

10. Compromissos para 2018-2020

Pilares de actuação	Compromissos 2018-2020
Promover a Saúde pela Alimentação	Prosseguir a melhoria do perfil nutricional dos produtos de Marca Própria, através da inovação e reformulação de produtos, e nas refeições de Meal Solutions.
	Continuar a desenvolver programas de promoção da Dieta Mediterrânica e hábitos nutricionais saudáveis com base em recomendações de especialistas locais e de sensibilização para a leitura de rótulos alimentares junto dos consumidores.
	Aumentar em 5% ao ano, face a 2017, o número de referências da gama sem lactose e sem glúten, nos produtos de Marca Própria, em Portugal e na Polónia.
	Em Portugal e na Polónia, desenvolver soluções alimentares sem proteína animal destinadas a consumidores com necessidades/preferências alimentares específicas.
	Em Portugal e na Polónia, garantir que os produtos destinados a públicos infantis têm um perfil nutricional superior ao benchmark do mercado.
	Em todas as geografias, manter a execução de análises de produtos de Marca Própria quanto às suas matérias-primas em laboratórios externos, assegurando a autenticidade das mesmas e combatendo a fraude alimentar.
	Em todos os países, garantir a utilização de rotulagem voluntária "Não OGM" para todas as referências potencialmente contendo ingredientes geneticamente modificados.
	Em todos os países, facilitar o consumo responsável por via da rotulagem voluntária nas dimensões nutricional e quanto a informação alcoólica.
	Em todos os países, facilitar junto dos consumidores a gestão das datas de validade dos produtos alimentares e combater o desperdício alimentar, através da adopção, sempre que possível face aos requisitos legais, de apenas uma data de validade presente nos rótulos de produtos.
	Respeitar o Ambiente
Reduzir anualmente o consumo de água em 2% (por 1.000 € de vendas).	
Reduzir anualmente o consumo de electricidade em 2% (por 1.000 € de vendas).	
Reduzir a quantidade de resíduos enviados para aterro em 5 p.p. no triénio 2018-2020, face a 2017.	
Concretizar, anualmente, pelo menos 20 projectos de ecodesign de embalagens em artigos de Marca Própria.	
Reduzir o desperdício alimentar do Grupo em 10% no triénio 2018-2020, face a 2016.	
Comprar com Responsabilidade	Aumentar o número de locais com certificação ambiental (25 no mínimo).
	Garantir que 80% das compras do Grupo Jerónimo Martins, de produtos alimentares, são realizadas a fornecedores locais.
	Continuar a introduzir certificados de sustentabilidade (e.g. UTZ, Fairtrade, MSC, ASC, RSPO, EU Ecolabel, EU Organic Label, etc.) para pelo menos 10 produtos de Marca Própria e Perecíveis.
	Contribuir para atingir o objectivo de Desflorestação Líquida Zero até 2020 tal como definido pelo The Consumer Goods Forum, nomeadamente através da gestão activa do óleo de palma, soja, carne bovina e madeira e papel.
	Realizar, anualmente, pelo menos 50 auditorias ambientais a fornecedores de Marca Própria e Perecíveis.
Apoiar as Comunidades Envolventes	Realizar, anualmente, pelo menos 40 auditorias ambientais a prestadores de serviços.
	Monitorização e divulgação dos impactos sociais resultantes dos apoios oferecidos, de acordo com o modelo London Benchmarking Group (LBG).
	Em Portugal, iniciar pelo menos um projecto de investimento comunitário por ano, direccionado para crianças, jovens ou idosos provenientes de meios vulneráveis.
	Na Polónia, reforçar o envolvimento em projectos de cariz social, focados nas crianças, jovens e idosos provenientes de meios vulneráveis.
	Na Polónia, expandir o programa de doações alimentares directamente das lojas para organizações não-governamentais locais. Até 2020, abranger 1.500 lojas.
Lançar em conjunto com a Caritas Polska, um programa de apoio a séniores vulneráveis, esperando-se impactar pelo menos 4.000 pessoas todos os anos.	
Na Colômbia, manter o envolvimento em projectos sociais como as Aldeas Infantiles SOS	

Pilares de actuação	Compromissos 2018-2020
	Colúmbia, e com a Abaco – Asociación de Bancos de Alimentos de Colúmbia para a doação de géneros alimentares.
Ser um Empregador de Referência	Melhoria contínua da qualidade de vida dos colaboradores através dos programas de responsabilidade social interna em todos os países onde nos encontramos presentes.
	Reforço contínuo dos programas de formação e informação a respeito do Código de Conduta dirigidos a todos os colaboradores da Organização, independentemente do seu local de trabalho ou função, promovendo o respectivo cumprimento.
	Promover a diversidade na atracção de talento.