas, a proteção dos recursos hídricos, a transformação de resíduos em recursos e a promoção da agricultura sustentável. Essa preocupação evoluiu ao longo dos anos e, em 2006, integrou efetivamente a missão da empresa, seguida por 100 mil “danoners” (como são conhecidos os funcionários do grupo) no mundo inteiro: “Levar saúde por meio da alimentação para o maior número de pessoas”. Em outras palavras, a companhia acredita que a nutrição pode e deve contribuir com a saúde de consumidores de todas as idades, em todos os países, de todas as culturas.

Para apoiar o duplo compromisso de sucesso nos negócios e progresso social, a Danone iniciou laboratórios para explorar novos caminhos, ao mesmo tempo em que assegurasse o desempenho do negócio no longo prazo. Esses laboratórios se transformaram em três fundos para a inovação social que nutrem as reflexões e práticas de todo o grupo.

O Danone Communities: uma ferramenta financeira inovadora para apoiar o desenvolvimento de iniciativas de negócios sociais que foi criada em 2007 e agora é uma incubadora de empresas sociais. The Danone Ecosystem Fund: lançado em 2009 para apoiar os parceiros do “Ecossistema Danone” (pequenos produtores agrícolas, pequenos fornecedores, etc.), a fim de fortalecer constantemente o ambiente econômico da empresa, assegurando um impacto social positivo em torno dele. The Livelihoods Fund, criado em 2011, um novo fundo de investimento único que oferece aos parceiros acesso a créditos de carbono com forte impacto social.

1919

Ele lançou, assim, a marca Danone, em 1919 na França, desde o início comprometida com o tema alimentação saudável, um dos desafios sociais mais relevantes da atualidade.

“A responsabilidade corporativa não termina no portão da fábrica ou na porta do escritório. Os empregos que uma empresa cria são fundamentais para a vida dos funcionários, e a energia e as matérias-primas que consumimos mudam a forma do nosso planeta. [...] É claro que o crescimento não deve mais ser um fim em si, mas sim uma ferramenta usada para atender a qualidade de vida sem nunca ser prejudicial”
Antoine Riboud



2007

Ao longo de quase 10 anos, a Danone revisitou seu portfólio, e focando em saúde, se desfez de várias empresas que não estavam alinhadas a missão da empresa. Em 2007, a Danone adquiriu a Royal Numico, líder global em Nutrição Infantil e Especializada, passando a focar seus negócios em quatro segmentos: Produtos lácteos frescos; Águas; Nutrição infantil; e Nutrição especializada.

2015

As convicções, os compromissos e os ideais socioambientais da companhia se consolidaram como eixos estruturantes em 2015, com a criação do Manifesto da Danone, que aglutina a missão de levar saúde às pessoas por meio da alimentação com o duplo compromisso de gerar valor econômico e benefícios sociais. O documento incorpora o compromisso de liderar uma Revolução Alimentar, a qual pode promover uma grande mudança quando consideramos que cada vez que escolhemos alguma coisa para comer ou para beber, estamos votando pelo mundo que queremos viver.

Com o Manifesto, a empresa estabelece a atuação core da Danone na estratégia 2020.:

Alimentação (encorajar comportamentos de alimentação mais saudáveis); **Fontes estratégicas** (fortalecer a habilidade da Danone de proteger e otimizar suas matérias-primas essenciais, como água, leite e plástico); e **Pessoas e organização** (aproveitar a gama de talentos na Danone para assegurar à arquitetura corporativa mais solidez e maior relevância para o mundo).

A Danone no Brasil e no mundo



Dedicada a trazer a saúde por meio da alimentação para o maior número de pessoas possível, a Danone é uma empresa líder mundial em alimentos, estruturada em quatro linhas de negócios: **Produtos Lácteos Frescos, Águas, Nutrição Especializada e Early Life Nutrition.**

ESTAMOS PRESENTES EM MAIS DE 130 PAÍSES E CONTAMOS COM APROXIMADAMENTE 100 MIL COLABORADORES.



26% de participação de todo mercado global de produtos lácteos frescos*

80% das vendas de produtos lácteos frescos são realizadas em países onde a Danone é líder de mercado.

Fonte: site Danone Brasil.

*Número estimado baseado nos países onde a Danone está presente

OS NOSSOS QUATRO NEGÓCIOS NO MUNDO:

2016



Nutrição Especializada
7%



Águas
21%



Produtos Lácteos Frescos
49%



Early Life Nutrition
23%

VENDAS POR LINHAS DE NEGÓCIOS (EM MILHÕES DE EUROS)

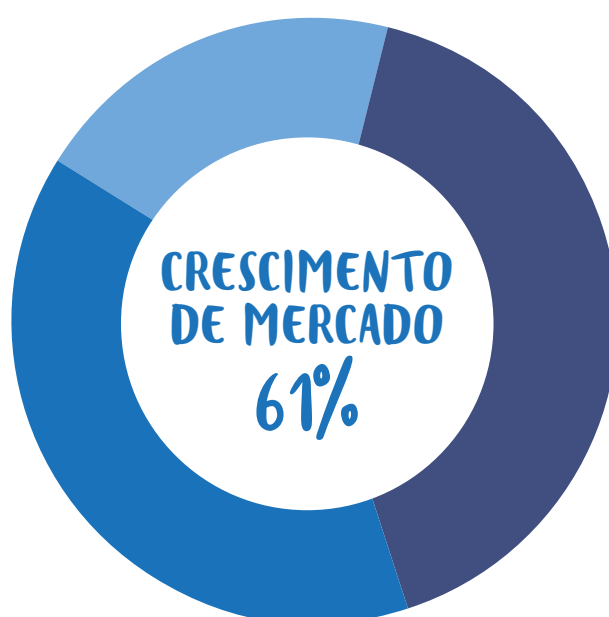


Fonte: Danone's Economic and Social Report 2016

NOSSOS MERCADOS, POR DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA

20%
CIS & Noram*

39%
Europe



41%
ALMA*

CRESCIMENTO
DE MERCADO
61%

*NORAM - North America: USA+ Canada / ALMA: Asia Pacific + Latin America + Middle East + Africa

A Danone no Brasil

Operamos no país desde 1970 e fomos os primeiros a trazer iogurte aos brasileiros. Hoje, já são oito fábricas espalhadas pelo território nacional. **Nossas quatro divisões de negócio – Produtos Lácteos Frescos, Águas, Nutrição Especializada e Early Life Nutrition – empregam cerca de 5.000 funcionários no Brasil.**

NOSSAS MARCAS NO BRASIL



PRODUTOS LÁCTEOS FRESCOS



ÁGUAS



NUTRIÇÃO ESPECIALIZADA



EARLY LIFE NUTRITION



Produtos lácteos frescos, o carro chefe

Brasil está entre os três países que mais contribuíram para o crescimento da divisão Early Life Nutrition em 2016, acompanhada pela Austrália e China.

