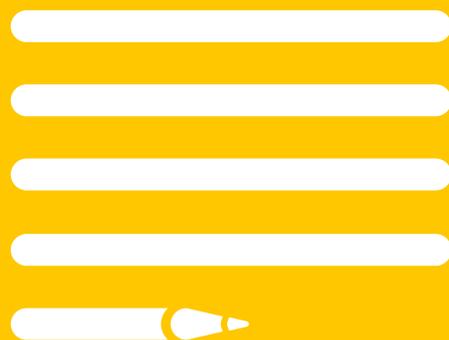




BALANÇO SOCIAL

2007-2017

Quem somos, o que fazemos, em que acreditamos e como revolucionamos a forma de produzir conteúdo e praticar responsabilidade social na nossa primeira década de história





DISSERAM QUE ERA IMPOSSÍVEL, ENTÃO A GENTE FOI LÁ E FEZ

COMPLETAR 10 ANOS É PARA POUCOS.

De cada dez empresas criadas no Brasil, seis são fechadas após cinco anos de atividade*. No mercado de mídia impressa, em que atuamos, a realidade foi ainda mais dura: em todo o mundo, o segmento enfrenta uma grave crise de modelo, com quedas contínuas de circulação e de faturamento publicitário, fechamentos de editoras e de títulos tradicionais, demissões em massa e precarização do trabalho**. Há uma permanente sensação de fim dos tempos, já enfrentada antes por outras gerações diante de novas tecnologias que mudaram hábitos de consumo de conteúdo, como a TV diante da rádio – desta vez, é o papel que parece que vai morrer.

Enquanto isso, a MOL cresceu, ano após ano. Chegamos à nossa primeira década consolidados e com números incríveis: **mais de 10 milhões de exemplares vendidos, alguns títulos entre as maiores circulações pagas do Brasil** e uma eficiência de vendas e logística que leva publicações a esgotar recorrentemente mais de 98% das tiragens. Tudo com conteúdo original, de qualidade e preços muito acessíveis para o leitor – nossas revistas custam no máximo R\$ 4,90. E dá pra ganhar dinheiro com isso? Ah, se dá: nesses 10 anos, **arrecadamos e doamos mais de R\$ 20 milhões a 33 ONGs e instituições beneficentes** e nos sustentamos como uma companhia muito bem estruturada, impecável nas obrigações legais (como só 14% das empresas brasileiras podem se orgulhar***), auditada e rentável, que gerou R\$ 1 de lucro operacional para cada R\$ 5 doados – e, em 2016, pagou dois salários extras como participação nos dividendos a todos os funcionários.

Como é possível? Bom, basicamente, **nós rasgamos todas as fórmulas do mercado editorial e inventamos outro modelo de negócio**. Se ninguém mais vai a bancas, nós vamos até onde as pessoas estão: vendemos em farmácias, supermercados, pet shops, lojas de brinquedos ou de material de construção. Se o custo de distribuição é o que encarece a leitura, encontramos uma maneira de eliminá-lo, usando estruturas que já existem de grandes parceiros varejistas. Se a venda de publicidade não garante sobrevivência aos veículos, a dispensamos, em troca de nos garantir apenas pelo (imensso) volume de vendas. Se ninguém mais aguenta ler sobre as mesmas celebridades, contamos histórias de pessoas anônimas incríveis. Se revista e livro

não vendem mais, pois não – o que oferecemos são experiências de microdoação para causas em que se ganha, em troca, um ótimo produto editorial, que vale bem mais do que o que se pagou.

E entendemos que um novo modelo só seria possível trabalhando junto com quem também tinha desafios de comunicação pela frente. Então, se as ONGs sofrem para arrecadar contribuições só passando o chapéu e sonham com fontes recorrentes de apoio, criamos um produto perfeito. Se as empresas precisam fazer projetos de responsabilidade social que consigam mobilizar clientes, funcionários e sociedade ao mesmo tempo, carregando sua causa e marca – mas sem investir, porque dinheiro nunca há –, temos uma solução completa. Se o mundo inteiro parece estar carente de um propósito, nós temos um, e ele nos conecta em relações ganha-ganha com toda a cadeia de valor: o que fazemos é bom pra todo mundo: quem compra, quem vende, quem lê, quem recebe o apoio.

