



improving

**relatório de sustentabilidade
Sonae '16**



IMPROVING LIFE



ÍNDICE

1. Improving Life
2. Improving our Business
3. Improving our People
4. Improving our Partners and Suppliers
5. Improving our Community
6. Improving our Planet





O Relatório

O Relatório de Sustentabilidade do Grupo Sonae visa partilhar com os seus *stakeholders* o desempenho e progresso alcançado, ao longo do ano 2016, no que se refere às vertentes económica, social e ambiental.

A presente edição tem por objetivo apresentar alguns dos projetos implementados no âmbito do desenvolvimento sustentável das diferentes empresas, bem como comunicar os principais progressos verificados relativamente à nossa Estratégia de Sustentabilidade.

Assim sendo, o Relatório encontra-se dividido em dois documentos complementares:

1. Relatório de Sustentabilidade

Está estruturado em torno de cinco eixos, que espelham a nossa ambição de garantir a criação de valor partilhado enquanto objetivo de negócio:

- *Improving our Business*
- *Improving our People*
- *Improving our Partners and Suppliers*
- *Improving our Community*
- *Improving our Planet*

Para cada um destes pilares são apresentados os principais indicadores de desempenho (os dados não financeiros não consolidam a atividade da NOS), bem como alguns dos projetos desenvolvidos em 2016 nas várias empresas e que revelam a história do ano em sustentabilidade.

2. Suplemento GRI

Este suplemento complementa o reporte feito em cada um dos eixos, com um conjunto de informação adicional que permite aos nossos *stakeholders* analisarem o desempenho da Sonae à luz das diretrizes do GRI. Assim, o suplemento visa dar resposta aos requisitos do GRI-G4 nível core, apresentando detalhe relativamente a: processo de análise de materialidade; descrição da cadeia de valor; estratégia de sustentabilidade e avaliação do cumprimento dos nossos compromissos passados. Este documento encontra-se dividido em dois grandes blocos: o Retalho e a Sonae Sierra. Adicionalmente, neste suplemento, pode ser encontrado o detalhe da tabela GRI.

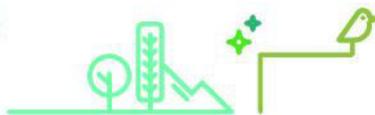
Por fim, o Relatório de Sustentabilidade está disponível para consulta no website da Sonae.

Para qualquer esclarecimento adicional sobre a Sustentabilidade na Sonae, por favor contacte:

Catarina Oliveira Fernandes | Head of Communication, Brand and Corporate Responsibility

E-mail: catarina.fernandes@sonae.pt | Tel.: +351 220 104 000





Mensagem da Comissão Executiva

Na Sonae, a Sustentabilidade está imbuída na nossa forma de estar e na nossa missão - criar valor económico e social a longo prazo, levando os benefícios do progresso e da inovação a um número crescente de pessoas.

Tendo acompanhado toda a nossa história, a Sustentabilidade ganha vida pela ação dos nossos negócios, estando presente ao longo de toda a sua cadeia de valor e por isso, adquirindo diferentes expressões na forma como: criamos valor; promovemos o desenvolvimento do talento e carreira das nossas pessoas; contribuimos ativamente para o desenvolvimento das comunidades em que estamos presentes; mitigamos ou evitamos o impacto ambiental da nossa atividade; ou estabelecemos parcerias que promovem a geração de conhecimento e valor partilhado.

Gostaríamos de destacar, em primeiro lugar, um ponto que para nós é essencial: a aposta contínua nas nossas pessoas! Só o ano passado desenvolvemos mais de 1 milhão de horas de formação, fomos reconhecidos como o melhor empregador do mundo para estudantes de MBA, continuámos a promover ativamente o nosso programa *Somos Sonae*, que, desde a sua criação representou um investimento de cerca de meio milhão de euros, direcionado aos agregados familiares de cerca de 400 colaboradores que passaram por momentos de maior fragilidade. E estendemos esta nossa preocupação às comunidades onde estamos presentes, tendo apoiado, em 2016, mais de 1.300 instituições, com cerca de 10 milhões de euros.

Por outro lado, destacaríamos ainda exemplos como o ParkLake, o nosso primeiro centro comercial inaugurado na Roménia, reconhecido internacionalmente pelo seu design único e eco-eficiente, ou a criação das Jindo Burel*, um modelo inovador de sapatilhas, 100% reciclável, distinguidas na categoria "Outdoor - Footwear Lifestyle" na ISPO 2017 e que evidenciam a integração da Sustentabilidade em toda a nossa cadeia de valor. A nossa ação no que diz respeito à mitigação dos nossos impactos ambientais é vasta e abrange projetos tão diversos como o Transformar-te, que combate o desperdício alimentar, ou programas como o Trevo que através de melhorias introduzidas nas nossas operações e a instalação de mais de 100 centrais de produção autónoma de energia promove um uso mais eficiente dos recursos naturais e contribui para o combate às alterações climáticas.

A sustentabilidade é um caminho, por isso, 2017 será de novo um ano em que toda o grupo, sem exceção, continuará a desenvolver projetos e ações da forma mais eficiente, circular e inovadora possível, concretizando na prática aquela que é a nossa cultura, à nossa maneira. Finalmente, salientaria o esforço conjunto de todos os negócios no desafio em curso à nossa Estratégia de Sustentabilidade e na procura de novos caminhos e patamares de objetivos.

Acreditamos que, com o cumprimento da nossa missão e capacidade de melhorarmos a vida de cada vez mais pessoas, iremos satisfazer aqueles que são os nossos objetivos de negócio. É sob este mote e com responsabilidade acrescida que continuaremos a desafiar-nos para que possamos afirmar, Sonae, *Improving Life*.





improving

life





1. Improving Life

1. O Grupo Sonae

Somos um Grupo multinacional com um *portefólio* diversificado de negócios nas áreas do retalho, serviços financeiros, tecnologia, centros comerciais e telecomunicações, que tem como propósito levar os benefícios do progresso a um número crescente de pessoas. Visamos satisfazer as necessidades e as expectativas dos nossos colaboradores, clientes, acionistas e da sociedade em geral através de uma cultura sólida e de uma elevada capacidade para inovar e executar.

Neste percurso, assumimos como compromissos prioritários e intrinsecamente ligados à estratégia de negócio, a criação de valor partilhado e o desenvolvimento sustentável, nas suas diferentes dimensões.

SONAE



A NOSSA MISSÃO

Criar valor económico e social a longo prazo, levando os benefícios do progresso e da inovação a um número crescente de pessoas

OS NOSSOS VALORES

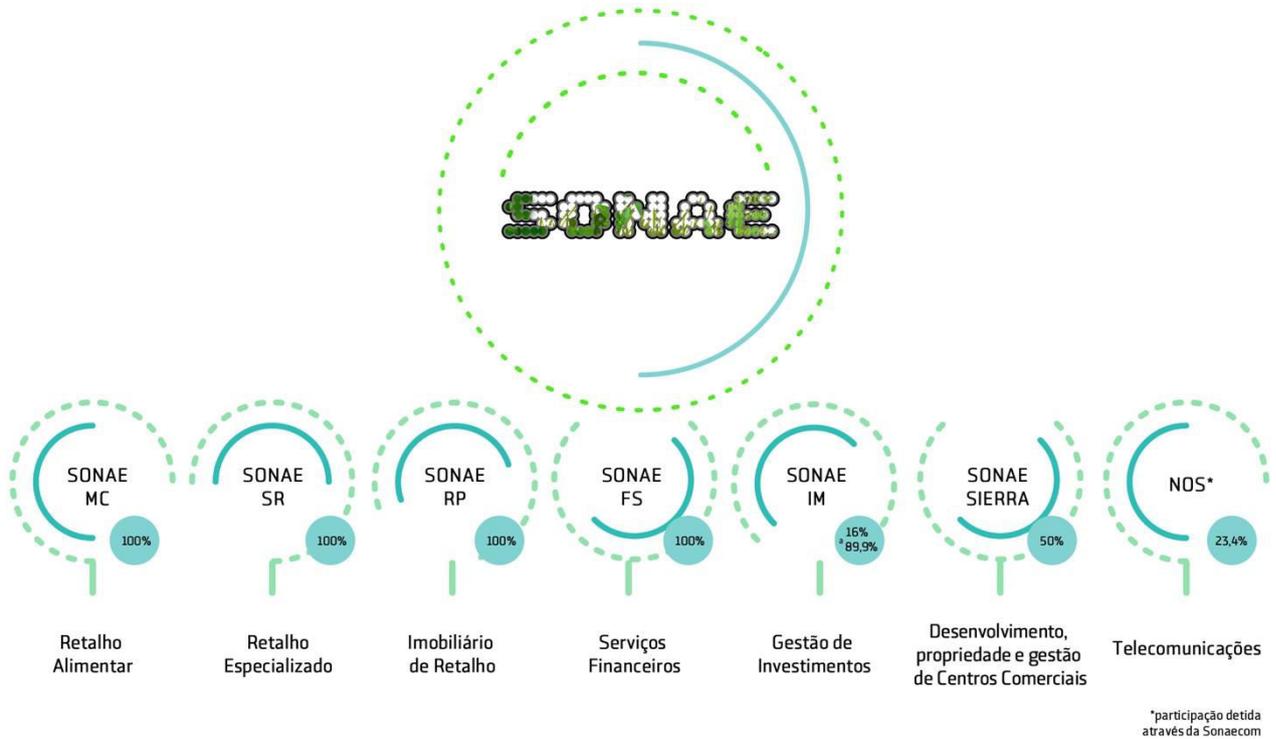
- Ética e Confiança
- Pessoas no Centro do Nosso Sucesso
- Ambição
- Inovação
- Responsabilidade Social
- Frugalidade e Eficiência
- Cooperação e Independência

Na prossecução desta nossa missão, procuramos promover práticas de gestão transparentes e garantir que toda a nossa atividade se rege pelos mesmos valores, normas e princípios éticos. Sendo esta uma preocupação transversal a todo o Grupo Sonae, disponibilizamos aos colaboradores o Código de Ética e Conduta da Sonae que define os princípios éticos pelos quais nos pautamos. De forma a assegurar a sua implementação, cumprimento e acompanhamento foi nomeada pelo Conselho de Administração uma Comissão de Ética.





O Grupo Sonae em 2016



O resultado da atividade em 2016



Âmbito: Sonae

* Não consolida dados Sonae IM





Os marcos de 2016



Sonae MC anuncia acordo para adquirir 51% da empresa que detém a Go Natural e inaugura o seu primeiro supermercado totalmente dedicado à alimentação saudável, dando importantes passos na promoção de um amplo e livre acesso dos consumidores a um estilo de vida saudável.



Sonae SR concretiza uma parceria estratégica com a Salsa, materializada através da aquisição de 50% do seu capital. A operação permitirá à Sonae reforçar as suas competências ao nível do desenvolvimento de produto da área têxtil e de canais de distribuição.



Arranque da Bright Pixel: o mais recente e diferenciador *Company Building Studio* em Portugal, que integra o portefólio da Sonae Investment Management (Sonae IM).



Sonae Sierra assina 150 novos contratos de serviços de desenvolvimento e de gestão de ativos imobiliários no valor total de €31.7 milhões, consolidando a sua presença em Mercados Emergentes e expandindo o negócio na Europa Central.



Sonae SR atinge as 259 lojas no estrangeiro, repartidas entre 32 países na Europa, África, Ásia e América.



Sonae MC implementa plano estratégico de expansão de rede de lojas Well's e lança o Plano de Saúde Well's, que veio facilitar o acesso a cuidados de saúde privados a todos os titulares do Cartão Continente.



Sonae IM torna-se acionista de referência da start-up tecnológica Inov Retail.



Sonae Sierra lança veículo de investimento imobiliário com o Bankinter.



Em 2016, a Sonae arrecada um total de 176 prémios e distinções relacionadas com produtos ou serviços prestados.



Sonae MC e o Hilton Food Group estabelecem um acordo de joint venture para o desenvolvimento da oferta de valor de produtos de bovino, ovino, caprino e suíno nas lojas da Sonae MC, em Portugal.



Sonae Sierra e CBRE Global Investment Partners (GIP) criam parceria estratégica para adquirir e gerir centros comerciais na Península Ibérica.





2. Estratégia Corporativa

Com base nos nossos compromissos e, em linha com a nossa missão e valores, procuramos alcançar os nossos objetivos estratégicos de forma a criar valor para todas as partes interessadas.

Com o foco assente na nossa missão, a estratégia corporativa é baseada em três eixos fundamentais:

Reforçar e alavancar os nossos ativos e competências chave

Trabalhamos de forma continuada no sentido de reforçar as nossas posições competitivas mais robustas e explorar novas oportunidades de negócio, que alavanquem as nossas competências e base de ativos excecionais, como forma de ampliar o nosso portefólio de opções de crescimento futuro.

Potenciar a expansão internacional

A internacionalização continua a ser a nossa principal alavanca de crescimento futuro e iremos continuar a alocar recursos nesse sentido, uma vez que temos a oportunidade de alargar a nossa presença internacional e de reforçar o status da Sonae como uma empresa multinacional.

Diversificar modelos de negócio e estilos de investimento

Continuaremos a manter elevados níveis de flexibilidade na procura de diferentes modelos de negócios (desde expansão orgânica a *wholesale*, franquias e prestação de serviços) e diferentes estilos de investimento (incluindo participações maioritárias, mas também *joint-ventures* e participações minoritárias).





3. Comunicação com Stakeholders

De forma a assegurar uma relação de cooperação e interação próxima com cada um dos nossos *stakeholders*, possuímos diversos canais de comunicação, com vista a manter essa proximidade e responder eficazmente às suas necessidades e expectativas.

Tendo em consideração o vasto espectro dos nossos negócios que, conseqüentemente, originam uma multiplicidade de *stakeholders*, um dos nossos grandes desafios é a identificação das suas expectativas. Para isso, recorremos a diversos canais e ferramentas que mobilizamos de forma específica para cada grupo de *stakeholders*, em momentos chave de auscultação e partilha.





Em 2016, destacamos duas grandes iniciativas de envolvimento com os *stakeholders*, o 1.º Grande Inquérito sobre Sustentabilidade, a nível externo, promovido pela Missão Continente e, a nível interno, o Diagnóstico de Clima Social - Tu Contas!.

1.º Grande Inquérito sobre Sustentabilidade

No âmbito da atividade da Missão Continente, foi desenvolvido, com o Instituto de Ciências Sociais (ICS) da Universidade de Lisboa, o primeiro grande inquérito sobre desenvolvimento sustentável, que teve como objetivos gerais *i)* conhecer os hábitos dos portugueses no que respeita às várias vertentes que compõem o conceito de desenvolvimento sustentável; *ii)* identificar áreas onde se tornam prioritárias ações de informação, sensibilização e mobilização; *iii)* partilhar informação importante com diversos parceiros da sociedade civil para definir melhores estratégias de atuação no sentido do Desenvolvimento Sustentável. Desta forma, a realização do inquérito procurou espelhar a perceção da sociedade portuguesa nas matérias de ambiente, alimentação, saúde, consumo sustentável, investimento e políticas públicas. O inquérito foi aplicado entre os meses de abril e maio de 2016, a uma amostra de 1.500 portugueses, maiores de idade.

Os principais resultados do inquérito, demonstram que:

- A generalidade da população é familiar com o termo sustentabilidade (mais de 70%);
- A educação, formação e turismo, são considerados os sectores prioritários de investimento no país;
- As prioridades de cariz social destacam-se em termos de política pública;
- Os incêndios são o principal problema ambiental referido;
- A crise económica é um fator de elevada relevância, que leva à alteração das práticas de consumo e lazer da esmagadora maioria da população;
- O combate ao desperdício é uma preocupação generalizada dos portugueses;
- A substituição da carne por proteínas vegetais surge como a alternativa alimentar futura com maior destaque;
- Tanto o associativismo como o voluntariado não são predominantes;
- As atividades de lazer gratuitas são, cada vez mais valorizadas.





Tu Contas

O Tu Contas! traduz a nossa maneira de comunicar e intervir junto dos nossos colaboradores. Tendo como objetivo conhecer como estes se sentem em relação à sua função, equipa, condições e ambiente de trabalho, bem como ao modo como vivem os valores Sonae, pretende identificar um conjunto de oportunidades de melhoria e atuar em conformidade.

Na edição de 2016, o diagnóstico de clima social – Tu Contas! abrangeu vários negócios do grupo, contemplando todos os efetivos e contratados a termo, em part-time ou full-time, com antiguidade igual ou superior a três meses. O inquérito, composto por 27 questões, foi desenvolvido com uma linguagem simples e clara, de forma a ser acessível a todos os colaboradores. Foi disponibilizado em papel e via digital e obteve-se uma taxa de resposta de 83%.

No decurso de 2017, os resultados globais serão comunicados e, de forma segmentada, divulgar-se-á um conjunto de relatórios e recomendações que darão origem a um plano de ação concertado, a ser implementado pelos diversos negócios e áreas.

4. Gestão da Sustentabilidade

O Fórum de Sustentabilidade, transversal a todo o Grupo Sonae, tem como finalidade promover a partilha de experiências e conhecimento entre as várias áreas de negócio. Através desta partilha, é estimulada a procura e implementação de medidas para melhorar o desenvolvimento sustentável dos negócios. Este Fórum é coordenado por um *sponsor*, um presidente e um secretário, abordando e consolidando diversos temas das vertentes económica, ambiental e social, como sejam a economia circular, o apoio à comunidade envolvente, a gestão e relacionamento com os fornecedores, entre outros.







improving our business





2. Improving our Business

Caracterizamo-nos por ser um Grupo multinacional que se rege pela ambição de desenvolvimento permanente e pela procura de novas oportunidades e desafios. A nossa cultura e forma de estar nos negócios é o que nos torna especiais e o que nos mantém unidos, fortalecendo as nossas posições de liderança.

É esta aspiração e desafio permanente que leva o grupo a uma crescente diversificação dos seus negócios, como se pode comprovar pelas recentes aquisições estratégicas, que promovem, no retalho e não só, uma crescente complementaridade da oferta ao cliente, bem como uma antecipação de tendências da sociedade atual.

A forma como pensamos os nossos negócios é pautada pela inovação, eficiência e melhoria contínua. Estas vertentes, além de estarem ancoradas na nossa missão e valores, são efetivamente fatores críticos de sucesso que consideramos diferenciadores face aos nossos concorrentes, em todos os negócios onde operamos e que, por isso, estão na base do desenvolvimento dos nossos produtos e serviços.

Ao longo dos últimos anos, procurámos continuamente estar alinhados com as expectativas da sociedade e, desta forma, temos desenvolvido a nossa atividade de acordo com os padrões mais elevados de inovação e desenvolvimento científico. Por outro lado, consideramos que a obtenção e manutenção da confiança dos nossos clientes, quer sejam os consumidores finais ou outras empresas só é alcançável quando se detém um produto ou se presta um serviço de elevada qualidade. Este aspeto está presente, quer nas nossas marcas próprias, quer nos serviços que disponibilizamos e na visão centrada no cliente que procuramos que seja central na forma como gerimos os nossos diversos negócios.

De seguida, apresentamos alguns projetos do ano 2016, que ilustram a implementação destes princípios ao nível dos nossos negócios, produtos e serviços.





SONAE MC

100%
RETALHO ALIMENTAR

N.º Colaboradores: 29.327
Volume de Negócios: 3.687M€
Underlying EBITDA: 210M€

SONAESR

100%
RETALHO ESPECIALIZADO

N.º Colaboradores: 10.990
Volume de Negócios: 1.438M€
Underlying EBITDA: 35M€

SONAERP

100%
IMOBILIÁRIO DE RETALHO

N.º Colaboradores: 42
Volume de Negócios: 92M€
Underlying EBITDA: 80M€

SONAEFS

100%
SERVIÇOS FINANCEIROS

N.º Colaboradores: 33

SONAEIM

16% a 89,9%
GESTÃO DE INVESTIMENTOS

N.º Colaboradores: 2.261
Volume de Negócios: 258M€
Underlying EBITDA: 13M€

SONAESIERRA

50%
DESENVOLVIMENTO, PROPRIEDADE
E GESTÃO DE CENTROS COMERCIAIS

N.º Colaboradores: 1.068
Volume de Negócios: 209M€
EBIT: 97M€

NOS

23,4%
TELECOMUNICAÇÕES

N.º Colaboradores: 2.519
Volume de Negócios: 1.515M€
Underlying EBITDA: 557M€





1. Iniciativas e Projetos



Projeto Supermercados Go Natural, Sonae MC



Desafio
Expandir e crescer no segmento da alimentação saudável.



Ação
Inserida na estratégia da Sonae MC de liderar a área de saúde e bem-estar no retalho em Portugal, oferecendo soluções e produtos que contribuam para melhorar a saúde e qualidade de vida das pessoas, abriu no dia 6 de dezembro a primeira loja Go Natural.

Com a ambição de democratizar a alimentação saudável, este novo formato da Sonae MC tem como objetivos mais específicos promover produtos saudáveis e biológicos; desenvolver o conceito de comida saudável com sabor; satisfazer diferentes necessidades nutricionais e intolerâncias alimentares; garantir os preços mais baixos em alimentação saudável e biológica; e desenvolver ações que contribuam para a sustentabilidade do planeta.

Este novo espaço que oferece uma experiência de compra e um serviço distintivo, apresenta um conceito totalmente desenvolvido de raiz que visa criar um ambiente orgânico e natural. Com cerca de 350 m², inclui um supermercado e um restaurante com 40 lugares sentados.



Impacto

- Supermercado com cerca de 4.000 Skus;
- Seleção de mais de 50 ingredientes biológicos no restaurante;
- Utilização de embalagens biodegradáveis;
- Abertura prevista de mais 5 lojas em 2017.

ODS





Projeto ParkLake, Sonae Sierra



Desafio

Antecipar as tendências de mercado no desenvolvimento de espaços comerciais, atrativos, sustentáveis e com um mix de lojas único.



Ação

Em setembro de 2016, a Sonae Sierra em conjunto com a Caelum Development, inaugurou o centro comercial ParkLake, na Roménia, o mais inovador centro do país - um investimento de €180 milhões, com mais de 200 lojas e 70,000 m² de ABL que, no seu total, gerou mais de 2.100 novos postos de trabalho diretos. Este centro comercial, de design único e eco-eficiente, junta diversas marcas, algumas delas introduzidas no mercado romeno pela primeira vez, e diferentes conceitos de retalho no mercado, criando um espaço único que combina lazer, desporto e entretenimento.

Tendo sido construído em torno do conceito “Parque-Natureza-Família”, oferece aos seus visitantes uma experiência de compra inovadora e criativa num ambiente agradável e descontraído. Em paralelo, o ParkLake adotou a sustentabilidade como um fator crítico no seu desenvolvimento, procurando continuamente reduzir o seu impacto ambiental, através da utilização eficiente de recursos.



Impacto

- Premiado com o melhor “Concept & Design Project of the Year” no 10º Annual SEE Real Estate Awards e nomeado “Developer of the year” pelo CIJ Awards;
- Distinguido no Forbes Green Awards, na categoria “Green Strategy in Developing and Operating Shopping Centres”;
- Edifício certificado de acordo com o mais importante método de avaliação e classificação ambiental de edifícios do mundo (BREEAM) e pela UNE 170001;
- Certificação integrada OHSAS 18001 e ISO 14001 do sistema de gestão de segurança, saúde e ambiente, implementado na construção do centro. A certificação integrada foi pioneira no país;
- 2,8 Milhões de visitas após quatro meses de abertura.

ODS





Projecto

Sapatilhas Jindo Burel, Sonae SR, BERG Outdoor



Desafio

Aliar funcionalidade, estilo e sustentabilidade no desenvolvimento de novos produtos.



Ação

Utilizando materiais naturais de origem portuguesa, como a cortiça e o tecido artesanal Burel, feito totalmente de lã, a BERG Outdoor criou umas sapatilhas urbanas, as Jindo Burel, que conciliam o respeito pelo meio ambiente com um design que reúne as melhores funcionalidades para o dia-a-dia: termorregulação, repelência à água, flexibilidade, alta resistência, respirabilidade e um conforto *premium*.

Desta forma, este novo modelo reflete aqueles que são os atributos fundamentais e orientadores da BERG Outdoor - inovação, qualidade, sustentabilidade e respeito pela qualidade dos materiais.



Impacto

- Desenvolvimento de um modelo de sapatilhas 100% reciclável;
- Valorização da produção nacional;
- Sapatilhas distinguidas na categoria "Outdoor - Footwear Lifestyle na ISPO 2017".

ODS





Projeto

Projeto Feedback cliente MO, Sonae SR , MO



Desafio

Recolher, analisar e introduzir de forma contínua o *feedback* do consumidor nos nossos produtos.



Ação

Para que o desenvolvimento das suas coleções vá, cada vez mais, ao encontro daquelas que são as preferências dos seus clientes, aumentando a sua flexibilidade e capacidade de resposta, uma equipa, composta por mais de 30 colaboradores, conduziu o piloto do projeto Feedback Ciente MO.

O piloto desta iniciativa, que tem por objetivo obter a opinião do consumidor final de forma recorrente, estruturada e acionável, implicou o desenho e o ensaio de um processo de recolha de *feedback* do cliente final, fazendo uso de diferentes ferramentas e metodologias e, tendo em consideração 3 variáveis críticas: produtos, preço e promoções. Um projeto que se distingue por envolver centenas de clientes fidelizados e não painéis de clientes genéricos, o que permite obter perguntas e respostas mais focadas e assertivas.

Reagir rapidamente, alinhando a oferta às exigências dos seus consumidores, contribuindo assim para o aumento da satisfação do cliente final e consequentemente para o aumento das vendas são os impactos que se espera obter com o *roll out* do projeto Feedback Ciente MO.



Impacto

O projeto piloto implicou:

- Aplicação de 4 questionários a uma amostra total de 8.000 clientes;
- Auscultação de 20 clientes através dos painéis realizados;
- Dinamização de *focus groups* através dos quais se conheceu em profundidade a opinião de 30 clientes;
- Promoção de 6 ações de *shop along*.

ODS





Projeto

Programa de pós-graduação ME310, Sonae



Desafio

Utilizar a vasta rede de parceiros para desenvolver e partilhar conhecimento.



Ação

Enquadrado no programa de Inovação de Produto ME310 da Universidade de Stanford, a Sonae desafiou os alunos de um conjunto de entidades académicas suas parceiras para participarem numa iniciativa de inovação aberta que visava responder aos desafios propostos pela Berg Cycles e pela Worten, marcas de outdoor/cycling e de eletrodomésticos e eletrónica de consumo da Sonae. A iniciativa enquadra-se na política de inovação aberta da Sonae, que procura fomentar o conhecimento através da colaboração e cooperação com o meio académico e científico.



Impacto

- Envolvimento de 3 instituições académicas - Porto Design Factory , Universidade Modena e Reggio Emilia e Universidade de Swinburne;
- Participação de 13 alunos;
- Como resultado, os participantes desenvolveram 2 protótipos: uma bicicleta cidadina para a Berg Cycles e um dispositivo para monitorização, gestão e manutenção remota de eletrodomésticos e equipamentos eletrónicos para a Worten, que foram dados a conhecer nos Estados Unidos e em Portugal.

ODS





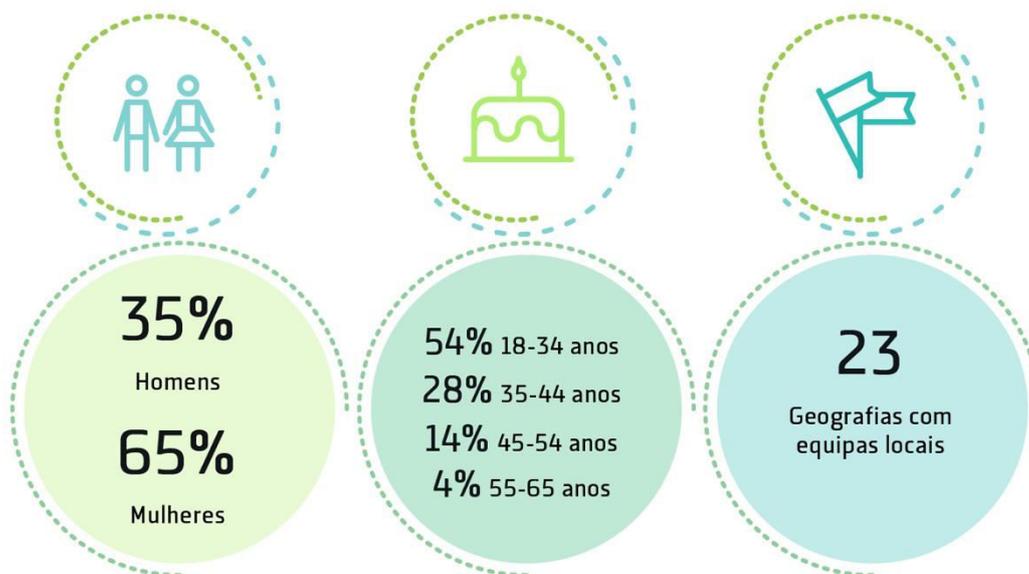


improving our
people



3. Improving our People

Somos um grupo diversificado e multicultural, composto por uma equipa de profissionais com um elevado nível de qualificações e competências que, em conjunto, contribuem para o sucesso do Grupo Sonae e enriquecem diariamente a nossa cultura.



Âmbito: Sonae

Reconhecendo o desafio que é ser um dos maiores empregadores privados em Portugal e a ambição de sermos capazes de encarar cada uma das nossas pessoas na sua individualidade, promovemos uma abordagem integrada à gestão de talento, assente em três pilares distintos: (i) Atração eficaz de talentos; (ii) Avaliação e desenvolvimento e; (iii) Gestão de carreiras.