Fonte: Danone's Economic and Social Report 2016



CONSUMO
DE IOGURTE

POR HABITANTE POR ANO

Fonte: site Danone Brasil

<http://corporate.danone.com.br/br/descubra/nossos-negocios/produtos-lacteos-frescos/estrategia/>

Nosso jeito de ser e de atuar

**CADA VEZ QUE COMEMOS E BEBEMOS
PODEMOS ESCOLHER O MUNDO QUE
QUEREMOS.**

Porque nossa escolha alimentar tem um impacto sobre nossa própria saúde e também sobre a saúde da nossa sociedade e planeta. Conheça nossas convicções e como colocamos em prática nossa missão de levar saúde por meio da alimentação ao maior número de pessoas.

NOSSO MANIFESTO

NA DANONE, ACREDITAMOS QUE...

A BOA SAÚDE É TUDO PARA TODOS NÓS

A boa saúde é um estado de bem-estar geral, que envolve tanto a mente quanto o corpo, emoções e sensações.

A COMIDA É A PRINCIPAL PARCEIRA DA SAÚDE

Uma alimentação saudável é parte essencial da vida para contribuir para o desenvolvimento e manter nosso bem-estar. No mundo todo, desde os primórdios, as pessoas sempre entenderam esta importância e isso continua sendo verdade.

A SAÚDE NÃO PODE SOBREVIVER SEM PRAZER

Sem o apetite e o prazer de comer, ninguém iria se alimentar e muito menos comer bem. O prazer da alimentação é um requisito preexistente em qualquer estilo de vida saudável.

A COMIDA É O AFETO POR TRÁS DE CADA CULTURA

Alimentação saudável é uma ideia que vai além das necessidades nutricionais e do apetite. Sua riqueza é parte de cada cultura – com diferenças e especialidades únicas – e vale a pena tirar um tempo para conhecer tudo isso.

A RIQUEZA DAS NAÇÕES CRESCE A PARTIR DE UM PLANETA SAUDÁVEL

Tudo o que comemos depende da terra em que cresce ou da qual se alimenta. Como guardiões deste planeta, temos o dever de cuidar para que seus recursos sejam geridos com responsabilidade e de modo sustentável.

A PESQUISA É NOSSA MAIOR ALIADA

A alimentação transcende a natureza. É o resultado do esforço humano, uma combinação entre o progresso tecnológico e a compreensão mais profunda do seu valor e seu potencial.

PREPARAR-SE PARA O AMANHÃ É O NEGÓCIO DE HOJE

Novas maneiras podem e serão encontradas para melhor atender a esta geração e as próximas, bem como para fornecer alimentos saudáveis e acessíveis, e água potável para o maior número de pessoas ao redor do mundo.

Um futuro à espera de nossas escolhas

Creemos na construção de um futuro mais saudável por meio dos alimentos e baseamos nossa estratégia de sustentabilidade em quatro grandes áreas de atuação:



ABORDAGEM ÚNICA
DE NEGÓCIO

SAÚDE
MELHOR

VIDA
MELHOR

MUNDO
MELHOR

Abordagem Única de Negócios: A Danone é diferente em alguns aspectos, e queremos permanecer diferentes à medida que crescemos.

Saúde Melhor: Apoiar hábitos mais saudáveis de comer e beber, que nutrem indivíduos socialmente e culturalmente.

Vidas melhores: Todos os dias, participamos das vidas de milhões de pessoas e nos esforçamos para que este impacto seja positivo.

Mundo Melhor: Nós acreditamos que a comida produzida de maneira sustentável pode ajudar a proteger e restaurar a saúde de nosso planeta.

Essas são as principais iniciativas que sustentam nossa **estratégia de sustentabilidade** (confira mais detalhes nos respectivos capítulos):



saúde melhor



vidas melhores



mundo melhor



Em alguns aspectos a Danone é diferente, e queremos permanecer diferentes à medida que crescemos.

O equilíbrio mais importante encontra-se entre a confiança de que podemos contribuir para a construção de um futuro mais saudável e nossa aceitação de que não temos todas as respostas.

Há muitas questões sobre as quais ainda estamos trabalhando e que precisam da sabedoria de nossos parceiros para que nos ajudem a resolvê-las.



ÉTICA NOS NEGÓCIOS

Em 2016, a Danone lançou um novo Código de Conduta para Parceiros de Negócios, aprovado pelo Conselho de Conformidade Corporativa e Ética.

O documento abrange os seguintes

tópicos: direitos humanos, saúde e segurança no trabalho, meio ambiente, medidas antissuborno e anticorrupção, lavagem de dinheiro e auditoria. A empresa também disponibiliza a Danone Ethics Line (www.danoneethicsline.com), ferramenta que pode ser usada anonimamente pelos nossos parceiros de negócios para relatar quaisquer preocupações éticas.

INOVAÇÃO SOCIAL

INVESTIMOS EM NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS PARA UM FUTURO MAIS SAUDÁVEL.

Fundo Danone Ecosystem: criado em 2009 pela Danone, o fundo apoia iniciativas de longo prazo que impactem positivamente o ecossistema local de nossas operações, ou seja, o ambiente econômico e social onde estão nossos funcionários, fornecedores, e clientes. Os projetos são concebidos e geridos por unidades de negócios da Danone, em parceria com ONGs e comunidades locais. No Brasil, o fundo apoia 2 projetos atualmente, o Kiteiras e o Novo Ciclo.