E, assim, **nós criamos os produtos socioeditoriais – e, projeto a projeto, edição a edição, seguimos aperfeiçoando essa ideia.** De “apenas” uma editora produtora de conteúdo – o que, sem modéstia, fazemos muito bem, com um jornalismo positivo de massa inovador – viramos também especialistas em uma operação complexa de varejo, que inclui inteligência logística, gestão de categoria, treinamento de vendas, marketing de causa, merchandising no PDV, relações públicas, redes sociais... e mais novas habilidades que ganhamos a cada edição.

Como desde o primeiro dia da MOL, quando éramos um punhado de moleques de 20 e poucos anos com muitas boas intenções e poucos conhecimentos práticos, nós aprendemos fazendo. Inventamos projetos e colocamos na rua, estudamos nossos sucessos e lidamos com nossas frustrações, ouvimos nossos parceiros e construímos absolutamente tudo a muitas mãos. **É um trabalho intenso e apaixonante, que nos deixou, nessa última década, ocupados demais fazendo para que saíssemos por aí contando.** Agora, no nosso aniversário, sentimos que chegou a hora de um balanço. E estamos muito orgulhosos dos resultados. Esperamos que você também fique, pois, de alguma forma, contribuiu para eles.

Obrigada pela companhia e boa leitura,

Os sócios

O QUE FAZEMOS?

Nossa especialidade é algo que nós mesmos inventamos, há 10 anos: os projetos socioeditoriais. São produtos impressos de conteúdo – revistas, livros, calendários, guias e o que mais a gente imaginar – que fazem o bem de maneira extraordinária, seguindo estes sete princípios:

1 NOSSOS PROJETOS SEMPRE **DOAM PARTE DO VALOR** DE CAPA PARA APOIAR ONGS QUE LUTAM POR GRANDES CAUSAS.

PARA ONDE VAI O DINHEIRO?

Para instituições sérias que trabalham para melhorar a vida das pessoas. **A causa e o público da ONG beneficiada sempre têm relação com a atuação da marca parceira do projeto e com o conteúdo da publicação.** Podem ser desde grandes organizações nacionalmente conhecidas, como a AACD e o Instituto Ayrton Senna, até entidades de atuação local, como casas de apoio à terceira idade. *(Conheça as causas e as instituições que apoiamos na página 20.)*

2 NOSSOS PRODUTOS SÃO VENDIDOS POR PREÇOS ABAIXO DOS DO MERCADO TRADICIONAL, PARA **DEMOCRATIZAR O ACESSO À LEITURA.**

3 SÓ PUBLICAMOS **CONTEÚDO POSITIVO:** HISTÓRIAS REAIS INSPIRADORAS, JORNALISMO PARA A CIDADANIA E FAÇA VOCÊ MESMO PELA QUALIDADE DE VIDA.

4 VIABILIZAMOS OS PROJETOS POR MEIO DE **PARCERIAS COM MARCAS, EM MODELOS DE NEGÓCIO INOVADORES,** QUE APROVEITAM RECURSOS JÁ DISPONÍVEIS.

5 CRIAMOS E GERIMOS TODOS OS PROJETOS DE PONTA A PONTA, DO MODELO DE NEGÓCIO À PRODUÇÃO EDITORIAL, DA DISTRIBUIÇÃO AO TREINAMENTO DE VENDAS, GARANTINDO **RESULTADOS INCRÍVEIS.**

6 SOMOS **AUDITADOS E TRANSPARENTES** DO INÍCIO AO FIM: NA GRÁFICA, NAS VENDAS, NAS DOAÇÕES, NA PRESTAÇÃO DE CONTAS PÚBLICAS.

7 É SEMPRE **UM GANHA-GANHA:** PARA A MOL, AS MARCAS, OS LEITORES, AS ONGS, A SOCIEDADE. TUDO O QUE FAZEMOS **TEM DE SER BOM PARA TODOS.**

O QUE A MARCA GANHA COM ISSO?

