

O NOSSO CÓDIGO,

AS NOSSAS ESCOLHAS.



2023

DESTAQUES

**Jerónimo
Martins**

ELEVAMOS A FASQUIA NO REPORTE DE INFORMAÇÃO

No ano em que apresentamos a primeira avaliação de dupla materialidade, antecipando os requisitos da nova Diretiva de Reporte Corporativo de Sustentabilidade, o nosso Ano em Revista passa a ter uma dimensão mais digital. Preparámos um website para facilitar o acesso à informação, que inclui

ainda funcionalidades interactivas para melhor navegar pelo nosso desempenho e resultados. Nesta brochura, pode ainda encontrar um resumo das nossas principais conquistas, que são exploradas em detalhe no novo website dedicado.

O QUE PODE ENCONTRAR NO NOSSO NOVO WEBSITE DO RELATÓRIO E CONTAS?

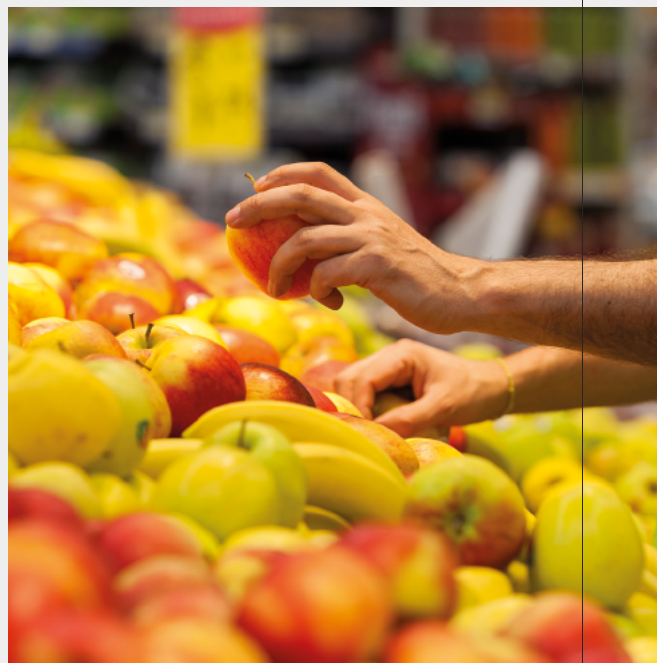
**CONSULTAR O WEBSITE DO
RELATÓRIO E CONTAS 2023
DO GRUPO JERÓNIMO MARTINS.**



Preparado para qualquer dispositivo
A versão completa do Relatório e Contas continua disponível em formato PDF na área de Downloads. Neste website os textos, gráficos e imagens são redimensionadas para o tamanho do ecrã do seu dispositivo, de modo a facilitar a visualização.

QUEM SOMOS

Somos um Grupo internacional com sede em Portugal e mais de 230 anos de experiência na área alimentar. Respondemos às necessidades diárias de milhões de consumidores em três países, e a nossa estratégia assenta em soluções alimentares de proximidade e conveniência para todos os consumidores, a preços muito competitivos, o que exige operar com a máxima eficiência. Todas as nossas propostas de valor têm o cliente no centro e apresentam uma forte diferenciação assente em três aspetos: variedade e qualidade dos produtos alimentares frescos, Marcas Próprias da melhor qualidade e uma experiência de compra agradável.



ESTRUTURA DE NEGÓCIOS



O NOSSO FOCO ESTRATÉGICO

Consumidor: Procuramos democratizar o acesso a produtos e soluções alimentares de qualidade, garantindo a máxima segurança e poupança para quem escolhe as nossas lojas.

Colaborador: Queremos desenvolver o nosso negócio garantindo um ambiente de trabalho saudável e inclusivo, uma remuneração justa e adequada, respostas às necessidades individuais, e oportunidades de desenvolvimento dentro da organização.

Parceiros de negócio: Estabelecemos relações de longo prazo que permitem a criação de valor e garantem a sustentabilidade da cadeia de abastecimento, reforçando a atratividade e a relevância das nossas propostas.



O NOSSO CÓDIGO DE VALORES

A forma como cumprimos a nossa missão é moldada pelos nossos valores e comportamentos, partilhados pelas nossas Companhias em todos os países onde operamos.

▲ ELEVAMOS A FASQUIA

● CONTAMOS UNS COM OS OUTROS

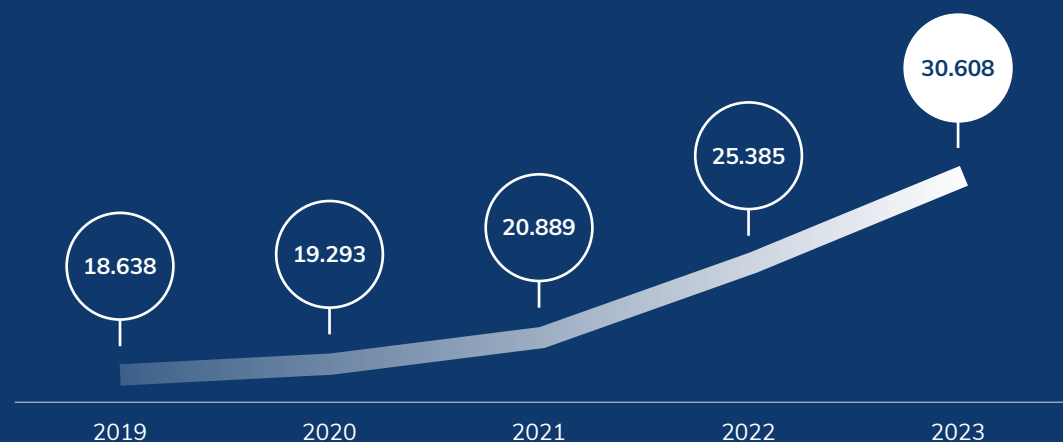
■ ACREDITAMOS EM FAZER O QUE É CORRETO

PRINCIPAIS INDICADORES 2023

A nossa determinação em manter os preços baixos levou-nos a ter um desempenho acima da média em todos os mercados. O forte crescimento das vendas protegeu a rentabilidade do Grupo.

