

COMUNICADO

Maia, 13 Julho de 2011

SONAE REFORÇOU APOSTA NA SUSTENTABILIDADE EM 2010

Relatório de Sustentabilidade da Sonae revela melhoria dos principais indicadores sociais, ambientais e económicos, bem como crescente número de projectos desenvolvidos em prol da Comunidade.



Aumento dos apoios distribuídos à comunidade, redução do consumo de água e energia e incremento do número de colaboradores e dos impostos pagos ao Estado são algumas das revelações que constam no Relatório de Sustentabilidade 2010 da Sonae. O documento, que foi hoje divulgado, demonstra a aposta estratégica da Sonae na Sustentabilidade e na criação de valor económico e social para todos os seus stakeholders, tendo adoptado as directrizes da Global Report Iniciative e sido auditado externamente pela PricewaterhouseCoopers, tendo obtido o nível máximo - A+.

Em 2010, a Sonae prosseguiu o seu objectivo de desenvolvimento sustentável de forma muito vincada, com o valor económico distribuído a aumentar 227 milhões de euros para 5.905 milhões de euros. A redistribuição da riqueza gerada privilegiou o Estado, a Comunidade, os parceiros Fornecedores, os Colaboradores e os Accionistas, respectivamente. Os impostos pagos ao Estado (IRC) cresceram 24,4% para 58 milhões de euros, as compras ao Clube de Produtores Sonae aumentaram 7% para 123 milhões de toneladas, o valor investido em salários e benefícios de Colaboradores subiu 5,9% para 693 milhões de euros e a proposta de dividendo para os accionistas foi 5% superior ao ano anterior. Os apoios à comunidade aumentaram 11,7% para 10,4 milhões de euros (9,4 milhões de euros em 2009), numa base comparável. Se consideradas as doações de clientes angariadas através das nossas acções, os valores teriam sido 9,6 milhões de euros em 2009 e 11,7 milhões de euros em 2010, ao que corresponderia um aumento de 21,8%.

SONAE

Sobre a Sonae

A Sonae é uma empresa de Retalho, com duas grandes parcerias nas áreas de Telecomunicações, Media e Informação e Sistemas de Informação (Sonaecom) e Centros Comerciais (Sonae Sierra). No final de 2010, a Sonae empregava 43.268 colaboradores (é o maior empregador privado português). Em 2010 atingiu um volume de negócios de cerca de 5,8 mil milhões de euros. A empresa tem como objectivos estratégicos ganhar dimensão internacional nos negócios em que opera, diversificar os estilos de investimento e potenciar a base de activos em Portugal, explorando novas oportunidades de negócio como forma de criar opções de investimento futuro.

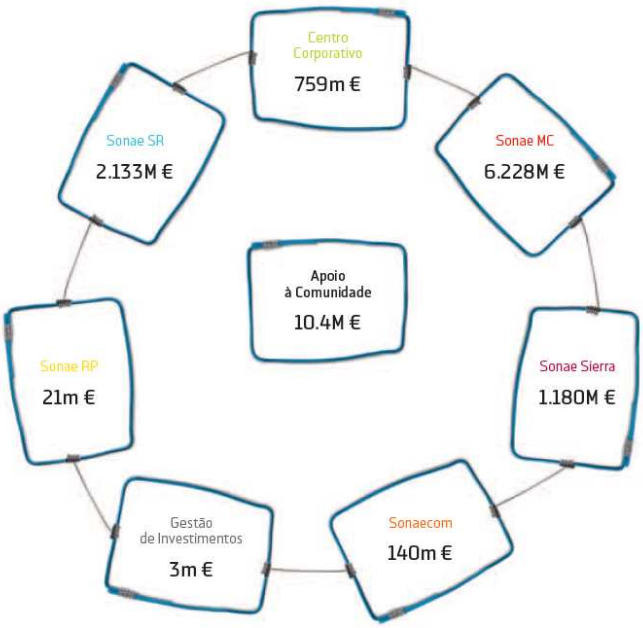
Para mais informações contacte

RITA BARROCAS
External Communication Manager / Sonae
T. +351 22 010 4745 // M. +351 93 501 2108 // E. rfbarrocas@sonae.pt

DIOGO SIMÃO
Director / BAN Corporate & Media Relations
M. +351 93 652 86 39 // E. dsg@sonae.pt

www.sonae.pt

Na área dos Recursos Humanos, a Sonae reforçou o seu papel de maior empregador privado em Portugal com a criação de 3.454 postos de trabalho, valorizou os seus colaboradores com cerca de 1,5 milhões de horas de formação e aumentou os salários dos colaboradores ao mesmo tempo que congelou os salários da administração executiva.



A preocupação constante com a Comunidade conduziu ao apoio a 3.082 organizações do 3º sector, que auxiliam comunidades e famílias em todo o País. O contributo directo da Sonae cresceu para 10,4 milhões de euros e permitiu o desenvolvimento de diversas acções nas áreas da Solidariedade, Cultura, Educação e Ambiente, entre muitas, que de outra forma dificilmente seriam concretizáveis.

A Sonae investiu também fortemente na componente ambiental e na redução da sua pegada ecológica, reforçando a eco-eficiência das suas operações. As medidas adoptadas, em 2010, permitiram reduzir em 1,4% o consumo de energia e poupar 5,3% no consumo de água, por cada milhão de euros gerado. O volume de negócios registou um crescimento de 5,5% para 5.834 milhões de euros (excluindo o comércio de combustível).