Uma ação social e de marketing customizada de acordo com seu público e seus valores. **Parceiros varejistas, responsáveis pela venda do produto ao consumidor final, não precisam desembolsar nenhum centavo.** Basta aproveitar os recursos já disponíveis – de PDV, distribuição, comunicação, força de vendas... O resultado é uma ação de branded content de massa, com alto resultado social, que envolve toda a cadeia de valor e os stakeholders da rede. E não só varejistas podem participar: **qualquer empresa pode ser parceira de um projeto socioeditorial, atuando como patrocinadora.** Ela pode anunciar em publicações que já existem ou investir na criação de um novo produto, que levará sua marca. Neste caso, a empresa recebe uma tiragem exclusiva da publicação, para distribuir para seu público interno ou externo. *(Conheça as marcas que trabalham com a gente na página 24.)*

COMO A MOL GANHA DINHEIRO?

Fazendo projetos socioeditoriais! Não somos uma ONG, **somos um negócio social. Ou seja: uma empresa que tem como objetivo causar impacto positivo na sociedade,** ajudando quem precisa. Todos os nossos produtos geram doações para entidades que trabalham por grandes causas. Ao mesmo tempo, carregamos todos os encargos, responsabilidades e direitos de qualquer empresa. Obter lucro, portanto, é um dos nossos fins. Ele está embutido no custo de produção dos projetos – em geral, equivale a 15% desse valor.

É UM GANHA-GANHA!

QUEM FAZ O QUÊ?



A **Editora MOL** desenvolve o projeto e o modelo de negócio, produz a publicação e faz a gestão da operação.



O **varejista** distribui, promove e vende o produto, utilizando sua rede de lojas e sua vocação para influenciar pessoas.



O **leitor** faz uma microdoação para uma causa em que acredita e leva em troca conteúdo de qualidade por um valor acessível.



A **instituição beneficiada** usa sua credibilidade para promover o projeto, recebe e aplica as doações e presta contas.

Quer entender em detalhes como um projeto socioeditorial é criado? Confira na página 18

EM 10 ANOS, A EDITORA MOL

doou

R\$ **20.218.563,99**

O QUE EQUIVALE A:

R\$ **2 MILHÕES**
POR ANO

R\$ **168 MIL**
POR MÊS

R\$ **5,6 MIL**
POR DIA

R\$ **234**
POR HORA



QUANTO
DOAMOS
PARA CADA
UMA DE
NOSSAS
CAUSAS

SAÚDE & BEM-ESTAR
R\$ 14.009.844,95

EDUCAÇÃO & CIDADANIA
R\$ 6.134.965,74

VIDA SUSTENTÁVEL
R\$ 73.753,30

E TAMBÉM:

LANÇAMOS



7 TÍTULOS DE
REVISTA COM

98 EDIÇÕES
PUBLICADAS

Nossas principais revistas, *Sorria* e *TODOS*, são as duas maiores do Brasil no ranking de venda avulsa (veja mais na página 28)

PUBLICAMOS

8 LIVROS

Vendidos nas principais livrarias do país, em bancas de jornal e na nossa loja virtual

VENDEMOS

10.570.259
EXEMPLARES
AVULSOS

São 2.896 unidades por dia! E, se empilhássemos todos esses exemplares, eles formariam uma torre de mais de 21 mil metros: o equivalente a mais de dois montes Everest

ATENDEMOS A

42.397
PEDIDOS DE
ASSINATURA

A partir de 2015, quando lançamos essa modalidade de venda para as revistas *Sorria* e *O que Tem pra Jantar?*. Desde 2016, *TODOS* também pode ser assinada

BENEFICIAMOS

33 PROJETOS
SOCIAIS

Esse número chega a 35 em 2017 com os livros *101 Coisas para Fazer com as Crianças Antes que Elas Cresçam* e *O que os Cachorros nos Ensinam*

São mais de 1,5 milhão de pessoas atendidas por ano em todas as regiões do país pelos projetos atualmente beneficiados



PAGAMOS

R\$ **3.258.498,17**
EM IMPOSTOS

Esse valor refere-se apenas à venda de revistas no varejo. São R\$ 893 por dia financiando serviços públicos

CHEGAMOS A

24 ESTADOS
DO BRASIL,

MAIS O DF, POR MEIO DOS
PARCEIROS VAREJISTAS.

Atenção, Acre e Amapá: não vemos a hora de desembarcar aí também!



PUBLICAMOS MAIS DE

460

RECEITAS CULINÁRIAS

Vemos a gastronomia como uma das mais prazerosas maneiras de vivenciar a cultura, buscar a saúde e nos conectar com as pessoas e a natureza



ENSINAMOS

81 DIVERTIDOS
PROJETOS DO
TIPO FAÇA
VOCÊ MESMO

Porque eles são uma forma divertida de praticar uma atitude proativa e positiva perante a vida!