EVOLUÇÃO DAS VENDAS

em milhões de euros



EBITDA

2.168 M€

RESULTADO LÍQUIDO

756 M€

PRESENTES EM

+130

ÍNDICES DE SUSTENTABILIDADE

COLABORADORES

134.379

INVESTIMENTO

1.209 M€

LOJAS

5.771

VENDAS POR INSÍGNIA

em milhões de euros

1,5% | 469 M€

HEBE

0,1% | 19 M€

OUTROS

4,4% | 1.332 M€

RECHEIO

8,0% | 2.435 M€

ARA

15,9% | 4.853 M€

PINGO DOCE



APOIO DIRETO ÀS
COMUNIDADES LOCAIS

87,1 M€

PRÉMIOS E
RECONHECIMENTOS A
COLABORADORES

312 M€

REDUÇÃO DA PEGADA
DE CARBONO

60,0%

FACE A 2017 (POR 1.000€ DE VENDAS, ÂMBITOS 1 E 2)

EBITDA POR ÁREA DE NEGÓCIO 2023

em milhões de euros

	EBITDA	Total
Biedronka	1.838	84,8%
Pingo Doce	282	13,0%
Recheio	73	3,3%
Ara	45	2,1%
Hebe	43	2,0%
Outros	-112	-5,2%
Grupo JM	2.168	100%

Retalhista alimentar com a melhor classificação no CDP a nível mundial

MENSAGEM DO PRESIDENTE

O ano de 2023 ficou marcado por um contexto internacional de ainda maior instabilidade e incerteza do que em 2022. Após dois anos, a guerra entre a Rússia e a Ucrânia continua longe de estar resolvida; depois, o conflito no Médio Oriente, originado pelo ataque do Hamas a Israel no início do último trimestre do ano, alargou-se, entretanto, a outros países.

Em termos económicos, e apesar da descida abrupta da inflação alimentar especialmente na segunda metade do ano, a taxa de inflação manteve-se em níveis muito elevados, os mais altos em 30 anos. Por causa disto, os bancos centrais continuaram a ser muito cautelosos, ou seja, mantiveram altas as taxas de juro. Esta situação levou a um arrefecimento das economias, e a Europa, onde estão os nossos principais mercados, foi duramente penalizada.

Neste ambiente internacional muito exigente, é ainda mais gratificante o facto de termos ultrapassado os 30 mil milhões de euros em vendas, somando mais 5,2 mil milhões de euros ao desempenho de 2022. No espaço de dois anos, as nossas vendas consolidadas aumentaram 10 mil milhões de euros. Sendo certo que em 2023 a inflação e as taxas de câmbio funcionaram como adjuvantes do desempenho, orgulho-me de constatar que Jerónimo Martins se posicionou entre os poucos retalhistas no mundo que conseguiram crescer em termos reais.

A Biedronka teve mais um ano excepcional, aumentando as suas vendas totais para 21,5 mil milhões de euros, um crescimento em moeda local de 18,2% e representando cerca de 70% do volume de negócios do Grupo, e reforçando, mês após mês, a sua quota de mercado.

A Hebe, que tem desde 2022 presença online na Eslováquia e na Chéquia, abriu, no final de 2023, duas *flagship stores* em Praga para reforçar a confiança na marca e aumentar o envolvimento com os consumidores, numa lógica complementar à estratégia *digital first*. O e-commerce tem sido – e continuará a ser – o principal motor de crescimento da Companhia. Em 2023, a Hebe aumentou em 47,6% as vendas online, que passaram a representar cerca de 17% das vendas totais.

O Pingo Doce manteve uma forte atividade promocional durante todo o ano, que se traduziu num crescimento de 7,9% das vendas para 4,9 mil milhões de euros. A Companhia mostrou um espírito de equipa e um empenho notáveis na preparação e execução das profundas remodelações de loja previstas para o ano (60). Ao apostar na centralidade das soluções alimentares, dos frescos e do serviço, o novo conceito de loja está já a permitir ao Pingo Doce beneficiar daquilo que são as suas características mais diferenciadoras.

O turismo teve mais um ano forte em Portugal, o que contribuiu para a evolução positiva do *cash & carry* e também para rentabilizar a aposta do Recheio na oferta dirigida ao canal HoReCa. A ligação ao Retalho Tradicional está cada vez mais forte e a rede de parceiros Amanhecer já conta mais de 600 lojas.

Na Colômbia, a situação económica deteriorou-se e o ano ficou marcado pela queda acentuada de volumes. Neste contexto, a Ara foi muito assertiva na forma como respondeu à crise: criar oportunidades de poupança em permanência através de promoções e

preços consistentemente baixos no cabaz de produtos básicos.

O nosso negócio agroalimentar, que completa dez anos em 2024, continuou o seu caminho de crescimento e diferenciação. Da evolução da aquacultura e o aumento das produções de laticínios e de carne, até à chegada ao mercado de uvas biológicas sem grainha de uma marca nossa, muitos desenvolvimentos marcaram o ano.