Catarina Oliveira Fernandes, Directora de Comunicação, Marca e Responsabilidade Corporativa da Sonae, afirma: "Desde a sua fundação que a Sonae tem conciliado a eficiência e rentabilidade das operações com a sua vertente social, nomeadamente através do apoio à comunidade, ao ambiente, ao desenvolvimento pessoal dos colaboradores e às preocupações de governação corporativa. Este empenho levou a Sonae a adoptar, ao longo dos anos, as melhores políticas de transparência com regras internas concebidas para garantir comportamentos éticos e responsáveis por parte da organização, fortalecendo a sua política de sustentabilidade. Os resultados obtidos são uma consequência do trabalho das nossas equipas".



Entre as iniciativas realizadas e adoptadas estão a realização do primeiro evento de Fórum de Sustentabilidade da Sonae, a certificação internacional dos sistemas de gestão Ambiental, de Reclamações e de Marcas Próprias, o Sonae Maia Business Center – Primeiro edifício LEED Gold da Península Ibérica, a Política de Sustentabilidade do Pescado, a adesão ao compromisso ético Global Business Oath do Fórum Económico Mundial, bem como as distinções como uma das "Empresas Mais Éticas do Mundo" pela Ethisphere e o Prémio Internacional da Agência Europeia para a Segurança e Saúde no Trabalho.

Compromissos para o futuro

Catarina Oliveira Fernandes acrescenta: "Estamos muito satisfeitos com os resultados alcançados em 2010, que nos dão um grande alento para cumprir as metas ambiciosas que definimos para o futuro, nomeadamente assegurar a Sustentabilidade com uma estratégia de desenvolvimento que aposta na internacionalização, na diversificação de estilos de investimento e no alavancar da excepcional base de activos em Portugal." E acrescenta: "Temos como objectivo continuar a apoiar as famílias mais necessitadas e os seus colaboradores e a fazer da Sonae o melhor local para trabalhar, o parceiro mais valorizado pelos seus fornecedores e a empresa preferida dos seus clientes."

Os compromissos assumidos pelas áreas de negócio e contemplados no Relatório de Sustentabilidade da Sonae, compreendem também a manutenção dos esforços para enfrentar os desafios ambientais e sociais.

Catarina Oliveira Fernandes conclui: "Queremos continuar a criar valor económico e social a longo prazo, levando os benefícios do progresso e da inovação a um crescente número de pessoas, mantendo elevados níveis de desempenho ambiental. Estamos empenhados num futuro sustentável, para todos".

O Relatório de Sustentabilidade 2010 da Sonae está disponível em www.sonae.pt.

ANEXOS

CASOS DE SUCESSO

Sonae

Rede Contacto – a rede social para recrutamento de talentos e inovação

A Sonae lançou, em 2010, a Rede Contacto, a primeira rede social do mundo desenvolvida por uma empresa, com o objectivo de facilitar a contratação de jovens licenciados de elevado potencial. A Rede Contacto está integrada no Programa Contacto e é uma ferramenta de relacionamento que vem permitir uma grande interacção entre as Empresas Sonae e os jovens universitários, facilitando o processo de selecção e recrutamento, bem como a sua fiabilidade. No final de 2010, apenas alguns meses depois de ter sido lançada, a Rede superou os 10.000 utilizadores.

Os jovens são desafiados a realizar diversas tarefas, desde a realização de trabalhos até ao preenchimento de questionários, passando por opiniões sobre temas específicos ou jogos *online*. Esta visão faz da Rede Contacto uma importante ferramenta de *open innovation*, tendo sido responsável pela geração de mais de 700 ideias de negócio.

Os participantes têm, assim, um espaço para influenciarem os negócios da Sonae, enquanto se dão conhecer à empresa. Os desafios lançados permitem ainda aos participantes acumular pontos que possibilitam aceder ao "Dia Contacto", um evento que reúne cerca de 60 jovens de elevado potencial e que lhes dará a oportunidade de conhecer por dentro a Sonae.

Evento do Fórum de Sustentabilidade 2010

Em 2010, a Sonae realizou, sob o tema "*Sonae for the Better*", o evento do Fórum de Sustentabilidade. O Fórum promoveu uma análise e avaliação do trabalho das empresas Sonae em três áreas distintas: *Better People*, *Better Planet* e *Better Purpose*.

Neste evento foram apresentados os resultados de alguns dos 106 projectos das Empresas Sonae, realizados nos últimos cinco anos, com resultados comprovados de qualidade. A selecção dos projectos apresentados no evento contou com o apoio de um conjunto de pessoas externas à Sonae: Tiago Forjaz (criador da rede *The Star Tracker* e da Fundação Talento), Teresa Ponce Leão (presidente do LNEG – Laboratório Nacional de Energia e Geologia) e Isabel Jonet (presidente da Entrajuda e do Banco Alimentar Contra a Fome), foram alguns dos coordenadores destes grupos de trabalho, tendo sido também oradores neste Fórum.

No âmbito da *Task Force People*, foram destacados os projectos CLICK da Sonae Sierra, que consistiu na criação de uma plataforma de inovação e *e-learning*, envolvendo 7 países e 6 línguas diferentes e a Sonae Retail School, uma universidade corporativa focada no negócio do Retalho. Na *Task Force Purpose*, o destaque foi dado ao projecto Smile da Sonaecom (voluntariado profissional) e ao Equipa Worten Equipa da Sonae SR (acção de recolha de equipamentos velhos e entrega de novos a instituições). Na *Task Force Planet*, foram apresentados os projectos Sonae Maia Business Center, o primeiro edifício de escritórios a obter a Certificação LEED, de nível "Gold", na Península Ibérica, e a Floresta Urbana da Sonae Indústria, uma iniciativa de reciclagem de resíduos de madeira, numa perspectiva de utilização sustentável dos recursos madeira e biomassa.