CONTAMOS MAIS DE

2 MIL
HISTÓRIAS REAIS
E INSPIRADORAS

Acreditamos que essa seja a melhor forma de conectar pessoas e estimular mudanças

COLEÇÃO EU AMO

Nossa apaixonada empreitada no universo dos livros tem rendido **ao menos um lançamento por ano desde 2013**. Graças a ela, temos a oportunidade de contribuir com mais causas e instituições, atingir novos públicos e **experimentar outros canais de distribuição** – além de produzir um conteúdo que nos enche de satisfação, conquistando **centenas de milhares de fãs em todo o país**

R\$ 29.739,71
DOAÇÃO TOTAL

DESTINADA A 9 INSTITUIÇÕES

MODELO DE NEGÓCIO

O custo do projeto é bancado por uma empresa parceira, que, em contrapartida, tem sua marca divulgada na publicação e recebe uma tiragem exclusiva (*saiba mais no quadro ao lado*). Na primeira edição, a cada exemplar vendido, 9% do valor pago pelo leitor é doado. Nas demais, a doação é de R\$ 1 por unidade comercializada.

CONTEÚDO

Cada um dos livros apresenta 50 histórias e fotos de pessoas apaixonadas pelo tema que dá nome à obra. São homens e mulheres de todas as faixas etárias e de todas as regiões do Brasil. As publicações também trazem 50 motivos e 50 dicas para o leitor mergulhar no mesmo amor. A coleção é feita para quem busca inspiração para descobrir e viver intensamente os prazeres saudáveis da vida.

Dados atualizados em 15/5/2017. Para mais informações, acesse www.editoramol.com.br.

LANÇAMENTO 2013

6 LIVROS

12 EDIÇÕES LANÇADAS

328 MIL SEGUIDORES NO FACEBOOK

64.772 EXEMPLARES IMPRESSOS

9.658 EXEMPLARES VENDIDOS

41.972 EXEMPLARES DISTRIBUÍDOS GRATUITAMENTE

É vendida em **mais de 50 lojas de mais de 20 redes nacionais e regionais de livrarias** nos estados de Mato Grosso, Minas Gerais, Pará, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e São Paulo, mais o Distrito Federal.

Pela Banca do Bem (bancadobem.com.br) é vendida para todo o Brasil.

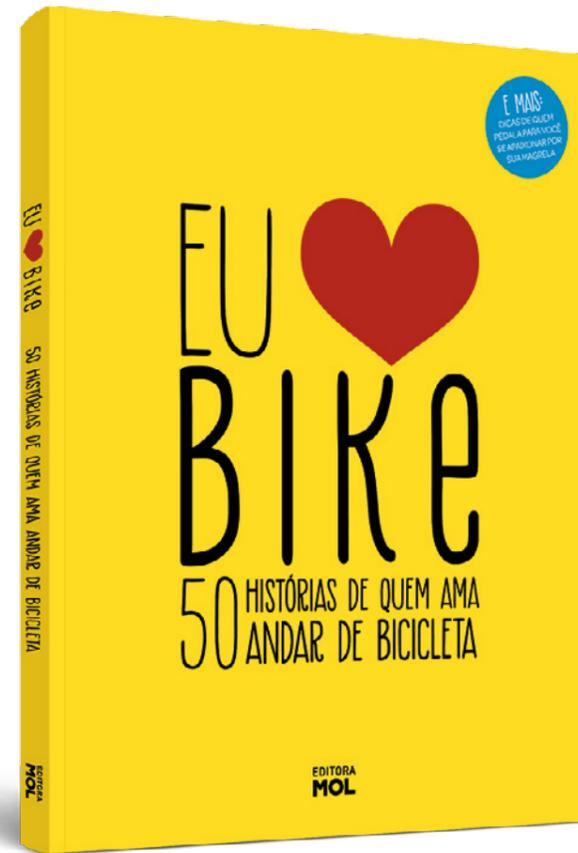
Entre janeiro de 2016 e março de 2017, os livros também chegaram a bancas de jornal e revista: foram cerca de 1.800 pontos de venda nas regiões Centro-Oeste, Nordeste, Sudeste e Sul.