Fundos Livelihoods: O Livelihoods Carbon Fund é resultado de união de esforços da Danone e de outras nove empresas (Schneider Electric, Crédit Agricole S.A., Michelin, Hermès, SAP, CDC Climat, La Poste, Firmenich e Voyageurs du Monde) para investir em projetos de grande impacto ambiental e social, particularmente de restauração de ecossistemas naturais, que atuem capturando volumes significativos de carbono.

Este fundo já investiu mais de 40 milhões de euros no financiamento de nove programas de restauração de manguezais, sistemas agroflorestais e energia rural. **Voltado à agricultura familiar e financiado pela Danone, Mars, Incorporated, Firmenich e Veolia, o Livelihoods Fund for Family Farming é o segundo fundo criado pelo Livelihoods e conecta pequenos agricultores à cadeia de valor das empresas.**

danone.communities: incubadora de negócios sociais da Danone, fornece apoio financeiro e técnico para empresas locais que visam abordar problemas sociais: desnutrição e acesso à água potável.

Atualmente, nove empresas apoiadas pelo fundo **danone.communities** contribuem para melhorar a vida cotidiana de mais de um milhão de pessoas em oito países (Bangladesh, Camboja, China, França, Índia, México, Senegal e Haiti).



UMA JORNADA COLABORATIVA:

Estabelecemos parcerias de longo prazo com especialistas locais, ONGs nacionais e internacionais, outras empresas, setor público e acadêmicos.

Todos os nossos projetos de inovação social são cocriados com a participação de parceiros e comunidades locais. No Brasil, são nossos parceiros:



Fornecimento responsável

Os contratos com nossos fornecedores incluem cláusulas relativas a direitos humanos, como combate ao trabalho análogo ao escravo e ao infantil, não discriminação, respeito aos direitos dos trabalhadores, entre eles liberdade de associação e negociação coletiva.

**O PROGRAMA RESPECT
PROMOVE AUDITORIAS PARA
IDENTIFICAR CASOS DE NÃO
CONFORMIDADES E PLANOS
DE AÇÃO CORRETIVOS.**



Levar saúde por meio da alimentação ao maior número de pessoas.

Esta é a nossa missão desde 2006 e nunca foi tão relevante quanto hoje. Nosso objetivo é apoiar hábitos alimentares mais saudáveis que levem nutrição às pessoas. Acreditamos que a nutrição deve ser adequada a cada cultura, e unir as pessoas. É assim que abordamos a “alimentação”.

Contribuímos para a solução de questões globais de saúde pública por meio de nossos produtos e nossas comunicações. Mas também criamos programas educativos específicos para estimular estilos de vida mais saudáveis e sabemos que as nossas soluções precisam ser relevantes para as comunidades, para que exerçam um impacto positivo sobre elas.



Nossas iniciativas contribuem para os **ODS**

PRODUTOS MAIS SAUDÁVEIS

A Danone tem alguns alvos nutricionais que são obrigatórios para todos os seus produtos. Esses valores foram ampliados nos últimos anos, com base em informações oficiais sobre ingestão de nutrientes e em referências científicas e pesquisas sobre práticas alimentares em todo o mundo.

Na divisão de produtos lácteos, existe um projeto chamado Nutripride que busca um ajuste nutricional de todo o portfólio da Danone em relação aos novos alvos nutricionais. Atualmente, temos várias ações destinadas a melhorar o perfil dos produtos, como é o caso do Danoninho, que desde 1999 já reduziu em mais de 30% o conteúdo de açúcar usado nos produtos petit suisse e já está em conformidade com os alvos nutricionais, bem como Activia, que já colocou 100% de sua categoria de polpas dentro dos mesmos alvos.

Todas as linhas de produção de polpas de Danone e Paulista foram também através de reduções de açúcar.

ESTILOS DE VIDA MAIS SAUDÁVEIS

Danoners World Cup: evento internacional de esportes voltado para nossos funcionários, chamados na empresa de Danoners. É a nossa “copa do mundo de futebol”, que reuniu, em 2016, mais de 17 mil participantes das quatro unidades de negócios de 350 países em que estamos presentes. Na Danone Brasil, participaram do torneio cerca de 300 funcionários.

Danone Copa das Nações: maior torneio de futebol do mundo para crianças de 10 a 12 anos de idade. Desde a primeira edição, realizada no ano 2000, mais de 10 milhões de crianças de 40 países com subsidiárias da empresa participaram da Copa das Nações.

Paralelamente à competição principal, a Copa Danone oferece jogos e atividades educativas, uma oportunidade de compartilhar informações sobre a importância da hidratação e da dieta saudável no desempenho esportivo.

NOSSO MODELO NUTRICIONAL :



A ação conta com a parceria de federações esportivas locais e secretarias estaduais de educação e esporte. Em 2017, o torneio brasileiro contou com mais de 800 crianças de mais de 60 escolas públicas, clubes e associações.

O BRASIL, REPRESENTADO PELAS MENINAS DO FUTEBOL FEMININO DO CENTRO OLÍMPICO, FOI A EQUIPE CAMPEÃ DA PRIMEIRA EDIÇÃO FEMININA DA COPA DANONE.



PRÁTICAS DE NEGÓCIO RESPONSÁVEIS

Conquistar a confiança dos nossos stakeholders é essencial para cumprirmos nossa missão.

Uma das formas de preservar a confiança é garantir uma comunicação responsável com nossos consumidores, principalmente com o público infantil, e fazer da segurança alimentar nossa maior prioridade.

Em março de 2017, a Danone Brasil aderiu voluntariamente ao Compromisso Público relativo à comunicação dirigida ao público infantil. A adesão implica que somente produtos adequados às necessidades nutricionais das crianças brasileiras e que atendem prioridades de saúde pública poderão ser alvo de publicidade em meios de comunicação de massa direcionados a crianças entre 3 e 12 anos.

Primeiros 1.000 dias: apoiamos ativamente a recomendação da Organização Mundial de Saúde (OMS) sobre o aleitamento materno exclusivo nos primeiros seis meses de vida e complementado até os dois anos de idade ou mais com alimentos sólidos.

A Danone trabalha com muitos parceiros empenhados em promover os benefícios duradouros da nutrição adequada durante os primeiros 1.000 dias de vida do bebê. Os primeiros 1.000 dias de vida se referem a esse período, que vai do primeiro dia de gestação até os 2 anos de idade.

