



ALDI Nord
PROGRAMAS CR 2022





NUESTROS OBJETIVOS: CLAROS Y CUANTIFICABLES

Los Programas CR enlazan los objetivos y las acciones empresariales con los principios de nuestra estrategia de sostenibilidad. En nuestra Memoria de Sostenibilidad repasamos el cumplimiento de los objetivos e informamos de los avances realizados.

La Memoria está estructurada de manera que nos permite informar de los temas que son más importantes para nosotros y nuestros grupos de interés en cada momento. Dentro de nuestros Programas CR, nos hemos fijado objetivos claros y SMART en todas las áreas, incluidos los temas centrales.

Nuestro propósito es que todos los objetivos cumplan con los requisitos internos en la próxima Memoria de sostenibilidad 2023. ALDI Dinamarca no tiene un programa nacional de CR y, en este caso, únicamente le aplica el programa internacional de CR.

Los objetivos alcanzados en el anterior programa de CR no se vuelven a enumerar, mientras que las demás supresiones se muestran de forma transparente.

PROGRAMA CR 2022 – INTERNACIONAL

CLIENTE Y PRODUCTO

	Descripción de los objetivos y alcance	Estado en 2022 y siguientes pasos	ODS
20% menos de plástico virgen en los envases de marca propia para 2025	Reducción del peso total de los envases de plástico virgen de marca propia en ALDI Nord (excluyendo frutas y verduras) en un 20%, proporcional a las ventas, para finales de 2025 (año base 2020).	2025 Proyecto en curso. Comparado con 2020, a finales de 2022 ya se ha usado un 11% menos de plástico virgen.	12.2 12.5
30% de material reciclado en los envases de plástico de marca propia para 2025	30% de material reciclado en los envases de plástico de marca propia para 2025 (como mínimo y en promedio).	2025 Proyecto en curso. A finales de 2022, un 15% de material reciclado en los envases de plástico de marca propia.	12.2 12.5
Materiales 100% reciclados y/o con certificado de sostenibilidad para todos los envases para finales de 2020	Conversión de todos los envases de producto de nueva compra a materiales con certificación de sostenibilidad (FSC®, PEFC™, EU Ecolabel o estándares comparables) o a materiales con al menos un 70% de contenido reciclado -según disponibilidad- para finales de 2020. El requisito se aplica a todos los productos de marca propia dentro del surtido fijo, temporal y especiales de alimentación.	2020 Objetivo eliminado debido a que ha pasado a ser un requisito obligatorio para todos los envases de papel y cartón.	12.2 15.2 15.5
100% de envases reutilizables, reciclables o compostables para finales de 2025	100% de envases de marca propia que sean reutilizables, reciclables o compostables para finales de 2025.	2025 Proyecto en curso. A finales de 2022, tenemos un 67% de envases reutilizables, reciclables o compostables en los productos de marca propia.	12.2 12.5

Leyenda

- Nuevo
- Proceso en curso
- Objetivo cumplido
- Continuo
- Objetivo en revisión
- Objetivo eliminado



PROGRAMA CR 2022 – INTERNACIONAL (CONTINUÍA)

