

EDIÇÃO
ESPECIAL

PSC

P A R A S E U C O N H E C I M E N T O



JUNHO 2009



SUSTENTABILIDADE

POR QUE SE FALA TANTO DO ASSUNTO NOS NOSSOS CORREDORES?

O discurso sustentável pode parecer algo novo. Mas, muito antes de a questão ser amplamente discutida no mundo, ela já estava presente no DNA dos negócios do Grupo Abril. Veja aqui o que fizemos nessa frente no passado e o que estamos fazendo agora

O JEITO ABRIL DE SER SUSTENTÁVEL

Para o Grupo e seus funcionários, a responsabilidade socioambiental é encarada de forma coletiva – uma preocupação que caminha lado a lado com a rotina da empresa desde sua fundação

Economicamente viável, socialmente justo, ecologicamente correto e culturalmente aceito. Esses são os quatro pilares da sustentabilidade e é só interpretá-los para compreender por que, muito antes da “Onda Verde”, quando o termo sustentabilidade nem sequer existia, a Abril já investia em ações de responsabilidade socioambiental.

Nos primeiros anos da empresa, Victor Civita publicava cartilhas de planejamento familiar, preocupado com o desenvolvimento seguro do país e a qualidade de vida das pessoas. Em 1956, cinco anos após a inauguração da Gráfica, também por iniciativa dele, foi criada uma escola de aprendizes na unidade. O grande marco, contudo, foi o nascimento da Fundação Victor Civita, em 1985. “Os pilares da sustentabilidade permearam a história da Abril, mesmo porque eles fazem parte da natureza do nosso negócio, que é informar e levar conhecimento à população”, afirma Meire Fidelis, diretora de Relações Corporativas.

Depois vieram iniciativas como os prêmios CLAUDIA, Educador Nota 10, Planeta Casa, o Guia EXAME de Boas Práticas,

o Clickarvore, a Revisteca, até que a Abril decidiu realizar um projeto editorial, em 2007, batizado de Planeta Sustentável. No meio disso tudo, os abrilianos começaram a se perguntar: “publicamos uma enorme quantidade de conteúdo sobre o tema, mas o que a minha área faz de sustentável?” Assim, o projeto despertou os funcionários para a questão e algumas áreas começaram a repensar o seu negócio à luz da sustentabilidade. A preocupação não era mais apenas otimizar processos e recursos para economizar dinheiro, mas fazer isso de maneira sustentável. Surgiram, então, grupos para discutir o tema na Gráfica, na Treelog e em Administração de Suprimentos. Observando essa movimentação, no início de 2008, a área de Relações Institucionais decidiu reunir esses grupos, e também a equipe do Planeta Sustentável, para dizer: “há uma oportunidade de trabalhar isso em cadeia dentro do Grupo Abril, o que vocês acham?”



1985

O QUE TEMOS FEITO

Cronologia das principais ações sustentáveis promovidas pelo Grupo Abril



Fundação Victor Civita

Com o objetivo de contribuir para a melhoria da educação no Brasil, nasce a Fundação Victor Civita, que publica NOVA ESCOLA, hoje a segunda em circulação do país. Outra iniciativa é o Projeto Entorno, que fomenta a leitura em escolas públicas vizinhas às unidades da Abril por meio da participação de funcionários do Grupo.

A ideia foi muito bem-aceita e, a partir daí, iniciaram-se os fóruns de discussão bimestrais da Agenda Ambiental, presididos por Sidnei Basile, vice-presidente de Relações Institucionais, nos quais participam as lideranças de todas as áreas engajadas com a questão.

O movimento interno tem também o apoio e incentivo de Giancarlo Civita, presidente executivo do Grupo Abril. Em um dos encontros da Agenda Ambiental, ele declarou fazer parte do time de abrilianos preocupados com um futuro melhor e ressaltou que as iniciativas nas quais a Abril vem se envolvendo trarão ganhos para as próximas gerações.

