

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](http://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 impressões<sup>1</sup>.

### 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](http://www.jeronimomartins.pt), na área de “Responsabilidade”.

## Highlights

# 3.

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

## Promover a Saúde pela Alimentação

- Reformularam-se nutricionalmente 109 produtos de Marca Própria, prevenindo a entrada no mercado de 152 toneladas de gordura, 142 toneladas de açúcar e 31 toneladas de sal;
- Em Portugal, lançaram-se 10 novos produtos da gama Pura Vida, elevando para 91 o total de referências. Esta gama destina-se a públicos com necessidades e/ou preferências dietéticas específicas, como produtos sem adição de açúcar, sem glúten ou sem lactose;
- Na Polónia, manteve-se a aposta em oferecer novas soluções a consumidores com necessidades alimentares especiais tendo aumentado o sortido de produtos sem glúten e sem lactose. No total, 34 referências chegaram ao mercado;
- Na Polónia, a Biedronka foi a primeira cadeia de distribuição a lançar a gama “Wolno Gotowane” (Cozinhado Lentamente), com o objectivo de oferecer aos consumidores produtos de conveniência saudáveis, utilizando técnicas de confeção de vaporização a vácuo;
- Em Portugal, na área de *Meal Solutions*, lançaram-se cinco novos pratos vegetarianos, entrando na oferta regular semanal das refeições nos restaurantes Pingo Doce.

## Respeitar o Ambiente

- O Grupo Jerónimo Martins obteve uma pontuação global de “A-” no CDP Climate Change 2016, posicionando o Grupo no patamar “Liderança”, mais perto de atingir a pontuação máxima (A);
- O consumo de energia por mil euros de vendas sofreu uma redução de 1,6%, face a 2015;
- Os 15 Centros de Distribuição (CD) da Biedronka obtiveram a certificação ambiental de acordo com a norma ISO 14001:2012;
- O Grupo registou um aumento da taxa de reciclagem de resíduos das operações em cerca de 1,2 p.p. face a

2015, contribuindo para o cumprimento do objectivo do triénio;

- A quantidade de resíduos de clientes recolhidos e encaminhados para valorização registou um aumento de 10% quando comparado com 2015.

## Comprar com Responsabilidade

- Manteve-se o cumprimento do compromisso de aquisição de, no mínimo, 80% de produtos alimentares a fornecedores locais em todas as geografias onde o Grupo opera;
- O Grupo atingiu o objectivo de continuar a introduzir certificados de sustentabilidade (e.g., UTZ, Marine Stewardship Council e Rainforest Alliance, entre outros) nos seus produtos de Marca Própria e Frescos, tendo lançado mais de 30 produtos com estas características em 2016;
- O Grupo Jerónimo Martins obteve, no CDP Forests 2016 uma pontuação global de “A-” para o óleo de palma, posicionando-o no patamar “Liderança”, a um passo de atingir a pontuação máxima (A). As *commodities* soja, papel e madeira, e carne bovina obtiveram uma classificação de “B”, correspondendo ao nível de “Gestão”.

## Apoio às Comunidades Envolventes

- O valor de apoios oferecidos pelo Grupo foi de cerca de 18 milhões de euros, um aumento de 3% quando comparado com 2015;
- Manteve-se o apoio à Academia do Johnson, o projecto comunitário que tem como missão o combate à exclusão social e ao abandono escolar de cerca de 140 crianças e jovens provenientes de comunidades vulneráveis de Lisboa;
- 63 lojas da Biedronka e sete CD doaram, às dioceses locais da Caritas Polska e a outras instituições, cerca de 87 toneladas de excedentes alimentares

que, estando aptos para consumo, não podem ser colocados à venda;

- O número de escolas envolvidas no programa *Sniadanie Daje Moc* (O Pequeno-Almoço dá Força) aumentou 5,8% face ao ano lectivo anterior para as 7.826, o que corresponde a mais de 65% das escolas primárias da Polónia. O programa abrangeu 195.650 crianças, um incremento de mais de 13 mil crianças;
- Na Colômbia, a Ara manteve o seu apoio ao programa *Madres Comunitarias* fornecendo regularmente géneros alimentares a 262 creches comunitárias. O número de crianças abrangidas aumentou 8%, para as 3.668, face a 2015.

## Ser um Empregador de Referência

- O Grupo criou 7.206 postos de trabalho, representando um crescimento líquido de 8,1% face a 2015;
- O Grupo atribuiu 82 milhões de euros em prémios aos seus colaboradores e promoveu 8.714 colaboradores ao nível das lojas, CD e estruturas centrais;
- A nível de segurança no trabalho, os índices de gravidade registaram o melhor desempenho desde 2010, atingindo 20,98 pontos, um resultado que se deve aos desempenhos dos colaboradores e ao investimento do Grupo em acções de formação, simulacros, campanhas de sensibilização e auditorias;
- O Grupo investiu mais de 16,6 milhões de euros em iniciativas de apoio social aos seus colaboradores. Foi iniciado o programa “SOS Dentista Júnior” destinado aos filhos dos colaboradores. Em Portugal, 279 crianças com idades compreendidas entre os sete e os 17 anos, iniciaram tratamento neste programa. Na Polónia, deu-se continuidade ao programa “Para a Escola com a Biedronka”, através do qual foram apoiadas cerca 2.700 famílias sem condições financeiras para suportar as despesas escolares.