

### 3. Highlights

#### Promover a Saúde pela Alimentação

- As reformulações nutricionais a 93 produtos de Marca Própria, em Portugal e na Polónia, evitaram a entrada no mercado de 54 toneladas de gordura, 298 toneladas de açúcar e 74 toneladas de sal;
- A Biedronka manteve a sua oferta de novas soluções para consumidores com necessidades alimentares especiais, tendo aumentado o sortido de produtos sem glúten e sem lactose. No total, 13 novas referências chegaram ao mercado;
- Em Portugal, o Pingo Doce lançou sete referências da extensão "0% Lactose" da Pura Vida;
- Na área de Meal Solutions, sete pratos vegetarianos foram desenvolvidos, entrando na oferta regular semanal das refeições nos restaurantes Pingo Doce.

#### Respeitar o Ambiente

- O valor específico de toneladas equivalentes de carbono, por cada mil euros de vendas, diminuiu 5,8%;
- Os valores específicos dos consumos de água e de energia, por cada mil euros de vendas, diminuíram 3,5% e 10,2%, respectivamente;
- O projecto "Equipas para Gestão dos Consumos de Água e Energia" integrou a lista de seis finalistas dos "Responsible Business Awards 2015" da Ethical Corporation, na categoria de "Best Employee Engagement";
- Certificação ambiental de acordo com a norma ISO 14001:2012 de 13 dos 15 Centros de Distribuição da Biedronka;
- A loja da Biedronka em Bydgoszcz ul. Zwirki i Wigury recebeu o prémio "Edifício Mais Eficiente na Utilização de Energia" na competição "Arquitectura da Energia" da província de Kujawsko-Pomorskie;
- No âmbito da participação anual do Grupo no Carbon Disclosure Project (CDP), no segmento "Climate", o Grupo obteve uma avaliação de 98 pontos, numa escala de 0 a 100, quanto ao nível de informação divulgada. O desempenho da sua estratégia para as alterações climáticas foi classificado como B, numa escala de E a A. Estas classificações representam, desde 2012, uma evolução de 44 pontos e três níveis, respectivamente quanto à informação divulgada e ao desempenho da estratégia;
- O Grupo atribuiu o "Prémio de Investigação e Desenvolvimento Jerónimo Martins-Green Project Awards 2015" em conjunto com esta organização tendo por objectivo o reconhecimento de produtos ou processos inovadores e sustentáveis;
- A loja Pingo Doce do Parque das Nações Sul foi a primeira do Grupo a ter uma instalação frigorífica que utiliza 100% de CO<sub>2</sub> como gás refrigerante. Este gás tem o índice mais baixo de potencial de aquecimento global (GWP - Global Warming Potential =1).

#### Comprar com Responsabilidade

- As Companhias do Grupo mantiveram o compromisso de comprar, pelo menos, 80% dos produtos alimentares que comercializam a fornecedores locais;
- Em Portugal, o Pingo Doce desenvolveu, em parceria com um conjunto de produtores, um projecto de introdução de novas variedades hortofrutícolas no mercado, tais como a *courgette* redonda, a riscada e a amarela, a beringela

riscada, o pepino doce e o brócolo *bimi*, alternativas ao consumo de variedades convencionais;

- Na Polónia, a Biedronka lançou uma linha especial de variedades vegetais tradicionais polacas "Kuchnia Passionata" ("Paixão pela Cozinha") desenvolvida em cooperação com os seus fornecedores locais;
- Na avaliação anual do CDP, no segmento "Forests", na qual é feita uma análise à estratégia de combate à desflorestação, o Grupo obteve a classificação de "Gestão", nível anterior à nota máxima, tendo uma avaliação para cada *commodity* analisada (palma, soja, bovino e madeira e derivados) superior à média do sector;
- Jeronimo Martins Polska tornou-se membro da GreenPalm, uma organização que garante que o volume equivalente de óleo de palma utilizado por um produtor no desenvolvimento de uma referência é adquirido junto de fontes geridas de forma sustentável;
- A Biedronka e o Pingo Doce lançaram cinco referências com cacau certificado UTZ, um programa de certificação que promove práticas sustentáveis de produção: na Polónia, bolachas com chocolate, tiramisu e profiteroles; em Portugal, duas referências de morangos cobertos de chocolate.

### **Apoio às Comunidades Envolventes**

- Os apoios às comunidades nas zonas de influência das nossas lojas e Centros de Distribuição ascenderam a mais de 17,4 milhões de euros, representando um aumento de 9,4% face a 2014;
- A Academia do Johnson foi o novo projecto comunitário seleccionado em 2015 para um apoio institucional contínuo. Esta instituição tem como missão o combate à exclusão social e ao abandono escolar de cerca de 100 crianças e jovens de comunidades muito vulneráveis;
- A Biedronka lançou a 1.ª edição do Prémio de Literatura Infantil, com o objectivo de fazer nascer novos escritores e ilustradores de obras infantis e democratizar o acesso à leitura;
- Na Colômbia, a Ara reforçou o seu apoio ao programa "Madres Comunitarias", tendo chegado a mais 147 creches do que em 2014. Às 262 creches comunitárias foram disponibilizados regularmente géneros alimentares a cerca de 3.400 crianças.

### **Ser um Empregador de Referência**

- Foram criados 2.464 postos de trabalho, representando um crescimento líquido de 2,8% face a 2014;
- O Grupo atribuiu cerca de 66,7 milhões de euros em prémios de desempenho aos seus colaboradores;
- Em Portugal, o "Fundo de Emergência Social" (FES) apoiou 912 colaboradores, correspondendo a cerca de 2.400 medidas de apoio repartidas pelas áreas alimentar, de saúde, educação, jurídica e de orientação financeira.
- Na Polónia, deu-se início ao programa "Para a Escola com a Biedronka" através do qual os livros escolares dos filhos de colaboradores em situação de dificuldade económica foram comparticipados em 80% do seu valor, tendo sido abrangidas 2.400 crianças.
- O Grupo investiu mais de 14,8 milhões de euros em diversos programas de responsabilidade social interna no âmbito do pilar "Bem-Estar Familiar".