

2. ENVOLVIMENTO COM OS STAKEHOLDERS

Enquanto especialista alimentar, o nosso Grupo acredita na criação de valor através do diálogo regular e proactivo com os diversos *stakeholders*.

Numa óptica de melhoria contínua, aprofundamos o envolvimento com todos os *stakeholders* através de canais de comunicação específicos, procurando assegurar um maior alinhamento com as suas necessidades e expectativas.

Stakeholders	Interlocutores	Canais de Comunicação
Accionistas e investidores	Direcção de Relações com Investidores, Direcção de Comunicação e Responsabilidade Corporativas, e Comissão de Ética.	<i>Website</i> corporativo, <i>e-mail</i> , Relatório e Contas, comunicados financeiros, reuniões, conferências, <i>roadshows</i> , <i>Investor's Day</i> e Assembleias Gerais.
Organismos oficiais, entidades de supervisão e autarquias locais	Direcção de Relações com Investidores, Direcções Fiscais, Direcções Jurídicas, Direcção de Comunicação e Responsabilidade Corporativas, Direcção de Relações Institucionais e Comissão de Ética.	<i>Website</i> corporativo, <i>e-mail</i> , reuniões e correspondência.
Fornecedores, parceiros e prestadores de serviços	Direcções Comerciais, <i>Marketing</i> , Qualidade e Segurança Alimentar, Ambiente, Desenvolvimento de Marca Própria, Regionais de Operações, Técnicas, Expansão, TI e Comissão de Ética.	Portal JM Direct, visitas de acompanhamento, auditorias de qualidade e segurança alimentar, reuniões de negócios e contactos directos.
Colaboradores	Direcção de Recursos Humanos, Escola de Formação, Comissão de Ética, Direcção de Comunicação e Responsabilidade Corporativas.	Serviços de Atendimento ao Colaborador, linhas de contacto telefónico, revistas internas, <i>Intranet</i> , <i>website</i> corporativo, reuniões operacionais e de gestão, avaliação anual de desempenho, sessões de formação, estudos de clima interno e "Carta Aberta".
Clientes e consumidores	Serviço de Apoio ao Cliente, Provedoria do Cliente e Comissão de Ética.	Linhas de contacto telefónico, <i>e-mail</i> , <i>website</i> corporativo e correspondência.
Comunidades locais	Direcção de Comunicação e Responsabilidade Corporativas, Lojas, Centros de Distribuição e Comissão de Ética.	Visitas de acompanhamento, reuniões, protocolos e parcerias/mecenato.
Jornalistas	Direcção de Comunicação e Responsabilidade Corporativas e Comissão de Ética.	<i>Website</i> corporativo, comunicados de imprensa, conferências de imprensa, reuniões e Relatório e Contas.
ONG's e associações	Direcção de Comunicação e Responsabilidade Corporativas, Direcção de Relações Institucionais e Comissão de Ética.	Visitas de acompanhamento, reuniões e parcerias/mecenato.

No sentido de assegurar o cumprimento, divulgação e reforço dos Princípios de Responsabilidade Corporativa, a Comissão de Governo da Sociedade e de Responsabilidade Corporativa colabora com o Conselho de Administração, e a Comissão de Ética acompanha a divulgação bem como o cumprimento do Código de Conduta em todas as Companhias do Grupo.

As competências de cada uma destas Comissões estão desenvolvidas em www.jeronimomartins.pt, na área de "Investidor".

A rede social profissional LinkedIn tem sido um meio importante, em todas as geografias, para a atracção de colaboradores e para a divulgação de temas relevantes sobre o Grupo, entre os quais acções desenvolvidas no âmbito dos cinco pilares da Responsabilidade Corporativa. Neste contexto, ao longo de 2015, divulgaram-se 28 *posts* sobre Responsabilidade Corporativa, tendo-se verificado mais de 950 mil impressões¹. O número de seguidores da página de Jerónimo Martins nesta rede social superava os 50 mil no final do ano.

O Grupo Jerónimo Martins integra diversas organizações e iniciativas nacionais e internacionais na área da Responsabilidade Corporativa. Para mais detalhes sobre o relacionamento com *stakeholders* e sobre as organizações que o Grupo integra consulte www.jeronimomartins.pt na área de "Responsabilidade".

¹ Este indicador diz respeito ao número de vezes que cada *post* foi exibido a usuários do LinkedIn.