No final de 2023, estávamos presentes em mais de 130 índices de sustentabilidade. Do investimento em energias renováveis – com a colocação de painéis fotovoltaicos em cerca de 780 lojas e centros de distribuição –, à aposta nos gases de refrigeração naturais, do combate contra o desperdício alimentar e a poluição à luta contra a desflorestação, da promoção da agricultura sustentável ao investimento na eficiência logística, são muitos e multidimensionais os esforços postos em prática pelas nossas Companhias para fazerem a sua parte no que diz respeito aos desafios que se colocam à humanidade e ao planeta.

Leia a [mensagem completa](#).

Felicitamos calorosamente todas as nossas equipas, em especial as que trabalham nas áreas operacionais, pelo tanto que conseguimos alcançar. O trabalho árduo, o compromisso e a dedicação demonstrados em 2023, são a grande força por detrás dos resultados de que neste relatório damos conta.

Deixo também um agradecimento aos meus colegas no Conselho de Administração e aos acionistas de Jerónimo Martins, incluindo à família que represento, pela confiança firme que têm demonstrado nas equipas de gestão sob a minha liderança.

Pedro Soares dos Santos

Presidente e Administrador-Delegado do Grupo Jerónimo Martins

“Neste ambiente internacional muito exigente, é ainda mais gratificante o facto de termos ultrapassado os 30 mil milhões de euros em vendas, somando mais 5,2 mil milhões de euros ao desempenho de 2022.”

PEDRO SOARES DOS SANTOS



NUM MUNDO CHEIO DE FILTROS,
ESCOLHEMOS A

TRANSPARÊNCIA

Conheça a [história](#).

GRANDE CONTRIBUINTE

1.016 M€

IMPOSTOS PAGOS NA POLÓNIA,
EM PORTUGAL E NA COLÓMBIA

GRANDE INVESTIDOR

1.209 M€

INVESTIMENTO NA EXPANSÃO DOS
NOSSOS NEGÓCIOS

GRANDE EMPREGADOR

3.285

NOVOS POSTOS DE TRABALHO
CRIADOS

À medida que o reporte de informação se torna cada vez mais complexo, sabemos que disponibilizar informação clara e transparente aos stakeholders é simultaneamente uma vantagem competitiva e a coisa certa a fazer. No final de 2023, estávamos presentes em mais de 130 índices de sustentabilidade e éramos seguidos regularmente por 50 analistas e investidores ESG. Este escrutínio atesta a forma responsável como conduzimos os nossos negócios e dá valor à transparência que orienta a nossa estratégia.

Em 2023, e pelo quarto ano consecutivo, somos o retalhista alimentar com a melhor classificação no CDP a nível mundial. Obtivemos a nota máxima (A) devido à gestão eficaz dos riscos e oportunidades relacionados com as alterações climáticas e alcançámos o nível de liderança (A-) na gestão da água enquanto recurso crítico, o que nos coloca entre os melhores do sector. O nosso empenho na gestão de algumas das principais matérias-primas ligadas à desflorestação (óleo de palma, soja, papel/madeira e carne bovina) colocou-nos também no nível de liderança (A-).

Embarcação usada nas nossas operações de aquacultura em Portugal, em pleno oceano Atlântico.

RESULTADOS TRANSPARENTES

A nossa estratégia de retalho alimentar baseia-se numa abordagem de mass market, o que significa que estamos focados em trabalhar com volumes e em oferecer as melhores oportunidades de poupança para aqueles que visitam as nossas lojas todos os dias, independentemente do país onde operamos.

Preferimos sempre vender mais produtos a um preço mais baixo, e não aumentamos os preços para compensar a subida dos custos de produção e operação.

Reconhecemos que esta opção estratégica exerce muitas vezes uma pressão adicional sobre as nossas margens, mas nunca pomos em causa a nossa liderança de preço. A melhor prova de que a nossa atividade se baseia em volumes e não em margens elevadas encontra-se espelhada no exercício à direita.

Jerónimo Martins

Rua Actor António Silva, 7
1649-033 Lisboa, Portugal

Por cada 100 euros de vendas:

Compra de produtos (custo das vendas)	79,6 €
Custos com pessoal (salários, prémios e outros)	8,3 €
Custos operacionais (logística, depreciações, outros serviços)	8,3 €
Custos financeiros	0,6 €
Impostos sobre os lucros	0,8 €
Lucro	2,5 €

	100 €

*** Obrigado ***

PRINCIPAIS ANALISTAS ESG



FTSE4Good



ÉTICA NOS NEGÓCIOS

A nossa história de mais de dois séculos diz muito sobre a forma como incorporamos práticas ambientais, sociais e de governo em toda a cadeia de abastecimento, desde a produção à distribuição.

Para garantir que as nossas lojas têm sempre os produtos mais frescos e que as fórmulas dos nossos produtos incorporam os melhores ingredientes, gerimos e comunicamos os riscos e oportunidades relacionados com o clima e inerentes ao fornecimento de produtos, em linha com as recomendações globais da Task Force on Climate-related Financial Disclosures.

Ao optarmos por comprar localmente, estamos a contribuir para o desenvolvimento das economias dos países onde operamos. Em 2023, mais de 90% dos produtos alimentares vendidos nas nossas lojas em Portugal, na Polónia e na Colômbia foram adquiridos a fornecedores locais.

+90%

PRODUTOS ALIMENTARES COMPRADOS
A FORNECEDORES LOCAIS



APOIO AOS PEQUENOS FORNECEDORES

Para aumentar a liquidez dos pequenos e médios produtores de produtos frescos em Portugal, antecipamos os nossos prazos de pagamento para uma média de 10 dias, em vez dos 30 dias legalmente estabelecidos, sem quaisquer custos financeiros para o produtor. Desde 2012 já apoiámos cerca de 375 fornecedores. Na Polónia, reduzimos o prazo de pagamento para um máximo de 21 dias para os produtores com um volume de negócios inferior a 100 milhões de złoty (22 milhões de euros), beneficiando cerca de 200 fornecedores. Na Colômbia, permitimos que os fornecedores recebam o pagamento antecipado das suas faturas a taxas mais favoráveis e sem afetar a sua notação de dívida. Mais de 500 fornecedores beneficiaram desta medida.

