

Lisboa, 8 de Julho de 2011

Enquanto líder da Distribuição Alimentar nas geografias onde opera, o Grupo Jerónimo Martins está consciente do impacto que tem nas vidas de muitos milhões de consumidores e de dezenas de milhar de colaboradores, nos seus parceiros de negócio, nas comunidades e no meio ambiente.

Com uma história de 219 anos, o nosso Grupo teve sempre em conta o passado, o presente e o futuro, certificando-se que todas as tomadas de decisão visassem os seus impactos multidimensionais, não só a curto prazo como também a médio e longo prazo, com todos os *stakeholders* com quem o Grupo se relaciona.

No Grupo Jerónimo Martins contamos com os nossos Managers para alcançarem resultados ambiciosos a três níveis: Lucro, Pessoas e Planeta (Triple Bottom Line) e motivamo-los para esses objectivos.

Estamos determinados em alinhar os nossos mais de 60 milhares de colaboradores, nos vários níveis de Organização em Portugal e na Polónia com os princípios da Global Compact das Nações Unidas nas áreas de direitos humanos, trabalho, ambiente e combate à corrupção.

Todos os anos mantemos o nosso investimento na formação dos nossos colaboradores porque acreditamos que é apenas através da educação e de uma melhor preparação que conseguimos implementar uma filosofia de gestão que visa uma melhoria contínua de políticas e de procedimentos.

Acreditamos que o relatório COP, que submetemos à vossa consideração, será encarado como uma prova do nosso envolvimento e vontade de desempenhar um papel activo na construção de um mundo melhor.



*Pedro Soares dos Santos*  
CEO

## **Jerónimo Martins - Communication on Progress 2011**

### **Princípios de Direitos Humanos**

#### **Princípio 1: As empresas devem dar apoio e respeitar a protecção dos direitos humanos proclamados internacionalmente.**

O Grupo Jerónimo Martins respeita os Direitos Humanos, no quadro da Declaração Universal dos Direitos do Homem, assumindo a sua responsabilidade social, procurando promover a melhoria da qualidade de vida de todos aqueles com que se relaciona, entendendo que esta é uma missão que cabe a todos e, em particular, aos agentes económicos.

A missão do Grupo Jerónimo Martins é promover a eficiência em todas as áreas de negócio com vista à geração de lucros que permitam a satisfação dos legítimos interesses dos seus accionistas, assim como contribuir para o crescimento económico e o desenvolvimento sustentado das regiões onde opera. Reconhecendo o Capital Humano como o recurso mais valioso do negócio, Jerónimo Martins definiu e promove uma política de Recursos Humanos que garante aos seus colaboradores uma remuneração justa e adequada e oportunidades de realização, pessoal e profissional, num ambiente de trabalho estimulante e saudável.

### **Código de Conduta**

Jerónimo Martins formalizou um Código de Conduta que foi distribuído a, e assinado por todos os colaboradores das empresas da Distribuição e Serviços em Portugal e na Polónia. Este Código define linhas de orientação fundamentais para a execução da sua missão, tais como o cumprimento da legislação vigente, o respeito pelos princípios da não discriminação e da igualdade de oportunidades, as preocupações ambientais, a transparência nas negociações e a integridade nas relações com colaboradores, fornecedores, clientes e entidades oficiais, entre outras questões. Entendendo que estes valores devem ser por todos conhecidos de forma clara e inequívoca, todos os colaboradores que são admitidos numa das empresas do Grupo assinam o documento e têm em sua posse as linhas de orientação deste Código, que está também disponível para consulta na intranet e no *website* do Grupo.

### **Comissão de Ética**

Jerónimo Martins instituiu também, uma Comissão de Ética que, desde 2003, acompanha, com isenção e independência, a divulgação e o cumprimento do Código de Conduta do Grupo Jerónimo Martins em todas as sociedades dele integrante.

No desempenho das suas atribuições compete, em concreto, à Comissão de Ética estabelecer os canais de comunicação com os destinatários do Código de Conduta do Grupo Jerónimo Martins e recolher as informações que lhe sejam dirigidas a este propósito.

A Comissão de Ética pode submeter à Comissão de Responsabilidade Corporativa, composta por membros do Conselho de Administração de Jerónimo Martins, propostas de adopção de medidas para o mais cabal cumprimento da sua missão, incluindo a revisão de procedimentos internos, bem como propostas de alteração do Código de Conduta do Grupo Jerónimo Martins.

A partir de 2004, a Comissão de Ética de Jerónimo Martins implementou um sistema de comunicação para garantir a possibilidade de todos os seus *stakeholders*, com particular incidência nos seus colaboradores, a todos os níveis, acederem aos canais que permitem fazer chegar, aos destinatários identificados pelo Grupo, informação sobre eventuais irregularidades ocorridas no interior do mesmo, bem como quaisquer outros comentários ou sugestões que entendam fazer, em particular no que diz respeito ao cumprimento dos manuais de procedimento instituídos, especialmente do Código de Conduta.

Com este instrumento, transversal a todos os *stakeholders* do Grupo, ficaram clarificadas as linhas de orientação sobre temáticas tão diversas como o cumprimento da legislação vigente, o respeito pelos princípios da não-discriminação e da igualdade de oportunidades, as preocupações ambientais, a transparência nas negociações e a integridade nas relações com fornecedores, clientes e entidades oficiais, entre outras.

A Comissão de Ética fez divulgar, junto de todos os colaboradores do Grupo, os meios ao dispor destes para que, se necessário, comuniquem com este órgão. Tal é facilitado através: i. do envio de carta de remessa livre ou ii. da utilização de correio electrónico interno ou externo com endereço dedicado. Os interessados poderão ainda solicitar, ao respectivo Director-Geral, ao Director de Recursos Humanos ou ao Director Funcional, os esclarecimentos necessários sobre as normas em vigor e a sua aplicação ou darem-lhes conhecimento de qualquer situação que as possa pôr em causa.

Foram também implementados os seguintes mecanismos que visam uma resposta mais eficaz às questões laborais, entre os outros, às questões relacionadas com o respeito dos direitos humanos dentro das Companhias, tal em Portugal, como na Polónia.

Em Portugal, a área de Relações Laborais, lançou em Setembro de 2010 o projecto “Entre Nós – Serviço de Atendimento ao Colaborador”, destinado às áreas de Distribuição e dos Serviços. O serviço garante confidencialidade, credibilidade e disponibilidade e pode ser contactado através do correio electrónico, endereço postal ou telefone.

Até 31 de Dezembro, 349 colaboradores já haviam contactado o “Entre Nós”, maioritariamente com dúvidas laborais e pedidos de esclarecimento (44%) e de apoio social (15%). De todas as ocorrências, 52% foram resolvidas de forma imediata. O telefone foi o meio preferencial de contacto (75%).

Em 2007, a Biedronka definiu na sua estrutura o cargo de Director de Relações Laborais para dar uma melhor resposta e, acompanhar e desenvolver, mais eficazmente, as questões nesta área. Os colaboradores têm, também, à sua disposição a linha telefónica de apoio (Gabinete de Apoio ao Colaborador) pela qual podem, anonimamente, apresentar *reports* a fim de evitar qualquer irregularidade ou apresentação de reclamações, assim como sugerir ideias, fazer perguntas relacionadas com o seu trabalho, solicitar apoio financeiro, etc. Cada report é verificado individualmente e os colaboradores (a menos que apresentem um report anónimo) recebem *feedback* sobre os resultados da investigação e as medidas tomadas.

Em 2010, foram preenchidos mais de 1,3 mil *reports*, enquanto em 2009 este número só atingiu os 839 e em 2008, os 521. O aumento dos números não revela, no entanto, um aumento de incidentes – apenas que são direccionadas para este canal, cada vez mais questões relacionadas com a área de Recursos Humanos, o que é largamente incentivado pela Companhia. Aliás, é de destacar que 90% das questões colocadas estavam relacionadas com matérias do foro laboral.



Independentemente do canal de comunicação escolhido, será assegurado o anonimato de todos os que o pretendam.

No caso da Indústria, o Código de Princípios de Negócio é distribuído a todos os colaboradores, é afixado nos “placards” de informação e é ainda disponibilizado na Intranet. São, também, organizadas sessões de esclarecimento de dúvidas. Os *Managers* da Companhia assinam um protocolo, confirmando conhecer o Código e não terem dúvidas em relação à sua aplicação e aos meios ao seu dispor para participar eventuais incumprimentos/infracções.



**Princípio 2: As empresas devem certificar-se de que não são cúmplices de abusos dos direitos humanos.**

O Grupo Jerónimo Martins selecciona os seus parceiros de negócio, procurando relacionar-se com entidades que partilhem o mesmo quadro de princípios éticos por si seguidos. Para tal implementou um Código de Conduta dos Fornecedores do Grupo que pretende procurar parceiros comerciais que partilhem o mesmo quadro de princípios éticos seguidos pelo Grupo, designadamente nas áreas: Respeito pela Lei; Protecção Ambiental; Qualidade e Segurança dos Produtos e Direitos Humanos.