O destaque é o livro *Eu Amo Bike*, **maior comunidade brasileira de amantes da bicicleta no Facebook** (e uma das maiores do mundo sobre o tema!), com mais de 300 mil fãs. As páginas dos demais títulos, mesmo sendo menores, também possuem bom nível de engajamento, permitindo uma ótima conexão entre a Editora MOL, os personagens e os leitores.




VERSÃO DO PATROCINADOR

Boa parte da tiragem dos livros é destinada à distribuição gratuita. Como contrapartida ao patrocínio, **a empresa parceira recebe uma edição exclusiva, utilizada como presente em relações institucionais**. Essa edição possui capa em cor diferente e textos institucionais na orelha e na página de apresentação do livro – o restante do conteúdo é idêntico ao da versão destinada à venda. Além disso, quando o projeto é realizado via Lei Rouanet, há distribuição gratuita para bibliotecas públicas e população de baixa renda, conforme exigido pela legislação.



EU AMO BIKE

R\$ 8.701,17
DOAÇÃO TOTAL

R\$ 2.900,39 PARA CADA INSTITUIÇÃO

LANÇAMENTO 2013

2 EDIÇÕES LANÇADAS

7.300 EXEMPLARES IMPRESSOS

2.500 EXEMPLARES DISTRIBUÍDOS GRATUITAMENTE

2.500 EXEMPLARES VENDIDOS

100 PÁGINAS

FORMATO **25 X 20 CM (COLORIDO)**

PREÇO ATUAL **R\$ 39,90**

INSTITUIÇÕES BENEFICIADAS

CICLOCIDADE
Associação dos Ciclistas Amadores do Brasil

váde bike
vadebike.org

TRANSPORTE ATIVO

CONTEÚDO

Histórias e fotos de 50 brasileiros que amam a bicicleta como transporte, lazer, esporte, negócio ou bandeira social. Um panorama da diversidade de quem pedala no país. Também traz 50 razões para se apaixonar pela magrela, 50 dicas para começar a pedalar e um infográfico apresentando as partes da bicicleta.



O QUE DIZEM OS PARCEIROS



“O Itaú escolheu a mobilidade urbana como causa devido ao poder que a bicicleta tem de sensibilizar as pessoas. Em parceria com a Editora Mol, apoiamos uma série de publicações fundamentais para catalisar a mudança cultural provocada pela bicicleta. Foi importante ter parceiros tão sensíveis e comprometidos com a entrega de produtos excelentes.” *Luciana Nicola, superintendente de relações governamentais e institucionais do Itaú*

“Ao divulgarem a cultura da bicicleta, as publicações da Editora MOL estão alinhadas à nossa missão. Além disso, a reversão de parte dos ganhos em apoio financeiro à Ciclocidade contribui com a sustentabilidade financeira da organização. Parcerias como essa representam ganhos para a sociedade, para a ONG e para as empresas envolvidas.” *Renê José Rodrigues Fernandes, diretor financeiro da Ciclocidade*

FAMÍLIA AMARELA

Em 2015, o livro *Eu Amo Bike* deu origem a duas novas publicações sobre o mesmo tema: *Almanacicleta*, um almanaque voltado ao público infantil, e *Eu Sou a Mudança*, livro que mapeia, analisa e promove o fenômeno da bicicleta no país. Assim como o *Eu Amo Bike*, ambos são patrocinados pelo Itaú e beneficiam as instituições Ciclocidade, Transporte Ativo e Vá de Bike.



2 EDIÇÕES LANÇADAS

32.000 EXEMPLARES IMPRESSOS

30.200 EXEMPLARES DISTRIBUÍDOS GRATUITAMENTE

1.649 EXEMPLARES VENDIDOS

36 PÁGINAS

FORMATO **25,5 X 20 CM** (COLORIDO)

PREÇO ATUAL **R\$ 14,90**



1 EDIÇÃO LANÇADA

3.000 EXEMPLARES IMPRESSOS

2.100 EXEMPLARES DISTRIBUÍDOS GRATUITAMENTE

462 EXEMPLARES VENDIDOS

104 PÁGINAS

FORMATO **20 X 20 CM** (COLORIDO)

PREÇO ATUAL **R\$ 29**



CONTEÚDO

Almanaque infantil que mistura diversão e informação, entretendo as crianças e despertando nelas o amor pela bicicleta e a consciência cidadã. Traz passatempos clássicos - como liga-pontos e labirinto -, curiosidades sobre ciclismo e dicas para pedalar com segurança.