BIEDRONKA PROMOVE PRODUTOS REGIONAIS

A Biedronka tem um programa de apoio aos produtores regionais de frutas e legumes, para que estes possam abastecer lojas ou centros de distribuição perto das áreas de produção. Em 2023, esta iniciativa assegurou relações comerciais com aproximadamente 200 fornecedores regionais polacos de pequena e média escala, incluindo 60 explorações familiares, que entregaram mais de 123.000 toneladas de frutas e vegetais nas instalações da Biedronka.



MELHOR LOGÍSTICA

O Pingo Doce é a quarta empresa na Europa e a primeira em Portugal a obter quatro estrelas na iniciativa Lean & Green. Este reconhecimento surge na sequência de uma redução de 55% das emissões de dióxido de carbono equivalente (toneladas de CO₂e/paleta) nas suas operações logísticas em Portugal Continental em 2023, face a 2018. A Biedronka foi galardoada com uma estrela em 2022 pela redução de 20% nas emissões das atividades logísticas em oito centros de distribuição entre 2018 e 2020. A Lean & Green é uma iniciativa europeia que tem como objetivo alcançar a neutralidade carbónica na logística até 2050.

NUM MUNDO CHEIO DE INCERTEZA,
DAMOS RAZÕES PARA

CONFIAR

Conheça a história.



Um gelado de cor azul hipnotizante e sabor a marshmallows? Uma delícia! Mas sem corantes artificiais ou intensificadores de sabor? Esta sobremesa de eleição dos mais pequenos é apenas um exemplo da mudança substancial em todo o sortido da Marca Própria Pingo Doce. Se está a pensar como conseguimos este azul de forma natural, saiba que o segredo está na spirulina, um superalimento proveniente das algas.

CONFIAR NOS NOSSOS ALIMENTOS

A reformulação de produtos levada a cabo pelo Pingo Doce – bem como por todas as nossas Companhias – é um processo complexo e exigente, sem precedentes no mercado português, efetuado produto a produto. O principal desafio passa por identificar e incorporar ingredientes naturais que possam substituir o ingrediente que se quer retirar, sem comprometer o sabor e a textura.

Só este rigor garante que os resultados sensoriais do produto estejam entre os melhores do mercado. Em 2023 eram mais de 1.300 os produtos alimentares de Marca Própria Pingo Doce sem intensificadores de sabor e sem corantes artificiais nas suas fórmulas.

Na Polónia, 98% dos produtos de Marca Própria da Biedronka estavam isentos de corantes artificiais e 97% isentos de intensificadores de sabor. Além disso, não há corantes artificiais ou intensificadores de sabor em perecíveis especializados como padaria e pastelaria, carne, peixe, fruta e legumes, incluindo produtos

PROMOVER A SAÚDE PELA ALIMENTAÇÃO

Assumimos o compromisso de fornecer aos nossos clientes alimentos de qualidade, seguros e acessíveis. Em 2023, alterámos as receitas para eliminar ainda mais açúcar, sal e gordura dos nossos produtos.



embalados e preparados. Na Colômbia, 95% dos produtos das Marcas Próprias da Ara não têm corantes artificiais e 96% não têm intensificadores de sabor.

Estas conquistas ajudam-nos a cumprir um dos nossos principais objetivos: promover a saúde pela alimentação, garantindo que os clientes confiam ainda mais nos nossos produtos – estamos sempre a melhorar as fórmulas nutricionais para oferecer alimentos o mais naturais e saudáveis possível.

Há mais exemplos. A marca Go Active, disponível na Polónia e em Portugal, oferece várias opções para quem procura alimentos adequados a um estilo de vida ativo. E o que dizer das opções biológicas, vegetarianas, veganas, sem lactose ou sem glúten? A oferta é cada vez maior.

130 TON. DE AÇÚCAR
63 TON. DE GORDURA
25 TON. DE SAL



CONFIAR NOS NOSSOS PREÇOS

Em 2023, e apesar da contração dos mercados retalhistas na Polónia e na Colômbia, conseguimos aumentar as vendas e ganhar quota de mercado oferecendo a melhor relação qualidade-preço. Introduzimos ferramentas para ficarmos mais próximos dos nossos clientes e adaptar as promoções às suas expectativas. Aproveitando o crescente interesse na gamificação e nas de apps de fidelização, a Biedronka lançou o Shakeomat e o Pingo Doce o Poupa Shaker, duas funcionalidades de grande relevância para a dinâmica comercial e que respondem às necessidades e preferências de cada cliente com base nas suas compras.

CONFIAR NAS NOSSAS INSÍGNIAS

A proximidade com os nossos clientes é uma característica que nos define. Além da nossa estratégia de preços, queremos garantir uma experiência de compra que nos diferencie e que leve os clientes a voltarem de novo às nossas lojas.

Para além das remodelações em curso, a Biedronka tem investido na introdução de balcões de carne e charcutaria nas suas lojas. No final de 2023, mais de mil lojas já dispunham deste serviço diferenciador.

Em Portugal, o Pingo Doce acelerou a modernização da rede de lojas para aproveitar os seus pontos fortes. No final do ano, contava com 190 restaurantes Comida Fresca, aproximando-se da liderança do maior operador

de restauração do país, e as duas cozinhas centrais estavam certificadas em gestão ambiental.