Acreditamos que a produção de alimentos saudáveis e o consumo sustentável podem ajudar a criar uma vida melhor para milhões de pessoas.

Nossos funcionários, produtores, fornecedores, investidores, comunidades locais e os consumidores formam o que chamamos de “ecossistema” da Danone. Procuramos criar valor para todos dentro desse sistema, incluindo nossos 100 mil empregados, 140 mil agricultores e nossos milhões de consumidores.

Buscamos construir marcas com propósito, que sejam relevantes, fortes e que atendam às necessidades de saúde, sociais, ambientais e econômicas dos nossos consumidores e das comunidades em que atuamos.



Nossas iniciativas contribuem para os ODS

MELHOR PARA NOSSOS COLABORADORES

Atrair, capacitar e reter os funcionários que refletem a diversidade de nossos negócios e das comunidades nas quais operamos é vital para o nosso sucesso. Também temos o compromisso de oferecer aos nossos funcionários um ambiente de trabalho seguro, além de programas de saúde e bem-estar e oportunidades de crescimento profissional.

Estamos empenhados em melhorar a qualidade de vida de nossos funcionários, focando em quatro áreas principais: Diálogo Social, Saúde e Segurança, Talento e Diversidade, e Engajamento Local e Cultural.

WISE² E DIÁLOGO SOCIAL

Desenvolver uma cultura de saúde e segurança em todas as operações e reduzir acidentes no local de trabalho é o principal objetivo do Wise, nosso programa global de segurança. Este programa define as regras de segurança e saúde e as melhores práticas.



O programa visa garantir a conformidade da Danone com o local de trabalho, padrões de segurança para as situações mais críticas de alto risco e

promover uma abordagem de prevenção mais abrangente que inclua, em particular, riscos para a saúde, ergonomia e bem-estar no local de trabalho.

O diálogo com os funcionários e os sindicatos dos trabalhadores também faz parte do jeito Danone.

**NOSSA META GLOBAL ATÉ 2020:
ZERO ACIDENTES FATAIS E 50%
MENOS ACIDENTES DE TRABALHO
COM AFASTAMENTOS .**

TALENTO E DIVERSIDADE

“Todos nós temos talentos e todos somos talentos”, é a convicção compartilhada com nossos funcionários e um dos pilares de nosso programa, que planeja identificar e aproveitar todas as habilidades, realizando revisões de talentos e oferecendo treinamento para todos.

Já o programa Jaguar, implantado nas Américas e na Ásia, oferece aos jovens talentos da Danone a oportunidade de trabalhar em outro país por um período de três a seis meses e alavancar o início de suas carreiras.

Talento e diversidade em números

No Brasil, 142 jovens aprendizes contratados.

51.543 horas de treinamento aos nossos colaboradores.

1. Comparados ao ano de referência 2014.

2. Até setembro/23

APOIO À MATERNIDADE E À PATERNIDADE

Na Danone, queremos criar uma cultura na qual nenhum funcionário tenha medo de anunciar uma gravidez.

Um local onde respeitamos as escolhas pessoais de cada empregado. Queremos proporcionar as melhores condições de forma a permitir que nossos funcionários sintam-se realizados tanto como pais quanto como profissionais.

A Política Parental Global é um dos principais elementos da nossa jornada de Diversidade Inclusiva. A política, desenvolvida em colaboração com mais de 300 funcionários da empresa, baseia-se em três elementos principais:

Apoio pré-natal:

Focado em melhorar e proteger a saúde das mães e seus bebês, a Danone oferecerá a todas as mulheres grávidas condições de trabalho adequadas, com períodos reservados para consultas médicas pré-natais e conselhos nutricionais.

Licença Parental Estendida:

Independentemente do gênero, todos os funcionários de Danone terão condições para se unirem como família e se adaptarem às novas responsabilidades. Isso inclui: 18 semanas de licença remunerada para o pai biológico, 14 semanas para o pai adotivo e 10 dias úteis para o cuidador secundário.

Apoio pós-natal:

Ofereceremos políticas de proteção ao trabalho, programa de retorno ao trabalho

e condições de trabalho flexíveis em todos os mercados ao redor do mundo. A Danone também apoiará a amamentação, fornecendo salas privadas para mães em todos os locais de trabalho que empregam mais de 50 mulheres.

A Política Parental foi lançada em países-piloto em março de 2017 e será implementada em todas as unidades da Danone no mundo até 2020. A implementação será customizada a nível local por meio do diálogo social.

Neste ano, a Danone também lançou, nas subsidiárias do Brasil, França e Holanda, o movimento **ElesporElas (HeforShe, em inglês), da ONU Mulheres**, cujo objetivo é engajar homens e meninos para novas relações de gênero sem atitudes e comportamentos machistas. Para a ONU Mulheres, a voz dos homens é poderosa para difundir para o mundo inteiro que a igualdade para todas as mulheres e meninas é uma causa de toda a humanidade.

Em março de 2017, o CEO da Danone Emmanuel Faber foi nomeado pela ONU Mulheres como um dos cinco Campeões Temáticos ElesporElas, um título dado às pessoas e organizações que promovem a igualdade de gênero ao redor do mundo, como reconhecimento à nossa Política Parental.

INCLUSÃO SOCIAL

A Danone possui algumas iniciativas no Brasil voltadas para a inclusão social na cadeia de valor.

Kiteiras, Novo Ciclo e Cuidar é Viver são projetos relacionados ao empoderamento de mulheres por meio de venda porta a porta, fortalecimento das cooperativas de catadores de materiais recicláveis (olhando para a responsabilidade pós-consumo) e formação de cuidadores de idosos, respectivamente.

Kiteiras

O projeto estimula o empreendedorismo de mulheres, proporcionando uma fonte de renda complementar e sua profissionalização, por meio da venda de kits de produtos Danone por catálogo, no modelo porta a porta. As KITEIRAS, como são conhecidas essas mulheres, têm horários flexíveis e aquelas que trabalham em média cinco horas por dia conseguem uma renda média de 1,5 salários mínimos. O lucro das kiteiras corresponde a 30% do total vendido.

MODELO DE DISTRIBUIÇÃO INCLUSIVA QUE CONTRIBUI PARA O EMPODERAMENTO FEMININO, O EMPREENDEDORISMO E O AUMENTO DA RENDA MENSAL DE MULHERES E HOMENS.

