



RELATÓRIO DE Sustentabilidade

2017





Filho de cliente em
loja do Extra Hiper

Sumário

Abertura



- 4 Mensagem do Conselho de Administração
- 6 Mensagem da Diretoria
- 8 Sobre o Relatório
- 10 Nossas marcas
- 12 Modelo de Negócio
- 14 GPA em 2017
- 16 Nosso desempenho
- 17 Nossa governança

Sustentabilidade na prática



- 23 O Contexto da sustentabilidade
- 24 Valorização da nossa gente
- 38 Consumo e oferta consciente
- 46 Transformação na cadeia de valor
- 54 Gestão do impacto ambiental
- 60 Engajamento com a sociedade

- 68 Metas 2018
- 69 Compromissos
- 70 Associações
- 71 Prêmios e reconhecimentos
- 72 Indicadores de desempenho 2017
- 76 Carta de asseguração



Mensagem do Conselho de Administração

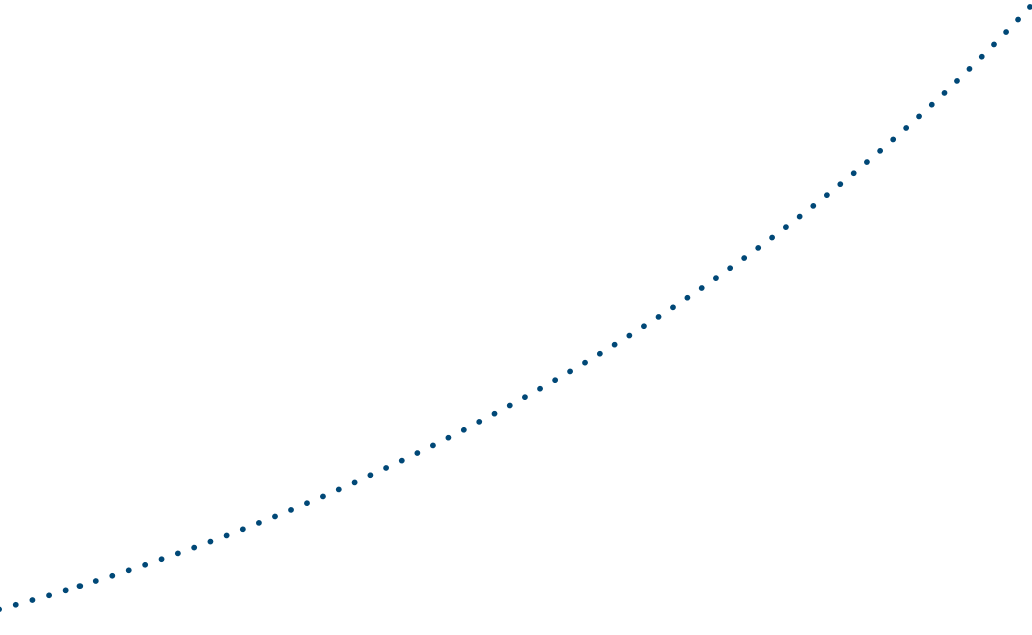


“**Confiantes na retomada da economia brasileira e sua perspectiva de longo prazo, renovamos e fortalecemos ainda mais nosso compromisso com o País para continuar exercendo nossa vocação varejista de servir com excelência o nosso cliente.**”

É com satisfação que apresento as principais iniciativas implementadas ao longo de 2017 e que resultaram no **fortalecimento do GPA na posição de liderança do varejo brasileiro. Em um ano em que o cenário macroeconômico se manteve desafiador, a capacidade do GPA de se adaptar às transformações do mercado foi fundamental para alcançarmos os nossos objetivos.**

Desenvolvemos ações assertivas, como as mudanças do nosso portfólio de lojas, visando a priorização de investimentos em negócios com maior potencial de retorno e crescimento. Em linha com o contexto de mercado e as demandas de consumidores cada vez mais exigentes, realizamos a conversão de 15 lojas Extra Hiper em Assaí e a abertura de outras cinco unidades, e celebramos o excelente desempenho do formato Cash&Carry brasileiro, no qual seguiremos apostando nos próximos anos.

Seguindo com a nossa estratégia de investimentos, concluímos, também, a primeira etapa do projeto de renovação das lojas Pão de Açúcar, com 50 unidades reformadas, tornando o formato *premium* do GPA mais moderno e aderente às necessidades do cliente e do mercado. **Em 2018, continuaremos trabalhando pela máxima otimização do portfólio, dentro de nossa proposta.**



Em 2017, motivados pela mudança contínua nos hábitos de consumo, passamos a testar conceitos de diferenciação de ofertas que complementam nossa atuação. Um deles é o *Store in Store*, implementado em lojas do Extra Hiper e do Pão de Açúcar em parceria com marcas reconhecidas do setor não alimentar. Outro modelo que vem trazendo bons resultados é a oferta de produtos têxteis. Este conceito foi inspirado na experiência de nossa operação na Colômbia e já foi implementado em 38 lojas do Extra Hiper.

De todas as iniciativas recentes, destaco o processo contínuo de transformação digital da Companhia, um dos mais significativos investimentos para a cadeia de valor do GPA nos últimos anos. Iniciativas como o bem-sucedido programa Meu Desconto e o Caixa Express nos permitem oferecer aos clientes uma oferta personalizada de produtos, agilidade e mais opções de escolha, com maior integração entre os canais existentes. Com o tempo, o uso mais avançado do CRM se converterá em soluções cada vez mais adequadas, tornando a experiência do consumidor ainda melhor e aumentando sua fidelidade às nossas bandeiras.

A inovação, parte essencial de nosso DNA, continuará permeando a atuação da Companhia neste novo ano, sustentada pelo GPA Lab, um espaço na sede do

Grupo em São Paulo destinado ao desenvolvimento de novas ideias e à disseminação de tendências e conceitos inovadores no setor varejista.

Encerramos 2017 certos de que a nossa capacidade de compreender e atender às expectativas do consumidor, somada ao compromisso, à dedicação e ao profissionalismo do nosso time, foi determinante para o sucesso da Companhia, em um mercado cada vez mais competitivo.

O ano de 2018 será marcado por contínuos avanços dos negócios do Grupo no Brasil. **Confiantes na retomada da economia brasileira e sua perspectiva de longo prazo, renovamos e fortalecemos ainda mais nosso compromisso com o País para continuar exercendo nossa vocação varejista de servir com excelência o nosso cliente.**

No ano em que comemoramos o 120º aniversário do Casino e os 70 anos do GPA, seguimos comprometidos com a sustentabilidade do negócio, zelando pelo interesse dos nossos colaboradores, clientes, fornecedores e acionistas, em um processo contínuo de inovação e geração de valor para o nosso negócio e para a sociedade.

Jean-Charles Naouri

Presidente do Conselho de Administração

Mensagem da Diretoria

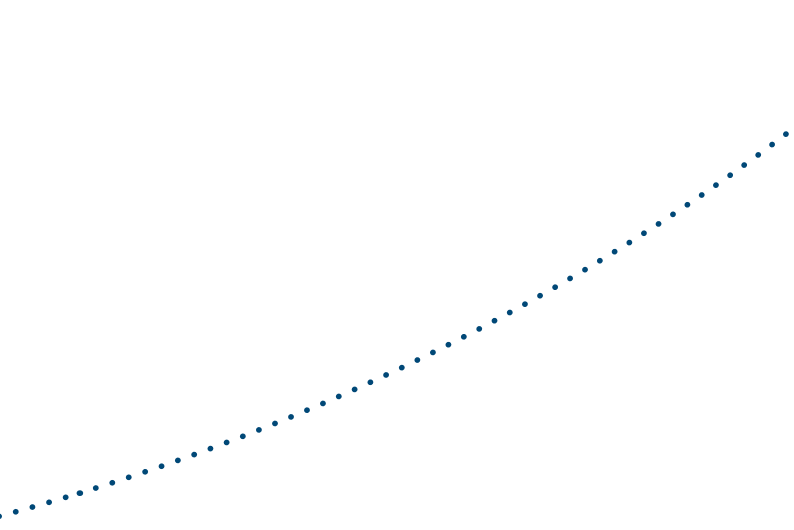


“As conquistas do GPA em 2017 refletem a capacidade de nosso time. Em um ambiente econômico complexo no País, reforçamos pilares importantes na gestão de pessoas, refletindo no aumento do índice de engajamento. Equipes qualificadas, nos variados níveis da Empresa, estão elevando a Companhia a patamares de excelência.”

O ano de 2017 mostrou-se desafiador, no entanto, com importantes sinais de melhoria para os negócios, em uma linha contínua do trabalho iniciado há três anos no GPA. Embora os efeitos dos indicadores macroeconômicos ainda sejam incipientes, fechamos o ano com importantes progressos nas BUs, consequências da administração estratégica do portfólio, do uso mais pragmático da base de dados da Companhia e da continuidade do processo de disciplina na gestão financeira e simplificação das estruturas.

Os resultados do ano mostram a assertividade da gestão: fechamos o período com vendas líquidas de R\$ 44,6 bilhões e 8,2% de crescimento, um desempenho que devemos celebrar diante de um cenário ainda recessivo, marcado por um alto índice de deflação principalmente na categoria de alimentos. A manutenção do foco da Companhia nos formatos de maior retorno, com aberturas, fechamentos e, principalmente, conversões de lojas, também se consolidou como uma estratégia acertada, que resultou em ganhos de rentabilidade de 0,2 p.p. no Multivarejo e de 1,4 p.p. no Assaí.

O Cash&Carry vem contribuindo de modo expressivo para a evolução do resultado – nos últimos três anos, avançou 123%, um índice ainda mais significativo se considerarmos a redução de 6,3% no PIB. O Assaí é o atacarejo que mais cresceu no Brasil, segundo Nielsen: registrou vendas brutas de R\$ 20,1 bilhões no ano, o que representa um aumento de 28%, alavancado



pelo plano de expansão – foram ao todo 20 aberturas, com 15 conversões de loja e 5 inaugurações. No Multivarejo, ainda fortemente impactado pela deflação alimentar, os destaques foram a manutenção da rentabilidade da bandeira **Pão de Açúcar**, marca para a qual iniciamos um importante projeto de reformas de loja – já foram **50 unidades renovadas em 2017** –, e a evolução do **Extra Hiper, impulsionado pelo desempenho da categoria de não alimentos**. Também encerramos o ano com importantes ganhos de *market share* em todas as medições da Nielsen realizadas no ano.

Em continuidade ao processo de transformação digital, **lançamos a plataforma Meu Desconto, no Multivarejo**, que já atingiu **4 milhões de downloads** nos aplicativos dos programas Pão de Açúcar Mais e Clube Extra em apenas sete meses de atividade. A base total de clientes fidelizados(as) aumentou de 12 milhões para 14 milhões – e essa é apenas uma etapa de um processo em que, cada vez mais, queremos estabelecer um relacionamento personalizado com o(a) consumidor(a), atendendo-o(a) de acordo com sua necessidade e conveniência. Atentos às transformações nas relações de consumo, o processo de transformação digital da Companhia seguirá como uma de nossas diretrizes prioritárias para 2018.

As conquistas do GPA em 2017 refletem a capacidade de nosso time. Em um ambiente econômico complexo no País, reforçamos pilares importantes na gestão de pessoas, refletindo no aumento do índice de

engajamento. Equipes qualificadas, nos variados níveis da Empresa, estão elevando a Companhia a patamares de excelência – tanto que um estudo feito pelo LinkedIn em 2017 aponta o GPA como a primeira empresa para se trabalhar na preferência dos(as) brasileiros(as).

Do ponto de vista da sustentabilidade, avançamos de maneira relevante nas questões de diversidade cultural e social, com a realização da primeira Semana da Diversidade, na qual pudemos debater diferentes pontos de vista sobre a diversidade no ambiente corporativo e no varejo. Nesse evento, **assinamos a carta de adesão “10 Compromissos da Empresa com os Direitos LGBT”**, que consideramos um avanço na promoção da equidade de gênero no GPA. Todas as iniciativas permanecem alinhadas aos princípios do Pacto Global das Nações Unidas (ONU).

Os resultados alcançados no último ano demonstram a consistência da entrega do que foi definido em nosso planejamento estratégico. Tudo o que realizamos até aqui e o que planejamos para 2018 nos fazem ter um olhar mais confiante, acreditando na evolução positiva do cenário macroeconômico do País. Mantemos nosso compromisso de contínuo crescimento sustentável dos negócios, com total foco no nosso cliente, em linha com as melhores práticas de gestão em todas as nossas atividades.

Ronaldo Iabrudi
Diretor-Presidente

Sobre o Relatório



Esta edição do Relatório de Sustentabilidade do GPA reúne as principais realizações e resultados da Companhia no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2017. Os indicadores de sustentabilidade foram elaborados de acordo com a metodologia global utilizada pelo Grupo Casino. Em razão disso, os indicadores ambientais referem-se ao período de 1º de outubro de 2016 a 30 de setembro de 2017, e os demais consideram o período anual completo de 2017.

Em constante evolução, o relatório do GPA é desenvolvido em linha com os avanços e a evolução da própria Companhia. O conteúdo acompanha o estudo de materialidade atualizado em 2017 (*saiba mais no capítulo O Contexto da Sustentabilidade*), no qual foram reanalisadas e revalidadas as prioridades, considerando o contexto e os impactos de cada uma delas.



O Relatório de Sustentabilidade 2017 está dividido em três seções. Na **primeira**, apontamos os avanços no modelo de gestão corporativa e *compliance* do Grupo, além de apresentar o Modelo de Negócio, um resumo dos números e fatos que marcaram a atuação do GPA em 2017 e os destaques de nosso desempenho econômico-financeiro nesse ano.

A **segunda** seção, Sustentabilidade na Prática, apresenta os cinco compromissos que compõem a atuação estratégica de sustentabilidade da Companhia. São eles:

- *Valorização da nossa gente*
- *Consumo e oferta consciente*
- *Transformação na cadeia de valor*
- *Gestão do impacto ambiental*
- *Engajamento com a sociedade*

Ao longo desses capítulos, detalhamos as iniciativas e os *cases* para cada compromisso, além de um quadro com a avaliação das metas definidas em 2017. Ao final do relatório, apresentamos as nossas metas para 2018.

Clientes e colaboradores(as) do GPA

Por fim, a **terceira** seção do relatório é dedicada aos indicadores de desempenho de sustentabilidade e às informações complementares sobre as associações das quais o GPA faz parte, os compromissos públicos que assumiu e os prêmios que recebeu em 2017. Com a mesma finalidade, *links* e remissões para outras publicações do GPA também estão disponíveis ao longo de toda a narrativa.

Os indicadores que compõem este relatório foram auditados pela KPMG, auditoria contratada pelo GPA para conduzir a verificação independente do documento, com base nas diretrizes internas de protocolo de reporte definido pelo Grupo Casino.

Para dúvidas e sugestões, entre em contato pelo e-mail comunicacao.corporativa@gpabr.com.

Nossas marcas



Pão de Açúcar

186 lojas

Formato de supermercado premium do GPA, o Pão de Açúcar oferece uma gama de produtos que vai dos básicos até os mais sofisticados. A rede é reconhecida pelo pioneirismo nos lançamentos e na oferta de serviços inovadores no varejo, como consultores(as) de vinhos e atendentes especializados(as) de queijos. Além disso, é referência em **inovação, promoção de conceitos de saudabilidade e sustentabilidade**. O Pão de Açúcar lançou, em 1995, a primeira loja de comércio eletrônico de alimentos do Brasil. Também foi a primeira rede a criar um programa de relacionamento no varejo brasileiro, o Pão de Açúcar Mais, em 2000.



extra

305 lojas*

O Extra possui lojas cuidadosamente pensadas para **suprir as necessidades dos(as) clientes nas mais diversas ocasiões**, proporcionando a melhor experiência de compra. Com o **conceito one-stop-shop**, o Extra Hiper (117 lojas) oferece, em um único local, soluções integradas de produtos e serviços com preços competitivos. Tem ampla variedade no segmento alimentar, especialmente em perecíveis, frutas, legumes e verduras, além de atendimento direto ao(à) cliente nas seções de peixaria, açougue e padaria. Os itens não alimentícios incluem desde eletroeletrônicos até roupas e artigos para carro e casa. No Hiper, os(as) clientes encontram também galeria de lojas e restaurante. O Extra Supermercado (188 lojas) disponibiliza sortimento completo para o dia a dia. Destaca-se pela variedade, qualidade e economia, principalmente por meio dos produtos de marcas exclusivas. Na atuação com comércio eletrônico, o Extra foi a primeira rede do varejo a oferecer, a partir de 2012, um sortimento alimentar e não alimentar em um mesmo canal de compra.



*Adicionalmente, opera 127 drogarias e 72 postos de combustível.



126 lojas

Atua no segmento de **atacado de autosserviço (Cash&Carry)**, com foco no atendimento a clientes de micro e pequenas empresas, além de consumidores(as) finais que buscam **economia em compras de grande volume**. Nas lojas, estão disponíveis mais de 7 mil itens de grandes marcas nacionais e importadas de mercearia, alimentos, perecíveis, embalagens, bazar, higiene, bebidas e limpeza. O Assaí disponibiliza serviço de televendas, que permite que o(a) cliente negocie diretamente com o(a) gerente as melhores ofertas e condições de pagamento. Baixo custo operacional, preços competitivos, *mix* e volume de mercadorias adequados ao seu público-alvo são os principais atrativos da rede.



183 lojas

Sempre com uma loja perto do(a) cliente, o Mini Extra é como um “vizinho”, voltado para as necessidades da vida cotidiana, especialmente nos produtos básicos e perecíveis frescos, com qualidade, preços competitivos e uma **relação de proximidade e confiança** com os(as) consumidores(as). A rede faz parte do formato de Proximidade do GPA, direcionado aos(às) clientes que buscam **conveniência e praticidade no dia a dia**, com lojas que possuem aproximadamente 300 m² de área de vendas.



82 lojas

Lançado em 2014, o Minuto Pão de Açúcar é a **marca de Proximidade premium do GPA**. As lojas têm, em média, 300 m² e oferecem sortimento diferenciado, em um ambiente que reúne **praticidade, comodidade, qualidade e a confiança** da marca Pão de Açúcar. Além disso, contam com iniciativas sustentáveis, atendimento e serviços personalizados.