No evento estiveram presentes mais de 400 pessoas, entre colaboradores, parceiros, fornecedores, jornalistas e instituições.



Programa Novas Oportunidades

Desde que aderiu ao Programa Novas Oportunidades, em 2008, a Sonae viu serem certificadas as competências de cerca de 1.442 colaboradores, das quais 755 com 9º ano e 687 com 12º ano. O projecto Valorizar Percursos, designação dada ao projecto na Sonae, envolveu mais de 4.401 colaboradores no âmbito nacional, permitindo melhorar as qualificações dos colaboradores das áreas de Retalho Alimentar, Retalho Especializado, estruturas centrais e logística da Sonae.

Call for Solutions

A Sonae realizou, em 2010, duas edições do concurso "*Sonae Call For Solutions Flash*" que lançou desafios aos estudantes universitários participantes.

Em resposta ao primeiro desafio "Como será um hipermercado daqui a 25 anos?" lançada em Março de 2010, foram desenvolvidas 100 ideias, das quais saiu vencedora uma ideia relacionada com um conceito de produtos *gourmet*. Participaram neste desafio 60 alunos.

Na segunda edição, que contou com mais de 80 alunos inscritos, foram geradas mais de 200 ideias em resposta ao desafio: "Como melhorar qualitativamente a experiência de frente de caixa".

"Aprender a empreender" - Junior Achievement Portugal

Esta iniciativa proporciona lições de empreendedorismo a alunos, tendo como objectivo estimular o seu interesse, encorajando-os para o desenvolvimento de conhecimentos nas suas áreas de interesse e a descoberta das suas capacidades e valores pessoais.

Desde 2007, os colaboradores têm vindo a participar activamente nas acções de voluntariado, como é o caso do Braço Direito, uma acção que permite aos alunos o acompanhamento de profissionais da empresa na execução de todas as suas tarefas, durante um dia, contribuindo assim para a sua orientação vocacional e para a desmistificação de algumas profissões.

A Sonae foi eleita a "Empresa do Ano 2009/2010" pelos promotores do projecto, por disponibilizar o maior número de voluntários para a missão de fomentar o empreendedorismo entre os jovens em Portugal.

"Porto de Futuro"

Desafio lançado pelo Pelouro da Educação, Juventude e Inovação da Câmara Municipal do Porto à comunidade empresarial portuense, com o objectivo de esta apoiar a gestão e desenvolvimento dos 17 agrupamentos escolares da região. No âmbito deste programa, que pretende aproximar as comunidades empresarial e escolar, coube à Sonae, no quadro da sua política de Responsabilidade Social, apoiar o Agrupamento Escolar do Cerco. A colaboração passa pelo apoio consultivo na gestão geral das escolas; pela ajuda na área logística, incluindo gestão de obras, controlo de fornecedores, etc; pela promoção do estímulo ao empreendedorismo e à criatividade; por apoios aos alunos mais carenciados ou, ainda, pelo fomento da formação profissional e formação contínua.

Projecto sobre a Sustentabilidade do Pescado

Para além das medidas anteriormente descritas, foi desenvolvido um projecto que veio reforçar este tema e que foi implementado em 3 etapas:

1. Obtenção da Rastreabilidade do Pescado - permitindo um maior controlo e uma maior facilidade de acesso relativamente ao pescado comercializado (Peixe Fresco, Peixe Congelado e Bacalhau);

2. Verificação de Fornecedores nas Listas Negras – procedeu-se ao cruzamento entre as listas negras da Greenpeace verificando-se a inexistência de fornecedores Sonae pertencentes a estas listas;

3. Implementação de um Sistema de Decisão de Pescado (*Traffic Light System*) que permite decidir sobre as melhores alternativas a comercializar.

- Os métodos de pesca utilizados prejudicam outras espécies/*habitats*;
- Existência de alguns problemas relativamente ao método de pesca utilizado;
- Os métodos de pesca causam pouco perigo à existência da espécie.

Projecto Vida Hiper Saudável

O projecto, iniciado em 2009, visa a promoção da alimentação saudável. Em 2010 foi dada continuidade às actividades:

Aconselhamento nutricional em loja: com a presença de 2 nutricionistas nas lojas Continente foram aconselhados mais de 10.000 clientes com consultas de aconselhamento nutricional, rastreios (tensão arterial, Índice de Massa Corporal, percentagem da massa gorda e peso), esclarecimentos sobre as características nutricionais e funcionais dos produtos. Foi ainda disponibilizado, de forma gratuita, o serviço *Nutritional Personal Shopper* de acompanhamento dos clientes durante as compras, ajudando nas escolhas alimentares mais saudáveis e na interpretação de rótulos.

Aconselhamento nutricional *online*: possibilidade dos clientes colocarem questões *online* no site.

Relançamento do microsite de nutrição www.vidahipersaudavel.continente.pt – disponibilização de inúmeras informações sobre saúde, alimentação e estilos de vida saudáveis aos clientes.

***Spots* educativos nos balcões de atendimento**: desenvolvimento de 3 *spots* educativos divulgados através dos televisores dos balcões de atendimentos das lojas, com os temas Semáforo Nutricional, Prova dos 5 e a redução do consumo de sal.

Concurso *online* "Prova dos 5": Realização de um concurso de fotografias *online* para incentivar o consumo de frutas e legumes como alimentos que contribuem para a alimentação saudável e para a saúde. Foram premiadas 25 pessoas com cheques-oferta Continente.

Acções em Escolas: Realização de 51 acções dirigidas a crianças e jovens, em escolas e nas lojas, com o objectivo de sensibilizar para a importância da adopção de uma alimentação mais saudável. Nestas acções foram abordadas as campanhas principais como o Semáforo Nutricional e a Prova dos 5, mediante o público-alvo.