(i) Atração eficaz de talentos

A Sonae vive da heterogeneidade e diversidade de perfis pelo que, na sequência de um portefólio de negócios diverso e internacional, apostamos na identificação e atração de talento com percursos académicos, profissionais e pessoais variados. Procuramos pessoas criativas, ousadas, que valorizem a integração numa equipa e que, a par do melhor trajeto académico, valorizaram na sua formação experiências enriquecedoras e potenciadoras do seu desenvolvimento, também pessoal. Além das competências técnicas e profissionais, cada vez mais valorizamos as designadas *soft skills*, procurando um perfil ambicioso, criativo, empreendedor, intelectualmente curioso, flexível e com foco na excelência. Ao longo do percurso profissional e de carreira, procuramos que estas características sejam potenciadas e reforçadas, de modo a que os nossos colaboradores estejam melhor preparados para a diversidade e heterogeneidade de desafios que o negócio impõe.

(ii) Avaliação e desenvolvimento

Baseado nos princípios da Meritocracia, Pluralidade e Participação, o modelo de gestão de performance da Sonae – Improving Our People – , promove, anualmente, uma reflexão conjunta



entre chefia e cada elemento da equipa sobre os resultados do ano anterior, a par da definição de objetivos e planos de ação para o ano em curso, claramente focados na exploração do potencial e desenvolvimento pessoal e profissional de cada colaborador.

A entrevista de gestão de desempenho, caracterizada pelo seu rigor, frontalidade e transparência, é um momento privilegiado para partilha de expectativas e áreas de interesse, implicando o colaborador no seu desenvolvimento, bem como na construção do seu percurso profissional.

(iii) Gestão de Carreiras

Visando conciliar as expetativas pessoais e profissionais das nossas pessoas com os objetivos estratégicos do negócio, do ponto de vista de competências e talento, o nosso modelo de carreiras pretende apoiar a gestão do *pipeline* de talento atual, assim como dar resposta às necessidades e desafios de médio / longo prazo. Neste sentido, reforçando o papel que cada colaborador tem enquanto ator do seu próprio desenvolvimento, é nossa visão comunicar o universo de percursos de carreira e crescimento possíveis dentro da multiplicidade de áreas, negócios e geografias nas quais a Sonae marca presença.

Conscientes do nosso papel como empregador de referência, empenhamo-nos na formação e desenvolvimento contínuo das competências das nossas pessoas, estando fortemente comprometidos a desenvolver uma cultura de realização pessoal e profissional.

Complementarmente, a segurança e saúde dos nossos colaboradores é um aspeto central da nossa gestão. Apostando numa cultura de zero acidentes, asseguramos as condições necessárias para que as nossas lojas, centros comerciais, entrepostos e locais de trabalho sejam ambientes seguros e propiciadores de bem-estar coletivo.

O ano de 2016 foi marcado por um conjunto ambicioso e diversificado de iniciativas de que seguidamente daremos alguns exemplos.



Âmbito: Sonae

* Sonae IM só consolida dados Maxmat.





1. Iniciativas e Projetos



Projeto

Sonae Summer Experiences – Lança-te no Futuro, Sonae



Desafio

Criar um programa de desenvolvimento vocacional em contexto real de trabalho.



Ação

Pela diversidade de áreas de negócio, funções e competências existentes no universo Sonae, sentimos a responsabilidade de criar condições para que a exploração de interesses profissionais e pessoais dos filhos dos nossos colaboradores seja realizada em contexto real de trabalho e não na ausência deste, como acontece com muitos jovens.

O Sonae Summer Experiences – Lança-te no Futuro, nasce precisamente desta convicção de que a Sonae pode ter um papel muito importante no processo de escolha vocacional dos jovens e que este processo pode contribuir de uma forma efetiva para desenvolver competências relevantes para o futuro profissional e pessoal dos mesmos.

Para concretizar este objetivo a Sonae Academy desenvolveu este programa, em parceria com a Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto, consultora no desenho do mesmo, a Universidade Católica, pela Católica Porto Business School, responsável pelas *masterclasses* de gestão e liderança e a orientação vocacional. Foi ainda determinante a participação de 40 colaboradores de diferentes funções, formações, gerações e geografias que partilharam com os participantes o seu conhecimento e experiência. Desta combinação resultou o primeiro programa, em Portugal, de desenvolvimento vocacional, em contexto real de trabalho.

Durante uma semana, o Sonae Summer Experiences proporcionou a 26 jovens, filhos de colaboradores com idades entre os 15 e os 18 anos, a oportunidade de fazer parte da empresa, através de visitas a diferentes negócios e de *shadowing experiences*, receber formação em múltiplas áreas de gestão e liderança, responder a desafios do negócio, praticar desporto e, com base na experiência, refletir sobre o seu futuro escolar e profissional.

A avaliação deste projeto é feita em 3 grandes momentos: no Curto Prazo (após realização do Programa) - através da Avaliação de Satisfação (participantes; pais e colaboradores Sonae envolvidos no projeto) e Avaliação Conhecimento/Aplicabilidade (trabalho de equipa realizado de resposta a um desafio colocado por um dos negócios e processo de orientação vocacional individual); no





Médio Prazo (12 Meses) - através da Avaliação da Utilidade na Escolha Vocacional e da Utilização pelo Negócio dos trabalhos desenvolvidos; e por último no Longo Prazo - implementando mais edições/programas para diferentes segmentos etários, alargando o acesso aos programas a jovens de escolas com intervenção Sonae, disponibilizando os conteúdos desenvolvidos a serviços de orientação vocacional da comunidade, liderando movimento que desafiem outras empresas a complementar com *inputs* de outros setores de atividade e partilhando a experiência em contexto nacional/internacional com vista a recolher outros *inputs* e incentivar a sua disseminação.



Impacto

No imediato é possível identificar o impacto do Programa a 3 níveis:

- Jovens participantes – referem que o programa permitiu adquirir conhecimentos acerca daquilo que se faz nas empresas (100%) e aprofundar o conhecimento sobre a sua área profissional de interesse (91%);
- Pais dos participantes/Colaboradores Sonae – referem que o programa permitiu promover o conhecimento do filho/a relativamente ao mundo real de trabalho (100%) e apoiar o filho no processo de escolha vocacional (95%);
- Negócios – o conteúdo dos trabalhos desenvolvidos pelas equipas em resposta ao desafio lançado pelos negócios, foi incorporado nos estudos em curso e foram apresentados na Convenção Anual da Sonae MC.

ODS





Projeto

Programa Contacto, Sonae



Desafio
Atrair, captar e desenvolver novos talentos.



Ação
O programa Contacto, que comemorou em 2016 o seu 30º aniversário, foi criado com o objetivo de recrutar jovens finalistas de licenciatura/mestrado das melhores universidades para realizarem um estágio nas Empresas Sonae e, posteriormente, dependendo do seu desempenho, integrar os quadros das empresas. A sua missão é a de atrair e integrar, nas diferentes Empresas Sonae, jovens talentos, com diferentes formações de base, que ambicionem ter acesso aos melhores líderes e que pretendam desenvolver competências ambidextras, bem como construir uma rede alargada de *networking*.

Ao longo de 30 anos, o Programa Contacto tem contribuído para reforçar as equipas das Empresas Sonae com talento jovem, fomentando o conhecimento e a inovação, ao mesmo tempo que oferece aos participantes uma oportunidade única de desenvolvimento pessoal e profissional.

Na edição de 2016 o Contacto procurou “Gyroscopers” - jovens talentos com uma mente aberta e uma perspetiva global, isto é, jovens com formações académicas, nacionalidades e experiências extracurriculares distintas, capazes de trazer e integrar as suas vivências no dia-a-dia de trabalho.



Impacto

- Mais de 40 mil candidaturas e participação de mais de 4.500 jovens de várias áreas de formação desde o início do programa;
- 45 estagiários na edição de 2016/2017;
- 79% de retenção na edição 2015/2016.

ODS





Projeto Mais Sonae, Sonae



Desafio
Promover os benefícios que disponibilizamos aos nossos colaboradores.



Ação
Com a finalidade de contribuir para a motivação e satisfação dos nossos colaboradores, desenvolvemos diversas parcerias que oferecem aos colaboradores e respetivas famílias a oportunidade de usufruir de um conjunto de vantagens exclusivas.

Em 2016, sentimos necessidade de chegar mais perto das nossas equipas. Desta forma, fomos os pioneiros em Portugal, na implementação de um micro-site e de uma plataforma web que permite a cada colaborador, não só aceder e consultar todas as vantagens e benefícios disponíveis, como também usufruir mais facilmente dos descontos oferecidos numa variedade de bens e serviços, graças aos protocolos estabelecidos com diversas entidades. A facilidade no acesso no website e à aplicação desenvolvida para este efeito, garantem ainda a permanente atualização dos benefícios e vantagens Sonae.

Sendo uma das nossas principais preocupações garantir o bem-estar e saúde das nossas pessoas, oferecemos aos nossos colaboradores e familiares a oportunidade de usufruírem de descontos em ginásios e atividades desportivas, seguros de vida, escolas e institutos de línguas, bem como diversas atividades culturais, entre outros.



Impacto

- Mais de 50.000 colaboradores beneficiaram das vantagens;
- Foram feitas cerca de 30.000 visitas às ofertas;
- Mais de 50% manifestaram intenção de comprar;
- Foram publicadas 220 Parcerias.



Testemunho
“A plataforma é intuitiva, quem utiliza o site tem facilidade em aceder aos mais variados descontos e, por isso, acho que é uma plataforma muito *user friendly*. Penso que todos os colaboradores deveriam utilizar.” Rui Coelho

ODS





Projeto

Desafia-te, Sonae MC



Desafio

Apoiar os colaboradores que possuem restrições médicas que os impedem de desempenhar na totalidade as suas funções.



Ação

O Desafia-te é um programa dirigido aos colaboradores da logística e centros de fabrico da Sonae MC que, por restrição médica, não podem desempenhar na totalidade a função para a qual foram contratados.

Através de um processo que se pretende ágil, simples e próximo, os colaboradores que se encontram nesta situação são identificados e convidados a integrar um processo de balanço de competências que visa melhor conhecê-los e posteriormente, integrá-los numa Bolsa de Talentos.

Esta avaliação aprofundada e multidisciplinar do perfil dos nossos colaboradores permite-nos identificar oportunidades internas de mobilidade ou desenvolver soluções reconversão profissional à medida de cada um.

Para as alternativas de carreira profissional apresentadas aos nossos colaboradores é assegurado todo o apoio e preparação de uma eventual mudança, nomeadamente através da implementação de planos de desenvolvimento que visam a capacitação dos colaboradores para o desempenho das novas funções que melhor se adequem à sua condição física.

Ao longo de todo o processo é feito um acompanhamento próximo e atento dos planos de desenvolvimento e da integração nas novas funções, concluindo-se o processo com uma avaliação.

O programa Desafia-te possui ainda uma vertente preventiva, nomeadamente ao nível do desenvolvimento de estudos ergonómicos que permitem caracterizar cada posto de trabalho e também na área da saúde ocupacional, que visa garantir uma boa condição física e psicológica dos colaboradores, atuando quer no momento da sua admissão quer ao longo de todo o ciclo de vida na organização, com vista a minimizar os riscos profissionais e o aparecimento de lesões e reduzir os impactos negativos na capacidade de trabalho dos colaboradores. Com estas medidas e com o investimento em novos equipamentos que visam reduzir o esforço físico manual para a realização de cada função, estamos também a reduzir os impactos negativos na capacidade de trabalho dos colaboradores.

Com vista ao cumprimento destes objetivos, um conjunto alargado e diversificado de ações está em curso e de que são exemplos: a criação de um novo portal informático para a Saúde Ocupacional que permite aceder mais facilmente a mais informação e instaurar processos automáticos de notificação dos recursos humanos sempre que



forem identificadas situações de restrições médicas, bem como aceder a um mapa de indicadores; uniformização e revisão de serviços médicos disponibilizados e seus horários; condução de estudos ergonómicos e ações de promoção de *heathy living* junto dos colaboradores da logística e centros de fabrico.



Impacto

- 39 já integraram o programa;
 - 11 colaboradores concluíram a sua realocação.
-



Testemunho

De colaboradores integrados na área administrativa dos serviços de Transportes.

“Sinto-me bem... os colegas que me receberam são boa gente... a empresa está a dar-me uma nova oportunidade.”

Cláudio Meneses, 29 anos | Função anterior Preparador Encomendas – Maia | Antiguidade: 7 anos

ODS





Projeto

WORTEAM, Sonae SR, Worten



Desafio

Garantir a implicação e satisfação das equipas na Worten Espanha.



Ação

Acreditamos que a qualidade do ambiente de trabalho é um dos vetores que define o nosso sucesso.

Com os resultados obtidos nas entrevistas de saída, com a aplicação do *Upward Feedback* - uma ferramenta de desenvolvimento *bottom-up* que encerra em si a formalização de um momento de *feedback* por parte dos colaboradores aos seus líderes – e um inquérito de clima, a equipa da Worten Espanha desenvolveu um ambicioso programa de *engagement* das suas equipas: o WORTEAM.

Para melhor compreender os resultados do inquérito e identificar áreas de melhoria foram criados *focus groups*. As principais conclusões assim aferidas deram origem a um conjunto de grupos de trabalho, que visam, de uma forma genérica, uma maior transparência e melhores condições de trabalho, uma comunicação mais aberta e frontal, bem como melhorar as competências de liderança e gestão das equipas e dotá-las de melhores ferramentas de trabalho.

Com os resultados do diagnóstico de clima social, a implementação das ações desenvolvidas pelos grupos será priorizada.



Impacto

- Mais de 50 inscrições de colaboradores voluntários;
- Constituição de 10 equipas de trabalho;
- 105 propostas de ações apresentadas.

ODS





Projeto

Programa de Saúde e Bem Estar, NOS



Desafio

Minimizar os riscos profissionais psicossociais, ergonómicos e de deslocações em serviço, identificados pelos meios regulares de diagnóstico.



Ação

A NOS aposta na Saúde e Bem-estar como *driver* de *performance* e nesse sentido desenvolveu um Programa Anual, com diferentes iniciativas de forma a contribuir para um ambiente de trabalho mais saudável. Para cada risco identificado desenvolveu um conjunto de iniciativas assentes na mensagem mobilizadora “Pequenos grandes gestos que fazem bem”. O plano foi composto pelos seguintes temas:

- Psicossocial: Anti-stress, exercício físico e relaxamento
- Ergonómico: Postura corporal e relaxamento no local de trabalho
- Deslocação em Serviço: Condução segura

O programa foi implementado em várias fases com o objetivo de envolver e divulgar as iniciativas de forma a mobilizar os colaboradores a participar e, por fim, a adoção dos comportamentos nas suas rotinas quotidianas.

O programa contou com *workshops* de nutrição e relaxamento, técnicas de ginástica laboral postural, testes de atenção na condução entre outras. Estas ações presenciais foram acompanhadas por conteúdos pedagógicos em vídeo, testemunhos e dicas.



Impacto

- 35% dos colaboradores tiveram participação ativa nas iniciativas ocorridas que implicavam inscrições por capacidade limitada dos espaços;
- 100% aderiram as iniciativas em exercícios em *open space*;
- 89% de resultado de satisfação com o Programa;
- 8555 visualizações de conteúdos relacionados .



Testemunho

“Estas iniciativas são muito importantes e boas práticas podem fazer a diferença no nosso trabalho”

“Foi muito interessante, uma nova perspetiva sobre os movimentos do dia a dia”

ODS





Movimento Improving Our Life

O movimento *Improving Our Life* (IOL) marcou o ano de 2016 da Sonae MC. Trata-se de um movimento que agrega um conjunto diversificado de iniciativas e que tem a ambição de procurar garantir a satisfação pessoal e bem-estar dos nossos colaboradores, através da sua realização profissional. Procura promover uma cultura onde cada um se sente desafiado, encontra significado no trabalho que desenvolve, se sente valorizado e reconhecido; uma cultura na qual se melhora continuamente a forma como se trabalha, se desenvolvem pessoas e lideranças, num trabalho em equipa e com um impacto cada vez mais significativo na comunidade.

Destacamos um conjunto de práticas / projetos implementados que procuram trabalhar diferentes dimensões que contribuem para o *engagement* e satisfação profissional, estreitando e tornando mais significativa a relação entre colaborador e empresa. Neste âmbito, promovemos regularmente eventos temáticos e celebramos com os colaboradores momentos marcantes das suas vidas, como o nascimento de um filho, aniversário e congratulação pelos anos de trabalho na empresa. Estes momentos são assinalados ao nível da comunicação interna e também por ofertas simbólicas atribuídas aos colaboradores como, por exemplo, o Kit Bebê.

O conjunto de iniciativas/programas implementados, envolveu ações tão diferentes como a criação de *focus groups*, os IOL Advisors, composto por cerca de 70 colaboradores da estrutura e das lojas, que se reúnem periodicamente para fazer uma avaliação das ações conduzidas no âmbito do movimento e recolher o seu *feedback* quanto às ações a priorizar no futuro. A intervenção nos espaços de trabalho, com o objetivo de os tornar mais confortáveis, propiciadores de convívio e bem-estar, ou a intervenção nas nossas lojas e entrepostos, de forma a torná-los mais seguros, foi outro dos eixos estratégicos de ação.

Destacamos ainda o programa “Somos Sonae”, que tem por objetivo disponibilizar apoios com caráter excecional e temporário – aconselhamento jurídico, financeiro, ajudas técnicas, bens de primeira necessidade ou outros - a colaboradores que se encontrem em situações de carência e vulnerabilidade social. Este projeto é desenvolvido em parceria com a Cruz Vermelha Portuguesa, que assume um papel fundamental pela sua experiência na área social e humanitária, mas também pela cobertura geográfica, uma vez que as suas delegações locais asseguram maior proximidade aos colaboradores. Outro exemplo é o projeto “Desafia-te”, que apresenta alternativas profissionais aos colaboradores que pretendem dar um novo rumo à sua carreira. O programa consiste em capacitar esses colaboradores de novas competências profissionais, tendo em conta o perfil e a condição de cada um, criando, em conjunto, a oportunidade de integrarem uma nova função. Ainda no que diz respeito à promoção do bem-estar familiar, a Sonae MC promove a iniciativa “Colega, mudámo-te a Casa”, que permite reabilitar a casa de alguns colaboradores, através de uma angariação de fundos promovida pela empresa e suas pessoas. Temos também iniciativas, como o Clube Júnior, que permite acolher os filhos dos colaboradores durante o período de Natal e proporcionar-lhes atividades diversas como ateliers de cozinha e música. Em 2016, dinamizámos pela primeira vez a “Semana das nossas Crianças”, convidando nas férias de verão e no natal, as crianças / jovens a conhecer o local de trabalho dos pais. Para 2017, estamos a trabalhar em iniciativas que procuram promover a exploração vocacional, dando a conhecer aos filhos dos nossos colaboradores o “mundo das profissões” da Sonae MC.

A Comunicação Interna e o envolvimento/participação dos colaboradores enquanto embaixadores da nossa cultura e marca assumem uma relevância estratégica na Sonae MC, exigindo um trabalho contínuo e de permanente desafio. Queremos continuar a desenvolver esta estratégia, inspirando-nos nas melhores práticas e sempre focados em fazer da Sonae MC um *Great Place to Work*.

“O movimento *Improving Our Life* constrói-se em cada dia, em cada loja, por e para cada um de nós! Cabe a cada colaborador dar o seu contributo para esta realização comum” – Isabel Barros, Diretora de Recursos Humanos Sonae MC.





improving our partners & suppliers





4. Improving our Partners and Suppliers

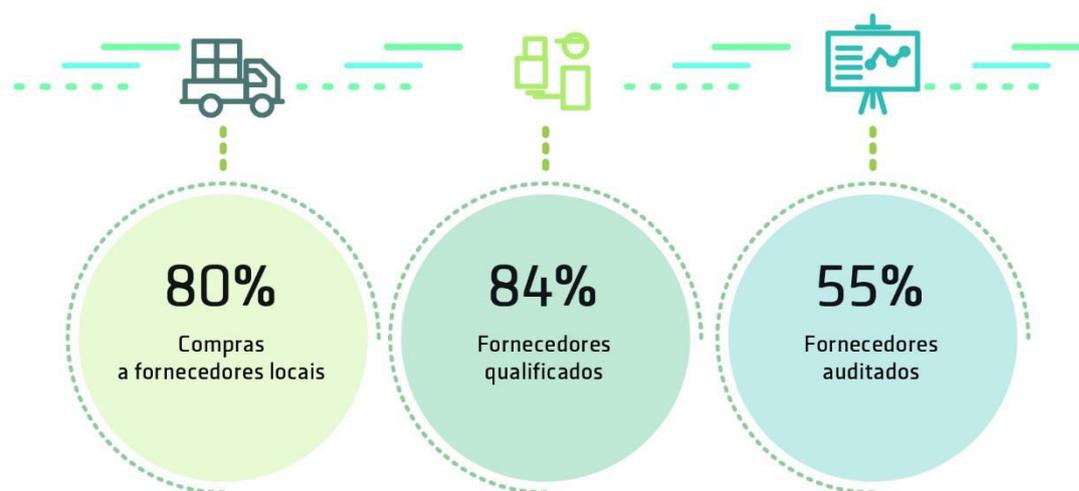
Investimos continuamente em relações de elevada proximidade com os nossos produtores e fornecedores, de forma a assegurar a comercialização de produtos seguros e de elevada qualidade.

Simultaneamente, estamos comprometidos em melhorar a forma como nos relacionamos com os nossos parceiros, tendo na confiança e cooperação princípios orientadores. Estes valores são particularmente evidenciados, na forma como os envolvemos no desenvolvimento dos nossos produtos, serviços e soluções, mas também na forma como procuramos transpor as nossas melhores práticas (por ex. ao nível de saúde e segurança nos centros comerciais) para as suas realidades organizacionais através de ações de formação, envolvimento e acompanhamento.

Especificamente para os fornecedores de marca própria é de destacar o seu processo de avaliação e qualificação, um mecanismo que tem o duplo papel de avaliar e qualificar os fornecedores “aptos” para trabalharem com a Sonae, mas também o propósito de, com recurso a auditorias, encontrar pontos de melhoria nas suas operações.

Além dos fornecedores, é de salientar a importância de uma vasta rede de parceiros, dos vários quadrantes da economia (como por exemplo as universidades, centros de investigação, entre outros) com os quais a Sonae colabora diretamente, para implementar algumas das suas iniciativas.

Apresentamos abaixo um conjunto de projetos, levados a cabo pelas diferentes empresas do grupo que espelham esta visão de parceria de longo prazo que pretendemos estabelecer com os nossos fornecedores.





1. Iniciativas e Projetos



Projeto **Clube de Produtores Continente, Sonae MC**



Desafio

Incentivar e valorizar a produção nacional e promover o consumo sustentável.



Ação

Durante o ano de 2016, a Sonae MC reforçou a sua aposta no Clube de Produtores Continente (CPC), com vista a consolidar a ligação entre a produção e a grande distribuição. Assente em projetos inovadores e ambiciosos, o CPC impulsiona um dos pilares da estratégia de desenvolvimento sustentável da Sonae. Este Clube promove a empregabilidade regional e robustece a competitividade dos fornecedores nacionais. Um relacionamento mais forte dos produtores à academia e aos centros de investigação foi outro dos vetores de ação do CPC durante 2016, nomeadamente com a criação do Conselho Científico, enquanto plataforma de troca de conhecimento e acelerador da competitividade dos produtores. Paralelamente, com rigorosos critérios de certificação de produtores, o CPC assegura a sua conformidade, através de auditorias internas anuais. Hoje o CPC é um verdadeiro caso de sucesso, levando “o Melhor de Portugal” a todos os clientes da Sonae MC. Ao longo do ano de 2016, foram desenvolvidos diversos projetos junto dos produtores que fazem parte do CPC, entre eles o encontro dos produtores de cereais e panificação e encontro dos produtores de frutas e legumes que destacamos em seguida.

CPC: Encontro Produtores de Cereais e Panificação e Encontro Frutas e Legumes

Com o intuito de reverter a nossa situação de dependência de produtores internacionais de cereais, equilibrar a nossa balança comercial (que no caso dos cereais é muito deficitária, importando mais de 90%) e contribuir para o desenvolvimento dos produtores locais, o CPC criou o pão de cereais do Alentejo. Este pão caracteriza-se por ser um produto 100% nacional, produzido a partir da recuperação de diversas variedades de trigo português, de origem e qualidade comprovadas.

Paralelamente, através de uma parceria com a PortugalFresh (Associação para a promoção de frutas, legumes e flores de Portugal), implementámos uma iniciativa que visa comunicar os benefícios e vantagens do consumo das frutas e legumes nacionais e da época. Esta ação consiste na distribuição destes produtos às crianças que visitam as lojas Continente com as suas famílias e com isto, estimular o consumo sustentável.



Improving our partners & suppliers



Impacto

- 6 Projetos desenvolvidos;
- 224 Membros;
- 248 milhões de euros em compras;
- 4,5 toneladas de fruta e/ou legumes distribuídos todos os fins-de-semana, às crianças que visitam as lojas Continente;
- 114 mil toneladas em compras.

ODS





Projeto

Worten Training Campus, Sonae SR, Worten



Desafio

Aproximar os fornecedores das nossas equipas de loja, potenciando o conhecimento do produto, das tendências e novidades do mercado e promovendo uma maior compreensão dos fatores distintivos da oferta da Worten.



Ação

O Worten Training Campus foi desenvolvido com o objetivo de aproximar os fornecedores das nossas equipas de loja (vendedores, coordenadores e gerentes), incentivando a colaboração entre eles. Contando com um total de 13 edições e com o envolvimento de 30 parceiros, esta iniciativa tem por base um programa formativo rigoroso e exigente. O plano do projeto do Worten Training Campus inclui diversas formações de produto dadas diretamente pelos nossos parceiros e fornecedores representantes das marcas, assim como outros percursos formativos onde os parceiros expõem os novos produtos e novidades, promovendo a experimentação.



Impacto

- 38 mil horas de formação de produto presencial e mais de 11 mil horas de formação à distância pré e pós evento;
- Avaliação do programa muito positiva, tendo uma nota média de 3,8 por parte dos formandos (equipas de vendas) e 3,6 em 4 pelos parceiros.

ODS





Projeto Pixels Camp, Sonae IM



Desafio

Ter acesso privilegiado a talento em áreas tecnológicas para antecipar as necessidades futuras dos nossos consumidores através do desenvolvimento de novas soluções.



Ação

Em outubro 2016, no LX Factory em Lisboa, a Bright Pixel, empresa que integra a Sonae IM, levou a cabo o Pixels Camp, uma iniciativa que reuniu empresas, alunos, entusiastas e interessados em tecnologia com alguns dos maiores especialistas nacionais e internacionais.

Através de *workshops* e desafios de inovação, esta iniciativa foi desenvolvida com a finalidade de promover um contato mais próximo entre a comunidade tecnológica, partilhar conhecimento e procurar soluções criativas que contribuam para melhorar o dia-a-dia das pessoas. De forma a estimular a criatividade dos participantes, o Pixels Camp incluiu conferências, workshops e um concurso de inovação sobre os principais temas da agenda, onde a sustentabilidade e a *Big Data* não foram esquecidos. Mais concretamente, foram disponibilizadas *talks* sobre Análise Preditiva e Novas Arquiteturas Digitais, bem como as suas APIs de *e-commerce* e *data sets* de *Business Intelligence (BI)* para desafiar a comunidade e promover alternativas aos seus protótipos de *conversational commerce* e *machine Learning*.



Impacto

- 3 dias "*non-stop*" de conferências e *workshops* sobre tecnologias emergentes e uma maratona de programação;
- Cerca de 1.000 participantes;
- 100 oradores.

ODS





Projeto

Ética para fornecedores e parceiros, NOS



Desafio

Assegurar que os parceiros NOS, e as suas pessoas, que atuam em sua representação, conhecem e incorporam nas atividades que desenvolvem para a NOS o seu Código de Ética.



Ação

Em 2016, a NOS identificou os riscos éticos mais relevantes associados às suas atividades realizadas em representação da NOS. Com base nessa informação desenvolveram um documento explicativo do Código de Ética NOS para Parceiros e Fornecedores NOS. Este documento foi partilhado com todos os fornecedores e parceiros que desenvolvem atividades em nome da NOS, que se comprometeram, assim como as suas pessoas, com o respetivo cumprimento. De forma a assegurar que todos conhecem os princípios e regras descritos no Código de Ética NOS, foram ainda realizadas sessões de formação para todas as pessoas envolvidas nas atividades prestadas à NOS. A 1ª fase da formação que envolveu os colaboradores NOS responsáveis pela passagem de conteúdos, foi presencial. O modelo adotado nas fases seguintes foi presencial ou através de *e-learning*.



Impacto

- 86 colaboradores NOS;
- Mais de 3.000 pessoas envolvidas nas atividades prestadas à NOS já formadas.

ODS





Projeto

Cartão Universo, Sonae FS



Desafio

Melhorar a experiência de compra dos nossos clientes providenciando benefícios integrados com uma rede de parceiros e múltiplas opções de pagamento.



Ação

Lançado no final de outubro de 2015, veio juntar os vários cartões de cliente e de pagamento das insígnias da Sonae num único cartão, acrescentando-lhe ainda as vantagens de um cartão MasterCard de utilização universal e sem anuidade. O Cartão Universo agrega os programas de fidelização das várias insígnias, ou seja, veio juntar num só instrumento, o Cartão Continente, o Cartão Worten Resolve e o Cartão Sport Zone. O Cartão Universo tem ainda uma característica inovadora que consiste no facto de permitir ao Cliente, em cada compra, e diretamente no terminal de pagamento, escolher de entre um conjunto de modalidades de pagamento.



