

## 3. Highlights 2017

### Promover a Saúde pela Alimentação

- As reformulações nutricionais de produtos de Marca Própria, preveniram a entrada no mercado de 718 toneladas de gordura, 64 toneladas de gordura saturada, 85 toneladas de açúcar e 59 toneladas de sal;
- na Polónia, foi lançada a gama GoBio, que se destina a clientes que preferem produtos biológicos. Também os primeiros produtos vegan chegaram ao sortido da Biedronka;
- em Portugal, lançaram-se 11 novos produtos da gama Pura Vida. Esta gama destina-se a públicos com necessidades e/ou preferências dietéticas específicas, como produtos sem adição de açúcar, sem glúten ou sem lactose;
- em Portugal, adoptaram-se símbolos nos rótulos de produtos alimentares que facilitam a escolha dos consumidores, tais como o ícone “Sem OGM” para produtos cujos ingredientes pudessem potencialmente ter sido modificados geneticamente, o ícone calórico em bebidas alcoólicas e, também para bebidas alcoólicas, a simbologia que desaconselha o consumo por parte de grávidas.

### Respeitar o Ambiente

- Em 2017, a redução da pegada de carbono do Grupo (por 1.000 € de vendas) foi de 13,6%, face a 2014, garantindo o cumprimento do seu objectivo de redução para o triénio 2015-2017;
- os consumos de energia e água, por mil euros de vendas, sofreram uma redução de 8,1% e 0,6% face a 2016, respectivamente.
- o Grupo adoptou a resolução do Consumer Goods Forum, com vista à redução do desperdício alimentar para metade até 2025, tendo 2016 como ano de referência;
- verificou-se uma redução no consumo de sacos de caixa (plástico, papel e plástico reutilizável), por 1.000 € de vendas, em 7%. No que se refere aos trolleys, estes duplicaram as suas vendas por 1.000 € de vendas, face a 2016;
- a taxa de valorização de resíduos produzidos pelo Grupo e encaminhados para soluções de valorização aumentou para 84,7%, mais 1,6 p.p. do que em 2016.

### Comprar com Responsabilidade

- Em 2017, manteve-se a aquisição de, no mínimo, 80% de produtos a fornecedores locais em todas as insígnias de Distribuição Alimentar que o Grupo opera;
- o Grupo atingiu o objectivo de continuar a introduzir certificados de sustentabilidade (ex., UTZ, Marine Stewardship Council e Rainforest Alliance, entre outros) nos seus produtos de Marca Própria e Frescos, tendo lançado 60 produtos com estas características em 2017;
- em 2017, e com base nas espécies identificadas em 2015, verificou-se o cumprimento das linhas definidas para a estratégia de sustentabilidade do pescado do Grupo;
- o Grupo Jerónimo Martins obteve, no CDP Forests 2017 uma pontuação global de “A-” para o óleo de palma e papel e madeira, posicionando-o no patamar “Liderança”, a um passo de atingir a pontuação máxima (A). As commodities soja e carne bovina obtiveram uma classificação de “B”, correspondendo ao nível de “Gestão”.

### Apoiar as Comunidades Envolventes

- O valor de apoios oferecidos pelo Grupo foi de cerca de 21,7 milhões de euros, um aumento de 21% quando comparado com 2016;
- em Portugal, celebrou-se uma parceria com a Pão a Pão – Associação para a Integração de Refugiados do Médio Oriente, na perspectiva de dar resposta à inclusão e empregabilidade de refugiados sírios, através do lançamento de um restaurante. O apoio do Grupo é dado em géneros alimentares no valor anual de 18 mil euros.

- também em Portugal, o projecto “Semear”, que consiste na criação de oportunidades de trabalho para pessoas com dificuldades intelectuais, viu os seus primeiros resultados através da venda de 17 toneladas de hortícolas nas lojas Pingo Doce;
- 437 lojas da Biedronka e 12 Centros de Distribuição doaram à Caritas 670 toneladas de excedentes alimentares que, estando aptos para consumo, não podem ser colocados à venda;
- o número de escolas envolvidas no programa “Śniadanie Daje Moc” (O Pequeno-Almoço dá Força) aumentou 6,3% face ao ano lectivo anterior para as 8.318, o que corresponde a mais de metade das escolas primárias da Polónia. O programa abrangeu 275.758 crianças, um incremento de mais de 40%;
- na Colômbia, a Ara manteve o seu apoio aos programas da ABACO – Banco de Alimentos de Colombia para a doação de excedentes alimentares a populações vulneráveis nos vários municípios onde estão implementadas as suas lojas. Mais de 116 toneladas foram oferecidas, estimando-se terem chegado a 1.544 famílias.

## Ser um Empregador de Referência

- O Grupo criou 7.970 postos de trabalho, representando um crescimento líquido de 8,3% face a 2016;
- foram atribuídos mais de 100 milhões de euros em prémios aos seus colaboradores e registaram-se mais de 8.700 promoções ao nível das lojas, Centros de Distribuição e estruturas centrais;
- o investimento em iniciativas de apoio aos colaboradores nas áreas da Saúde, Educação e Bem-Estar Familiar ascenderam a 18,7 milhões de euros. Na Polónia, através do programa “Możesz Liczyć na Biedronkę” (Podes Contar com a Biedronka) foi concedido apoio financeiro a 5.446 colaboradores em situação de vulnerabilidade. Em Portugal, o Fundo de Emergência Social, que conta com a colaboração de assistentes sociais, permitiu apoiar 706 colaboradores.