CLIENTE Y PRODUCTO

	Descripción de los objetivos y alcance		Estado en 2022 y siguientes pasos	ODSs
15% menos de envases para finales de 2025	Reducción de un 15% el peso total del material de envasado de las marcas propias (excluyendo frutas y verduras) de ALDI Nord, proporcional a las ventas, para finales de 2025 (año base 2020).		2025 Proyecto en curso. Comparado con 2020, hemos logrado la utilización de un 14% menos de packaging.	12.2 12.5
Mallas reutilizables para frutas y verduras	Introducción de mallas reutilizables para frutas y verduras en todas las tiendas ALDI.		X Objetivo eliminado. Debido a razones técnicas, el periodo de implementación no puede definirse.	12.2 12.5
Supresión de la bolsa de plástico desechable (p. ej. bolsa de lazo = "Schlaufentragetasche" con hasta 60µ) para todo el grupo de empresas ALDI Nord a finales del primer trimestre de 2024* a más tardar	Supresión de bolsas de un único uso en la caja (por ejemplo las bolsas de asas, a excepción bolsas de nudos para la fruta y verdura). Alcance: bolsas con < 60µ.		2024 Proyecto en curso. Adaptación del año. A finales de 2021, se estaba a punto de conseguir el objetivo. Desde entonces, ha habido problemas en la cadena de suministro y esta bolsa se ha tenido que reintroducir.	12.2 12.5
100% de frutas y verduras ecológicas sin envasar o con alternativas de envasado sostenible para finales de 2023	El 100% de nuestros productos ecológicos (frutas y verduras ecológicas) estarán sin envasar o utilizarán envases sostenibles en todas las empresas de ALDI para finales de 2023. El uso de plástico se reducirá al mínimo, es decir, el envasado solo se utilizará en la medida necesaria para garantizar la calidad y la seguridad del producto y su manipulación.		2023 Proyecto en curso. No ha habido cambios significativos respecto el status de 2021 debido a las diferentes casuísticas sufridas en la cadena de suministro de materias primas y de envases sostenibles.	12.2 12.5
Incremento de los artículos no envasados en la categoría de frutas y verduras hasta al menos el 40% para finales de 2025	Al menos el 40% de frutas y verduras estarán sin envasar en todas las tiendas ALDI para finales de 2025. En los productos que requieran ser envasados, sólo se utilizarán envases sostenibles y respetuosos con el medio ambiente.		2025 Proyecto en curso. ALDI Portugal ha casi alcanzado el 50% de artículos sin envasar en la categoría de frutas y verduras. En ALDI Polonia, el 71% de frutas y el 75% de verduras también se venden sin empaquetar.	12.2 12.5
Optimizar** la composición del 100% de productos alimentarios de marca propia destinados a público infantil para finales de 2025*	Cumplir con los estándares de marca propia de ALDI en el surtido de productos alimentarios para público infantil definido por ALDI Nord.		2025 Proyecto en curso. La implementación se está llevando a cabo en todos los países del grupo.	

* Año objetivo adaptado.

** La optimización es llevada a cabo por el modelo de nutrición WHO.

Leyenda

Nuevo Proceso en curso Objetivo cumplido Continuo Objetivo en revisión Objetivo eliminado



PROGRAMA CR 2022 – INTERNACIONAL (CONTINUÍA)

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2022 y siguientes pasos

ODSs

CLIENTE Y PRODUCTO

Evitar el marketing dirigido al público infantil de productos no saludables y apostar por la promoción de productos más saludables en nuestros folletos, páginas web y canales de redes sociales para finales de 2023*

Evitar el marketing de productos (incluyendo fruta y verdura) para público infantil que no promocióne una vida saludable** en todas las empresas del grupo para finales de 2023. Quedan como excepciones ofertas especiales como la temporada de navidad.



Proyecto en curso. La implementación se está llevando a cabo en todos los países del grupo.



2.2

Evitar publicidad en el producto que no promocióne una vida saludable para el surtido de marca propia destinado a público infantil para finales de 2025*

Evitar la publicidad en el producto (incluyendo fruta y verdura) que no promocióne una vida saludable** para el surtido de marca propia destinado a público infantil en todas las empresas del grupo para finales de 2025*. Quedan como excepciones ofertas especiales como la temporada de navidad.



Proyecto en curso. La implementación se está llevando a cabo en todos los países del grupo.



2.2

Etiquetado específico para productos de marca propia destinados al público infantil aplicado a más tardar a finales de 2025*

Etiquetado y orientación clara para productos infantiles de marca propia para finales de 2025.



Proyecto en curso.

Cooperación con al menos un socio en el ámbito nacional o internacional en el surtido de productos infantiles para finales de 2021

Cooperación con proveedores, organizaciones y expertos para mejorar el actual surtido de productos infantiles y para trabajar en innovaciones para todas las empresas de ALDI para finales de 2021.



Objetivo eliminado. Debido a decisiones y discusiones internas, se ha decidido focalizarnos en la optimización de productos y restricciones de marketing.