Impacto

Após 12 meses do seu lançamento, o Cartão Universo:

- Conquistou mais de 400 mil clientes, garantindo assim um forte posicionamento nos meios de pagamentos disponíveis em Portugal;
- Foi utilizado em 128 países;
- Dinamizou 8 campanhas, que conciliaram descontos e modalidades de pagamento, dentro e fora de loja.

ODS







improving our

community



5. Improving our Community

O nosso compromisso para com o desenvolvimento e bem-estar das comunidades envolventes é um valor transversal às diferentes áreas da nossa atividade. Ao longo dos anos, procurámos dinamizar as economias locais gerando emprego, através da expansão da nossa atividade, e oferecendo apoio às comunidades sob diversas formas.

Influenciadas pela forte cultura de responsabilidade social da Sonae, as várias empresas do Grupo desenvolvem iniciativas que visam esta multiplicação da partilha e promoção do bem-estar, reforçando a sua proximidade à comunidade, nas geografias onde operam. Apoios que se repartem por um conjunto de seis eixos de atuação: (i) sensibilização ambiental; (ii) cultura; (iii) educação e empreendedorismo; (iv) saúde e desporto; (v) ciência e inovação; (vi) solidariedade social.

Fieis à nossa cultura e aos nossos princípios orientadores, consideramos fundamental dar a oportunidade às nossas pessoas de desenvolverem ações de voluntariado, no âmbito do programa Sonae Activshare. Para além do contributo que dessa forma dão à comunidade, acreditamos que o voluntariado permite colocar os nossos colaboradores e equipas em contacto com diferentes realidades, enfrentar novos desafios e abrir horizontes, funcionando, muitas vezes, como um estímulo à criatividade e à inovação, que são valores que fazem parte do ADN da Sonae.

Em 2016 destacamos o crescimento do valor do apoio à comunidade em cerca de 1,6 M€, do nº de voluntários e horas de voluntariado em cerca de 33% face a 2015, numa evidência clara do nosso compromisso para com as comunidades em que estamos presentes.

Ao longo deste capítulo iremos apresentar algumas iniciativas de apoio à comunidade.





1. Iniciativas e Projetos



Projeto Somos Sonae, Sonae



Desafio

Apoiar os nossos colaboradores e suas famílias nos momentos de maior vulnerabilidade.



Ação

Com o objetivo disponibilizar apoio com carácter excecional e temporário a colaboradores que se encontrem em situações de carência e vulnerabilidade, temos em vigor, desde Setembro de 2013 o programa Somos Sonae, uma iniciativa desenvolvida em parceria com a Cruz Vermelha Portuguesa, no âmbito do projeto Portugal Mais Feliz.

Uma equipa especializada e multidisciplinar, externa à organização, é mobilizada para analisar os pedidos de apoio endereçados pelos nossos colaboradores. Após o diagnóstico inicial é desenvolvido e implementado um plano de apoio, desenhado à medida da situação específica de cada um dos nossos colaboradores.

Desta forma o tipo de intervenção realizada assume contornos muito diversos, podendo contemplar apoio jurídico, aconselhamento financeiro, recomendações em relação à gestão da economia familiar, auxílio em questões de saúde, atribuição de bens e serviços de primeira necessidade, entre outros que se considerem necessários e apropriados.

Todos os processos são geridos e acompanhados de forma a garantir a privacidade dos colaboradores e suas famílias.



Impacto

Em 2016:

111 colaboradores apoiados;
237 pessoas impactadas | 97 adultos + 140 menores*;
159.503.20 € de investimento.

Desde a criação do programa:

411 colaboradores apoiados :
818 pessoas impactadas | 341 adultos + 477 menores*;
499.005.74 € de investimento.

* excluindo os colaboradores



Testemunho

O Programa Somos Sonae é sem dúvida uma experiência única para quem, como nós, trabalha na área social, e que tão amiúde, experimenta a frustração de não ter meios para apoiar as pessoas em situação de vulnerabilidade, situação essa em que qualquer um de nós, de repente se pode encontrar.

O Somos Sonae é ele próprio testemunho que com perseverança, ambição, confiança,





compromisso e acreditando, é possível construir soluções partilhadas que nos enriquecem a todos e nos tornam os dias mais felizes.

Tantas histórias felizes e inspiradoras por contar. Mas sabemos que elas existem, são reais, e sentimos grande orgulho por, de alguma maneira, fazer parte delas.

A todos os colaboradores o nosso obvrigada! À Sonae o nosso grande bem-haja.

Podemos não tocar a lua, nem mudar o mundo, mas somos felizes a ajudar vidas a mudar todos os dias.

Juntos Somos Sonae.

Daniela Costa e Alexandra Leitão

Cruz Vermelha Portuguesa | Portugal + feliz | Equipa Somos Sonae

ODS





Projeto

Community Day, Sonae Sierra



Desafio

Apoiar e contribuir para o bem-estar da comunidade envolvente.



Ação

A iniciativa *Community Day*, lançada pela Sonae Sierra, surgiu com o intuito de impulsionar o voluntariado entre colaboradores com o propósito único de apoiar as comunidades locais e fazer a diferença. O envolvimento da Sonae Sierra no voluntariado vai ao encontro da crescente necessidade de incentivar e impulsionar o voluntariado entre os colaboradores, proporcionando um plano adequado e flexível através do qual os colaboradores são capazes de se organizar de forma a dedicar parte do seu tempo dando suporte no terreno a instituições de solidariedade social. O sucesso desta iniciativa no ano 2016, assim como em anos anteriores é evidente, contando com a presença de centenas de colaboradores. O leque das atividades desenvolvidas pela Sonae Sierra no *Community Day* é variado, indo desde remodelação de edifícios de instituições até atividades de apoio a idosos e crianças, sendo que todas as atividades contam com grande adesão, sucesso e um feedback muito positivo.

A colaboração com associações e organizações locais é outro aspeto importante do *Community Day*. Através destas, a Sonae Sierra consegue identificar aquilo que efetivamente pode oferecer, implementando projetos que realmente contribuam para marcar a diferença junto das comunidades locais.



Impacto

- 442 Colaboradores, de oito países, envolvidos na iniciativa;
- 2.731 Horas de trabalho dedicado ao voluntariado;
- 13 Instituições de caridade beneficiaram do nosso apoio.

ODS





Projeto

Centro de Formação Profissional “O Meu Futuro”, Sonae



Desafio

Contribuir para o desenvolvimento das populações da Soalpo, no Chimoio, Moçambique.



Ação

Para contrariar, de forma sustentável, o ciclo de pobreza em que a maioria da população do Chimoio vive e que se caracteriza por inserções precárias no mercado de trabalho, em áreas pouco ou nada qualificadas, e simultaneamente contribuir para o desenvolvimento da região, apadrinhámos a construção do Centro de Formação Profissional “O Meu Futuro”.

A construção do centro permitiu dotar a comunidade de um espaço de formação profissional composto por três salas de formação, devidamente equipadas para os fins a que se destinam, e de um conjunto auxiliar de espaços necessários ao bom funcionamento do centro. Foram também asseguradas condições ao nível do abastecimento de energia, canalização, saneamento e segurança do estabelecimento.

Desde a sua inauguração foram desenvolvidos cursos de eletricidade doméstica e educação de Infância e deu-se início a sessões de aprendizagem na área do corte e costura. Estas últimas sessões não tendo enquadramento no âmbito da formação profissional, pois não dotam os participantes de certificação, têm o importante papel junto da comunidade. Ainda com este propósito a comunidade tem possibilidade de recolher água do furo existente no centro e uma das salas de formação é disponibilizada a alunos universitários para o ensino da leitura e da escrita a 7 crianças desfavorecidas.



Impacto

- 4 cursos de formação profissional realizados;
- 132 formandos inscritos; 105 formandos concluíram com êxito a formação;
- Taxa de empregabilidade de 18%;
- 9 empregos diretos gerados pela atividade da escola.



Testemunho

“Nós formandos do curso de educação de Infância queremos deixar os nossos agradecimentos, primeiramente a Deus, depois à instituição e a todas as pessoas que ajudaram para que tivéssemos hoje as condições que temos, bem como aos formadores que nos ajudaram com os seus conhecimentos” Excerto da mensagem do grupo de formandos do Curso de Educação de infância de 2016.

ODS





Projeto

Acampamentos de leitura no Bangladesh, Sonae SR, Losan



Desafio

Contribuir para a alfabetização de crianças, entre os oito e dez anos, no Bangladesh.



Ação

Ao estabelecer um protocolo de colaboração com a Save the Children e apoiar por três anos o projeto Bangla Buddies, a Losan procura cumprir um dos eixos centrais da sua política de responsabilidade corporativa, o apoio a crianças desfavorecidas, numa comunidade em que se encontra presente, o Bangladesh.

Este projeto tem como objetivo contribuir para a alfabetização de crianças entre os oito e dez anos, um aspeto fundamental para o desenvolvimento do Bangladesh, uma vez que apenas uma em cada quatro crianças conclui o ensino básico a saber ler e escrever corretamente. Para este facto concorrem uma serie de fatores como a elevada taxa de analfabetismo dos pais, uma formação de professores desadequada às exigências do contexto e a sobrelotação das escolas que leva a que uma criança passe, em média, duas a três horas por dia na escola.

Nos acampamentos de leitura promovidos pela Save the Children são desenvolvidos um conjunto de atividades que procuram colmatar algumas das fragilidades do sistema de ensino e de que são exemplo: a organização de sessões de leitura, distribuição de livros e materiais didáticos pelos alunos e professores, organização de jogos e atividades lúdicas que favorecem a aprendizagem da leitura, ações de sensibilização para famílias e sessões de *mentoring* conduzidas por alunos mais velhos a alunos do ensino básico de forma a que haja um maior acompanhamento e favorecimento das aprendizagens (Reading Buddy Mentoring).



Impacto

O projeto Bangla Buddies da Save the Children:

- Está presente em mais de 160 escolas;
- Chega a mais de 4.500 crianças;
- Promove a distribuição de material didático.

ODS





Projeto Sonae Art, Sonae



Desafio

Promover a cultura e aproximar a sociedade à arte.



Ação

A cultura é, assumidamente, uma aposta da nossa responsabilidade corporativa. As iniciativas promovidas neste âmbito procuram promover a criatividade e a inovação, estimular novas tendências e aproximar a sociedade à arte, nomeadamente através de manifestações culturais de relevo que permitam experiências enriquecedoras de desenvolvimento pessoal e coletivo.

Em 2016 destaca-se a inauguração do projeto Sonae//Serralves, com uma exposição inédita da artista sul coreana Haegue Yang que criou uma obra de exterior para o Parque de Serralves, e o projeto Sonae | MNAC Art Cycles que na sua segunda edição contou com uma residência artística do Hugo Canoilas , cuja exposição denominada “Debaixo do Vulcão” integrou seis obras inéditas, nomeadamente quatro vídeos, uma instalação sonora e uma pintura de dimensões variáveis.

Para além do incentivo à criação artística, o Sonae Art promoveu a organização de um conjunto de encontros entre artistas e alunos quer sob a organização de ciclos de conferências quer sob a promoção de estágios em que os alunos tiveram oportunidade de participar no processo de criação artística.



Impacto

- Promoção de 2 residências artísticas;
- Envolvimento da comunidade académica com a promoção de 3 estágios;
- Organização de 3 conferências envolvendo os alunos das Faculdades de Belas Artes de Lisboa, Porto, Coimbra e Évora.

ODS







improving our planet



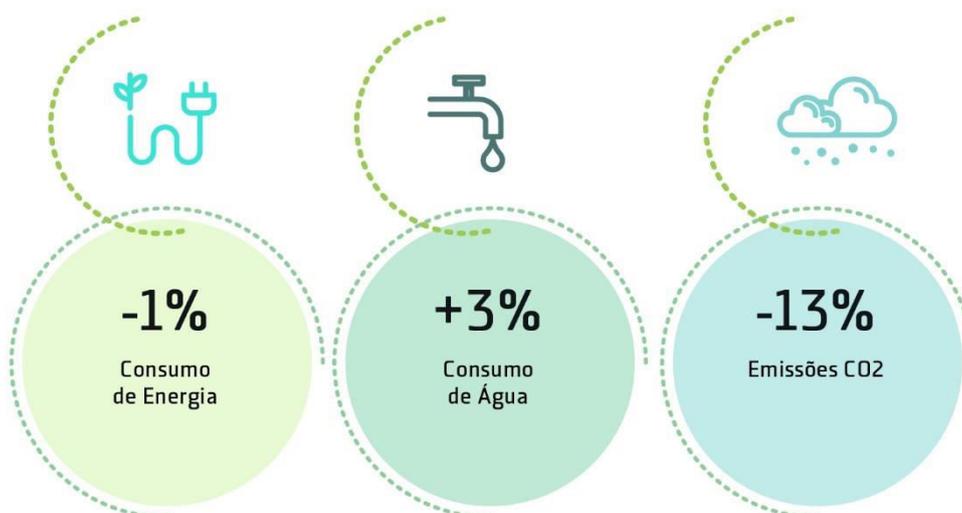
6. Improving our Planet

Conscientes da importância de fazermos um uso eficiente dos recursos naturais, as empresas do Grupo Sonae investem de forma significativa na melhoria contínua da gestão ambiental, procurando minimizar o impacto das suas atividades no meio ambiente. Pretendemos atingir um maior equilíbrio ambiental, utilizando os nossos recursos de forma mais eficaz, reduzindo o consumo de água e energia e minimizando a emissão de gases de efeito de estufa na operação, não descurando, também a responsabilidade que temos na conceção e gestão de espaços de uso comercial.

Com enquadramento, estamos empenhados em desenvolver as nossas atividades dando enfoque na adoção de práticas mais responsáveis incentivando a eco inovação em todas as fases da nossa cadeia de valor. Estas práticas são adotadas quer a montante da comercialização, trabalhando em projetos que visam, por exemplo otimizar a distribuição, quer também a jusante, por exemplo, na gestão que fazemos dos resíduos gerados.

Os nossos esforços traduzem-se numa progressiva eficiência ambiental, que é perceptível nas reduções dos consumos específicos de energia e de água nas lojas e nos espaços comerciais e também em diversas iniciativas, pioneiras e inovadoras que visam promover a eco-eficiência numa perspetiva global.

De seguida iremos apresentar iniciativas e projetos diferenciadores que desenvolvemos ao longo do ano 2016, que contribuirão não só para reduzir o impacto ambiental, mas também para sensibilizar os nossos colaboradores e a população em geral para a temática.





1. Iniciativas e Projetos



Projeto

Carbon footprint, Sonae Sierra



Desafio

Reduzir a pegada de carbono dos nossos espaços.



Ação

A Sonae Sierra contabiliza a sua pegada de carbono desde 2004, o que permite à empresa identificar os impactes ambientais mais significativos e planear devidamente as suas ações no curto, médio e longo-prazo. Ao longo dos últimos anos, a Sonae Sierra tem vindo a gerar valor na indústria de desenvolvimento e gestão de centros comerciais, através da sua transparência e adesão voluntária a benchmarkings de emissões de carbono. Ao adotar medidas para redução emissões de carbono, a Sonae Sierra atingiu também uma diminuição nos seus custos operacionais, estabelecendo-se, simultaneamente num patamar diferenciado no que diz respeito às práticas de gestão da pegada de carbono do sector.



Impacto

No que se refere à eletricidade, a Sonae Sierra conseguiu atingir uma redução de 72%, cerca de 46.000 tCO₂, de 2012 a 2015. As emissões evitadas têm um valor potencial de 644 000€, nos atuais mercados de carbono;

Em 2016, 29 dos 45 centros detidos utilizavam eletricidade “verde”, gerada na totalidade a partir de fontes de energia renováveis.

ODS





Projeto

Eco-eficiência nas lojas de Retalho, Sonae MC e Sonae SR



Desafio

Atingir um elevado nível de ecoeficiência nas nossas lojas.



Ação

Ao longo dos últimos anos temos desenvolvido esforços no sentido de reforçar a ecoeficiência das nossas operações através da implementação de várias iniciativas e promoção de ações de sensibilização ambiental.

A política e compromisso da gestão com os temas ambientais é espelhado, em primeira instância, pelo programa de certificação ambiental das nossas instalações (lojas alimentares e não alimentares, entrepostos e centros de fabrico) segundo os referenciais da ISO, que determinam um conjunto de mecanismos que têm a finalidade de minimizar o nosso impacto ambiental, melhorar as nossas infraestruturas e fortalecer o cumprimento das obrigações legais.

No âmbito do consumo sustentado de água, que se verifica basicamente no negócio de retalho alimentar, o conjunto de lojas melhorou o seu consumo de água através de várias iniciativas tais como o controlo de eficiência de equipamentos com fluxómetros em todas as torneiras e urinóis, controlo da pressão da rede, uso de autoclismos eficientes, utilização de máquinas de lavar roupa para lavagem de esfregonas e outros materiais de limpeza e controlo atempado de fugas.

No que diz respeito ao consumo de energia, na área de retalho alimentar, em 2016 demos continuidade ao projeto Trevo, que engloba um parque de 93 centrais de produção autónoma de energia, 92 com recurso a painéis fotovoltaicos (energia solar) e 1 com recurso a um aerogerador (energia eólica). Ainda no âmbito do projeto Trevo procedemos à substituição da Iluminação Principal por Iluminação LED (ação realizada em mais 40 lojas), instalação de Portas nos Equipamentos do Talho (ação realizada em mais 32 lojas), substituição dos motores dos ventiladores dos expositores de frio por motores de alta eficiência (ação realizada em mais 53 lojas), entre outros. Para complementar, na área não alimentar que também dispõe de 20 centrais de produção autónoma de energia, foram igualmente desenvolvidas iniciativas de eficiência energética implementadas ao longo do ano tais como substituição da Iluminação Principal por Iluminação LED (ação realizada em mais 50 lojas), implementação de monitorização dos consumos em tempo real (ação realizada em mais 10 loja, implementação de monitorização desfasada dos consumos (ação realizada em mais 50% das lojas), entre outros.



Impacto

- Consumo de água:

Redução do consumo total para o mesmo universo de lojas em 3,3%;

Redução do consumo específico (m^3/m^2) em 0,02 pp.

- Consumo de energia:

Consumo Total de Energia Elétrica: 430.689 MW;

Redução de 2,5% para o universo de instalações com maiores consumos de eletricidade (Lojas e Entrepostos da área alimentar que correspondem a cerca de 87% do consumo total da Área de Retalho da Sonae).

- Certificações ambientais:

Em 2016 fechámos o ano com 70 certificações ambientais, isto é, com mais 12 lojas Continente e 3 lojas Worten, relativamente a 2015.

ODS





Projeto Transformar-te, Sonae MC



Desafio

Combater o desperdício alimentar e dar valor económico, social e ambiental ao desperdício que seja inevitável.



Ação

Na Sonae MC prevenir o desperdício alimentar é uma causa partilhada por diferentes áreas, ao longo de todo a cadeia de valor. Um esforço que acompanha há muito as equipas conscientes que cerca de 1/3 dos alimentos produzidos não são consumidos.

Em 2016, com uma nova ambição, o projeto Tranformar-te propôs-se combater e valorizar a quebra através de um conjunto diversificado de ações que se organizam em torno de 3 eixos de atuação: reduzir, reutilizar e reciclar.

Depreciar os produtos que se aproximam do fim da data de validade, promover a reembalagem quando alguma das unidades que a compõem não é comercialmente atrativa ou baixar o preço dos produtos confecionados ao final do dia para potenciar o seu escoamento são exemplos de ações simples que contribuem para a redução da quebra. Quando doamos produtos a instituições sociais ou os disponibilizamos nas nossas áreas sociais estamos a promover a sua reutilização. Quando prolongamos a vida dos produtos, transformando-os, interna ou externamente, numa lógica de economia circular (produção de rações alimentares a partir da quebra do peixe, produção de energia a partir de resíduos, ou produção de chutneys a partir de excedentes de Frutas e Legumes) estamos a promover a sua reciclagem.

Uma importante campanha de sensibilização dos nossos clientes, com iniciativas como o Dia Mundial da Alimentação ou a produção e distribuição do Guia de Combate ao Desperdício Alimentar da Missão Continente, são exemplos de algumas campanhas promovidas.

Um esforço concertado, pois, na Sonae MC, acredita-se que o que é hoje uma quebra pode ser valor acrescentado amanhã, na economia, na sociedade e no ambiente.



Impacto

Doação de géneros alimentares a mais de 620 instituições;
Celebração do Dia Mundial da Alimentação;
Distribuição 500.000 exemplares do Guia de Combate ao Desperdício Alimentar.

ODS





Projeto Waste to Energy, Sonae MC



Desafio
Transformar resíduos em energia.



Ação

A Sonae MC implementou, em 2016, o piloto do projeto Waste to Energy (W2E), uma iniciativa que reflete a transição de um modelo linear de produção de bens materiais, para um modelo circular, onde os impactos ambientais são minimizados ao longo do ciclo de vida dos produtos.

Esta solução, com capacidade ajustada à média de bens materiais produzidos por um grande hipermercado, é inovadora pois permite a valorização local dos resíduos orgânicos produzidos pelas lojas, diminuindo a quantidade enviada para aterro, produzindo energia e fertilizante com o seu tratamento e reduzindo a emissão de gases com efeito de estufa, ao evitar o transporte de resíduos.



Impacto

- Instalação da unidade piloto no Continente do Gaia Shopping;
- Tratamento de 216 ton/ano de resíduos orgânicos*;
- Produção de 50 mil m³/ano de metano*.

**Dados de projeto*

ODS





Projeto Plataforma Global de Smart Cities, NOS



Desafio

Desenvolver aplicações interativas que reforçam a ligação entre autarquias e cidadãos, monitorizam sistemas de gestão de água, eletricidade e resíduos, modernizam a administração e reduzem custos operacionais.



Ação

A NOS tem consciência da sua responsabilidade no contributo para a melhoria da qualidade de vida das cidades e das pessoas. Estacionamento inteligente, gestão de frotas, visitas guiadas, preservação de arte e materiais, eficiência energética da iluminação pública, telegestão de contadores de água, rega inteligente, mapas de ruído, poluição atmosférica e radiação ultravioleta são algumas das áreas para as quais a NOS desenvolveu soluções. São soluções de valor acrescentado, flexíveis e ajustáveis a diferentes cenários permitindo uma aplicação gradual e consolidada, e agilizar a gestão de recursos bem como a sua capacidade de resposta e intervenção. Contribuem para uma cidade mais eficiente, mais próxima e mais sustentável e pensada em função das pessoas.

O ponto de partida passa pela identificação de desafios e desenvolvimento de soluções vocacionadas para as especificidades de cada região e pela utilização de tecnologias de comunicação e informação para medir, analisar e integrar os dados chaves dos núcleos urbanos. É uma abordagem colaborativa e flexível que pretende um envolvimento sólido com os cidadãos e um reforço de relação com as autarquias com vista a melhorar a sua capacidade de gestão das cidades.

ODS







improving

suplemento

relatório de sustentabilidade
Sonae '16



IMPROVING LIFE



global reporting initiative



1. Sustentabilidade no Retalho

1.1. O Retalho na Sonae

A Sonae MC é a empresa de retalho alimentar líder no mercado nacional. Com uma oferta diversificada de produtos de qualidade elevada aos melhores preços, a Sonae MC é responsável pelas marcas:

- Continente (hipermercados)
- Continente Modelo e Continente Bom dia (supermercados de conveniência)
- Meu Super (lojas de proximidade em formato *franchising*)
- Continente Negócios
- Bagga (cafetarias e restaurantes)
- Note! e Make Notes (livraria/papelaria)
- Well's (saúde, bem-estar e ótica)
- ZU (produtos e serviços para cães e gatos)

Acreditamos que a nossa experiência, entendimento das necessidades dos consumidores e consequente adaptação dos seus produtos, continuará a defender uma posição de liderança no mercado português.

Por sua vez, a Sonae SR representa a unidade de retalho não alimentar, presente nos mercados de eletrónica, desporto e moda, através das seguintes insígnias:

- Worten (eletrodomésticos, eletrónica de consumo e entretenimento)
- Worten Mobile (telecomunicações móveis)
- Sport Zone (equipamento e vestuário desportivo)
- Berg Cycles e Berg Outdoor
- Deeply
- MO (vestuário, calçado e acessórios),
- Zippy (vestuário, calçado e acessórios de bebé e criança)
- Losan (especializada no negócio grossista de vestuário de criança, com uma forte presença internacional).
- Salsa

A internacionalização da Sonae SR contribuiu para enriquecer as nossas marcas, ao explorar vantagens competitivas e caminhos de crescimento alternativos através de canais como parcerias, *franchising* ou exportações.

Ao longo dos últimos anos, o setor do retalho tem vindo a revelar-se cada vez mais exigente. Conscientes dos novos hábitos e estilos de vida dos nossos consumidores, as nossas empresas de retalho têm procurado garantir um maior nível de confiança em toda a cadeia de valor, de forma a assegurar aos nossos clientes, produtos de máxima qualidade.





1.2. Contexto e Tendências

O setor do retalho enfrenta hoje enormes desafios. Acreditamos que o nosso empenho em garantir o alinhamento com as tendências e expectativas da sociedade, reflete a determinação de nos assumirmos como uma empresa sustentável. De acordo com a RobecoSAM, destacam-se 9 temas específicos, divididos pelos 3 pilares de sustentabilidade, para o setor do retalho:

Económico - Gestão de Relação com Clientes (CRM); Estratégias para os Mercados Emergentes; Gestão da Cadeia de Abastecimento.

Ambiental – Política e Sistema de Gestão Ambiental; Eco eficiência Operacional; Embalagens.

Social – Cidadania Corporativa e Filantropia; Indicadores de Práticas Laborais e Direitos Humanos; Envolvimento dos Stakeholders.

Considerando as recentes tendências e o elevado grau de volatilidade do setor do retalho, destacamos os três temas que consideramos especialmente relevantes:

- 1) Adequação às necessidades do consumidor
- 2) Cadeia de abastecimento
- 3) Inovação

Adaptação às necessidades do consumidor

A crescente preocupação na adoção de um estilo de vida saudável e na sustentabilidade ambiental, veio alterar os hábitos de consumo da nossa sociedade em geral.

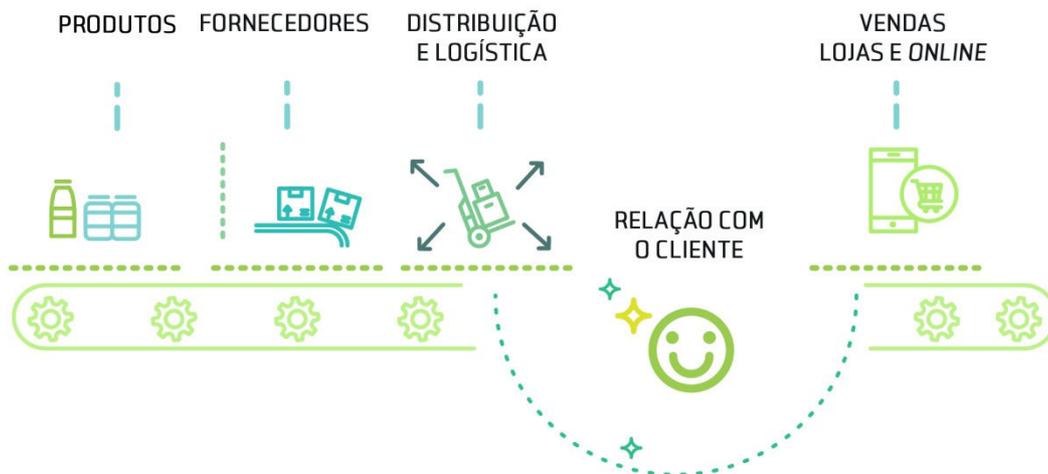
Com fácil e rápido acesso à informação, os consumidores tornaram-se mais informados, demonstrando uma crescente preocupação na consulta da informação nutricional disponível na rotulagem dos produtos que consomem. Desta forma, sem comprometer a relação qualidade-preço, o consumidor procura cada vez mais alternativas saudáveis.

Hoje, o consumidor é mais consciente, demonstrando atitudes de compra mais ponderadas, adquirindo apenas produtos que considera necessários, revelando maior preocupação ecológica, ambiental e no geral, mais sustentável.

Cadeia de Abastecimento

Com vista a uma gestão cada vez mais eficiente dos nossos recursos, procuramos continuamente incorporar valores de desenvolvimento sustentável na nossa cadeia de abastecimento. Para tal, empenhamo-nos na sua otimização, alinhando a gestão à nossa estratégia de Sustentabilidade. Adicionalmente, investimos numa boa relação com os nossos parceiros de negócio, fomentando a confiança e transparência, e partilhando as nossas preocupações a nível ambiental e social.





Produtos	<p>Clube de Produtores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 224 membros • 248 milhões de euros em compras • 144 mil toneladas em compras • 712 produtores nacionais
Fornecedores	<ul style="list-style-type: none"> • 808 fornecedores nacionais • 1.077 Fornecedores auditados em 2016 segundo critérios financeiros, ambientais, sociais e laborais definidos pela Sonae
Distribuição e Logística	<ul style="list-style-type: none"> • 7 Entrepósitos logísticos • 40.117.128Km percorridos pela frota contratada para o transporte de mercadorias
Relação com o cliente	<ul style="list-style-type: none"> • 4.846.899 clientes que beneficiaram de descontos em cartão/talão • 281.425.104 Milhões de euros – montante total e descontos cartão/ talão • 109.927 Sugestões e reclamações de clientes analisadas em 2016 • 400.000 utilizadores do Cartão Universo
Vendas	<ul style="list-style-type: none"> • Abertura de 25 lojas Continente Bom Dia e 77 lojas Meu Super • 481.899 Entregas ao domicilio • 100.707 utilizadores do Continente online
Comunidade	<ul style="list-style-type: none"> • 8.102.032 euros doados para apoio à comunidade pelas empresas de retalho • 922 instituições apoiadas pelas empresas de retalho

Inovação

A inovação é uma prioridade, sendo considerada um fator fundamental de diferenciação em todas as nossas áreas de negócio. Posicionada como um dos principais pilares da nossa estratégia, a Sonae conta com uma área funcional exclusivamente dedicada à inovação, por forma a manter o crescimento sustentável da empresa e a garantir a sua competitividade no que concerne a este tema.