A selecção de fornecedores e demais parceiros comerciais é realizada de forma imparcial, de acordo com critérios que se baseiam na qualidade e segurança dos produtos fornecidos ou serviços prestados, nas capacidades de inovação, de abastecimento, de performance, de confiança, de continuidade e de sustentabilidade ao longo do tempo, apresentadas pelo fornecedor ou parceiro comercial. Essa selecção encontra suporte em vários princípios, um dos quais relacionados com os Direitos Humanos.

Os fornecedores e demais parceiros comerciais do Grupo Jerónimo Martins cumprem a legislação laboral existente nos países onde operam e garantem em toda e qualquer situação que, na produção e fabrico dos produtos por si comercializados ou nos serviços por si prestados, não recorrem:

- a) a qualquer forma de trabalho forçado, incluindo aquele que envolve a aplicação de castigos corporais, de coacção física ou de coacção moral;
- b) a trabalho infantil, tal como definido pela Organização Internacional de Trabalho.

A divulgação do Código de Conduta dos Fornecedores do Grupo Jerónimo Martins foi realizada, a partir de 2006/2007 pelos gestores comerciais às suas equipas, por meio de reuniões com leitura e esclarecimento de dúvidas, garantindo, assim, a sua partilha efectiva ao nível da Organização. Todos os contratos assinados por fornecedores de produtos incluem a assinatura do Código de Conduta dos Fornecedores.

## Princípios do Trabalho

### **Princípio 3: As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efectivo do direito à negociação colectiva.**

O Grupo Jerónimo Martins respeita o direito à livre associação sindical por parte dos colaboradores que, nas diversas Companhias, são representados por sindicatos e de liberdade de associação e representação sindical.

Conforme referido no Código de Conduta, o Grupo Jerónimo Martins “adopta um processo de recrutamento que atende às qualificações e aptidões necessárias à função a executar, não sendo utilizada nenhuma prática discriminatória baseada, designadamente, em razões de (...) convicções políticas e ideológicas e filiação sindical.”

As empresas do Grupo Jerónimo Martins estão empenhadas em “garantir aos seus colaboradores um ambiente de trabalho são, uma remuneração justa e uma evolução pessoal e profissional baseada no mérito, nas qualificações e na igualdade de oportunidades, independentemente das suas (...) convicções políticas ou ideológicas e filiação sindical”.

As companhias reúnem periodicamente com os Sindicatos / Comissões de Trabalhadores para discussão de questões de natureza laboral. O Grupo Jerónimo Martins tem contribuído para a actualização de políticas de contratação colectiva para o sector e para a actualização da legislação laboral. Deste modo, através do trabalho desenvolvido em conjunto com entidades como a APED - Associação Portuguesa das Empresas de Distribuição, o Grupo tem participado na apresentação de propostas para a melhoria e modernização da contratação colectiva para o sector e na definição dos termos e condições de inquéritos salariais nesta área de actuação.

Tanto na Polónia, como em Portugal, a área de Relações Laborais foi um meio de comunicação privilegiado entre os colaboradores, a Direcção de Recursos Humanos e a Direcção Executiva, tendo em vista a manutenção da estabilidade do clima social da Companhia.

Na Polónia, três organizações de empregados funcionam dentro da Companhia, nomeadamente o Fórum dos Colaboradores (9 membros que representam as regiões operacionais e a Sede) e dois Sindicatos (com cerca de 1200 membros).

A Biedronka, que emprega mais de 30.000 pessoas na Polónia, acredita no diálogo com os funcionários e atribui igualmente grande importância ao diálogo com os sindicatos, mantendo reuniões regulares com os seus representantes. Em 2010, por exemplo, o *Employee Relations Office* organizou e realizou quatro reuniões com o Fórum dos Colaboradores, assim como seis reuniões individuais com representantes de sindicatos. Nestas reuniões são discutidas as actividades do empregador, bem como quaisquer alterações relativas ao nível de empregabilidade dentro da empresa e sua situação económica.

Além disso, os representantes das três organizações de trabalhadores participam no chamado *Social Committee*, que toma decisões sobre programas sociais de apoio aos trabalhadores. O *Social Committee* reuniu 12 vezes ao longo do ano de 2010.

Fora das reuniões, os funcionários do *Employee Relations Office* estão disponíveis para os representantes das organizações dos trabalhadores, tendo em média 50 a 75 conversas telefónicas por semana com representantes dos sindicatos.

Na Biedronka, todas as decisões relativas à distribuição dos recursos do *Corporate Social Aid Fund*, são tomadas em conjunto com os representantes sindicais.

No caso da Indústria, mantiveram-se contactos e parcerias, com a Autoridade para as Condições do Trabalho e Associações Sindicais / Comissões de Trabalhadores para discussão de trabalhos sobre a Contratação Colectiva, e melhoria e adequação das condições de trabalho.

Os fornecedores e demais parceiros comerciais do Grupo Jerónimo Martins reconhecem as diversas formas de liberdade de associação dos seus trabalhadores, nomeadamente as de carácter profissional, lúdico e sócio-cultural, como expressão dos princípios de responsabilidade, de solidariedade, de comunhão de objectivos e interesses, de espírito comunitário e de entreaajuda próprios da natureza humana e garantem a existência de condições para o seu livre exercício pelos seus trabalhadores ou colaboradores.



#### **Princípio 4: A eliminação de todas as formas de trabalho forçado e compulsivo.**

O Grupo Jerónimo Martins não compactua nem admite na sua actividade qualquer situação que envolva trabalho forçado e não estabelece relações comerciais com organizações ou fornecedores que o façam. Está empenhado em garantir aos seus colaboradores um ambiente de trabalho são e uma remuneração justa e adequada, de forma a promover a sua motivação pelo trabalho e um sentimento de realização pessoal e profissional. Dos seus colaboradores, o Grupo espera um elevado nível de integridade moral, lealdade e uma conduta ética rigorosa em todas as áreas de actuação.

#### **Elaboração de Horários de Trabalho**

Os horários de trabalho são elaborados de acordo com a legislação em vigor, com respeito pelos limites máximos e mínimos, por forma a proporcionar aos trabalhadores os intervalos necessários à sua recuperação física, mental e social.

Em 2010 mantiveram-se as auditorias às lojas para verificação do cumprimento das normas estipuladas para os horários de trabalho, bem como de outros normativos relativos à área de Recursos Humanos.

Além disso, neste momento, está a ser estudada a viabilidade da implementação de uma solução informática que auxilie as equipas de gestão de loja na gestão, elaboração e planeamento dos horários de trabalho das equipas tendo em conta os normativos legais, bem como os constrangimentos operacionais.

Em Portugal e na Polónia, as companhias são continuamente inspeccionadas por entidades competentes no controlo das questões associadas à legislação laboral e ao cumprimento da mesma.

#### **Formação em Legislação Laboral**

Para garantir a transmissão das Políticas e Práticas de Recursos Humanos pelas quais toda a organização deve reger-se, por forma de assegurar que não ocorre qualquer tipo de abusos em relação a trabalho forçado e compulsivo, a Escola de Formação Jerónimo Martins realiza acções direccionadas para chefias e respectivas equipas de gestão administrativa e Recursos Humanos, que, de modo sistemático e organizado, promovem o desenvolvimento dos colaboradores nesta área.

Em 2010, foram organizadas acções de formação para 1.645 formandos sobre gestão de equipas, procedimentos e boas práticas na gestão diária dos recursos humanos, o que se traduziu num volume de 10.403 horas de formação. As acções de formação sobre “Horários de Trabalho”, abrangeram 473 formandos, traduzindo-se num volume de 3.863 horas de formação.

Anualmente, e por força da entrada em vigor de novos imperativos legais, tem havido o cuidado de, por um lado, actualizar os conteúdos programáticos dos cursos existentes nesta área, e, por outro, assegurar a formação das equipas de trabalho. Em 2010, 340 formandos participaram em acções de formação sobre “Legislação Laboral”, correspondendo a um volume de 3.118 horas de formação.

Os fornecedores e demais parceiros comerciais do Grupo Jerónimo Martins cumprem a legislação laboral existente nos países onde operam e garantem em todo e qualquer situação

que, na produção e fabrico dos produtos por si comercializados ou nos serviços por si prestados, não recorrem a qualquer forma de trabalho forçado, incluindo aquele que envolve a aplicação de castigos corporais, de coacção física e de coacção moral.

### **Princípio 5: A abolição efectiva do trabalho infantil.**

Jerónimo Martins não compactua nem admite na sua actividade qualquer situação que envolva a exploração de trabalho infantil ou de jovens com idade inferior ao limite legal estabelecido por lei. Procurando relacionar-se com entidades que partilhem o mesmo quadro de princípios éticos por si seguidos, selecciona os seus parceiros de negócio não estabelecendo ligações comerciais com organizações ou fornecedores que adoptem qualquer forma de trabalho infantil.