A iniciativa contribui para aproximar a Danone de consumidores de áreas menos favorecidas e com acesso limitado a produtos, além de impactar socialmente



as comunidades locais e colocar em ação a missão da empresa: levar saúde por meio da alimentação ao maior número de pessoas. As participantes recebem capacitação gratuita para se tornarem microempreendedoras e ampliarem suas competências em empreendedorismo, plano de negócio, cooperação, vendas e trabalho em equipe.

Atualmente, são mais de 2 mil kiteiras em Salvador, São Paulo e Fortaleza. A iniciativa é realizada em parceria com a organização Visão Mundial e Aliança Empreendedora.

Kiteiras em números

2.666 kiteiras

56.716 pessoas com acesso a informação de saúde e nutrição

250.110 de pessoas mobilizadas (número de cadastros realizados no projeto)

"Com a venda da Danone eu consigo viajar, a gente junta um pouquinho e consegue. Eu juntei 3 meses e fiz uma viagem para visitar os meus irmãos no RJ com o lucro da Danone. Quero vender mais! Eu me identifico muito vendendo. Quando tem lançamento compro alguns kits para experimentar e depois saber oferecer para os clientes. Tem muita gente que põe dificuldade em tudo, mas basta você acreditar em você que aí você vai conseguindo e aos poucos vai fazendo sua clientela pela vizinhança. Tenho muitos vizinhos aqui que compram. É só começar devagarzinho que vai!"

Kiteira de Salvador - A. C

Novo Ciclo

O PROGRAMA NOVO CICLO é resultado de uma parceria entre a Fundação Avina, o Instituto Nenuca de Desenvolvimento Sustentável (Insea), o Movimento Nacional dos Catadores (MNCR) e a Danone, O Fundo Ecosysteme e a IRR.

O Novo Ciclo busca o desenvolvimento de catadores de materiais recicláveis e a profissionalização do trabalho das cooperativas de reciclagem para a melhora da coleta seletiva e da valorização do trabalho do catador. É também objetivo do programa garantir a logística reversa por meio da conexão entre as redes de cooperativas e as indústrias de transformação.

A iniciativa foi criada em 2012, em 23 cidades do Sul de Minas Gerais (MG), e hoje abrange 67 cidades, 76 cooperativas. Foram incluídas recentemente duas redes de cooperativas – Cataunidos e Catavale. Estamos também em processo de formalização com a entrada de uma quarta rede, a Rede Sol.

Sendo considerado agora como um programa, o Novo Ciclo passa a ter uma abrangência, não só no Sul de MG, mas também na região metropolitana de Belo Horizonte e no Vale do Paraíba, no Estado de São Paulo.

Novo ciclo em números

76 cooperativas em 67 municípios apoiados
1.520 catadores de São Paulo e Minas Gerais impactados
117% de aumento de renda desde o início do programa
Mais de 25 mil toneladas de materiais recicláveis até setembro de 2017

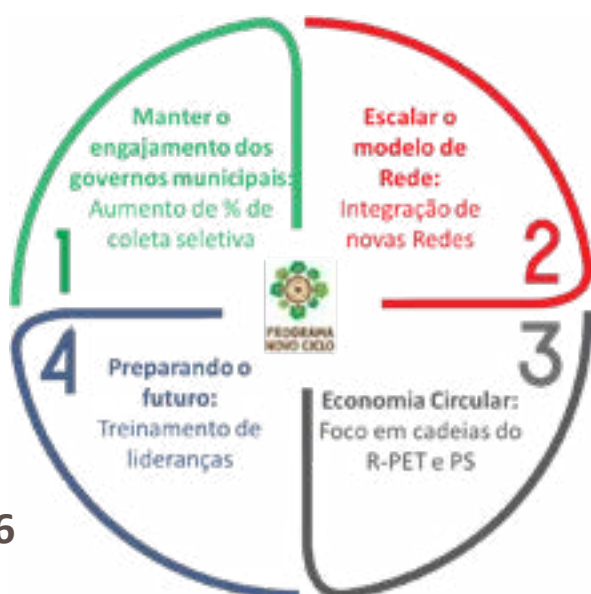
Luenia Poços de Caldas – mobilizadora

“A partir de todo esse contato, pela Rede, a gente está tendo a oportunidade agora de ter o contato com a indústria. Com essa nova fase do Programa a gente tem buscado novas tecnologias no mercado, então isso para nós é novo, mas a gente se sente gratificado de ter essa oportunidade de buscar entender o que está acontecendo dentro do país e em que a gente pode melhorar o nosso material, em que a gente pode melhorar a nossa vida (...)”

Angela – Pindamonhangaba

“A Rede estava “patinando” e com a vinda do Novo Ciclo a Rede está conseguindo dar seus passos, está conseguindo começar as nossas vendas, o Novo Ciclo deu uma mudança legal tanto em cada cooperativa que a gente vai e consegue estar sempre mudando alguma coisa, como produção, gestão, e isso é gratificante. E eu estou muito feliz”

NOVO CICLO - 4 PILARES



NOVO CICLO

Cuidar é Viver



Facilitar a conexão dos cuidadores com os idosos brasileiros de forma ética e prática é o novo foco do projeto Cuidar é Viver, após ter formado mais de 1.000 cuidadores de idosos desde 2011.

A parceria entre a Danone Nutrição Especializada e a Cruz Vermelha de São Paulo procura facilitar a entrada dos cuidadores de idosos formados pela instituição no mercado de trabalho.

O projeto viabilizará uma plataforma online para que idosos e seus familiares encontrem currículos de profissionais já formados de acordo com as suas necessidades. Além disso, o projeto objetiva a disseminação de informações, ações sociais e eventos de atualização nas áreas de geriatria, gerontologia e nutrição especializada para idosos e cuidadores. A ambição é transformar a realidade social do cuidador, valorizando o seu trabalho e cooperando para o envelhecimento saudável e digno.

As metas do projeto até julho de 2018 são:

400 cuidadores formados

180 empregos criados

360 cuidadores cadastrados na plataforma



Acreditamos que os alimentos produzidos de forma sustentável podem ajudar a proteger e restaurar a saúde do nosso planeta.