CONSTRUÇÃO COLETIVA

Diálogo. Essa é a palavra que define o que tem sido feito em sustentabilidade na Abril. “Quando o Grupo decidiu aglutinar todas as ações sob um mesmo chapéu e trabalhar para que esse movimento acontecesse de forma coordenada, a primeira coisa definida foi que a metodologia seria baseada na construção coletiva”, explica Meire Fidelis. Em outras palavras: a premissa é deixar que as pessoas continuem a ter suas próprias iniciativas, de acordo com as possibilidades e necessidades do seu dia a dia. “Não adianta alguém ir à Gráfica e dizer o que tem de ser feito. Quem sabe o que pode ser mudado para melhorar

o desempenho de uma máquina, economizar energia e reduzir os impactos dela no meio ambiente é quem está ali todos os dias”, completa Fernanda Torres, gerente de Sustentabilidade do Grupo Abril.

Para Marcio Ogliara, vice-presidente de Recursos Humanos e Desenvolvimento Organizacional, os funcionários da Abril sempre estiveram dispostos a participar de projetos voltados à melhoria da qualidade de vida, sobretudo no âmbito social. “Prova disso são as inúmeras conquistas do projeto de voluntariado Abril, o Mãos à Obra, e de iniciativas como o Projeto Entorno, no qual os abrilianos fazem leitura para alunos de escolas públicas de São Paulo.”

Além dos ganhos para a sustentabilidade do planeta, o engajamento dos abrilianos traz outro ganho, que não pode ser medido, mas, no final das contas, é o que faz a grande diferença. “O que temos percebido é que o funcionário se sente mais realizado quando trabalha pensando não apenas em economizar recursos e dinheiro, mas também promovendo o bem social”, conclui Fernanda Torres.

.....

Para saber mais sobre a atuação da Abril e obter informações de como inserir sua área nessa empreitada, acesse o Portal de Relações Institucionais, na Abrilnet



TENHA UMA ATITUDE SUSTENTÁVEL

- Dê preferência a fornecedores comprometidos com a questão; procure saber se não é só discurso
- Tenha em seu dia a dia o conceito de economia e não desperdice água e energia
- Passe adiante o que não quer mais, como livros, roupas e materiais de escritório
- Imprima somente o necessário
- Fique atento à quantidade de copos plásticos que você usa durante o expediente
- Pratique a carona solidária, use transporte coletivo ou ande a pé
- Em casa e no trabalho, faça a coleta seletiva
- Estimule sua equipe a pensar em formas de mudar processos em prol da sustentabilidade

1996

Prêmio CLAUDIA

É criado com o propósito de valorizar e reconhecer a mulher brasileira. Ao longo de treze anos, já destacou o trabalho de mulheres como Carla Camuratti, Fernanda Montenegro, Marta Suplicy e Viviane Senna (foto).



Rogério Pallatta

1999

Mãos à Obra

O programa de apoio ao voluntariado da Abril contribui com mais de 60 instituições e realiza campanhas pontuais. Em 2008, mais de 2 toneladas de roupas foram enviadas para as vítimas das enchentes de Santa Catarina.



O BOM EXEMPLO DA GRÁFICA

Ações da área garantem redução de 10% das emissões de CO₂ na atmosfera – cerca de 700 toneladas por ano

A Gráfica Abril é a maior da América Latina: tem capacidade para imprimir 500 milhões de revistas e 8 milhões de livros por ano. Para manter essa estrutura gigantesca em pleno funcionamento, são utilizados milhares de toneladas de papel e as máquinas consomem muita energia, lançando CO₂ na atmosfera. Por isso, a Gráfica é a unidade da Abril que mais investiu, até agora, em soluções para atenuar os impactos ambientais e buscar alternativas sustentáveis.

