

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;

- No âmbito da participação anual 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.



COMPRAR COM RESPONSABILIDADE

- As Companhias do Grupo mantiveram o compromisso de comprar, pelo menos, 80% dos produtos alimentares que comercializam a 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, madeira e derivados) superior à média do sector;
- 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.



APOIAR AS 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.