O Comité de Inovação é responsável pela dinamização da inovação nas diversas empresas de Retalho da Sonae e pela partilha de inovação entre as áreas, incentivando a participação de todos os colaboradores.

1.3. Materialidade

Por forma a conceber a estratégia de sustentabilidade, foi realizada uma análise dos temas materiais. Para tal, efetuámos uma auscultação das expectativas e opiniões dos *stakeholders*, analisámos as principais tendências do sector e desenvolvemos um *benchmark* comparando diversos *players* internacionais. Por fim, seleccionámos um conjunto de temas prioritários tendo em consideração a área de negócio (Sonae SR e Sonae MC), e as fronteiras da Organização (“Dentro da Sonae” e “Fora da Sonae”).

TEMAS MATERIAIS	DENTRO DA SONAE		FORA DA SONAE
	SONAE SR	SONAE MC	
Crítérios ambientais, laborais e de direitos humanos para fornecedores	✓	✓	Todos os fornecedores
Transparência e confiança ao longo da cadeia de valor	✓	✓	Todos os fornecedores; Comunidade; Entidades reguladoras e governamentais
Ética no fornecimento	✓	✓	Todos os fornecedores; Comunidade
Influenciar fornecedores na preservação de recursos naturais	✓	✓	Todos os fornecedores
Produção local	✓	✓	Fornecedores CPC e Marca Própria; Comunidade
Conformidade / Qualidade dos Produtos	✓	✓	Todos os fornecedores; Clientes e visitantes; Media
Saúde pública	✓	✓	Todos os fornecedores; Clientes e visitantes; Media; Entidades reguladoras e governamentais
Novas tecnologias de interação com o consumidor	✓	✓	Clientes e visitantes
Adaptação e inovação do produto	✓	✓	Clientes e visitantes; Comunidade
Inovação e otimização das embalagens	✓	✓	Fornecedores de Marca Própria; Outros fornecedores
Combate ao desperdício alimentar		✓	Comunidade
Nutrição		✓	Fornecedores de Marca Própria; Outros fornecedores; Clientes e visitantes; Entidades reguladoras e governamentais
Estilos de vida saudáveis	✓	✓	Clientes e visitantes; Comunidade
Apoio às comunidades locais	✓	✓	Comunidade
Saúde e Segurança nas lojas	✓	✓	Colaboradores; Clientes e visitantes
Gestão de capital humano	✓	✓	





Água, energia e emissões de GEE	✓	✓	CPC; Fornecedores Sonae MC; Marca Própria
Gestão de resíduos	✓	✓	Fornecedores de Marca Própria; Clientes e visitantes; Marca Própria
Otimização do transporte e distribuição	✓	✓	Fornecedores de Frota – Veículos de Abastecimento

1.4. Estratégia de Sustentabilidade

A nossa estratégia de sustentabilidade baseia-se em três eixos de atuação: *Better Purpose*, *Better Planet* e *Better People*, encontrando-se cada um deles dividido em áreas prioritárias nas quais concentramos o nosso foco, no sentido de atuar nos temas que consideramos mais relevantes.



Através destes três eixos, onde baseamos os nossos esforços para a melhoria contínua da nossa atividade, contribuimos para o estímulo do crescimento do nosso negócio, reforçando a criação de valor económico. Assim, com base na nossa estratégia de sustentabilidade, definimos as nossas prioridades e metas específicas de forma a assegurar o cumprimento dos nossos compromissos.

No âmbito da estratégia de sustentabilidade, definimos os nossos compromissos tendo em consideração os temas críticos para o desempenho sustentável da nossa atividade.

Better Purpose – Compromissos

- Investir na inovação, promovendo estilos de vida mais saudáveis que contribuam para o bem-estar dos nossos consumidores. Empenhamo-nos em assegurar a informação e eventuais esclarecimentos necessários para que os nossos consumidores efetuem escolhas nutricionalmente equilibradas e responsáveis.
- Apoiar regularmente as nossas comunidades, promovendo o bem-estar e a coesão social.





Eixos Estratégicos	A que temas materiais dão resposta?
Oferta responsável e escolha informada	Nutrição Saúde pública
Responsabilidade nos produtos de marca própria	Conformidade / Qualidade dos produtos Adaptação e inovação do produto Saúde pública
Contributo para a sustentabilidade do pescado	Preservação de recursos naturais Ética no fornecimento
Multiplicação da partilha e promoção do bem-estar social	Combate ao desperdício alimentar Estilos de vida saudáveis Apoio às comunidades locais

Better Planet – Compromissos

- Prevenir e minimizar os nossos impactes ambientais, apostando na melhoria contínua do nosso desempenho ambiental.

Eixos Estratégicos	A que temas materiais dão resposta?
Gestão eficiente do desempenho ambiental	Água, energia e emissões de GEE Gestão de resíduos Otimização do transporte e distribuição
Sonae "Footprint"	Otimização do transporte e distribuição Água, energia e emissões de GEE
Impacte ambiental das embalagens	Inovação e otimização das embalagens Otimização do transporte e distribuição

Better People - Compromissos

- Promover o desenvolvimento de todos os nossos colaboradores, apostando na atração e retenção de talento, contribuindo para o enriquecimento da cultura Sonae.
- Garantir o alinhamento das práticas dos fornecedores com as nossas políticas de qualidade, assegurando a integração da sustentabilidade ao longo da nossa cadeia de fornecimento.

Eixos Estratégicos	A que temas materiais dão resposta?
Desenvolvimento do capital humano	Gestão de capital humano
Bem-estar e satisfação interna	Saúde e Segurança nas lojas Estilos de vida saudáveis
Responsabilidade na cadeia de fornecimento	Critérios ambientais, laborais e de direitos humanos Transparência e confiança Ética no fornecimento Produção local





1.5. Desempenho de Sustentabilidade

Ao longo dos últimos anos, temo-nos orientado pela estratégia *Our Way to a Sustainable Life* procurando contribuir para um mundo melhor e mais sustentável. A nossa dedicação e esforço permitiram-nos cumprir com a maioria dos compromissos que definimos.

Better Purpose

① Oferta Responsável e Escolha Informada

O que nos comprometemos a fazer entre 2013-2016?	Exemplos do que fizemos	A nossa avaliação
Apostar nas parcerias com as universidades e outras instituições de ensino e promover a realização de estágios relacionados com qualidade alimentar	2015: 2 estagiários e 1 parceria. Nota: Dados apenas relacionados com qualidade alimentar.	●
Garantir a manutenção da certificação do sistema de sugestões e reclamações segundo a ISO 10002	2016: Revalidámos a certificação até 2019.	●
Promover o <i>feedback</i> sobre produtos do Alimentar e Não Alimentar, nomeadamente Well's e Note! (plataforma de reporte sobre o uso de artigos)	2014-2016: Mantivemos o sistema de sugestões e reclamações para recolha do feedback dos clientes assim como outros projetos que nos permitem avaliar de forma mais aprofundada o feedback dos nossos consumidores e de que é exemplo o Projeto Qualidade +.	●
Disponibilizar informação do produto para garantir uma correta utilização pelo consumidor final	2014-2016: Disponibilizámos informação sobre ambiente e segurança além da exigida por lei em diversos produtos. 2014-2016: Continuámos empenhados na melhoria contínua da comunicação. Inserimos informação nutricional nos rótulos de vários produtos alimentares (ex.: Semáforo Nutricional).	●
Formalizar um procedimento de avaliação das não conformidades encontradas em auditorias a fornecedores	Cumprido desde 2013.	●
Otimizar as caixas de transporte com vista à redução de materiais de embalagem	Cumprido desde 2013.	●
Apostar na análise sensorial com o objetivo de promover, monitorizar e garantir maior qualidade dos produtos	2014-2016: Efetuámos em 2016 cerca de 79.313 análises sensoriais internas. 2015-2016: Desenvolvemos as iniciativas “Prove e Aprove” e “Painéis de Análise Sensorial”.	●
Continuar a promover um estilo de vida saudável, disponibilizando mais e melhor informação e atuando junto da comunidade	2014-2016: Desenvolvemos diversas iniciativas de promoção de um estilo saudável junto dos consumidores - alimentação e exercício físico e ações de sensibilização. Como exemplo temos a parceria que o Clube de Produtores Continente com a PortugalFresh cuja primeira ação materializou-se na distribuição de uma peça de fruta e/ou legumes, todos os fins-de-semana, às crianças que visitam as lojas Continente.	●

● Cumprido ● Parcialmente cumprido ● Não cumprido



② Responsabilidade nos Produtos de Marca Própria

O que nos comprometemos a fazer entre 2013-2016?	Exemplos do que fizemos	A nossa avaliação
Garantir a manutenção da certificação NP EN ISO 9001:2008 do processo de desenvolvimento de produtos de marca própria	Em 2016 mantivemos a certificação.	●
Certificar o processo de desenvolvimento de marcas próprias da Worten	Em 2016 revalidamos a certificação.	●
Formalizar uma política de saúde e nutrição para os produtos de marca própria	Cumprido desde 2013.	●
Promover uma oferta equilibrada dos diferentes tipos de produtos de marca própria	2014: Lançámos as Batatas Light Continente Equilíbrio. 2015: Lançámos a gama de frutos secos Continente Bem-estar e as gamas de carnes de raças autóctones e 100% nacional. 2016: Lançámos as Saladas Continente equilíbrio, as gamas dipps Continente (100% legumes e molho); preparados de peixe fácil e bom continente; desenvolvemos o pão de cereais do Alentejo.	●

● Cumprido ● Parcialmente cumprido ● Não cumprido

③ Contributo para a Sustentabilidade do Pescado

O que nos comprometemos a fazer entre 2013-2016?	Exemplos do que fizemos	A nossa avaliação
Sensibilizar os clientes para a problemática da sustentabilidade do pescado	2014: Lançámos o projeto Sr. Barros, que visou sensibilizar os clientes para a compra de produtos provenientes de métodos de captura sustentáveis, controlados e locais. 2015: Trabalho realizado durante este ano foi transmitido aos clientes em 2016. 2016: Colocação de sinalética na banca com identificação da arte de pesca.	●
Dar maior destaque aos produtos provenientes de métodos de captura mais sustentáveis	2014: Aumentámos a mancha de artigos em exposição e destaque dos produtos através do projeto Sr. Barros. 2015-2016: Iniciámos o desenvolvimento de ferramentas de comunicação de modo a destacar produtos provenientes de métodos de captura mais sustentáveis e anexámos ao Contrato Geral de Fornecimento uma declaração dos nossos fornecedores sobre este aspeto.	●
Sensibilizar os nossos fornecedores de bacalhau sobre a certificação de pesca sustentável	2014: Mantivemos o compromisso contratualizado com os fornecedores de ter métodos de captura sustentáveis. 2015-2016: Anexámos ao Contrato Geral de Fornecimento uma declaração dos nossos fornecedores sobre este aspeto.	●
Implementar requisitos de sustentabilidade progressivamente mais exigentes	2014: Implementámos o projeto Sr. Barros e reduzimos os artigos obtidos através de métodos de pesca destrutivos. 2015: Iniciámos a definição de um conjunto de requisitos adicionais a implementar. 2016: Desenvolvemos uma metodologia própria de controlo da sustentabilidade de pescado.	●

● Cumprido ● Parcialmente cumprido ● Não cumprido





④ Multiplicação da Partilha e Promoção do Bem-Estar Social

O que nos comprometemos a fazer entre 2013-2016?	Exemplos do que fizemos	A nossa avaliação
Formalizar a estratégia de atuação da Sonae em matéria de apoio à Comunidade incluindo definição de áreas estratégicas, objetivos e formas de reporte da informação	2014: Iniciámos o desenvolvimento da estratégia de apoio à Comunidade. 2015-2016: Continuámos a trabalhar no desenvolvimento da estratégia de apoio à Comunidade.	●
Dar continuidade a projetos com impactos sociais positivos na Comunidade, nas áreas da Saúde e Desporto, Educação, Solidariedade, Sensibilização Ambiental, Cultura, Ciência e Inovação	2013-2016: Desenvolvemos vários projetos deste cariz como a Missão Continente (Continente), Equipa Worten Equipa e Código Dá Vinte (Worten), Love-in-a-Box (Zippy), Make-a-Wish (Well's), Somos Sonae, entre outros.	●
Dar continuidade aos investimentos efetuados na Comunidade	2014: Investimos 9,8 milhões de euros. 2015: Investimos 8,4 milhões de euros. 2016: Investimos 10 milhões de euros. Nota: valores consolidados Sonae.	●
Desenvolver e promover o voluntariado na empresa, através do Programa Sonae Activshare diversificando as ações e facilitando o acesso às mesmas	2014: Envolvermos 1.737 voluntários. 2015: Envolvermos 916 voluntários. 2016: Envolvermos 1.374 voluntários. Nota: valores consolidados Sonae .	●

● Cumprido ● Parcialmente cumprido ● Não cumprido

Better Planet

① Gestão Eficiente do Desempenho Ambiental

O que nos comprometemos a fazer entre 2013-2016?	Exemplos do que fizemos	A nossa avaliação
Alargar o Programa de Certificações Ambientais segundo a NP EN ISO 14001:2012 a Lojas das Áreas Têxtil e de Desporto	2014: Iniciámos o processo de Certificação Ambiental da primeira loja Sport Zone.	●
Manter as atuais Certificações Ambientais segundo a NP EN ISO 14001:2012 e alargar o Programa de Certificação das Lojas Worten	2014: 28 certificações mantidas/renovadas, 12 novas certificações incluindo 1 loja Worten (Total = 40). 2015: 40 certificações mantidas/renovadas, 15 novas certificações incluindo 3 lojas Worten (Total = 55). 2016: 55 certificações mantidas/renovadas, 15 novas certificações incluindo 3 lojas Worten (Total = 70).	●
Concluir o programa de substituição do gás refrigerante R22 em centrais de Frio	2014: Erradicámos a utilização de R22 nos sistemas de produção frio das duas últimas lojas onde ainda era utilizado.	●
Promover utilização de caixas térmicas rígidas, substituindo bolsas térmicas	2014-2016: Iniciámos em 2013 a substituição gradual das bolsas térmicas, sendo a sua utilização em 2016 praticamente residual. 2014: Utilizámos em média 14,9 sacos por entrega.	●
Reduzir a utilização de sacos de plástico na distribuição ao domicílio	2015/2016: Mudámos o processo de embalagem nas entregas ao domicílio devido às alterações à legislação dos sacos de plástico – utilizámos uma solução de separação plástica em vez de sacos de plástico, não sendo desta forma comparável com os anos anteriores	●



Reforçar o conceito <i>Outlet/ UTRAD</i> - Unidade de Tratamento de Artigos Depreciados, tendo em vista a recuperação de artigos que seguiriam para o canal de resíduos	2014: Taxa de recuperação de 70%. 2015: Taxa de recuperação de 82%. 2016: Taxa de recuperação de 58%.	●
Implementar boas práticas ambientais em novas instalações (lojas, centros de fabrico) ou em grandes remodelações de instalações existentes (utilização de materiais recicláveis, adaptável às alterações climáticas, eficiência energética, utilização de fontes renováveis, eficiência no consumo de água, etc.)	Implementámos todos os anos boas práticas ambientais nas instalações novas e existentes (ex: equipámos instalações de frio das lojas Continente de Matosinhos e Coimbra com centrais de frio de Amoníaco e CO2 isentas de gases fluorados).	●
Implementar "<i>Tableau de Bord Ambiental</i>" em 80% das Lojas Continente e Worten	2013: Implementámos o " <i>Tableau de Bord Ambiental</i> " em todas as lojas Continente e Worten (Portugal).	●

● Cumprido ● Parcialmente cumprido ● Não cumprido

② Sonae Footprint

O que nos comprometemos a fazer entre 2013-2016?	Exemplos do que fizemos	A nossa avaliação
Calcular a pegada de carbono de produtos a selecionar	2014: Calculámos as primeiras Pegadas para um conjunto de 13 produtos selecionados das áreas de frutas, legumes, talho, peixaria e charcutaria. 2015: Iniciámos o <i>upgrade</i> da ferramenta de cálculo evoluindo de uma base <i>excel</i> para uma base informática face à complexidade intrínseca desta ferramenta e alargámos o número de produtos a avaliar. 2016: Fechámos 2016 com Modelos de Cálculo concluídos para 32 produtos, que possibilita o cálculo da Pegada Carbónica de mais de 200 artigos.	●
Implementar um sistema de <i>car sharing</i>	2015: Disponibilizámos o acesso à plataforma de <i>carsharing</i> da Sonae aos nossos colaboradores.	●
Manter o procedimento de otimização de rotas nas entregas de encomendas ao domicílio, contribuindo para a redução da pegada de carbono	2013-2016: Mantivemos os esforços de redução de kms percorridos para otimizar rotas de entrega durante os quatro anos.	●
Substituir carros tri-temperatura por bi-temperatura nas entregas ao domicílio	Cumprido desde 2013.	●
Calcular a pegada hídrica de produtos a selecionar	2014: Calculámos as primeiras Pegadas para um conjunto de 13 produtos selecionados das áreas de frutas, legumes, talho, peixaria e charcutaria. 2015: iniciámos o <i>upgrade</i> da ferramenta de cálculo evoluindo de uma base <i>excel</i> para uma base informática face à complexidade intrínseca desta ferramenta e alargámos o número de produtos a avaliar. 2016: Fechámos o ano 2016 com Modelos de Cálculo concluídos para 32 produtos, que possibilita o cálculo da Pegada Hídrica de mais de 200 artigos.	●





Estudar e promover as melhores práticas de produção animal e vegetal no sentido de reduzir a pegada carbónica e hídrica dos produtos do Clube de Produtores Continente	2013-2016: Demos continuidade ao aconselhamento técnico no âmbito do Clube de Produtores Continente. Espera-se que esta vertente possa vir a ser impulsionada como resultado da implementação em <i>roll-out</i> da ferramenta de cálculo das pegadas carbónica e hídrica de produtos.	●
Promover a redução da pegada carbónica aproximando os locais de produção de produtos perecíveis das lojas Continente, se possível aos membros do Clube de Produtores Continente (CPC)	2013-2016: Investimos no processo de entregas diretas, com especial enfoque nas Frutas e Legumes e no caso da logística partilhada entre membros do CPC na Charcutaria.	●
Mantiver o foco na instalação de novas centrais de produção autónoma de energia a partir de fontes renováveis, atendendo a disponibilidades de investimento e à legislação sobre Micro e Minigeração de energia	2014-2016: Mantivemos as 113 centrais instaladas desde 2013.	●
Incluir questões ambientais aquando da monitorização da satisfação do cliente	2013-2016: Incluímos temas ambientais nos questionários para os clientes durante este período.	●
Mensalmente, incluir tópicos Ambientais nas “Reuniões Bom Dia”	2013-2016: Incluímos tópicos ambientais nas “Reuniões Bom Dia” durante os três anos.	●

● Cumprido ● Parcialmente cumprido ● Não cumprido

③ Impacte Ambiental das Embalagens

O que nos comprometemos a fazer entre 2013-2016?	Exemplos do que fizemos	A nossa avaliação
Reduzir os materiais de embalagem nos produtos marca própria	2014: Reduzimos significativamente materiais de embalagem (ex: iogurtes). 2015-2016: Reduzimos significativamente materiais de embalagem (ex: cápsulas de café, iogurte natural Slim 0%, pizzas Continente).	●
Otimizar as caixas de transporte com vista à redução de materiais de embalagem	2013: Otimizámos as caixas de transporte dos sacos do lixo “É Continente” (2 referências), bolachas Continente (1 referência), atum em conserva Continente (1 referência). 2014: Alterámos as embalagens primárias e caixas de transporte de 309 produtos (redução de cartão e plástico em 8% a 15%). 2015/2016: Continuámos a trabalhar junto dos fornecedores em soluções inovadoras para reduzir a utilização de cartão e plástico nas caixas de transporte.	●

● Cumprido ● Parcialmente cumprido ● Não cumprido





Better People

① Desenvolvimento do Capital Humano

O que nos comprometemos a fazer entre 2013-2016?	Exemplos do que fizemos	A nossa avaliação
Aumentar a representatividade de mulheres em cargos de gestão	2013-2016: Mantivemos um nível de representatividade de mulheres em cargos de gestão acima de 50% a nível global e acima de 30% em cargos de <i>Management</i> e <i>Top Management</i> .	●
Monitorizar continuamente os indicadores internos de diversidade	2013-2016: Monitorizamos continuamente indicadores internos de diversidade como a representatividade por nacionalidade, género e faixas etárias para posições de chefia, bem como para a generalidade da empresa.	●
Mantem o planeamento estratégico de Recursos Humanos no médio-longo prazo	2013-2016: Em alinhamento com o ciclo de planeamento estratégico dos negócios, foi conduzido o processo de planeamento de médio e longo prazo dos nossos recursos humanos.	●
Dar continuidade à internacionalização de políticas e processos de Recursos Humanos	2013-2016: Existência de políticas e processos a nível internacional, nomeadamente no que diz respeito às políticas de gestão da performance e talento, política de formação e desenvolvimento, política retributiva e política de mobilidade internacional.	●
Dar continuidade à agilização da estrutura de Recursos Humanos com vista a uma maior eficiência e resposta mais próxima às necessidades do negócio	2013-2016: Os eixos estratégicos de RH durante o Triénio 2013-2016, incluindo todas as nossas ações e recursos, foram desenhados em linha com o tema da agilização, eficiência e proximidade às necessidades do negócio.	●

● Cumprido ● Parcialmente cumprido ● Não cumprido





② Bem-estar e Satisfação Interna

O que nos comprometemos a fazer entre 2013-2016?	Exemplos do que fizemos	A nossa avaliação
Implementar uma ferramenta informática de suporte ao Sistema de Gestão de Saúde e Segurança da Sonae	2016: Desenvolvimento e implementação de ferramentas informáticas de suporte: SIGS, OPS Cartão e <i>Checklist</i> , Quase Acidentes; Gestão Documental; Dashboard de sinistralidade.	●
Implementar um programa de promoção da Saúde na área da Logística	2016: Desenvolvimento do programa Desafia.te.	●
Implementar uma ferramenta informática de suporte à Medicina do Trabalho	2016: <i>Rollout</i> da ferramenta Medicine One.	●
Promover ações de saúde no âmbito da responsabilidade social interna	2013-2016: Ao longo dos últimos anos, foram desenvolvidas uma série de ações que visam responder a este compromisso. Alguns exemplos desenvolvidos são o Programa DAE (desfibrilhação automática externa) e as iniciativas de Dádivas de Sangue Medula Óssea.	●
Manter o foco em estilos de vida saudáveis junto dos colaboradores	2013-2016: Temos alargado as nossas ações para além do plano previsto transversalmente à organização, desenvolvendo, ao longo dos últimos anos, várias ações pelas unidades de acordo com as necessidades identificadas.	●
Continuar a promover a comunicação interna sobre os temas referentes a Saúde, Bem-Estar, Higiene e Segurança junto dos colaboradores	2013-2016: Cumprimos com o plano de comunicação interna sobre os temas referentes a Saúde, Bem-Estar, Saúde e Segurança junto dos colaboradores.	●
Elaborar e divulgar um Manual de Fornecedores / Subcontratados sobre Segurança, com a descrição das boas práticas nesta matéria, a fornecedores	2016: Constituição e arranque do Centro de Melhoria de Gestão SST para Prestadores de Serviço e elaboração de Procedimentos para os Prestadores de Serviço Centralizados; DEC e Logística. Elaboração da pré-qualificação SST para os fornecedores de serviços nas áreas da limpeza e vigilância humana.	●

● Cumprido ● Parcialmente cumprido ● Não cumprido





③ Responsabilidade na Cadeia de Abastecimento

O que nos comprometemos a fazer entre 2013-2016?	Exemplos do que fizemos	A nossa avaliação
Implementar o Manual de Fornecedores, que inclui a Política de Fornecedores e o Código de Conduta para Fornecedores	2013: Elaborámos o Manual de Fornecedores e o Código de Conduta para Fornecedores.	●
Reforçar o número de fornecedores marca própria auditados, incluindo auditorias de qualificação e seleção	2014: Realizámos 1.283 auditorias a fornecedores. 2015: Realizámos 947 auditorias a fornecedores. 2016: Realizámos 1.077 auditorias a fornecedores.	●
Aumentar o número de fornecedores têxteis certificados nos pilares Social, Ético e Ambiental	2014-2016: Devido à prioridade do processo de internacionalização e aos custos envolvidos, não foi possível aumentar o número de fornecedores têxteis certificados.	●
Garantir a manutenção da certificação do Clube de Produtores Continente, segundo especificação técnica Clube de Produtores	2014-2016: Mantivemos durante estes três anos a certificação do Clube de Produtores Continente.	●
Formalizar um procedimento de avaliação das não conformidades encontradas em auditorias a fornecedores	2013: Formalizámos o procedimento de avaliação das não conformidades encontradas em auditorias a fornecedores.	●
Implementar um sistema de ranking para fornecedores têxteis em matéria de comércio ético aquando da avaliação dos mesmos	Não cumprido.	●

● Cumprido ● Parcialmente cumprido ● Não cumprido





2. Sustentabilidade na Sierra

2.1. Sonae Sierra

Na Sonae Sierra, uma empresa internacional dedicada a servir as necessidades de investidores de retalho imobiliário, desenvolvemos e investimos em ativos de retalho sustentáveis. Fornecemos serviços de investimento, desenvolvimento e gestão para clientes em geografias tão distintas como a Europa, a América do Sul, o Norte de África e a Ásia, criando valor partilhado para o negócio e para a sociedade.

Identificamos oportunidades de mercado, estabelecemos parcerias com investidores do setor imobiliário e fornecemos serviços que abrangem todo o ciclo de vida do ativo. Esta estratégia permite-nos aplicar o nosso conhecimento e a nossa experiência internacional no desenvolvimento de produtos que criam valor para os nossos clientes e *stakeholders*.

A nossa visão é desenvolver e prestar serviços em ativos imobiliários vibrantes, ancorados em retalho. Esta visão é sustentada por um conjunto de valores e princípios fundamentais relativos à nossa cultura de negócios, responsabilidade perante os nossos colaboradores, meio ambiente, comunidades locais onde operamos e independência do poder político. Pretendemos ser um parceiro de eleição, desenvolvendo parcerias de longo prazo com todos os nossos *stakeholders*, tendo por base a confiança, integridade, eficiência e flexibilidade.

2.2. Contexto e Tendências

O ano 2016 foi um ano de contínua recuperação económica dentro da zona euro. A baixa inflação, o aumento da taxa de emprego e a entrada de novas políticas monetárias favoráveis fortaleceram a economia doméstica, sustentando o aumento do PIB em cerca de 1,7% de 2015 para 2016. Para a Sonae Sierra, os resultados positivos do nosso *portefolio* de negócios da Europa, a base financeira sólida e o contínuo crescimento do nosso negócio de serviços profissionais contribuíram para um desempenho positivo para a empresa como um todo. No entanto, no Brasil a economia continua a ser desafiada pela recessão e pela combinação da crise económica e política que derrubou a confiança dos consumidores e investidores.

Deste modo, o sucesso sustentado do nosso modelo de negócio depende da disponibilidade contínua de uma gama de recursos que cubram o capital financeiro, manufaturado, intelectual, humano, social e natural. Através das nossas atividades, dependemos tanto da quantidade como da qualidade destes recursos.

- 1) Capital Financeiro** – Para empregar os nossos recursos e servir os nossos clientes, contamos com capital financeiro, como capital próprio, dívida e caixa, e com mercados financeiros e de investimento estáveis.

As tendências atuais e futuras a nível macroeconómico incluem um aumento da dívida, o envelhecimento da população e desafios de infra-estrutura. Adicionalmente, estima-se que até





2025 o crescimento económico global seja predominantemente gerado nas economias emergentes.

- 2) **Capital Manufaturado** – Precisamos de capital manufaturado sob a forma de edifícios, infraestruturas urbanas, materiais e equipamentos para adquirir, desenvolver, gerir e vender ativos em nome da Sonae Sierra e dos nossos clientes. Neste contexto, as estratégias integradas ao nível dos ativos serão os *drivers* para o crescimento urbano sustentável.
- 3) **Capital Intelectual** – O capital intelectual é fundamental para a nossa empresa uma vez que procuramos oferecer aos nossos clientes uma vasta experiência imobiliária no setor do retalho, assim como inovação de mercado e conhecimento relativamente aos comportamentos dos nossos consumidores.

A tecnologia é também um elemento essencial, permitindo que o capital intelectual se torne cada vez mais transparente e disseminado, o que por sua vez, representa oportunidades e desafios significativos para o setor de serviços profissionais.

- 4) **Capital Humano** – O capital humano é o centro da nossa estratégia de crescimento e a nossa principal vantagem competitiva. No entanto, atrair e reter talento qualificado e especializado é um desafio, uma vez que existe escassez de talento em determinados sectores e geografias. Neste contexto, as empresas terão de se focar em promover um ambiente mais aberto e flexível assim como boas perspetivas de carreira.
- 5) **Capital Social e Relacional** – O capital social engloba os principais *stakeholders*, incluindo investidores, consumidores, clientes, fornecedores, entidades financeiras, comunidades locais e autoridades.

