

# 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 a pegada de carbono do Grupo em 5% no triénio 2018-2020 (por 1.000 € de vendas), face a 2017.
	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.
	Aumentar o número de locais com certificação ambiental (25 no mínimo).

(Continua)

(Continuação)

Pilares de actuação	Compromissos 2018-2020
<b>Comprar com Responsabilidade</b>	Garantir que 80% das compras do Grupo Jerónimo Martins, de produtos alimentares, são realizadas a fornecedores locais.
	Continuar a introduzir certificados de sustentabilidade (ex. UTZ, Fairtrade, MSC, ASC, RSPO, EU Ecolabel, EU Organic Label, etc.) para pelo menos 10 produtos de Marca Própria e Percíveis.
	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 Percíveis.
	Realizar, anualmente, pelo menos 40 auditorias ambientais a prestadores de serviços.
<b>Apoiar as Comunidades Envolvedentes</b>	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 seniores 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 Colombia, e com a Abaco – Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia para a doação de géneros alimentares.
<b>Ser um Empregador de Referência</b>	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.