2ª edição da Quinzena Vida Hiper Saudável: Iniciativa com especial enfoque nas crianças, tendo sido convidadas várias escolas para estarem presentes nas lojas onde foram dinamizados diversos jogos educativos. Efectuaram-se também rastreios e aconselhamento nutricional, bem como a degustação de frutas e legumes.

Acções de Formação internas: De forma a garantir que a mensagem transmitida aos clientes é coerente e com um espírito de promoção da saúde e prevenção da doença, foram desenvolvidas acções de formação internas específicas.

Programa Contrapeso: Disponibilização, aos colaboradores Sonae, de um programa de controlo do peso inovador em Portugal, centrado no estilo de vida, cujo objectivo é a perda de peso de forma sustentada, preconizando uma alimentação diversificada onde não há alimentos proibidos.



Certificação de Qualidade

A área de Retalho Alimentar da Sonae recebeu a certificação segundo a norma ISO 9001:2008 do seu sistema de gestão de Marcas Próprias. Esta distinção atesta a qualidade da Sonae no desenvolvimento de Marcas Próprias Continente em produtos alimentares, de higiene, perfumaria e drogaria, bem como do acompanhamento destes produtos e dos fornecedores após o seu desenvolvimento e lançamento.

Clube de Produtores da Sonae

O Clube de Produtores da Sonae (CPS) constitui um bom exemplo de relacionamento ético com os fornecedores, tendo, na sua origem, uma filosofia de promoção do comércio justo perante os fornecedores nacionais.

Criado em 1998 com a missão de promover os produtos nacionais de acordo com elevados padrões de qualidade e segurança, o CPS apoia os associados, de forma consistente e estruturada. Os produtores têm, assim, garantida uma via para o escoamento da sua produção, ficando a Sonae com a certeza de estar a oferecer aos seus clientes, produtos portugueses de origem e qualidade comprovadas.

Os fundamentos base do Clube de Produtores da Sonae são:

- **Planeamento:** promove o escoamento da produção nacional, por optimização da capacidade de produção, apoio técnico e acesso a protocolos diversos e, ainda, disponibiliza produtos portugueses mais frescos ao consumidor das lojas Modelo e Continente;
- **Certificação:** garante a padronização da qualidade e segurança alimentar dos produtos, promove a auto-avaliação dos sistemas produtivos, comunica e discute os desafios futuros do mercado, garante a rastreabilidade até ao consumidor e promove a responsabilidade ambiental;
- **Partilha do conhecimento:** analisa os sistemas produtivos e as necessidades da produção nacional, o perfil do consumidor, tendências de mercado e estratégia de comercialização, promove a inovação de produtos e processos, formação e informação, com fluidez de comunicação, tendo em vista uma meta comum – a competitividade.

Sonaecom

Mobi.E

Num país onde o sector dos transportes é responsável por cerca de 25% das emissões de dióxido de carbono (segundo o Fundo Português de Carbono), torna-se cada vez mais importante o investimento em formas alternativas de mobilidade. O Mobi.E, Programa para a Mobilidade Eléctrica, tem como objectivo posicionar o país como pioneiro no desenvolvimento e adopção de novos modelos energéticos para a mobilidade sustentável.

A Optimus foi responsável pela operacionalização da comunicação dos postos de abastecimento de veículos eléctricos, Mobi.E. O sistema instalado recorre às últimas tecnologias e permite uma comunicação segura e fiável dos postos com a central, com máxima flexibilidade na escolha da localização dos postos e sem necessidade de instalação de novas infra-estruturas de comunicação.



Programa de Responsabilidade Corporativa Optimus

O Programa de Responsabilidade Corporativa Optimus tem como missão quebrar o isolamento de crianças e adolescentes que sofrem de doenças graves ou crónicas. Ao oferecer-lhes soluções completas de telecomunicações e entretenimento (computadores portáteis de última geração com Internet móvel Kanguru, comunicações grátis e apoio à manutenção), a Optimus contribui significativamente para minorar os efeitos de isolamento a que essas crianças e jovens estão sujeitos.

Através de uma parceria entre a Optimus e a Acreditar, a Associação SOL e a Fundação do Gil, as rotinas e necessidades das crianças em tratamento foram avaliadas de forma a identificar a solução que melhor se enquadrava nos objectivos do programa. Em 2010, foram entregues 58 equipamentos.

Optimus *Green Life*

Em 2010, foi criada a marca Optimus *Green Life*, que, mais do que uma marca, veio formalizar a Política de Responsabilidade Ambiental da Optimus e representa um posicionamento e uma forma de estar e encarar o negócio.

Tendo surgido na sequência da reflexão realizadas por um grupo de trabalho interno, a Optimus *Green Life* permitiu uma abordagem global à actividade da Empresa focada na mitigação de riscos e redução de impactes (internos e externos), de uma forma transversal e estratégica.

A marca é utilizada internamente para garantir um bom desempenho ambiental ao nível de todos os processos, conseguindo-o através de uma análise profunda dos mesmos, de uma monitorização rigorosa dos seus impactes e da definição de uma estratégia de redução de impactes.

Externamente foi criado o selo Optimus *Green Life*, associado a alguns produtos concebidos na perspectiva de proporcionar a quem os escolhe uma forma de comunicar mais sustentável: custos de comunicações, custos de equipamentos, custos de deslocações, custos energéticos e redução do consumo de papel através da factura electrónica.

Foram criadas igualmente embalagens Optimus *Green Life* (com uma maior eco-eficiência que a tradicional) para 3 tipos de equipamento (Nokia C3, C5 e Central On), a Optimus colocou também no mercado o primeiro telefone de uma linha de telemóveis mais ecológicos (Sony Ericsson Elm).