Investidores institucionais assumem projetos de desenvolvimento, que em alguns casos implicam construir uma nova área urbana na íntegra. O relacionamento com lojistas está a mudar, e para os negócios mais disruptivos o conceito de proprietário e lojista está ultrapassado. Paralelamente, os novos hábitos de consumo dos consumidores estão a forçar os lojistas a repensar os seus modelos de negócio.

- 6) **Capital Natural** – Os recursos do ecossistema e os recursos naturais proporcionam-nos o capital natural. As cidades estão a assumir um papel mais proeminente no estabelecimento e cumprimento de metas locais de redução de carbono e na promoção de esforços para combater a poluição. Deste modo, em parcerias com empresas do sector imobiliário e de transporte, as cidades podem tornar-se os principais beneficiários da economia de baixo carbono. Em simultâneo, os impactos relacionados com as mudanças climáticas, como a escassez de água e a seca estão a influenciar as operações em algumas localizações.





2.3. Estratégia de Negócio

Temos como objetivo a expansão do nosso negócio, através de uma combinação de dois eixos, o aumento da exposição de capital ao desenvolvimento de novos projetos e expansão dos serviços profissionais, ambos suportados por uma estratégia de reciclagem de capital. Esta estratégia de negócio suporta a nossa visão de desenvolver e prestar serviços em ativos imobiliários ancorados no retalho, e está alinhada com os objetivos específicos de cada uma das áreas de negócio da Sonae Sierra.

A estratégia de sustentabilidade surge como um suporte à nossa estratégia de negócio através do seu foco na criação de valor partilhado, de modo a garantir uma gestão sustentada dos nossos recursos e das parcerias das quais estamos dependentes a médio e longo-prazo. Consequentemente, ambas as estratégias são sustentadas por uma abordagem à gestão de risco, de forma a salvaguardar a continuidade da nossa operação.

Esta estratégia de negócio permite-nos aplicar o nosso conhecimento e a nossa experiência internacional no desenvolvimento de produtos que criam valor para os nossos clientes e *stakeholders*.

i) Aumento da Exposição a projetos de Desenvolvimento

Pretendemos aumentar a nossa exposição a novas oportunidades de desenvolvimento na Europa e em Mercados Emergentes. Para alcançar este objetivo, temos procurado aumentar a nossa exposição a novas oportunidades de desenvolvimento e reduzir a exposição nas propriedades de investimento. Adicionalmente, iremos mudar o nosso foco de centros comerciais para explorar a regeneração urbana e outras oportunidades de desenvolvimento multiuso centradas no retalho. Acreditamos assim, que através da nossa estratégia “Capital Light”, conseguiremos reduzir o capital financeiro investido no longo prazo, convidando outros investidores para partilhar o risco e o retorno.

ii) Expansão dos Serviços Profissionais

Pretendemos intensificar o nosso foco na prestação de serviços imobiliários aos clientes. Quando combinada com a nossa abordagem disciplinada ao uso de capital, a prestação de serviços permite-nos maximizar as receitas, entrar em novos mercados e construir novas relações profissionais. Por sua vez, permite a otimização dos recursos sob flutuações de mercado e o aumento do nosso conhecimento relativamente aos mercados onde atuamos, parceiros e projetos.

iii) Reciclagem de capital

A reciclagem de capital é transversal aos dois eixos da nossa estratégia. No contexto da crescente procura por parte dos investidores, de ativos de retalho nos mercados europeus, e tendo em consideração as restrições no acesso à dívida para apoiar o crescimento dos negócios, a reciclagem de capital atua como facilitador no nosso crescimento futuro, libertando capital para financiar novos desenvolvimentos, reduzindo a exposição ao risco e protegendo futuros retornos assegurando assim os contratos de gestão. Esta estratégia será alcançada através da venda de novos projetos após a fase de conclusão, preferencialmente pela Gestão de Investimentos (que





permitam a manutenção de uma posição minoritária), e através da redução do investimento no nosso *portefólio core* até atingirmos uma posição minoritária que nos sirva de base para a prestação de serviços.

2.4. Estratégia de Sustentabilidade

Desde 2013 que a nossa atual estratégia de sustentabilidade se encontra focada em cinco áreas que visam criar valor partilhado para o nosso negócio, sociedade e ambiente. Esta estratégia resultou de condições de mercado desafiantes que se seguiram à crise financeira global entre 2008 e 2009 e da cultura de austeridade presente no sul da Europa. As mesmas condições que nos levaram a desenvolver a componente de serviços profissionais do nosso modelo de negócios, também nos levou a concentrar o foco no valor que podemos criar em tudo o que fazemos como proprietários, gestores ou criadores de ativos imobiliários, seja este valor económico, social ou ambiental.

Uma vez que os desafios de sustentabilidade identificados em 2013 continuam válidos, a nossa estratégia de negócio para reduzir o capital investido no nosso *portefólio* principal, aumentar a nossa exposição a novas oportunidades de desenvolvimento e simultaneamente aumentar a prestação de serviços, afetou diretamente o nosso modelo de negócio, e conseqüentemente a estratégia de sustentabilidade existente. Deste modo, em 2016, realizámos uma revisão da estratégia de sustentabilidade para avaliar a capacidade de criar valor partilhado e ao mesmo tempo proporcionar um maior alinhamento entre o nosso modelo de negócio e os objetivos de sustentabilidade. No entanto, esta nova estratégia de sustentabilidade irá estruturar a forma como apresentamos o nosso desempenho de sustentabilidade apenas em 2017.

Tendo em consideração que este relatório abrange apenas o ano 2016, apresentamos de seguida as cinco prioridades que visam suportar a nossa estratégia de negócio e salvaguardar a criação de valor partilhado.

As cinco prioridades de sustentabilidade a longo-prazo referidas anteriormente são:

- i) **Pessoas Seguras e Ecoeficiência** – Preocupamo-nos em garantir que os ativos que gerimos manifestam os mais rigorosos critérios de segurança e ecoeficiência, permitindo-nos salvaguardar o nosso capital humano e natural. Nesse sentido, utilizamos um sistema de gestão integrado de segurança, saúde e ambiente – SHEMS (*Safety, Health and Environment Management System*) – que nos permite uma gestão mais eficaz dos principais riscos de segurança e saúde assim como dos principais aspetos ambientais dos ativos que gerimos. Desta forma, conseguimos não só minimizar os custos operacionais do nosso negócio como garantir um melhor serviço e/ou local de trabalho aos nossos investidores, lojistas, visitantes, colaboradores, fornecedores e clientes de serviços profissionais.

No âmbito deste pilar, identificámos objetivos de longo-prazo apoiados em metas anuais, de modo a conduzir a melhoria contínua em cinco áreas de impacto: (i) energia e clima, (ii) água, (iii) resíduos, (iv) biodiversidade e habitats e (v) segurança e saúde.





ii) **Resiliência dos Recursos** – De modo a assegurar a futura valorização dos nossos ativos e práticas, estabelecemos objetivos de longo-prazo, assentes na independência energética, na reutilização dos recursos hídricos, nos nossos edifícios e na exploração das mais recentes inovações e tecnologias de gestão de recursos, de modo a repensar os nossos processos. Desta forma, protegemos os nossos ativos de uma eventual escassez de recursos e aumento de custos, através de uma constante redução dos custos operacionais a curto e médio-prazo, suportada em estratégias alternativas de gestão de água e energia.

iii) **Lojistas Prósperos** – Estamos empenhados em apoiar atuais e potenciais lojistas a tornar os seus negócios mais resilientes, em particular, permitindo que as pequenas empresas locais e sustentáveis prosperem em circunstâncias em que não o teriam feito de outra forma.

Ao mesmo tempo, esta abordagem apoia a nossa estratégia de negócio ao permitir-nos promover novos conceitos que proporcionem experiências únicas aos nossos clientes. Ao contribuímos para a prosperidade dos nossos lojistas, conseguimos sustentar os nossos fluxos de rendimento e manter a inovação como base dos valores de negócio da Sonae Sierra.

iv) **Otimização do Conhecimento** – Apostamos na capacitação, desenvolvimento de competências e promoção do conhecimento dos nossos colaboradores, de forma a incentivar o desenvolvimento do seu potencial individual e dinamizar a possibilidade de aquisição de conhecimento a nível coletivo nas comunidades em que operamos. Deste modo, conseguimos aumentar o capital intelectual da nossa organização e o leque de talentos a partir do qual pretendemos continuar a atrair profissionais altamente qualificados para se juntarem à nossa equipa. Estes esforços assumem maior relevância à medida que consolidamos a nossa posição como uma empresa de serviços, cuja vantagem competitiva reside na capacidade dos colaboradores em fornecer soluções de sucesso aos desafios colocados pelos nossos clientes.

v) **Estilos de Vida Saudáveis** – Utilizamos o nosso alcance e influência pública para encorajarmos os nossos visitantes a efetuarem escolhas mais sustentáveis, que promovam a saúde, o bem-estar e os valores de responsabilidade ambiental e comunitária; melhorando o bem estar através de atividades saudáveis nos nossos centros comerciais e através da criação de um sentido de pertença. Esta abordagem permite-nos aumentar a satisfação e lealdade dos nossos visitantes e consequentemente aumentar as visitas aos centros comerciais, uma vez que apoiamos visivelmente a saúde, o bem-estar e um comportamento ambientalmente consciente.

2.5. Desempenho da Sustentabilidade

Tendo em consideração a nossa missão de criar valor partilhado, é de extrema relevância que as iniciativas de sustentabilidade que desenvolvemos se traduzam em valor acrescentado tangível para os nossos ativos e para o nosso negócio.

Nos últimos anos, o tema da sustentabilidade tem vindo a ganhar relevância na agenda dos investidores imobiliários, sendo que ferramentas tais como o *Global Real Estate Sustainability Benchmark* (GRESB) são





fundamentais para a identificação de tendências e avaliação da performance em termos económicos, ambientais e sociais. Em 2016, reforçámos a nossa participação no GRESB mediante a apresentação de avaliações a um nível individual: Sierra Fund, o Sierra Portugal Fund e o fundo Iberia Coop.

Atualmente, a boa performance dos nossos centros comerciais num vasto conjunto de indicadores financeiros e não-financeiros, é apreciada pela generalidade dos investidores. Este fator é relevante na medida em que os próprios investidores, bancos e outros provedores de capital requerem cada vez mais evidências da nossa gestão eficiente dos aspetos relacionados com sustentabilidade.

Desta forma, em 2016 continuámos a melhorar a ecoeficiência dos nossos centros comerciais e, consequentemente, os nossos indicadores ambientais.

Pessoas seguras e eco-eficiência

Sendo uma das nossas prioridades assegurar que os nossos centros comerciais sejam geridos de forma consistente e em conformidade com os mais elevados padrões de segurança e ecoeficiência, em 2016 registámos progressos significativos com vista a alcançar os objetivos de desempenho ambiental estabelecidos, que abrangem as emissões de gases com efeito de estufa, uso de energia, o consumo de água e os resíduos do portfólio detido.

Emissões GEE

Em 2016, com a finalidade de atingir o objetivo de reduzir a emissão de GEE em 85% até 2020, registámos uma taxa de GEE de 0,013 toneladas de CO₂ por m² de ABL, representando uma melhoria de 20% comparativamente a 2015.

Energia

Em média, em 2016, o nosso consumo de energia foi de 397 kWh por m² de área comum (excluindo lojas), atingindo assim o nosso objetivo de longo prazo estabelecido para 2020. O valor atingido representa uma redução de cerca de 4% relativamente ao ano 2015.

Adicionalmente, estamos atualmente a explorar o potencial para a criação de parcerias ESCO para financiar a instalação de sistemas de energia renováveis nos nossos centros em Portugal. Na sequência dos inquéritos técnicos desenvolvidos em 2015, identificámos 12 centros comerciais onde a instalação destes sistemas seria viável. Deste modo, estamos a trabalhar com potenciais parceiros no sentido de identificar os modelos de negócio e métodos de financiamento mais viáveis para apoiar esta instalação.

Água

O consumo médio de água dos nossos centros comerciais em 2016, foi de 3,4 litros de água por visita (excluindo lojas). No entanto, acreditamos que continuamos bem posicionados para alcançar o nosso objetivo de longo prazo de atingir um consumo máximo de 3 litros por visita até 2020.

Desperdício e reciclagem

Em 2016, registámos uma taxa média de reciclagem de aproximadamente 65%, apenas 0,4% inferior ao objetivo proposto para 2020. No que diz respeito à proporção de resíduos enviados para aterro,





alcançámos uma taxa de 17%, representando uma redução de 11% quando comparado com o ano anterior, tendo já atingido o nosso objetivo de longo prazo.

Saúde e segurança

No seguimento da nossa preocupação contínua em reduzir número de incidentes que envolvem colaboradores e em promover um ambiente seguro para os nossos visitantes, desenvolvemos em 2016 uma série de atividades, encontros, campanhas e publicações internas.

Resiliência de Recursos

A Resiliência de recursos é uma das cinco áreas de foco da nossa estratégia de sustentabilidade, tendo como objetivo investigar potenciais linhas de ação, de gestão, de energia e água. Nesta área, identificámos três potenciais linhas de ação, incluindo a geração local de energia renovável, conversão de resíduos dos lojistas em energia e utilização de sistemas de reciclagem e reutilização de água. Em 2016 realçamos a aplicação de soluções de reutilização de água, recolha de água das chuvas, e a implementação de ações do SHEDS (Safety, Health and Environment Development Standards) e SHEMS (Safety, Health and Environment Management System), desenvolvidas com a finalidade de aumentar a eficiência e consequentemente reduzir o consumo de água.

Lojistas Prósperos

Tendo em consideração o eixo Logístas Prósperos da nossa estratégia de sustentabilidade, continuámos a implementar o conceito *Coop Store* no nosso portefólio, com nove lojas em Portugal, Brasil, Alemanha, Roménia e Espanha. As *Coop Stores* fazem parte das *Flash Stores*, um conceito inovador de retalho cujo principal objetivo é a introdução de novas marcas na oferta. As *Flash Stores* estão divididas em 4 sub-produtos: *Lab Store*, *Pop Up Store*, *Lounge Store* e as *Coop Store*. Em conjunto, as *Flash Stores* atingiram vendas de mais de € 2,2 milhões. Desde que a iniciativa foi lançada, em 2013, 84 lojistas passaram a ser lojistas permanentes.

No mesmo sentido, em 2016 foi lançada uma nova iniciativa, *Rising Store* em Portugal. A *Rising Store* é um concurso de *crowd-sourcing* para *start-ups* de retalho, onde no seu primeiro ano atraiu mais de 110 aplicações e resultou em cinco novos conceitos de retalho muito promissores sendo estes implementados nos nossos centros comerciais, gerando um montante equivalente de publicidade acima dos €120.000 para custos com comunicação social em Portugal.

Otimização do Conhecimento

No âmbito da otimização do conhecimento, pretendemos desenvolver o potencial dos nossos colaboradores através de diversas iniciativas, nomeadamente:

- **Sierra with Universities** – Estabelecer parcerias com as universidades para partilhar o nosso conhecimento ou gerar novos conhecimentos com os alunos. Completámos o ano 2016 com três projetos em Portugal e Espanha e outros três projetos ainda a decorrer em Portugal e no Brasil.





- ***We Share with Communities*** – Partilhar os nossos conhecimentos com as organizações com as quais aspiramos manter fortes ligações tais como municípios, bombeiros e autoridades locais. Um dos projetos consistiu numa formação desenvolvida pela Guarda Nacional Republicana sobre como responder a uma potencial ameaça de bomba ou objeto suspeito.
- ***Engage Value Chain Through Knowledge*** – Apoiar o desenvolvimento dos nossos lojistas ou potenciais lojistas (proprietários e funcionários), fortalecendo as suas competências de negócio e o seu *know-how*. Um dos projetos, desenvolvido no Hofgarten Solingen (Alemanha), consistiu num concurso e formação dos lojistas com o objetivo de ajudar os mesmos a melhorar a exposição das suas montras e conseqüentemente a atrair mais clientes, melhorando a sua experiência.

Estilos de Vida Sustentáveis

Usamos o nosso alcance e influência para incentivar os nossos consumidores a fazer escolhas acertadas. Isto envolve a promoção de bens e serviços saudáveis, sustentáveis e locais, melhorar o bem-estar através de atividades de saúde nos nossos centros comerciais e criar um sentido de pertença junto dos nossos visitantes. Esta abordagem permite-nos aumentar a satisfação e a lealdade dos consumidores, aumentando assim as visitas aos nossos centros comerciais, uma vez que apoiamos visivelmente a saúde, o bem-estar e comportamentos ambientalmente conscientes.

O Grupo de Trabalho dedicado à promoção de Estilos de Vida Sustentáveis (*Sustainable Lifestyles Working Group*) é responsável pelo planeamento e supervisão da implementação das nossas ações no âmbito desta prioridade de longo prazo. O grupo reúne-se regularmente para debater estratégias e identificar áreas de melhoria, bem como desenvolver novas campanhas.

No âmbito do envolvimento das comunidades locais na nossa atividade, criámos o programa *Community Advisory Panel* (CAP) com o objetivo de consultar e envolver as comunidades locais. Neste sentido, os centros comerciais abertos recentemente e aqueles que estão a passar por obras significativas de expansão e remodelação, estabelecem CAP para garantir que as comunidades locais são consultadas e envolvidas no desenvolvimento e operação dos centros comerciais, de forma a criar relacionamentos de longo prazo sensíveis às culturas locais.

Para mais informações sobre o nosso desempenho de sustentabilidade, consulte o nosso Relatório Económico, Ambiental e Social (EES – *Economic, Environmental and Social Report*) de 2016, disponível apenas em inglês em:

<http://www.sonaesierra.com/pt-pt/sustentabilidade/sustentabilidade.aspx>.





3. Adesão a Princípios, Associações e Parcerias com Organizações





4. Anexo GRI Sonae Retailho

Indicadores Gerais

Indicador GRI	Descrição	UN Global Compact	Fonte
---------------	-----------	-------------------	-------

ESTRATÉGIA E ANÁLISE

G4-1	Mensagem do Presidente do Conselho de Administração sobre a relevância da sustentabilidade para organização e a sua estratégia		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 5
G4-2	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades relacionados com a atividade da empresa		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 9 – 12 Suplemento GRI Pág. 7 – 9

PERFIL ORGANIZACIONAL

G4-3	Denominação da organização relatora		Sonae SGPS, SA.
G4-4	Principais marcas, produtos e/ou serviços		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág.10 e Pág. 20
G4-5	Localização da sede social da organização		A Sonae SGPS, SA tem a sua sede em Lugar de Espido, Via Norte Maia-Portugal
G4-6	Número de países em que a organização opera, assim como os nomes dos países onde se encontram as principais operações ou que têm uma relevância específica para as questões da sustentabilidade, abrangidas pelo relatório		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 10 e Pág. 20 https://www.sonae.pt/pt/sonae/onde-estamos/
G4-7	Tipo e natureza jurídica de propriedade		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 10
G4-8	Mercados abrangidos		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 10 https://www.sonae.pt/pt/sonae/onde-estamos/
G4-9	Dimensão da organização relatora		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 10
G4-10	Mão-de-obra total	Princípio 6	Ver quadro abaixo





MÃO-DE-OBRA TOTAL	2016
Tipo de Contrato	
Contratos permanentes (n.º)	27.688
Masculino	8.794
Feminino	18.894
Contratos temporários (n.º)	13.115
Masculino	5.054
Feminino	8.061
Total Colaboradores (n.º)	40.803
Tipo de Emprego	
Tempo integral (n.º)	29.042
Masculino	10.371
Feminino	18.671
Tempo parcial (n.º)	11.761
Masculino	3.477
Feminino	8.284
Total Colaboradores (n.º)	40.803
Região	
Portugal (n.º)	38.014
Masculino	12.668
Feminino	25.346
Espanha (n.º)	2.324
Masculino	1.009
Feminino	1.315
China (n.º)	28
Masculino	14
Feminino	14
Brasil (n.º)	434
Masculino	154
Feminino	280
Total Internacionais (n.º)	2.789
Total Colaboradores (n.º)	40.803





Indicador GRI	Descrição	UN Global Compact	Fonte
---------------	-----------	-------------------	-------

PERFIL ORGANIZACIONAL

G4-11	Proporção de colaboradores cobertos por Acordo Coletivo de Trabalho.	Princípio 3	A totalidade dos colaboradores de Portugal e Espanha encontra-se coberta por este tipo de contratação.
G4-12	Descrição da cadeia de valor.		Suplemento GRI 2016 Pág. 7 – 8
G4-13	Principais alterações que tenham ocorrido, durante o período abrangido pelo relatório, referentes à dimensão, à estrutura organizacional ou à estrutura acionista.		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 10

COMPROMISSOS COM INICIATIVAS EXTERNAS

G4-14	Princípio da precaução da organização	Princípio 7	Relatório do Governo da Sociedade 2016 Pág. 66 - 70
G4-15	Cartas, princípios e outras iniciativas, desenvolvidas externamente, de carácter ambiental, económico e social, que a organização subscreve ou defende	Princípio 1 a 10	Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 53 – 69 http://www.sonae.pt/pt/sustentabilidade
G4-16	Participação significativa em associações e/ou organizações nacionais/internacionais		Suplemento GRI 2016 Pág. 27

PARÂMETROS DO RELATÓRIO

ÂMBITO E LIMITES DO RELATÓRIO

G4-17	Estrutura operacional da organização e principais divisões, operadoras, subsidiárias e <i>joint ventures</i> .		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 9 – 10 e Pág. 20 https://www.sonae.pt/pt/sonae/onde-estamos/
G4-18	Processo para a definição do conteúdo do relatório.		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 4 e Suplemento GRI Pág. 9 – 11
G4-19	Aspetos materiais para o relatório.		Suplemento GRI 2016 Pág. 9 – 10
G4-20 / G4-21	Limite do relatório; Limitações específicas relativas ao âmbito e ao limite do relatório; Base para a elaboração do relatório no que se refere a <i>joint ventures</i> , subsidiárias, instalações arrendadas, operações atribuídas e serviços externos e outras entidades passíveis de afetar significativamente a comparação entre diferentes períodos e/ou organizações.		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 4 e Suplemento GRI 2016 Pág. 9 – 11
G4-22	Explicação do efeito de quaisquer reformulações de informações existentes em relatórios anteriores e as razões para tais reformulações.		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 4
G4-23	Alterações significativas, em relação a relatórios anteriores, no âmbito, limite ou métodos de medição aplicados.		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 4 e Suplemento GRI 2016 Pág. 9– 11





RELACIONAMENTO COM AS PARTES INTERESSADAS

Indicador GRI	Descrição	UN Global Compact	Fonte
G4-24	Relação dos grupos que constituem as partes interessadas envolvidas pela organização.		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 13
G4-25	Base para a identificação e seleção das partes interessadas a serem envolvidas		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 13
G4-26	Abordagens utilizadas para envolver as partes interessadas, incluindo a frequência do envolvimento, por tipo e por grupos, das partes interessadas.		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 13
G4-27	Principais questões e preocupações identificadas através do envolvimento das partes interessadas e as medidas adotadas pela organização no tratamento das mesmas, nomeadamente através dos relatórios.		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 13 e Suplemento GRI 2016 Pág. 10 – 11

PERFIL DO RELATÓRIO

G4-28	Período abrangido para as informações apresentadas no relatório.		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 4
G4-29	Data do último relatório publicado.		30 de Março de 2016
G4-30	Ciclo de publicação de relatórios.		O Relatório de Sustentabilidade é anual
G4-31	Contato para perguntas referentes ao relatório ou ao seu conteúdo.		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 4

ÍNDICE DE CONTEÚDO DA TABELA GRI

G4-32	Índice de conteúdo da Tabela GRI		Tabela GRI
-------	----------------------------------	--	------------

VERIFICAÇÃO

G4-33	Política e prática atual relativa à procura de um processo independente de garantia de fiabilidade que acompanha o Relatório de Sustentabilidade.		Toda a informação reportada no Relatório de Sustentabilidade 2016 foi submetida à verificação de uma entidade externa – PricewaterhouseCoopers & Associados – Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda.
-------	---	--	---

GOVERNAÇÃO

G4-34	Estrutura de governança da organização, incluindo comissões subordinadas ao órgão de governança hierarquicamente mais elevado e com responsabilidade por tarefas específicas, tais como a definição da estratégia ou a supervisão da organização.		Relatório Do Governo da Sociedade 2016 Pág. 16-24, 31-32
-------	---	--	--

Promovemos com regularidade fóruns transversais às várias unidades de negócio destinados à partilha de conhecimento e boas práticas, funcionando como uma ferramenta de discussão essencial para a partilha do conhecimento entre as várias insígnias da Sonae. Atualmente, a Sonae dispõe de um conjunto de 9 fóruns de partilha de conhecimento, incluindo: Administrativo e Fiscal; Engenharia e Construção; Legal; E-commerce; FINOV Fórum de Inovação; Marketing e Comunicação; Negociação; Planeamento, Controlo e Gestão; Sustentabilidade. Adicionalmente existe quatro grupos consultivos (FINCO - Fórum de informática e Telecomunicações, Gestão de





Risco, IOW - Improving our Work; Recursos Humanos) que mantêm reuniões periódicas dedicadas à partilha e coordenação de informação (organização de formação interna), bem como duas comissões (auditoria e finanças) que funcionam como importantes plataformas para a partilha de conhecimento e experiência.

G4-39	Papel do Presidente		Relatório do Governo da Sociedade 2016 Pág. 16-24
G4-38	Administradores executivos e não-executivos		Relatório do Governo da Sociedade 2016 Pág.20 e 21
G4-37 / G4-49 / G4-53	Mecanismos que permitam aos acionistas e funcionários transmitir recomendações ou orientações ao órgão de <i>governance</i> hierarquicamente mais elevado		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 13 Relatório do Governo da Sociedade 2016 Pág. 25-32
G4-51	Relação entre a remuneração dos membros do órgão de governação hierarquicamente mais elevado, dos diretores de topo e dos executivos (incluindo acordos de tomada de decisão) e o desempenho da organização (incluindo o desempenho social e ambiental)		Relatório do Governo da Sociedade 2016 Pág. 73-89
G4-41	Processos ao dispor do órgão de <i>governance</i> hierarquicamente mais elevado para evitar a ocorrência de conflitos de interesses		Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 9 e Pág. 15 Relatório do Governo da Sociedade 2016 Pág. 53-54
G4-40	Processo para a determinação das qualificações e competências exigidas aos membros do órgão de <i>governance</i> hierarquicamente mais elevado para definir a estratégia da organização relativamente às questões ligadas ao desempenho económico, ambiental e social		Relatório do Governo da Sociedade 2016 Pág. 21-22
G4-44	Processos para a avaliação do desempenho do órgão de <i>governance</i> hierarquicamente mais elevado, especialmente em relação ao desempenho económico, ambiental e social		Relatório do Governo da Sociedade 2016 Pág. 33-34
G4-45 / G4-47	Processos do órgão de <i>governance</i> hierarquicamente mais elevado para supervisionar a forma como a organização efetua a identificação e a gestão do desempenho económico, ambiental e social, a identificação e a gestão de riscos e oportunidades relevantes, bem como a adesão ou conformidade com as normas internacionalmente aceites, códigos de conduta e princípios	Princípios 1 a 10	Relatório do Governo da Sociedade 2016 Pág. 19-44

ÉTICA E INTEGRIDADE

G4-56	Desenvolvimento interno de declarações de princípios ou de missão, códigos de conduta e princípios considerados relevantes para o desempenho económico, ambiental e social, assim como a fase de implementação	Princípio 10	Para mais informações ver Relatório de Sustentabilidade 2016 Pág. 9 https://www.sonae.pt/pt/media/publicacoes/codigo-de-etica-e-conduta/ https://www.sonae.pt/pt/sonae/cultura/
--------------	--	--------------	---





INDICADORES DE DESEMPENHO ECONÓMICO

Indicador GRI	Descrição	UN Global Compact	Fonte
---------------	-----------	-------------------	-------

ASPETO: DESEMPENHO ECONÓMICO

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Suplemento GRI 2016, Pág. 9 – 11

EC1	Valor económico direto gerado e distribuído	-	-
-----	---	---	---

	2014	2015	2016
VALOR ECONÓMICO DIRETO GERADO (€)	5.499.753.907	5.698.021.018	6.150.328.858
Receitas	5.499.753.907	5.698.021.018	6.150.328.858
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUÍDO (€)	5.315.251.372	5.586.458.586	5.862.370.889
Custos Operacionais	4.489.053.659	4.698.862.411	5.056.489.918
Salários e benefícios de Colaboradores	651.134.468	665.354.195	731.640.839
Pagamentos a Investidores	146.552.959	198.340.061	55.144.616
Pagamentos ao Estado	18.702.110	15.440.829	8.997.173
Donativos e outros investimentos na comunidade	9.808.176	8.461.090	10.098.343
VALOR ECONÓMICO ACUMULADO (€)	184.502.535	111.562.433	287.957.969

Âmbito de reporte: Sonae

EC2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização, devido às alterações climáticas	Princípio 7	-
-----	--	-------------	---

Para informação detalhada sobre as implicações financeiras e outros riscos e oportunidades devido às alterações climáticas por favor consultar a resposta da Sonae ao Carbon Disclosure Project 2016, disponível em:

https://www.cdp.net/en/responses/17359?back_to=https%3A%2F%2Fwww.cdp.net%2Fen%2Fresponses%3Futf8%3D%25E2%259C%2593%26queries%25Bname%25D%3DSonae&queries%5Bname%5D=Sonae

Âmbito de reporte: Sonae

EC3	Cobertura das obrigações em matéria de plano de benefícios da organização	-	-
-----	---	---	---

A área de Retalho da Sonae não dispõe de fundos de pensões.