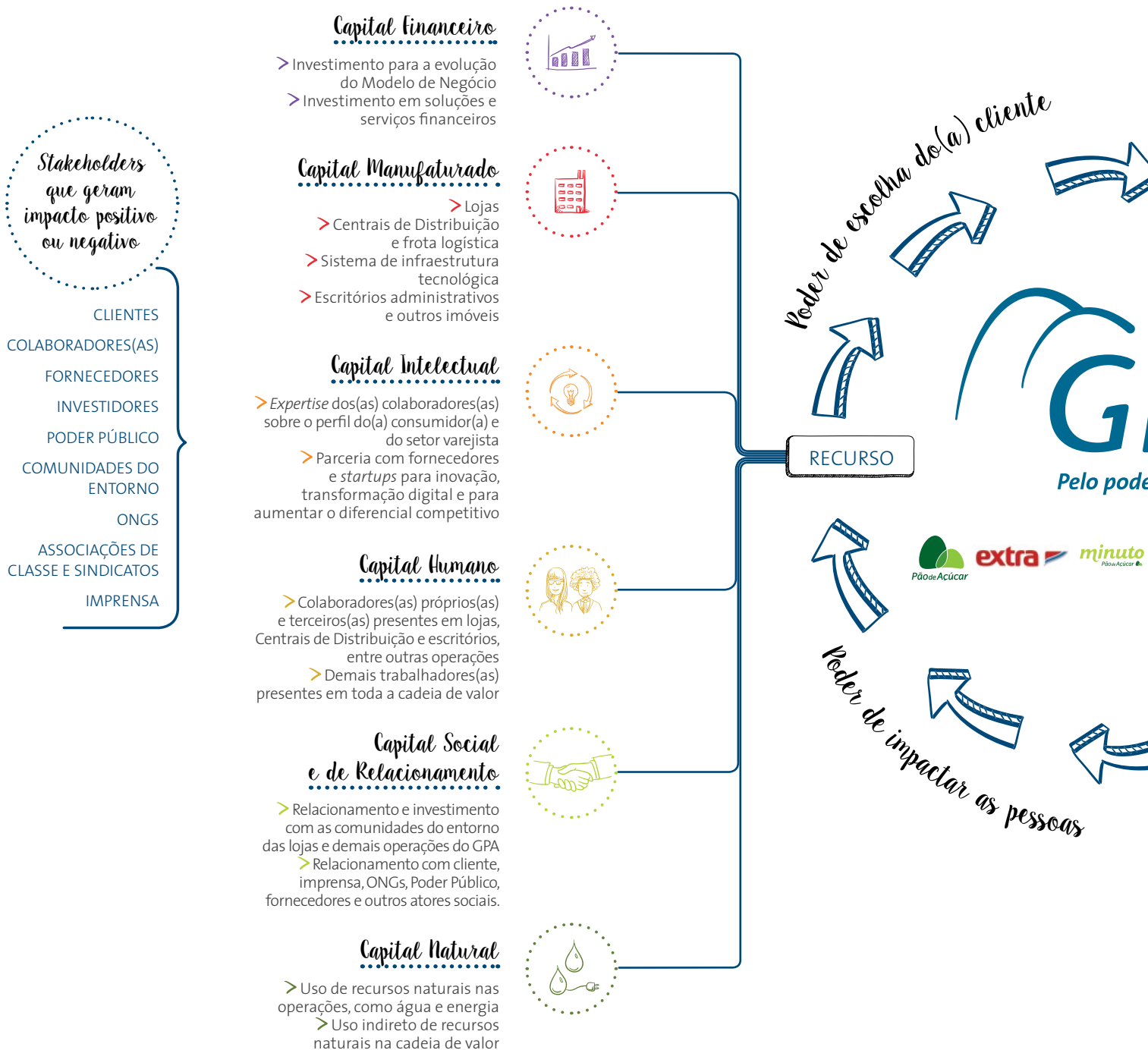
Modelo de Negócio

O Modelo de Negócio do GPA foi estruturado a partir das diretrizes do *International Integrated Reporting Council* (IIRC), conselho global formado por agentes reguladores, investidores, empresas, profissionais do setor contábil e ONGs.

De acordo com o IIRC, o valor criado por uma companhia é influenciado pelo ambiente externo, seja pela relação com

os *stakeholders*, seja pelos recursos disponíveis, financeiros ou não. Além disso, o IIRC classifica as externalidades como capitais, divididos em financeiro, manufaturado, intelectual, humano, social e de relacionamento e natural.

Este infográfico pretende demonstrar como o GPA interage com os capitais para gerar valor aos seus mais variados *stakeholders*.



Poder da simplificação

PA
er de escolher



Poder de realizar todos os dias

IMPACTO



Capital Financeiro

- ✓ Retorno para o(a) acionista com lucro
- ✓ Ganho de *market share* e outros indicadores financeiros
- ✓ Geração de caixa do próprio negócio



Capital Manufaturado

- ✓ Expansão e nova geração de lojas
- ✓ Conversão de bandeiras de acordo com o perfil da localidade, ampliando a qualidade dos serviços nas regiões em que está presente
- ✓ Aumento de produtividade
- ✓ Implantação de novos modelos, como multicanalidade e *e-commerce*
- ✓ Desenvolvimento e aprimoramento de estratégias para a oferta de serviços e produtos financeiros



Capital Intelectual

- ✓ Implantação de modelos mais inovadores para aumento da qualidade de serviço ao(a) cliente
- ✓ Desenvolvimento de *Business Intelligence* (BI) para melhorar o relacionamento com os(as) clientes e melhorar a gestão de colaboradores(as)
- ✓ Gestão do portfólio de marcas (institucional, negócios, bandeiras e produtos)



Capital Humano

- ✓ Geração de empregos diretos e indiretos em todo o Brasil
- ✓ Investimento em desenvolvimento e treinamento, contribuindo para a melhoria da qualificação de profissionais do varejo e despertando a consciência dos(as) colaboradores(as) para a cidadania
- ✓ Investimento na criação de um ambiente de trabalho mais inclusivo e diverso



Capital Social e de Relacionamento

- ✓ Programas de relacionamento diferenciado com o(a) cliente
- ✓ Promoção da transformação social e cultural nas comunidades do entorno das operações por meio de programas de cidadania e da educação para o trabalho, além de parcerias com instituições sociais



Capital Natural

- ✓ Redução do impacto ambiental por meio de programas de controle e monitoramento das nossas operações e da cadeia de valor, das emissões de carbono, do consumo de energia e da valorização dos resíduos.
- ✓ Conscientização de fornecedores e clientes para a adoção de hábitos saudáveis e sustentáveis

Stakeholders que geram impacto positivo ou negativo

- CLIENTES
- COLABORADORES(AS)
- FORNECEDORES
- INVESTIDORES
- PODER PÚBLICO
- COMUNIDADES DO ENTORNO
- ONGS
- ASSOCIAÇÕES DE CLASSE E SINDICATOS
- IMPRENSA

GPA em 2017



Capital Financeiro

R\$ 48,4 bilhões de receita bruta alimentar

R\$ 2,3 bilhões de Ebitda* ajustado, 22,3% maior do que o registrado em 2016

R\$ 619 milhões de lucro líquido dos(as) acionistas controladores(as) da Companhia

**Excluindo créditos não recorrentes.*



Capital Manufaturado

Presença em **18** Estados brasileiros, além do Distrito Federal

1.081 lojas

25 Centrais de Distribuição e entrepostos

33 novas lojas inauguradas, sendo:

- ✓ 20 Assaí (15 abertas por conversão a partir de Extra Hiper)
- ✓ 3 Pão de Açúcar
- ✓ 6 Minuto Pão de Açúcar
- ✓ 2 drogarias
- ✓ 2 postos de gasolina

Área de venda: **1.811.000 m²**



Capital Intelectual

Transformação digital

MEU DESCONTO

Experiência personalizada de compra para os (as) clientes do **Pão de Açúcar Mais** e do **Clube Extra**

4 milhões de downloads dos aplicativos em apenas sete meses

CAIXA EXPRESS

Exclusivo para clientes fidelidade do Pão de Açúcar

Agendamento prévio de horário para atendimento nos caixas, implementado em **95%** das lojas da rede

WI-FI GRATUITO PARA CLIENTES

Disponível em 100% das das lojas Pão de Açúcar, Extra, Minuto Pão de Açúcar e Mini Extra

Inovação

Nova estrutura corporativa dedicada exclusivamente ao tema

Pitch Day Pão de Açúcar: aproximação de *startups* do varejo para mapear soluções diferenciadas que beneficiem o negócio. Três *startups* foram selecionadas para desenvolver projetos com o GPA

GPA Lab: espaço construído na sede da Companhia, em São Paulo, para fomentar a cultura de inovação e receber eventos internos e externos



Áreas
internas das
lojas e da
sede do GPA



Capital Humano

100.288 colaboradores(as)*

40% de redução de *turnover*

8% de aumento em produtividade

7 p.p. de aumento no engajamento dos(as) colaboradores(as)

Diversidade

31,7% de mulheres em cargos de liderança (gerência e acima)

15,3% de aumento no número de colaboradores(as) com deficiência

Desenvolvimento de colaboradores(as)

Mais de 2,1 milhões de horas de treinamento na Universidade do Varejo (Multivarejo) e na Universidade Assaí

**O número de colaboradores(as) considera headcount ativos e afastados.*



Capital Social e de Relacionamento

Investimento social privado

✓ **R\$ 8,07 milhões** de investimento sociocultural

✓ **R\$ 2,48 milhões** de recursos incentivados em cultura

3.087 pessoas beneficiadas diretamente pelos programas e projetos do Instituto GPA

3 mil inscritos(as) e **181** formados(as) na Academia Assaí Bons Negócios, lançada em 2017

Expansão do projeto Viva Bairro! para **51** lojas do Extra, com mais de **300** ações realizadas

902,2 toneladas de alimentos arrecadadas no Dia de Solidariedade



Capital Natural

Monitoramento das nossas cadeias de valor para diminuir o impacto socioambiental e garantir a segurança alimentar

Auditorias sociais em 202 fábricas de fornecedores de países críticos

Redução de nosso impacto ambiental

Inauguração da **maior usina solar do Brasil** na Loja Assaí Goiânia, com 2.800 placas em 8 mil m² e geração de aproximadamente 1.500 MWh/ano

Bem-Estar Animal

Relacionamento com fornecedores, com o lançamento de **linha Taeq de ovos de galinhas livres de gaiola**

Nosso desempenho



✓ As vendas líquidas totalizaram **R\$ 26,2 bilhões** em 2017, com ganho de *market share* de 0,6 p.p. no acumulado do ano (fonte: Nielsen).

✓ Foram lançados novos conceitos comerciais para as categorias de não alimentos, como o **store-in-store**, lançado nas lojas do Multivarejo para alavancar a autoridade de marcas especialistas do mercado em algumas categorias.

✓ Evolução da rentabilidade em 2017 como resultado das novas dinâmicas comerciais implementadas ao longo do ano e da disciplina no controle das despesas.



✓ O Extra Hiper apresentou um bom desempenho de vendas entre as bandeiras do Multivarejo, impulsionado pelo **crescimento de dois dígitos das categorias de não alimentos**.

✓ O formato Extra Super continuou a ser o mais afetado pela deflação de alimentos, impactado principalmente pela categoria de perecíveis básicos, que apresentou maior deflação.



✓ Obteve **crescimento de volumes**, mesmo tendo sido afetado pela reforma de 50 lojas (11 reformas completas e 39 parciais).

✓ Em 2018, a bandeira prevê a reforma completa de mais 20 lojas.

✓ O formato manteve a rentabilidade e o *market share*.



✓ As vendas dos formatos de Proximidade foram afetadas negativamente ao longo do ano pelo fechamento de 25 lojas, pela pressão no fluxo de clientes, em razão das mudanças de hábito dos dos(as) consumidores(as), decorrente do cenário econômico.



✓ No ano, totalizou venda bruta de R\$ 20,1 bilhões, com **avanço de 27,5%** em relação a 2016.

✓ Em 2017, atingiu 41,3% das vendas do GPA (segmento Alimentar), uma evolução de 6,4 p.p. sobre 2016.

✓ O desempenho foi fortemente impulsionado pelas **20 aberturas de lojas do período**, sendo 15 conversões de Extra Hiper e 5 novas unidades, além da entrada da bandeira em Minas Gerais e no Piauí.

✓ As lojas convertidas apresentaram um múltiplo de vendas de cerca de 2,5 vezes em relação ao Extra Hiper, confirmando a assertividade do projeto e a aderência do formato nas lojas escolhidas.

✓ Houve uma expressiva evolução da rentabilidade, o que demonstra a eficiência do formato em um contexto de forte expansão orgânica e de deflação de alimentos.

*O Conselho de Administração do GPA, em prosseguimento ao processo de avaliação de alternativas estratégicas envolvendo o investimento da Companhia na Via Varejo, autorizou a diretoria a iniciar um processo de alienação da participação no capital da Via Varejo, o que foi tornado público por meio de fato relevante divulgado em novembro de 2016. Como consequência desse processo, as atividades da Via Varejo passaram a ser tratadas pela Companhia em uma única linha no resultado como "operações descontinuadas", e também em uma única linha nos ativos e passivos como mantidos para venda, conforme IFRS 5, razão pela qual os dados relativos às atividades da Via Varejo não estão reportados neste relatório. Para informações acerca do Relatório Anual da Via Varejo, acesse www.viavarejo.com.br

Sede do GPA
em São Paulo

A governança corporativa do GPA é sustentada pela qualidade dos órgãos de direção, de seus comitês e pela presença de membros independentes no Conselho de Administração. **Sua atuação é respaldada por sólidas políticas e diretrizes e engloba todas as empresas controladas pelo Grupo, sempre respeitando as características específicas de cada unidade de negócio e bandeira.** O sistema de governança do GPA é liderado pelo Conselho de Administração e pela Diretoria Executiva, responsável pela gestão dos negócios de acordo com as diretrizes estratégicas estabelecidas pelo Conselho de Administração.

Atuamos com a finalidade de contribuir para que todas as atividades do GPA gerem impactos positivos tangíveis e intangíveis para o negócio e para nossos *stakeholders*. Por essa razão, em 2017,

seguimos aperfeiçoando nossa estrutura de governança corporativa por meio da excelência de nosso modelo de gestão. Os comitês continuam exercendo função importante na condução estratégica dos negócios, contando com o envolvimento e a participação ativa de especialistas de nível internacional em suas áreas de conhecimento.

Em linha com o contexto atual, a aplicação contínua dos processos de governança simplifica as estruturas de negócios, aumentando a eficiência em todas as atividades da Companhia. São práticas que trazem diversos benefícios – ao mesmo tempo que nos ajudam a alcançar objetivos, contribuem para fortalecer a transparência e os vínculos de confiança com nossos(as) clientes, colaboradores(as), fornecedores, acionistas, comunidades e a sociedade em geral.



Conselho de Administração

Modelo de atuação: os membros se reúnem ao menos seis vezes ao ano para deliberar sobre a condução dos negócios e do processo de governança corporativa, eleger diretores(as) e supervisionar a alta administração, entre outras atribuições.

Colaboradores(as)
na sede do GPA,
em São Paulo

Comitês de assessoramento: no desempenho de suas atividades, o Conselho é assessorado por cinco comitês com três a cinco membros cada um. Eles se reúnem sempre que necessário para analisar com profundidade os temas de sua competência. Atualmente, os comitês são:

- Auditoria
- Desenvolvimento Sustentável
- Financeiro
- Governança Corporativa
- Recursos Humanos e Remuneração

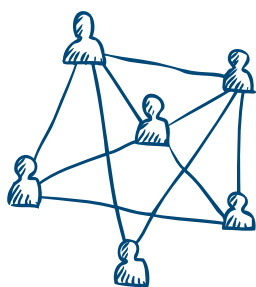
Boa prática: 4 dos 11 integrantes do Conselho são independentes. Trata-se de um exemplo de prática de governança dentro dos padrões estabelecidos pelos mercados nos quais atuamos – o GPA integra o nível 1 de governança da BM&FBovespa, no Brasil, e o nível III de ADRs na New York Stock Exchange (NYSE), nos Estados Unidos.

Composição*: 11 membros, com mandato unificado de 2 anos.

- Jean-Charles Henri Naouri – Presidente
- Arnaud Daniel Charles Walter Joachim Strasser – Vice-Presidente
- Carlos Mario Giraldo Moreno
- Eleazar de Carvalho Filho – membro independente
- José Gabriel Loiza Herrera
- Luiz Aranha Corrêa do Lago – membro independente
- Luiz Augusto de Castro Neves – membro independente
- Luiz Nelson Guedes de Carvalho – membro independente
- Manfred Heinrich Gartz
- Ronaldo Iabrudi dos Santos Pereira
- Yves Desjacques



*Composição em 31/12/2017.



Diretoria Executiva

Modelo de atuação: essa diretoria exerce papéis e responsabilidades com relação à administração dos negócios, sendo orientada pelo Diretor-Presidente da Companhia, responsável por garantir o seguimento do planejamento estratégico do GPA. Os membros se reúnem semanalmente para acompanhar os indicadores de *performance* da Companhia e tomar decisões acerca da condução dos negócios.

Competências da Diretoria:

implementação das diretrizes relativas à gestão dos negócios estabelecidas pelo Conselho de Administração; aprovação dos planos, programas e normas gerais de operação, administração e controle no interesse do desenvolvimento da Companhia; e elaboração e apresentação à Assembleia Geral de Acionistas de relatório das atividades de negócios sociais.

A remuneração dos(as) executivos(as) é estruturada a partir de programas que monitoram o cumprimento dos resultados alcançados. Os valores de remuneração variável são analisados e recomendados pelos Comitês de Recursos Humanos e Remunerações, e, posteriormente, enviados para deliberação pelo Conselho de Administração do GPA. A avaliação dos(as) executivos(as) segue um modelo baseado em méritos, com metas anuais quantitativas e qualitativas, e dispõe também de análise de variável de comportamento, composta de uma autoavaliação e avaliações periódicas realizadas diretamente pelo Diretor-Presidente, por seus(as) subordinados(as) e pares de trabalho, com base nas competências requeridas pela Companhia e nos comportamentos esperados para o cargo.

Composição*: seis membros, todos(as) especialistas em suas respectivas áreas de atuação, com mandato unificado de dois anos. Eles(as) são eleitos pelo Conselho de Administração e têm remuneração variável atrelada ao resultado apresentado pela Empresa, individualmente e pelas equipes.

- **Ronaldo Iabrudi** – Diretor-Presidente
- **Christophe José Hidalgo** – Diretor Vice-Presidente de Finanças
- **Antonio Salvador** – Diretor Vice-Presidente de Recursos Humanos e Sustentabilidade
- **Belmiro Gomes** – Diretor de Negócios de Atacado
- **Luis Emilio Moreno Sanchez** – Diretor Vice-Presidente de Negócios do Multivarejo
- **Daniela Sabbag** – Diretora de Relações com Investidores

*Composição em 31/12/2017.

Destaques de Governança e Compliance em 2017

✓ Fortalecimento do Comitê de Ética Corporativo com o objetivo de zelar pelo cumprimento do Código de Ética, analisar os indicadores da Ouvidoria sobre denúncias recebidas e definir diretrizes para aplicação de medidas educativas e disciplinares.

✓ Revisão da análise de riscos relacionada à Lei Anticorrupção.

✓ Apresentação do Programa de *Compliance* do GPA a parceiros comerciais de maior risco relacionado à Lei Anticorrupção.

✓ Participação em fóruns de trabalho com empresas de diferentes setores, nos quais se discutem as melhores práticas de *compliance*, o que nos ajuda a aprimorar o Programa, nossas políticas e controles internos.

✓ Apresentação do Programa de *Compliance* aos(às) diretores(as) corporativos(as) e equipes, com o objetivo de disseminar as diretrizes e iniciativas do Programa de *Compliance*, ressaltando temas e procedimentos que necessitam de maior atenção.

✓ Campanha de comunicação interna para divulgar o novo Código de Ética do GPA, realizada na sede e em todas as lojas do Grupo.

✓ Treinamento presencial sobre os valores e princípios do Código de Ética do GPA, por meio de dinâmicas de grupo para lideranças de 579 lojas.

✓ Criação e aplicação de *game* sobre o Código de Ética, de realização obrigatória para colaboradores(as) das sedes administrativas e das unidades de negócio do GPA. Participaram 5 mil pessoas, entre diretores(as), gerentes, coordenadores(as) e analistas.

✓ Treinamento presencial para diretores(as) e gerentes sobre Responsabilidade dos Administradores. A ação impactou 131 colaboradores(as).

Acesse <http://www.gpabr.com/pt/etica-e-compliance/> para conhecer o Código de Ética do GPA.



Identidade visual da campanha de comunicação interna do Código de Ética

ACIONISTAS	ON	% ON	PN	% PN	TOTAL %
Grupo Êxito	49,97	18,7	-	-	18,7
Grupo Casino	49,97	18,7	6,5	4,1	22,8
Diretores(as) e conselheiros(as)	-	-	0,3	0,2	0,2
Ações em Tesouraria	-	-	0,1	0,1	0,1
Free-float	0,06	-	93,1	58,3	58,3
TOTAL	100,0	37,4%	100,0	62,6	100,0



Segurança da informação é um dos focos da Gestão de Riscos do GPA

Gestão de Riscos



A área de Gestão de Riscos Empresarial foi incorporada à Diretoria de Auditoria do GPA em 2016. Essa alteração na estrutura proporcionou uma visão mais abrangente e integrada dos processos, dando maior visibilidade ao tratamento dos riscos e aos respectivos controles e planos de ação.