Não fazem parte dos quadros do Grupo Jerónimo Martins colaboradores com idade inferior a 16 anos. É requisito obrigatório para a admissão a idade mínima de 16 anos, bem como a escolaridade mínima obrigatória - 9º Ano. Dos contratos de trabalho celebrados com menores de idade - entre os 16 e 18 anos - deverá sempre constar uma declaração que expressa o consentimento dos seus representantes legais relativamente ao desempenho profissional. Acrescente-se ainda que só há lugar a este tipo de admissão quando o contrato é celebrado por um período coincidente com o das férias escolares do colaborador. A 31 de Dezembro de 2010, apenas 9 jovens entre os 16 e os 18 anos mantinham contrato de trabalho.

Na Polónia, a Companhia só admite pessoas com mais de 18 anos. Só quando expressamente solicitada para estágios vocacionais, por um número limite de horas, são abertas excepções.

### **Promoção de parcerias com o meio académico**

O Grupo Jerónimo Martins tem parceria com algumas entidades de ensino público e privado com vista à admissão de jovens na vida activa que se encontram a concluir o 9º, 12º, Bacharelatos ou Licenciaturas. Neste contexto, são concedidos estágios a vários níveis e áreas da organização, os quais representam uma formação pré-laboral em contexto real de trabalho e proporcionam uma preparação para o mercado. Em 2010 e considerando todas as empresas do Grupo, foram promovidos 101 estágios curriculares.

Todos os contratos assinados por fornecedores de produtos contêm a assinatura do Código de Conduta dos Fornecedores do Grupo Jerónimo Martins, onde se encontra estipulado que "Os fornecedores e demais parceiros comerciais do Grupo Jerónimo Martins cumprem a legislação laboral existente nos países onde operam e garantem em toda e qualquer situação que, na produção e fabrico dos produtos por si comercializados ou nos serviços por si prestados, não recorrem a trabalho infantil, tal como definido pela Organização Internacional do Trabalho".



## **Princípio 6: A eliminação da discriminação com relação a emprego e profissão.**

Jerónimo Martins quer continuar a ser um empregador de referência nos sectores e nas geografias onde actua, designadamente pela promoção de políticas salariais justas e equilibradas que traduzam o compromisso do Grupo para com os seus colaboradores e incentivem a motivação para a criação de valor. Ao concentrar um elevado volume de emprego directo e indirecto, designadamente pela relevância do seu impacte também na actividade produtiva dos países onde está presente, o Grupo Jerónimo Martins está consciente do seu papel enquanto agente promotor da qualidade de vida das comunidades e dinamizador das economias locais.

O Grupo e os seus colaboradores têm plena consciência da sua responsabilidade social e respeitam os preceitos legais vigentes, zelando, em particular, pela observância das condições inerentes ao trabalho de menores, de colaboradores deficientes ou com capacidade de trabalho reduzida e à protecção da maternidade.

O Grupo adopta um processo de recrutamento que atende às qualificações e aptidões necessárias à função a executar, não sendo utilizada nenhuma prática discriminatória baseada, designadamente, em razões de ascendência, sexo, religião, idade, estado civil, situação familiar, nacionalidade, origem étnica, deficiência, convicções políticas ou ideológicas e filiação sindical.

2010 foi mais um ano de consolidação das boas práticas de Recursos Humanos em todas as Companhias do Grupo, que se têm traduzido em medidas concretas:

- oportunidades de emprego para pessoas com idade superior ou igual a 50 anos. Assim, em 2010, as empresas da Distribuição e Serviços Portugal admitiram 222 colaboradores com 50 anos ou mais, maioritariamente integrados na Companhia Pingo Doce. A 31 de Dezembro de 2010, estas mesmas empresas contavam com um total de 4.441 colaboradores com mais de 45 anos, inclusive. "
- recrutamento de colaboradores com deficiência. A 31 de Dezembro de 2010, as Companhias da Distribuição e Serviços em Portugal contavam com um total de 97 colaboradores com algum tipo de deficiência. Em 2010, foram admitidas 4 pessoas portadoras de alguma deficiência (2009: 2 admissões; 2008: 14 admissões).

### **Formação em “Cidadania e Igualdade de Oportunidades”**

Em 2010, foram envolvidos 52 Colaboradores em formação de “Cidadania e Igualdade de Oportunidades”, que foram seleccionados enquanto públicos estratégicos dos quais poderão ser expectáveis efeitos multiplicadores. Tratam-se sobretudo de formadores internos e outros cuja função tem um forte impacto na mudança de comportamentos dos restantes Colaboradores. Este esforço formativo representou um volume de formação de 1.232 horas de formação.

Também em 2010, manteve-se a aposta clara na formação, no desenvolvimento de carreiras, na revisão salarial e na atribuição de prémios de *performance*.

100% das contratações e das promoções (recrutamento externo e interno) são realizadas com base no mérito e no resultado da avaliação de desempenho, atendendo à qualificação,

desempenho profissional ou antiguidade. Para a Avaliação de Desempenho são excluídas todas as formas de discriminação / favoritismo que não sejam baseadas em critérios claros e definidos objectivamente e existem, para o efeito, formulários de definição de objectivos e avaliação. Estão formalmente instituídos no Grupo e são preenchidos pelos colaboradores nas diferentes unidades de negócio, respeitando os pressupostos da política de avaliação de desempenho em vigor como garante de um processo justo e equitativo.

## **Na Indústria**

Em 2010, numa óptica de diversidade e inclusão, a Companhia ULJM lançou as seguintes iniciativas:

- *Mentoring*: para *Managers* femininos de potencial, no sentido de maximizar as suas possibilidades de progressão na empresa;
- *Agile Working Pilot*: permite que cada colaborador seja responsável por gerir o seu processo de trabalho, nomeadamente os horários, entre outros pontos;
- Estágios para pessoas deficientes.

Os fornecedores e demais parceiros comerciais do Grupo Jerónimo Martins empenham-se em não utilizar qualquer prática discriminatória baseada, entre outras, em razões de ascendência, sexo, religião, estado civil, situação familiar, idade, nacionalidade, origem étnica, deficiência, convicções políticas ou ideológicas e filiação sindical, nas relações com os seus colaboradores ou trabalhadores garantindo, designadamente, que:

- a) Todo o processo de recrutamento atende a critérios objectivos, designadamente às qualificações e aptidões necessárias à função a executar, em detrimento de critérios discriminatórios;
- b) A remuneração, a evolução pessoal e profissional são baseadas no mérito, nas qualificações e na igualdade de oportunidades, independentemente de qualquer critério discriminatório.

Os fornecedores e demais parceiros comerciais do Grupo Jerónimo Martins garantem que todos os seus colaboradores ou trabalhadores recebem uma justa remuneração e beneficiam do sistema de protecção social, em vigor no país onde operam. Asseguram ainda que os horários de trabalho praticados pelos seus trabalhadores ou colaboradores não excedem os limites fixados na respectiva legislação ou, caso esta não exista, não ultrapassam as 60 horas semanais, devendo os fornecedores e demais parceiros comerciais do Grupo Jerónimo Martins remunerar os seus trabalhadores ou colaboradores pelo trabalho suplementar prestado.

## **Princípios Ambientais**

### **Princípio 7: As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais.**

Jerónimo Martins considera que dadas a sua dimensão e as parcerias que desenvolve pode contribuir para ligar eficazmente a oferta e a procura e estabelecer cadeias de abastecimento promotoras de práticas de produção e consumo sustentáveis.

O Grupo preocupa-se preventivamente com a preservação do Ambiente e, por isso, há largos anos que adopta comportamentos pró-activos nesta área, considerando-a fundamental para garantir o sucesso sustentado dos seus negócios e o crescimento das suas Companhias.

## **Política Ambiental**

A Política Ambiental de Jerónimo Martins visa melhorar o desempenho ambiental das actividades, produtos e serviços das Companhias do Grupo. Através dela, Jerónimo Martins procura fomentar a adopção de boas práticas ambientais por parte dos seus colaboradores e fornecedores e responder às legítimas preocupações dos seus consumidores e parceiros de negócio, no rigoroso cumprimento da legislação em vigor.

Esta Política Ambiental é implementada através dos Sistemas de Gestão Ambiental das Companhias da Distribuição e da Indústria, os quais, baseados nos princípios e requisitos da norma ISO 14001, asseguram a actualização da legislação ambiental aplicável, a realização de diagnósticos e auditorias ambientais às unidades de negócio e a monitorização dos aspectos ambientais.