Âmbito de reporte: Retalho

EC4	Benefícios financeiros significativos, recebidos pelo governo	-	-
-----	---	---	---

O apoio recebido do Estado através de subsídios à exploração, subsídios de investimento e benefícios fiscais foi de 10.254.085€

Âmbito de reporte: Sonae





ASPETO: PRESENÇA NO MERCADO

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Fonte
Suplemento GR 2016 Pág. 9 – 11 e Pág 16 – 17

EC6	Proporção de colaboradores para cargos sénior contratados localmente	Princípio 6	-
------------	---	--------------------	---

Ocupação de funções operacionais por elementos da comunidade onde se inserem as unidades de negócio.

	2014	2015	2016
Nº de gestores de topo (n.º)	76	84	91
Nº de gestores de topo proveniente da comunidade local (n.º)	75	83	87
Proporção de gestores de topo proveniente da comunidade local (%)	99%	99%	96%

Âmbito de reporte: Retailho

ASPETO: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRETOS

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Fonte
Suplemento GRI 2016, Pág. 9 – 11 e Pág. 14

EC7	Desenvolvimento e impacto de investimentos em infraestruturas e serviços fornecidos	-	-
------------	--	---	---

O apoio à comunidade inclui as doações e donativos realizados pela Sonae junto da comunidade, principalmente para benefício público, tendo sido apoiadas 1.393 instituições que representaram um investimento de 10 milhões de euros.

Âmbito de reporte: Sonae

EC8	Impactos económicos indiretos significativos, inclusive a extensão dos impactos	-	-
------------	--	---	---

Ver Relatório de Sustentabilidade secção “Improving our Community” (Pág. 53 – 59).

Âmbito de reporte: Sonae

ASPETO: PRÁTICAS DE PROCUREMENT

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Fonte
Suplemento GRI 2016, Pág. 9 – 11 e Pág. 18

EC9	Política, práticas, e proporção das despesas em fornecedores locais, em unidades operacionais importantes	-	-
------------	--	---	---

	2016
Total de custos com fornecedores (€)	4.483.614.727
Total de custos com fornecedores estrangeiros (€)	917.169.850
Total de custos com fornecedores nacionais (€)	3.566.444.876
Proporção de custos com fornecedores nacionais (%)	80%

Âmbito de reporte: Retail





INDICADORES DE DESEMPENHO AMBIENTAL

ASPETO: MATERIAIS

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Fonte
Suplemento GRI 2016,
Pág. 9 – 11 e Pág. 16

A Sonae promove a redução do consumo de materiais associados à cadeia de valor, mais especificamente no que diz respeito às embalagens dos produtos que distribui. Para tal, promove uma série de iniciativas junto dos fornecedores para a redução dos materiais associados não só as embalagens primárias do próprio produto como também a nível das caixas de transporte

EN1	Consumo de materiais por peso ou volume	Princípio 7 e 8	-
------------	--	------------------------	---

A Sonae promove a redução do consumo de materiais associados à cadeia de valor, mais especificamente no que diz respeito às embalagem dos produtos que distribui. Para tal, promove uma série de iniciativas junto dos fornecedores para a redução dos materiais associados não só as embalagens primárias do próprio produto como também a nível das caixas de transporte.

Âmbito de reporte: retalho – Portugal

ASPETO: ENERGIA

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Fonte
Relatório de Sustentabilidade
2016, Pág. 65 – 66 e
Suplemento GRI 2016,
Pág. 9 – 11 e Pág. 15 – 16

EN3	Consumo de energia dentro da organização	Princípio 7 e 8	-
------------	---	------------------------	---

Em 2016, a Sonae continuou empenhada na melhoria contínua da redução dos consumos de energia nas suas lojas, tendo desenvolvido um trabalho estruturado junto com os negócios para reforçar a ecoeficiência das operações. As medidas de eficiência energética passam pela implementação de equipamentos mais eficientes, a monitorização dos consumos, como é exemplo o facto de todas as lojas Continente e Worten estarem equipadas com um Tableau de Bord Ambiental, uma ferramenta fundamental para a monitorização dos principais indicadores ambientais.

Em 2016, a Sonae registou um consumo de 430.689 MWh, representando um aumento marginal do consumo total de 1,6% face a 2015, sendo a maioria deste consumo associado a electricidade. No que diz respeito ao consumo específico da Sonae, este estabeleceu-se nos 356 kWh/m². O menor desempenho obtido em 2016 ficou a dever-se ao forte crescimento orgânico registado, o qual incidiu sobretudo em lojas Bom Dia, que apresentam menores dimensões e por isso apresentam indicadores específicos bem mais elevadas que os restantes formatos de Lojas alimentares (Modelo e Continente).

Adicionalmente, ao longo do ano 2016, a Sonae manteve a aposta na produção autónoma de energia a partir de fontes renováveis. Para mais informação as iniciativas relacionadas com o consumo energético encontram-se descritas com maior detalhe no capítulo “Improving Our Planet” do Relatório de Sustentabilidade 2016 (Pág. 63 – 69).





Evolução do consumo de energia dentro da organização por tipo	2014	2015	2016
Consumo de gás natural – Lojas (m ³)	410.617	345.539	341.329
Consumo de gás propano (t)	46	45	47
Consumo de gasóleo nas lojas (litros)	131.464	131.355	113.837
Consumo de eletricidade nas lojas e entrepostos (MWh)	415.666	414.260	421.429
Consumo de eletricidade nos centros de fabrico (MWh)	9.496	9.346	9.260
Consumo de eletricidade (MWh)	425.162	423.606	430.689

Evolução do consumo de energia dentro da organização por tipo (GJ)	2014	2015	2016
Consumo de gás natural – Lojas (GJ)	15.792	13.283	13.121
Consumo de gás propano (GJ)	2.216	2.185	2.258
Consumo de gasóleo nas lojas (GJ)	4.899	4.865	4.217
Consumo de combustíveis dentro da organização (GJ)	22.907	20.333	19.595
Consumo de eletricidade (GJ)	1.530.583	1.524.982	1.550.480
Consumo de energia dentro da organização (GJ)	1.553.491	1.545.315	1.570.075

Produção de energia elétrica através de fontes de energia renovável	2014	2015	2016
Eletricidade produzida através de fonte de energia renovável (MWh)	7.257	7.759	7.644
Eletricidade produzida através de fonte de energia renovável (GJ)	26.124	27.931	27.519

A Sonae vende toda a eletricidade produzida através de fontes de energia renovável à Rede Nacional.

Fatores de conversão

Energia	Unidade	Fator (2016)	Fonte (2016)
Gás Natural	PCI (GJ/m ³)	0,038	Tabela de valores de Poder Calorífico Inferior, de Fator de Emissão e Fator de Oxidação de CO ₂ utilizados no Inventário Nacional de Gases com Efeito de Estufa publicado em 2013
Gás Propano	PCI (GJ/t)	48,55	Tabela de valores de Poder Calorífico Inferior, de Fator de Emissão e Fator de Oxidação de CO ₂ utilizados no Inventário Nacional de Gases com Efeito de Estufa publicado em 2013
Gasóleo	PCI (GJ/t)	0,86	APA - Portuguese National Inventory Report on Greenhouse Gases Tabela de valores de Poder Calorífico Inferior, de Fator de Emissão e Fator de Oxidação de CO ₂ utilizados no Inventário Nacional de Gases com Efeito de Estufa publicado em 2013
Eletricidade	(GJ/MWh)	3,6	Agência Internacional de Energia

Consumo de eletricidade por área de vendas (GWh/1000 m²)	2014	2015	2016
Área de loja (1000 m ²)	910	925	910
Consumo de eletricidade das lojas por área de loja (GWh/1000m ²)	0,438	0,429	0,442

Âmbito de reporte: retalho – Portugal





EN4	Consumo de energia fora da organização	Princípio 8	-
------------	---	--------------------	---

No sentido de minimizar o impacto ambiental da frota contratada, a Sonae trabalhou em conjunto com os seus fornecedores de serviços de transporte com a finalidade de melhorar a eco-eficiência dos veículos utilizados pelos mesmos, garantindo a preferência por veículos mais recentes.

No final do ano 2016, cerca de 91% dos veículos da frota contratada encontravam-se em cumprimento com a Norma Euro 5, traduzindo-se num crescimento de 18% comparando com 2015.

De salientar que, em 2016, foram utilizados veículos em cumprimento com a Norma Euro 6, correspondendo a 56% da frota contratada.

Em termos de eficiência logística, a Sonae tem procurado desenvolver melhorias tanto ao nível das entregas ao domicílio, como do abastecimento de lojas. Especificamente em relação ao abastecimento de lojas, foram transportadas cerca de 7 caixas por quilómetro percorrido e registadas emissões na ordem dos 108 kg de CO₂ por mil caixas transportadas.

Evolução do consumo de energia fora da organização por tipo	2014	2015	2016
Consumo de gasóleo da frota contratada (litros)	10.115.992	10.106.582	11.266.077
Consumo de gasóleo de viaturas de colaboradores (litros)	1.973.049	2.357.667	2.559.272
Consumo de gasolina de viaturas de colaboradores (litros)	12.411	14.111	21.297
Consumo de gás natural veicular da frota de abastecimento (m ³)	37.403	75.256	--

Evolução do consumo de energia fora da organização por tipo (GJ)	2014	2015	2016
Consumo de gasóleo da frota contratada (GJ)	376.960	376.718	471.298
Consumo de gasóleo de viaturas de colaboradores (GJ)	73.523	87.328	94.796
Consumo de gasolina de viaturas de colaboradores (GJ)	417	466	703
Consumo de gás natural veicular da frota de abastecimento (GJ)	1.439	2.893	-
Consumo total de energia fora da organização (GJ)	452.339	467.405	512.797

Fatores de conversão

Energia	Unidade	Fator (2016)	Fonte (2016)
Gás Natural	PCI (GJ/m ³)	0,0384	Tabela de valores de Poder Calorífico Inferior, de Fator de Emissão e Fator de Oxidação de CO ₂ utilizados no Inventário Nacional de Gases com Efeito de Estufa publicado em 2013
Gasóleo	PCI (GJ/t)	37,0402	Tabela de valores de Poder Calorífico Inferior, de Fator de Emissão e Fator de Oxidação de CO ₂ utilizados no Inventário Nacional de Gases com Efeito de Estufa publicado em 2013
Gasolina	PCI (GJ/t)	33,00	Tabela de valores de Poder Calorífico Inferior, de Fator de Emissão e Fator de Oxidação de CO ₂ utilizados no Inventário Nacional de Gases com Efeito de Estufa publicado em 2013

Âmbito de reporte: Retailho – Portugal





EN5	Intensidade energética	Princípio 8	-
------------	-------------------------------	--------------------	---

	2014	2015	2016
Consumo total de energia (GJ)	2.006.792	2.010.351	2.082.872
Volume de negócios (M€)	4.974	5.014	5125
RÁCIO DE INTENSIDADE ENERGÉTICA (GJ/M€)	403	401	406

Âmbito de reporte: Retailho

EN6	Energia economizada devido a melhorias em conservação e eficiência	Princípio 8 e 9	-
------------	---	------------------------	---

Medidas de racionalização de consumo implementadas em 2016:

A – Lojas Alimentares

Neste âmbito, deu-se continuidade ao programa estabelecido no Projeto Trevo:

1. Substituição da Iluminação Principal por Iluminação LED – Ação realizada em mais 40 lojas
2. Instalação de Portas nos Equipamentos do Talho – Ação realizada em mais 32 lojas
3. Substituição dos motores dos ventiladores dos expositores de frio por motores de alta eficiência - Ação realizada em mais 53 lojas
4. Instalação de sistemas de desembaciamento automático dos expositores de congelados - Ação realizada em mais 51 lojas
5. Instalação de sistemas de arrefecimento adiabático (em sistemas de produção de frio) - Ação realizada em mais 20 lojas
6. “Retrofit” em Centrais de produção de frio - Ação realizada em mais 6 lojas

B – Lojas Não Alimentares

Também nesta Área se deu continuidade ao programa de melhoria de eficiência energética anteriormente estabelecido:

1. Substituição da Iluminação Principal por Iluminação LED – Ação realizada em mais 50 lojas
2. Implementação de monitorização dos consumos em tempo real - Ação realizada em mais 10 lojas
3. Implementação de monitorização desfasada dos consumos - Ação realizada em mais 50% das lojas

Âmbito de reporte: Retailho

EN7	Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços	Princípio 8 e 9	-
------------	---	------------------------	---

Ver Relatório de Sustentabilidade 2016, “*Improving our Planet*” Pág. 63 – 69, para maior detalhe sobre iniciativas desenvolvidas para fornecer produtos e serviços com baixo consumo de energia.





Número de produtos vendidos por nível de eficiência energética – categoria A ou superior (n.º)	2014	2015	2016
Eletrrodomésticos (categoria A ou superior)	364.126	546.647	390.793
Categoria A+++++++		340	0
Categoria A++++++		427	0
Categoria A+++++		359	0
Categoria A++++	5.995	9.233	10.106
Categoria A+++	64.001	105.237	73.719
Categoria A++	45.471	106.013	48.572
Categoria A+	228.271	285.895	122.490
Categoria A	20.388	39.143	135.906
TELEVISORES (CATEGORIA A OU SUPERIOR)	468.923	252.607	230.945
Categoria A+++++++			0
Categoria A++++++			0
Categoria A+++++			0
Categoria A++++			0
Categoria A+++			0
Categoria A++	21.145	10.964	1
Categoria A+	185.912	84.236	2.655
Categoria A	261.866	157.407	228.289
ASPIRADORES (CATEGORIA A OU SUPERIOR)	3.210	11.649	51.607
Categoria A+++++++			0
Categoria A++++++			0
Categoria A+++++			0
Categoria A++++			0
Categoria A+++			0
Categoria A++			0
Categoria A+			89
Categoria A	3.210	11.649	51.518
Total de produtos vendidos (categoria A ou superior)	836.259	810.903	673.345

Âmbito de reporte: Retalho – Portugal





ASPETO: ÁGUA

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Fonte
Suplemento GRI 2016,
Pág. 9 – 11 e Pág. 15 – 16

EN8	Total de consumo de água segmentado por fonte	Princípio 7 e 8	-
-----	---	-----------------	---

Em 2016, a Sonae continuou empenhada na melhoria contínua da redução da pegada hídrica, tendo desenvolvido um trabalho estruturado junto com os nossos negócios para reforçar a ecoeficiência das operações.

A poupança sustentada de água alcançada, traduz a utilização e implementação de equipamentos mais eficientes, a monitorização dos consumos, como é exemplo o facto de todas as lojas Continente e Worten estarem equipadas com um Tableau de Bord Ambiental, uma ferramenta fundamental para a monitorização dos principais indicadores ambientais, a melhoria de processos operacionais e as muitas ações de sensibilização efetuadas junto de colaboradores e clientes. Paralelamente, em 2016 a Sonae apostou no desenvolvimento de outras iniciativas dedicadas à redução e moderação do consumo de água, que se encontram descritas no relatório de sustentabilidade

	2014	2015	2016
Consumo total de água (m ³)	620.215	606.492	633.526

Evolução do consumo de água da rede pública por área de vendas (m ³ /m ²)	2014	2015	2016
Área de loja (1000 m ²)	569.004	583.165	621.104
Consumo de água da rede pública de abastecimento por área de loja (m ³ /m ²)	1,09	1,04	1,02

Âmbito de Reporte: Lojas Alimentares (Continente, Continente Modelo e Continente Bom dia) - Retalho

EN10	Complementar	Percentagem e volume total de água reciclada e reutilizada	Princípio 8	-
------	--------------	--	-------------	---

A Sonae tem uma iniciativa de reciclagem e reutilização de água na Torre do Sonae Service Centre localizada na Maia, com classificação GOLD da certificação LEED, onde as águas dos balneários e lavatórios são reutilizadas nas sanitas, e as águas pluviais são captadas e utilizadas nos sistemas de rega. De acordo com os dados de projeto, a reutilização de águas neste edifício permite uma poupança de cerca de 80% de consumo de água.

Projeto de reutilização de águas residuais no Centro de Processamento de Carnes, para utilização nas torres de refrigeração, na rega, em lavagens exteriores e no abastecimento dos depósitos do serviço de incêndio. Atualmente, e tal como previsto na solução implementada, o CPC está a reutilizar uma parte do efluente líquido proveniente do seu processo industrial após tratamento na ETARI.

Numa base anual, o projeto permite que cerca de 18.180 m³ de água possam ser reutilizados (os valores reutilizados dependem das necessidades verificadas em cada ano).

Âmbito de reporte: Retalho – Portugal





ASPETO: BIODIVERSIDADE

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

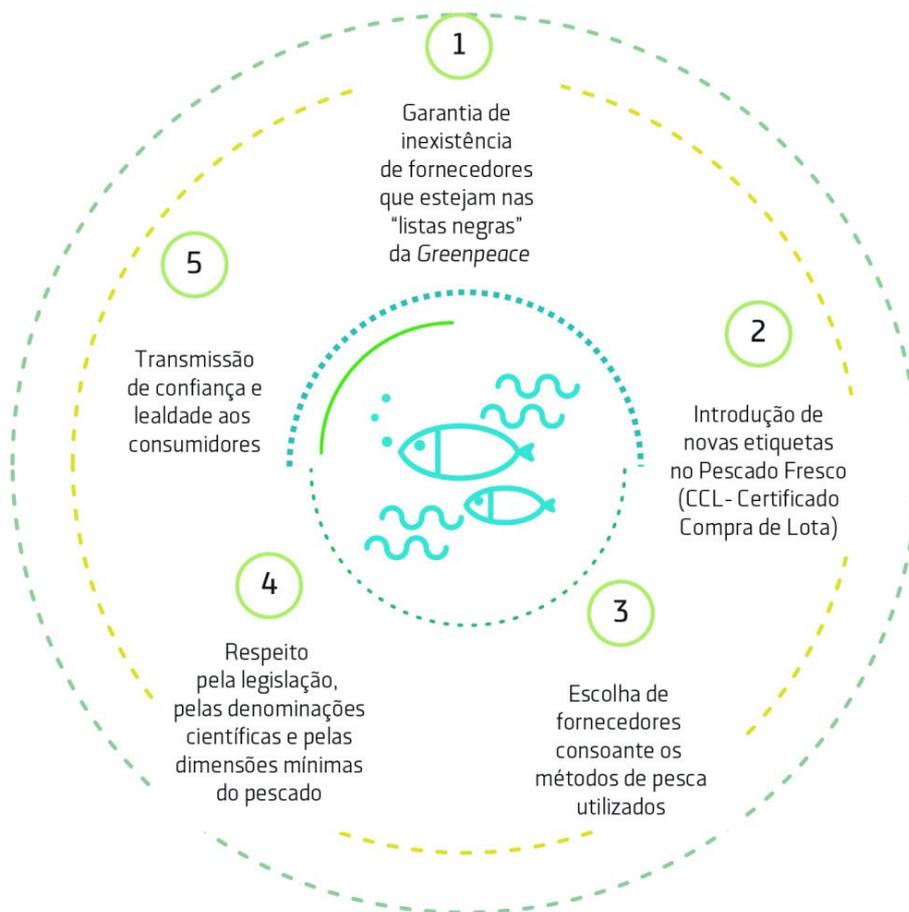
Fonte
Suplemento GRI 2016,
Pág. 9 – 11 e Pág. 13

EN11	Localização em áreas protegidas ou adjacentes	Princípio 8	-
-------------	--	--------------------	---

O negócio de Retalho não possui instalações em áreas classificadas como zonas de habitats ricos em biodiversidade
Âmbito de reporte: Retalho

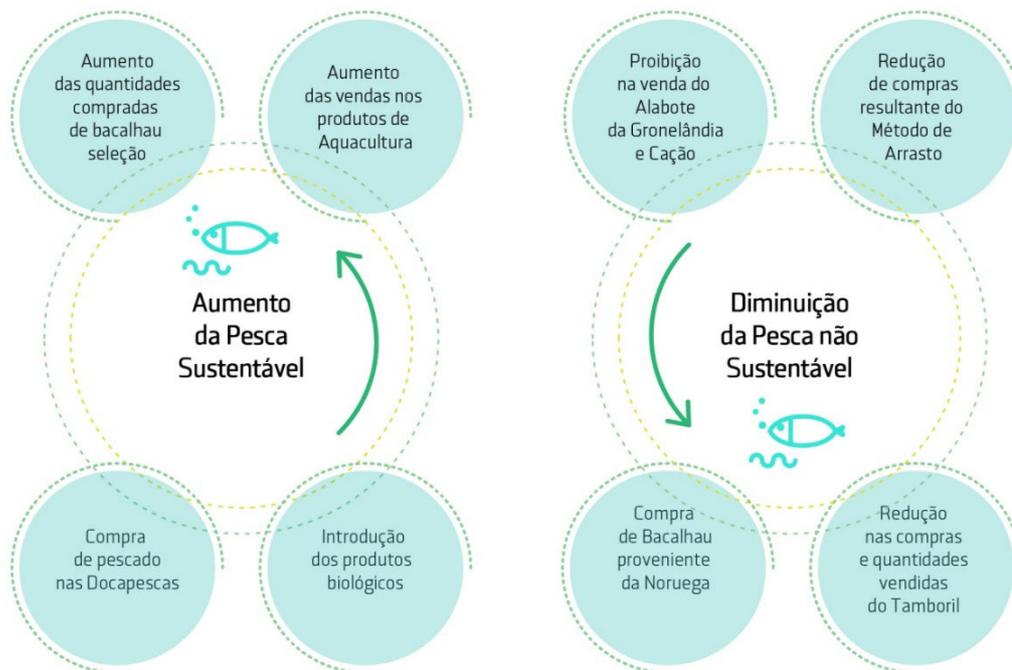
EN12	Impactes na biodiversidade	Princípio 8	-
-------------	-----------------------------------	--------------------	---

A Política de Sustentabilidade do Pescado da Sonae visa minimizar os impactes das atividades piscatórias na biodiversidade marinha e promover a adoção de práticas de sustentabilidade do pescado, tendo em consideração um conjunto de princípios de atuação que incentivam a proteção dos ecossistemas.



Deste modo, ao longo dos últimos anos desenvolvemos diversas medidas de melhoria que contribuem para estimular a comercialização da pesca saudável e a redução de práticas de pesca não sustentáveis, tais como:





A Sonae dispõe da ferramenta Traffic Light System, que foi desenvolvida com a finalidade de promover a venda de espécies de modo sustentável e avaliar mais facilmente o nível de sustentabilidade dos produtos que comercializamos. A partir da utilização desta ferramenta, a cor vermelha, amarela ou verde é atribuída consoante o método de pesca utilizado, simplificando assim o levantamento das principais práticas de pesca. Deste modo, a Sonae primazia a fornecedores que utilizem métodos de pesca com menor impacto ao nível da existência das espécies e ecossistemas. No ano 2016, para além de procurar reduzir ao máximo os métodos de pesca que prejudicam outras espécies/habitats, registou um aumento dos métodos de pesca que causam pouco perigo à existência da espécie (de 29% em 2014 para 32% em 2016). Paralelamente, para complementar as medidas referidas um dos objetivos da política de sustentabilidade do pescado, foi consciencializar os consumidores para os problemas relacionados com a pesca não sustentável, dando maior visibilidade a produtos provenientes de captura mais sustentável, promovendo ações de sensibilização e o contacto com a MSC (Marine Stewardship Council), entre outros.

Adicionalmente, os nossos fornecedores são responsáveis por cumprir diversos requisitos, nomeadamente:

- (i) Respeitar e cumprir as quotas máximas de captura de pescado legalmente estabelecidas,
- (ii) Atuar segundo as suas artes de pesca para não prejudicar os fundos marinhos,
- (iii) Agir de acordo com uma política de captura de pescado sustentável e
- (iv) Fornecer pescado capturado exclusivamente em embarcações que não constem da “lista negra” da Greenpeace, obrigando-se a apresentar documentos comprovativos do seu cumprimento sempre que tal seja solicitado.

Adicionalmente, é obrigatório que os documentos que acompanham a mercadoria contenham informação sobre espécie, lote, zona de captura e método de captura. Anualmente, é solicitada atualização desta informação e do nome dos navios, certificados, nome dos capitães e porto de desembarque.

Âmbito de reporte: Retalho





EN13	Habitats protegidos ou restaurados	Princípio 8	-
-------------	---	--------------------	---

Não existiram operações conducentes a alterações dos habitats envolventes, que suscitassem a restauração dos mesmos. A Política de Pescado penaliza métodos de pesca destrutivos de habitats (ex.: pesca de arrasto de fundo).

Âmbito de reporte: Retailho

ASPETO: EMISSÕES, EFLUENTES E RESÍDUOS

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Fonte
Suplemento GRI 2016,
Pág. 9 – 11 e Pág. 15 – 16

EN15	Emissões Diretas de Gases com Efeito de Estufa (Âmbito 1)	Princípio 7 e 8	-
-------------	--	------------------------	---

Evolução das emissões de GEE (âmbito 1), por fonte	2014	2015	2016
Emissões associadas ao consumo de gás natural (t CO ₂ e)	967	916	743
Emissões associadas ao consumo de gás propano (t CO ₂ e)	140	138	142
Emissões associadas ao consumo de gasóleo das lojas (t CO ₂ e)	363	361	312
Emissões associadas ao consumo de gasóleo de veículos de transporte de mercadorias (t CO ₂ e)	27.895	27.739	30.922
Emissões associadas ao consumo de gasóleo das viaturas de colaboradores (t CO ₂ e)	5.441	6.471	7.024
Emissões associadas ao consumo de gasolina de viaturas de colaboradores (t CO ₂ e)	29	34	52
EMISSÕES DE ÂMBITO 1 (T CO₂E)	34.834	35.659	39.195

Âmbito de reporte: Retailho – Portugal

EN16	Emissões Indiretas de Gases com Efeito de Estufa (Âmbito 2)	Princípio 7 e 8	-
-------------	--	------------------------	---

Evolução das emissões de GEE (âmbito 2), por fonte	2014	2015	2016
Emissões associadas ao consumo de eletricidade - indiretas (t CO ₂ e)	156.572	204.648	172.163

EN17	Outras Emissões Indiretas de Gases com Efeito de Estufa (Âmbito 3)	Princípio 7 e 8	-
-------------	---	------------------------	---

Emissões de GEE (Âmbito 3), por fonte	2014	2015	2016
Emissões procedentes de valorização energética (t CO ₂ e)	84	88	93
Emissões procedentes de valorização orgânica (t CO ₂ e)	193	202	215
Emissões procedentes de aterro sanitário (t CO ₂ e)	3.711	3.674	3.810
EMISSÕES DE ÂMBITO 3 (T CO₂E)	3.989	3.965	4.117





	FE (t CO ₂ /t resíduo)	Fonte (2016)
Valorização energética	0,021	De acordo com 2013 <i>Government GHG Conversion Factors for Company Reporting: Methodology Paper for Emission Factors</i> (July 2013), não há alterações nos fatores associados aos resíduos em 2013 face a 2012.
Valorização orgânica	0,021	
Aterro sanitário	0,290	

Âmbito de reporte: retalho - Portugal

EN18	Intensidade das Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)	Princípio 7 e 8	-
-------------	---	------------------------	---

À semelhança dos restantes aspetos ambientais, nomeadamente no que diz respeito às emissões e resíduos a Sonae continuou empenhada na promoção da sua redução e eficiência. Para estes aspetos, a melhoria de processos operacionais, a própria eficiência energética e as muitas ações de sensibilização efetuadas junto de colaboradores e clientes são fundamentais. Em 2016, a Sonae conseguiu reduzir a emissão global de GEE em aproximadamente 12% comparativamente a 2015.

Âmbito de reporte: retalho

Emissões de GEE	2014	2015	2016
Emissões totais de GEE (t CO ₂)	195.395	244.272	215.475
Volume de negócios (M€)	4.974	5.014	5.125
RÁCIO DE INTENSIDADE DAS EMISSÕES DE GEE (T CO₂/ M€)	39	49	42

Âmbito de reporte: retalho

EN19	Iniciativas de redução das emissões de gases com efeito de estufa e a redução alcançada	Princípio 7 e 8	-
-------------	--	------------------------	---

A redução das emissões de CO₂ correspondem às iniciativas de redução do consumo de energia (ver EN6). Para além dessas iniciativas, volta-se a realçar a produção autónoma de energia a partir de fontes renováveis. Deste modo, mantivemos o parque de 113 centrais de produção autónoma de energia a partir de fontes renováveis - 112 com recurso a painéis fotovoltaicos (energia solar) e 1 com recurso a um aerogerador (energia eólica). Através da nossa produção e respetiva injeção na Rede Nacional, evitámos que fossem emitidas cerca de 3.541 toneladas de CO₂.