17.6

Mejora de la composición nutricional en el 100% de las categorías definidas para finales de 2022

Mejora de productos mediante la optimización de la composición nutricional (p.ej. reducción del contenido en sal, azúcar o grasas o incremento de la fibra) y oferta de un surtido de productos fiables para clientes con necesidades dietéticas especiales en las categorías de productos del desayuno, lácteos, alimentos preparados, congelados y bebidas no alcohólicas en todas las empresas de ALDI para finales de 2022.



Objetivo eliminado. Debido a la reorganización interna, el objetivo ha sido suprimido. De todos modos, las primeras optimizaciones ya han sido realizadas y se hará un seguimiento interno de ellas.



2.2

Registro del 100% de las marcas propias de ALDI a finales de 2024 para el etiquetado Nutri-Score

Todos los productos de alimentación de marca propia. Fuera de alcance: excepciones justificadas definidas internamente. La definición de las excepciones se basa en las expectativas del cliente, entre otros.



Implementación en proceso en todos los países.



2.2

12.8

Mejora del etiquetado y la comunicación de los valores sostenibles añadidos

Mejora del etiquetado y la comunicación de los valores sostenibles añadidos (por ejemplo, bienestar animal, productos veganos, producción ecológica, mejora del etiquetado nutricional y proyectos sociales) en todas las empresas de ALDI.



Objetivo eliminado. Dichas mejoras de etiquetado y comunicación sostenible han sido integradas dentro de nuestros requisitos y especificaciones de cada categoría. Se llevarán a cabo más medidas de seguimiento para mejorar el etiquetado y el valor añadido sostenible para cada tema.



12.8

Ampliación del surtido de productos ecológicos

Identificación de lagunas en el surtido ecológico de cada país de ALDI y por cada grupo de productos, e introducción de los productos que faltan en el surtido.



Objetivo en revisión. El objetivo está siendo revisado debido al actual realineamiento de nuestra estrategia.

* Año objetivo adaptado.

** Productos que no cumplen el modelo de perfil nutricional de la OMS (WHO).

Leyenda

■ Nuevo ■ Proceso en curso ■ Objetivo cumplido ∞ Continuo C Objetivo en revisión X Objetivo eliminado



PROGRAMA CR 2022 – INTERNACIONAL (CONTINUÍA)

CLIENTE Y PRODUCTO

Descripción de los objetivos y alcance	Estado en 2022 y siguientes pasos	ODS
<p>Ampliación del surtido de productos vegetarianos y veganos</p> <p>Ampliación del surtido de productos vegetarianos y veganos, incluyendo certificaciones (p.ej. V-label) en todas las empresas de ALDI.</p>		
<p>Integrar al 100% de las tiendas en una asociación para reducir el desperdicio de alimentos a finales de 2021*</p> <p>Integrar al 100% de todas las tiendas ALDI en cooperaciones (con, por ejemplo, Tafel o Too Good To Go) para reducir el desperdicio alimentario para 2021. El objetivo es, que lo más pronto posible, todas las tiendas del grupo trabajen regularmente** con entidades para prevenir el desperdicio alimentario.</p>	2024	
<p>Desarrollo de surtidos de productos regionales en cada país de ALDI para finales de 2021</p> <p>Desarrollo del surtido de productos regionales en cada país de ALDI para finales de 2021. Alcance: frutas y verduras, productos lácteos, carne y pescado frescos.</p>	2021	
<p>Para finales de 2024, ofrecer el 100% de productos vegetarianos y veganos a base de soja que son alternativos a lácteos, carne, pescado y huevos (etiquetados con V-label/Green Heart) con soja certificada y/o europea</p> <p>Los productos a base de soja son aquellos donde la soja es un ingrediente principal y/o destacado. La proteína de soja texturizada (TSP) también está incluida en el alcance. Las certificaciones y estándares aceptados son RTRS, Pro Terra, ISCC+, SFAP Non-Conversions, CRS, BFA, Danube/Europe Soy, Cargill Triple S, ADM Responsible Soy Standard, Bunge Pro S.</p>	2024	
<p>Compensación de todas las emisiones de CO₂eq para alternativas veganas de carne, pescado y lácteos compradas internacionalmente (con V-label) en ALDI Nord hasta 2023</p> <p>Alternativas veganas de carne, de pescado y de lácteos etiquetadas con V-label adquiridas por Internacional Buying. El alcance también incluye variedades vegetarianas si forman parte de una caja mixta en las que se ofrecen productos veganos.</p>	2023	

* Se revisará para su comunicación en 2024.