## **Alterações Climáticas**

O Grupo considera o combate ao fenómeno das alterações climáticas como parte da responsabilidade social dos agentes económicos. As Companhias de Jerónimo Martins apostam na adopção de um comportamento responsável e pró-activo na implementação de acções que contribuam para a redução dos consumos energéticos e para a minimização da emissão de gases com efeito de estufa, de que são exemplos as medidas de racionalização de consumo de energia.



Foi determinada a pegada de carbono das diferentes actividades de Jerónimo Martins nos seus três níveis: impactes directos, indirectos e de terceiros ao serviço de Jerónimo Martins. Como efeito, a pegada de carbono de Jerónimo Martins possui a seguinte estrutura:

<b>Pegada de Carbono * – Indicadores</b>	<b>Valor em 2010 (t CO<sub>2</sub> eq.)</b>
Pegada de Carbono Global (âmbitos 1 e 2)	
• Distribuição, Portugal	387.681
• Distribuição, Polónia	370.776
• Indústria	16.803
Pegada de Carbono (âmbito 1 - impactes directos)	
• Fugas de gases refrigerantes	222.312
• Consumo de combustíveis	36.825
• Frota de ligeiros	14.937
Pegada de Carbono (âmbito 2 - impactes indirectos)	
• Consumo de electricidade	502.933
Pegada de Carbono (âmbito 3 - outros impactes indirectos)	
• Transporte de mercadorias para as lojas (Distribuição)	125.273
• Deposição de resíduos em aterro	43.340
• Viagens de avião de colaboradores	8.854

- Limitações do cálculo - não foram incluídas as emissões respeitantes à área de Serviços de Marketing, Representações e Restauração (estima-se que represente menos de 1% do total das emissões) e as resultantes do aquecimento fornecido por entidades externas no caso das lojas na Polónia (não tem sido possível obter esta informação dos fornecedores).

<b>Distribuição Portugal</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>Δ 10/09</b>
<b>Consumo de energia nas Lojas</b> Emissões de CO <sub>2</sub> equivalente por volume de vendas (t CO <sub>2</sub> eq. / mil €)	0,054	0,059	-8,5%
<b>Consumo de energia nos Centros de Distribuição</b> Emissões de CO <sub>2</sub> equivalente por milhares de caixas movimentadas (t CO <sub>2</sub> eq. /UMC'000)	0,057	0,061	-6,6%
<b>Transporte em veículos pesados (Centros de Distribuição - lojas)</b> Emissões de CO <sub>2</sub> equivalente por quilómetros percorridos (t CO <sub>2</sub> eq. / mil km) Obs.: Esta frota garantiu, em 2010, 80% das distâncias percorridas.	0,992	0,975	+1,7%
<b>Frota de ligeiros</b> Emissões de CO <sub>2</sub> equivalente (t CO <sub>2</sub> eq.)	6.155	5.980	+2,9%
<b>Fugas de gases refrigerantes</b> Emissões de CO <sub>2</sub> equivalente (t CO <sub>2</sub> eq.)	160.440	-	-
<b>Redução das emissões de CO<sub>2</sub> devido à utilização de energias renováveis</b> Emissões de CO <sub>2</sub> equivalente evitadas (t CO <sub>2</sub> eq.)	90,5	85,0	+6,5%
<b>Emissões de CO<sub>2</sub> evitadas devido ao projecto de "backhauling"</b> Emissões de CO <sub>2</sub> equivalente evitadas (t CO <sub>2</sub> eq.)	4.336	4.075	+6,4%

<b>Indústria Portugal</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>Δ 10/09</b>
<b>Consumo de energia</b> Emissões de CO <sub>2</sub> equivalente por unidade de produto produzida (t CO <sub>2</sub> eq. / t)	0,109	0,105	+3,8%
<b>Fugas de gases refrigerantes</b> Emissões de CO <sub>2</sub> equivalente (t CO <sub>2</sub> eq.)	218	-	-
<b>Frota de ligeiros</b> Emissões de CO <sub>2</sub> equivalente (t CO <sub>2</sub> eq.)	3.191	-	-

Distribuição Polónia	2010	2009	Δ 10/09
<b>Consumo de energia nas Lojas</b> Emissões de CO <sub>2</sub> equivalente por volume de vendas (t CO <sub>2</sub> eq. /mil €)	0,059	0,057	+3,5%
<b>Consumo de energia nos Centros de Distribuição</b> Emissões de CO <sub>2</sub> equivalente por milhares de caixas movimentadas (t CO <sub>2</sub> eq. /UMC'000)	0,027	0,037	-27,0%
<b>Transporte em veículos pesados (Centros de Distribuição – lojas)</b> Emissões de CO <sub>2</sub> equivalente por quilómetros percorridos (t CO <sub>2</sub> eq/mil km) Obs.: Esta frota garantiu, em 2009, 100% das distâncias percorridas.	0,866	0,922	-6,1%
<b>Frota de ligeiros</b> Emissões de CO <sub>2</sub> equivalente (t CO <sub>2</sub> eq.)	5.591	5.947	-6,0%
<b>Fugas de gases refrigerantes</b> Emissões de CO <sub>2</sub> equivalente (t CO <sub>2</sub> eq.)	61.654	-	-

Nota: os valores apresentados tiveram em conta factores de emissão definidos pelo IPCC – *Intergovernmental Panel on Climate Change* (combustíveis, gases refrigerantes e resíduos), pela Agência Internacional de Energia (electricidade) e pela Agência Europeia do Ambiente (viagens aéreas).

## Resíduos

Jerónimo Martins aposta na prevenção, minimização e valorização dos resíduos gerados, não só pela sua actividade, mas também ajudando os seus consumidores nesta tarefa. Assim, destacam-se os seguintes projectos em 2010:

- Implementação do projecto “Oleões”, uma iniciativa que visa a recolha selectiva de óleos alimentares usados por clientes para produção de biodiesel, abrangeu 245 lojas Pingo Doce. Foram recolhidas 358 toneladas de resíduo, o que permitiu evitar a emissão de 1.090 toneladas de CO<sub>2</sub> provenientes da utilização de combustíveis fósseis;
- Instalação de ecopontos nos estabelecimentos Pingo Doce. No seguimento desta acção, foram instalados, em 2010, ecopontos desenvolvidos exclusivamente para a Companhia, para recolha diferenciada de pequenos equipamentos eléctricos e electrónicos (175 lojas), lâmpadas (46 lojas), tinteiros (46 lojas), pilhas (175 lojas);
- Recolha selectiva da fracção orgânica para valorização (compostagem e digestão anaeróbia) em 120 lojas Pingo Doce e Recheio e a totalidade das lojas Biedronka, num total de 24.937 toneladas, o que representa um aumento de 86% face a 2009;
- Colaboração com as entidades gestoras de resíduos na prossecução de metas nacionais, tendo sido recolhidas e enviadas para valorização 33 toneladas de pilhas usadas (aumentou 83%, quando comparado com 2009) e 150 toneladas de resíduos de equipamentos eléctricos e electrónicos (diminuiu 19%, face às quantidades de 2009);
- Recolha e envio para valorização, na Biedronka, de 15,5 toneladas de pilhas usadas e 135 toneladas de resíduos de equipamentos eléctricos e electrónicos, o que representa um aumento de 50% e 2.000%, respectivamente, face às quantidades de 2009;
- Início da recolha selectiva e encaminhamento para valorização orgânica de resíduos biodegradáveis de cozinhas e jardins na Fima, num total de 80 toneladas/ano;



- Instalação, na Olá, de secadores de mãos baseados numa nova tecnologia, eliminando o uso de papel (3.000 kg/ano) e resíduos associados, representando um menor consumo energético face aos secadores tradicionais.

Total de resíduos de embalagem (cartão e plástico) encaminhados para valorização (em toneladas)

Distribuição	2010	2009	Δ 10/09
Portugal	29.849	27.989	+6,6%
Polónia	92.080	75.420	+22,1%
Total	122.929	103.409	+18,9%

A abertura de novas lojas, aliada à forte sensibilização e empenho de todos os colaboradores de Jerónimo Martins, contribuíram para o aumento da quantidade de resíduos encaminhados para valorização.

Indústria	2010	2009	Δ 10/09
Quantidade de resíduos por unidade de produto produzida (t/t)	0,0335	0,0281	+19,2%
Total de resíduos encaminhados para valorização (t)	3.664	3.720	-1,5%
Taxa de valorização de resíduos	75,3%	86,6%	-11,3p.p

As evoluções constatadas na Indústria deveram-se sobretudo a situações pontuais não relacionadas com o processo produtivo (por exemplo, obras e remodelações).