Emissões evitadas mediante eletricidade produzida através de fonte de energia renovável (t CO ₂ e)	2014	2015	2016
Redução evitada (t CO ₂ e)	3.411	3.647	3.541

Âmbito de reporte: retalho

EN20	Emissões de substâncias destruidoras de ozono, por peso	Princípio 7 e 8	-
-------------	--	------------------------	---

	2014	2015	2016
Quantidade total de R22 emitida devido a fugas (kg)	860	0	0
CFC (TONELADAS EQUIVALENTES DE CFC-11)	0,047	0	0

Âmbito de reporte: retalho





EN21	NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas	Princípio 7 e 8	-
-------------	---	------------------------	---

	2014	2015	2016
Emissões NOx - Consumo de gasóleo das lojas (t)	3,92	3,89	3,37
Emissões NOx - Consumo de gasóleo de veículos de transporte de mercadorias (t)	301,57	299,48	333,84
Emissões NOx - Consumo de gasóleo de viaturas de colaboradores (t)	58,82	69,86	75,84
Emissões NOx - Consumo de gasolina de viaturas de colaboradores (t)	0,25	0,28	0,42
Emissões totais de NOx (t)	364,56	373,51	413,47
Emissões SO ₂ - Consumo de gasóleo das lojas (t)	1,03	1,02	0,89
Emissões SO ₂ - Consumo de gasóleo de veículos de transporte de mercadorias (t)	79,16	78,61	87,63
Emissões SO ₂ - Consumo de gasóleo de viaturas de colaboradores (t)	15,44	18,34	19,91
Emissões SO ₂ - Consumo de gasolina de viaturas de colaboradores (t)	0,03	0,03	0,05
Emissões totais de SO₂ (t)	95,66	98,01	108,48

Fatores de emissão	NOx	SO ₂	Unidade	Fonte
Gasóleo	0,8	0,21	kg/GJ	IPCC 2006
Gasolina	0,6	0,075	kg/GJ	IPCC 2006

Nota: O cálculo deste indicador contabiliza os valores reportados nos indicadores EN3 e EN4.

Âmbito de reporte: Retalho – Portugal

EN22	Total de efluentes líquidos classificados por qualidade e por destino	Princípio 8	-
-------------	--	--------------------	---

A Sonae não dispõe de medições da quantidade de efluentes líquidos descarregados, tendo aplicado o fator utilizado em engenharia nestes casos onde é assumido que 80% da água consumida resulta em efluentes líquidos.

Evolução da estimativa do volume de efluente descarregado (m³)	2014	2015	2016
Volume de efluente descarregado (m ³)	496.172	485.194	506.821

Relativamente ao tratamento de águas residuais, a maioria dos efluentes líquidos gerados nas instalações são descarregados em coletores públicos, à exceção de quatro lojas (Anadia, Vagos, Cancela e Ribeira Brava) e cinco entrepostos (Azambuja, Plaza I, Plaza II, C1 e C2), onde esta condição não se verifica por ausência de infraestruturas públicas. As instalações referidas estão dotadas de estações de tratamento de águas residuais que dispõem de tratamento biológico (tratamento secundário)

Âmbito de reporte: Lojas Alimentares – Retalho – Portugal





EN23	Quantidade total de resíduos por tipo e por método de tratamento	Princípio 8	-
-------------	---	--------------------	---

	2014	2015	2016
Resíduos perigosos (t)	1.737	2.175	2.226
Valorização (t)	1.737	2.175	2.226
Eliminação (t)	0	0	0
Resíduos não perigosos (t)	63.986	63.366	66.640
Valorização (t)	51.189	50.697	53.503
Eliminação (t)	12.797	12.669	13.137
Resíduos geridos totais (t)	65.723	65.541	68.866

	2014	2015	2016
Taxa de valorização dos resíduos (%)	80,5%	80,7%	81,0%

	2016
Resíduos Gerados pela atividade Sonae (t)	62.453
Resíduos Depositados pelos clientes nas lojas (t)	6.515
Total de Resíduos (t)	68.866

Âmbito de reporte: São incluídos os entrepostos e as lojas da área do Retalho em Portugal. Estão excluídas deste âmbito as lojas Maxmat e lojas localizadas em centros comerciais onde a gestão dos respetivos resíduos é efetuada pelo próprio centro comercial.

EN24	Número e volume total de derrames significativos	Princípio 8	-
-------------	---	--------------------	---

A Sonae considera que um derrame só é significativo se afetar o ambiente externo das instalações. Esta situação nunca se verificou, pelo que não existiram derrames significativos decorrentes da atividade de Retalho.

Âmbito de reporte: Retalho

ASPETO: PRODUTOS E SERVIÇOS

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Fonte
Suplemento GRI 2016,
Pág. 9 – 11 e Pág. 14 – 16

EN27	Mitigação dos impactes ambientais de produtos e serviços	Princípios 7 a 9	-
-------------	---	-------------------------	---

Alem dos aspetos específicos abordados, ver também toda a política de ecoeficiência espelhada nos vários indicadores ambientais (destaque para EN1, EN3, EN6, EN7, EN16, EN 22) e que traduzem o esforço da Sonae na mitigação dos impactes ambientais de produtos e serviços.

Em 2016, foram implementadas diversas medidas de mitigação dos impactes ambientais de produtos e serviços, tais como:

- Eficiência sacos reutilizáveis

Em 2016, a venda de Sacos Reutilizáveis (Continente e APED) nas lojas aumentou cerca de 40%, sendo que o principal crescimento se registou nos sacos de valor mais baixo (0,10 €).

- Evolução da Utilização de Gases Friogénicos





Gases Friogénicos	Percentagem de utilização 31-12-2016	Evolução face a 2015
R 404	49,6%;	- 15 PP
R 427A	5,8%	0 PP
R 407F	9,4 %	+ 7 PP
R134	10,5%	+ 4 PP
R 449	<0,4%	(Novo F-Gás de muito menor GWP; iniciado piloto em 2016)
R 290	11,6%	+ 4 PP
R 744	9,4%;	+ 3 PP (CO2)
R 717	1,6%	0 PP (NH3)
GLICOL	5,8%	- 1 PP

Legenda:

- Vermelho os F-Gases com GWP superior a 1.500;
- Verde os F-Gases com GWP inferior a 5, também designados com Gases Naturais

Verifica-se assim a manutenção de uma estratégia sustentada para a eliminação da utilização de gases com elevado contributo para o Efeito de Estufa.

Eco-eficiência da frota contratada (% de veículos por norma cumprida)	2014	2015	2016
Norma EURO 3	2%	2,2%	-
Norma EURO 4	27,5%	20,7%	9%
Norma EURO 5	57,7%	47,4%	35%
Norma EURO 6	12,8%	25,2%	56%
Norma EURO 7	-	4,4%	-

– Eco-eficiência da frota contratada (% de veículos por norma cumprida)

Como se verifica pelos dados reportados nos Relatórios anteriores, mantivemos, em 2015, a trajetória de melhoria da eficiência dos veículos utilizados na Frota Contratada. Em 2016 efetivamente, 91% da Frota foi constituída por veículos que cumpriam a Norma Euro 5 ou superior.

Recuperação de Artigos Elétricos e Eletrónicos Recuperados pela UTRAD – Unidade de Tratamento de Artigos Depreciados	Artigos Recuperados	Taxas de Recuperação
2013	29.805	77%
2014	39.881	68%
2015	133.934	82%
2016	121.492	58%

Nota: Até final de 2015, os equipamentos de troca direta de marcas próprias não chegava à UTRAD sendo enviados pelas Lojas diretamente para tratamento como REEE. No final de 2015 foi alterado o processo passando agora aqueles equipamentos pela UTRAD, dando origem a um aumento de equipamentos enviados para a UTRAD e, ao mesmo tempo, desta Unidade para tratamento como REEE. Desta forma a taxa de recuperação bruta (Equipamento Recuperado/Equipamento Rececionado) sofreu um natural decréscimo



Gases de Refrigeração

Em 2016, prosseguimos com o programa de melhoria da eficiência das nossas instalações de produção de frio, sem descurar a problemática da utilização de GEEs (Gases com Efeito de Estufa) a que dedicamos particular atenção. Dando continuidade aos esforços desenvolvidos em anos anteriores, temos vindo a desenvolver e a implementar soluções alternativas às habitualmente utilizadas, tendo por objetivo a redução drástica ou mesmo a total ausência de utilização de gases com GWP (Global Warming Potential) elevado, como são exemplo os gases R404 e R427.

Âmbito de reporte: Retalho

EN28	Percentagem recuperada dos produtos vendidos e das suas respetivas embalagens		-
-------------	--	--	---

100% das embalagens dos produtos produzidos são recicláveis.

Âmbito de reporte: Retalho

ASPETO: CONFORMIDADE

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Fonte
Suplemento GRI 2016,
Pág. 9 – 11 e Pág. 13

EN29	Valor monetário de multas significativas e o número total de sanções não-monetárias, pelo não cumprimento das leis e regulações ambientais	Princípio 8	-
-------------	---	--------------------	---

A Sonae considera que uma coima é significativa quando o valor monetário total é superior ou igual a 12.000€, por corresponder à coima mínima de uma contraordenação ambiental grave (Lei n.º 114/2015, de 28 de Agosto).

Na área do Retalho não houve multas significativas em 2015

Âmbito de reporte: Retalho – Portugal

ASPETO: TRANSPORTE

EN30	Impactes ambientais significativos resultantes do transporte	Princípio 8	-
-------------	---	--------------------	---

A análise dos indicadores de performance da Logística em 2016 (Nº de Caixas / km percorrido; Kg CO₂/1000 caixas) demonstra uma ligeira redução da mesma, o que está relacionado com o crescimento orgânico verificado, assente fundamentalmente em Lojas de menor dimensão e localizadas em geografias mais dispersas. A isto acresce o efeito do “Projeto Backhauling” - que consiste em aproveitar os retornos em vazio da frota de abastecimento das Lojas (após descarga na última Loja de destino) para transportar para os nossos Entrepósitos produtos de Fornecedores. Em 2016, este projeto foi responsável pelo acréscimo de 33.600 Km percorridos pela frota da Sonae, tendo induzido a poupança de percursos aos Fornecedores de 264.501 Km, representando uma emissão evitada de 178 toneladas de CO₂.

Âmbito de reporte: Retalho – Portugal

Impactes resultantes do transporte:

N.º de caixas transportadas (n.º)	285.664.324
N.º de caixas transportadas/km percorrido	7,12
kg CO ₂ e/1000 caixas transportadas	108,2




ASPETO: AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES

EN32	Fornecedores avaliados de acordo com critérios ambientais	Princípio 8	-	
		2014	2015	2016
Retalho Não Alimentar				
	N.º total de fornecedores qualificados (n.º)	256	296	296
	N.º de fornecedores qualificados nacionais (n.º)	91	104	103
	N.º de fornecedores qualificados estrangeiros (n.º)	165	192	193
	Percentagem total fornecedores qualificados (%)	45%	52%	52%
	Percentagem de fornecedores nacionais qualificados (%)	63%	78%	77%
	Percentagem de fornecedores estrangeiros qualificados (%)	39%	44%	44%
Eletrónica				
	N.º total de fornecedores qualificados (n.º)	-	139	111
	N.º de fornecedores qualificados nacionais (n.º)	-	5	5
	N.º de fornecedores qualificados estrangeiros (n.º)	-	134	106
	Percentagem total fornecedores qualificados (%)	-	100%	100%
	Percentagem de fornecedores nacionais qualificados (%)	-	100%	100%
	Percentagem de fornecedores estrangeiros qualificados (%)	-	100%	100%
Retalho Alimentar				
	N.º total de fornecedores qualificados (n.º)	714	573	698
	N.º de fornecedores qualificados nacionais (n.º)	442	376	472
	N.º de fornecedores qualificados estrangeiros (n.º)	272	197	226
	Percentagem total fornecedores qualificados (%)	84%	84%	96%
	Percentagem de fornecedores nacionais qualificados (%)	80%	81%	95%
	Percentagem de fornecedores estrangeiros qualificados (%)	92%	90%	97%

Nota: Na área da Eletrónica a qualificação abrange o total de fornecedores de acordo com os critérios de base de negociação que contemplam os critérios de qualidade

Âmbito: Retalho

INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL – PRÁTICAS LABORAIS

Indicador GRI	Descrição	UN Global Compact	Fonte
ASPETO: EMPREGO			
LA1	Total de entradas, saídas e taxa de rotatividade de colaboradores, discriminado por sexo e por faixa etária	Princípio 6	-

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Relatório de Sustentabilidade 2016,
Pág. 29 – 30 e Suplemento GRI 2016,
Pág. 9 – 11 e Pág. 16 - 17





Em 2016, a Sonae desenvolveu uma série de iniciativas (detalhadas no Relatório de Sustentabilidade 2016, Pág. 31 – 33 e Pág. 37) com foco na atração eficaz de talentos, nomeadamente talento jovem e talento especializado, avaliação e desenvolvimento e gestão de carreiras.

Novas contratações (nº)	2014			2015			2016		
	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL
<18 Anos	0	0	0	0	1	1	0	0	0
Dos 18 aos 34 anos	6.179	9.543	15.722	6.239	9.488	15.727	8.095	11.569	19.664
Dos 35 aos 44 anos	423	789	1.212	375	845	1.220	564	1.013	1.577
Dos 45 aos 54 anos	81	141	222	81	194	275	117	244	361
Dos 55 aos 64 anos	10	10	20	6	18	24	17	18	35
≥ 65 Anos	0	0	0	0	2	2	0	0	0
TOTAL	6.693	10.483	17.176	6.701	10.548	17.249	8.793	12.844	21.637

Taxa de novas contratações (%)	2014			2015			2016		
	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL
<18 Anos	0	0	0	0	0	0	0%	0%	0%
Dos 18 aos 34 anos	80%	72%	75%	83%	74%	77%	99%	87%	92%
Dos 35 aos 44 anos	14%	10%	11%	12%	11%	11%	17%	13%	14%
Dos 45 aos 54 anos	6%	4%	4%	6%	5%	5%	8%	6%	6%
Dos 55 aos 64 anos	3%	1%	2%	1%	2%	2%	4%	2%	2%
≥ 65 Anos	0%	0%	0%	0%	17%	7%	0%	0%	0%
TOTAL	53%	41%	45%	54%	41%	46%	65%	49%	54%

Taxa de rotatividade (%)	2014			2015			2016		
	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL
<18 Anos	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Dos 18 aos 34 anos	15%	23%	38%	24%	16%	41%	17%	26%	43%
Dos 35 aos 44 anos	1%	2%	4%	3%	1%	4%	1%	3%	4%
Dos 45 aos 54 anos	0%	0%	1%	1%	0%	1%	0%	1%	1%
Dos 55 aos 64 anos	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
≥ 65 Anos	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL	17%	26%	43%	28%	18%	46%	19%	30%	49%

Saída de colaboradores contratados no período de reporte (nº)	2014			2015			2016		
	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL
<18 Anos	0	0	0	0	1	1	0	0	0
Dos 18 aos 34 anos	2.579	3.874	6.453	3.796	5.434	9.230	4.470	6.111	10.581
Dos 35 aos 44 anos	517	885	1.402	191	527	718	246	485	731
Dos 45 aos 54 anos	92	111	203	55	132	187	51	135	186
Dos 55 aos 64 anos	9	10	19	4	11	15	6	11	17
≥ 65 Anos	3	1	4	0	1	1	0	0	0
TOTAL	3.200	4.881	8.081	4.046	6.106	10.152	4.773	6.742	11.515

Âmbito de reporte: Retalho – Portugal





LA3	Taxas de retorno e de retenção após licença parental discriminada por sexo	Princípio 1, 3 e 6	-
------------	---	---------------------------	---

Portugal	2014			2015			2016		
	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL
Número de colaboradores com direito a licença parental	11.469	24.268	35.737	11.553	24.301	35.854	12.668	25.346	38.014
Número de colaboradores que usufruíram a licença parental	463	1.121	1.584	565	1.196	1.761	582	1.268	1.850
Número de colaboradores que retornaram ao trabalho após conclusão da licença parental	460	1.119	1.579	435	753	1.188	573	1.223	1.796
Número de colaboradores que retornaram ao trabalho após conclusão da licença parental e que continuam na Empresa após 12 meses de terem retornado	409	1.136	1.545	412	819	1.231	468	861	1.329
Taxa de usufruto (%)	4%	5%	4%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Taxa de retorno (%)	99%	100%	100%	77%	63%	67%	98%	96%	97%
Taxa de retenção (%)	96%	98%	97%	73%	68%	70%	80%	68%	72%

Espanha	2014			2015			2016		
	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL
Número de colaboradores com direito a licença parental	-	-	-	825	1.100	1.925	785	1.004	1.789
Número de colaboradores que usufruíram a licença parental	-	-	-	32	90	122	38	80	118
Número de colaboradores que retornaram ao trabalho após conclusão da licença parental	-	-	-	27	55	82	33	70	103
Número de colaboradores que retornaram ao trabalho após conclusão da licença parental e que continuam na Empresa após 12 meses de terem retornado	-	-	-	20	31	51	23	44	67
Taxa de usufruto (%)	-	-	-	4%	8%	6%	5%	8%	7%
Taxa de retorno (%)	-	-	-	84%	61%	67%	87%	88%	87%
Taxa de retenção (%)	-	-	-	63%	34%	42%	61%	55%	57%

Âmbito de reporte: Retalho – Portugal e Espanha

ASPETO: SEGURANÇA E SAÚDE NO TRABALHO

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Relatório de Sustentabilidade 2016, Pág. 30 e Suplemento GRI 2016, Pág. 9 – 11 e Pág. 17

LA6	Tipo de lesões, dias perdidos, índice de absentismo e número de óbitos relacionados com o trabalho, discriminados por sexo	Princípio 1	-
------------	---	--------------------	---

No que diz respeito à saúde ocupacional, também procura alcançar uma elevada proteção da saúde no local de trabalho de forma a garantir ambientes de trabalho saudáveis e seguros. Para isso, dispõe de 163 gabinetes médicos dentro das instalações da empresa, equipados de acordo com indicações da Direção Geral de Saúde, cumprindo com os requisitos legais e ambientais, onde colaboram 98 profissionais de saúde.





Portugal	2014			2015			2016		
	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL
Horas trabalháveis pelo total de colaboradores (h)	20.373.226	42.213.397	62.586.623	20.227.295	42.049.582	62.276.877	21.774.500	43.733.629	65.508.129
Número de óbitos	0	1	1	2	1	3	0	0	0
Número de acidentes no local de trabalho	ND	ND	1.424	399	875	1.274	450	889	1.339
Número de acidentes em deslocação casa-trabalho-casa	ND	ND	190	52	119	171	42	113	155
TOTAL ACIDENTES (n.º)	ND	ND	1.614	451	994	1.445	492	1.002	1.494
TAXA DE ACIDENTES (%)	ND	ND	0,003%	0,002%	0,002%	0,002%	0,002%	0,002%	0,002%
Número de dias de ausência por acidente profissional (d)	ND	ND	27.978	7.981	16.803	24.784	7.798	15.326	23.124
TAXA DE DIAS PERDIDOS POR ACIDENTE PROFISSIONAL (%)	ND	ND	0,04%						
Número de dias de ausência por doenças profissionais (d)	ND	ND	328	ND	ND	363	0	89	89
TAXA DE DOENÇAS PROFISSIONAIS (%)	ND	ND	0,001%	ND	ND	0,001%	ND	ND	0,04%
Número total de dias perdidos (d)	ND	ND	28.306	ND	ND	25.147	7.798	15.415	23.213
TAXA DE DIAS PERDIDOS (%)	ND	ND	0,05%	ND	ND	0,04%	ND	ND	0,04%
Número de horas de absentismo (h)	621.757	3.090.008	3.711.765	673.142	3.315.934	3.989.076	789.707	3.624.312	4.414.019
TAXA DE ABSENTISMO (%)	3%	7%	6%	3%	8%	6%	4%	8%	7%

Espanha	2014			2015			2016		
	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL
Horas trabalháveis pelo total de colaboradores (h)	-	-	-	1.203.349	1.608.501	2.811.850	1.165.546	1.461.873	2.627.419
Número de óbitos	-	-	-	0	0	0	0	0	0
Número de acidentes no local de trabalho	-	-	-	16	32	48	43	51	94
Número de acidentes em deslocação casa-trabalho-casa	-	-	-	9	8	17	9	15	24
TOTAL ACIDENTES (n.º)	-	-	-	25	40	65	52	66	118
TAXA DE ACIDENTES (%)	-	-	-	0,002%	0,002%	0,002%	0,004%	0,005%	0,004%
Número de dias de ausência por acidente profissional (d)	-	-	-	915	564	1.479	543	1.575	2.118
TAXA DE DIAS PERDIDOS POR ACIDENTE PROFISSIONAL (%)	-	-	-	0,08%	0,04%	0,05%	0,05%	0,11%	0,08%
Número de dias de ausência por doenças profissionais (d)	-	-	-	-	-	-	0	0	0
TAXA DE DOENÇAS PROFISSIONAIS (%)	-	-	-	-	-	-	0%	0%	0%
Número total de dias perdidos (d)	-	-	-	1.265	832	2.097	543	1.575	2.118
TAXA DE DIAS PERDIDOS (%)	-	-	-	0,11%	0,05%	0,07%	0,05%	0,11%	0,08%
Número de horas de absentismo (h)	-	-	-	27.592	134.328	161.920	30.013	124.401	154.414
TAXA DE ABSENTISMO (%)	-	-	-	2%	8%	6%	3%	9%	6%

¹Os óbitos reportados são referentes a acidentes na deslocação casa-trabalho-casa.

Estas taxas são determinadas segunda a seguinte metodologia:

Taxa de acidentes = (N.º acidentes / Horas trabalháveis pelo total de colaboradores) x 100;

Taxa de dias perdidos por acidente profissional = (N.º de dias de ausência por acidente profissional / Horas trabalháveis pelo total de colaboradores) x 100;

Taxa de dias perdidos = (N.º de dias perdidos / Horas trabalháveis pelo total de colaboradores) x 100;

Taxa de doenças profissionais = (N.º de dias de ausência por doenças ocupacionais / Horas trabalháveis pelo total de colaboradores) x 100;

Taxa de absentismo = (Horas de absentismo / Horas trabalháveis pelo total de colaboradores) x 100.

Âmbito de reporte: Retalho – Portugal e Espanha





LA7	Colaboradores com alta incidência ou alto risco de doenças relacionadas com a sua ocupação	Princípio 1,	-
------------	---	---------------------	---

Como parte de uma estratégia preventiva de gestão de segurança e saúde, foram desenvolvidas iniciativas direcionadas aos colaboradores com alta incidência ou alto risco de doenças relacionadas com a sua ocupação, nomeadamente:

Programas de Aconselhamento	2016
	Nº participantes
Dia da Mulher - 08 de Março	Total de colaboradores
Parceria com a Wells (Semana Europeia SST)	Total de colaboradores
Estilos de Vida saudável (Semana Europeia SST)	Total de colaboradores
Ergoweek (ergonomia)	163
Programa nutricional logística	124
Nutrição (Máquinas de Vending)	Total de colaboradores
Maio - Mês do Coração - FP Cardiologia	Total de colaboradores
Riscos Psicossociais	188
Dia Mundial da Alimentação	Total de colaboradores
Gripe	Total de colaboradores
Gripe (vacinação)	5.247
OUTRAS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL	Nº participantes
Instituto Portugues de Sangue e Transplantação - Recolhas	97
Programa DAE Sonae Investimentos	1.290

Âmbito de reporte: Retailho

ASPETO: FORMAÇÃO E EDUCAÇÃO, DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Relatório de Sustentabilidade 2016, Pág. 29
– 30 e Suplemento GRI 2016 Pág. 9 – 11 e
Pág. 16 – 17

LA9	Formação	Princípio 6	-
------------	-----------------	--------------------	---

A diversidade e igualdade de oportunidades são fatores importantes para o equilíbrio da Sonae, onde se procura alinhar as prioridades do negócio do ponto de vista de competências e talento e as expectativas de desenvolvimento pessoal e profissional. Do mesmo modo, a Sonae valoriza a diversidade de perfis, e garante que todos os colaboradores passam pelo mesmo processo de formação e avaliação de desempenho.

Total de Colaboradores por Categoria Funcional (n.º)	2014			2015			2016		
	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL
Dirigentes/Diretores	388	178	566	410	197	607	428	207	635
Quadros superiores	108	130	238	147	100	247	151	97	248
Quadros médios e intermédios	1.290	1.559	2.849	1.305	1.618	2.923	1.367	1.765	3.132
Profissionais altamente qualificados e qualificados	6.026	15.810	21.836	5.790	15.418	21.208	5.911	15.274	21.185
Profissionais semi-qualificados	289	980	1.269	323	1.144	1.467	347	1.194	1.541
Profissionais não qualificados	100	58	158	91	58	149	80	39	119
Praticantes/Aprendizes	3.268	5.553	8.821	3.487	5.766	9.253	4.384	6.770	11.154
Sonae SR (Fora de Portugal)	-	-	2.155	-	-	1.925	-	-	1.789
TOTAL	11.469	24.268	37.892	11.553	24.301	37.779	12.668	25.346	39.803



Total de Horas de Formação (h)	2014			2015			2016		
	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL
Dirigentes/Diretores	17.457	8.785	26.242	17.063	8.697	25.760	13.729	7.381	21.110
Quadros superiores	2.787	3.910	6.697	4.465	6.655	11.120	4.960	2.917	7.876
Quadros médios e intermédios	55.237	62.558	117.795	54.813	67.939	122.752	42.744	59.408	102.153
Profissionais altamente qualificados e qualificados	191.803	502.350	694.153	195.061	452.260	647.321	127.857	327.312	455.168
Profissionais semi-qualificados	7.692	28.520	36.212	10.279	31.887	42.166	8.341	28.183	36.524
Profissionais não qualificados	2.684	1.446	4.130	2.785	1.256	4.041	1.748	959	2.706
Praticantes/Aprendizes	124.062	219.277	343.340	117.760	184.337	302.097	174.990	258.469	433.459
Sonae SR (Fora de Portugal)	-	-	63.583	-	-	85.609	-	-	84.198
TOTAL	401.721	826.847	1.292.151	402.226	753.031	1.240.866	374.368	684.628	1.143.195

Média de horas de formação por categoria e género	2014			2015			2016		
	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL	Masculino	Feminino	TOTAL
Dirigentes/Diretores	45	49	46	42	44	42	32	36	33
Quadros superiores	26	30	28	30	67	45	33	30	32
Quadros médios e intermédios	43	40	41	42	42	42	31	34	33
Profissionais altamente qualificados e qualificados	32	32	32	34	29	31	22	21	21
Profissionais semi-qualificados	27	29	29	32	28	29	24	24	24
Profissionais não qualificados	27	25	26	31	22	27	22	25	23
Praticantes/Aprendizes	38	39	39	34	32	33	40	38	39
Sonae SR (Fora de Portugal)	-	-	25	-	-	44	-	-	47
TOTAL	30	31	30	35	31	33	30	27	29

Âmbito de reporte: retalho – Portugal + Sonae SR (Espanha, exceto Canárias)

LA10	Programas para a gestão de competências	-	-
		2014	2015
TOTAL AÇÕES		164.566	209.473
			2016
			219.048





PROGRAMAS 2016		
	Nº ações PT	Nº horas
Acolhimento e Integração	4.474	7.385
BIT Academy	3	232
Cartão Universo	3.125	2.908
CC Training Programmes	50	2.726
Competências Funcionais	1.802	25.171
Competências Transversais - CT IoW	256	20.824
Condução de Empilhadores e Máquinas	473	8.416
Escola Centros Fabrico	50	2.931
Escola Frescos Continente	1.684	106.759
Escola Logística	833	14.258
Escola Operações Continente	9.331	101.574
Escola Saúde	11.430	52.116
Fashion Academy	21.050	39.816
Formação DAE e Primeiros Socorros	95	6.952
Formação Processos/Sistemas (Workflows, SAP, Retek, Cadeia de Abastecimento, Quebra)	4.039	18.528
Formação Técnica de Fornecedores/produtos/Campanhas	6.205	33.520
Formação Vigilantes	3	174
Future Leaders MC	50	5.360
Gestão Ambiental	7.026	14.915
Inter Cross Training Programmes	277	17.382
Intra Cross Training Programmes	366	21.245
IOP-Avaliação Desempenho	674	3.748
IOW/Melhoria contínua/Kaizen	16.794	92.301
Management & Leadership	77	16.634
Manipuladores de Carne	436	10.962
MC Training Programmes	14.468	56.239
NOTE 10!	1.120	2.831
Omnicanal Worten	932	389
Plano incentivos Bagga	1	1
S&F Training Programmes	1.682	8.548
Sacos para a Vida	3	4
Segurança e Saúde no Trabalho	35.154	228.322
Sportzone Academy	9.620	27.382
Worten Academy	59.309	91.872
Worten Training Campus	4.958	11.179
Worten Training Programmes	1.198	5.393
TOTAL AÇÕES	219.048	1.058.996

Âmbito de reporte: retalho – Portugal

LA11	Percentagem de colaboradores que recebem regularmente avaliação de desempenho	Princípio 6	-
-------------	--	--------------------	---

O processo de avaliação de desempenho é aplicável a 100% dos colaboradores Sonae (Portugal).