O Recheio investiu 35 milhões de euros na remodelação das suas lojas de Viseu e Portimão, reforçando as infraestruturas de distribuição e expandindo significativamente a área operacional da plataforma Recheio Masterchef em Lisboa.

Na Colômbia, a Ara celebrou o seu 10.º aniversário. Desde a abertura das primeiras lojas e centro de distribuição em 2013, até à rede de quase 1.300 lojas, o nosso compromisso com o país e com os consumidores colombianos é inequívoco: investimos mil milhões de euros nesta primeira década.

PARGERIA DA BIEDRONKA COM A FEDERAÇÃO POLACA DE FUTEBOL

A relação de longa data entre a Biedronka e a PZPN (Federação Polaca de Futebol) entrou numa nova fase com a cooperação entre a marca Go Active e a PZPN. Elementos das áreas de Marca e Qualidade da Biedronka, juntamente com nutricionistas e chefs da seleção polaca, conceberam uma nova gama de produtos Go Active que apareceram nas lojas com o logótipo da equipa nacional e o slogan “É a melhor equipa que nos une”.



A ARA É PATROCINADORA OFICIAL DA SELEÇÃO COLOMBIANA DE FUTEBOL FEMININO

Em 2023, a Ara assinou um acordo para apoiar a equipa de futebol feminino da Colômbia, que garantiu a qualificação para o Campeonato do Mundo. A Ara é aliás o único parceiro da Federação Colombiana que apoia exclusivamente as equipas nacionais femininas, reforçando a sua mensagem de dar mais poder às mulheres colombianas.



NUM MUNDO CHEIO DE RUÍDO,
ESCOLHEMOS

ESCUTAR

Conheça a história.

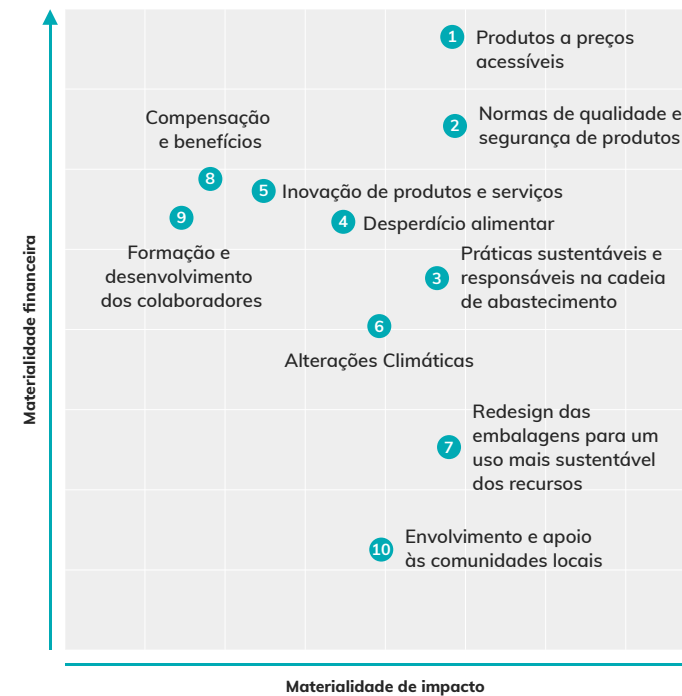
“Para conhecer o cliente, é preciso colocar-se no seu lugar.” Procuramos nunca esquecer esta abordagem e estamos sempre dispostos a ouvir o que os nossos clientes – e, na verdade, todos os nossos públicos – pensam sobre o que devemos fazer para satisfazer as suas necessidades e expectativas.

Em 2023, realizámos uma nova auscultação, de forma ampla, para compreender o que os nossos stakeholders esperam de nós. Desta vez, e em antecipação à nova Diretiva de Reporte Corporativo de Sustentabilidade (CSRD), realizámos um exercício para identificar quer a importância financeira quer a importância material de todos os tópicos suscetíveis de ter um impacto no nosso negócio, considerando a probabilidade e a relevância para a nossa cadeia de valor. Pela primeira vez, analisámos a dimensão financeira de todas as questões sujeitas a avaliação.

Luisa Agudelo, antiga colaboradora, foi a primeira mulher a tornar-se franchisada da Ara na Colômbia.

MATRIZ DE DUPLA MATERIALIDADE

Estes são os dez principais temas materiais para os nossos públicos.



Nota: Temas materiais resultantes da aplicação de linha de corte.

Produtos a preços acessíveis, normas de qualidade e segurança de produtos, práticas sustentáveis e responsáveis na cadeia de abastecimento – estes são os três principais tópicos identificados como críticos após a análise das mais de 16.000 respostas que recebemos. É nossa intenção repetir esta avaliação de três em três anos para acompanhar a posição e o impacto das opiniões dos nossos stakeholders.

ESCUTAR OS NOSSOS COLABORADORES

O equilíbrio entre as dimensões pessoal, familiar e profissional é crucial na escolha de um local de trabalho. Esforçamo-nos para atrair os melhores talentos, oferecendo condições que são valorizadas pelos nossos colaboradores e que nos tornaram numa referência enquanto empregador.

Na Polónia, a Biedronka Health Academy proporciona formação em saúde e segurança dada por fisioterapeutas profissionais. Esta formação ensina os colaboradores a prevenir problemas musculoesqueléticos, uma preocupação crescente no domínio da saúde no trabalho.

Em Portugal, as nossas instalações permitem o acesso a uma gama de serviços de saúde e bem-estar aos colaboradores dos escritórios e dos centros de distribuição. A nossa clínica disponibiliza consultas de medicina geral, sono, envelhecimento ativo, psicologia e nutrição. Além disso, temos um centro de bem-estar que inclui um ginásio. Dois centros de distribuição disponibilizam também serviços de prevenção e reabilitação física para prevenir e tratar doenças físicas e lesões musculoesqueléticas.