R\$ 2.210,06
DOAÇÃO TOTAL

R\$ 787,12 PARA O VÁ DE BIKE
+ R\$ 711,47 PARA A TRANSPORTE ATIVO
+ R\$ 711,47 PARA A CICLOCIDADE

CONTEÚDO

Apresenta 100 projetos que usam a bike para transformar o Brasil. São iniciativas públicas e privadas, locais e nacionais, com ou sem fins lucrativos, relacionadas a mobilidade, negócios, esporte, saúde, sustentabilidade, cultura, educação, turismo e lazer.

R\$ 1.316,07
DOAÇÃO TOTAL

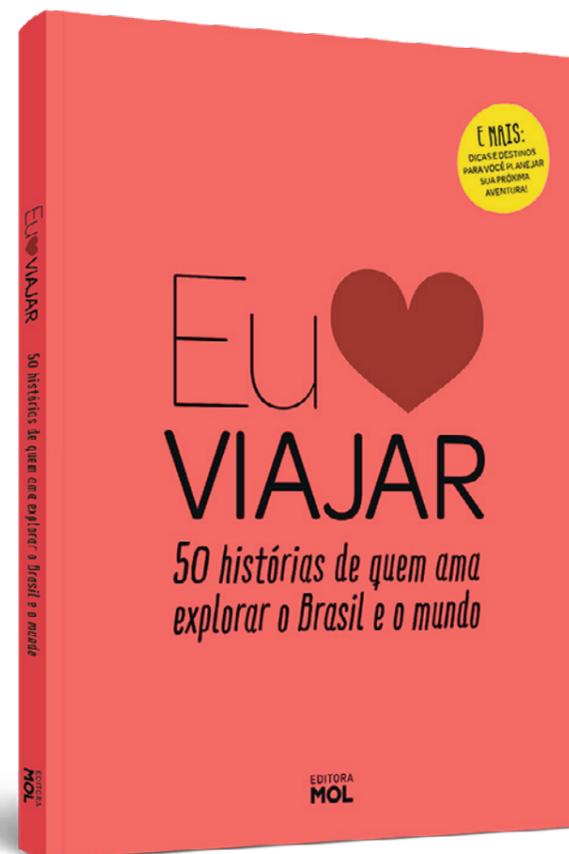
R\$ 438,69 PARA CADA INSTITUIÇÃO



"A parceria com a Editora MOL é especial porque todos têm algo a ganhar. Eu nunca havia visto nada parecido no mundo. Usar histórias de vida para divulgar uma causa é uma ótima maneira de fazer com que as pessoas se identifiquem com ela. E transformar a renda obtida com isso em doação é uma forma inteligente de fazer o bem."
Zé Lobo, diretor-geral da Transporte Ativo



"Quem lê os livros da Editora MOL sobre bicicleta ganha muito mais do que o entretenimento de uma leitura agradável: além de já ter realizado uma boa ação por tê-los adquirido, esse leitor se sentirá motivado a encontrar soluções criativas para melhorar o mundo à sua maneira. Fazer parte dessa rede de apoio e inspiração nos dá muito mais força para continuar nosso trabalho."
Willian Cruz, criador do site Vá de Bike



EU AMO VIAJAR

R\$ 11.100,52
DOAÇÃO TOTAL

R\$ 5.557,28 + R\$ 5.543,24
PARA A GARUPA PARA O ICEI

LANÇAMENTO **2014**

3 EDIÇÕES LANÇADAS

9.372 EXEMPLARES IMPRESSOS

2.572 EXEMPLARES DISTRIBUÍDOS GRATUITAMENTE

3.213 EXEMPLARES VENDIDOS

100 PÁGINAS

FORMATO **25 X 20 CM** (COLORIDO)