Âmbito de reporte: retalho – Portugal





LA12	Composição dos órgãos de governo e discriminação de colaboradores por categoria, por género, faixa etária, associação a grupos minoritários e outros indicadores de diversidade	Princípio 1 a 6	-
-------------	--	------------------------	---

Portugal	2016			
	Faixa etária	Masculino	Feminino	TOTAL
Dirigentes/ Diretores	<18 anos	0	0	0
	Dos 18 aos 34 anos	32	9	41
	Dos 35 aos 44 anos	167	102	269
	Dos 45 aos 54 anos	159	82	241
	Dos 55 aos 64 anos	65	13	78
	≥ 65 anos	5	1	6
	TOTAL	428	207	635
Quadros superiores	< 18 anos	0	0	0
	Dos 18 aos 34 anos	26	13	39
	Dos 35 aos 44 anos	81	55	136
	Dos 45 aos 54 anos	32	23	55
	Dos 55 aos 64 anos	12	6	18
	≥ 65 anos	0	0	0
	TOTAL	151	97	248
Quadros médios e intermédios	< 18 anos	0	0	0
	Dos 18 aos 34 anos	456	616	1.072
	Dos 35 aos 44 anos	570	775	1.345
	Dos 45 aos 54 anos	271	324	595
	Dos 55 aos 64 anos	69	50	119
	≥ 65 anos	1	1	1
	TOTAL	1.367	1.765	3.132
Profissionais altamente qualificados e qualificados	<18 anos	0	0	0
	Dos 18 aos 34 anos	2.824	5.024	7.848
	Dos 35 aos 44 anos	1.872	5.882	7.754
	Dos 45 aos 54 anos	909	3.508	4.417
	Dos 55 aos 64 anos	299	844	1.143
	≥ 65 anos	7	16	23
	TOTAL	5.911	15.274	21.185
Profissionais semi-qualificados	< 18 anos	0	0	0
	Dos 18 aos 34 anos	215	702	917
	Dos 35 aos 44 anos	78	332	410
	Dos 45 aos 54 anos	36	125	161
	Dos 55 aos 64 anos	18	35	53
	≥ 65 anos	0	0	0
	TOTAL	347	1.194	1.541
Profissionais não qualificados	< 18 anos	0	0	0
	Dos 18 aos 34 anos	6	5	11
	Dos 35 aos 44 anos	37	13	50
	Dos 45 aos 54 anos	34	13	47
	Dos 55 aos 64 anos	3	8	11
	≥ 65 anos	0	0	0
	TOTAL	80	39	119
Praticantes/Aprendizes	< 18 anos	0	0	0
	Dos 18 aos 34 anos	4.099	6.126	10.225
	Dos 35 aos 44 anos	232	520	752
	Dos 45 aos 54 anos	44	119	163
	Dos 55 aos 64 anos	9	5	14
	≥ 65 anos	0	0	0
	TOTAL	4.384	6.770	11.154
TOTAL COLABORADORES (n.º)	12.668	25.346	38.014	





Espanha	2016			
	Faixa etária	Masculino	Feminino	TOTAL
Dirigentes/ Diretores	<18 anos	0	0	0
	Dos 18 aos 34 anos	0	0	0
	Dos 35 aos 44 anos	2	0	2
	Dos 45 aos 54 anos	2	0	2
	Dos 55 aos 64 anos	0	0	0
	≥ 65 anos	0	0	0
	TOTAL	4	0	4
Quadros superiores	< 18 anos	0	0	0
	Dos 18 aos 34 anos	0	0	0
	Dos 35 aos 44 anos	7	0	7
	Dos 45 aos 54 anos	3	0	3
	Dos 55 aos 64 anos	0	0	0
	≥ 65 anos	0	0	0
	TOTAL	10	0	10
Quadros médios e intermédios	< 18 anos	0	0	0
	Dos 18 aos 34 anos	59	45	139
	Dos 35 aos 44 anos	86	39	116
	Dos 45 aos 54 anos	9	5	14
	Dos 55 aos 64 anos	0	0	0
	≥ 65 anos	0	0	0
	TOTAL	154	89	243
Profissionais altamente qualificados e qualificados	<18 anos	0	0	0
	Dos 18 aos 34 anos	213	375	620
	Dos 35 aos 44 anos	61	132	230
	Dos 45 aos 54 anos	11	16	35
	Dos 55 aos 64 anos	1	5	6
	≥ 65 anos	0	0	0
	TOTAL	286	528	814
Profissionais semi-qualificados	< 18 anos	0	0	0
	Dos 18 aos 34 anos	3	6	2
	Dos 35 aos 44 anos	1	0	3
	Dos 45 aos 54 anos	0	0	0
	Dos 55 aos 64 anos	0	0	0
	≥ 65 anos	0	0	0
	TOTAL	4	6	10
Profissionais não qualificados	< 18 anos	0	0	0
	Dos 18 aos 34 anos	0	0	0
	Dos 35 aos 44 anos	0	0	0
	Dos 45 aos 54 anos	0	0	0
	Dos 55 aos 64 anos	0	0	0
	≥ 65 anos	0	0	0
	TOTAL	0	0	0
Praticantes/Aprendizes	< 18 anos	0	0	0
	Dos 18 aos 34 anos	262	317	651
	Dos 35 aos 44 anos	51	51	76
	Dos 45 aos 54 anos	12	11	14
	Dos 55 aos 64 anos	2	2	4
	≥ 65 anos	0	0	0
	TOTAL	327	381	708
TOTAL COLABORADORES (n.º)	785	1.004	1.789	

Âmbito de reporte: retalho – Portugal e Espanha





LA13	Rácio entre os salários base e remuneração da mulher e do homem	Princípio 1 a 6	-
-------------	--	------------------------	---

Portugal	2014	2015	2016
Rácio da remuneração média por categoria funcional (F/M)			
Dirigentes/Diretores	0,80	0,81	0,82
Quadros superiores	0,91	0,96	0,97
Quadros médios e intermédios	0,88	0,91	0,91
Profissionais altamente qualificados e qualificados	0,99	0,98	0,96
Profissionais semi-qualificados	0,90	0,94	0,93
Profissionais não qualificados	0,90	0,90	0,93
Praticantes/Aprendizes	1,00	1,00	0,99
TOTAL	0,80	0,90	0,90

Portugal	2014	2015	2016
Rácio do salário base médio por categoria funcional (F/M)			
Dirigentes/Diretores	0,81	0,82	0,83
Quadros superiores	0,91	0,96	0,97
Quadros médios e intermédios	0,88	0,91	0,91
Profissionais altamente qualificados e qualificados	0,99	0,99	0,98
Profissionais semi-qualificados	0,90	0,94	0,93
Profissionais não qualificados	0,90	0,90	0,92
Praticantes/Aprendizes	1,00	1,00	0,99
TOTAL	0,80	0,90	0,90

Espanha	2014	2015	2016
Rácio da remuneração base médio por categoria funcional (F/M)			
Dirigentes/Diretores	-	-	-
Quadros superiores	-	-	-
Quadros médios e intermédios	-	1,06	1,03
Profissionais altamente qualificados e qualificados	-	1,03	1,00
Profissionais semi-qualificados	-	-	0,95
Profissionais não qualificados	-	-	-
Praticantes/Aprendizes	-	1,03	0,98
TOTAL	-	1,11	1,00

Espanha	2014	2015	2016
Rácio do salário base médio por categoria funcional (F/M)			
Dirigentes/Diretores	-	-	-
Quadros superiores	-	-	-
Quadros médios e intermédios	0,99	1,09	0,90
Profissionais altamente qualificados e qualificados	0,99	0,95	1,00
Profissionais semi-qualificados	0	0	0,91
Profissionais não qualificados	-	-	-
Praticantes/Aprendizes	1,00	1,03	0,98
TOTAL	0,91	1,11	0,94

Âmbito de reporte: Retalho – Portugal e Espanha





4.5 AVALIAÇÃO PRÁTICAS LABORAIS DE FORNECEDORES

LA14	Fornecedores avaliados com base em critérios relativos a práticas trabalhistas	-	-	
		2014	2015	2016
Retalho Não Alimentar				
	N.º total de fornecedores (n.º)	560	572	571
	Nacionais	146	144	134
	Estrangeiros	414	428	437
	N.º total de fornecedores qualificados (n.º)	225	251	293
	Nacionais	79	86	101
	Estrangeiros	146	165	192
	Percentagem total fornecedores qualificados (%)	40%	44%	51%
	Percentagem de fornecedores nacionais qualificados (%)	54%	60%	75%
	Percentagem de fornecedores estrangeiros qualificados (%)	35%	39%	44%
Eletrónica				
	N.º total de fornecedores (n.º)	-	139	111
	Nacionais	-	5	5
	Estrangeiros	-	134	106
	N.º total de fornecedores qualificados (n.º)	-	139	111
	Nacionais	-	5	5
	Estrangeiros	-	134	106
	Percentagem total fornecedores qualificados (%)	-	100%	100%
	Percentagem de fornecedores nacionais qualificados (%)	-	100%	100%
	Percentagem de fornecedores estrangeiros qualificados (%)	-	100%	100%
Retalho Alimentar				
	N.º total de fornecedores (n.º)	849	683	729
	Nacionais	552	465	497
	Estrangeiros	297	218	232
	N.º total de fornecedores qualificados (n.º)	714	573	698
	Nacionais	442	376	472
	Estrangeiros	272	197	226
	Percentagem total fornecedores qualificados (%)	84%	84%	96%
	Percentagem de fornecedores nacionais qualificados (%)	80%	81%	95%
	Percentagem de fornecedores estrangeiros qualificados (%)	92%	90%	97%

Nota: Na área da Eletrónica a qualificação abrange o total de fornecedores de acordo com os critérios de base de negociação que contemplam os critérios de qualidade

Âmbito: Retalho





INDICADORES DE DIREITOS HUMANOS

Indicador GRI	Descrição	UN Global Compact	Fonte
---------------	-----------	-------------------	-------

ASPETO: PRÁTICAS DE INVESTIMENTO E DE PROCESSOS DE COMPRA

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Relatório de Sustentabilidade 2016, Pág. 43 e Suplemento GRI 2016, Pág. 9 – 11 e Pág. 18

HR1	Acordos de investimento e contratos com cláusulas de direitos humanos	Princípio 1, 2 e 6	-
-----	---	--------------------	---

Os contratos de fornecimento contemplam uma cláusula de obrigação do fornecedor que menciona o seguinte “Cumprir com todas as normas e legislação aplicável sobre o trabalho prestado por menores, direitos humanos e proibição de discriminação dos seus trabalhadores, seja qual for o motivo”. Esta cláusula é incluída nos seguintes contratos da área de Retalho: contrato geral de fornecimento, contrato de fornecimento da área saúde, contrato de fornecimento de consumíveis, contrato de fornecimento para o bazar pesado, contrato de marca de fornecedor grossista e nos restantes contratos de fornecimento standard em sistema.

Âmbito de reporte: Retalho

HR2	Formação em políticas e práticas de Direitos Humanos	Princípio 1 e 6	-
-----	--	-----------------	---

Em 2016, um total de 40.234 colaboradores da área de Retalho (98% do total) receberam formação sobre políticas e procedimentos da organização relativos a questões de direitos humanos. Foram dedicadas no total 464.312 horas a formações neste âmbito.

Âmbito de reporte: Retalho

ASPETO: NÃO-DISCRIMINAÇÃO

HR3	Casos de discriminação e medidas tomadas	Princípio 1 2 e 6	-
-----	--	-------------------	---

Em 2016, na Sonae não se verificaram casos de corrupção nem discriminação na Sonae.

Âmbito de reporte: Retalho

ASPETO: LIBERDADE DE ASSOCIAÇÃO E NEGOCIAÇÃO COLETIVA

HR4	Liberdade de associação e negociação coletiva	Princípio 1 e 3	-
-----	---	-----------------	---

Na Sonae não existem operações com risco no âmbito do exercício da liberdade de associação e realização de acordos de negociação coletiva

Âmbito de reporte: Retalho

ASPETO: TRABALHO INFANTIL

HR5	Risco de ocorrência de trabalho infantil	Princípio 1,2 e 5	-
-----	--	-------------------	---

Por regra não se admitem menores de idade. Só excecionalmente se admitem menores entre os 16 e 18 anos e sempre em cumprimento dos requisitos legais.

Âmbito de reporte: Retalho





ASPETO: TRABALHO FORÇADO E ESCRAVO

HR6	Risco de ocorrência de trabalho forçado e escravo	Princípio 1,2 e 4	-
------------	--	--------------------------	---

Na Sonae, não existe qualquer trabalho forçado. Os riscos na cadeia de valor são minimizados por processos de controlo existentes.

Âmbito de reporte: Retalho

ASPETO: AVALIAÇÃO

HR9	Operações submetidas a avaliações de Direitos Humanos	Princípio 1 a 4	-
------------	--	------------------------	---

Em 2016 não foi registada nenhuma operação que tenha sido objeto de reavaliações de Direitos Humanos e/ou avaliações de impacte neste aspeto.

Âmbito de reporte: Retalho

ASPETO: AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES EM DIREITOS HUMANOS

HR10	Fornecedores avaliados com base em critérios relacionados com Direitos Humanos	Princípio 1,2 e 6	-
-------------	---	--------------------------	---

	2014	2015	2016
Retalho Não Alimentar			
N.º total de fornecedores (n.º)	560	572	571
Nacionais	146	144	134
Estrangeiros	414	428	437
N.º total de fornecedores qualificados (n.º)	225	251	293
Nacionais	79	86	101
Estrangeiros	146	165	192
Percentagem total fornecedores qualificados (%)	40%	44%	51%
Percentagem de fornecedores nacionais qualificados (%)	54%	60%	75%
Percentagem de fornecedores estrangeiros qualificados (%)	35%	39%	44%
Retalho Alimentar			
N.º total de fornecedores (n.º)	849	683	729
Nacionais	552	465	497
Estrangeiros	297	218	232
N.º total de fornecedores qualificados (n.º)	714	573	698
Nacionais	442	376	472
Estrangeiros	272	197	226
Percentagem total fornecedores qualificados (%)	84%	84%	96%
Percentagem de fornecedores nacionais qualificados (%)	80%	81%	95%
Percentagem de fornecedores estrangeiros qualificados (%)	92%	90%	97%



Eletrónica			
N.º total de fornecedores (n.º)	-	139	111
Nacionais	-	5	5
Estrangeiros	-	134	106
N.º total de fornecedores qualificados (n.º)	-	139	111
Nacionais	-	5	5
Estrangeiros	-	134	106
Percentagem total fornecedores qualificados (%)	-	100%	100%
Percentagem de fornecedores nacionais qualificados (%)	-	100%	100%
Percentagem de fornecedores estrangeiros qualificados (%)	-	100%	100%

Nota: Na área da Eletrónica a qualificação abrange o total de fornecedores de acordo com os critérios de base de negociação que contemplam os critérios de qualidade

Âmbito: Retalho

INDICADORES SOCIAIS – RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO

Indicador GRI	Descrição	UN Global Compact	Fonte
ASPETO: SAÚDE E SEGURANÇA DO CLIENTE			

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Relatório de Sustentabilidade 2016, Pág. 43 e Suplemento GRI 2016, Pág. 7 – 11 e Pág. 18

O processo de produção dos produtos da Sonae é acompanhado por técnicos internos e externos que são responsáveis por validar as diferentes fases de produção através de inspeções, controlos laboratoriais e auditorias, de forma a garantir o cumprimento dos requisitos estabelecidos pela Sonae.

PR1	Avaliação dos impactes dos produtos na saúde e segurança	-	-
-----	--	---	---

Temos em conta os impactos na saúde e segurança dos produtos Marca Própria (alimentar, não alimentar, desporto, têxtil e eletrónica) nas várias fases do ciclo de vida dos seus produtos. Por exemplo, ao nível dos produtos eletrónicos, realizamos junto do fabricante o desenvolvimento da imagem do produto, da embalagem e do manual. Todo o processo de fabrico deste tipo de produtos é acompanhado através de várias inspeções. Ao nível alimentar, efetuamos a pesquisa e desenvolvimento de produto, por exemplo, através da otimização do seu perfil nutricional.

Avaliação dos impactes por fase do ciclo de vida	2016				
	Alimentar	Não alimentar	Têxtil	Desporto	Eletrónica
Auditorias a fornecedores					
N.º total de fornecedores	729	571	286	271	111
Nacionais	497	134	108	64	5
Estrangeiros	232	437	178	207	106
N.º total de fornecedores auditados	698	293	0	0	86
Nacionais	472	101	0	0	1
Estrangeiros	226	192	0	0	85
Percentagem total de fornecedores auditados (%)	95,7%	51,3%	0,0%	0,0%	77,5%
Percentagem de fornecedores nacionais auditados (%)	95,0%	75,4%	0,0%	0,0%	20,0%
Percentagem de fornecedores estrangeiros auditados (%)	97,4%	43,9%	0,0%	0,0%	80,2%





Análises a produtos de marca própria	2016				
	Alimentar	Não alimentar	Têxtil	Desporto	Eletrónica
Total de análises (n.º)	5.922	12.798	54.296	72.731	648
Em laboratórios internos	3368	4.604	52.096	18.828	417
Em laboratórios externos	2.656	8.194	2.235	53.903	231

Âmbito de reporte: Retalho

ASPETO: ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Relatório de Sustentabilidade 2016, Pág. 43 e Suplemento GRI 2016, páginas 9 – 11 e Pág. 13

PR3	Rotulagem de produtos e serviços	-	-
-----	----------------------------------	---	---

Tendo em consideração a abrangência e dimensão geográfica, a Sonae tem consciência da sua influência nas páticas de consumo e estilos de vida dos consumidores. Deste modo, a Sonae empenha-se no desenvolvimento dos seus produtos de marca própria com a devida qualidade e segurança. Para garantir a respetiva qualidade e segurança, aposta fortemente em quatro vertentes: (i) certificação do desenvolvimento dos nossos produtos de marca própria, (ii) monitorização da sua qualidade e segurança, (iii) rotulagem e (iv) gestão do feedback com os clientes.

Informação na rotulagem dos produtos de marca própria - Não Alimentar

	2016
Origem do produto ou serviço	Sim
Composição, com especial atenção a substâncias potencialmente prejudiciais ao ambiente ou à sociedade	Sim
Utilização segura e correta do produto ou serviço	Sim
Eliminação do produto e impactos ambientais e sociais subjacentes	Sim
N.º total de categorias de produtos com rotulagem específica (nº)	191
N.º total de categorias de produtos (nº)	386
Percentagem de categorias de produto com rotulagem específica (%)	49

Âmbito de reporte: Retalho

PR5	Satisfação de clientes	-	-
-----	------------------------	---	---

Número de sugestões e reclamações registadas por insígnia	2014	2015	2016
Continente	67.930	48.148	44.547
Continente Modelo	-	15.409	13.240
Continente Bom Dia	-	3.294	3.912
MO	6.900	6.632	4.455
Zippy	2.317	2.390	2.985
Worten	16.703	20.964	25.583
Vobis	-	-	0
Sport Zone	6.545	9.454	8.736
Well's	5.223	5.834	5.894
Bom Bocado / Bagga	382	421	459



Note!	118	146	107
Loop	-	-	0
Outros	677	101	9
Total	106.795	112.793	109.927

Âmbito de reporte: retalho

ASPETO: COMUNICAÇÕES DE MARKETING

PR6	Venda de produtos banidos ou disputados	-	-
------------	--	---	---

A Sonae subscreve, desde 2009, os Compromissos da Indústria Alimentar, sobre Alimentação, Atividade Física e Saúde relativos às comunicações de publicidade e marketing dirigidas às crianças. Estes compromissos, desenvolvidos pela FIPA – Federação das Indústrias Portuguesas Agro-Alimentares – e pela APAN – Associação Portuguesa de Anunciantes – têm por objetivo a alteração do tipo de bebidas e alimentos publicitados através da televisão, publicações e internet, que são dirigidas a crianças com menos de 12 anos.

Adicionalmente, a Sonae não vende qualquer tipo de produto contestado ou banido, nas geografias onde opera.

Âmbito de reporte: retalho

ASPETO: CONFORMIDADE

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Suplemento GRI 2016, Pág. 7 – 11 e Pág. 18

PR9	Montante das multas e coimas significativas por incumprimento de leis e regulamentos relativos ao fornecimento e utilização de produtos e serviços	-	-
------------	---	---	---

	2014	2015	2016
N.º total de sanções administrativas ou judiciais impostas por não cumprir com as leis ou regulamentos relativos ao fornecimento e utilização de produtos e serviços	66	33	40
Valor monetário total de multas significativas (€)	130.886	81.676	63.860

Âmbito de reporte: retalho

INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL – SOCIEDADE

Indicador GRI	Descrição	UN Global Compact	Fonte
---------------	-----------	-------------------	-------

ASPETO: COMUNIDADE

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Relatório de Sustentabilidade 2016, Pág. 53 e Suplemento GRI Pág. 9 – 11 e Pág. 14

Tendo por base a preocupação constante na melhoria da qualidade de vida das comunidades onde está presente, a Sonae desenvolve uma série de iniciativas que têm em vista dinamizar a economia local, bem como fomentar o bem-estar e a coesão social.





SO1	Envolvimento com a comunidade	Princípio 1	-
-----	-------------------------------	-------------	---

Existem inúmeros momentos em que são medidos os impactes e benefícios da atividade para as comunidades. Desde o momento da instalação de uma nova unidade, é necessário proceder-se a todos os contactos com as entidades e autoridades locais, para obtenção de licenças e alvarás e garantir as condições de forma a causar um mínimo de impacte negativo nas comunidades. Durante a operação são desenvolvidas inúmeras iniciativas de apoio à comunidade, ao nível central e através de cada insígnia, promovendo o bem-estar e a coesão social nas comunidades. Estas são muitas vezes realizadas em parceria com entidades locais.

Informação sobre estas iniciativas e exemplos estão descritos ao longo do relatório (Pág. 54 – 59 do Relatório de Sustentabilidade de 2016).

Nota: Ver indicadores EC7 e EC8.

Âmbito de reporte: Retalho

ASPETO: CORRUPÇÃO

Relatório de Sustentabilidade 2016, Pág. 9 e Suplemento GRI 2016, Pág. 7 – 11

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

<https://www.sonae.pt/pt/media/publicacoes/codigo-de-etica-e-conduta/>

SO3	Unidades de negócio alvo de análise de riscos à corrupção		-
-----	---	--	---

A Sonae implementa no seu processo de gestão de risco a metodologia internacional Enterprise Risk Management – Integrated Framework (COSO), que permite a identificação dos diferentes tipos de riscos e ameaças ao desenvolvimento dos negócios, tanto ao nível estratégico como ao nível operacional. Não tendo sido identificado o risco de corrupção como um risco prioritário para o negócio, não foram realizadas avaliações neste sentido. O Código de Conduta e Ética na área de Retalho tem também em conta este risco, não existindo reporte de nenhum caso.

Âmbito de reporte: Sonae

SO4	Formação em políticas e práticas de anti-corrupção	Princípio 10	-
-----	--	--------------	---

Apesar de o risco de corrupção não ser considerado um risco prioritário para o negócio, em 2016, foi dada formação relacionada com políticas e práticas de anti-corrupção a 22.142 colaboradores, não gestores.

Âmbito de reporte: Retalho – Portugal

SO5	Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção	Princípio 10	-
-----	--	--------------	---

Não se verificaram casos de corrupção em 2016.

Âmbito de reporte: Retalho

ASPETO: CONFORMIDADE

Abordagem de Gestão (DMA – Disclosure on Management Approach)

Suplemento GRI 2016, Pág. 7 – 11 e Pág. 18

SO8	Valor monetário de multas e número total de sanções não monetárias por não cumprimento de leis e regulações	-	-
-----	---	---	---





	2016
Valor total das multas e coimas (€)	6.824,61 €
N.º total de sanções não monetárias (n.º)	0
N.º total de processos movidos contra a empresa (n.º)	10

Âmbito de reporte: retalho – Portugal

ASPETO: AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES RELATIVAMENTE A IMPACTOS NA SOCIEDADE

SO9	Fornecedores avaliados com base em critérios relativos a impactos na sociedade	-	-
-----	--	---	---

	2014	2015	2016
Retalho Não Alimentar			
N.º total de fornecedores com qualificação D e E (n.º)	6	12	3
Nacionais	0	1	0
Estrangeiros	0	11	3
Percentagem total fornecedores com qualificação D e E (%)	1%	2%	1%
Percentagem de fornecedores nacionais com qualificação D e E (%)	0%	0%	0%
Percentagem de fornecedores estrangeiros com qualificação D e E (%)	1%	2%	1%
Retalho Alimentar			
N.º total de fornecedores com qualificação D e E (n.º)	0	2	0
Nacionais	0	2	0
Estrangeiros	0	0	0
Percentagem total fornecedores com qualificação D e E (%)	0%	1%	0%
Percentagem de fornecedores nacionais com qualificação D e E (%)	0%	1%	0%
Percentagem de fornecedores estrangeiros com qualificação D e E (%)	0%	0%	0%
Eletrónica			
N.º total de fornecedores com qualificação D e E (n.º)	-	22	4
Nacionais	-	0	0
Estrangeiros	-	22	4
Percentagem total fornecedores com qualificação D e E (%)	-	18%	4%
Percentagem de fornecedores nacionais com qualificação D e E (%)	-	0%	0%
Percentagem de fornecedores estrangeiros com qualificação D e E (%)	-	18%	4%

Nota: Indicador reportado a partir de 2014, segundo as diretrizes GRI-G4.

Âmbito de reporte: retalho





5. Carta de Verificação



Relatório Independente de Garantia Limitada de Fiabilidade

Exmo. Conselho de Administração,

Introdução

1. Fomos contratados pela Administração da Sonae, SGPS, S.A. (Sonae), para a realização de um trabalho de garantia limitada de fiabilidade sobre a informação de sustentabilidade, constante no "Relatório de Sustentabilidade '16" (Relatório), relativo a 2016, preparado pela Empresa para efeitos de comunicação do seu desempenho em sustentabilidade no ano de referência.

Responsabilidades

2. É da responsabilidade do Conselho de Administração a preparação dos conteúdos do Relatório e divulgação da informação de desempenho de sustentabilidade apresentada, de acordo com as diretrizes Global Reporting Initiative, versão G4 (GRI G4), e as instruções e critérios divulgados no Relatório, bem como a manutenção de um sistema de controlo interno apropriado, que permita uma adequada preparação da informação mencionada.
3. A nossa responsabilidade consiste em emitir um relatório de garantia limitada de fiabilidade, profissional e independente, baseado nos procedimentos realizados e especificados no parágrafo abaixo.

Âmbito

4. O trabalho que realizámos foi efetuado de acordo com a Norma Internacional sobre Trabalhos de Garantia de Fiabilidade (ISAE) 3000 "Trabalhos de Garantia de Fiabilidade que Não Sejam Auditorias ou Exames Simplificados de Informação Financeira Histórica", emitida pelo International Auditing and Assurance Standards Board da International Federation of Accountants. Esta Norma exige que planeemos e executemos o trabalho de garantia de fiabilidade com o objetivo de obter um grau de segurança limitado sobre se os dados relativos ao desempenho de sustentabilidade da atividade nacional de retalho do Grupo, referentes ao ano 2016, constantes do Relatório, estão isentos de distorções materialmente relevantes.

Para tanto o referido trabalho consistiu em:

- (i) Indagar a gestão e principais responsáveis das áreas em análise para compreender o modo como está estruturado o sistema de informação e a sensibilidade dos intervenientes às matérias incluídas no relato;
- (ii) Identificar a existência de processos de gestão internos conducentes à implementação de políticas económicas, ambientais e de responsabilidade social;
- (iii) Verificar numa base de amostra a eficácia dos sistemas e processos de recolha, agregação, validação e relato que suportam a informação de desempenho supracitada, através de cálculos e validação de dados reportados;
- (iv) Confirmar a observância de determinadas unidades operacionais às instruções de recolha, agregação, validação e relato de informação de desempenho;
- (v) Executar, numa base de amostra, alguns procedimentos de substanciação da informação, através de obtenção de evidência sobre informação reportada;

PricewaterhouseCoopers & Associados - Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda
Sede: Palácio Sottomayor, Rua Sousa Martins, 1 - 3º, 1069-316 Lisboa, Portugal
Tel +351 213 599 000, Fax +351 213 599 999, www.pwc.pt
Matriculada na CRC sob o NUPC 506 628 752, Capital Social Euros 314.000
Inscrita na lista das Sociedades de Revisores Oficiais de Contas sob o nº 183 e na CMVM sob o nº 20161485

PricewaterhouseCoopers & Associados - Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda, pertence à rede de entidades que são membros da PricewaterhouseCoopers International Limited, cada uma das quais é uma entidade legal autónoma e independente.





- (vi) Comparar os dados financeiros e económicos reportados no Relatório com os constantes do “Relatório e Contas 2016” e das “Demonstrações Financeiras 2016”, auditados pelo auditor financeiro externo;
 - (vii) Analisar o processo de definição da materialidade dos temas de sustentabilidade, com base no princípio da materialidade previsto nas diretrizes GRI G4, de acordo com a metodologia descrita pela Empresa;
 - (viii) Validar o alinhamento dos indicadores quantitativos de desempenho não financeiro reportados com os requisitos das diretrizes GRI G4.
5. Aplicamos a Norma Internacional de Controlo de Qualidade 1 (ISQC1) e, como tal, mantemos um sistema de controlo de qualidade, incluindo políticas e procedimentos documentados relativos ao cumprimento com requisitos éticos, normas profissionais e requisitos legais e regulatórios aplicáveis.
6. Cumprimos com os requisitos de independência e ética do Código de Ética do *International Ethics Standards Board for Accountants* (IESBA) e do Código de Ética da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas (OROC).
7. Os procedimentos efetuados foram mais limitados do que seriam num trabalho de garantia razoável de fiabilidade, por conseguinte, menos segurança foi obtida do que num trabalho de garantia razoável de fiabilidade.
8. Entendemos que os procedimentos efetuados proporcionam uma base aceitável para a nossa conclusão.

Conclusões

9. Com base no trabalho efetuado, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a concluir que os dados relativos ao desempenho de sustentabilidade Grupo, referentes ao ano 2016, constantes do Relatório, não tenham sido preparados, em todos os aspetos materialmente relevantes, de acordo com os requisitos das Diretrizes da Global Reporting Initiative, versão G4, e com as instruções e critérios divulgados no Relatório.

Lisboa, 31 de março de 2017

PricewaterhouseCoopers & Associados
- Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda.
representada por:

António Joaquim Brochado Correia, R.O.C.



SONAE

IMPROVING LIFE