ESCUTAR OS NOSSOS CLIENTES



A novidade que a Biek trouxe ao mercado polaco é um bom exemplo de como respondemos às necessidades e expectativas dos nossos clientes. A Biek é uma parceria entre a Biedronka e a Glovo que permite a um cliente receber a sua encomenda em cerca de 15 minutos. Tem disponíveis mais de 1.500 produtos das Marcas Próprias da Biedronka e de marcas líderes da indústria, incluindo

gelados, carne, peixe ou fruta e vegetais embalados. Também na Polónia, a Hebe desenvolveu uma operação omnicanal, combinando a loja online com lojas físicas tradicionais que ajudam a processar as encomendas, e as entregas e devoluções. As entregas podem ser feitas em duas horas através do serviço Hebe Express ou da recolha em loja.

O PINGO DOCE FOI O PARCEIRO OFICIAL PARA A ALIMENTAÇÃO DA JORNADA MUNDIAL DA JUVENTUDE

Realizada em Lisboa, em agosto de 2023, a Jornada Mundial da Juventude (JM) encarna muitos dos valores intrínsecos ao Grupo, devido à energia que gera e à mobilização para a partilha e inclusão. O Pingo Doce montou tendas em quatro locais estratégicos de Lisboa, tendo sido distribuídos cerca de 190 mil kits de peregrinos e vendidas mais de 22 mil refeições. Durante a Vigília, com a presença do Papa Francisco e que marcou o fim da JM, foi lançada uma operação logística de larga escala, envolvendo 89 camiões para distribuir 400 mil refeições. Esta semana especial contou ainda com 329 voluntários dos escritórios centrais do Grupo em Portugal.



ESCUTAR AS NOSSAS COMUNIDADES

Através da nossa rede de mais de 5.700 lojas de proximidade, conseguimos apoiar em 2023 mais de 2.100 entidades com donativos em espécie e em dinheiro, e chegar aos grupos mais vulneráveis da sociedade: idosos, crianças e jovens carenciados.



BIEDRONKA E A GRANDE ORQUESTRA SOLIDÁRIA DE NATAL

Desde o final de 2022 que a Biedronka tem sido a principal patrocinadora da final da WOŚP (Grande Orquestra Solidária de Natal), o maior evento de caridade na Polónia. A caminho da final, realizada em janeiro de 2023, as lojas da Biedronka venderam produtos oficiais da WOŚP e recolheram também doações feitas por clientes de todo o país. Os mais de 1,6 milhões de euros angariados foram utilizados para a compra de equipamentos para o diagnóstico da sepsis, uma doença infecciosa, em hospitais pediátricos.



MADRES COMUNITÁRIAS NA COLÔMBIA

A Ara retomou o programa Madres Comunitárias em parceria com o Instituto Colombiano de Bem-Estar Familiar (ICBF). Este programa doa alimentos para casas comunitárias nos municípios com as maiores taxas de subnutrição do país, casas essas que são administradas por mulheres. Em 2023, 243 cuidadoras receberam apoio destinado a 2.430 crianças.

NUM MUNDO CHEIO DE PALAVRAS,
ESCOLHEMOS

AGIR

Conheça a história.

45%

ENERGIA DE ORIGEM RENOVÁVEL
CONSUMIDA PELO GRUPO EM 2023

60%

REDUÇÃO DA PEGADA DE
CARBONO POR 1.000 EUROS EM
VENDAS (ÂMBITOS 1 E 2) EM
COMPARAÇÃO COM 2017

15.772

TONELADAS DE CO₂ E POUPADAS
COM OS NOSSOS PAINÉIS
FOTOVOLTAICOS EM 2023

Num mundo onde a informação está por todo o lado, falar é fácil. Das alterações climáticas à perda de biodiversidade, do desperdício alimentar à descarbonização, são muitos os desafios a enfrentar. No Grupo Jerónimo Martins, o que fazemos é deixar que as nossas ações falem por nós.

Somos um negócio que precisa de ter alimentos frescos nas lojas todos os dias, do anoitecer ao amanhecer, do amanhecer ao anoitecer. Mesmo quando a loja está fechada, frigoríficos e congeladores funcionam durante toda a noite, para que os produtos se mantenham em perfeitas condições.

Estamos bem conscientes que a utilização dos recursos tem de ser feita de forma responsável e eficiente, para que consigamos reduzir a nossa pegada ambiental.

Demos vários passos para termos uma cadeia de valor mais limpa. No final de 2023, 430 das nossas lojas em Portugal e na Polónia tinham pontos de carregamento para veículos elétricos e híbridos. O ano terminou com quase 780 lojas e centros de distribuição equipados com painéis fotovoltaicos para autoconsumo.

A Biedronka conta com 18 centros de distribuição para abastecer as suas mais de 3.500 lojas espalhadas por 1.000 localizações na Polónia.



MELHOR MIX ENERGÉTICO

Pretendemos acelerar os nossos investimentos em tecnologias mais limpas. A Biedronka prevê ter painéis solares instalados nos seus centros de distribuição e em aproximadamente 2.000 lojas até ao final de 2024. Estamos também a substituir equipamentos de refrigeração por tecnologias que utilizam gases refrigerantes naturais ou de baixo potencial de aquecimento global. Em 2023, 52% das nossas lojas e 67% dos nossos centros de distribuição e unidades industriais tinham esta tecnologia em equipamentos frigoríficos.



