

2. Envolvimento com os Stakeholders

O envolvimento com as partes interessadas (*stakeholders*) desempenha, para o Grupo Jerónimo Martins, um papel relevante na definição e gestão dos aspectos materiais ao nível ambiental, social e económico, assim como na formulação da estratégia de comunicação. Numa óptica de melhoria contínua, o Grupo aprofunda o envolvimento com os *stakeholders* que dependem ou influenciam a sua actividade, utilizando diversos canais de comunicação com o objectivo de promover um maior alinhamento com as suas necessidades e expectativas.

<i>Stakeholders</i>	Interlocutores	Canais de Comunicação
Accionistas e Investidores	Direcção de Relações com Investidores.	<i>Webside</i> corporativo, <i>e-mail</i> , relatórios e contas, revista corporativa semestral, comunicados financeiros, reuniões, conferências, <i>roadshows</i> , <i>Investor's Day</i> e assembleias gerais.
Analistas	Direcção de Relações com Investidores, Direcção de Comunicação e Responsabilidade Corporativas.	<i>Webside</i> corporativo, <i>e-mail</i> , relatórios e contas, revista corporativa semestral, comunicados financeiros, reuniões, conferências e <i>Investor's Day</i> .
Organismos Oficiais, Entidades de Supervisão e Autarquias Locais	Direcção de Relações com Investidores, Direcções Fiscais, Direcções Jurídicas, Direcção de Comunicação e Responsabilidade Corporativas.	<i>Webside</i> corporativo, <i>e-mail</i> e correio físico, revista corporativa semestral e reuniões.
Fornecedores, Parceiros e Prestadores de Serviços	Direcções Comerciais, <i>Marketing</i> , Qualidade e Desenvolvimento de Marca Própria, Segurança Alimentar, Ambiente, Regionais de Operações, Técnicas, Expansão, TI e Comissão de Ética.	Portal JM Direct, visitas de acompanhamento, auditorias de qualidade e segurança alimentar, reuniões de negócios, contactos directos e revista corporativa semestral.
Colaboradores	Direcções de Recursos Humanos, Escola de Formação, Comissão de Ética e Serviços de Atendimento ao Colaborador.	Serviços de Atendimento ao Colaborador (linha telefónica, correio físico e eletrónico), revistas internas, intranet, reuniões operacionais e de gestão, relações interpessoais, avaliação anual de desempenho, sessões de formação e estudos de clima interno.
Clientes e Consumidores	Serviço de Apoio ao Cliente, Provedoria do Cliente e Comissão de Ética.	Linhas "verdes" de contacto telefónico, <i>e-mail</i> , <i>websites</i> corporativo e correio físico.
Comunidades Locais	Direcção de Comunicação e Responsabilidade Corporativas, Lojas e Centros de Distribuição.	Visitas de acompanhamento, reuniões, protocolos e parcerias/mecenato.
Jornalistas	Direcção de Comunicação e Responsabilidade Corporativas.	<i>Webside</i> corporativo, comunicados de imprensa, conferências de imprensa, reuniões, relatórios e contas e revista corporativa semestral.
ONGs e Associações	Direcção de Comunicação e Responsabilidade Corporativas.	Visitas de acompanhamento, reuniões, parcerias/mecenato e revista corporativa semestral.

Em 2016, e três anos passados sobre a realização do último exercício de auscultação junto dos seus *stakeholders*, o Grupo decidiu reavaliar os temas materiais a ter em consideração, quer ao nível da gestão, quer ao nível de reporte, no âmbito da sua estratégia de Responsabilidade Corporativa.

Este exercício foi realizado directamente – através de entrevistas e questionários – junto de todas as partes interessadas do Grupo, com excepção dos Organismos Oficiais, Entidades de Supervisão e Autarquias Locais, cujo processo de auscultação foi baseado numa análise de documentos legais e programas estratégicos em vigor.

De um total de mais de 4.790 respostas, nas quais se incluem as da gestão de topo do Grupo, foi possível confirmar a validade dos aspectos materiais que incorporam os planos estratégicos, dos quais se destacam, por ordem decrescente:

1. Qualidade e segurança alimentar;
2. Selecção de fornecedores com base em critérios de sustentabilidade;
3. Oferta de produtos de origem sustentável;
4. Condições laborais;
5. Preferência por fornecedores locais;
6. Envolvimento e apoio a colaboradores, às suas famílias e comunidades envolventes;
7. Oferta de produtos saudáveis;
8. Gestão e valorização dos resíduos;
9. Eficiência energética e redução dos consumos de água;
10. Gestão do relacionamento com fornecedores.

O reporte das acções do Grupo em cada um destes temas materiais poderá ser consultado ao longo deste capítulo, na área dedicada a cada um dos pilares de actuação que materializam o compromisso com o desenvolvimento sustentável.

No sentido, ainda, de assegurar o cumprimento, divulgação e reforço dos Princípios de Responsabilidade Corporativa, o Grupo conta com a Comissão de Governo da Sociedade e de Responsabilidade Corporativa, que colabora com o Conselho de Administração, e a Comissão de Ética, que acompanha a divulgação e o cumprimento do Código de Conduta em todas as Companhias do Grupo.

As competências de cada uma destas Comissões estão desenvolvidas em www.jeronimomartins.pt, na área de “Investidor”.

A rede social profissional LinkedIn, que no final de 2016 contava mais de 87 mil seguidores, tem sido um meio importante para a divulgação sobre as actividades do Grupo, entre as quais se incluem as acções desenvolvidas no âmbito dos cinco pilares da Responsabilidade Corporativa. Neste contexto, ao longo de 2016, divulgaram-se 78 *posts* relacionados com a Responsabilidade Corporativa, tendo-se verificado mais de 2,4 milhões de impressões¹.

¹ Este indicador diz respeito ao número de vezes que cada *post* foi exibido a usuários do LinkedIn.

Organizações Não-Governamentais e Associações

O Grupo Jerónimo Martins integra, ao nível institucional e ao nível das suas Companhias, diversas organizações e iniciativas nacionais e internacionais na área da Responsabilidade Corporativa:

- BCSD Portugal – Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável
- Carbon Disclosure Project (CDP)
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu (Responsible Business Forum)
- Global Social Compliance Programme (GSCP)
- Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial (GRACE)
- London Benchmarking Group (LBG)
- Retail Forum for Sustainability
- The Consumer Goods Forum (CGF)
- The Supply Chain Initiative (SCI)
- United Nations’ Global Compact
- We Mean Business

Para mais detalhes sobre o relacionamento com *stakeholders* e sobre as organizações que o Grupo integra consulte www.jeronimomartins.pt, na área de “Responsabilidade”.