PREÇO ATUAL **R\$ 39,90**

INSTITUIÇÕES BENEFICIADAS



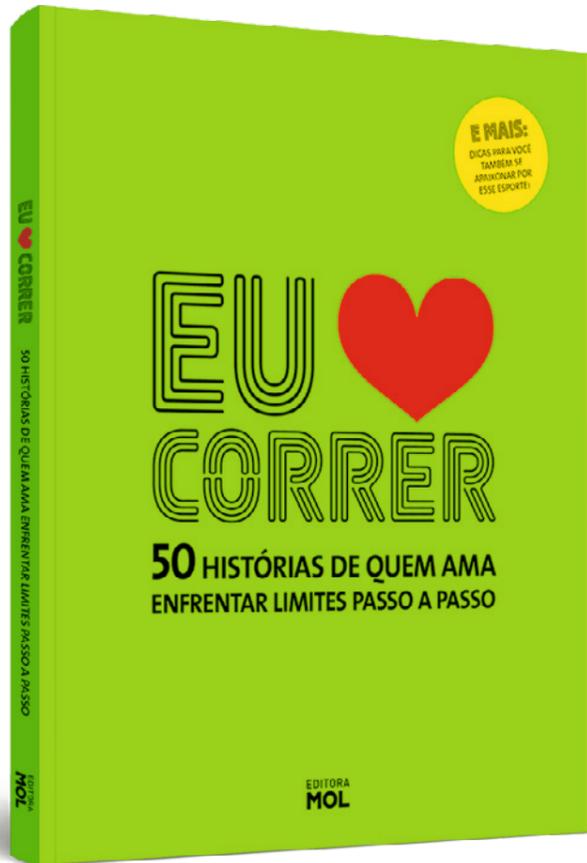
CONTEÚDO

Histórias e fotos de 50 brasileiros apaixonados por desbravar destinos nacionais e internacionais de todos os tipos. Um guia de viagens diferente, em que o leitor pega carona nos roteiros dos personagens. Também traz conselhos para fazer as malas, 50 razões para amar viajar e 50 dicas para planejar incríveis aventuras.

"A parceria com a MOL contribuiu de maneira significativa para nossa estratégia de comunicação. A partir de histórias reais, estabelecemos uma conexão muito próxima com nossos clientes, demonstrando a importância da viagem no crescimento, nas descobertas e nos aprendizados." Daniel Aguado, gerente SR de comunicação e marca da LATAM Airlines Brasil

"Ter um parceiro que aplica a lógica da economia justa e que promove a cidadania e o acesso à informação é altamente positivo para o ICEI. Recebemos, além de renda, credibilidade. Graças a essa união, mais pessoas passaram a entender a importância das comunidades locais, do turismo sustentável e da transmissão de saberes." Líia Miceli, associada e tesoureira do ICEI Brasil

"A parceria com a Editora MOL traz benefícios que vão além do aspecto financeiro. Pretendemos usar os recursos recebidos na criação de um vídeo institucional. Mas também ganhamos visibilidade e sentimos uma forte identificação de propósito com a editora. Que venham novos projetos!" Mônica Barroso, diretora executiva da Garupa



LANÇAMENTO
2015

2 EDIÇÕES
LANÇADAS

5.300
EXEMPLARES
IMPRESSOS

1.500
EXEMPLARES
DISTRIBUÍDOS
GRATUITAMENTE

1.141
EXEMPLARES
VENDIDOS

100 PÁGINAS

FORMATO
25 X 20 CM
(COLORIDO)

PREÇO ATUAL
R\$ 39,⁹⁰

INSTITUIÇÕES
BENEFICIADAS



CONTEÚDO

Histórias e fotos de 50 brasileiros – profissionais e amadores – apaixonados por corridas de vários tipos. É inspiração para quem pensa em adotar o esporte e também para quem já tem experiência no assunto. Traz, ainda, uma apresentação das principais modalidades do atletismo, 50 motivos para amar correr e 50 dicas para começar já.