A NOSSA AMBIÇÃO

55%

REDUÇÃO DAS EMISSÕES
ABSOLUTAS DE GASES COM
EFEITO DE ESTUFA ATÉ 2033
NAS NOSSAS OPERAÇÕES
(ÂMBITOS 1 E 2, SENDO 2021
O ANO DE REFERÊNCIA)

60%

CONSUMO DE ELETRICIDADE
PROVENIENTE DE FONTES
RENOVÁVEIS ATÉ 2030

até 2045

NEUTRALIDADE CARBÓNICA
NAS NOSSAS OPERAÇÕES
(ÂMBITOS 1 E 2).
NEUTRALIDADE DAS EMISSÕES
DA CADEIA DE VALOR (ÂMBITO 3)
ATÉ 2050.

COMBATER O DESPERDÍCIO ALIMENTAR



+120.000 ton.

LEGUMES "FEIOS" APROVEITADOS ENTRE 2015 E 2023

Enquanto especialista em alimentação, temos o dever e a responsabilidade de combater o desperdício alimentar. Uma das iniciativas que temos em curso poderia chamar-se "O feio, o delicioso e o nutritivo".

Independentemente da forma, cor ou aspeto, todos os alimentos que cumpram os requisitos de segurança alimentar têm lugar nas nossas operações. As sopas que produzimos em Portugal e na Polónia incorporam alimentos não calibrados, os chamados legumes "feios", cujo perfil nutricional é igual ao dos produtos calibrados (cenouras, cebolas ou batatas, por exemplo). Também os vegetais embalados, cortados e lavados, prontos a usar, vendidos nas lojas Pingo Doce e Recheio em Portugal, incorporam estes vegetais "feios".

DOAÇÕES ALIMENTARES

Os alimentos que cumprem todas as normas de segurança mas que não podem ser vendidos são doados a instituições de solidariedade social. É através das nossas lojas e centros de distribuição que doamos alimentos a estas instituições, com prioridade para as que trabalham com idosos, crianças e jovens em situação de risco. Em 2023 foram doadas 19.000 toneladas de alimentos.



PROTEGER A BIODIVERSIDADE

Conheça os [projetos](#).

Partilhamos o mundo com uma enorme variedade de seres vivos – plantas, animais, fungos, bactérias. Cada um deles desempenha a sua função 24 horas por dia, sete dias por semana. Talvez não nos apercebamos, mas é a existência destes seres que garante a nossa. A perda de biodiversidade é, por isso, um dos maiores

desafios que a humanidade enfrenta, com impactos multidimensionais que se refletem também no sector alimentar. Em 2023, investimos mais de 600 mil euros para apoiar 14 projetos de recuperação de habitats naturais, proteção da biodiversidade e sensibilização ambiental.

PROMOVER O ECODESIGN

A embalagem é o primeiro ponto de contacto que os consumidores têm com um produto. Desenhar uma embalagem é muito mais do que apenas produzir algo que salte à vista no linear de supermercado. Para reduzir o impacto ambiental e otimizar os custos de produção, transporte e gestão de resíduos das embalagens dos nossos produtos, temos vindo a implementar o nosso próprio projeto de ecodesign há mais de dez anos.

Mais de 80% do papel e da madeira utilizados nas embalagens em 2023 foram reciclados. No que respeita às fibras virgens utilizadas nos nossos produtos de Marca Própria, cerca de 90% tinham uma certificação de sustentabilidade (FSC®, PEFC ou SFI), o que significa que as fibras provêm de florestas geridas de forma sustentável.



30%

PRODUTOS DE MARCA PRÓPRIA ABRANGIDOS PELO PROGRAMA DE ECODESIGN ENTRE 2011 E 2023

41.869 ton.

PLÁSTICO, CARTÃO, ALUMÍNIO E OUTROS MATERIAIS DE EMBALAGEM EVITADOS ENTRE 2011 E 2023

NUM MUNDO CADA VEZ MAIS DIVIDIDO,
ESCOLHEMOS

INCLUIR

Conheça a história.

Em Portugal, e pelo terceiro ano consecutivo, a nossa holding, que recebeu o selo de Excelência pela primeira vez, e o Recheio foram novamente reconhecidos como Marca Empregadora Inclusiva, enquanto o Pingo Doce recebeu o prémio pela primeira vez. A forma como promovemos oportunidades de emprego e formação para pessoas em situação de desvantagem no acesso ao mercado de trabalho foi também reconhecida pelo Eurocommerce.

João Pimenta foi uma das primeiras pessoas a frequentar o Centro Incluir.

© Bruna Gi / EditSetGo

DAR VALOR ÀS CAPACIDADES

João Pimenta tem um grau de deficiência visual de 95%. Apesar de ter concluído o 9.º ano e de ter recebido formação específica como padeiro, teve dificuldades em encontrar e manter um emprego. Inscreveu-se num projeto da Santa Casa da Misericórdia e, no início de 2022, foi uma das primeiras pessoas a integrar o Centro Incluir.

O primeiro centro, localizado em Lisboa (existe um segundo no Porto), acrescentou capacidade extra ao programa Incluir, que está a decorrer desde 2015. Este programa oferece oportunidades de formação e recrutamento a pessoas com deficiências físicas ou cognitivas, migrantes, refugiados ou pessoas em situação de vulnerabilidade social. A nossa metodologia inovadora de formação e desenvolvimento é personalizada para cada indivíduo e adaptada a funções específicas nas nossas companhias operacionais ou escritórios centrais.

Com o objetivo de criar oportunidades reais de trabalho para as pessoas que passam pelo projeto Incluir, todo o processo de formação abrange várias competências. Por exemplo, os formandos podem desenvolver as suas capacidades sociais, tanto ao nível da comunicação com os outros como na forma de trabalhar em equipa. A gestão de conflitos e as relações interpessoais também fazem parte do



programa, assim como as normas de saúde e segurança no trabalho.