### **Critérios ambientais na construção e remodelação de unidades na Distribuição**

Com o objectivo de minimizar os impactes ambientais nas fases de construção e utilização de edifícios, todos os projectos de construção ou remodelação de unidades da Distribuição em Portugal estão sujeitos a critérios ambientais, documentados em norma técnica, a qual será revista no início de 2011. De salientar que, em 2010, nas lojas Pingo Doce, foram reforçados os cuidados com a escolha dos isolamentos térmicos de paramentos verticais e coberturas, a colocação de sistemas de ensombramento e o aumento de iluminação natural (clarabóias), sempre que possível. Adicionalmente, no Pingo Doce, quando ocorrem remodelações é dada prioridade a opções que evitam a produção de resíduos de demolições, como aconteceu na recuperação da fachada da loja Pingo Doce da Régua.

Nas remodelações de lojas Biedronka, na Polónia, para além dos requisitos legais, tem sido reforçado o investimento para racionalização dos consumos de energia nomeadamente em iluminação, aquecimento, ventilação e equipamento consumidor de electricidade. Em 2010, é de destacar o desenvolvimento de norma técnica para escolha e instalação de isolamento térmico que vai para além dos requisitos legais.

### **Biodiversidade**

Reconhecendo a importância da Biodiversidade para a sustentabilidade das comunidades onde desenvolve as suas actividades, Jerónimo Martins contribui para a protecção da mesma a nível local, nacional e global. Neste âmbito, levou a cabo um processo de avaliação das principais

ameaças e oportunidades de melhoria no que respeita às suas actividades e dos seus fornecedores, seguindo a metodologia Ecosystem Services Review (ESR) proposta pelo World Research Institute (WRI). Do ponto de vista de operacionalização da Biodiversidade em Jerónimo Martins, começou por ser estabelecida uma Política de Compras Sustentáveis, estando vários projectos a ser iniciados e definidos, numa perspectiva de negócio e de relação com a sociedade e com o Ambiente, nas áreas definidas como prioritárias pela Organização das Nações Unidas (ONU): escassez de água; alterações climáticas; alterações nos habitats; perda de Biodiversidade e espécies invasoras; exploração excessiva de oceanos; sobrecarga de nutrientes. Esta parte da biodiversidade deveria estar mais bem especificada.

## **Princípio 8: Realizar iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental.**

Jerónimo Martins promove a adopção de boas práticas ambientais por colaboradores e fornecedores e a satisfação das preocupações ambientais dos clientes.

### **Certificação Ambiental**

A nível da Distribuição em Portugal, os Centros de Distribuição de Azambuja, Vila do Conde e Guardedeiras mantiveram, em 2010, a certificação segundo a norma NP EN – ISO 14001:2004 para o seu sistema de Gestão Ambiental. Também as Companhias da área da Indústria conservaram a sua certificação ambiental, de acordo com a Norma NP EN ISO 14001:2004.

### **Água**

A gestão do consumo de água reveste-se da máxima importância, pelo que são continuamente desenvolvidas acções que permitam minimizar o desperdício e aumentar a eficiência da utilização deste recurso natural. Em 2010, evidenciam-se as seguintes:

- Planeamento e lançamento do projecto “Equipas para Gestão dos Consumos de Água e Energia” nas empresas da Distribuição em Portugal que, mediante o lançamento de desafios mensais, permitirá às equipas de loja reforçarem a adopção de boas práticas ambientais, visando a eliminação do desperdício. Para 2011, prevê-se a redução dos consumos de água em 2%.

Os indicadores de consumo de água apresentados abrangem 79% das unidades em Portugal e 96% na Polónia.

#### **Lojas – Consumo de água por área de venda (m<sup>3</sup>/m<sup>2</sup>)**

Distribuição	2010	2009	Δ 10/09
Portugal	2,60	2,69	-3,3%
Polónia	0,65	0,70	-7,1%

#### **Centros de Distribuição – Consumo de água por milhares de caixas movimentadas (m<sup>3</sup>/UMC'000\*)**

Distribuição	2010	2009	Δ 10/09
Portugal	0,82	0,71	+15,5%
Polónia	0,07	0,10	-30,0%

(\*) UMC'000 – milhares de Unidade de Medida de Compra.

No caso da Distribuição, os indicadores específicos para o consumo de água espelham os resultados dos investimentos realizados e das boas práticas implementadas. Exceptuam-se os Centros de Distribuição em Portugal, onde têm sido reforçados processos consumidores de água, de forma a dar resposta ao crescimento do número de lojas e novos projectos nas áreas de perecíveis.



Indústria	2010	2009	Δ 10/09
Consumo Global de água (mil m <sup>3</sup> )	326,3	317,5	+2,8%
Consumo de água por unidade de produto produzida (m <sup>3</sup> /t)	2,25	2,08	+8,2%

O aumento do consumo de água na Indústria ficou a dever-se não só a um acréscimo da sua incorporação nas composições como também à necessidade decorrente do incremento da frequência de lavagem dos equipamentos industriais para garantir os padrões de qualidade especificados (Fima), bem como a uma redução do volume de produção (Lever), o que se reflectiu no consumo específico de água.

## Energia

No ano de 2010, as empresas de Jerónimo Martins desenvolveram várias acções que visaram operacionalizar o compromisso de combate ao fenómeno das alterações climáticas e reforçar a racionalização dos consumos de energia. Destacam-se as seguintes:

- Planeamento e lançamento do já atrás referido projecto “Equipas para Gestão dos Consumos de Água e Energia” nas empresas da Distribuição em Portugal. Para 2011, prevê-se a redução dos consumos de energia em 2%;
- Início da instalação de tecnologia LED (*Light Emitting Diode*) nos móveis e arcas de frio nas lojas Pingo Doce, permitindo uma poupança de energia de cerca de 55% do consumo para iluminação;
- Início da instalação de iluminação LED nos parques de estacionamento e no interior de lojas Recheio e Pingo Doce, bem como no interior de 3 lojas Recheio, estando estimada uma poupança de energia de 50 a 75% (exterior) e 27% (interior);
- Instalação de arcas de congelados com compressor de velocidade variável, descongelamento automática e iluminação por LED, o que permite reduzir os consumos de electricidade deste tipo de equipamento em 30% a 40%, em 1 loja Pingo Doce e 5 lojas Recheio;
- Utilização de sistema de gestão técnica centralizada para optimização e controlo dos consumos de electricidade, abrangendo actualmente 6 lojas Recheio e 12 lojas Pingo Doce, o que representa 4,8% do total do parque de lojas em Portugal;
- Análise exaustiva dos parâmetros de funcionamento da instalação frigorífica no Centro de Distribuição de Azambuja, após a construção de uma nova central de frio industrial, concluída em 2009. Como resultado, foram introduzidas alterações que permitiram uma redução dos consumos superior a 1.000 MWh/ano;
- Instalação de cerca de 300 mil lâmpadas fluorescentes em lojas Biedronka, com redução dos consumos de energia;
- Instalação de transformadores em 200 lojas Biedronka, originando uma redução do consumo de electricidade na iluminação;
- Instalação de sistema que procede ao aproveitamento do calor do ar ventilado, a partir de tubos colocados no solo para o funcionamento do equipamento de ar condicionado nas lojas Biedronka de Bydgoszcz e Óswięcim (à semelhança do projecto da loja de Lubin);
- Desenvolvimento de novo processo de manutenção preventiva a nível de equipamento de frio das lojas Biedronka, aumentando a eficiência de refrigeração e diminuindo o consumo de energia;
- Implementação de diversos projectos, na área energética da Fima, relacionados com as centrais de Ar Comprimido e de Amoníaco e a redução de consumo de vapor;
- Aposta na tecnologia para melhorar o controlo dos equipamentos com maiores consumos de energia, na Olá, destacando-se, pelo impacte energético, a instalação de arrancadores



suaves em motores eléctricos de compressores de amoníaco. Prevê-se a economia de 225 MWh/ano;

- Intensificação das actividades de substituição e melhoria de isolamentos térmicos de tubagens de fluidos de processo na Olá, sendo o maior impacto de poupança energética ao nível do circuito de refrigeração de 201 MWh/ano;
- Melhoria do programa de eliminação das fugas de ar comprimido também na Olá, a qual proporcionou reduções significativas nos consumos de energia (107 MWh/ano) e emissões associadas de CO<sub>2</sub>;
- Início, ainda na Olá, de um programa de substituição da iluminação tradicional por tecnologia LED;
- A Vítor Guedes aderiu ao Sistema de Gestão dos Consumos Intensivos de Energia e celebrou acordos de racionalização dos consumos de energia, o que lhe permitirá atingir reduções da ordem dos 10% até 2015;
- Continuou-se, em 2010, o processo de optimização de iluminação na sede da ULJM, com aquisição de mais 20 luminárias e 88 blocos autónomos de iluminação de emergência baseados em LED, estimando-se uma redução do consumo de energia em cerca de 9 MWh/ano;
- Ainda na sede da ULJM, procedeu-se à substituição da torre de arrefecimento, permitindo uma redução de consumos energéticos estimados superiores a 12 MWh/ano.

Os indicadores apresentados dizem respeito a 97% das unidades em Portugal e a 99,5% das unidades na Polónia.