O trabalho de Gestão de Riscos considera todo tipo de risco corporativo e visa garantir a continuidade das atividades ao longo da cadeia de valor do GPA. Nesse novo ciclo, a base considerou 160 riscos corporativos que estão relacionados ao segmento Alimentar da Companhia. Uma matriz de riscos prioritários foi simplificada, consolidando alguns riscos cujos temas estavam duplicados e que eram tratados em mais de uma unidade de negócio. Com isso, elencamos uma matriz com 54 riscos prioritários.

O Conselho de Administração definiu, ainda, que três riscos considerados estratégicos serão acompanhados diretamente, sendo eles:

- *Gestão de continuidade de negócios*
- *Sucessão*
- *Vazamento de informações*

Além disso, definimos, com o Grupo Casino, uma lista de dez riscos prioritários, incluindo os três riscos sob os cuidados do Conselho. Essa matriz é chamada de CRS – Casino Risk Solution.

Periodicamente, os(as) executivos(as) responsáveis por cada risco acompanham suas fichas com indicadores atualizados, status dos planos de ação e relatório geral. No caso dos riscos estratégicos, a área de Gestão de Riscos presta contas ao Conselho e ao Comitê de Auditoria.

Em 2018, continuaremos monitorando os 54 riscos priorizados em 2017 e mapeando possíveis novos riscos para aprimoramento da matriz. Um novo modelo de ficha de risco incluirá uma visão comparativa dos resultados alcançados em relação ao ano anterior, o que vai permitir também o acompanhamento da evolução do monitoramento dos indicadores.

SUSTENTABILIDADE na prática



Cliente com
a família em loja
do Extra Hiper

O contexto da sustentabilidade



O GPA é um dos maiores grupos varejistas do Brasil, com mais de 100 mil colaboradores(as)* e presente em 18 Estados e no Distrito Federal. O alcance de nossas operações, portanto, aumenta ainda mais nossa responsabilidade como agentes transformadores da sociedade e com relação ao impacto ao meio ambiente. **Acreditamos que a sustentabilidade, quando incorporada à gestão e às decisões estratégicas, gera real valor ao negócio, aos(às) acionistas e à sociedade.**

A **Política de Sustentabilidade do GPA** está alinhada às diretrizes adotadas globalmente pelo Grupo Casino e é baseada em cinco compromissos prioritários:

- Valorização da nossa gente
- Consumo e oferta consciente
- Transformação na cadeia de valor
- Gestão do impacto ambiental
- Engajamento com a sociedade.

Para viabilizá-los, várias iniciativas vêm sendo implementadas nos últimos anos, e as de destaque são relatadas neste documento.

Como parte de nossa jornada, importantes avanços se deram em 2017, ano em que fizemos a **revisão da materialidade** da Companhia, na qual identificamos os principais temas para a geração de valor do GPA no curto, no médio e no longo prazo, além dos desafios relacionados a esses temas e as expectativas para a gestão do Grupo em relação à sustentabilidade. O estudo anterior havia sido realizado em 2014.

A etapa de revisão dos temas materiais do GPA consistiu em entrevistas com lideranças da Empresa e representantes de públicos estratégicos – colaboradores(as), instituições financeiras, ONGs, conselheiros(as), investidores(as), consumidores(as). Resultou ainda de análises de *benchmarking* setorial e de documentos internos que refletem estudos de temas prioritários para os nossos negócios.

*O número de colaboradores(as) considera headcount ativos e afastados.

São dez os temas considerados materiais para o GPA:



Valorização da experiência do(a) cliente



Geração de emprego, desenvolvimento e retenção dos(as) colaboradores(as)



Conscientização do(a) consumidor(a)



Qualidade, segurança e rastreabilidade do produto



Gestão e transparência da cadeia de suprimentos



Gestão de energia elétrica



Gestão de resíduos e logística reversa



Gestão de recursos hídricos



Mudança do clima e emissões



Relacionamento com a comunidade local

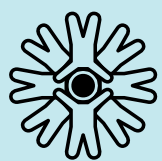
SUSTENTABILIDADE NO GPA



Nosso propósito é ser um agente transformador, aperfeiçoando e inovando nosso jeito de fazer negócio para a construção de uma sociedade mais responsável e inclusiva.



Colaboradora do
Pão de Açúcar



Valorização da nossa gente

Tudo o que o GPA realiza é com a finalidade de ser a primeira escolha de seus(suas) clientes e, desse modo, conseguir gerar valor para o negócio e as milhares de vidas por ele impactadas. Para que isso aconteça, nosso principal ativo é a nossa gente. O sucesso da Companhia depende de pessoas treinadas e engajadas, garantindo a produtividade. **Portanto, o desenvolvimento de nossos(as) funcionários(as), a diversidade e o bem-estar são nossas prioridades.**

Nos últimos quatro anos, investimos em iniciativas para a evolução de gestão de pessoas, de processos e em sustentabilidade. Como consequência, colhemos frutos em 2017: **redução constante de turnover voluntário, crescimento no índice de produtividade e no engajamento de nossos(as) colaboradores(as).**

Tema material



Geração de emprego,
desenvolvimento
e retenção de
colaboradores(as)

Além de capacitá-los(as) para o varejo que está por vir, estamos desenvolvendo planos consistentes de sucessão – e em um ambiente que entende a diversidade como diferencial competitivo. A alta *performance* dos(as) profissionais tornou-se outro aspecto muito valorizado e reconhecido por meio de metas e incentivos estruturados em todos os níveis hierárquicos. Tudo isso apoiado pela crescente transformação digital do GPA, cujo objetivo interno é aumentar a capacidade de mobilização e de comunicação entre os(as) nossos(as) colaboradores(as), além de oferecer facilidade e praticidade com iniciativas de autosserviço.



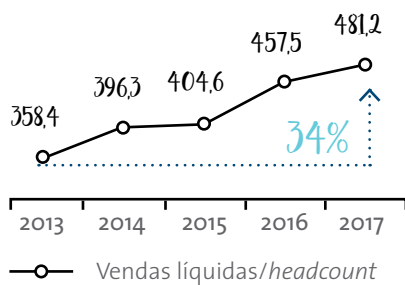
Colaboradores(as)
na sede do GPA

DESTAQUES CORPORATIVOS

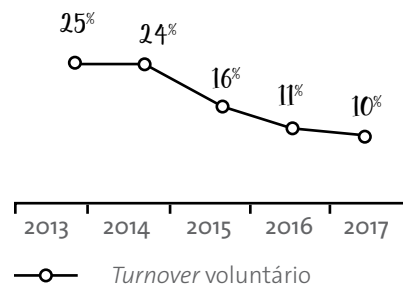
Melhorias nos processos de serviços compartilhados, mais infraestrutura tecnológica na gestão de pessoas, avanços em diversidade e aumento no índice de engajamento são alguns dos destaques de 2017. Confira a seguir.

Produtividade

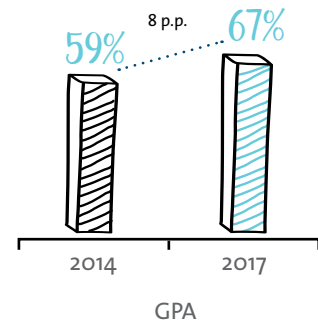
34% de aumento na produtividade mantendo a satisfação do(a) cliente



Turnover



Engajamento



Fale na Boa

O GPA realiza periodicamente a pesquisa de engajamento Fale na Boa, cujo objetivo é entender o envolvimento do nosso time e as oportunidades de melhoria em gestão, motivação e retenção de talentos.

Na edição de 2017 do Fale na Boa:



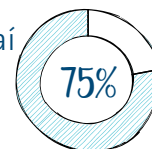
94% do total de colaboradores(as) do GPA participaram

67% foi o índice de engajamento, uma evolução importante em satisfação do público interno nos últimos três anos, considerando que, na pesquisa anterior, em 2014, obtivemos 59%

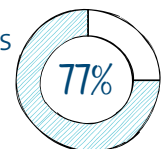
Em relação ao engajamento por unidade de negócio:

Registraram os melhores resultados:

Assaí



GPA Malls



As maiores adesões à pesquisa vieram da **Corporação GPA** e do **Multivarejo**, ambas com

96%



Sistema ADP disponível para acesso via celular



Flex Time e Flex Office

O GPA acredita que a produtividade e o engajamento dependem do equilíbrio entre as necessidades da Empresa e as necessidades pessoais dos(as) colaboradores(as). Por isso, a Companhia implementou, como projeto-piloto para colaboradores(as) das áreas da Corporação, duas ferramentas complementares de gestão que reforçam os vínculos de confiança entre os(as) funcionários(as), a motivação e o bem-estar na Companhia.

O **Flex Office** é um modelo de flexibilização do local de trabalho para que nossos(as) colaboradores(as) em cargos de liderança desempenhem sua função de forma remota, ou seja, a partir de uma localidade que não pertença à Empresa. Nessa primeira fase, são elegíveis a essa política colaboradores(as) da Corporação GPA nos cargos de gerente e diretores(as), alocados(as) em escritórios da sede.

Já o **Flex Time** estabelece diretrizes a fim de flexibilizar o horário da jornada de trabalho. É destinado a todos(as) os(as) colaboradores(as) administrativos(as) da sede que cumpram jornada de trabalho de 44 horas semanais no contrato de trabalho.

Colaboradora no escritório de Serviços Compartilhados



Robotização do RH

Nos últimos anos, investimentos contínuos em nossos sistemas de Recursos Humanos têm permitido que o Grupo faça a gestão de sua força de trabalho de modo a garantir qualidade, agilidade e eficiência adequadas à dimensão do nosso negócio.

Para aumentar nossos índices de produtividade, estamos investindo em infraestrutura tecnológica em toda a nossa cadeia de valor. No RH, ferramentas de autosserviço têm nos possibilitado simplificar a comunicação com nossos(as) colaboradores(as), além de recrutá-los(as) e integrá-los(as) com maior assertividade.

Serviços Compartilhados

Em pesquisa de *benchmark* em Serviços Compartilhados (SCs), realizada pelo Instituto de Engenharia e Gestão (IEG), o GPA foi reconhecido, pela primeira vez, como **a companhia com os melhores Serviços Compartilhados do Brasil**, tornando-se referência no mercado. A análise considerou as melhores práticas de gestão, produtividade e nível de qualidade de serviços dos SCs de todo o País.

Serviços Compartilhados é a área responsável pelas atividades operacionais, que dão suporte aos negócios do Grupo. Seus(Suas) 885 colaboradores(as) atuam a fim de otimizar processos e sistemas, melhorar fluxos e propor soluções que facilitem o dia a dia das operações, divididos em quatro torres: Recursos Humanos, *Facilities*, Financeiro/Administrativo e Compras de Indiretos.

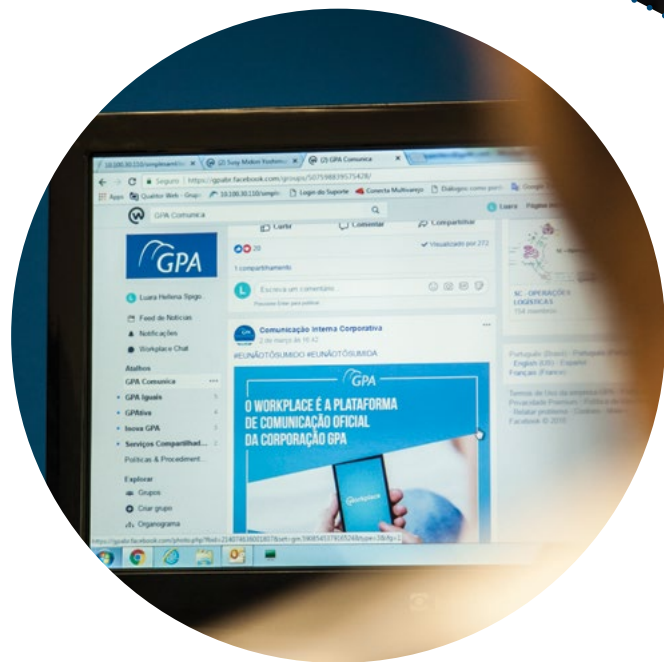


Workplace

Em linha com o processo de transformação digital do GPA, a Companhia implementou, como projeto-piloto, o Workplace, plataforma social do Facebook para empresas. Com o objetivo de tornar a **comunicação interna mais simples, dirigida e flexível**, o piloto teve início em setembro, com duração de três meses, e contemplou os(as) colaboradores(as) da Corporação do Grupo.

O Workplace tem interface semelhante à plataforma do Facebook e pode ser acessado de qualquer computador conectado à internet ou pelo *smartphone*, por meio de aplicativo. Além de ganhar mais agilidade na comunicação, a Companhia deu autonomia para que os(as) colaboradores(as) possam compartilhar conteúdos relevantes para as suas áreas ou para o setor de varejo.

Ao fim do piloto, cerca de 90% dos(as) colaboradores(as) inscritos(as) na ferramenta estavam ativos(as), acompanhando e interagindo com as publicações oficiais do GPA e demais comunidades de interesse. Para 2018, a expectativa é tornar o Workplace o principal canal de comunicação interna da Corporação, além de avaliar a possibilidade de estendê-lo aos times das unidades de negócio do Grupo.



Plataforma digital Workplace é aliada na comunicação do GPA com seus colaboradores

DIVERSIDADE

Acreditamos que a diversidade é uma alavanca de desempenho e de inovação, além de ser fonte de motivação dos(as) colaboradores(as) e de atração de talentos. Nosso compromisso se reflete, na prática, em iniciativas de inclusão que combatem todas as formas de discriminação e preconceitos, trabalhando os temas prioritários:

- ✓ Equidade de gênero
- ✓ Diversidade racial
- ✓ Diversidade etária
- ✓ Inclusão de pessoas com deficiência (PeD)
- ✓ Orientação sexual e identidade de gênero



“A Coalização Empresarial pela Equidade Racial e de Gênero foi lançada em maio de 2017 e, hoje, já conta com 39 organizações signatárias. Ainda há, infelizmente, muita distância entre discurso e prática em prol da equidade racial e de gênero nas corporações. O Centro de Estudos das Relações do Trabalho e Desigualdades (CEERT) aplica o Censo de Diversidade em empresas há 23 anos e constata evidências de que negros, principalmente, mulheres negras, têm menores oportunidades e presença nos quadros das organizações e, quando estão inseridos(as), recebem menores salários e menor ascensão profissional, quase não aparecendo nos cargos mais estratégicos. Por isso, os esforços da Coalização em relação ao tema são fundamentais. O GPA está entre os líderes do setor. Então, sua adesão à Coalização ajuda a evidenciar esse tema como prioritário para assegurar a sustentabilidade das organizações e da sociedade brasileira.”

Cida Bento, coordenadora executiva do Centro de Estudos das Relações do Trabalho e Desigualdades (CEERT)

Compromissos Públicos de Diversidade Assumidos

- 1. Fórum de Empresas e Direitos LGBT** – Adesão aos “10 Compromissos da Empresa com os Direitos LGBT” a fim de garantir a igualdade de tratamento entre todos(as) os(as) colaboradores(as), seja qual for a sua orientação sexual, identidade sexual ou gênero, além de capacitá-los(as) sobre os diversos aspectos relacionados a esse público.
- 2. Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPs), da ONU** – Documento no qual o GPA se compromete a reforçar políticas e iniciativas na busca pela igualdade de gêneros e pelo empoderamento das mulheres em todas as empresas do Grupo.
- 3. Coalização Empresarial pela Equidade Racial e de Gênero** – Iniciativa do Centro de Estudos das Relações do Trabalho e Desigualdades (CEERT) e do Instituto Ethos, com o apoio do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). O objetivo é a articulação, a troca de experiências e o estímulo à implementação de políticas e práticas empresariais no campo da diversidade, com foco em equidade racial e de gênero. São realizadas reuniões trimestrais, focando a formação sobre o tema e a aplicação dos indicadores Ethos-CEERT pela Equidade Racial e de Gênero.
- 4. Pacto pela Inclusão de Pessoas com Deficiência (Rede Empresarial pela Inclusão Social)** – Adesão aos cinco compromissos pela promoção dos direitos das pessoas com deficiência a fim de garantir o comprometimento da alta liderança com o tema, bem como promover a cultura e um ambiente inclusivo por meio da comunicação e da educação para o tema.



Semana da Diversidade

Realizada em setembro de 2017, a Semana da Diversidade reafirmou o propósito do GPA de ser agente de mobilização e transformação da sociedade. Com a presença de participantes externos, profissionais de RH e da sociedade civil, o evento teve como objetivo reforçar o nosso compromisso com a diversidade e aumentar o repertório sobre o tema para o público empresarial.

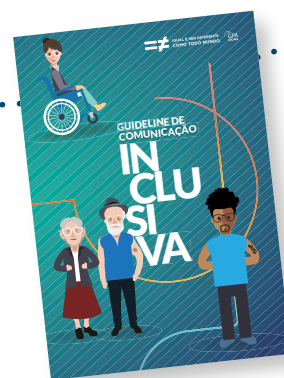
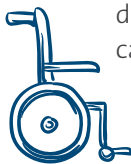
Além de palestras conduzidas com representantes de todos os públicos prioritários do GPA, dois importantes compromissos públicos, já citados anteriormente, foram assumidos ao longo do encontro: **Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPs), da ONU, e Fórum de Empresas e Direitos LGBT.**



Adesão ao Fórum de Empresas e Direitos LGBT

Ações e atividades da semana:

- ✓ **600** colaboradores(as) de áreas corporativas participaram de painéis temáticos
- ✓ **1.000** colaboradores(as) participantes em ações de sensibilização em lojas e Centrais de Distribuição
- ✓ **Lançamento de uma pesquisa** sobre inclusão de negros no Multivarejo e no GPA
- ✓ **130** gestores(as) do GPA e Assaí participaram de palestras sobre os vieses inconscientes na convivência com PCDs



Guideline de Comunicação Inclusiva

Em 2017, lançamos um guia com as diretrizes de inclusão e igualdade que devem ser utilizadas em qualquer canal ou peça de comunicação do GPA. O documento traz orientações para a correta aplicação da linguagem relacionada aos públicos prioritários do GPA, nos mais variados formatos de comunicação, como textos, e-mails e internet, imagens, ilustrações e apresentações presenciais. O material foi desenvolvido com o objetivo de apoiar as equipes responsáveis por ações de comunicação interna e externa da Empresa, além de **contribuir para a reflexão e a propagação da diversidade para que o GPA tenha uma comunicação inclusiva com todos os seus públicos de relacionamento.**

Guia da Diversidade Racial

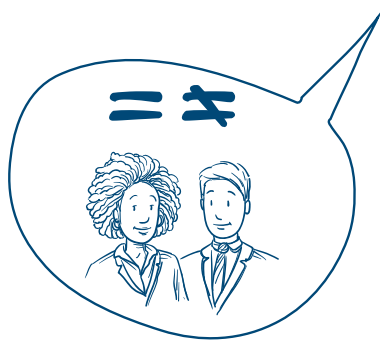
Por que a diversidade racial traz inovação e aumenta o desempenho do negócio? Qual é o contexto de negros e negras no Brasil? E quais são os desafios econômicos da equidade racial? Esses são alguns dos temas abordados no Guia da Diversidade Racial, que o GPA lançou em 2017 para todos(as) os(as) seus(suas) colaboradores(as). **A publicação busca conscientizar o público interno sobre a importância do assunto para a Companhia, bem como disseminar exemplos de boas práticas e divulgar canais de Ouvidoria para a denúncia de ações ou comportamentos que não estejam de acordo com as diretrizes do guia.**

É também uma importante ferramenta de apoio em atividades de integração e capacitação de pessoas.