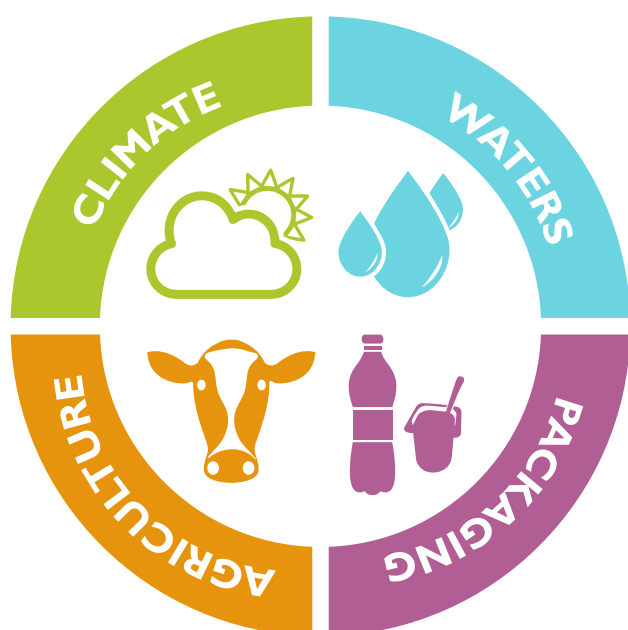
Nossas iniciativas contribuem para os **ODS**

ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL COMEÇA COM UMA NATUREZA SAUDÁVEL. TEMOS COMO OBJETIVOS AGRICULTURA SUSTENTÁVEL, OS CICLOS DA ÁGUA SAUDÁVEIS, ÍNDICES DE CARBONO ZERO E UMA SEGUNDA VIDA PARA TODAS AS NOSSAS EMBALAGENS.

NATURE 2020

As matérias-primas provêm da agricultura e dependem dos ciclos da natureza. Dependemos de recursos naturais, como a chuva, o solo e a luz solar para cultivar o alimento, alimentar as vacas e fornecer a água que nos ajuda a criar escolhas mais saudáveis para nossos consumidores em todo o mundo.

Pretendemos uma agricultura sustentável, ciclos de água mais saudáveis, zero carbono e dar uma segunda vida a todas as nossas embalagens. É por isso que identificamos quatro prioridades no nosso plano Nature 2020: Clima, Água, Embalagem e Agricultura Sustentável.



No Nature 2020, estabelecemos compromissos e metas e acompanhamos anualmente seus resultados. O Plano Nature 2020 tem como compromissos:

Clima: Nosso objetivo é lutar contra as mudanças climáticas através da redução e compensação das emissões de carbono.

Proteção das águas: O nosso objetivo é proteger os recursos hídricos e utilizá-los em harmonia com os ecossistemas e comunidades locais.

Embalagem: Nosso objetivo é transformar resíduos em recursos por meio da construção de cadeias de reciclagem para nossas embalagens.

Agricultura Sustentável: Apoiamos a agricultura competitiva, que respeite os ecossistemas naturais e que gere valor econômico e social.

CLIMA

Uma empresa de alimentos depende da natureza, da agricultura e dos agricultores para realizar o seu trabalho. Portanto, mudanças climáticas são uma preocupação para nós, especialmente por serem causadoras de impacto significativo sobre os ciclos naturais, que desempenham um papel vital no sistema alimentar. É de nosso interesse e de nossa responsabilidade ajudar a combater as alterações climáticas e contribuir para atingir uma economia descarbonizada. Isso começa com a redução da nossa própria pegada de carbono.

Nós medimos o nosso impacto, incluindo o escopo completo de emissões em toda a cadeia de valor, ou seja, áreas em que temos responsabilidade direta e áreas de responsabilidade compartilhada, ou seja, emissões GEE (gases de efeito estufa) da Danone, provenientes de matérias-primas e agricultura. As emissões de GEE são calculadas e divulgadas por meio da ferramenta GHG Protocol, metodologia internacionalmente reconhecida e que complementa a ferramenta Danprint, utilizada internamente pela companhia.

A Danone assinou a Declaração das Nações Unidas para Nova York sobre Florestas, reconhecendo a importância de reduzir as emissões causadas pelo desmatamento e o aumento da recuperação florestal. Nosso objetivo é eliminar o desmatamento em nossa cadeia de abastecimento até

2020. Trabalhar com ONGs, universidades, fornecedores e comunidades agrícolas já provou ser a chave para soluções de abastecimento sustentável de sucesso.

Para alcançar esses objetivos, a Danone lançou a sua Política Climática, com metas e compromissos para as áreas. Os projetos serão realizados por meio de parcerias com comunidades rurais, fornecedores, clientes e consumidores em busca de soluções.

Conheça os principais objetivos e resultados alcançados:

Redução das emissões

Em 2012, o Grupo Danone conseguiu alcançar globalmente a redução de 30% das suas emissões diretas de CO2 e ampliou a sua meta. Agora, o compromisso da companhia é chegar em 50% de redução até 2030.

A Danone foi a primeira empresa no Brasil a considerar em seu inventário as emissões na produção de leite. As principais estratégias adotadas para a redução das emissões na cadeia foram: desenvolvimento de embalagens que utilizam menos material por produto, eficiência logística e uso de energias renováveis.

Desde 2011, a fábrica de Poços de Caldas se utiliza de uma caldeira movida à biomassa para a produção de vapor, em substituição a caldeira movida a óleo. Foi a primeira fábrica do Grupo Danone a adotar esse sistema, o que resultou em uma redução de em torno de 16.500 toneladas de CO2 equivalente por ano.

Não é possível zerar balanço das emissões de carbono considerando apenas o nosso ciclo pleno. Trabalhando em conjunto, com agricultores, fornecedores, clientes e comunidades locais, podemos tornar a nossa visão realidade. Atingir a nossa meta significa também ajudar a natureza a sequestrar mais carbono, lutar contra o desmatamento na nossa cadeia de suprimentos e gerenciar todos os recursos naturais de forma sustentável.

Em 2016, ações como eficiência logística, substituição de matérias- primas e inovações em embalagens resultaram em uma redução de 24,5 g de CO2 por kg de produto no Brasil.