Para o **cliente empresarial**, a oferta *Green Life* inclui:

- Um Plano Individual de Rede, que agrega um número fixo e um número móvel no mesmo telemóvel;
- Uma central telefónica virtual com a Central ON;
- Utilização do Optimus Kanguru, podendo estar ligado em qualquer lado e evitando deslocações;
- Uso de soluções avançadas *web-based*, como os *e-Services*, permitindo poupança de papel;
- Recurso a soluções de transmissão de dados (M2M) permitindo que as máquinas que utiliza comuniquem entre si para optimizar processos.



Smile – Programa de Intervenção na Comunidade da Sonaecom

Envolvimento e apoio à comunidade através daquilo que são as competências profissionais da Sonaecom enquanto companhia - as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC).

O Smile Competências é a área do Programa Smile em que a Sonaecom pode acrescentar mais valor. O trabalho nesta área tem como objectivo, por um lado, combater a infoexclusão, nomeadamente através da formação e, por outro, potenciar o trabalho de organizações do terceiro sector parceiras. Através da introdução das TIC e a formação dos recursos humanos libertam-se meios, recursos, tempo e pessoas para se dedicarem àquilo que é a sua missão: apoiar a comunidade.

De forma a promover o voluntariado e sensibilizar os colaboradores para sua importância, a Sonaecom cede, aos seus colaboradores, 8 horas anuais para voluntariado. Adicionalmente, por cada dia de férias que o colaborador marque para fazer voluntariado, a empresa cede um dia adicional para que este realize mais acções de voluntariado (num máximo de 3 dias).

Em 2010, verificou-se um crescimento exponencial no envolvimento dos colaboradores e da organização neste programa, mensurável através das 1.426 horas de trabalho comunitário (quase 8 vezes superior ao do ano anterior) que permitiram o apoio a 25 organizações (mais duas que no anterior).

Projecto Atitude+

O projecto Atitude + tem duas vertentes: por um lado aumentar a satisfação do cliente em função da forma como é atendido e por outro conhecer melhor as causas das reclamações dos clientes. O projecto que envolve todos os agentes parceiros da Sonaecom tem uma forte componente de formação dos colaboradores dos agentes envolvidos no contacto com o cliente, em aspectos como: processos, procedimentos, sistemas e, especialmente, cultura, onde a atitude é reforçada por ser indubitavelmente um factor crítico de sucesso. Todos os meses, em função de reconhecimentos ou elogios transmitidos à Empresa por parte de clientes, são atribuídos troféus aos assistentes que pela sua atitude marcaram a diferença.

Em 2010, foram 35 os assistentes premiados por terem uma dedicação acima das expectativas.

Tarifários SMART

O telemóvel assume um papel cada vez mais central no dia-a-dia dos consumidores e a crescente disponibilização de novos serviços e aplicações têm conduzido a uma intensificação da utilização da Internet no telemóvel e à crescente procura de telefones mais sofisticados como os *smartphones*. Os tarifários SMART da Optimus, desenvolvidos para o mercado de clientes particulares, estão assentes em novos tarifários pós-pagos com chamadas ilimitadas entre Optimus e acesso grátis à Internet e funcionalidades de controlo de consumos em tempo real.

Estes tarifários têm reforçado os mecanismos de controlo de consumos para tornar a utilização dos pós-pagos mais despreocupada, sendo possível ao cliente controlar em tempo real os consumos efectuados através da consulta de minutos e SMS disponíveis, consulta do valor total da factura e ainda da recepção de alertas por patamares de consumo.



Internet of Things

Da mesma forma que o aparecimento da Internet veio revolucionar por completo as nossas vidas, a *Internet of Things* (IoT) apresenta-se como uma potencial ferramenta para provocar uma nova revolução na forma como encaramos o nosso dia-a-dia. Ao permitir que os objectos do quotidiano sejam inseridos numa rede de comunicação global, funcionando como emissores e receptores de dados que influenciam as acções por eles desenvolvidas, a IoT permite criar um mundo onde, por exemplo, o despertador se encontra em comunicação com a agenda, calculando assim a hora à qual é necessário levantar. Por outro lado, e se durante a manhã for detectada um aumento invulgar do tráfego, a hora de despertar pode ser automaticamente alterada para responder a essa condicionante.

Por sua vez, o aquecimento central de casa é ligado mais cedo (para que seja possível continuar a ter conforto térmico quando se acorda). A IoT permite criar um mundo onde todos os objectos comunicam entre si, aumentando significativamente a qualidade de vida, optimizando o tempo e, quando associado a processos de racionalização de energia, diminuindo o impacte ambiental da actividade diária no ambiente.

Sonae Sierra

Construção do LeiriaShopping com consciência ambiental

O LeiriaShopping abriu portas ao público em Março de 2010, menos de dois anos após o início das obras de construção e remodelação. O novo centro comercial constituiu uma forte revitalização da economia local através da criação de 1.489 postos de trabalho, da contratação de empresas locais e da inclusão de retalhistas e franchisados locais representando cerca de 23% dos lojistas presentes no centro. A arquitectura do centro comercial foi inspirada no património paisagístico e cultural da região de Leiria: as extensões de pinhal, a faixa costeira e o fabrico tradicional de peças em vidro.

A equipa de projecto esforçou-se por conceber e implementar um conjunto de medidas de poupança energética, incluindo sistemas de *free-cooling* e de recuperação de calor, motores eléctricos altamente eficientes, utilização de variadores de frequência, iluminação eficiente e materiais isolantes para minimizar perdas de calor. As medidas implementadas representam uma redução anual do consumo de electricidade em 1.785 kWh, face a soluções convencionais. A poupança anual estimada é de 125 mil euros. O centro comercial foi classificado com classe A de eficiência energética, de acordo com a certificação europeia de desempenho energético de edifícios.