#### Consumo de energia nas lojas

Distribuição	2010	2009	Δ 10/09
Portugal			
Electricidade (kWh/m <sup>2</sup> )	726,9	700,9	+3,7%
Combustíveis (GJ*)	30.530	30.304	+0,7%
Polónia			
Electricidade (kWh/m <sup>2</sup> )	474,9	414,9	+14,5%
Combustíveis (GJ*)	380.181	54.036	+604%

\* GJ = gigajoule (unidade de medida de energia).

#### Consumo de energia nos Centros de Distribuição

Distribuição	2010	2009	Δ 10/09
Portugal			
Electricidade (kWh/UMC'000*)	113,6	120,4	-5,6%
Combustíveis (GJ**)	843	1.864	-54,8%
Polónia			
Electricidade (kWh/UMC'000*)	40,9	55,6	-26,4%

\* Unidades de medida de compra.

\*\* GJ = gigajoule (unidade de medida de energia).

No caso da Distribuição, os indicadores específicos para o consumo de electricidade têm tido aumentos que são justificados pela aposta crescente em Perecíveis, Congelados e outros produtos alimentares que necessitam de refrigeração. No caso de Portugal, acresce ainda a aposta crescente no desenvolvimento da área de negócio da restauração.

Indústria*	2010	2009	Δ 10/09
Consumo global de Electricidade (MWh)	25.413	25.655	-0,9%
Consumo global de Combustíveis (GJ*)	55.711	** 56.347	-1,1%
Consumo global de Vapor (GJ*)	139.898	138.911	+0,7%
Consumo de energia por unidade de produto produzida (GJ*/t)	1,98	** 1,88	+5,3%

\* GJ = gigajoule (unidade de medida de energia)

\*\* Valores corrigidos

O aumento do consumo específico de energia é justificado pelo decréscimo registado no volume de produção na Lever.

## Papel

No Grupo Jerónimo Martins, o consumo de papel de escritório assume uma dimensão significativa, razão pela qual têm vindo a ser desenvolvidos vários projectos que visam a sua redução, com importantes benefícios para a sustentabilidade dos recursos florestais:

- Em 2010, a gestão de encomendas, facturas e guias de remessa electrónicas abrangeu já 74% dos fornecedores da Distribuição em Portugal, o que corresponde a 90% do volume de negócios (em 2010, estimou-se uma poupança de 2.215 mil (isto aqui deverá ser milhões) folhas de papel, o que representa 169 árvores);
- Na Polónia, a factura electrónica abrange já 35% dos fornecedores, o que corresponde a 77% do volume de documentos (em 2010, estimou-se uma poupança de 820 mil folhas de papel, o que representa 40 árvores);
- As áreas de Recursos Humanos e Logística da Distribuição em Portugal têm também vindo a aplicar novos procedimentos e/ou a utilizar novas aplicações informáticas no sentido de minimizar o volume de registos impressos;
- Na ULJM foi instituída a impressão frente e verso por defeito nos equipamentos de cópia e impressão. Foi também efectuada a alteração generalizada de papéis de escritório de 80 para 75 g/m<sup>2</sup>;
- Na Sala de Produção da Olá foi implementado o mapa de máquina electrónico, eliminando a necessidade de utilizar cerca de 180 folhas (impressões e cópias) por dia de produção;
- A Victor Guedes tem vindo a aplicar novos procedimentos e a utilizar novas aplicações informáticas no sentido de minimizar o volume de registos impressos.

## Embalagens

Jerónimo Martins visa a redução dos impactes ambientais associados às embalagens, em especial das suas marcas próprias. São exemplo disso:

- O sector da Distribuição em Portugal validou o seu Manual de Ecodesign de Embalagens, mediante a realização de acções de demonstração com nove fornecedores de Marca Própria. Neste contexto, foram definidos planos de acção que melhoram o perfil ambiental das embalagens de cada um dos fornecedores, através de opções de melhoria com benefícios para os diferentes operadores da cadeia de abastecimento. Os resultados serão publicados em 2011, altura em que o Manual de Ecodesign de Embalagens será divulgado

à totalidade dos fornecedores de Marca Própria, os quais terão a oportunidade de participar semestralmente em workshops organizados por Jerónimo Martins.

- Na Biedronka, foi melhorada uma norma para caixas expositoras de cartão e distribuída aos fornecedores, com o objectivo de otimizar as dimensões das embalagens;
- Na Vítor Guedes, procedeu-se ao desenvolvimento de componentes de embalagem mais leves para os seus produtos, por forma a reduzir o consumo de recursos materiais e energéticos;
- Na Gallo, aumento em 56% a utilização de cartão reciclado na produção das suas unidades primárias de venda;
- Nas unidades produtivas do Grupo, mais de 90% dos materiais de embalagem utilizados e adquiridos em 2010 eram reciclados ou continham uma componente de papel reciclado;

### Efluentes Líquidos

As empresas de Jerónimo Martins trabalham continuamente no sentido de minimizarem volumes e carga poluente dos efluentes líquidos gerados pelas suas actividades.

Em 2010, o plano para monitorização dos efluentes líquidos abrangeu 21 estabelecimentos da Distribuição em Portugal para dar resposta às exigências de regulamentos municipais e outros requisitos legais. No mesmo ano, foram recolhidas para valorização 121 toneladas de óleo alimentar usado gerado em processos de fritura e foram recolhidas 2.398 toneladas de gorduras alimentares em cerca de 600 intervenções de limpeza de separadores de gorduras.

Indústria	2010	2009	Δ 10/09
Quantidade total de efluentes líquidos industriais por unidade de produto produzida (m <sup>3</sup> /t)	0,84	0,74	+13,5%

O aumento deste indicador está directamente relacionado com o aumento do consumo específico de água.

### Emissões para a Atmosfera

Relativamente à gestão de emissões de gases para a atmosfera, as acções são realizadas segundo a premissa da minimização da libertação de poluentes.

Entre motivações de ordens várias, a preferência das Companhias do Grupo Jerónimo Martins, designadamente ao nível da Distribuição, pela compra de produção nacional e de proximidade, permite o encurtamento dos ciclos de transporte com consequências positivas na diminuição da pegada carbónica dos produtos. Assim, no Pingo Doce, na área de Perecíveis, o peso médio do número de fornecedores portugueses sobre o número total de fornecedores de frescos ultrapassa os 77%, havendo categorias como os legumes, a carne de aves e a carne de suíno, por exemplo, onde os fornecedores nacionais pesam mais de 90%.

É interessante ainda verificar que, em termos de Marca Própria Pingo Doce, em 2010, o peso dos fornecedores portugueses no total das vendas destes produtos foi superior a 58%, seguindo-se os fornecedores do País vizinho (Espanha) com cerca de 21%.



Na área dos Bens Essenciais de Marca Própria, nomeadamente azeite, arroz, açúcar, farinha, massas e óleo, praticamente todos os produtos comercializados (99,90%) têm origem em Portugal.

Também na Polónia, a quase totalidade dos produtos alimentares comercializados pela Biedronka (cerca de 95%) provêm de produtores polacos.

Além disso, e de forma a contribuir para a redução da emissão de gases com efeito de estufa, têm vindo a ser implementadas diversas acções ao nível das várias Companhias do Grupo, com o propósito da formação de colaboradores, do reforço do investimento em tecnologias mais eficientes e limpas (energias renováveis, por exemplo), da optimização de rotas e cargas e da sensibilização da sociedade para a importância da temática. Exemplos disso foram:

- No sector da Distribuição, em Portugal e na Polónia, a única substância sujeita a regulamentação é o R22 (gás refrigerante), que tem vindo a ser substituído sistematicamente por outras substâncias com menor impacto ambiental;
- A Vítor Guedes aumentou, em 2010, as compras de azeite nacional, o que se reflecte directamente na redução da pegada de carbono.

### **Ruído**

Na área da Distribuição, assegura-se a insonorização de áreas técnicas, a escolha de equipamentos e a sensibilização de funcionários com o intuito de minimizar a emissão de ruído e garantir que não há incomodidade para a envolvente. Aliás, todos os anos são feitos investimentos avultados na melhoria da insonorização em lojas Pingo Doce e Biedronka situadas em edifícios habitacionais.

Na sede da ULJM, instalou-se uma barreira acústica para isolamento dos equipamentos de ar condicionado com o objectivo de reduzir a emissão de ruído causador de incómodo para os vizinhos.