“Estamos trabalhando em três frentes: com os funcionários, propondo a participação de todos no programa Produção Limpa e desafiando-os a realizar ações próprias; nas áreas de gestão, repensando nossos modelos; e por meio dos espaços criados pela área de Relações Institucionais para reflexão sobre o tema”, explica Claudio Baronni, diretor da Gráfica. Os resultados aparecem em todas as esferas a seguir.

REAPROVEITAMENTO DE CALOR

Para melhorar a eficiência energética de uma das caldeiras, foi desenvolvida uma solução tecnológica inovadora, que aproveita o calor gerado pela própria caldeira para que a água responsável pelo funcionamento do equipamento entre preaquecida. Com isso, além da redução do consumo de energia, houve uma diminuição de cerca de 10% na emissão de CO₂ na atmosfera, o equivalente a 669,56 toneladas ao ano.

SELOS FSC E PEFC

Boa parte dos papéis utilizados pela Gráfica possui o selo FSC (Forest Stewardship Council) e o PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification), que certificam



Marina Piedade

Claudio Baronni: foco nas alternativas sustentáveis da Gráfica

produtos elaborados a partir de florestas manejadas de forma responsável e economicamente viável.

COLETA SELETIVA

Há três anos, a Gráfica contribui com 12 instituições sociais por meio da venda do material reciclável coletado. A ação é coordenada pelo programa Mãos à Obra.

RESÍDUOS PARA CIMENTEIRAS

Os resíduos que não podem ser reciclados, como estopa suja de óleo, tinta e solvente, agora são utilizados para alimentar os fornos de fabricação de clínquer, matéria-prima empregada na produção de cimento. ●

1999



Guia EXAME de Boas Práticas

Tem o objetivo de disseminar e estimular melhores práticas de responsabilidade corporativa. Em 2000, passa a se chamar Guia EXAME de Boa Cidadania Corporativa e, em 2007, é rebatizado como Guia EXAME de Sustentabilidade.

2000



Clickarvore

Iniciativa do Grupo Abril, em parceria com a Fundação SOS Mata Atlântica e o Instituto Vidágua, que promove o plantio de árvores por meio de cliques no site. Mais de 20 milhões já foram plantadas.



DE OLHO NO SEU ENTORNO, ABRIL REVITALIZA ESPAÇO CONDENADO

A Praça Victor Civita é, sem dúvida, um dos maiores símbolos das ações de sustentabilidade promovidas pelo Grupo Abril. Depois de sete anos de negociações e R\$10 milhões investidos, o que antes era um terreno contaminado, nocivo ao ser humano – resultado do funcionamento de um incinerador –, foi transformado num belo espaço para uso da população da capital paulista, construído de forma sustentável.

A área revitalizada não é apenas destinada para quem quer passear ou relaxar em meio ao verde, mas também um centro de atividades de esporte, educação, lazer e cultura. Cerca de 10 mil pessoas visitam a Praça todos os meses para participar das aulas de ginástica, palestras sobre preservação do meio ambiente, oficina de reaproveitamento de materiais, concertos, entre outras atrações.

“A ideia não é ser uma ‘praça-escola’, mas sim promover a

No terreno ao lado do NEA que era proibido para uso público, hoje funciona a Praça Victor Civita. Mensalmente, 10 mil pessoas desfrutam do local

discussão sobre sustentabilidade em meio a outras atividades. Como o tema está ligado à vida de um modo geral, optamos por diluir a educação ambiental dentro de uma programação, com aulas de ginástica, brincadeiras, contação de histórias e atrações culturais”, explica o diretor operacional do Instituto Abril, responsável pela administração do projeto, Hamilton dos Santos.



José Cleber, visitante assíduo da Praça

Para o professor universitário aposentado José Cleber de Freitas, de 66 anos, a Praça trouxe uma melhoria na qualidade de vida dos moradores do bairro de Pinheiros, zona oeste de São Paulo. “Venho aqui quase todos os dias com a minha esposa. Além de fazer as aulas de ioga e ginástica, não perco nenhuma das atrações musicais e ainda faço amizade com gente de todas as idades”, conta o visitante.

