

RELATÓRIO FIBRIA 2015 INFOGRÁFICO

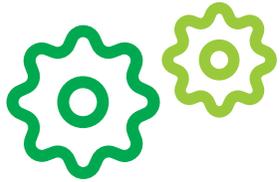


A ESSÊNCIA DO NOSSO NEGÓCIO

Conheça a estratégia,
as práticas de
diálogo, as metas
de longo prazo e o
modelo de negócio
da Fibria

PILARES ESTRATÉGICOS

Combinamos forças com oportunidades de mercado, criando uma alavanca para o crescimento do negócio



EXCELÊNCIA OPERACIONAL

Buscar o máximo de eficiência a preços baixos nas operações industriais e florestais

D,E,G,J,L



CRESCIMENTO

Crescer organicamente e ter custos competitivos para atender o mercado de *commodities*

A,C,F



DIVERSIFICAÇÃO

Trabalhar fortemente para diversificar o negócio e oferecer soluções que saiam do conceito de *commodities*

C,F

MATERIALIDADE

O processo de materialidade realizado pela Fibria em 2013 tem orientado a atuação da empresa. Os temas materiais identificados foram:

A CERTIFICAÇÕES, COMPROMISSOS VOLUNTÁRIOS DO SETOR E REGULAMENTAÇÕES

B DESENVOLVIMENTO LOCAL E IMPACTOS NAS COMUNIDADES

C EXPANSÃO DO NEGÓCIO

D GESTÃO FINANCEIRA

E GESTÃO SOCIOAMBIENTAL DA CADEIA DE FORNECIMENTO

F GERAÇÃO DE VALOR PELA INOVAÇÃO

G MANEJO FLORESTAL, BIODIVERSIDADE E USO DO SOLO

H RELAÇÕES COM O GOVERNO

I TRANSPARÊNCIA E ENGAJAMENTO COM PÚBLICOS DE INTERESSE

J USO DA ÁGUA

Dois outros temas são considerados relevantes para a Fibria:

K MUDANÇAS CLIMÁTICAS

L RESÍDUOS

PROJETO HORIZONTE 2

Com a ampliação da unidade de Três Lagoas (MS), a Fibria terá um dos maiores *sites* de produção de celulose do mundo e consolidará sua posição de líder mundial de celulose de eucalipto, com capacidade total de 7 milhões de toneladas/ano¹

¹ Inclui Veracel (50%).

40 mil
empregos
diretos e indiretos
serão gerados

US\$ 2,2
bilhões
é um dos maiores
investimentos privados do país

1,75
milhão de toneladas/ano
será a capacidade de
produção de Horizonte 2

DIÁLOGO

A Fibria constrói sua reputação a partir da visão centrada no lucro admirado, cujo compromisso é gerar e compartilhar valor com todos os públicos

EMPREGADOS E TERCEIROS

Investimos em capital humano para atrair e reter talentos que serão os interlocutores da empresa com nossos públicos **I**



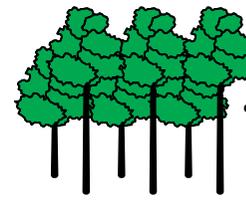
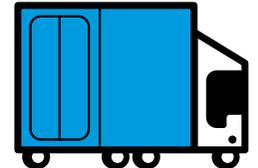
COMUNIDADES

Focamos a promoção de qualidade de vida, renda, capacitação, fixação no campo, associativismo e acesso a políticas públicas **B,I**



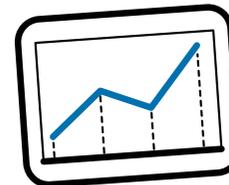
FORNECEDORES

Procuramos desenvolver abordagens que garantam a melhor relação de custo-benefício com os fornecedores **E,F,I**



FOMENTADOS

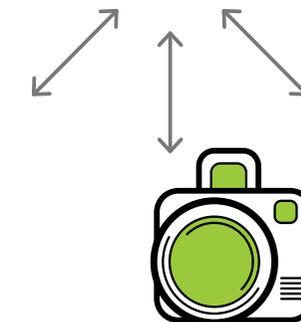
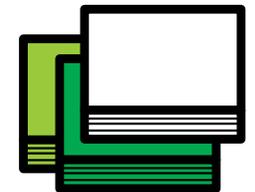
A Fibria incentiva produtores rurais próximos às fábricas a plantarem eucaliptos, tornando-se fomentados **B,E,F,I**