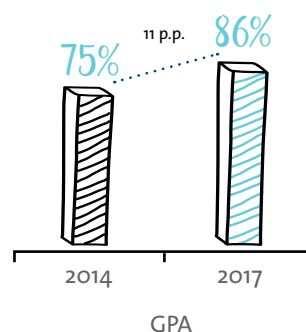
Crachá Social

Em mais um exemplo de promoção da inclusão de seus públicos, o GPA implementou um novo processo, o Crachá Social, dirigido a todos(as) do Multivarejo (redes Extra e Pão de Açúcar), Assaí e GPA Corporação. **Por meio da iniciativa, os(as) colaboradores(as) LGBTI têm a opção de incluir em seu crachá o nome social, e não o nome oficialmente registrado e que não expressa sua identidade de gênero.** Os(As) funcionários(as) foram orientados(as) sobre o que é identidade de gênero e anunciamos um fluxo interno para a solicitação dos crachás.



Colaboradores(as) reconhecem a diversidade no GPA

Na pesquisa de engajamento Fale na Boa 2017, os(as) colaboradores(as) do GPA reconheceram a diversidade como um dos impactos positivos do nosso negócio, um crescimento de 75% em 2014 para 86% em 2017. São conquistas que demonstram que estamos no caminho certo e, sobretudo, reafirmam nossa responsabilidade e nosso compromisso com a diversidade e a inclusão.



“Quando fui convocado para o processo seletivo com a possibilidade de trabalhar no Grupo, uma das profissionais responsáveis no RH teve a sensibilidade de me perguntar se eu me sentia confortável em ser chamado pelo meu nome de registro. Eu me identifico como homem transgênero desde os 4 anos de idade, então ser chamado pelo meu nome social é importante para fortalecer a minha identidade. Desde então, todos no ambiente de trabalho me chamam por Anthony. Depois, durante a Semana da Diversidade, em setembro de 2017, me fizeram uma surpresa: o Crachá Social havia sido implementado na Companhia e o meu novo crachá com o nome social foi entregue nessa ocasião. O preconceito continua existindo na sociedade, mas, quando nos sentimos acolhidos(as) no ambiente de trabalho, tudo se torna mais fácil.”

Anthony Gabriel da Silva, colaborador do Extra Anchieta



DESTAQUES DOS NOSSOS NEGÓCIOS

O GPA investe continuamente em processos de integração, capacitação e valorização de seus(suas) colaboradores(as). Entre as principais iniciativas realizadas nas unidades de negócios em 2017, estão o Programa Polivalência no Multivarejo, implementado nas redes Extra e Pão de Açúcar, o Programa GOL de remuneração variável, os destaques da Universidade do Varejo e a campanha Juntos pela Expansão, realizada para os(as) funcionários(as) do Assaí durante as etapas de reforma e inauguração de novas lojas.



Time polivalente

A busca constante por excelência no atendimento ao(à) cliente, produtividade e eficiência operacional levou o GPA a adotar, em 2017, o Programa Polivalência no Multivarejo. A proposta consiste em **identificar, treinar e elevar o número de profissionais com perfil polivalente nas redes Extra e Pão de Açúcar**, ou seja, aqueles(as) preparados(as) para executar mais de uma função, com foco em aumentar o time disponível para a frente de caixa.

Com isso, foi possível **flexibilizar os postos de trabalho e melhorar a qualidade no atendimento nas lojas**, especialmente nas horas de pico, e sem a necessidade de aumentar o quadro efetivo. No ano, foram treinados(as) mais de 6 mil colaboradores(as) e, no total, 21% do nosso quadro tornou-se polivalente.

Programa GOL de remuneração variável

Aspectos de reconhecimento e meritocracia são cada vez mais valorizados no relacionamento do GPA com seus(suas) colaboradores(as). Em 2017, critérios de remuneração variável foram implementados no Multivarejo por meio do Programa GOL, inicialmente lançado para 50 mil colaboradores(as) de 940 lojas.



Colaborador polivalente do Extra

O GOL baseia-se em uma metodologia de avaliação na qual a loja, com o desempenho individual de cada colaborador(a), precisa atingir uma meta de crescimento mínimo de 3% em vendas.

Essa referência foi definida a partir da comparação dos itens vendidos por hora trabalhada entre 2016 e 2017 e do número de faltas e tempo de afastamento dos(as) colaboradores(as) no período avaliado. Um percentual adicional do salário é atrelado ao aumento de produtividade, cuja avaliação acontece de seis em seis meses e pode render ao(à) funcionário(a) um bônus de até 1,2 salário a mais no ano.

Como resultado, estamos descobrindo novas formas de trabalhar, com mais criatividade e produtividade. Em 61% das lojas, os(as) colaboradores(as) conseguiram superar a meta e 50% atingiram o mínimo. O desempenho demonstra um esforço das equipes para aumentar ou manter o nível de vendas em jornadas organizadas com a finalidade de diminuir horas extras.

Em 2018, o programa continuará sendo aplicado nas lojas do Multivarejo, e está sendo estudada sua implementação nas Centrais de Distribuição e áreas administrativas.



Estagiário do Multivarejo na sede do GPA



Estágio no Multivarejo

Jovens com menos de 30 anos representam hoje 44% dos(as) colaboradores(as) do GPA e compõem um dos grupos prioritários em iniciativas pela diversidade na Companhia. Dois programas de aprendizado e desenvolvimento de carreira para esse público tiveram destaque no Multivarejo em 2017.

• Programa Jovem Aprendiz

As redes Extra e Pão de Açúcar contam atualmente com cerca de 2.500 aprendizes, que têm entre 18 e 23 anos e estão estudando ou completaram o ensino médio. Somente em 2017, foram diversas oportunidades para todos os tipos de posições, como Jovem Aprendiz Operador(a) de Caixa e Jovem Aprendiz Operador(a) de Loja, com chances de efetivação futura.

• Gente de Talento – Programa de Estágio

Em 2017, 25 estagiários(as) foram contratados(as) para trabalhar nas unidades de negócios Multivarejo (responsável pelas redes Pão de Açúcar, Extra e seus formatos de Proximidade) e GPA Malls (negócio responsável pela gestão dos ativos imobiliários, administração e expansão das galerias comerciais operadas junto às lojas da Companhia). O programa tem duração de

até dois anos e conta com módulos trimestrais de capacitação em diversos temas. Os(As) estagiários(as) ainda contam com o programa de acompanhamento de tutores(as) e *feedbacks* constantes, além de oportunidade de efetivação de acordo com o seu desempenho.

Sucessão gerencial

Aperfeiçoamos nosso programa de sucessão para o cargo de gerente de loja no Multivarejo (redes Extra e Pão de Açúcar), cujo objetivo é formar, desenvolver e reter colaboradores(as) com potencial e perfil alinhados às estratégias do negócio para essa posição.

Em 2017, o processo tornou-se mais completo e estruturado, qualificando melhor as etapas de seleção e, portanto, o banco de sucessores(as). Entre os principais avanços, destacam-se a aplicação de testes de desempenho, visitas à concorrência e capacitação em loja-modelo. Outro diferencial importante foi a formação de turmas multibandeiras, e não mais separadas por marcas, tornando a experiência muito mais rica para todos.



Recrutamento on-line

Mais qualidade em menos tempo. Esses são alguns benefícios percebidos pelo GPA desde o lançamento de sua plataforma *on-line* de recrutamento, em janeiro de 2017. Etapas como análise de currículo, triagem por geolocalização, teste *on-line* e autoagendamento passaram a ser realizadas por meio da ferramenta e possibilitaram um aumento de quatro vezes no número de perfis avaliados por mês em processos seletivos para posições operacionais na Companhia. No período, aproximadamente 250 mil currículos foram cadastrados e mais de 130 mil pessoas participaram dos processos seletivos. No total, foram 16.740 profissionais admitidos em todas as regiões de atuação em todas as bandeiras do Multivarejo.



Colaboradora na Universidade do Varejo, localizada na sede do GPA

Com a nova plataforma, as entrevistas são realizadas com candidatos(as) mais aderentes ao perfil da vaga, aumentando em 80% o aproveitamento na etapa final e reduzindo, assim, a incidência de *turnover*. A solução também tornou a experiência do(a) candidato(a) mais leve e agradável. Antes, ele(a) permanecia muito mais tempo nas fases presenciais e, por vezes, ficava em longas filas aguardando o atendimento.

Universidade do Varejo

- ✓ 737.528 horas de treinamento
- ✓ 16.064 turmas (média de 1.392 turmas por mês)
- ✓ 49.922 colaboradores(as) treinados(as) (72% do total)
- ✓ 10,4 é a média de horas de treinamento por colaborador(a)



Multivarejo – Treinamentos em 2017



Aumento de **105 mil horas** de treinamento, o que representa crescimento de 17% em relação ao ano anterior

29%

das horas de capacitação foram realizadas para cargos de gerentes e média liderança



71%

das horas dos treinamentos foram destinadas a **Cargos operacionais** – um diferencial ante o mercado brasileiro, uma vez que, segundo pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento (ABTD), 40% das ações de treinamento são para cargos de liderança



Lançamento, em outubro, do **portal de educação a distância** da Universidade do Varejo para o público de corporação Multivarejo: são mais de mil cursos de variados assuntos que visam desenvolver as habilidades e as competências essenciais para a Companhia

INCLUSÃO NAS CDs DO MULTIVAREJO

Um plano de inclusão de colaboradores(as) com deficiência teve início nas Centrais de Distribuição (CDs) do Multivarejo. O objetivo é promover oportunidades de inserção de profissionais e discussão sobre os principais desafios de acessibilidade estrutural.

O primeiro treinamento, realizado em agosto de 2017, envolveu 25 colaboradores(as), entre gerentes das CDs, o diretor de operação e representantes de Recursos Humanos da Companhia. Nesse encontro, foram trabalhados temas relacionados à inclusão da pessoa com deficiência no mercado de trabalho, direitos, legislação e quebra de paradigmas inconscientes e conscientes.

O plano de inclusão nas CDs também prevê a revisão de fluxos de seleção, conscientização da alta liderança e treinamento de acessibilidade arquitetônica para equipes de segurança do trabalho, manutenção e brigada, previsto para março de 2018. No médio prazo, a intenção é trabalhar a conscientização de todas as equipes de líderes nas CDs.



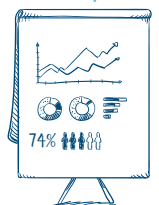
Colaboradores em treinamento na Universidade Assaí

Assaí Atacadista

Universidade Assaí

O papel da Universidade é fundamental no processo de crescimento do Assaí, contribuindo para a formação escolar e, principalmente, técnica/comportamental dos(as) colaboradores(as). Dividida em cinco escolas – Atacado, Liderança, Comercial, Operações e Desenvolvimento Técnico Operacional –, a Universidade Assaí disponibiliza cursos construídos e multiplicados com participação de profissionais do setor, ministrados nas próprias lojas e nos escritórios da rede. As capacitações estão disponíveis para todos(as) os(as) colaboradores(as), da base até as lideranças. Alguns exemplos são o Programa *Trainee* de Operações, a graduação *in company*, os cursos profissionalizantes, de formação técnica, gestão de pessoas, processos e resultados, o aperfeiçoamento profissional, o subsídio de idiomas e até o incentivo para conclusão do ensino fundamental e médio.

- + de 20 programas de formação
- + de 170 cursos técnicos e comportamentais
- 1.364.864 horas de capacitação
- + de 55 mil participações
- + de 21 mil colaboradores(as) treinados(as) pelo menos uma vez (74% dos(as) colaboradores(as) do Assaí)



Em 2017, a Universidade lançou sua plataforma digital para os(as) colaboradores(as) alocados(as) na Central Administrativa. Foram 12 programas de formação e mais de 30 cursos livres na biblioteca *on-line*, com um percentual de 50% de engajamento nos primeiros 30 dias de acesso.



Central de Distribuição do GPA na Rodovia Anhanguera, em Osasco



Lojas
do Assaí
Atacadista



Programa Seja Bem-Vindo

O Assaí está crescendo não apenas em número de lojas, mas também em número de novos(as) colaboradores(as). Para esse grupo, desenvolvemos um programa de integração que busca deixar mais agradável e ágil a experiência de aprendizado e adaptação às novas funções, de modo que se sintam acolhidos(as) e seguros(as) em suas atribuições.

O Programa Seja Bem-Vindo consiste em três etapas. Na fase inicial, o(a) novo(a) colaborador(a) recebe instruções gerais sobre o funcionamento do Assaí. Em seguida, durante 30 dias de treinamento prático, ele(a) é acompanhado(a) por um “padrinho” ou por uma “madrinha”, diretamente na área ou seção em que atuará. Durante os três primeiros meses, período de experiência, recebe avaliações formais em um acompanhamento constante de seu(sua) gestor(a).

“Em 2012, participei do primeiro Programa Trainee de Operações, em que tive a oportunidade de, em um ano, me preparar para assumir o cargo de subgerente de loja. Em 2014, já atuando como subgerente, ingressei na primeira turma da graduação in company por meio do Programa Aprende + da Universidade Assaí, em parceria com a Universidade Anhembi Morumbi. O curso de Tecnólogo em Processos Gerenciais foi primordial para o meu dia a dia. Em 2016, fui convidado a participar novamente do Programa Trainee de Operações, só que agora como gerente tutor, para poder ajudar no desenvolvimento e na formação de um novo trainee, o que me trouxe um imenso orgulho. Hoje, eu me considero um profissional e um ser humano muito melhor e muito mais preparado, com a certeza de que ainda é só o começo e de que a busca pelo conhecimento e pelo aprimoramento não pode parar. O próximo passo é fazer uma pós-graduação e, claro, continuar crescendo junto com o Assaí.”

Marcos Cândido Chaves, gerente da Loja Assaí Imbiribeira Recife



Expansão

PROGRAMA *TRAINEE* DE OPERAÇÕES

Em nosso processo de expansão, também identificamos a necessidade de capacitar chefes e encarregados(as) de seção para assumir futuras posições como subgerentes, um perfil de muita responsabilidade nas lojas. Em 2017, formamos três turmas do Programa *Trainee* de Operações, com a participação de 94 colaboradores(as), gerando oportunidades e, consequentemente, valorizando a nossa gente e o nosso negócio.



O Assaí capacitou **4.800 pessoas**, entre novos(as) colaboradores(as) e transferidos(as) de outras unidades para as novas lojas. No total, realizamos **964 mil horas** de treinamento antes das inaugurações.

Segundo dados do relatório “Panorama de T&D no Brasil em 2017”, da Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento (ABTD), as empresas investiram 21 horas de treinamento anual por colaborador(a). Já o Assaí investiu **51 horas**, mais que o dobro da média de mercado no período.

CAMPANHA JUNTOS PELA EXPANSÃO

Para que todos(as) os(as) mais de 31 mil funcionários(as) acompanhassem o projeto de implementação e inauguração de novas lojas, lançamos a **Juntos pela Expansão**, uma campanha lúdica com o objetivo de fortalecer o sentimento de união e colaboração entre todos(as). O conceito foi elaborado a partir da ideia de que estamos todos(as) no mesmo barco, remando na mesma direção – e isso faz com que a colaboração e a dedicação façam parte do nosso dia a dia.

Três pilares orientam a campanha:

- ✓ **Informação** – um amplo plano de comunicação interna manteve os(as) colaboradores(as) informados(as) sobre o andamento dos trabalhos para a expansão das lojas. Além de utilizarmos um amplo portfólio de peças e materiais, contamos com o envolvimento das lideranças das lojas e das Centrais de Distribuição na divulgação das notícias. E mais: um *videowall* (estrutura de tela), instalado na Central Administrativa, transmitiu ao vivo os eventos de inauguração das lojas, o que contribuiu para aproximar ainda mais as equipes de apoio e as de operação de cada unidade.
- ✓ **Celebração** – almoços especiais foram realizados em dias de inauguração das lojas, como forma de celebrar a conquista de todos(as) os(as) colaboradores(as).
- ✓ **Reconhecimento** – Mil colaboradores(as) que atuaram focados(as) na expansão receberam reconhecimento financeiro.

Números da campanha:

- **6** meses de duração
- **160** materiais de comunicação produzidos
- **500** brindes sorteados
- **21** transmissões ao vivo de aberturas de lojas
- **21** almoços especiais
- **R\$ 3,5 milhões** distribuídos entre premiações e reconhecimentos

Resumo das metas e plano de ações de sustentabilidade

Valorização da nossa gente

METAS 2017

COMENTÁRIOS

	<p>> Desenvolver um programa de <i>mentoring</i> para pessoas com deficiência (Assaí).</p>	<p>A ação foi postergada para 2018.</p>
	<p>> Aplicar um treinamento de diversidade focado para as áreas de RH de todos os negócios.</p>	<p>Mais de 60 pessoas das áreas de Recrutamento e Seleção, Treinamento e <i>Business Partners</i> de Multivarejo, Assaí e Corporação foram treinadas.</p>
	<p>> Implementar e desenvolver novas formas de ensino para acelerar a plataforma digital de treinamentos (MV).</p>	<p>Foi lançado, em 2017, o portal da Universidade do Varejo Digital para colaboradores(as) da Corporação e gerentes de Loja Multivarejo com conteúdos <i>online</i> e interativos. Entre os recursos mais acessados estão: Curso de Excel, <i>Game</i> do Código de Ética e a trilha de aprendizagem “Trabalhar em Grupo”.</p>
	<p>> Aumentar o número de colaboradores(as) com deficiência (%) dentro dos negócios.</p>	<p>Não atingimos a meta estabelecida, mas temos em nosso quadro 3.062 colaboradores(as) com deficiência (em comparação a 2.661 em 2016).</p>
	<p>> Implementar, pelo segundo ano consecutivo, uma meta de sustentabilidade para os(as) colaboradores(as) elegíveis à remuneração variável.</p>	<p>A meta foi implementada em 2016, teve continuidade em 2017 e continuará em 2018 para todos(as) os(as) colaboradores(as) elegíveis.</p>

STATUS



Cumprida



Parcialmente cumprida



Não cumprida



Consumo e oferta consciente

A estratégia de sustentabilidade do GPA também se expressa em iniciativas de consumo e oferta consciente. Como maior grupo varejista do Brasil, assumimos o **compromisso de aumentar o sortimento de produtos saudáveis e sustentáveis em nossas marcas e negócios, influenciando nossa cadeia de valor e estimulando nossos(as) clientes na adoção de hábitos saudáveis de consumo, com respeito ao meio ambiente e às pessoas.** E estamos fazendo isso por meio de soluções que levam em conta a qualidade dos produtos, os processos de embalagem e preço, dando ainda mais poder de escolha ao(à) consumidor(a). E, ainda, estabelecendo parcerias relevantes com nossos fornecedores e outras empresas com o propósito de continuar gerando valor para o negócio e para nossas marcas, além de influenciar todo o mercado.

Tema material



Conscientização do(a) consumidor(a)



Valorização da experiência dos(as) clientes

Valorizar a experiência do(a) cliente é outro aspecto de grande relevância na estratégia do GPA. Essa visão inclui a transformação digital da Companhia, por meio de serviços como Meu Desconto e Caixa Express, e a revitalização de lojas no Multivarejo e no Assaí. O conjunto dessas iniciativas, destacadas a seguir, acompanha as tendências do varejo no mundo e, principalmente, torna mais ágil, simples e agradável o momento da compra, fortalecendo o relacionamento com nossos(as) consumidores(as).

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Meu Desconto

Destaque do ano no processo de transformação digital do GPA, a dinâmica de ofertas Meu Desconto disponibiliza aos(às) clientes dos programas de fidelidade **Pão de Açúcar Mais e Clube Extra** ofertas personalizadas, de acordo com seu perfil de compras em cada rede. Se o(a) usuário(a) ainda não tem histórico, o aplicativo apresenta produtos com alta relevância, baseados no comportamento de compra de um(a) cliente com o mesmo perfil. As ofertas são renovadas regularmente, e o(a) cliente deve ativá-las diretamente pelos aplicativos, sem nenhum impacto operacional.

É muito simples:

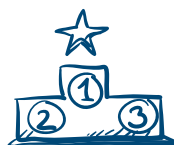
1. O(a) cliente escolhe os produtos e ativa as ofertas pelo aplicativo.
2. Ao passar no caixa de qualquer loja das redes, ou até mesmo no *e-commerce* alimentar, identifica-se com seu CPF.
3. O desconto é aplicado imediatamente, sem a necessidade de apresentar cupons impressos, número de celular ou buscar ajuda de algum(a) funcionário(a) da loja.