A Praça Victor Civita fica aberta das 6h30 às 19h. Para conhecer a programação acesse: <http://pracavictorcivita.abril.com.br/>

2001

Desarmamento Infantil

Em parceria com prefeituras de 180 cidades do país, a Dinap cria uma campanha que promove a troca de armas de brinquedo por revistas infantis. Em oito anos, mais de 575 mil foram destruídas.



2002

Prêmio Planeta Casa

A revista CASA CLAUDIA cria o Prêmio Planeta Casa para valorizar empresas e profissionais das áreas de arquitetura e decoração engajados com o desenvolvimento sustentável.

Planeta
CASA

PLANETA SUSTENTÁVEL ATINGE 13 MILHÕES DE PESSOAS

O projeto aposta em linguagens diferentes para falar do assunto em 36 veículos da Editora Abril



Matthew Shirts e Sérgio Gwercman: jornalismo "verde" para informar o leitor

06

Sustentabilidade é um tema difícil de vender. A afirmação é de quem entende do assunto, Matthew Shirts, redator-chefe da NATIONAL GEOGRAPHIC e coordenador do Planeta Sustentável, projeto editorial que traz o tema à tona em 36 veículos da Editora Abril. Difícil, contudo, não é sinônimo de impossível. Prova disso é que, em seu terceiro ano de vida, o Planeta Sustentável se consolida como uma iniciativa de sucesso tanto no que se refere ao modelo de negócio quanto no objetivo de fomentar discussões.

A fórmula para conseguir atrair a atenção do público é simples: falar sobre o assunto com os leitores de cada título utilizando um viés específico. Quando VEJA publica uma matéria mostrando que as indústrias ineficientes e poluidoras são mais vulneráveis à crise mundial, está falando sobre sustentabilidade. Quando a RECREIO ensina crianças a cuidar de papéis e documentos, está levantando a questão. Quando VIAGEM E TURISMO mostra o lixo da praia de Trancoso, no sul da Bahia,

a pauta também é sustentabilidade. "São 36 publicações falando com seus leitores, em 36 linguagens diferentes", explica o coordenador do projeto.

Desde o início do Planeta Sustentável, em abril de 2007, mais de 450 matérias sobre sustentabilidade foram publicadas nas revistas da Abril, atingindo um público de 13 milhões de pessoas. Todos esses textos e outros produzidos exclusivamente pela redação do projeto são colocados à disposição do público

2003

Concertos Bons Fluidos

A cada ano, as revistas BONS FLUIDOS, SAÚDE e VIDA SIMPLES invadem o Parque do Ibirapuera por três dias para realizar atividades que promovem a qualidade de vida. Os Concertos Bons Fluidos integram a programação.



Tiana Chinelli

2005

Revisteca

Espaços de leitura de publicações Abril em bibliotecas e escolas públicas, mantidos pela Dinap. Estão presentes em 244 cidades, contabilizando 437 unidades em todo o país.



Tatiana Cardeal



no www.planetasustentavel.com.br, site que é hoje a principal referência sobre o assunto no país. O projeto também patrocina manifestos que são publicados nas revistas da Abril e, anualmente, duas edições extras da revista NATIONAL GEOGRAPHIC levam a chancela do movimento.

Um projeto que se sustenta

O Planeta Sustentável pode ser considerado bem-sucedido não apenas pela consistente e abrangente disseminação de conteúdos, mas também pela fidelidade de seus patrocinadores, que o tornam viável e geram receita publicitária para a Abril. “No primeiro

MANUAL DE ETIQUETA VIRA PENA PARA CRIMES AMBIENTAIS

A juíza goiana Alessandra Melo decidiu adotar a impressão e distribuição do MANUAL DE ETIQUETA – publicação que foi distribuída gratuitamente nas revistas VEJA, NATIONAL GEOGRAPHIC, CLAUDIA e NOVA ESCOLA em novembro de 2007 – como pena para os crimes ambientais. Na época que circulou, o manual teve uma grande repercussão e choveram pedidos de empresas solicitando exemplares. Mas a tiragem de 2,5 milhões de unidades tinha se esgotado. “Diante da procura, resolvemos disponibilizar o arquivo do manual para essas empresas e elas mesmas o imprimiram”, diz.