Fibria

CLIENTES

Cresce o interesse dos clientes pela sustentabilidade, aumentando o número de visitas a operações **A,D**



ACIONISTAS

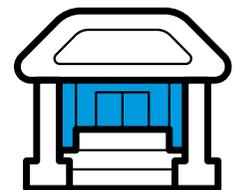
Com a nova política de dividendos, R\$ 2,1 bilhões de dividendos foram pagos aos nossos acionistas em 2015 **C,D,E,I**

MÍDIA

Ampliamos nosso raio de cobertura na mídia e somos reconhecidos como exemplo por vários veículos no Brasil e no exterior **I**

GOVERNO

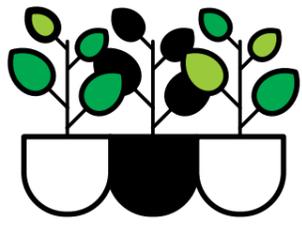
A Fibria tem contratos de financiamento com instituições ligadas ao governo brasileiro e de outros países **A,H,I**



METAS DE LONGO PRAZO

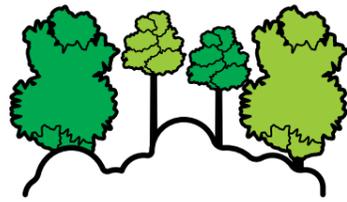
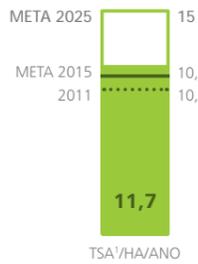
Metas que a Fibria deverá atingir em 2025 para garantir a implementação da estratégia e da sustentabilidade do negócio.

Veja resultados de 2015 nos termômetros abaixo

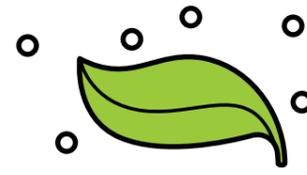
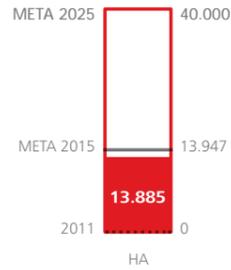


REDUZIR EM 1/3 A QUANTIDADE DE TERRAS NECESSÁRIAS PARA A PRODUÇÃO DE CELULOSE

1 Tonelada seca ao ar.



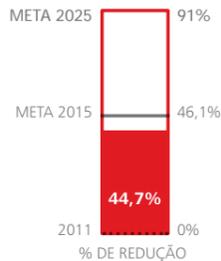
PROMOVER A RESTAURAÇÃO AMBIENTAL DE 40 MIL HECTARES DE ÁREAS PRÓPRIAS ENTRE 2012 E 2025



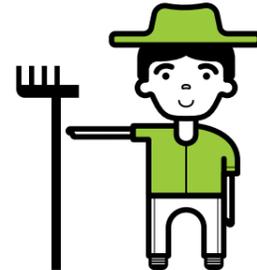
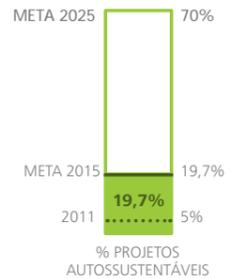
DUPLICAR A ABSORÇÃO DE CARBONO DA ATMOSFERA



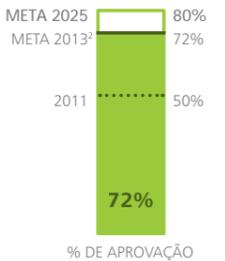
REDUZIR EM 91% A QUANTIDADE DE RESÍDUOS SÓLIDOS INDUSTRIAIS DESTINADOS A ATERROS PRÓPRIOS OU DE TERCEIROS