O centro comercial está também equipado com soluções direccionadas para o aumento da eficiência do consumo de água, o aproveitamento das águas pluviais e subterrâneas, a separação de todos os resíduos produzidos e a vigilância, em tempo real, de todos os aspectos ambientais, incluindo a qualidade do ar interior, os níveis de iluminação e a utilização dos serviços de utilidade pública. Um minibus de baixo custo facilita o acesso dos visitantes ao centro comercial.

Melhoria da eficiência energética no Freccia Rossa

O Freccia Rossa, em Itália, foi desenvolvido pela Sonae Sierra e inaugurado em 2008. Apesar da implementação de muitas medidas de eficiência, o consumo de electricidade do centro foi dos mais elevados do portfólio da empresa, situando-se nos 737 kWh por m^2 em 2009.

Em 2010, foi realizada uma auditoria energética ao Freccia Rossa, a qual identificou oportunidades de atingir reduções significativas na utilização de energia. Foram implementadas diversas alterações, incluindo ajustamentos nas definições da Gestão Técnica Centralizada, que incidiram nos sistemas de aquecimento, ventilação, ar condicionado e nos sistemas de iluminação. Em resultado destas medidas, atingiram-se poupanças de energia significativas.

Em 2010, o centro comercial registou um consumo total de electricidade de 5,156 milhões de kWh. Tal permitiu reduzir os custos com a electricidade em 15% e melhorar a eficiência do consumo de electricidade em 18%, passando de 737 kWh por m^2 em 2009 para 607 kWh por m^2 em 2010.



Aumento da eficiência do consumo de água num Centro Comercial de "Risco elevado" em Espanha

Em 2010, a Sonae Sierra aplicou a ferramenta *Global Water Tool* desenvolvida pelo World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) a todos os projectos em desenvolvimento e centros comerciais em operação. Esta ferramenta permite às empresas mapear a sua utilização de água e identificar os riscos respeitantes à sua actividade global, mediante a comparação dos locais onde opera com dados de água e saneamento em função do país e das bacias hidrográficas. O centro comercial com maior risco de escassez de água identificado foi o Plaza Mayor em Espanha. Em 2010, foi implementado um novo plano paisagístico destinado a reduzir o consumo de água nos jardins do Plaza Mayor. Esse plano incluiu a substituição de zonas relvadas por plantas autóctones que requerem um mínimo de água e, simultaneamente, mantêm as características estéticas da paisagem. Na sequência destas melhorias, o Plaza Mayor registou, em 2010, uma eficiência no consumo de água de 3,5 litros por visita, comparativamente ao consumo de 4,8 litros por visita registado em 2009, o que representa uma melhoria de 27%.

Sucesso na cooperação com lojistas contribui para alcançar uma elevada taxa de reciclagem no Loop 5

A experiência mostra que, na gestão dos resíduos dos centros comerciais com o objectivo de aumentar a proporção de resíduos reciclados, é particularmente importante assegurar que os lojistas separam correctamente os resíduos.

Quando o Loop5 foi inaugurado na Alemanha, em Outubro de 2009, o centro comercial implementou um sistema de gestão de resíduos do tipo "pague por peso", em que os resíduos dos lojistas são pesados separadamente por tipo e o custo associado é directamente afectado ao lojista através de um sistema de cartão. Os materiais de embalagem reciclável (plástico, metal, papel plástico e vidro) não acarretam custos. De modo a motivar os lojistas para a reciclagem, os resíduos mistos (não separados) têm um custo superior aos resíduos de papel e cartão, orgânicos e de madeira. Todos os resíduos que não sejam reciclados ou objecto de compostagem são incinerados com recuperação energética. O Loop5 também organizou sessões regulares de formação e entrega de brochuras aos lojistas, explicando o programa e os procedimentos de reciclagem. Foram identificados os lojistas que possuem uma taxa de reciclagem mais baixa e foram realizadas reuniões com eles para promover os benefícios ambientais e económicos de uma correcta separação de resíduos.

Graças a este esquema, o Loop5 conseguiu aumentar a sua taxa de reciclagem, de 48%, em 2009, para 65%, em 2010 (média dos últimos três meses do ano, para permitir uma comparação análoga).

Promover a biodiversidade em Portugal

A biodiversidade europeia está gravemente ameaçada pelas alterações de uso do solo, criando-se uma pressão excessiva sobre o ambiente, poluição, espécies invasoras e alterações climáticas. Em Portugal, a Sonae Sierra tem participado activamente em diversas iniciativas locais para proteger a biodiversidade, incluindo projectos de plantação de árvores, protecção de áreas reflorestadas, assim como actividades de sensibilização e exposições nos centros comerciais.

No contexto do Ano Internacional da Biodiversidade das Nações Unidas, o GuimarãeShopping foi desafiado pelo município de Guimarães para apoiar um projecto de preservação da biodiversidade na cidade, através da instalação de ninhos nas árvores dos parques da cidade. O centro comercial ofereceu 50 caixas para pássaros e 12 ninhos abertos. As caixas para pássaros eram de madeira reutilizada e adaptadas a pássaros como o pardal, o pintassilgo, o rouxinol, o tentilhão e a carriça.

"Gostaríamos de felicitar o compromisso do GuimarãeShopping para com a responsabilidade social e ambiental, tal como ficou demonstrado pela participação do centro nos projectos do município de Guimarães. Esse compromisso permitiu estabelecer uma estreita parceria e cooperação entre o centro comercial e a Câmara Municipal" – Amadeu Portilha – Vereador de Ambiente, Câmara Municipal de Guimarães.