Redução do consumo de energia das fábricas

- Uso de instalações de refrigeração de menor impacto;
- Eliminar o desmatamento da cadeia de suprimentos;

No Brasil, a Danone atua no mapeamento e apoio aos nossos produtores de leite para que eles façam o registro no CAR (Cadastro Ambiental Rural). Como forma de estímulo, a Danone oferece apoio em 50% dos custos para que o produtor obtenha esse registro.

AGRICULTURA SUSTENTÁVEL

As operações da Danone estão diretamente ligadas à natureza e agricultura, que apresenta grandes desafios, incluindo segurança alimentar, competitividade, volatilidade de preços e acesso a matérias-primas. Isso significa que a sustentabilidade do nosso negócio depende da nossa capacidade de fortalecer e proteger o nosso ciclo alimentar em termos de qualidade e quantidade. A agricultura sustentável deve se esforçar para manter o delicado equilíbrio dos ecossistemas e ciclos naturais dos quais ela depende. As prioridades da Danone são: preservar e melhorar a qualidade do solo, proteger e gerir os recursos hídricos, proteger a biodiversidade, minimizar as emissões de gases de efeito estufa e maximizar a captura de carbono, promovendo, assim, o bem-estar animal. Estes são elementos chave da nossa estratégia de fornecimento sustentável. Trabalhamos em conjunto com outras partes interessadas da indústria alimentar para ajudar os agricultores a produzir ingredientes nutritivos e rentáveis, que lhes permitam criar suas famílias de forma sustentável. Além disso, apoiamos programas específicos de redução e recuperação de resíduos agrícolas.

Agricultura Sustentável

As operações da Danone estão diretamente ligadas à natureza e agricultura, que apresenta grandes desafios, incluindo segurança alimentar, competitividade,

volatilidade de preços e acesso a matérias-primas. Isso significa que a sustentabilidade do nosso negócio depende da nossa capacidade de fortalecer e proteger o nosso ciclo alimentar em termos de qualidade e quantidade. A agricultura sustentável deve se esforçar para manter o delicado equilíbrio dos ecossistemas e ciclos naturais dos quais ela depende. As prioridades da Danone são: preservar e melhorar a qualidade do solo, proteger e gerir os recursos hídricos, proteger a biodiversidade, minimizar as emissões de gases de efeito estufa e maximizar a captura de carbono, promovendo, assim, o bem-estar animal. Estes são elementos chave da nossa estratégia de fornecimento sustentável. Trabalhamos em conjunto com outras partes interessadas da indústria alimentar para ajudar os agricultores a produzir ingredientes nutritivos e rentáveis, que lhes permitam criar suas famílias de forma sustentável. Além disso, apoiamos programas específicos de redução e recuperação de resíduos agrícolas.

Nossos resultados globais para promover a agricultura sustentável:

- Política de óleo de palma: 100% RSPO* totalmente segregado
- Política de soja: aderiu ao RTRS**
- Programa de bem-estar animal ELN: 100% dos cordeiros e bois tem acesso à pastagem e 100% dos ovos são “gaiola livre”.

Projeto piloto de soja no Brasil gera compromisso global da Danone

Em 2014, a Danone adotou globalmente uma política de fornecimento sustentável – uma abordagem que abrange a compra direta dos ingredientes utilizados em nossos produtos e o uso indireto de soja na alimentação animal. Nosso objetivo é construir uma cadeia de fornecimento de soja totalmente transparente e incentivar os fornecedores locais a cultivar culturas ricas em proteínas como alternativas à soja importada. Ao promover a compra de países que não correm o risco de desmatamento e implementar um sistema para rastrear o fornecimento e garantir que este ocorra de maneira sustentável, queremos impulsionar a mudança ao redor do mundo. Esse processo teve início no Brasil com um projeto piloto em nossa Divisão de Produtos Lácteos Frescos.

A Danone Brasil foi a campo, em 2015, para compreender melhor sua cadeia de fornecimento de leite e de soja no país. Procuramos identificar riscos e oportunidades existentes e potenciais dentro da cadeia de suprimentos.

Até agora, 55 pessoas de 34 organizações foram consultadas por meio de teleconferências e/ou encontros presenciais, incluindo oito operadores de cadeia de suprimentos, 11 especialistas e nove organizações da sociedade civil. Duas subsidiárias da Danone estão envolvidas. A pesquisa de campo abrangeu 30 fornecedores de farelo de soja e 26 fornecedores de leite. Com este projeto, buscamos assegurar que nosso suprimento de soja seja produzido de forma sustentável, com benefícios para o ecossistema e os produtores locais.

Com base nos resultados, trabalhamos com todas as partes interessadas para criar soluções viáveis e que gerem valor para todos. Após este piloto no Brasil, a Danone decidiu se juntar à coalizão Round Table on Responsible Soy (RTRS) para ajudar a eliminar globalmente o desmatamento em sua cadeia de valor.

Danleite e Projeto Gota Verde

Além do relacionamento comercial com os produtores de leite, a Danone também incentiva o desenvolvimento da cadeia do leite. Desde 2003 é oferecido aos seus produtores de leite o Programa Danleite. O Danleite é um pacote de ferramentas que oferece suporte a todos os seus fornecedores de leite interessados na melhoria das principais variáveis que afetam a produção de leite, a eficiência econômica na atividade e qualidade do produto vendido à Danone. O projeto Gota Verde surgiu na Danone em 2016 com o objetivo de prestar assistência técnica aos produtores de leite da Danone na adequação ao Novo Código Florestal brasileiro e confecção do Cadastro Ambiental Rural (CAR).

Além do diagnóstico ambiental e adequação ao código florestal, o projeto também foca na questão de gênero nas fazendas e ainda apoia produtores de leite a respeito da qualidade do solo, água, biodiversidade, emissões atmosféricas e bem-estar animal, de forma a gerar benefícios ao produtor - como aumento da eficiência e a garantia de uma produção de leite mais sustentável.

* Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO)

** Round Table on Responsible Soy (RTRS)

EMBALAGENS

Na Danone, acreditamos que os alimentos saudáveis e produzidos de forma sustentável têm o poder de construir um futuro mais saudável, e essa abordagem holística também se estende à embalagem que usamos. Embora a embalagem seja crucial para proteger os alimentos e reduzir o desperdício de alimentos, usa matérias-primas e pode gerar resíduos quando não é reciclada.