ano, além da Abril, o projeto tinha três patrocinadores. Em 2008, os três renovaram e entraram mais dois. Neste ano, todos os cinco estão em processo de renovação”, comemora Matthew Shirts. Segundo ele, em razão da crise econômica, existia um receio de que o projeto pudesse enfrentar problemas de patrocínio. No entanto, o que aconteceu foi o contrário. “Temos observado que a sustentabilidade não só vai sobreviver à crise como ganhou prioridade nesse momento.”

Prioridade no mundo, prioridade também para os brasileiros. Desde que o projeto foi lançado, várias iniciativas isoladas surgiram na Abril. Em 2007, por exemplo, a revista SUPERINTERESSANTE publicou a sua primeira Edição Verde, voltada totalmente para o tema. “É muito bacana esse movimento porque não foi imposto pela empresa aos funcionários. Trata-se de algo transversal em que cada um olha para sua própria área e pensa o que pode ser feito”, diz Sérgio Gwercman, diretor de redação da revista. ●

2007

Planeta Sustentável

Projeto inovador que leva conhecimento e fomenta a discussão sobre sustentabilidade por meio de matérias publicadas em revistas e sites da Abril. (Veja acima).



2008

Agenda Ambiental

Em janeiro de 2008, é realizada a primeira reunião da Agenda Ambiental, fórum sobre sustentabilidade que conta com a participação de funcionários de diversas áreas do Grupo Abril.



Carmilla Santana

GESTÃO SUSTENTÁVEL TRAZ RESULTADOS CONCRETOS

Ao decidir pensar nos processos que poderiam ser mudados, TreeLog, TI e Eventos Corporativos encontram soluções inteligentes e colocam a mão na massa

Reaproveitar uniformes e cenários. Virtualizar servidores. Otimizar rotas de entrega. Desenvolver plástico biodegradável. Organizar a própria mesa. Algumas áreas da Abril incluíram a sustentabilidade no seu dia a dia e os resultados aparecem a todo momento, em ações simples ou complexas, que fazem a diferença.

TRELOG EM AÇÃO

Quando a equipe da revista SUPERINTERESSANTE procurou a área de Assinaturas para propor a entrega da revista por bicicletas, teve uma boa surpresa: grande parte da distribuição já era feita assim. “Setenta e sete por cento da rede de distribuidores de porta a porta utiliza ciclistas na distribuição. São mais de 1.250 entregadores por todo o Brasil, cobrindo cerca de 310 mil quilômetros, o que significa, aproximadamente, 600 motocicletas a menos nas ruas todos os meses”, conta Wagner Cavaleiro, especialista de Processos Logísticos da TreeLog. Wagner relata que, na TreeLog, a preocupação em melhorar os pro-

cessos nasceu quando eles pararam para olhar o que já era feito. “Assim, começamos a estudar o que mais poderíamos fazer e montamos grupos de trabalho sobre os seguintes temas: transporte, retorno e embalagens”, lembra.

Em pouco tempo, as iniciativas começaram a surgir e surtir efeito. Para otimizar a entrega das revistas, várias rotas foram refeitas, com uma redução semanal de 1.560 quilômetros no Rio de Janeiro e 4.340 em São Paulo. Graças a esse replanejamento foi possível tirar 97 veículos das ruas.

No Rio de Janeiro, o número passou de 128 para 89, e, em São Paulo, de 240 para 182 carros. Na vanguarda, a TreeLog encomendou também um estudo para o desenvolvimento de um plástico biodegradável e de compostagem que poderá ser usado para embalar as revistas.