Nossa plataforma

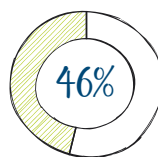


- Inédita no mercado varejista brasileiro
- Lançada em junho de 2017

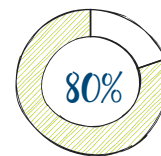


- Mais de 4 milhões de *downloads* em sete meses, ficando entre os aplicativos de varejo mais baixados no Brasil

- Fez a base total de **clientes fidelizados(as) do GPA** aumentar de 12 milhões para 14 milhões, o que representa:



das vendas da
bandeira Extra



das vendas da
bandeira Pão de Açúcar



- **80%** dos(as) brasileiros(as) afirmam ter comprado, de modo recorrente, produtos com desconto, de acordo com indicadores de comportamento de consumo



Wi-fi gratuito nas lojas

Ainda como parte do processo de transformação digital do GPA, **Wi-Fi gratuito** passou a ser disponibilizado em 100% das lojas Pão de Açúcar e Extra, em uma iniciativa inédita nas redes alimentares varejistas no Brasil.

A novidade permite melhorar a experiência do(a) consumidor(a), que está cada vez mais multicanal e utiliza todas as tecnologias ao seu alcance para obter o máximo de vantagem em suas compras.

O Wi-Fi possibilita também aprimorar a gestão das unidades diariamente. Um exemplo disso é o GPR (sigla para Gestão de Processo e Rotina), sistema de gestão integrada da loja utilizado no Pão de Açúcar e no Extra – únicos no Brasil a contar com a ferramenta implantada 100% na nuvem digital.

A tecnologia, importada de Portugal, garante maior agilidade no processo de troca de etiquetas de preço. Além disso, reduz as rupturas de gôndola ao verificar os itens que fazem parte do sortimento da loja, mas que, por alguma razão, não estão abastecidos nas prateleiras. No fim de 2017, a ferramenta já estava presente em 40% das lojas em todo o País e seguirá em fase de implantação.

Caixa Express

O Caixa Express, novidade exclusiva para os(as) clientes do programa de fidelidade Pão de Açúcar Mais, permite o **agendamento prévio de horário para atendimento nos caixas das lojas, simplificando o momento da compra**. Com a proximidade do horário, o aplicativo indica a qual caixa o(a) cliente deve dirigir-se. A solução foi implementada em 90% das lojas da marca em apenas três meses e atingiu 50 mil agendamentos no segundo mês de operação.

“Sou cliente do Pão de Açúcar há bastante tempo, frequento as lojas da Ricardo Jafet, da Vila Monumento e da Riviera. Soube do Meu Desconto pelas propagandas nas lojas. Entrei no site e perguntei para os(as) funcionários(as) do caixa, que me deram mais informações. Logo baixei o aplicativo e achei a iniciativa muito legal. Às vezes, acabo comprando um produto que não estava na minha lista por estar com desconto e tenho a oportunidade de conhecer e experimentar novas marcas. O Caixa Express também facilitou a ida ao mercado: já utilizei na loja da Riviera no fim de ano e não tive que entrar na fila. Meu sobrinho de 12 anos fez o agendamento para mim, já que o aplicativo é muito fácil de utilizar.”

Adriana Giusti, cliente do Pão de Açúcar





Loja do Pão de Açúcar em São Paulo

EVOLUÇÃO NAS LOJAS

A modernização da estrutura e do atendimento, com reformas de lojas e mudanças em processos e serviços, marcou o trabalho que garantiu a constante evolução de nossas marcas e o maior cuidado com o(a) cliente. Conheça os destaques de 2017 a seguir.



Com o objetivo de fortalecer o vínculo emocional com o(a) cliente e tornar sua experiência mais prática e agradável, o Pão de Açúcar lançou um novo conceito de lojas, promovendo reformas de adequação, revisão de *layout* e *mix* de produtos.

Foram 50 lojas reformadas em 2017, sendo 11 no conceito full (completo) e 39 no conceito light (parcial), e mais 6 serão entregues em 2018.

Mantendo o padrão Pão de Açúcar de ser e atender, o formato de loja mais moderno, **com *layout* completamente revitalizado, está alinhado a algumas das principais tendências internacionais do varejo alimentar.** Houve adequação

de serviços, variedade de produtos, distribuição das categorias e até do caminho que o(a) cliente percorre nas lojas, simplificando e tornando mais prazerosa a ida ao supermercado. Uma das grandes mudanças pode ser observada logo na entrada, que reúne, sob o conceito *fresh*, todos os alimentos frescos, como os perecíveis e as frutas, as verduras e os legumes, e uma área exclusiva com todo o portfólio de saudáveis, valorizando a experiência do(a) consumidor(a) que já busca esses itens no mesmo local. Para chegar ao novo conceito, foram realizados diversos *focus groups* com clientes, que analisaram a geração anterior de lojas do Pão de Açúcar, apontaram sugestões de melhorias e avaliaram o *layout* da nova geração.

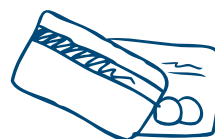


As novidades no *layout* e nos serviços das lojas do Assaí, mais atraentes e funcionais, decorrem da própria evolução do modelo Cash&Carry. A rede investiu no novo modelo de lojas para atender os públicos-alvo. Atualmente, clientes de micro e pequenas empresas respondem por 47% das vendas do Assaí, e consumidores(as) finais, que buscam economia em compras de grande volume, já chegam a 53%.

Com recursos de tecnologia, automação, inovação e processos, é possível entregar uma melhor experiência de compra e uma melhor ambientação com custo menor. As lojas reformadas ficaram mais modernas e com *layout* totalmente revitalizado.

Outro destaque do ano foi o lançamento do cartão Passaí, que comprovou a oportunidade de atuação em serviços financeiros.

O projeto foi implementado em 75 lojas da rede e está em processo de *rollout*. Em apenas três meses e meio de operação, foram 102 mil cartões vendidos. Os(as) clientes que aderem ao cartão de crédito pagam o preço de atacado, independentemente da quantidade de produtos comprados.



Colaboradora em loja do Assaí Atacadista



Colaboradora em loja do Mini Extra



Em 2017, a bandeira passou por um processo de simplificação, incluindo revisão nos processos de operação. Nesse trabalho, houve ainda uma **revisão estratégica na comunicação da marca**, que deixou de ser nomeada Minimercado Extra e passou a ser posicionada como “Mini Extra. Precisou, Resolveu”. No ano, 145 lojas no Estado de São Paulo foram reformadas, passando por uma modernização para melhor atender os(as) clientes.

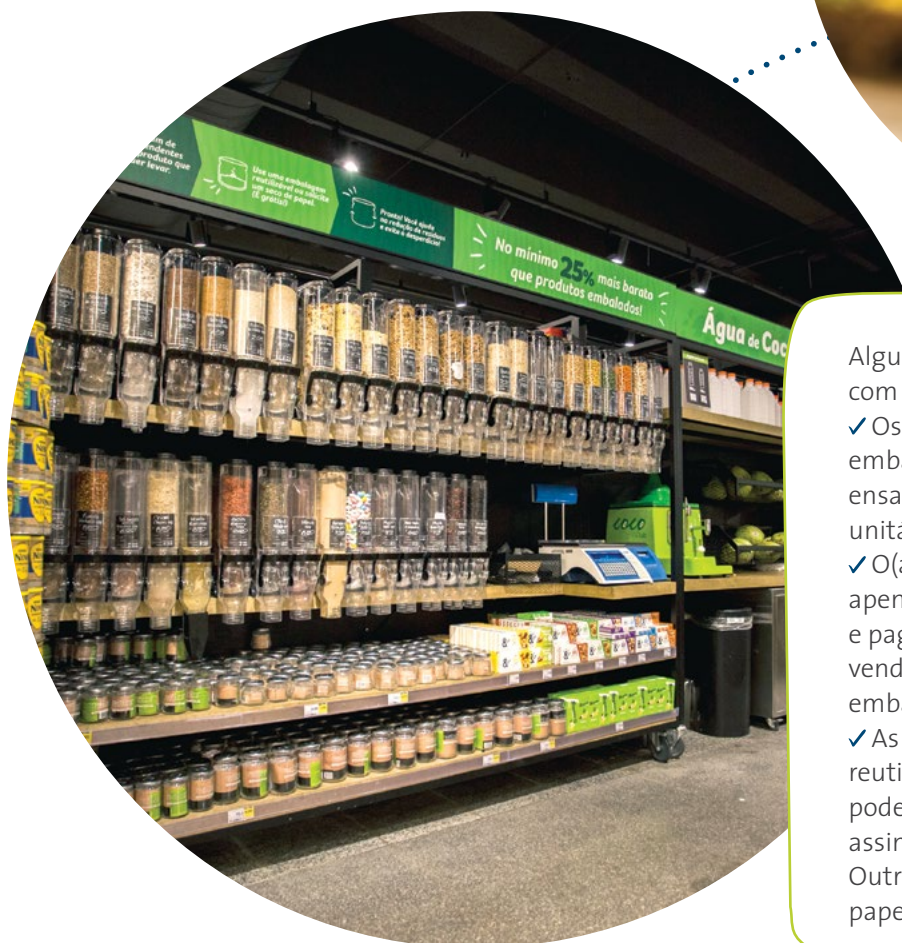
CONSUMO COM CONSCIÊNCIA

Reutilizar #PraSerFeliz



O projeto de venda a granel da bandeira Pão de Açúcar, Reutilizar #PraSerFeliz, **incentiva os(as) consumidores(as) a reduzir a utilização de embalagens que são descartadas após o primeiro uso e a comprar apenas o necessário, economizando e evitando desperdícios.** No ano de 2017, 18 mil embalagens foram economizadas com a iniciativa, pois produtos alimentares – entre grãos, sementes, amendoins, cereais, chocolate, chás, pimentas, frutas desidratadas e sal do Himalaia – são vendidos a granel e podem ser levados para casa em potes, latas ou cartonados trazidos pelo(a) próprio(a) cliente. Atualmente, 15 lojas da rede nas cidades de São Paulo, Santos, Campinas, Sorocaba, Salvador e Recife participam do projeto. Em 2018, todas as lojas que serão reformadas receberão o Reutilizar.

Segundo o “Manual de Educação – Consumo Sustentável”, do Ministério do Meio Ambiente e do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, um terço do lixo doméstico é composto de embalagens, e 80% dessas embalagens são descartadas após o primeiro uso.



Alguns impactos positivos que geramos com o Reutilizar #PraSerFeliz:

- ✓ Os fornecedores usam uma única embalagem, de maior volume, ao invés de ensacarem os produtos em embalagens unitárias.
- ✓ O(a) cliente tem a opção de comprar apenas o necessário, evitando o desperdício e pagando menos (os produtos são vendidos com preços inferiores aos itens já embalados).
- ✓ As embalagens, como os potes de vidro reutilizáveis – vendidos em nossas lojas –, podem ser usadas várias vezes, diminuindo assim a geração desnecessária de resíduos. Outra alternativa é utilizar os sacos de papel, sem custo adicional.

Coleta de lâmpadas no Extra



Alguns dos resíduos sólidos mais preocupantes para o meio ambiente, se descartados de forma incorreta, são as lâmpadas fluorescentes. Por serem materiais altamente tóxicos, não podem ser jogados no lixo comum. Como parte de nosso compromisso pelo consumo consciente, a partir de agosto de 2017 oferecemos aos(as) consumidores(as) pontos de coleta em 48 lojas da rede Extra, no formato hiper, para o correto descarte desses itens.



Foram **1.098 kg** de lâmpadas coletadas, o que corresponde a mais de **7.300 unidades** de lâmpadas.

Quinta-feira do orgânico e do saudável

Quinta-feira é dia de promoção em produtos orgânicos no Pão de Açúcar e em produtos de linhas saudáveis no Minuto Pão de Açúcar. **Todas as lojas de ambas as bandeiras oferecem descontos de 20% nessas categorias**, incentivando assim hábitos de consumo mais saudáveis.

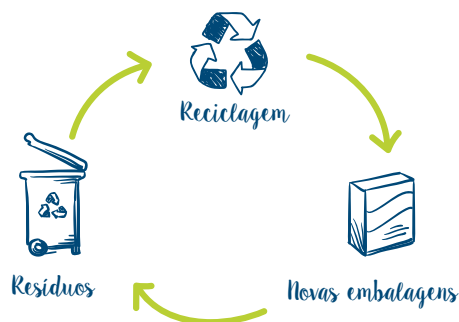


NOVO DE NOVO

Em parceria com a Braskem, maior produtora de resinas termoplásticas do Brasil, o GPA reciclou 13 toneladas de plástico para produzir mais de 58 mil embalagens do Tira-Manchas Qualitá no ano de 2017. A iniciativa, lançada em maio, faz parte da ampliação do nosso programa de logística reversa, o Novo de Novo, que já coletava materiais em celulose, e integra a plataforma Wecycle, criada pela petroquímica para a valorização de resíduos plásticos na cadeia produtiva.

Esse projeto é a concretização do objetivo do GPA de desenvolver, em parceria com a cadeia, soluções customizadas para reciclagem e novas aplicações do plástico pós-consumo.

O Novo de Novo é um programa de economia circular, que aproveita os resíduos levados pelos(as) consumidores(as) às Estações de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever e os utiliza para compor a embalagem de novos produtos. Esse processo traz uma série de benefícios: gera renda e postos de trabalho, desenvolve as cooperativas de reciclagem que fazem parte do programa e reduz o impacto ambiental das operações.



As cooperativas responsáveis pela separação desses materiais contam com o apoio do GPA para a venda do material à fábrica responsável por fazer as embalagens de produtos Qualitá e Taeq.

Cliente fazendo descarte em uma das Estações de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever



Estações de Reciclagem

Em 2017, com o encerramento da parceria com a P&G, encerramos as atividades das Estações de Reciclagem da rede Extra. Nas lojas do Pão de Açúcar, 22 estações foram fechadas em razão da revisão feita em parceria com a Unilever, mas também por questões operacionais em algumas delas. Em 2017, **temos 106 Estações de Reciclagem** Pão de Açúcar Unilever em operação, que registram um volume total de **aproximadamente 110 mil toneladas de resíduos coletados desde o início das estações, em 2001. No ano, foram 6.300 toneladas coletadas. São 23 cooperativas de catadores(as)** de materiais recicláveis beneficiadas pelo programa em todo o Brasil, que recebem o material descartado pelos(as) nossos(as) clientes, contribuindo assim para a geração de renda de milhares de famílias.

Resumo das metas e plano de ações de sustentabilidade

Consumo e oferta consciente

METAS 2017



> Expandir a atuação do Programa Novo de Novo, inclusive com integração de novos materiais, como o plástico (Multivarejo).



> Implementar o novo modelo de Estações de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever, com ações de economia circular.

COMENTÁRIOS

Relançamento da Embalagem Tira Manchas Qualitá dentro do projeto Novo de Novo, de economia circular, feita a partir de embalagens pós-consumo.

O GPA mudou o modelo de operação das Estações de Reciclagem e ampliou o projeto Novo de Novo para a cadeia do plástico.

STATUS



Cumprida



Parcialmente cumprida



Não cumprida

Ovos de galinhas livres de gaiolas da Taeg, marca exclusiva do GPA

Ovos de Galinhas **LIVRES** de Gaiolas

As aves são criadas com todos os cuidados necessários para seu desenvolvimento, em ambiente livre de onde

Transformação na cadeia de valor

Tema material

Gestão e transparência da cadeia de suprimentos



Qualidade, segurança e rastreabilidade do produto



A presença do GPA em todas as regiões do Brasil traz oportunidades e grande responsabilidade à Companhia. Estamos conscientes do nosso poder de impactar milhões de consumidores(as) e centenas de fornecedores diretos e indiretos. Entendemos nosso papel de engajar os atores de nossa cadeia produtiva e influenciar a sociedade a fim de gerar e compartilhar valor em todos os pontos de contato do negócio, com resultados positivos para as pessoas, o meio ambiente e o bem-estar animal. Os desafios não são poucos e exigem prática permanente de diálogo aberto e construtivo.

O primeiro passo foi definir prioridades a partir dos principais riscos e/ou necessidades socioambientais das nossas cadeias, visando fortalecer, nas comunidades em que estamos presentes, práticas e compromissos sobre:

- ✓ condições de trabalho
- ✓ extração sustentável
- ✓ bem-estar animal
- ✓ combate ao desmatamento

Confira, a seguir, os destaques de 2017.



CARTA DE ÉTICA PARA FORNECEDORES

Comprometido com o comércio responsável, o GPA estabeleceu normas transparentes de relacionamento com seus parceiros comerciais em 2016. **O documento, denominado Carta de Ética para Fornecedores (conheça seu conteúdo em <http://www.gpabr.com/wp-content/uploads/2017/02/carta-de-%C3%A9tica-para-fornecedores-GPA.pdf>), contém diretrizes que devem ser seguidas pela Companhia e por todas as empresas envolvidas em sua cadeia de suprimentos.**

A Carta determina padrões éticos de conduta que abrangem aspectos sociais, ambientais e econômicos. Traz uma série de regras e recomendações relacionadas a direitos humanos, jornada de trabalho, saúde e segurança, meio ambiente, bem-estar animal e procedimentos anticorrupção, entre outros temas relevantes.

No documento, o GPA reforça sua disposição para apoiar e facilitar a aplicação dos princípios da Carta pelos seus fornecedores. **A Companhia também declarou seu compromisso em promover o comércio responsável em toda a sua cadeia de suprimentos por meio do seu Código de Ética e da assinatura do Pacto Mundial das Nações Unidas em 2001.**



“Trabalhamos com o GPA há uma década e sabemos que a rastreabilidade é um processo importante na percepção de qualidade pelos(as) consumidores(as). Por isso, temos esse controle do começo ao fim, e isso se aplica tanto para nossa produção própria quanto para os nossos produtores parceiros. Trabalhamos com um sistema integrado, que possibilita a geração de um código que acompanha os produtos da roça até a chegada às lojas e à casa do(a) consumidor(a). Ele(a) pode, então, conhecer a origem do que comprou a qualquer momento. Além disso, temos outro sistema on-line, disponível a todos os produtores parceiros, que permite o controle de todo o processo de cultivo: quando iniciar, quando programar a colheita e a entrega. Assim, também minimizamos o impacto de ruptura para as lojas e garantimos produtos sempre no mesmo padrão de qualidade.”

Alex Lee, diretor Comercial do Rio Bonito Orgânicos, fornecedor de produtos orgânicos Taeq

COMBATE AO DESMATAMENTO: A EVOLUÇÃO NA CADEIA DE CARNES

A Política Socioambiental de Compra de Carne Bovina, lançada pelo GPA em março de 2016, expressa o nosso compromisso de transparência e de empoderamento de nossos fornecedores para cumprir as novas expectativas do mercado. O Programa de Desenvolvimento do Fornecedor, previsto na Política, inclui etapas de acompanhamento do fornecedor, com checagem de suas práticas socioambientais – inclusive processadores que compram de frigoríficos diretos.

Essa é uma das ações que o Grupo vem desenvolvendo para a construção de uma proposta de valor em parceria com seus fornecedores e a sociedade para a luta contra o desmatamento e seus impactos sociais negativos, além dos aspectos que envolvem condições dignas de trabalho, respeito às terras indígenas e recuperação das terras degradadas.