Colaboração com os prestadores de serviços de forma a serem cumpridos os mais altos padrões de segurança e saúde nos projectos em construção

A Sonae Sierra rege-se por padrões excepcionais de Segurança e Saúde (S&S), que são transmitidos em todos os projectos em construção, conforme os seus valores e objectivos corporativos.

Em 2010, notou-se um aumento no número de incidentes em dois dos projectos em construção: a Torre Ocidente, em Portugal e o Le Terrazze, em Itália. Para perceber a origem destes incidentes, as equipas de gestão de projectos organizaram *workshops* de S&S com os representantes de topo dos principais prestadores de serviços.

Estes *workshops* foram uma oportunidade para apresentar os objectivos e desempenho de S&S da Sonae Sierra aos representantes de topo dos prestadores de serviços e de ouvir as suas perspectivas sobre os procedimentos, assim como reforçar o compromisso dos prestadores de serviços para com a excelência em S&S. Em resultado, foram identificadas novas medidas para melhorar a gestão de S&S nos projectos em construção, incluindo:

- O planeamento da participação dos empreiteiros nas visitas às obras no âmbito do Índice de Práticas Seguras (SPI);
- A clarificação da responsabilidade dos encarregados dos empreiteiros na gestão do trabalho das suas equipas;
- O estabelecimento de níveis mínimos para a rotação dos técnicos de S&S dos empreiteiros durante os projectos em construção;
- A promoção de uma maior coordenação entre os técnicos de S&S e as equipas de construção, garantindo assim que as tarefas da construção são planeadas antecipadamente e adequadamente executadas.

Apoio aos lojistas, em tempos desafiantes, através da redução de custos

Ser um proprietário flexível e pró-activo, no contexto das condições económicas adversas, foi a opção mais importante da Sonae Sierra que prevaleceu ao longo de 2009. Um dos mercados particularmente afectados foi Espanha, onde foram feitos esforços para reduzir os custos dos lojistas por meio de medidas de eficiência operacional. No Parque Principado reduziu-se o orçamento de funcionamento do centro comercial em 11% em comparação com o ano anterior e manteve-se esta redução até 2010. Isto foi conseguido através de uma série de medidas, incluindo:

- Redução da iluminação dentro do centro comercial, frentes de loja e do parque de estacionamento durante determinados períodos, resultando na economia de mais de 12 mil euros por ano;
- Redução de despesas administrativas, poupando mais de 48 mil euros por ano;
- Optimização de serviços de limpeza e segurança, com economia de mais de 90 mil euros por ano.

O *feedback* positivo recebido dos lojistas, reconheceu que o centro comercial teve que tomar decisões difíceis a fim de alcançar a redução de custos necessária para ajudá-los a superar estes momentos difíceis.



Community Day: Fazer a diferença na comunidade local

O Dia da Comunidade é uma iniciativa de voluntariado realizado em toda a empresa que é realizada uma vez por ano. Cada país onde a Sonae Sierra opera, na Europa e no Brasil, é livre para escolher o tipo de actividades. Em 2010, um total de 498 colaboradores dos centros comerciais e escritórios da Sonae Sierra participaram no Dia da Comunidade, gastando mais de 2.500 horas do seu tempo.

Na Europa, os colaboradores da Sonae Sierra apoiaram crianças e adultos carenciados através de uma série de actividades diferentes. Por exemplo, os colaboradores do GuimarãeShopping, em Portugal, renovaram a sala de estudo da Associação Apoio à Criança e equiparam-na com mobiliário e equipamento doados por lojistas do centro comercial. Em Espanha, 29 colaboradores dos escritórios de Madrid, Luz del Tajo e Plaza Éboli dedicaram uma manhã às crianças autistas.

As actividades para pessoas desfavorecidas ou com deficiência incluíram a criação de espaços verdes em três centros de idosos, em Espanha e na Roménia, a remodelação de uma biblioteca local, em Portugal, e a doação de roupas e alimentos, na Grécia e em Espanha.

No Brasil, optou-se por promover a higiene oral em diferentes organizações educacionais para crianças com deficiência ou provenientes de famílias economicamente desfavorecidas. No total, os colaboradores de dez centros comerciais e do escritório central patrocinaram mais de 150 visitas a orfanatos, creches, associações, escolas e centros comunitários para promover a sensibilização para a higiene oral, realizadas através de actividades educativas para crianças de 3-4 anos, envolvendo vídeos, palestras, jogos, almoços, actividades de teatro e desenho.

Dia da Família

Em Dezembro de 2010, os escritórios da Sonae Sierra na Europa comemoraram o Natal nos escritórios centrais e nos centros comerciais, dando lugar ao Dia da Família. Os filhos dos colaboradores, entre os 5 e os 13 anos, foram convidados a passar um dia no escritório com os pais.

O objectivo do dia foi o de informar as crianças sobre a vida profissional dos pais, ensinando as suas actividades profissionais de uma maneira divertida. As crianças participaram numa série de actividades, incluindo passeios nos locais de trabalho, uma visita à gruta do Pai Natal, realização de decorações de Natal, pinturas faciais, oficinas de reciclagem, leitura de histórias, música, cinema e dança.

Um total de 112 pais e 163 crianças participaram no Dia da Família em 23 unidades Sonae Sierra na Europa. Foi realizado um levantamento junto dos colaboradores para obter os seus comentários e foram obtidas respostas muito positivas: 97% relataram que os filhos gostaram do Dia da Família e 100%, afirmaram que eles gostariam que a iniciativa fosse repetida. Em geral, os colaboradores sentiram que o Dia da Família promoveu o seu envolvimento com a Sonae Sierra.