Ciclistas para entregar revistas: 600 motocicletas a menos nas ruas



2008

2008



María Duprat

GHG Protocol

Em maio de 2008, a Abril é a primeira empresa brasileira do ramo de comunicação a aderir ao Programa Brasileiro de Inventário Corporativo de Gases de Efeito Estufa, o GHG Protocol. *(Veja mais na pág. 10).*



Rogério Pallata

VEJA 40 anos

Organizado em comemoração aos 40 anos da revista VEJA, o seminário “O Brasil que queremos ser” discutiu os rumos do país por meio de debates com autoridades e pensadores.



André Lui

Recepcionistas usam os mesmos uniformes em vários eventos



Camilla Santana

Equipe de TI: "limpeza na casa" para motivar funcionários

A ORDEM É REAPROVEITAR

Nada se cria, tudo se transforma. Ou melhor: quando se cria, tudo se transforma. Essa é premissa que melhor representa o que Eventos Corporativos têm realizado em favor da sustentabilidade. Parece simples – e é. Mas o ganho é enorme. Uniformes de recepcionistas, materiais de cenários, sofás, pufes, infraestrutura de estantes etc. Tudo isso pode ser reaproveitado. “Quando usamos um mesmo uniforme de recepcionistas em vários eventos, gastamos menos tecido e geramos economia, porque basta lavar, não é preciso confeccionar novos”, exemplifica Andréa Gomes, da equipe de Eventos e Relacionamento da Diretoria-Geral de Publicidade. Numa outra frente, em 2008, a área contratou o serviço de neutralização de carbono para diversos eventos realizados, o que, nesse caso, demandou custo extra. “Às vezes, para ser sustentável, é preciso investir também e não só economizar”, finaliza Andréa Gomes.

TI DE OLHO NOS PROCESSOS

O que a Tecnologia de Informação, uma das áreas menos palpáveis de um negócio, pode fazer em prol da sustentabilidade? Muita coisa. É o que mostra a TI da Abril. “Há uns dois, três anos, as pessoas achavam que sustentabilidade era coisa de ambientalista. Isso vem

mudando e os dados mostram que não é bem assim”, explica Marcos França, Gerente de TI.

Na tentativa de resolver a equação “otimização dos serviços x economia de custos x não comprometimento do futuro”, a TI vem pensando em uma série de iniciativas sustentáveis e inovadoras. A começar pela virtualização dos servidores do Data Center, que gerou uma economia de energia elétrica de 520 mil kWh por ano. “Isso equivale a aproximadamente 1.600 árvores plantadas ou 120 carros fora das ruas”, explica Marcos França. A virtualização também melhorou o desempenho dos sistemas da Abril. “Por causa dessa ação, vamos ter deixado de gastar R\$47 milhões até 2014.”

Mas as ações da TI vão além. A Assinatura Digital, em fase piloto, promete economizar papel ao oferecer um sistema que permite a assinatura eletrônica de documentos. A substituição de 400 impressoras por 110 mais eficientes e a reorganização de mais de 240 mil arquivos eletrônicos também estão contribuindo para a redução do consumo de energia. Como parte desse processo de conscientização, durante uma manhã, cerca de 180 abrilianos fizeram um housekeeping na área. Ao organizar o próprio local de trabalho, foram coletadas 3 toneladas de lixo reciclável, 27 armários foram liberados para reuso e cinco caixas de material de escritório disponibilizadas para reaproveitamento interno. ●

2008

Praça Victor Civita

Onde antes funcionava um incinerador de lixo, é inaugurado um espaço que oferece à população opções de lazer, educação, esporte e cultura. (Veja mais na pág. 5).



Rogério Pallata

2008

Dossiê MTV

A preservação do planeta foi o tema da 4ª edição do Dossiê Universo Jovem. Mais de 49 milhões de jovens de todo o país participaram da pesquisa.