### **Boas Práticas**

Jerónimo Martins tem reforçado a aposta na formação e sensibilização ambiental dos seus colaboradores, com o objectivo de mudar atitudes e comportamentos e garantir uma adequada gestão de recursos naturais, emissões e resíduos. Em 2010, destacam-se as seguintes acções:

- Lançamento do manual de bolso sobre “Água” que inclui boas práticas para o sector da Distribuição em Portugal a adoptar no dia-a-dia para eliminar os desperdícios deste recurso natural;
- Acções de formação sobre práticas internas de gestão ambiental para colaboradores das Companhias da Distribuição em Portugal, num total de 380 horas de formador;
- Redacção de artigos sobre “Ambiente”, na secção permanente dedicada ao Desenvolvimento Sustentável na revista interna “A Nossa Gente”. Em 2010, foram abordados os temas avaliação do desempenho ambiental de prestadores de serviços, comunicação ambiental permanente e recolha de resíduos de clientes nas lojas Pingo Doce;
- Produção, na Biedronka, de uma brochura sobre boas práticas ambientais, tendo sido distribuídos nove mil exemplares aos colaboradores dos escritórios;
- Na Unilever Jerónimo Martins, as diferentes unidades fabris integraram o tema da “Sustentabilidade”, que visou a redução de energia, água e resíduos e todo o combate ao



desperdício no dia-a-dia em casa e no local de trabalho, na “Semana da Segurança e Ambiente 2010”.

## Logística

É objectivo das Companhias do Grupo Jerónimo Martins a redução progressiva dos impactes ambientais associados aos processos logísticos ao longo das cadeias de valor em que se inserem as actividades do Grupo, mediante a minimização do consumo de recursos materiais e energéticos e a redução da quantidade de emissões e resíduos. Nesta óptica, é de destacar, em 2010, as seguintes acções:

- Investimento, na Vitor Guedes, em contentores de maior dimensão (de 6,1 para 12,2 m de altura) para exportação de produto acabado, de modo a maximizar a quantidade por transporte, o que se reflecte directamente na redução da pegada de carbono associada ao fornecimento de produtos;
- Realização de auditorias ambientais à totalidade dos transportadores a prestar serviço de transporte de mercadorias dos centros de distribuição para as lojas, em Portugal;
- Ao nível da logística, implementação de um programa de formação em condução defensiva, e portanto mais económica e responsável do ponto de vista ambiental, designado “Eco-driving”, que envolveu 71 motoristas ao serviço do Grupo, prevendo-se, em 2011, a cobertura da globalidade destes profissionais;
- Reforçou-se a operação de backhauling, tendo-se prestado este serviço a 62 fornecedores regulares, representando um volume de 232.706 paletes recolhidas. Estima-se que esta medida de rentabilização da frota tenha resultado numa poupança de 4.370.849 km aos fornecedores e numa diminuição de 4.336 toneladas de CO2 emitido para a atmosfera;
- O indicador apresentado para o número de caixas reutilizáveis demonstra a importância que este tema tem assumido na actividade logística do Grupo. Em Portugal, é de salientar que o uso de caixas plásticas reutilizáveis abrange as áreas de Carnes, Lacticínios, Peixe, Padaria e Fruta e Vegetais (esta foi a única área onde houve decréscimo). Na Polónia, é adoptado o uso de embalagens reutilizáveis sempre que estejam reunidas condições logísticas e operacionais para o efeito.

Percentagem de caixas reutilizáveis vs. número total de caixas movimentadas

	2010	2009	Δ10/09
Portugal	10,4%	18,1%	-7,7p.p

## Fornecedores

As Companhias do sector da Distribuição reconhecem que é fundamental a cooperação com os seus fornecedores de modo a minimizarem os impactes ambientais. Neste âmbito, em 2010, foram realizadas 34 auditorias a prestadores de serviços nas áreas de manutenção, resíduos e transporte de mercadorias, tendo sido reconhecido a 15% um desempenho ambiental óptimo e a outros 15% um desempenho ambiental alto.

## Sensibilização Ambiental de Clientes e Consumidores

Conscientes de que as empresas devem desempenhar um papel activo na sensibilização da população, em prol de um desenvolvimento sustentável, as Companhias de Jerónimo Martins desenvolveram, em 2010, diversas iniciativas ambientais direccionadas para clientes e consumidores, das quais se destacam:

- Aposta do Recheio na sensibilização e formação ambiental dos clientes do canal HoReCa, através da publicação de diversos artigos na revista “Notícias Recheio”. Em 2010, destacam-se os artigos subordinados às seguintes temáticas: eficiência energética, gestão de resíduos, emissões para a atmosfera e águas residuais, ecoturismo e pegada de carbono;
- Em 175 lojas Pingo Doce foi afixada, de forma permanente, sinalética e informação ambiental, no sentido de envolver os clientes na poupança de água e energia e de fomentar práticas de consumo sustentável;
- Suporte de Pingo Doce ao projecto de recolha de óleos alimentares usados da Câmara Municipal de Sintra, através do apoio à divulgação desse projecto junto da população do concelho, utilizando, para isso, cartazes aéreos em 7 lojas desse Concelho (onde existem Oleões);
- Realização de campanhas de sensibilização ambiental de consumidores nas lojas Pingo Doce subordinadas aos temas “recolha de óleos alimentares usados” (promovida pela APED - Associação Portuguesa das Empresas da Distribuição), “reciclagem de vidro” (promovida pela Sociedade Ponto Verde) e “reutilização de sacos de compras” (promovida pela APED);
- Realização de campanhas de sensibilização ambiental de clientes nas lojas Biedronka subordinadas aos temas “recolha de pilhas usadas” e “reciclagem de vidro” (nesta campanha foram oferecidas 15 mil plantas a clientes e recolhidas 21 toneladas de vidro);
- Promoção da discussão pública em matérias ambientais, através da participação no Seminário “O Ambiente e os Novos Desafios para a Distribuição”, organizado pela APED (Associação Portuguesa das Empresas da Distribuição), com a comunicação “Ecodesign de Embalagens: O Caso de Jerónimo Martins”;
- Continuação, na área da educação para o ambiente, da colaboração da Unilever Jerónimo Martins com a Associação Bandeira Azul da Europa (membro da *Foundation for Environmental Education*) em duas áreas: como patrocinador do programa Eco-Escolas e, com a Olá, no projecto Ecopraias. O programa Eco-Escolas tem como objectivo promover a educação ambiental nas escolas, tendo em 2010 distinguido 1.041 escolas com a bandeira verde pelo seu desempenho ambiental. O projecto Ecopraias visa promover a recolha de resíduos sólidos nas praias, tendo concretizado, em 2010, a colocação de 142 ecopontos em 42 praias portuguesas, incluindo praias fluviais e marinas;
- As marcas Skip e Comfort, para além de terem vindo a apresentar produtos mais concentrados (de que o melhor exemplo é o Skip Pequeno & Poderoso), lançaram, em 2010, o plano “Por um Planeta Mais Limpo” ([www.porumplanetamaislimpo.com](http://www.porumplanetamaislimpo.com)), que visa promover a mudança de hábitos dos consumidores na lavagem diária de roupa de forma a reduzir a pegada ecológica do processo, sem comprometer a qualidade de cada lavagem, através da consciencialização de que a defesa do nosso planeta é um dever de todos.



## **Princípio 9: Encorajar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias que não agridam o meio ambiente.**

Jerónimo Martins procura minimizar os impactes ambientais das suas actividades, produtos e serviços através da adopção de soluções ambientalmente mais adequadas.

### **Consumo Sustentável**

Em 2010, as lojas Pingo Doce e Biedronka mantiveram a sua estratégia de não disponibilizar saco de plástico gratuitamente. De facto, nestas lojas podem ser encontrados vários formatos de sacos que dão resposta a diferentes necessidades dos consumidores, sensibilizando os consumidores para a prática da reutilização como via para a redução de impactes ambientais na sociedade.

Num âmbito mais alargado, têm sido disponibilizados diversos produtos que permitem ao consumidor optar por soluções mais em consonância com os princípios do Desenvolvimento Sustentável, sendo de destacar, em 2010:

- A comercialização de produtos biológicos de Marca Própria – frango e vegetais, no Pingo Doce, e lacticínios na Biedronka;
- No Recheio e Pingo Doce, a protecção de raças autóctones, através da comercialização de carne bovina certificada (Mertolenga, Barrosã e Alentejana);
- No Pingo Doce, a comercialização de 15 referências de detergentes UltraPro concentrados, de papel higiénico reciclado de marca Pingo Doce e de atum em lata com o rótulo “dolphin safe” também de marca Pingo Doce;
- Na Biedronka, a comercialização de papel higiénico reciclado de marca própria Neo;
- Na Lever foram efectuados ensaios para novas fórmulas de detergentes em pó, com redução dos impactes ambientais na fase de produção, nomeadamente menos emissões atmosféricas e menor consumo de água e energia por cada tonelada produzida;
- Na Lever, continuação do desenvolvimento activo de detergentes líquidos concentrados para a roupa das marcas Skip, Surf e Comfort, aumentando a oferta ao consumidor através da disponibilização de mais variedades e formatos e reduzindo significativamente o consumo de recursos naturais e a quantidade de emissões e resíduos. Só com o Skip Pequeno & Poderoso estima-se que, desde o seu lançamento em 2007, se tenha reduzido em mais de 200 toneladas a quantidade de materiais de embalagem colocados no mercado;
- Na área dos detergentes em pó a ULJM tem vindo a proceder à compactação dos seus detergentes em pó, sem comprometer a sua qualidade e eficiência em uso. Isto significa que é reduzida a gramagem (pode ir até 10%) por dose de detergente por lavagem, com consequente alteração de todas as embalagens, sendo de destacar os seguintes casos:
  - A compactação das doses e a redução de uma dose por embalagem na anterior variedade “Skip Active Clean 25 doses” permitiu adoptar um pacote mais baixo e menos largo o que significou uma redução, para o mesmo número de doses vendidas, de 18 toneladas de cartão em 2010 e que permitiu transportar +55% de unidades de venda por palete;
  - Também “Skip Sabão Natural 50 doses” passou a ter um pacote mais baixo, permitindo uma redução de 27 gramas de papel por embalagem, ou seja, uma redução estimada em 9 toneladas de cartão durante 2010;
  - Na anterior variedade “Skip Active Clean 110 doses” aumentou-se em cerca de 9% o número de doses por embalagem, mantendo-se as dimensões do pacote. Estima-se que com esta alteração conseguiu reduzir-se cerca de oito toneladas de cartão, para o mesmo número de doses vendidas.