Os formandos são igualmente introduzidos na utilização de instrumentos essenciais à sua função, como as tecnologias da informação ou o cálculo matemático simples. O programa proporciona uma formação prática em contexto real de trabalho estando previstas adaptações físicas ao local de exercício da função sempre que necessário.

Após duas semanas de formação em sala de aula, incluindo exercícios práticos, João Pimenta avançou para a formação no local de trabalho sob a supervisão do seu tutor e da equipa de inclusão. Atualmente, trabalha a tempo inteiro no Pingo Doce.

1.693

COLABORADORES COM DEFICIÊNCIA E/OU
INCAPACIDADE A TRABALHAR NO
GRUPO JERÓNIMO MARTINS

253

PESSOAS FORMADAS NOS
CENTROS INCLUIR



DAR VALOR À DIVERSIDADE

Estamos presentes em seis países e em três continentes e, como tal, a nossa força de trabalho é muito diversa. Valorizamos e respeitamos os atributos e as capacidades de cada membro da equipa, pois acreditamos que as diferenças individuais nos tornam mais fortes e mais ágeis, e estamos empenhados em ser um empregador inclusivo que representa as comunidades nas quais estamos inseridos.

Em 2023, tínhamos mais de 134 mil colaboradores, dos quais 8.321 eram cidadãos de outras nacionalidades que não a polaca, a portuguesa e a colombiana (mais 30% do que em 2022). As diferentes 77 nacionalidades dos nossos colaboradores refletem uma grande diversidade de experiências. Temos também colaboradores de cinco gerações diferentes, desde avós a bisnetos. Toda esta diversidade faz de nós um empregador verdadeiramente multicultural e multigeracional.

134.379

COLABORADORES

67,4%

CARGOS DE GESTÃO OCUPADOS POR MULHERES

77

NACIONALIDADES

PREPARAR PARA O FUTURO

Conheça todas as histórias.

Prestamos particular atenção ao desenvolvimento da carreira de cada um dos nossos colaboradores, quer ao nível operacional, quer ao nível dos cargos de gestão. Proporcionamos a todos os que escolhem trabalhar connosco as ferramentas e oportunidades para atingirem o seu máximo potencial, sempre com base na igualdade de oportunidades e na meritocracia. Incentivamos as oportunidades de crescimento interno e desafiamos todos a assumir novas funções noutras áreas, companhias ou países.

Em Portugal, na Polónia e na Colômbia, investimos em formação sobre temas tão diversos como a liderança e a segurança alimentar, e dispomos de mecanismos que incluem análises de

desempenho, feedback, avaliações de potencial, planos de desenvolvimento pessoal e oportunidades de mobilidade interna e progressão. Convidamos também os nossos colaboradores a participar ativamente na construção do futuro da organização.



COLABORADORES UCRANIANOS NA BIEDRONKA

No final de 2023, contávamos com 3.166 colaboradores ucranianos a trabalhar connosco, praticamente todos na Polónia. A Biedronka implementou vários mecanismos para facilitar a integração na organização, incluindo conteúdos e canais de recrutamento especificamente concebidos para a população ucraniana, materiais de integração em ucraniano e processos operacionais, como nas caixas de pagamento das lojas, escritos também em ucraniano.



Propriedade

Jerónimo Martins SGPS S.A.
Rua Actor António Silva, 7
1649-033 Lisboa, Portugal

jeronimomartins.com

Coordenação e edição

Direção de Comunicação e
Responsabilidade Corporativas /
Jerónimo Martins

Conceito e design

nexxar GmbH, Viena

Data de publicação

18 de abril de 2024

**Crie o seu próprio gráfico**

Com o nosso gerador de gráficos, pode consultar os nossos indicadores de desempenho financeiro e de sustentabilidade, comparar os resultados com anos anteriores, remover e combinar indicadores para criar gráficos de fácil leitura e exportar os dados sob a forma de uma tabela. Tudo isto numa única página.



Uma nova forma de contar a história

Acrescentámos uma secção adicional ao nosso relatório digital, que serviu de inspiração para esta brochura, e que pretende mostrar de que forma as nossas conquistas de 2023 refletem o nosso código de valores e a maneira como desenvolvemos os nossos negócios.

SOBRE JERÓNIMO MARTINS

Fundado em 1792, somos um dos retalhistas alimentares mais antigos do mundo. Respondemos às necessidades diárias de milhões de consumidores em três países, através de uma proposta de valor baseada em produtos alimentares de qualidade a preços competitivos. A distribuição alimentar é a nossa principal atividade e representa mais de 98% das vendas consolidadas do Grupo.

A Biedronka é o nosso maior negócio e, para além de ser líder incontestável de mercado na Polónia, está a desenvolver uma nova operação na Eslováquia. Na Polónia, detemos a cadeia de lojas de saúde e beleza Hebe, que está também presente na República Checa (lojas online e físicas) e na Eslováquia (loja online).

Em Portugal, o Pingo Doce é a principal cadeia de supermercados, enquanto o Recheio é o principal operador de cash & carry. A Ara, a nossa cadeia de lojas de bairro na Colômbia, celebrou em 2023 a sua primeira década de operações.

Para assegurar o fornecimento direto de produtos estratégicos, aumentar a diferenciação e chegar a novos mercados, criámos em 2014 uma área de negócio agroalimentar que opera em quatro setores distintos: laticínios, carne bovina, pescado de aquacultura e produção de fruta e vegetais.

CONSULTAR O WEBSITE DO
RELATÓRIO E CONTAS 2023
DO GRUPO JERÓNIMO MARTINS.



**Jerónimo
Martins**