

9. Compromissos para 2015-2017

Pilares de actuação	Compromissos 2015-2017	Progresso
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.	<p>Cumprido. Entre 2015 e 2017, o Grupo evitou a entrada no mercado de:</p> <ul style="list-style-type: none"> 988 toneladas de gordura, incluindo saturada; 525 toneladas de açúcar; 164 toneladas de sal.
	Continuar a desenvolver programas de promoção da Dieta Mediterrânica e de sensibilização para a leitura de rótulos alimentares junto dos consumidores.	<p>Cumprido. Em Portugal, o Pingo Doce manteve a sua aposta na revista “Sabe Bem”, com 150 mil exemplares de tiragem média, dando destaque à confecção mais saudável dos produtos e à oferta da marca Pingo Doce.</p> <p>Na Polónia, no âmbito da promoção de informação sobre nutrição, a Biedronka desenvolveu em conjunto com o Instytut Żywności i Żywienia (Instituto de Alimentação e Nutrição Polaco) as campanhas “Wiesz Co Jesz” (Saiba o Que Come) e “Codziennie Bądź w Formie” (Em Forma Todos os Dias) para aconselhar os consumidores a fazerem as escolhas nutricionais mais saudáveis e lerem os rótulos de produtos.</p>
	Aumentar o número de referências da gama sem lactose e sem glúten, nos produtos de Marca Própria, em Portugal e na Polónia.	<p>Cumprido. Entre 2015-2017, lançaram-se na Polónia 77 produtos sem glúten ou sem lactose. Neste período, foram ainda lançados 48 produtos da gama Pura Vida, que se destina a públicos com necessidades e/ou preferências dietéticas específicas, como produtos sem adição de açúcar, sem glúten ou sem lactose.</p>
	Em Portugal, garantir que os produtos destinados a públicos infantis têm um perfil nutricional superior ao benchmark do mercado.	<p>Cumprido. Neste período lançaram-se produtos como a “Farinha Láctea Pêra Pingo Doce”, destinando-se a bebés a partir dos quatro meses de idade, não tendo glúten na sua composição e contendo leite de transição. O seu teor de açúcar é 9 p.p. inferior ao benchmark. No caso das “Bolsas de Fruta Pingo Doce”, estes produtos são feitos à base de puré de fruta, diferenciando-se do benchmark que utiliza concentrado. As “Bebidas de Soja Kids”, por seu turno, contêm vitaminas B1, E, D ou iodo, diferenciando-se dos benchmarks.</p>
	Em Portugal, na área de Meal Solutions, desenvolver e implementar informação nutricional.	<p>Cumprido. No âmbito da adaptação aos regulamentos nacionais e comunitários, as refeições das Meal Solutions foram rotuladas com informação relativa a perfis nutricionais, estando disponíveis para consulta a pedido do cliente, e foram ainda desenvolvidas peças de comunicação nas zonas de atendimento no sentido de divulgar os aspectos legalmente exigíveis ao nível dos alergénios.</p>
	Em Portugal, na área de Meal Solutions, testar refeições para consumidores com necessidades alimentares especiais ou que procurem outras opções alimentares.	<p>Cumprido. Durante o ano de 2016, aumentou-se a oferta de refeições dirigidas a consumidores vegetarianos ou que procuram opções mais saudáveis de sete referências para 12. Todas as semanas estão disponíveis nos Restaurantes e Take Away do Pingo Doce três pratos desta tipologia.</p>
Respeitar o Ambiente	Em Portugal, continuar a desenvolver e implementar informação nutricional na Padaria.	<p>Cumprido. No âmbito da adaptação dos regulamentos nacionais e comunitários sobre perfis nutricionais e comunicação dos alergénios, o Pingo Doce rotulou os seus produtos de Padaria e Pastelaria pré-embalados e embalados a pedido dos clientes, com a informação necessária.</p>
	<p>Reduzir a pegada de carbono do Grupo em 2% no triénio 2015-2017 (por 1.000 € de vendas), face a 2014.</p> <p>Reduzir anualmente o consumo de água e electricidade em 2% (face a igual parque de lojas em Portugal e Polónia).</p>	<p>Cumprido. Em 2017, a redução da pegada de carbono do Grupo (por 1.000 € de vendas) foi de 13,6%, face a 2014.</p> <p>Parcialmente cumprido. Foram verificadas reduções nos consumos LFL para os três anos, em média, superiores a 2%: 2017 – Água: -9,4%; Eletricidade: -3,1%. 2016 – Água: -1,9%; Eletricidade: -1,2%. 2015 – Água: -1,7%; Eletricidade: -2,5%. Os valores de 2015 e 2016 foram revistos de forma a refletirem também a evolução das vendas.</p>

Pilares de actuação	Compromissos 2015-2017	Progresso
	Reduzir a quantidade de resíduos enviados para aterro em 5 p.p. no triénio 2015-2017, face a 2014 (objectivo medido com o rácio quantidade de resíduos valorizados / quantidade total de resíduos).	Não cumprido. Em 2017, verificou-se um aumento da taxa de valorização em 2,2 p.p., face a 2014.