Carnes à venda no Extra e no Pão de Açúcar



Nossos resultados na cadeia de carnes em 2017

✓ Implementação da Política também no Assaí Atacadista e seus fornecedores, que passaram a atender aos requisitos de informação e de monitoramento, do mesmo modo como já é feito no Multivarejo

34 

fornecedores aderiram à nossa política e ao Programa de Desenvolvimento do Fornecedor

✓ Os volumes dos fornecedores que seguem a Política do GPA somados aos três grandes, que já possuem compromisso público, **representam 99,99% da carne comprada em 2017 pelo GPA**



18.411 fazendas e 37 frigoríficos indiretos já possuem dados de rastreabilidade em nosso sistema

✓ Apenas um fornecedor ainda não aderiu à nossa política por estar em processo de integração e desenvolvimento (menos de 0,01% da compra do GPA). Além desse, 16 fornecedores se recusaram a se engajar no cumprimento da Política e, portanto, foram bloqueados, não podendo abastecer o Grupo no momento

ADESÃO AO MANIFESTO DO CERRADO

O Grupo Casino e o GPA apoiam o Manifesto do Cerrado, lançado em setembro de 2017 por organizações ambientalistas – entre elas Greenpeace Brasil, Imaflora, Ipam, TNC e WWF. **O Cerrado é um dos biomas do Brasil mais afetados pelo desmatamento.** Com a adesão, nós nos comprometemos a combater o problema, adotando políticas e compromissos eficazes para eliminar o desmatamento e desvincular nossas cadeias produtivas de áreas recentemente desmatadas. Todas as 61 empresas signatárias utilizam soja e carne bovina ou derivados de origem brasileira em seus produtos – diretamente ou em suas cadeias de suprimentos.

Rubia Gallega

Os produtos Rubia Gallega se referem à produção de animais cruzados entre a raça espanhola Rubia Gallega e a raça Nelore. O cruzamento e o desenvolvimento dessa raça são realizados no Brasil, por pecuaristas parceiros do GPA, e todo esse processo é submetido a auditorias que visam ao atendimento às normas, às legislações e à segurança alimentar, bem como ao bem-estar animal. **Em 2017, o GPA iniciou um ciclo de visitas aos maiores produtores de Rubia Gallega.** O objetivo dessa ação é confirmar o uso de modelos sustentáveis pelas fazendas, que respeitem as legislações vigentes e o bem-estar dos animais. A ONG Aliança da Terra, parceira da área de Sustentabilidade do GPA, é responsável por essa visita e por facilitar o diálogo com os pecuaristas. No fim do ano, foi realizado um diagnóstico piloto, e a expansão desse projeto está prevista para 2018.

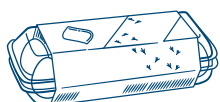


COMPROMISSO COM O BEM-ESTAR ANIMAL

Em 2017, o bem-estar animal foi uma de nossas prioridades. Por isso, em março de 2017, fomos a primeira empresa varejista do Brasil a se comprometer publicamente em trabalhar com o setor avícola brasileiro para comercializar, até 2025, 100% de ovos de marcas exclusivas provenientes de criação livre de gaiolas, sempre respeitando a regulamentação e as normas do mercado.

Por meio da política que baliza o seu processo de compras de ovos, a Companhia também se compromete a:

- ✓ realizar auditorias e fazer acompanhamento dos seus fornecedores de marca própria, com o objetivo de avaliar as suas práticas em termos de bem-estar animal;
- ✓ promover a oferta de produtos caipiras e orgânicos nas suas lojas e lançar novas linhas de produtos provenientes de criação livre de gaiolas;
- ✓ comunicar ao(à) consumidor(a) os tipos de produtos vendidos para fortalecer o acesso à informação transparente sobre cada modo de criação;
- ✓ avaliar, juntamente com o setor e os públicos de interesse, as ações que podem ser implementadas em curto prazo para os produtos de outras marcas.



Como parte dessa estratégia, lançamos nossa linha própria do produto, da marca Taeq, vendida na rede Pão de Açúcar e em lojas do Extra.



OVOS ORGÂNICOS NO ASSAÍ
Ao longo de 2017, 18 lojas incorporaram ovos orgânicos em seu portfólio de produtos.

Lançamento dos
ovos de galinhas
livres de gaiolas,
da marca Taeq, nas lojas
Pão de Açúcar e Extra

**LIVRES
DE GAIOLAS**



Cliente em
loja do Pão
de Açúcar

OVOS TAEQ, LIVRES DE GAIOLAS (CAGE-FREE)

Em julho de 2017, a rede Pão de Açúcar e unidades do Extra passaram a vender “ovos de galinhas livres de gaiolas, da marca Taeq. O lançamento é parte da meta do Grupo de, até 2025, comercializar 100% de ovos de marcas exclusivas provenientes da criação de galinhas livres de gaiolas. O custo do produto chega a ser 15% maior em relação ao convencional (produzido por galinhas criadas em gaiolas), porém traz benefícios associados ao bem-estar animal.

Nosso fornecedor de ovos livres de gaiola (*cage free*) recebeu, em agosto de 2017, o selo *Certified Humane Raised and Handled*, concedido pela *Humane Farm Animal Care* (HFAC). Essa é a principal organização certificadora sem fins lucrativos dedicada a melhorar a vida dos animais de fazenda destinados à produção de alimentos.

A produção de ovos de galinhas livres de gaiolas ainda não está regulamentada no Brasil – esse será um avanço importante, para o qual queremos contribuir por meio de parcerias com outras empresas do varejo e do setor avícola, com o setor governamental e a participação da sociedade.



“A parceria entre o GPA e a Mantiqueira nasceu há 20 anos. Aprendemos muito trabalhando com o GPA ao longo dos anos, com os padrões de qualidade e os processos exigidos pela rede, o que foi muito bom para nosso crescimento, pois nos ajudou na profissionalização de nossa produção. Em abril de 2017, estreitamos ainda mais essa parceria de sucesso com a inclusão dos ovos produzidos em sistema cage free. A produção desses ovos teve início na nossa unidade de Paraíba do Sul (RJ). As aves são criadas soltas, em galpões providos de ninhos e poleiros, com liberdade para se movimentar e expressar seu comportamento natural, atendendo ao conceito de bem-estar da Organização Mundial da Saúde Animal (OIE). Além disso, a ração consumida é produzida pela Mantiqueira, com todos os nutrientes necessários para a saúde das aves e para a qualidade dos ovos, garantida de forma balanceada, padronizada e sem

uso de antibióticos. O sistema livre de gaiolas é um desafio para a produção de ovos no Brasil e segue uma diretriz mundial de consumo. Fizemos questão de nos antecipar, sendo pioneiros em atender a essa demanda muito antes do prazo previsto, enquanto o setor e os órgãos responsáveis discutem a implementação desse sistema no País. Possuímos o selo Certified Humane, que é uma certificação internacional emitida no Brasil pela Humane Farm Animal Care e que garante que as aves possuem todas as condições necessárias para seu bem-estar durante a produção dos ovos. Estamos constantemente atentos às tendências mundiais e seguimos inovando.”

Leandro Pinto, presidente do Grupo Mantiqueira

Programas de conformidade social na cadeia de suprimentos



Auditorias sociais

O GPA realiza o mapeamento, exige auditoria social e, se necessário, acompanha as ações corretivas dos parques fabris de todos os fornecedores nacionais de marcas próprias e importadas provenientes de países avaliados com alto índice de risco social. Esse processo é realizado de acordo com a metodologia Initiative Clause Sociale (ICS), da qual o GPA, por meio do Casino, é membro (acesse <http://ics-asso.org> para saber mais sobre a metodologia). A ICS verifica o cumprimento dos princípios universais de direitos humanos e das normas trabalhistas internacionais em locais de trabalho de fornecedores globais de cadeias de varejo. No fim de 2017, 202 fábricas de fornecedores do GPA, instaladas em países críticos (abrangendo Ásia, África e América Central), foram validadas pela auditoria social ICS. Com base nos resultados da auditoria, o fornecedor é obrigado a implementar um plano de ação para corrigir eventuais não conformidades, que é acompanhado pelo GPA.



Auditoria na indústria têxtil

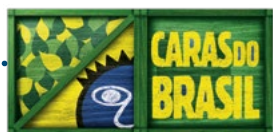
Como membro da Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX), o GPA tem **100% de seus fornecedores e subcontratados de produtos têxteis, sapatos e acessórios certificados pela entidade no País**. A ABVTEX realiza auditorias anuais nas cadeias de produção da indústria têxtil em geral, nas quais analisa os fornecedores do varejo e seus subcontratados em relação ao cumprimento das normas brasileiras de saúde e segurança no trabalho, bem como ao respeito à legislação que proíbe o trabalho infantil e o análogo ao escravo. Além disso, o GPA faz parte do Conselho Executivo da ABVTEX e participa das discussões do Grupo de Trabalho de Fornecedores, que acompanha e traz melhorias para o Programa de Auditorias.

Óleo de Palma

Ingrediente de origem vegetal, o óleo de palma é usado em produtos da indústria cosmética/limpeza e na culinária industrial. Sua produção, no entanto, pode trazer impactos sociais e ambientais negativos relacionados, principalmente, ao desmatamento. **De acordo com a política global do Grupo Casino, o GPA orienta e incentiva seus fornecedores de marca própria e que utilizam óleo de palma a acompanhar a origem do insumo, de modo a promover práticas produtivas responsáveis.** Como parte dessa proposta, iniciamos um projeto para a cadeia de óleo de palma em duas frentes principais: análise das condições de trabalho e assessoria para a melhoria dos negócios. A iniciativa é desenvolvida em parceria com a ONG *The Forest Trust*, a Cargill e a Norwegian Agency for Development Cooperation (Norad).



Produtos têxteis em loja do Extra Hiper



Caras do Brasil

O programa Caras do Brasil é um dos bons exemplos de como o GPA busca gerar relações nas quais ganham a Companhia, clientes, produtores, a comunidade do entorno e a sociedade. **Realizado desde 2002, o programa oferece aos(às) clientes de 80 lojas do Pão de Açúcar a oportunidade de consumir produtos de qualidade da gastronomia brasileira feitos com matéria-prima da biodiversidade e de culturas de diferentes regiões do Brasil.**

Desse modo, beneficia pequenos fornecedores, que não teriam acesso a grandes redes e que são comprometidos com a gestão e a produção sustentável de seus negócios. **Em 2017, o programa envolveu 20 fornecedores regionais ativos e um portfólio com mais de 70 produtos**, como artesanatos, cerâmica, mel, geleias e farinhas.



Produtos do programa Caras do Brasil em loja do Pão de Açúcar



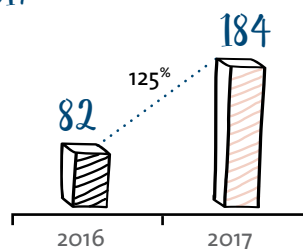
Qualidade desde a origem

O GPA desenvolveu o Programa Qualidade desde a Origem (QDO) para **assegurar e incentivar as boas práticas entre seus fornecedores nacionais de produtos perecíveis**. Por meio dessa iniciativa, atendemos a aspectos de qualidade e segurança alimentar exigidos pela Companhia e por nossos(as) consumidores(as), bem como às normas estabelecidas pelos órgãos públicos.

O monitoramento envolve um time de técnicos(as) especializados(as) em Controle de Qualidade, que inspeciona os produtos que chegam às Centrais de Distribuição para determinar a aderência aos padrões do GPA. A adesão ao QDO é voluntária e, atualmente, a iniciativa foca o desenvolvimento das cadeias relacionadas a carne bovina, frutas, legumes e verduras.

Os fornecedores que participam do QDO são informados, por meio de uma plataforma *on-line*, sobre a *performance* em auditorias, índices de conformidade de inspeção de recebimento e resultados de análises do plano de monitoramento. A partir dessa comunicação, planos de ação são definidos com a finalidade de aperfeiçoar os processos.

Número de produtos monitorados entre 2016 e 2017



100% desses produtos são contemplados pela auditoria

Resumo das metas e plano de ações de sustentabilidade

Transformação na cadeia de valor

METAS 2017

COMENTÁRIOS



> Publicar uma política de uso de óleo de palma nas Marcas Exclusivas (Multivarejo).

Publicação adiada para 2018.



> Seguir com a implementação das ações decorrentes da Política de Compra de Carne Bovina e estabelecer um protocolo de auditoria para a carne Rubia Gallega.

Os fornecedores que aderiram à Política do GPA somados aos que já possuem compromissos públicos representam 99,99% da carne comprada em 2017 pelo GPA. Os 16 fornecedores que não aderiram à Política foram bloqueados e não podem mais fornecer ao Grupo. Estabelecemos um protocolo com metodologia definida para auditoria da carne Rubia Gallega.



> Realizar auditorias sociais nos fornecedores importadores de países de risco do GPA e iniciar a implementação de auditorias sociais em unidades de produção de Marcas Exclusivas no Brasil (Multivarejo).

Fornecedores nacionais de marcas próprias: 22 fornecedores estão homologados pelos critérios da metodologia Initiative Clause Sociale (ICS).

Fornecedores de produtos importados de países críticos: atingimos 51% de fábricas auditadas.

Fornecedores de produtos têxteis: 100% dos nossos fornecedores estão auditados pela ABVTEX.

STATUS



Cumprida



Parcialmente cumprida



Não cumprida



Usina solar instalada em loja do Assaí Atacadista

Gestão do impacto ambiental

Tema material

Gestão de recursos hídricos



Gestão de resíduos e logística reversa



Mudança de clima e emissões



Gestão de energia elétrica



O GPA busca adotar as melhores práticas em suas atividades e operações, minimizando ao máximo os impactos socioambientais gerados pelo negócio. A Política Ambiental da Companhia foi estabelecida em 2014, com base nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, na Política Ambiental do Grupo Casino e nas Diretrizes de Sustentabilidade do GPA. **Essa política ambiental contempla quatro frentes de ação:**

- ✓ Garantir o uso adequado de recursos naturais
- ✓ Seguir as normas e políticas vigentes
- ✓ Garantir o gerenciamento adequado de resíduos
- ✓ Reduzir as emissões de gases de efeito estufa e proteger os ecossistemas

A seguir, acompanhe os destaques de 2017.

EFICIÊNCIA LOGÍSTICA: CAMINHÕES DOUBLE DECK

Como parte da estratégia para aumentar a produtividade logística, o Multivarejo ampliou o número de caminhões-baú Double Deck, ou seja, com dois andares (pisos de carga). **Esse é um conceito inovador no transporte de cargas, que possibilita maior armazenamento de volumes e, em consequência, maior custo-benefício do frete.** O volume de uma carreta Double Deck é igual ao de uma carreta e meia convencional. Com esse ganho, a emissão de CO₂ no percurso será reduzida em mais de 33%.

Quando comparados às carretas tradicionais, os caminhões-baú Double Deck são mais seguros por possuírem centro de gravidade mais baixo, dando assim maior estabilidade ao conjunto. Eles são equipados com sistema de suspensão pneumática, que proporciona maior conforto e menos trepidação, protegendo a carga. Em 2017, o Multivarejo operou com cinco caminhões Double Deck e tem a meta de aumentar para 16 em 2018.



“Nos próximos anos, nossa busca por eficiência vai se refletir em uma revisão profunda da malha de distribuição, com simplificação dos processos operacionais, e em uma gestão de abastecimento focada na otimização de estoques. Além disso, aplicaremos esforços na mudança de cultura nas operações das Centrais de Distribuição para redução de desperdício. Com uma malha mais eficiente, será possível reduzir o número de quilômetros rodados pela nossa frota e pelos carros dos nossos fornecedores, diminuindo a emissão de CO₂ causada por nossas operações.”

Marcelo Arantes, diretor executivo de Suporte Operacional do Multivarejo

EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

O compromisso do GPA desdobra-se também em projetos que estão gerando energia limpa, renovável e sustentável para as nossas lojas do Multivarejo e do Assaí Atacadista. São iniciativas desenvolvidas em parceria com a GreenYellow, empresa do Grupo Casino especializada em eficiência energética.



Equipe da GreenYellow realiza adaptações no sistema de refrigeração em loja do Extra



Melhorias contínuas em sistemas de refrigeração, ar-condicionado e iluminação estão gerando, em média, 25% de redução de energia elétrica em 487 unidades das redes Extra e Pão

de Açúcar e em 5 Centrais de Distribuição de São Paulo, Rio de Janeiro e Nordeste. Até o fim de 2018, 605 lojas no total estarão contempladas, incluindo as bandeiras de Proximidade.



MELHORIAS MULTIVAREJO

- ✓ Lâmpadas antigas são substituídas por LEDs, e novas linhas de iluminação automatizadas permitem alternar a luminosidade e planejar a quantidade de luz em diferentes setores.
- ✓ O sistema de refrigeração passou por adaptações: o fechamento de ilhas e balcões, a instalação de inversores de frequência, além de automação e

- novas regulagens no ar-condicionado reduzem a necessidade de consumo de energia e os custos operacionais e aumentam o desempenho das lojas.
- ✓ Com o programa de eficiência energética, os 124 mil MWh/ano economizados nos Extras Hiper equivalem ao consumo residencial de uma cidade como Atibaia, Botucatu ou Barretos (SP) por um ano.



A maior usina solar em região urbana no Brasil está instalada na unidade do Assaí em Goiânia (GO).

A planta fotovoltaica, que converte luz solar em

eletricidade, foi fixada em 2017 sobre a cobertura da nova loja. São 2.800 placas em uma área de 8 mil m², que vão gerar aproximadamente 1.500 MWh ao ano.

A usina será responsável por:



40% do consumo de energia elétrica da loja, o equivalente ao que é consumido pelo sistema de ar-condicionado e iluminação de toda a unidade



✓ evitar a emissão de quase 3 mil toneladas de CO₂, o equivalente a cerca de 18 mil árvores plantadas e uma economia de R\$ 2,6 milhões ao longo de 25 anos

Com a energia gerada em um ano, é possível:



✓ carregar 359 mil celulares durante um ano



✓ abastecer 757 residências em um ano

✓ manter 5.300 televisões ligadas por cinco horas todos os dias do ano

✓ ou suprir o consumo de todas as linhas do Metrô de São Paulo (SP) por um dia



Loja do Assaí em Goiânia

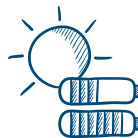


Nesse ano, outras usinas foram implementadas também na unidade do Assaí em Várzea Grande (MT), em uma área de 2 mil m² no telhado do estacionamento, e nas lojas de Ananindeua (PA) e Londrina (PR).

Houve melhora na eficiência energética por metro quadrado de 3,3%. Essa redução deveu-se ao uso de melhores práticas, contemplando zenitais para iluminação natural, lâmpadas LED em toda a loja, fechamento de ilhas horizontais e ar-condicionado por termoacumulação. Além disso, foi implantada leitura remota de consumo em 90% das lojas, o que garantiu otimização da gestão do recurso.

Para 2018, a previsão é seguir em contínua expansão das usinas solares.

COLETA SELETIVA NO ASSAÍ



Desenvolver a cultura interna da sustentabilidade é essencial para a evolução do GPA. Com esse objetivo, lançamos o sistema de coleta seletiva na sede do Assaí Atacadista. Durante cinco meses, todos(as) os(as) funcionários(as) foram impactados por ações relacionadas a temas como o correto descarte e minimização de resíduos, ciclo de reciclagem e excessos de consumo.

“É um orgulho saber que a nossa loja contempla a maior usina solar do Brasil, principalmente pela contribuição que ela proporciona ao meio ambiente, produzindo energia de forma limpa e sustentável. Logo no início da operação, realizamos visitas guiadas do time à usina, conscientizando nossos(as) colaboradores(as). Para novos(as) profissionais, o tema é tratado já durante o processo de integração. Todos(as) se sentem prestigiados(as) por trabalhar em uma empresa que pratica o conceito da sustentabilidade, influenciando o(a) colaborador(a) na mudança de seu comportamento, não só na unidade, mas também na vida pessoal.”