AJUDAR AS COMUNIDADES A TORNAR AUTOSUSTENTÁVEIS 70% DOS PROJETOS DE GERAÇÃO DE RENDA APOIADOS POR EMPRESAS



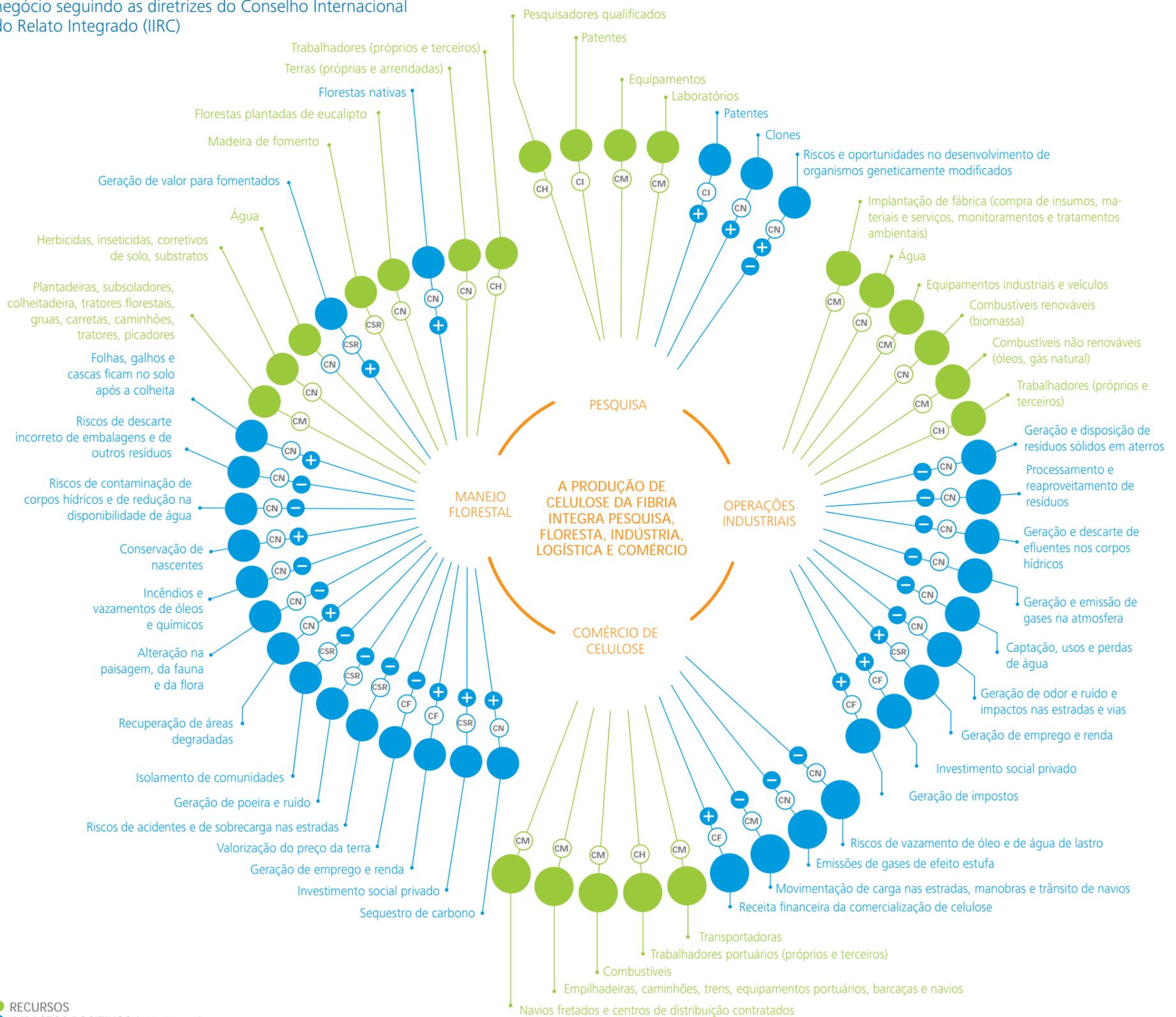
ATINGIR 80% DE APROVAÇÃO NAS COMUNIDADES VIZINHAS



² Esta meta não foi atualizada. Mantemos o último dado referente à meta de 2013

MODELO DE NEGÓCIO

Este diagrama apresenta o nosso modelo de negócio seguindo as diretrizes do Conselho Internacional do Relato Integrado (IIRC)



CF Capital financeiro: dívidas, ações ou subvenções. **CM** Capital manufaturado: prédios, equipamentos, infraestrutura (estradas, portos, pontos e estações de tratamento de efluentes). **CI** Capital intelectual: patentes, direitos autorais, *software*, direitos e licenças; conhecimento, sistemas, procedimentos, protocolos. **CH** Capital humano: alinhamento à governança e aos valores da organização; capacidade de implementar a estratégia; lealdade e motivação **CSR** Capital social e de relacionamento: relacionamento com as principais partes interessadas; marca e reputação; licença social para operar. **CN** Capital natural: água, terra, minerais e florestas; biodiversidade e ecossistemas.



www.fibria.com.br