Para trazer produtos saudáveis e de alta qualidade aos nossos consumidores, precisamos enfrentar esses impactos negativos. Nossa estratégia é promover uma economia circular, usando materiais sustentáveis e tratando os resíduos como um recurso valioso. A inovação será fundamental nesta jornada para a construção de um ciclo de embalagem sustentável.

É por isso que estamos empenhados em transformar o desperdício de embalagens em um recurso. A Política Global de Embalagem da Danone foi publicada em novembro de 2016, com a ambição de co-construir a economia circular e criar uma segunda vida para todos os plásticos. Baseia-se em três princípios:

- Trabalhar o ciclo de vida da embalagem, da origem da matéria prima ao descarte final
- Combinar melhoramentos contínuos com inovação
- Formar coalizões e parcerias para dar escala a soluções locais de gerenciamento de resíduos

Queremos fechar o ciclo da economia circular. Garantindo que nossas embalagens são destinadas à reciclagem e, dentro do possível, incorporadas novamente ao processo. A inovação técnica, social e ambiental ao longo da cadeia de suprimentos desempenhará um papel fundamental nessa transformação.

Para apoiar a implantação da política, desenvolvemos globalmente a ferramenta PETER (em inglês, Packaging Eco-Design Tool for Environmental Responsibility), que avalia o impacto ambiental das embalagens e possibilita o design mais inovador, sustentável e de menor peso.

Em linha com nossa política, no Brasil passamos a utilizar o PET reciclado (rPET) na garrafa de 2,25 l da água mineral Bonafont. Esse material tem 25% de seu volume proveniente de poliéster reciclado. A mudança proporcionou uma redução de 60% na quantidade de plásticos utilizados mensalmente. Na Divisão de Produtos Lácteos Frescos, retiramos a pigmentação de cor branca dos garrafões (850 g e 1250 g) do iogurte Activia.

O foco das nossas ações em embalagens:

- Desenvolver o uso de recursos sustentáveis
- Reduzir total do peso de resíduos por tipo e método de eliminação
- Aterro plástico zero para resíduos de embalagens pós-industriais
- Co-criar uma segunda vida para todos os plásticos

PROTEÇÃO DAS ÁGUAS

A água é um precioso e por vezes escasso recurso que deve ser usado em cooperação com ecossistemas e comunidades locais. Nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU o uso da água está claramente associado a questões de saúde, segurança alimentar, mudanças climáticas e resiliência dos ecossistemas.

Ajudar a proteger os ciclos de água nas localidades é fundamental para a nossa capacidade de fortalecer a resiliência da cadeia de abastecimento da Danone, preparando o caminho para negócios sustentáveis e de crescimento no futuro. Estamos, portanto, empenhados em preservar este recurso vital e respeitar seus ciclos naturais, adotando práticas responsáveis em todas as etapas da cadeia de valor.

O objetivo da Danone é proteger as bacias hidrográficas e seus ecossistemas naturais para garantir a sustentabilidade dos recursos hídricos onde operamos, especialmente em áreas estressadas pela água. Continuaremos a proteger os ecossistemas relacionados com a água, trabalhando localmente com as partes interessadas, para garantir que as comunidades locais continuem a ter acesso a fontes de água seguras e sustentáveis, onde quer que estejam e quaisquer que sejam suas necessidades.

Nossas ações relacionadas à proteção das águas:

- Proteger os recursos naturais de água mineral em nossas bacias hidrográficas
- Devolver água limpa à natureza compatível com Danone “Padrões de água limpa” para águas residuais
- Reduzir o consumo de água nas fábricas e processos



PACTO GLOBAL, ODS E DANONE WAY

Danone Way	10 Princípios Pacto Global	ODS	Ações e projetos
Vidas Melhores Diálogo social Saúde e Segurança no Trabalho Talento e diversidade Inclusão social	Direitos Humanos		
	1. As empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente.	ODS 5 e ODS 8 ODS 10 e ODS 12 ODS 11 (11.7)	Projeto Kiteiras Projeto Novo Ciclo Projeto Cuidar é Viver Wise 2 e Diálogo Social
	2. Assegurar-se de sua não participação em violações destes direitos.	ODS 8	
	Trabalho		
	3. As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva.	ODS 16	Programa RESPECT
	4. A eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório.	ODS 16	Programa RESPECT
	5. A abolição efetiva do trabalho infantil.	ODS 16	Programa RESPECT
Mundo melhor Gota Verde Mudanças climáticas Embalagens Água Agricultura sustentável	6. Eliminar a discriminação no emprego.	ODS 16	Programa RESPECT
	Melo Ambiente		
	7. As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais.	ODS12 ODS15 ODS13	Co-criar uma segunda vida para todos os plásticos Promover a agricultura sustentável Eliminar o desmatamento da cadeia de suprimentos
9. Incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis.	8. Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental.	ODS12 ODS17	Gota Verde Redução das emissões
		ODS6 ODS14 ODS 7	Danone "Padrões de água limpa" para águas residuais Proteger os recursos naturais de água mineral em nossas bacias hidrográficas Uso de instalações de refrigeração de menor impacto
Abordagem única de negócios Ética nos negócios Inovação social Jornada colaborativa Fornecimento responsável	Contra a Corrupção		
	10. As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.	ODS 16 (16.1) ODS 17	Parcerias Código de Conduta para Parceiros de Negócios Programa RESPECT
Saúde melhor Produtos mais saudáveis Estilos de vida mais saudáveis Relevância comunitária Práticas de negócio responsáveis		ODS 3	Programa NutriPlanet Danoners World Cup Danone Copa das Nações Primeiros 1.000 dias

Informações corporativas

Danone Brasil
Av. Paulista, 2300 20º andar - 01310-300
Cerqueira César, São Paulo - SP

Equipe gestora responsável pelo relato

Danone Brasil
Lígia Camargo, head de Sustentabilidade
Pedro Vasconcellos, supervisor de Sustentabilidade
Taiane de Assis, design

Consultoria, redação e edição de textos

Società Consultoria
www.societaconsultoria.com.br

-- Novembro de 2017 --

RELATO DANONE BRASIL 2017

Pacto Global



DANONE
ONE PLANET. ONE HEALTH