Emerson E. Moraes, gerente da loja Assaí Goiânia – Independência



EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA

Entre as ações realizadas pelo GPA para diminuir as emissões de gases de efeito estufa (GEEs) na atmosfera ou compensar os efeitos das emissões decorrentes de sua atividade está a criação de um grupo de trabalho interno para discutir novas tecnologias e possibilidades de aplicação. Esse grupo analisa medidas para minimizar os impactos ambientais decorrentes dos gases refrigerantes – substâncias presentes nos sistemas de refrigeração e que contribuem para a emissão de GEEs. Uma das principais tarefas desse time em 2017 foi **estudar a utilização de novas alternativas de gases refrigerantes que representem menor risco para o meio ambiente, como o XP40.**

Além dessa iniciativa, temos adotado um conjunto de outras práticas, já há alguns anos, com o objetivo de reduzir riscos ao meio ambiente. **Estamos adequando os balcões refrigerados em lojas do Multivarejo e definimos que todas as nossas novas unidades terão equipamentos com R404,** um refrigerante ecologicamente correto que tem menor interferência na camada de ozônio e não é inflamável, além de ser seguro e mais eficiente quanto ao consumo de energia.

Como resultado de todo esse trabalho, em 2017, registramos queda de aproximadamente 5% na emissão de gás carbônico decorrente das nossas operações **em relação a 2016, passando de 785.572 para 710.160 tonCO₂e.**

O GPA integra o Índice Carbono Eficiente (ICO₂), criado pela BM&F Bovespa e pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Esse indicador reúne empresas reconhecidas pela gestão transparente, responsável e eficiente de suas emissões de GEEs. A Companhia também responde ao **Carbon Disclosure Project (CDP) Climate Change**, uma das principais iniciativas do setor financeiro para mitigar os efeitos das mudanças climáticas.



PARCERIA CONTRA O DESPÉRDÍCIO

Lançada há mais de 20 anos, esta é uma iniciativa do GPA que tem por objetivo evitar o desperdício de alimentos em nossas operações.

O programa Parceria contra o Desperdício consiste na doação de produtos que, embora não estejam esteticamente adequados para venda, podem ser consumidos com segurança.

São frutas, legumes e verduras excedentes e determinados produtos de mercearia, que algumas lojas da rede Assaí e do Multivarejo doam para instituições sociais parceiras.

Os números da Parceria contra o Desperdício em 2017:

- ✓ **200 lojas** Pão de Açúcar, Extra e Assaí em 17 Estados brasileiros doaram alimentos;
- ✓ **309 instituições** beneficiadas – Banco de Alimentos e instituições locais;
- ✓ **270 toneladas** de alimentos doadas em média a cada mês.

Outra ação para reduzir o desperdício de alimentos no GPA é a oferta de produtos perecíveis e não perecíveis próximos do vencimento com descontos de até 40%. Os itens são agrupados em uma gôndola especial, com sinalização adequada. A gestão estratégica do estoque desses itens e o incentivo ao consumo consciente colaboram com as ações para evitar o desperdício dentro das lojas.



Resumo das metas e plano de ações de sustentabilidade

Gestão do impacto ambiental

METAS 2017



> Implementar projetos de eficiência energética em mais de 200 lojas de supermercado (Multivarejo) e lançar novos projetos com energia solar.



> Reforçar as ações relacionadas à redução do desperdício alimentar.



> Seguir com a expansão do modelo de compostagem de resíduos orgânicos em novas CDs e lojas.



> Lançar pilotos referentes ao uso de tecnologias mais eficientes para refrigeração (redução das emissões de GEEs relacionadas ao uso de gases refrigerantes).



> Implementar projetos de eficiência logística para reduzir as emissões de GEEs relacionadas ao transporte.

COMENTÁRIOS

Foram implantados projetos de eficiência energética em 180 lojas Multivarejo e lançamos 4 novos projetos com energia solar. Para 2018, serão 123 lojas.

O diagnóstico foi elaborado, mas o plano de ação não foi implementado.

No Assaí, expandimos a compostagem para 12 lojas, aumentando em 140% a quantidade de resíduos orgânicos que foram encaminhados para compostagem na bandeira.

Lançamos quatro pilotos utilizando CO₂ subcrítico em quatro lojas do GPA.

Ampliamos o número de caminhões Double Deck, mas não atingimos a meta proposta. Além disso, intensificamos o uso de cabotagem nos fretes para o Nordeste, reduzindo transporte, emissões e custo.

STATUS




Cumprida



Parcialmente cumprida



Não cumprida



Crianças beneficiadas pela ação Páscoa Solidária



Engajamento com a sociedade

Tema material

Relacionamento com a comunidade local



Uma sociedade diversa e inclusiva se traduz em um mundo com mais respeito e sustentável. Motivados por essa crença e pelo nosso poder de impactar pessoas, **buscamos estreitar vínculos com as comunidades do nosso entorno por meio de projetos que desenvolvemos conjuntamente.** Esse relacionamento constitui o alicerce que nos faz gerar valor para o GPA e toda a sociedade.

REVISÃO DE ATUAÇÃO E PROPÓSITO DO INSTITUTO GPA

Em 2017, o Instituto GPA reestruturou seu propósito e redefiniu seus eixos de atuação:

Propósito:

✓ **Queremos contribuir** com o despertar da empatia e da consciência individual e coletiva, provocando transformações sociais.

Frentes de atuação:

✓ **Despertar o trabalho por vocação:** contribuir para o desenvolvimento dos talentos individuais, ampliando as possibilidades de as pessoas descobrirem e seguirem suas vocações.

✓ **Incentivar ações mobilizadoras:** aprofundar a relação entre colaboradores(as), clientes, fornecedores e organizações sociais para uma atuação conjunta como agentes de transformação.



Aluno do NATA



Dia de Solidariedade, Assaí Itaquera

A identidade visual do Instituto GPA e de nossas iniciativas também foi reformulada de modo que permita o reconhecimento do protagonismo das bandeiras em suas vocações de investimento social e como cada negócio pode contribuir nas comunidades em que está presente:



Potencializar e fomentar o microempreendedorismo local no setor de alimentos em regiões de alta vulnerabilidade.



Oferecer formação a jovens em situação de vulnerabilidade para ingresso no mercado de trabalho.



Fomentar a cadeia produtiva da alimentação saudável e sustentável.

A seguir, apresentamos algumas das principais ações viabilizadas pelo Instituto GPA em 2017. Para saber mais sobre o Instituto e sua atuação no ano, acesse o Relatório em <http://www.gpabr.com/pt/sustentabilidade/instituto-gpa/>



TRABALHO POR VOCAÇÃO

As principais ações da frente **Despertar o trabalho por vocação** em 2017 foram a criação da Academia Assaí Bons Negócios e a atuação do Núcleo Avançado em Tecnologia de Alimentos (NATA), da bandeira Extra.

Formandos(as)
da Academia Assaí
Bons Negócios



“O curso veio ao encontro do que eu estava precisando e me surpreendeu. Aprendi precificação, como calcular o lucro e as despesas. Saio com o coração cheio de gratidão, ainda mais porque fui reconhecida pelos colegas como empreendedora de destaque. Estou muito feliz.”

Edjane Costa Barros, formada pela Academia Assaí Bons Negócios



ACADEMIA ASSAÍ BONS NEGÓCIOS

O Assaí Atacadista tem nos(as) pequenos(as) empreendedores(as) uma parcela importante do seu público-alvo e se posiciona como parceiro desses negócios. Fortalecer sua atuação é nosso foco de investimento social. Desse modo, em outubro de 2017, lançamos a Academia Assaí Bons Negócios – **um programa gratuito de capacitação para pequenos(as) e microempreendedores(as) do setor alimentício.** Além de cursos presenciais e *workshops*, disponibilizamos conteúdo *on-line* sobre temas como gestão financeira, formalização, formação de preço, gestão da produção, legislação e divulgação e venda.

Com o lançamento da Academia, em parceria com o Instituto GPA, queremos proporcionar ainda mais oportunidades para que os(as) empreendedores(as) brasileiros(as) aprimorem seus negócios e tenham cada vez mais sucesso e rentabilidade nas suas áreas de atuação.

Em três meses:

- 3.119 pessoas cadastraram-se na plataforma (<https://www.academiaassai.com.br>);
- Vendas por Encomenda e Todos Podem Aprender foram os cursos mais acessados;
- Dois cursos presenciais foram realizados na Grande São Paulo, com 66 participantes no total.



NATA

O Núcleo Avançado em Tecnologia de Alimentos (NATA), na cidade de São Gonçalo (RJ), oferece, sob a marca Extra, educação técnica profissional a 317 alunos(as), integrando cursos de Leite & Derivados e Panificação & Confeitaria ao ensino médio convencional. Saiba mais em <http://www.gpabr.com/pt/sustentabilidade/instituto-gpa/>

NATA em 2017



✓ 346 alunos(as)
nos cursos

✓ 99 formados(as)



Alunos(as)
do NATA



PROJETOS INSTITUCIONAIS

Contribuir para o despertar da vocação musical e a formação acadêmica de jovens de baixa renda.

Programa de Música

Com a proposta de “despertar vocações, estimular talentos”, o Programa de Música do Instituto GPA realiza cursos de Música e Orquestra voltados para o ensino de violino, viola, violoncelo e contrabaixo em grupo, desde a primeira nota, sem necessidade de conhecimento prévio e estudo individual.

Após um ciclo de aprendizagem de dois anos, os(as) alunos(as) de destaque são selecionados(as) para ingressar na Orquestra Instituto GPA, em que aprimoram as técnicas aprendidas em apresentações abertas ao público. Desde sua fundação, em 1999, o programa já contribuiu para o despertar da vocação musical de mais de 15 mil jovens com idade entre 10 e 21 anos. Em 2017, a Orquestra fez 48 apresentações, beneficiando cerca de 450 jovens.



Aluna da
Orquestra
Instituto
GPA

“O Dia de Solidariedade é uma ação iluminada e foi importantíssimo para a nossa obra. Servimos cerca de 1.500 refeições diárias para nossos(as) alunos(as) e funcionários(as). Este ano foi de muitas dificuldades financeiras, e o que tem nos salvado são atitudes como a de vocês. Portanto, não há palavras para agradecer a alegria, o acolhimento, a generosidade e o empenho que todos tiveram para nos ajudar, inclusive fazendo suas próprias doações.”

Carta de agradecimento ao Instituto GPA da Instituição Solar Meninos de Luz, escola sem fins lucrativos que atende crianças em situação de vulnerabilidade nas comunidades de Pavão Pavãozinho e Cantagalo, no Rio de Janeiro, e que recebeu 758 quilos de alimentos doados em duas lojas Pão de Açúcar no Dia de Solidariedade 2017



Instituição participante do Dia de Solidariedade

“Com as doações, nós conseguimos abastecer a nossa instituição por praticamente o ano todo.”

Roberta Motta, gerente da Casa dos Velinhos CEPIM Santa Terezinha, instituição beneficiada pelo Dia de Solidariedade



AÇÕES MOBILIZADORAS

As iniciativas de destaque da frente **Incentivar ações mobilizadoras** estão descritas a seguir.

Agenda Solidária

O Instituto GPA realiza diversas ações durante o ano que buscam sensibilizar e despertar a solidariedade de clientes, colaboradores(as) e fornecedores, tais como Páscoa Solidária, Campanha do Agasalho e Dia de Solidariedade.

Saiba mais sobre a Agenda Solidária em <http://www.gpabr.com/pt/sustentabilidade/instituto-gpa/>



DIA DE SOLIDARIEDADE

O Dia de Solidariedade em 2017 teve a participação de 882 lojas do Pão de Açúcar, Extra, Proximidade e Assaí. Pelo quinto ano consecutivo, a iniciativa do Instituto GPA reforçou a atuação de clientes e colaboradores(as) como transformadores(as) da sociedade – **902 toneladas de alimentos não perecíveis foram arrecadadas, beneficiando mais de 120 instituições no atendimento a 580 mil pessoas em todo o Brasil.** Nas quatro últimas edições, foram arrecadadas mais de 2.300 toneladas de alimentos, que beneficiaram mais de 1,5 milhão de pessoas.

Nessa última edição, houve maior participação das lojas e marcas no Dia de Solidariedade: cada loja pode escolher as instituições beneficiadas de sua região, e cada bandeira pode adaptar os materiais de comunicação de acordo com sua linguagem, seguindo as diretrizes gerais fornecidas pelo Instituto GPA.



Doação on-line

O Instituto GPA oferece aos(as) clientes possibilidades de que eles(as) exerçam sua solidariedade por meio da doação de alimentos para instituições sociais e, assim, beneficiem milhares de pessoas. Um exemplo desse objetivo é a iniciativa do Pão de Açúcar, em parceria com a ONG Amigos do Bem, que desenvolve projetos educacionais e autossustentáveis para mais de 60 mil pessoas nos Estados de Alagoas, Ceará e Pernambuco. Em 2017, foi criada uma página no site do Pão de Açúcar para que as pessoas possam fazer doações *on-line* de cestas de alimentos diretamente para a ONG. O propósito da ação é criar, em conjunto com a sociedade, oportunidades que contribuam para a transformação social. O próximo passo será expandir o projeto para outras instituições.

Ao acessar o site www.paodeacucar.com/amigosdobem, os clientes encontram um carrinho exclusivo para a doação das cestas básicas. É possível doar quantas vezes quiser. Ao finalizar o pagamento, o doador recebe um e-mail de agradecimento do Pão de Açúcar e da Amigos do Bem, e a cesta é disponibilizada imediatamente para retirada pela organização.

Essa operação acontece em Recife, onde a ONG possui um centro de doações.



✓ **455 cestas**
doadas entre outubro
e dezembro de 2017.



Viva Bairro!

Um movimento de expansão levou o Viva Bairro! para muitas cidades brasileiras em 2017. **O projeto tem como objetivo promover ações de valor compartilhado entre as lojas do Extra e a comunidade do entorno delas.** São iniciativas em prol da cidadania, realizadas na loja e em espaços públicos, e que aproximam a loja e sua vizinhança.

Em 2017, foram realizadas mais de 300 ações, como arrecadação de alimentos e roupas, atividades em parceria com orfanatos e casas de repouso de idosos, feiras de artesanato com valorização da arte local, grafites, aulas de ginástica, passeios e eventos culturais.

Para saber mais sobre as ações do Viva Bairro! acesse <http://www.gpabr.com/pt/sustentabilidade/instituto-gpa/>

“A maior lição foi perceber que, às vezes, é tão fácil fazer alguém feliz com gestos simples.”

Tatiana Bernardes,
colaboradora Loja 1801 –
Petrópolis, sobre o Viva Bairro!



Ação do Viva Bairro! em Aracaju (SE)

,00
arredondar
você faz a diferença

Arredondar

O ano de 2017 representou um salto para o projeto Arredondar. A iniciativa, resultado da parceria entre o GPA e o Instituto Arredondar, existe há dois anos com a finalidade de arrecadar recursos para organizações sociais que apoiam projetos de educação e alimentação saudável em todo o País. **Ao chegar ao caixa das lojas participantes, o(a) cliente é convidado(a) a doar para uma ONG parceira o troco a receber por sua compra em dinheiro.**

No primeiro ano, em 2016, o programa arrecadou R\$ 256 mil em 90 lojas do Minuto Pão de Açúcar e do Minimercado Extra. No fechamento de 2017, foram arrecadados R\$ 943 mil, resultado da expansão do programa para todas as lojas do Pão de Açúcar no Estado de São Paulo e na cidade do Rio de Janeiro. São 143 lojas do Pão de Açúcar, 82 lojas do Minuto Pão de Açúcar e 28 Mini Extras que participam do Arredondar, beneficiando 11 entidades no País.



Feira de artesanato promovida pelo Viva Bairro! em Campinas (SP)

Resumo das metas e plano de ações de sustentabilidade

Engajamento com a sociedade

METAS 2017

COMENTÁRIOS



> Implementar programa de arredondamento de troco nas lojas do Pão de Açúcar.

Implementado em julho de 2017, presente em 142 lojas da bandeira.



> Desenvolver os projetos do Instituto GPA em linha com as causas sociais definidas em 2016 e reforçar a agenda de ações solidárias ao longo do ano.

Os projetos do Extra e do Assaí foram implementados, e os da bandeira Pão de Açúcar estão sendo desenvolvidos.



> Expandir o Programa Viva Bairro! para mais lojas da bandeira Extra.

Foi expandido para 51 lojas da bandeira.

STATUS



Cumprida



Parcialmente cumprida



Não cumprida

Resumo das metas e plano de ações de sustentabilidade

COMPROMISSO

METAS



Valorização da nossa gente

- > Lançar Canal de Diversidade na plataforma *on-line* de treinamento para os(as) colaboradores(as) com conteúdos sobre os públicos prioritários do GPA.
- > Atingir 4.142 colaboradores(as) com deficiência.
- > Alcançar 33,88% de mulheres em cargos de liderança (gerência e acima).



Consumo e oferta consciente

- > Aumentar em 1 tonelada a quantidade de resíduos recicláveis descartados por Estação de Reciclagem Pão de Açúcar Unilever.



Transformação na cadeia de valor

- > 100% de fornecedores de países críticos auditados.
- > 100% de fornecedores de carne com dados inseridos em plataforma de rastreabilidade .
- > 92,7 % de carne adquirida de origem monitorada.
- > 25% de ovos de marcas próprias provenientes de criação livre de gaiolas.



Gestão do impacto ambiental

- > Reduzir a distribuição de sacolas plásticas descartáveis em 28%.
- > Alcançar 420 lojas com doação de FLV.
- > Aumentar para 40% a valorização de resíduos em projeto piloto de fundo de loja.
- > Reduzir 2% de emissões de GEEs para gases refrigerantes.
- > Reduzir 1% do consumo de energia elétrica.



Engajamento com a sociedade

- > Desenvolver Programa de Voluntariado Corporativo para os(as) colaboradores(as) do GPA, com envolvimento de 500 voluntários(as).
- > 1.500 pessoas que concluíram os cursos na Academia Assaí Bons Negócios.
- > Implementar Programa de Investimento Social da marca Pão de Açúcar.
- > Aumentar em 5% o volume arrecadado da Agenda Solidária comparado ao resultado de 2017.

O GPA é signatário de princípios e pactos desenvolvidos por instituições nacionais e internacionais, participando de debates do setor em relação a boas práticas e sustentabilidade.

Coalização Empresarial pela Equidade Racial e de Gênero



O GPA aderiu à Coalização em 2017, uma iniciativa do Centro de Estudos das Relações do Trabalho e Desigualdades (CEERT) e do Instituto Ethos, com o apoio do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). O objetivo é a articulação, a troca de experiências e o estímulo à implementação de políticas e práticas empresariais no campo da diversidade, com foco em equidade racial e de gênero.

Pacto pela Erradicação do Trabalho Escravo

O GPA assinou o Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo em 2005, com o compromisso de não manter em suas cadeias produtivas quem utiliza mão de obra escrava.

Pacto pela Inclusão de Pessoas com Deficiência (Rede Empresarial de Inclusão Social)



O GPA aderiu, em 2016, aos cinco compromissos pela promoção dos direitos das pessoas com deficiência, a fim de garantir o comprometimento da alta liderança para o tema, bem como promover a cultura e um ambiente inclusivo.

Fórum de Empresas e Direitos LGBT



O GPA aderiu, em 2017, aos 10 Compromissos da Empresa com os Direitos LGBT, a fim de garantir a igualdade de tratamento entre todos(as) os(as) colaboradores(as), seja qual for a sua orientação sexual, identidade sexual ou gênero.

Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPs), da ONU



Desde 2017, o GPA é signatário do documento, pelo qual se compromete a reforçar políticas e iniciativas na busca pela igualdade de gêneros e pelo empoderamento das mulheres.

Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE)



Desde 2011, o GPA faz parte da carteira, que busca criar um ambiente de investimento compatível com as demandas de desenvolvimento sustentável da sociedade contemporânea e estimula a responsabilidade ética das corporações. O ISE é uma ferramenta para análise comparativa da performance das empresas no aspecto da sustentabilidade corporativa, baseada em eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa.

ASSOCIAÇÕES

Associação Brasileira de Supermercados (Abras)



O GPA é associado à Abras desde a sua fundação, em 1968. A entidade busca representar, defender, integrar, impulsionar e desenvolver o setor supermercadista no País, mantendo um diálogo aberto em negociações com os governos municipal, estadual e federal.

Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX)



O GPA participa da ABVTEX desde 2007. A Associação tem como propósito promover a defesa dos interesses da indústria e do comércio têxtil e do vestuário.

Associação Compromisso Empresarial para Reciclagem (Cempre)



Em 2004, o GPA tornou-se associado do Cempre, que tem como objetivos promover o conceito de gerenciamento integrado do resíduo sólido municipal, promover a reciclagem pós-consumo e difundir a educação ambiental com foco na teoria dos três Rs (reduzir, reutilizar e reciclar).

Associação Paulista de Supermercados (Apas)



O GPA participa da Apas desde 1971. A entidade de classe reúne empresários supermercadistas do Estado de São Paulo para integrar toda a cadeia do abastecimento, profissionalizar o setor, garantir a excelência na operação e apontar as tendências do varejo.

Instituto Akatu



O GPA é parceiro estratégico do Instituto Akatu desde 2003. A organização não governamental trabalha pela conscientização e mobilização da sociedade para o consumo consciente.

Instituto Ethos



Desde 1999, o GPA é associado ao Instituto Ethos, que tem como missão mobilizar, sensibilizar e contribuir com as empresas na gestão de seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável.

Instituto Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPACTO)

O GPA é membro desde a sua fundação, em 2013. A entidade tem como objetivo unir o setor privado e as organizações da sociedade civil para prevenir e erradicar o trabalho escravo nas cadeias produtivas.

Pacto Global



O GPA, desde 2001, é associado ao Pacto Global, iniciativa da ONU de engajamento do setor privado na condução de seus negócios, seguindo compromissos relacionados a direitos humanos, relações de trabalho e meio ambiente.

PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

Top of Mind 2017

Duas marcas do GPA foram premiadas no Top of Mind 2017, principal *ranking* de marcas mais lembradas do Brasil, realizado pela *Folha de S.Paulo*. O Extra foi o vencedor na categoria Supermercados.

Melhores Serviços Estação

O Pão de Açúcar foi o primeiro colocado do *ranking* Estação Melhores Serviços 2017, na categoria Super e Hiper. Idealizado com base em um estudo que ouviu mais de 6 mil pessoas em todo o Brasil sobre os fornecedores de produtos e serviços que oferecem as melhores experiências de compra, o especial traz também uma radiografia sobre como cada setor da economia está vivenciando as transformações no perfil do(a) consumidor(a).

As Melhores da Dinheiro

O GPA foi vencedor do *ranking* As Melhores da Dinheiro na categoria Varejo. A Companhia recebeu também o prêmio especial de empresa destaque de RH.

Top Companies 2017 - LinkedIn

O GPA foi campeão da lista Top Companies 2017 do LinkedIn, que apresenta as empresas em que os brasileiros mais sonham trabalhar. O *ranking* leva em consideração o engajamento da página e o interesse por nossas oportunidades de carreira.

Ranking Merco

O Ranking Merco, desenvolvido pelo Merco Brasil e verificado pela KPMG, premiou o GPA em 1º lugar no setor de Varejo pela segunda vez consecutiva. No critério Empresas Mais Responsáveis e com Melhor Governança Corporativa, o GPA ficou em 7º lugar; e no de Empresas com Melhor Reputação, em 13º lugar.

11º Prêmio Grandes Cases de Embalagem 2017

Qualitá, marca exclusiva do GPA, venceu o 11º Prêmio Grandes Cases de Embalagem 2017, promovido pela revista *EmbalagemMarca*, uma das principais mídias especializadas do setor. O case ganhador foi o do Tira Manchas em Pó Qualitá – Novo de Novo Plástico.

Prêmio Lide do Varejo

O Pão de Açúcar foi vencedor no Prêmio Lide do Varejo – Consumo e Shopping Centers, na categoria Eficácia Operacional.

XVIII Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente

O Assaí Atacadista venceu o XVIII Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente, na categoria Varejo-Atacarejo. Realizado pela revista *Consumidor Moderno*, o prêmio compreende análise das estruturas das centrais de relacionamento com o(a) cliente, avaliação do atendimento e estudo das estratégias das empresas para alcançar a excelência nos serviços prestados.



INDICADORES DE DESEMPENHO 2017

INDICADOR

* Em GPA Corporação são considerados os dados de GPA Corporação, demais sedes administrativas e GPA Malls.

UNIDADE

Área de venda das unidades próprias (de acordo com a metodologia Casino) m²



Valorização da nossa gente

UNIDADE

Headcount inscritos em 31/12/N – ativos e afastados	Número
Headcount do sexo feminino em 31/12/N	Número
Headcount do sexo masculino em 31/12/N	Número
Headcount < 30 anos em 31/12/N	Número
Headcount com idade entre 30 e 50 anos em 31/12/N	Número
Headcount com idade > 50 anos em 31/12/N	Número
Headcounts tempo integral em 31/12/N	Número
Headcounts meio período em 31/12/N	Número
Número de contratações (CDI – Contrato por Tempo Indeterminado) realizadas no ano	Número
Número de pessoas recrutadas com idade inferior a 26 anos (CDI + CDD)	Número
Número de acidentes de trabalho com licença de 1 dia pelo menos	Número
Número de dias de licença decorrente de acidente de trabalho*	Dias
Nº total de horas ausentes devido a acidente de trabalho, doença ordinária e doenças profissionais*	Horas
Taxa de frequência dos acidentes com afastamento de pelo menos 1 dia – sobre o total de horas trabalhadas (%)	%
Número total de horas de treinamento de colaboradores	Horas
Número de horas de treinamento por pessoa	Horas
Headcount do sexo masculino em cargos de gerência e acima em 31/12/N	Número
Headcount do sexo masculino na alta administração em 31/12/N	Número
Headcount do sexo feminino em cargos de gerência e acima em 31/12/N	Número
Headcount do sexo feminino na alta administração em 31/12/N	Número
% de mulheres em cargos de gerência e acima em 31/12/N	%
Total de colaboradores com deficiência na empresa em 31/12/N	Número
Número de aprendizes em 31/12/N	Número

* Índices consideram apenas acidentes ocorridos em 2017.



Consumo e oferta consciente e transformação da cadeia de valor

UNIDADE

Número total de produtos de marca própria	Número
Número de produtos orgânicos	Número
Número de produtos certificados – outros selos	Número
Número de produtos de outras marcas certificados com FSC*	Número
Total de produtos certificados	Número
Número de produtos homologados no projeto Qualidade desde a Origem	Número
Total de produtos de marca própria com otimização nutricional**	Número
Auditorias sociais em fábricas de fornecedores localizadas em países de risco***	Número

* Errata: Em 2016, foi divulgado erroneamente que eram 258 produtos de outras marcas certificadas com FSC (Assai).

** Errata: Em 2016, foi divulgado erroneamente que eram 268 produtos de marca própria com otimização nutricional (Assai).

*** Valor reportado em GPA Consolidado 2016 e 2017 já contempla auditorias realizadas em MV e Assai.

GPA 2016	GPA 2017	MULTIVAREJO 2016	MULTIVAREJO 2017	ASSAÍ 2016	ASSAÍ 2017	GPA CORPORAÇÃO* 2016	GPA CORPORAÇÃO* 2017
1.643.005,00	1.643.095,73	1.305.309,00	1.270.740,55	337.696,00	372.355,18	-	-

GPA 2016	GPA 2017	MULTIVAREJO 2016	MULTIVAREJO 2017	ASSAÍ 2016	ASSAÍ 2017	GPA CORPORAÇÃO 2016	GPA CORPORAÇÃO 2017
100.605	100.288	74.381	67.989	24.759	31.199	1.465	1.100
51.894	51.084	39.885	35.901	11.380	14.588	629	595
48.629	49.204	34.496	32.088	13.297	16.611	836	505
44.741	43.802	31.879	28.053	12.459	15.413	403	336
47.009	47.625	35.309	32.862	10.809	14.072	891	691
8.773	8.861	7.193	7.074	1.409	1.714	171	73
95.308	95.337	70.342	64.723	23.538	29.540	1.428	1.074
3.796	4.951	2.636	3.266	1.139	1.659	21	26
27.356	28.177	15.464	14.458	11.672	13.493	220	226
15.332	15.709	9.884	9.514	5.376	6.132	72	63
1.220	1.246	1.005	913	201	329	14	4
30.911	65.265	24.432	52.570	5.689	12.554	790	141
4.364.968	11.633.609	3.126.857	8.245.571	1.209.627	3.334.432	28.484	53.606
4,5	6,2	4,8	6,4	3,4	5,9	3,2	1,8
2.187.320	2.116.460	632.445	737.908	857.165	1.364.864	5.320	13.688
14,0	17,1	8,3	10,4	43,0	51,4	3,2	12
889	1.041	661	778	158	191	70	72
61	62	29	29	11	14	21	19
347	482	279	401	31	44	37	37
7	8	1	1	2	2	4	5
28	87	30	34	16	19	35	34
2.660	3.062	1.412	1.422	1.231	1.623	17	17
2.447	2.612	1.901	2.002	532	597	14	13

GPA 2016	GPA 2017	MULTIVAREJO 2016	MULTIVAREJO 2017	ASSAÍ 2016	ASSAÍ 2017	GPA CORPORAÇÃO 2016	GPA CORPORAÇÃO 2017
5.966	6.919	5.911	6.863	55	56	-	-
1.609	1.493	1.599	1.479	10	14	-	-
215	271	215	271	0	0	-	-
526	545	473	502	53	43	-	-
2.555	2.309	2.287	2.252	268	57	-	-
264	184	264	184	0	0	-	-
56	103	55	103	1	0	-	-
91	202	-	-	-	-	-	-

Resíduos depositados por clientes	UNIDADE
-----------------------------------	---------

Resíduos de clientes coletados nas lojas	Toneladas
--	-----------



Gestão do impacto ambiental (período de outubro/2016 a setembro/2017)	UNIDADE
---	---------

Total da energia consumida	MWh
Consumo de energia verde	MWh
Proporção de energia verde	%
Consumo de energia/m ² *	KWh/m ²
Consumo de gás natural	MWh PCI
Consumo de gás liquefeito de petróleo (GLP)	MWh PCI
Consumo de óleo	Litros (L)

* Errata: Em 2016, foi reportado erroneamente 610 KWh/m² (Assai) e 714 KWh/m² (GPA).

Gases refrigerantes	UNIDADE
---------------------	---------

R404A	Kg
R134A	Kg
R22*	Kg
Outros fluidos**	Kg

* Errata: R22 GPA Corporação foi reportado erroneamente como 3.282 kg.

** Errata: foi incluído o valor de GPA Corporação em 2016.

Resíduos não perigosos da operação	UNIDADE
------------------------------------	---------

Papelão	Toneladas
Plástico	Toneladas
Resíduos orgânicos	Toneladas
Óleo de cozinha	Toneladas
Taxa de resíduos reutilizados	%

* No final de 2017, as unidades de Multivarejo e Corporação GPA iniciaram um processo de revisão da metodologia de reporting dos dados de resíduos para aprimorar a confiabilidade e a precisão. Portanto, os dados de 2017 não estão disponíveis para reporte.

Água	UNIDADE
------	---------

Total de água potável do sistema	m ³
Consumo de água por m ³ /m ² – loja	m ³ /m ²



Engajamento com a sociedade	UNIDADE
-----------------------------	---------

Doações de alimentos em toneladas	Toneladas
Valor total pago para ações de solidariedade (Instituto GPA, doações)	R\$
Total de doações em dinheiro por meio de parcerias culturais e esportivas	R\$
Número de beneficiários das ações das fundações ou das parcerias solidárias	Número

GPA 2016	GPA 2017	MULTIVAREJO 2016	MULTIVAREJO 2017	ASSAÍ 2016	ASSAÍ 2017	GPA CORPORAÇÃO 2016	GPA CORPORAÇÃO 2017
16.842,00	768,60	16.138,00	-	704,00	768,60	-	-

GPA 2016	GPA 2017	MULTIVAREJO 2016	MULTIVAREJO 2017	ASSAÍ 2016	ASSAÍ 2017	GPA CORPORAÇÃO 2016	GPA CORPORAÇÃO 2017
1.176.720,00	1.132.524,47	952.963,00	884.645,47	215.429,00	241.157,00	8.328,00	6.722,00
426.924,00	400.287,07	410.906,00	373.463,07	10.111,00	21.142,00	5.907,00	5.682,00
0,36	0,35	0,43	0,42	0,05	0,09	0,71	0,85
721	703	740	730	638	617	-	-
21.538,59	21.496,03	21.423,00	21.323,03	65,00	115,00	50,59	58,00
71.794,00	52.584,84	32.779,00	42.775,84	39.015,00	9.809,00	-	-
5.447.689,00	5.860.106,00	2.423.902,00	1.348.449,00	3.020.787,00	4.511.657,00	3.000,00	-

GPA 2016	GPA 2017	MULTIVAREJO 2016	MULTIVAREJO 2017	ASSAÍ 2016	ASSAÍ 2017	GPA CORPORAÇÃO 2016	GPA CORPORAÇÃO 2017
8.935	8.782	8.902	8.219	33	333,05	-	0
751	2.150	616	1.354	18	588,35	117	143
149.045	190.633,5	126.900	166.022	18.863	24.399,15	304	487
7.718	7.260,6	4.064	4.696	3.654	2.473,6	65	91

GPA 2016	GPA 2017	MULTIVAREJO 2016*	MULTIVAREJO 2017	ASSAÍ 2016	ASSAÍ 2017	GPA CORPORAÇÃO 2016	GPA CORPORAÇÃO 2017
39.568,19	13.663,91	29.109,59	-	10.408,96	13.663,91	49,64	-
4.909,37	2.460,00	3.099,55	-	1.801,44	2.460,00	8,38	-
3.058,53	674,30	2.774,00	-	280,79	674,30	-	-
361,73	17,00	350,00	-	11,73	17,00	-	-
27	46	23	-	51	46	28	-

GPA 2016	GPA 2017	MULTIVAREJO 2016	MULTIVAREJO 2017	ASSAÍ 2016	ASSAÍ 2017	GPA CORPORAÇÃO 2016	GPA CORPORAÇÃO 2017
2.007.946,00	2.529.228,63	1.522.139,00	1.881.316,63	434.606,00	607.179,00	51.201,00	40.733,00
1,81	1,54	2,04	2,21	1,33	1,93	-	-

GPA 2016	GPA 2017	MULTIVAREJO 2016	MULTIVAREJO 2017	ASSAÍ 2016	ASSAÍ 2017	GPA CORPORAÇÃO 2016	GPA CORPORAÇÃO 2017
3.605,40	1.953,44	-	-	-	-	-	-
13.441.009,21	0,00	-	-	-	-	-	-
600.000,00	2.488.000,00	-	-	-	-	-	-
2.088	6.659	-	-	-	-	-	1.824,00



KPMG Financial Risk & Actuarial Services Ltda.
Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos, 105, 6º andar - Torre A
04711-904 - São Paulo/SP - Brasil
Caixa Postal 79518 - CEP 04707-970 - São Paulo/SP - Brasil
Telefone +55 (11) 3940-1500, Fax +55 (11) 3940-1501
www.kpmg.com.br

Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes

Aos Conselheiros, Diretores e demais partes interessadas do
GPA
São Paulo - SP

Introdução

Fomos contratados pelo GPA ("Companhia") com o objetivo de aplicar procedimentos de asseguração limitada sobre as informações constantes no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2017 do GPA, relativas ao ano findo em 31 de dezembro de 2017.

Responsabilidades da administração do GPA

A administração do GPA é responsável pela elaboração e apresentação de forma adequada das informações divulgadas no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2017 de acordo com a metodologia do Grupo Casino e com os controles internos que ele determinou como necessários para permitir a elaboração dessas informações livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações divulgadas no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2017, com base no trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com o Comunicado Técnico (CT) 07/2012, aprovado pelo Conselho Federal de Contabilidade e elaborado tomando por base a NBC TO 3000 (Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão), emitida pelo Conselho Federal de Contabilidade - CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000, emitida pela Federação Internacional de Contadores, aplicáveis às informações não financeiras históricas. Essas normas requerem o cumprimento de exigências éticas, incluindo requisitos de independência e que o trabalho seja executado com o objetivo de obter segurança limitada de que as informações divulgadas no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2017, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagações à administração do GPA e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações constantes no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2017, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir na forma de asseguração limitada sobre as informações tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguração limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as



informações divulgadas no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2017, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, materialidade e apresentação das informações constantes no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2017 e de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às informações materiais de sustentabilidade divulgadas no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2017, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

- (a) planejamento dos trabalhos: consideração da materialidade dos aspectos para as atividades do GPA, da relevância das informações divulgadas, do volume de informações quantitativas e qualitativas e dos sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração do Relatório Anual e de Sustentabilidade 2017 do GPA. Esta análise definiu os indicadores a serem testados em detalhe;
- (b) análise dos processos para a elaboração das informações constantes no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2017 e da sua estrutura e conteúdo, com base nos critérios definidos pelo GPA;
- (c) avaliação dos indicadores amostrados:
 - entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
 - aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2017;
 - análise de evidências que suportam as informações divulgadas;
 - visitas as unidades e escritórios do GPA para aplicação destes procedimentos, assim como do item (b);

Acreditamos que as informações, as evidências e os resultados obtidos em nosso trabalho são suficientes e apropriados para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

Alcance e limitações

Os procedimentos aplicados em um trabalho de asseguarção limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de asseguarção razoável. Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de asseguarção razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguarção razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2017.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada a natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância e precisão dos dados estão sujeitos a pressupostos individuais e a julgamentos. Adicionalmente, o escopo de nossos trabalhos não contemplou a asseguarção das



informações referentes às emissões de gases de efeito estufa e não realizamos qualquer trabalho em dados informados para os períodos anteriores, para a avaliação da adequação das suas políticas, práticas e desempenho em sustentabilidade, nem em relação a projeções futuras.

Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações constantes no Relatório Anual e de Sustentabilidade 2017 do GPA, não foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com a metodologia do Grupo Casino e com os registros e arquivos que serviram de base para a sua preparação.

São Paulo, 17 de maio de 2018

KPMG Assessores Ltda.
CRC 2SP034262/O-4 F-SP

Eduardo V. Cipullo
Contador CRC 1SP135597/O-6

KPMG Financial Risk & Actuarial Services Ltda.

Ricardo Algis Zibas
Sócio Diretor

Créditos

Coordenação-geral

Diretoria de Comunicação
Diretoria de Relações com Investidores
Diretoria de Sustentabilidade e
Investimento Social

Projeto editorial, redação, edição e revisão

Quintal 22

Projeto gráfico e diagramação

Adesign

Fotos

Márcio Schimming
Banco de imagens do GPA

Todas as fotos do Relatório
de Sustentabilidade retratam
colaboradores(as), clientes e
parceiros(as) do GPA.

CONTATOS

Imprensa

imprensa@gpabr.com

Ouvidoria

- GPA
ouvidoria@gpabr.com | 0800 55 57 11
- Multivarejo
ouvidoria@multivarejogpa.com.br | 0800 55 57 11
- GPA Malls
ouvidoria@gpamalls.com | 0800 55 57 11
- Contatos ASSAÍ
ouvidoria@assai.com.br | 0800 777 3377

Casa do Cliente

- Pão de Açúcar
0800 773 27
- Pão de Açúcar Delivery
3055 6767 (São Paulo Capital e região
metropolitana) / 4004 6070 (demais
localidades)
- Extra
0800 11 50 60
- Extra Delivery
4003 7266
- Marcas Exclusivas – Qualitá e Taeq
0800 15 21 34
- Assaí Atacadista
0800 773 23 22

Relações com Investidores

gpa.ri@gpabr.com

Sustentabilidade

sustentabilidade@gpabr.com

Para mais informações sobre o GPA, consulte
www.gpabr.com.

© 2018 – O Relatório de Sustentabilidade 2017
é uma realização do GPA. A reprodução de textos
é permitida desde que citada a fonte.