ABRIL NA LUTA CONTRA O EFEITO ESTUFA

Única empresa de comunicação a aderir ao GHG Protocol Brasil, o Grupo busca encontrar meios para diminuir seus níveis de emissão



Marina Piedade

Daniel Fernandes: levantamento para quantificar o impacto das atividades

Com o objetivo de buscar respostas e soluções para essas perguntas, a Abril foi uma das 27 empresas brasileiras – e a única do setor de comunicação – a aderir ao GHG Protocol Brasil como membro fundador, em maio de 2008. O programa, que já é realizado em mais de 30 países, é um protocolo assinado voluntariamente por empresas dispostas a encontrar meios para diminuir os níveis de gases de efeito estufa emitidos direta ou indiretamente por suas operações.

Neste primeiro momento, o foco da Abril é levantar dados para descobrir tudo sobre suas emissões e seus impactos: como elas se dão, em que quantidades e por meio de quais atividades. O trabalho, liderado por Daniel Fernandes, especialista em Engenharia da Gráfica, vem sendo debatido em reuniões regulares com os abrilianos envolvidos na empreitada e, também, nos encontros bimestrais da Agenda Ambiental, fórum que discute as diversas vertentes relacionadas à sustentabilidade dentro da Abril. “Essas discussões possibilitaram o desenvolvimento de ações de redução de emissão de gases de efeito estufa antes mesmo da conclusão do levantamento”, conta.

A previsão é de que o levantamento total seja concluído até o fim de 2009. No entanto, os resultados do inventário piloto, realizado em 2008, revelam um número parcial: 63 mil toneladas de CO₂, que representa cerca de 80% do total de emissões de gases de efeito estufa das operações do Grupo Abril. ●

Cerca de 32,2 bilhões de toneladas. Segundo estatísticas do IPCC (Painel Intergovernamental de Mudanças Climáticas, órgão da Organização das Nações Unidas), essa é a quantidade média de CO₂ lançada na atmosfera do planeta a cada ano. Desse total, o Brasil emite 1,5 bilhão de tonelada. Mas qual é o tamanho da responsabilidade do Grupo Abril? Como medir o gás gerado pela empresa, encontrar meios para reduzir esse percentual e ainda compensar o que não puder ser reduzido?

Bê-á-bá do GHG Protocol

Veja quais são os tipos de emissão avaliados pelo programa

1 - EMISSÕES DIRETAS

Gases emitidos pela Abril por meio de sua frota própria, caldeiras e empilhadeiras das gráficas e outras atividades.

2 - ENERGIA ELÉTRICA

Toda a energia consumida nas unidades do Grupo Abril e nos seus processos e operações.

3 - EMISSÕES INDIRETAS

Gases emitidos por serviços terceirizados usados pela Abril, como transporte aéreo, motoboys e táxis.

2008

Educar para Crescer

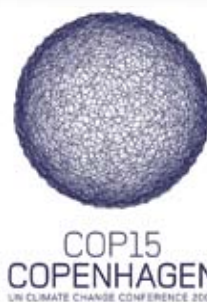
Colocar a educação em pauta na sociedade brasileira é o objetivo do Educar para Crescer. O movimento publica, em diferentes veículos da Abril, matérias que contribuem para a melhoria do ensino no país.



2009

COP15

Participação da Abril no evento preparatório para a 15ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas, o COP15, em Copenhague, Dinamarca.



PREOCUPADOS MAS NÃO “ECOCHATOS”

Abrilianos buscam um futuro melhor inserindo em suas rotinas atitudes mais sustentáveis



“ Quando faço pequenas compras no supermercado, costumo levar uma Ecobag para não utilizar os sacos plásticos ”

“ Ao planejar campanhas publicitárias, estamos racionalizando o uso do papel e estimulando a comunicação digital ”

“ Dar caronas até o trabalho e realizar coleta seletiva são algumas das ações que introduzi no meu dia a dia ”