“O formato de captação de recursos para fins sociais criado pela Editora MOL é interessantíssimo e inteligente, porque é autossustentável. As publicações são de muita qualidade, o que chama a atenção do público logo de cara. O livro Eu Amo Correr tem sinergia com o trabalho de fortalecimento da cultura esportiva que realizamos com crianças, adolescentes e jovens.” *Sóstenes Brasileiro de Oliveira, diretor-geral da Fundação Gol de Letra*

“A Editora MOL tem sido grande cúmplice do nosso trabalho, revertendo ao Instituto Mara Gabrilli parte da renda do livro Eu Amo Correr. Fico muito feliz de saber que histórias de apaixonados por corrida chegam aos leitores com uma missão ainda maior: ajudar pessoas com deficiência. Afinal, correr por quem precisa, além de mais funcional, é contagiante!” *Mara Gabrilli, fundadora do Instituto Mara Gabrilli*



LANÇAMENTO
2016

2 EDIÇÕES
LANÇADAS

7.800
EXEMPLARES
IMPRESSOS

3.100
EXEMPLARES
DISTRIBUÍDOS
GRATUITAMENTE

693
EXEMPLARES
VENDIDOS

100 PÁGINAS

FORMATO
25 X 20 CM
(COLORIDO)

PREÇO ATUAL
R\$ 39,⁹⁰

INSTITUIÇÕES
BENEFICIADAS



Lançamento do livro Eu Amo Comida, na livraria Cultura do Shopping Iguatemi, em São Paulo

CARA A CARA

Os livros da coleção Eu Amo sempre chegam ao mundo com festa. **Todos tiveram evento de lançamento em São Paulo, em grandes livrarias:** Cultura, Fnac e Saraiva. O mais recente, *Eu Amo Comida*, também foi celebrado no Rio de Janeiro. Nessas datas, reúnem-se personagens, colaboradores, parceiros e leitores, criando e fortalecendo vínculos. **Os títulos também têm originado a realização de ciclos de palestras:** eventos gratuitos em que especialistas envolvidos na produção dos livros (entrevistados e integrantes das entidades beneficiadas) compartilham seu conhecimento com o público. Na entressafra dos lançamentos, esses eventos ajudam a manter e a ampliar a relevância da marca Eu Amo.



CONTEÚDO

Histórias e fotos de 50 brasileiros apaixonados por alimentação das mais variadas formas. São pequenos produtores, pesquisadores, cozinheiros, donos de restaurante e gente que simplesmente adora comer. Uma saborosa celebração dos prazeres do paladar. Traz também dicas para aproveitar as refeições, 50 razões para amar comida e 50 ideias para se alimentar melhor.



“A parceria com a Editora MOL é muito especial e importante para nós, pois permitiu unirmos os interesses estratégicos da empresa e da sociedade em geral, além de apoiar causas sociais alinhadas às nossas diretrizes. O projeto reforçou nosso compromisso com a alimentação saudável e com as práticas sustentáveis, trazendo histórias encantadoras.” *Denise Coelho, diretora adjunta de comunicação corporativa e sustentabilidade da Ticket Serviços*

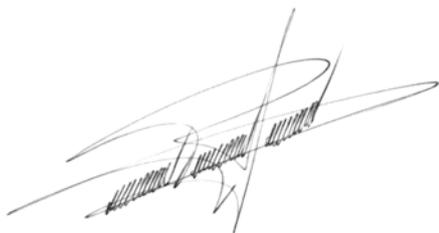
“Os projetos criados pela Editora MOL enchem os olhos de beleza, trazendo conteúdo inédito, rico em novidades e sutilezas. Além disso, temos visões de mundo semelhantes. Trabalhamos olhando nossa comunidade, e não há parceiro melhor do que uma empresa orientada para esse propósito. Nós levamos alimentos para o corpo, eles nos trazem alimento para a mente.” *Daniela Garcia, gerente de marketing e relações institucionais do Banco de Alimentos*

São Paulo, 28 de agosto de 2017.

ATESTADO

A VACC Auditores Independentes realizou a certificação de dados de tiragem e repasse financeiro às entidades beneficiárias informados nesta publicação. O relatório completo referente a esse trabalho está disponível em www.editoramol.com.br/relatoriomol/auditoria.zip

Atenciosamente,



Ricardo José Patine Filho

Sócio-diretor

CRC 1SP252050/O-9

Verdus Auditores Independentes

CRC 2SP027296/O-2



VAMOS CONVERSAR!

 (11) 3024-2444

 contato@editoramol.com.br

 editoramol.com.br

 fb.com/editoramol

 Rua Andrade Fernandes, 303, loft 3
Alto de Pinheiros • São Paulo • SP
CEP 05449-050

 **NOSSA LOJA VIRTUAL:**

bancadobem.com.br

fb.com/bancadobem

instagram.com/bancadobem