	Aumentar o número de locais com certificação ambiental (20 no mínimo).	Não cumprido. No final de 2017, existiam 19 CD com certificação ambiental ISO 14001. O número de CD em Portugal com a referida certificação manteve-se em quatro, uma vez que o CD Guardedeiras foi encerrado. Na Polónia são agora 15 os CD com a mesma certificação ambiental, estando a ser preparado o alargamento do âmbito para o 16º CD da Biedronka inaugurado no final de 2017.
Comprar com Responsabilidade	Em todas as insígnias, garantir a continuidade de compras de, no mínimo, 80% de produtos alimentares a fornecedores locais.	Parcialmente cumprido. Em 2017, todas as insígnias de Distribuição Alimentar, com excepção do Pingo Doce (77%), em Portugal, Polónia e Colômbia cumpriram este compromisso, comprando mais de 80% de produtos alimentares a fornecedores locais. Como um todo, as compras alimentares das companhias de distribuição alimentar do Grupo foram superiores a 89%.
	Continuar a introduzir certificados de sustentabilidade (certificações UTZ, Fairtrade, MSC, EU-Ecolabel ou outras) para pelo menos: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Marca Própria (dois produtos); ▪ Frescos (quatro produtos). 	Cumprido. Em 2017 foram lançadas: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 15 novas referências com a certificação Marine Stewardship Council (MSC) (Biedronka); ▪ 13 referências com certificação biológica na Polónia, 11 na categoria Fruta & Vegetais e 2 referências Marca Própria (Biedronka); ▪ 13 referências com certificação Forest Stewardship Council (FSC) relativa a embalagem primária utilizada nos produtos (Pingo Doce); ▪ 13 referências com certificação UTZ para o ingrediente cacau (Biedronka); ▪ 3 referências Dolphin Safe em Portugal (Recheio); ▪ 2 referências de bebidas contendo café ou chá com certificação "Rainforest Alliance" (Biedronka); ▪ 1 referência de um produto contendo fibra de papel na sua composição com certificação PEFC (Biedronka).
	Reduzir, em 5%, a presença de óleo de palma no total de vendas de produtos de Marcas Próprias.	Cumprido. Verificou-se uma redução de 38% de óleo de palma nos produtos de Marca Própria e Perecíveis em 2017, face a 2014. Esta redução resulta, essencialmente, de uma substituição por óleos alimentares com um melhor perfil nutricional.
	Reduzir, em 5%, os produtos de soja, bovino e madeira e papel provenientes de países em risco de desflorestação.	Não cumprido. Em 2017, verificou-se uma redução, face a 2014, de 41% dos produtos de papel e madeira provenientes de países em risco de desflorestação e um aumento de soja e carne bovina de países em risco de desflorestação. Para mais detalhes sobre as acções do Grupo, nomeadamente o progresso em 2017, serão disponibilizadas informações em www.jeronimomartins.com e em www.cdp.net ao longo de 2018.
Apoiar as Comunidades Envolveres	Monitorização e divulgação dos impactos sociais resultantes dos apoios oferecidos, de acordo com o modelo London Benchmarking Group (LBG).	Cumprido. Os resultados foram divulgados pelo Grupo em www.jeronimomartins.com referentes a estes anos e em 2017 foram também incluídos no presente Capítulo.
	Em Portugal, iniciar pelo menos um projecto de investimento comunitário por ano, direccionado para crianças, jovens ou idosos provenientes de meios vulneráveis.	Parcialmente cumprido. Em 2016 e 2017, manteve-se o apoio ao projecto comunitário Academia do Johnson, iniciado em 2015. Em 2017 iniciou-se a 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.