Priscila Fachinetti
Analista de marketing da Abril Digital

Ana Meirelles
Especialista de marketing da Dinap

Dino Soares, Tânia Micele e Sergio Araujo
Estúdio de Criação da Editora Abril



Andréa Gonzalez
Assistente executiva da Abril Educação



“ Por criar as campanhas sociais da MTV, acabei me tornando uma pessoa mais responsável com minhas atitudes. Calculo o impacto de todas as minhas ações ”

Mauro Dahmer
Editor de conteúdo social da MTV



Heni Gratto
Técnica gráfica

“ No laboratório químico, tenho um cuidado especial com o destino dos produtos manipulados ”

DÁ PARA FAZER DIFERENTE?

Para Sérgio Vasconcelos, diretor de Suprimentos, Administração e Serviços Financeiros do Grupo Abril, a resposta é sim! Por isso, ele e sua equipe estão sempre de olho em alternativas para adequar os processos em prol da sustentabilidade

PSC: Como a área de Suprimentos, Administração e Serviços Financeiros enxerga a questão da sustentabilidade?

Sérgio Vasconcelos: Somos uma área de infraestrutura e temos que estar o tempo todo antenados às novas soluções, tentando enxergar possibilidades de otimizar os recursos. Do ponto de vista de Suprimentos, por exemplo, temos que estar preparados para atender à demanda crescente das diversas áreas do Grupo. Quando alguém nos procura e diz que quer entregar os convites de um determinado evento usando bikeboys, em vez de moto-boys, temos que saber quais são as empresas que oferecem esse serviço.

PSC: No que se refere aos prédios da Abril, o que vem sendo feito?

SV: Reciclamos papel, temos uma preocupação em otimizar o uso de energia, fazemos manutenções evolutivas nos sistemas de ar-condicionado, estamos implementando um projeto de outsourcing de impressão, alguns processos de automação também reduziram muito a quantidade de papel gasto. Enfim, há uma série de frentes. Contratamos, inclusive, uma consultoria para avaliar o NEA. O objetivo é fazer um levantamento de como as coisas funcionam atualmente e, com base nisso, traçar um plano a curto, médio e longo prazos para implementar melhorias. Mas é bom dizer que o NEA é um prédio moderno e já foi construído com uma série

de preocupações. E a experiência que adquirimos com o NEA poderá ser aplicada em outros prédios do Grupo.

PSC: A Abril prioriza os fornecedores que têm boas práticas socioambientais?

SV: A questão da sustentabilidade é um ponto importante para homologar um fornecedor ou para colocá-lo em uma licitação. Para o segundo semestre, queremos promover uma ação que será a seguinte: chamar todos os fornecedores para um encontro e combinar com eles as regras do jogo. Vamos começar com exigências menores e aumentá-las ao longo do tempo. Os fornecedores que estiverem em dia com esses processos terão uma vantagem competitiva em relação aos outros.

PSC: Existe um projeto da área de Suprimentos que fomenta a compra de brindes com um viés sustentável. Conte como surgiu essa ideia.

SV: A ideia surgiu como demanda das próprias áreas da Abril e, então, decidimos criar um show room com inúmeras opções de brindes sustentáveis. Os funcionários desse setor estão sempre em busca de alternativas interessantes.

PSC: Como você avalia o engajamento de sua equipe?

SV: Há um comprometimento crescente. O interessante é que, no começo, você tinha um grupo muito engajado e outro mais complacente. Mas, aos poucos, sinto que os engajados vão contagiando os demais. E isso é muito bacana. 🍀



Sérgio Vasconcelos e os brindes sustentáveis: ideia surgiu da demanda



Editado pela Gerência de Comunicações da VP RHDO

Vice-presidente: Marcio Ogliara Diretor: Hamilton dos Santos Edição: Camila Santana

Textos: Francisco Passarelli, Júlia de Medeiros e Maria Dolores Arte: Kareen Sayuri Revisão: Hellen Ribeiro

Este especial contou com o apoio da área de Relações Institucionais