## Energias Renováveis

As Companhias da Distribuição em Portugal investem, desde 2007, em tecnologias que recorrem a fontes de energia renováveis, com a redução da utilização de fontes de energia não renováveis e a emissão de gases com efeito de estufa. Em 2010, as tecnologias em funcionamento eram as seguintes:

- 17,4 m<sup>2</sup> de colectores solares instalados para aquecimento de água numa loja Pingo Doce e em 2 lojas Recheio (poupanças: 1.440 kWh/mês e 7,5 t CO<sub>2</sub>/ano);
- 72 m<sup>2</sup> de colectores solares instalados para aquecimento de água no centro de distribuição da Azambuja (poupanças: 5.950 kWh/mês e 31 t CO<sub>2</sub>/ano);
- 12 m<sup>2</sup> de colectores solares instalados para aquecimento de água na Fábrica de Massas Frescas de Azambuja (poupanças: 850 kWh/mês e 5 t CO<sub>2</sub>/ano);
- 46 postes de iluminação de espaços exteriores alimentados a partir de painéis fotovoltaicos instalados na loja Pingo Doce de Quinta do Conde (poupanças: 5.000 kWh/mês e 30 t CO<sub>2</sub>/ano);
- 126 unidades de sistema tubular de transporte da luz solar, instaladas para iluminação de espaços interiores das lojas Pingo Doce de Vila Nova de Gaia, Oliveira do Douro e Loures (poupanças: 3.740 kWh/mês e 21,5 t CO<sub>2</sub>/ano).

A ULJM, no âmbito dos compromissos assumidos no "Unilever Sustainable Living Plan", iniciou um processo de avaliação do potencial de instalação de projectos de energias renováveis.

## Investigação e Desenvolvimento

Com o intuito de promover uma cultura de eco-inovação e acelerar o conhecimento em temáticas ambientais de vanguarda, as Companhias da Distribuição em Portugal desenvolveram, em parceria com organismos de Investigação e Desenvolvimento Tecnológico, as seguintes acções:

- Participação no segundo *workshop* de peritos europeus sobre o regulamento EMAS (Sistema Comunitário de Ecogestão e Auditoria), promovido pelo Instituto de Estudos de Prospecção Tecnológica e que visa a edição de uma publicação de apoio ao sector da Distribuição;
- Apoio à finalização da tese de mestrado "Avaliação e Comunicação do Desempenho Ambiental em Unidades de Retalho", da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa.

Também no ano em análise, e tal como aconteceu nos últimos três anos, o Pingo Doce continuou a apoiar o Oceanário de Lisboa, contribuindo para a participação deste organismo em várias acções de conservação, educação e sensibilização orientadas para a preservação dos oceanos e das espécies marinhas. Em 2010, este apoio traduziu-se num total de 15 mil euros que contribuíram concretamente para o desenvolvimento de vários projectos de conservação, de que se destacam:

- Governância Colaborativa de Áreas Marinhas Protegidas (MarGov), que visa alertar a sociedade para a conservação da biodiversidade, gestão sustentável das pescas e preservação cultural das sociedades do litoral;
- Migração Reprodutora da Lampreia-de-rio, orientado para a estratégia de colonização da lampreia-de-rio;



- Adopção de Pradaria Marinha (Centro de Ciências do Mar da Universidade do Algarve), que tem como objectivo a criação de plataformas vocacionadas para a sensibilização dos cidadãos e das entidades decisoras para a degradação dos ecossistemas;
- Criação de Micro Reserva para Anfíbios.

## **Princípios Anticorrupção**

**Princípio 10: As empresas devem trabalhar contra a corrupção em todas as suas formas, incluindo extorsão e suborno.**

É objectivo do Grupo Jerónimo Martins assegurar o integral cumprimento dos princípios éticos, que desde sempre o regeram, formalizados no Código de Conduta. Com vista à concretização deste objectivo, assegurando a divulgação e o acompanhamento do cumprimento do referido Código, está instituída a Comissão de Ética.

### **Código de Conduta**

Está estipulado no Código de Conduta de Jerónimo Martins, instrumento distribuído a e assinado por todos os colaboradores, que “as empresas do Grupo Jerónimo Martins não dão nem recebem, directa ou indirectamente, subornos ou quaisquer outras vantagens impróprias para o seu negócio ou interesse financeiro, não podendo nenhum trabalhador ou colaborador oferecer, dar ou receber qualquer oferta ou pagamento que seja ou possa ser considerado suborno.”

Nos casos em que haja indícios de possível chantagem ou extorsão é conduzida uma investigação por parte do Departamento de Segurança e, caso se verifique necessário, são tomadas medidas.

### **Comissão de Ética**

Desde 2003, que acompanha, com isenção e independência, a divulgação e o cumprimento deste Código de Conduta. A partir de 2004, a Comissão de Ética de Jerónimo Martins implementou um sistema de comunicação que garante a possibilidade de todos *stakeholders*, com particular incidência nos seus colaboradores, a todos os níveis, acederem aos canais que permitem fazer chegar, aos destinatários identificados pelo Grupo, informação sobre eventuais irregularidades ocorridas no interior do mesmo, bem como quaisquer outros comentários ou sugestões que entendam fazer, em particular no que diz respeito ao cumprimento dos manuais de procedimento instituídos, especialmente do Código de Conduta. Com este instrumento, transversal a todos os *stakeholders* do Grupo, ficaram clarificadas as linhas de orientação sobre temáticas tão diversas como o cumprimento da legislação vigente, o respeito pelos princípios da não-discriminação e da igualdade de oportunidades, as preocupações ambientais, a transparência nas negociações e a integridade nas relações com fornecedores, clientes e entidades oficiais, entre outras.

A Comissão de Ética pode submeter à Comissão de Responsabilidade Corporativa, composta por membros do Conselho de Administração de Jerónimo Martins, propostas de adopção de medidas para o mais cabal cumprimento da sua missão, incluindo a revisão de procedimentos internos, bem como propostas de alteração do Código de Conduta do Grupo Jerónimo Martins.

A Comissão de Ética fez divulgar, junto de todos os colaboradores do Grupo, os meios ao dispor destes para que, se necessário, comuniquem com este órgão. Tal é facilitado através: i. do envio de carta de remessa livre ou ii. da utilização de correio electrónico interno ou externo com endereço dedicado. Os interessados poderão ainda solicitar, ao respectivo Director-Geral ou ao Director Funcional, os esclarecimentos necessários sobre as normas em vigor e a sua aplicação ou darem-lhes conhecimento de qualquer situação que as possa pôr em causa.

### **Código de Princípios de Negócios da Unilever/Indústria**

Evitar conflitos de interesses: é esperado que os colaboradores evitem actividades pessoais e interesses económicos que possam entrar em conflito com as suas funções.

Integridade do negócio: é prática da Companhia não oferecer, dar ou receber qualquer oferta ou pagamento que possa ser considerado um suborno.

O cumprimento do Código de Princípios de Negócio é acompanhado por uma entidade externa que gere os contactos que podem ser realizados por linha telefónica, fax ou e-mail. Essa mesma entidade reporta e alinha-se com a Comissão de Ética.

### **Código de Conduta dos Fornecedores do Grupo Jerónimo Martins**

Todos os contratos assinados por fornecedores de produtos contêm a assinatura do Código de Conduta dos Fornecedores, onde se encontra estipulado que "Os fornecedores e demais parceiros comerciais do Grupo Jerónimo Martins comprometem-se a conduzir os seus negócios com honestidade, integridade e respeito pelo cumprimento das leis dos países onde operam."