Pilares de actuação	Compromissos 2015-2017	Progresso
	<p>Na Polónia, reforçar o envolvimento em projectos de cariz social, focados nas crianças, jovens e idosos provenientes de meios vulneráveis.</p>	<p>Cumprido. Foram mantidos vários projectos de cariz social, entre os quais o “Esperança para o Euro”, que pretende contribuir para o desenvolvimento de crianças institucionalizadas provenientes de famílias com dificuldades económicas. A Biedronka continuou a participar na plataforma Parceria para a Saúde em dois projectos: “Milk Start” e “O Pequeno-Almoço Dá Força”. Adicionalmente, foi lançado o projecto Zielona Kraina (Terra Verde) para a promoção de alimentação saudável nas escolas.</p>
	<p>Na Polónia, aprofundar o programa de combate à malnutrição infantil, no âmbito do projecto Partnerstwo dla Zdrowia (Parceria para Saúde):</p> <ul style="list-style-type: none"> - aumento do número de escolas em, pelo menos, 5% em cada ano lectivo. 	<p>Cumprido. Nesta plataforma multi-stakeholder, em 2017, o número de escolas envolvidas aumentou 6,3% face ao ano lectivo anterior para as 8.318, o que corresponde a mais de metade das escolas primárias do país. O programa abrangeu 275.758 crianças, um incremento de mais de 80 mil crianças desde 2016.</p>
	<p>Na Colômbia manter o apoio ao programa “Madres Comunitarias”, apoiando duas creches comunitárias, por cada loja Ara aberta.</p>	<p>Não cumprido. Os apoios regulares de géneros alimentares foram mantidos a 262 creches comunitárias em 2016, igual número face a 2015 apesar da expansão das lojas Ara, devido a uma redefinição do programa a nível governamental. Entre 2014 e 2016, foram abrangidas pela parceria entre a Ara e o ICBF um total de 3.668 crianças. Foram oferecidos mais de 14.750 cabazes alimentares durante este período, num valor superior a 179 mil euros, o equivalente a mais de 220 toneladas de alimentos doados.</p>
	<p>Na Colômbia, alargar o envolvimento em projectos sociais como as Aldeas Infantiles SOS Colombia e com a Abaco – Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia para a doação de géneros alimentares.</p>	<p>Cumprido. O apoio ao projecto Aldeas Infantiles SOS Colombia tem sido alargado às regiões de expansão da Ara. Sendo um apoio indirecto, através do arredondamento voluntário do valor das compras dos clientes para esta causa, que superaram os 169 mil euros neste período, garantiu-se um apoio importante a crianças e jovens provenientes de milhares de famílias.</p> <p>O apoio à Abaco – Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia materializou-se na doação de mais de 352 mil em excedentes alimentares neste três anos, que se estima terem chegado a uma média mensal de mais de 590 pessoas em 2017.</p>
<p>Ser um Empregador de Referência</p>	<p>No seguimento dos compromissos assumidos no triénio anterior e mantendo-se um contexto económico difícil e muito desafiante para as famílias dos colaboradores, particularmente em Portugal e na Polónia, manter-se-á o foco estratégico:</p> <ul style="list-style-type: none"> i. na contínua melhoria das condições de trabalho dos colaboradores; ii. no suporte à qualidade de vida das nossas famílias, nas diferentes geografias onde operamos. 	<p>Cumprido. Em Portugal, foi lançado o Programa “SOS Dentista Júnior” em 2016, destinado aos filhos dos colaboradores com idades compreendidas entre os 7 e os 17 anos. Em 2017, 99 crianças concluíram os seus tratamentos. Estendeu-se também a todo o país o programa “Mais Vida”, dedicado ao apoio familiar do doente oncológico.</p> <p>Neste período foi dada continuidade a outros programas de apoio social a colaboradores em situação de vulnerabilidade como o “Mali Bohaterowie” (Pequenos-Heróis), destinado aos colaboradores na Polónia cujos filhos sofrem de problemas de saúde. Podem solicitar-se subsídios que são destinados a serviços médicos, aquisição de medicamentos, produtos para cuidados pessoais ou equipamentos de reabilitação, abrangendo 191 crianças em 2017. O Fundo de Emergência Social em Portugal tem estado disponível desde 2011 tendo apoiado, em 2017, 706 colaboradores.</p>