ACÇÕES COM A COMUNIDADE – RESULTADOS OBTIDOS

Área	Projecto	Objectivo	Resultados em 2010
Continente			
Saúde	**Missão Sorriso** 	O valor angariado através da venda de livros, CD's e jogos com a marca deste projecto são convertidos em materiais médicos, lúdicos ou de apoio aos serviços de pediatria e neonatologia dos hospitais que contam com o apoio da Missão Sorriso.	Oferta de 500 mil euros em equipamentos e materiais às pediatrias de 11 hospitais.
Ambiente	**Hipernatura** 	Com o envolvimento das Autarquias e com o apoio da Quercus, são seleccionados alguns espaços verdes existentes na área de influência dos hipermercados Continente, com o objectivo de os requalificar enquanto espaços lúdicos e de incentivar à adopção de um estilo de vida mais saudável.	Foram investidos cerca de 122 mil euros na reconversão de 10 espaços.
Modelo			
Social	**Causa Maior** 	Este projecto tem como objectivo combater a exclusão social dos séniores, promovendo a sua inserção na sociedade e contribuindo para um envelhecimento activo. Por cada livro "Popota Show" vendido (custo de 2€), 1€ reverteu para esta causa.	Foram angariados cerca de 393 mil euros atribuídos à Cruz Vermelha Portuguesa, parceiro para esta causa.
Ambiente, Saúde e Social	**Parques Modelo** 	De forma a motivar as populações locais para a prática de exercício físico regular e actividades em família ao ar livre, são desenvolvidos parques, compostos por área de jardim, parque sénior e parque infantil, nas localidades onde existem lojas Modelo.	Foram implementados 5 Parques Modelo, num investimento de cerca de 144 mil euros.

Área	Projecto	Objectivo	Resultados em 2010
Modelo			
Ambiente e Educação	**Pilhas de Livros** 	Esta iniciativa pretende sensibilizar para a reciclagem de pilhas e simultaneamente fomentar hábitos de leitura, através da oferta de livros a escolas.	Foram oferecidos livros no valor de 128 mil euros às 128 escolas contempladas.
Modalfa			
Social	**Crescer Seguro** 	Angariação de fundos através da venda de 180.000 cachecóis com o objectivo de apoiar causas que contribuam para a melhoria das condições de vida das famílias. O Projecto Crescer Seguro foi desenvolvido em parceria com a RTP e implementado com a APAV e a Ajuda de Berço.	Do valor doado, a APAV recebeu 210 mil euros e a Ajuda de Berço foi apoiada com 150 mil euros.
Sport Zone			
Desporto	**Corridas Sport Zone** 	Organização da Meia Maratona Sport Zone, Corrida do Dia do Pai e Corrida da Mulher.	As 3 corridas angariaram cerca de 31 mil euros e contaram com a participação de 43.000 pessoas.
	Eventos Sport Zone 	Promoção do desporto juvenil através da organização de eventos como Kid's Cup, Street Basket Deeply, Circuito Nacional de Surf Esperanças, Projecto Gira Volei e Taça de Portugal XCM.	Nestes eventos participaram 21.700 pessoas e foi investido um total de 260 mil euros.
	Patrocínios 	Patrocínios a diversas federações desportivas e associações, nomeadamente: Comité Olímpico Português, Comité Paraolímpico Português, Federação Portuguesa de Desporto para Deficientes, Federação Portuguesa de Ginástica, Federação Portuguesa de Canoagem, Federação Portuguesa de Surf.	Os patrocínios totalizaram 120 mil euros.

Área	Projecto	Objectivo	Resultados em 2010
Worten			
Ambiente e Social	**Equipa Worten Equipa** 	O projecto Equipa Worten Equipa oferece, por cada tonelada de Resíduos de Equipamentos Eléctricos e Electrónicos (REEE) recolhida, 50 euros em equipamentos novos às organizações do 3º sector das localidades onde existem lojas da marca. Para quem quer ajudar mas não possui um velho equipamento, a Worten disponibiliza para venda (1 euro) ímanes Equipa Worten Equipa, cujo valor reverte, na sua totalidade, para este projecto.	Em 2010, o número de toneladas recolhidas aumentou para 4.770 toneladas, ajudando, só na primeira fase de entregas, 124 instituições, tendo sido doados 1.377 equipamentos novos. No total a Worten investiu 240 mil euros no projecto.
Social	**Arredonda** 	Através do arredondamento do preço dos artigos que os clientes compram nas lojas Worten, o projecto Arredonda apoiou a Ajuda de Berço. Além de 1 milhão de arredondamentos em loja, este ano foi possível ajudar também através do Facebook. Só nesta plataforma foram angariados 21.562 mil euros.	Angariado um total de 486 mil euros a favor da instituição.
Zippy			
Saúde	**Zippy Sunny Watch** 	Em parceria com o Hospital de São João e a RTP, a Zippy promoveu nos meses de Verão uma campanha de prevenção solar especial para crianças.	Foram atribuídos 9,7 mil euros ao Joãozinho, Hospital Pediátrico de São João.
Educação	**Sabias que...**	A Zippy sensibiliza as famílias para a segurança infantil, através de conselhos práticos que passaram no programa "Sabias que..." na RTP, durante os meses de Verão.	Programa de TV exibido na RTP.
Sonae RP			
Saúde	**Associação Sol** 	Os donativos visam melhorar as condições da actual Casa Sol e a construção de uma nova Casa Sol para receber as crianças apoiadas por esta associação, que tem como missão o apoio a crianças infectadas e afectadas pelo vírus da SIDA.	Foram doados 21,5 mil euros, para apoio a esta causa.