** Regularmente significa poder redistribuir los productos alimentarios siempre que sea posible.

Legenda

Nuevo
 Proceso en curso
 Objetivo cumplido
 Continuo
 Objetivo en revisión
 Objetivo eliminado



PROGRAMA CR 2022 – INTERNACIONAL (CONTINUÍA)

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

	Descripción de los objetivos y alcance		Estado en 2022 y siguientes pasos	ODSs	
100% de plantas y flores certificadas	Seguimiento continuo de la proporción de plantas y flores sostenibles certificadas (p.ej. GLOBALG.A.P. en combinación con GRASP o estándares equivalentes) en todas las empresas de ALDI.		Proyecto en curso. Próximamente nos centraremos en armonizar el enfoque de seguimiento en todos los países para obtener datos más fiables. Esto permitirá una declaración clara sobre el estado del objetivo.		12.2
Evaluación social del 100% de los productores de frutas y hortalizas*	Controlar continuamente la cuota de frutas y hortalizas sostenibles certificadas (p. ej. GLOBALG.A.P. en combinación con GRASP o normas alternativas) en todas las empresas de ALDI.		Proyecto en curso. La certificación de frutas y hortalizas es un requisito interno para nuestros proveedores de países de riesgo medio y alto. Aceptamos, por ejemplo, GRASP, Rainforest Alliance y Fairtrade, por lo que suponemos que ya estamos al 100%. Los próximos pasos se centran en el seguimiento y la verificación del requisito. Para ello, reforzaremos el sistema de seguimiento a finales de 2024.		
Ampliación de los criterios sobre el bienestar animal	Ampliación continua de los sistemas de auditoría y certificación, así como de estándares propios en todas las empresas de ALDI, que van más allá de los requisitos legales e incluyen aspectos sobre el bienestar animal.		Objetivo eliminado. Resulta difícil comparar el bienestar de los animales a escala internacional.		
100% de algodón sostenible certificado para finales de 2025	Uso de algodón sostenible (p. ej. GOTS, OCS 100/blended, Fairtrade, algodón reciclado, BCI o CmiA) para todas las prendas de vestir y textiles para el hogar en todas las empresas de ALDI en 2025.		Proyecto en curso. Alcanzamos el 90,6% de algodón sostenible certificado a finales de 2022. Un aumento del 8,6 puntos porcentuales respecto al año anterior.		12.2
Mayor implementación de las Evaluaciones de Proveedores en materia de Responsabilidad Corporativa (CRSE)	Implantación de Evaluaciones de Responsabilidad Corporativa de Proveedores (Corporate Responsibility Supplier Evaluation, CRSE) en todas las cadenas de suministro de alto riesgo para 2027.		Objetivo en revisión. Basándose en el (próximo) Análisis de Riesgos en la Cadena de Suministro de ALDI, la decisión de un mayor despliegue de CRSE a otras cadenas de suministro se finalizará en 2023.		8.8
Compromiso de eliminar la deforestación y la conversión de ecosistemas naturales de nuestras cadenas de suministro de alta prioridad antes del 31 de diciembre de 2030	Para las diez cadenas de suministro relacionadas con la deforestación: Aceite de palma, soja, cacao, café, madera, envases con base de madera, plátano, carne de vacuno, coco, caña de azúcar.**		Proyecto en curso. La carne de vacuno procedente de Brasil ha sido excluida de nuestras cadenas de suministro para 2023. Próximo paso: Caña de azúcar y coco. La próxima legislación de la UE sobre deforestación no cubre estas cadenas de suministro.		6.6
Para finales de 2022, compromiso de publicar nombres y direcciones de los proveedores de primer nivel de nuestras cadenas de suministro de alimentos de alto riesgo	Se ven afectados los proveedores de primer nivel de nuestras cadenas de suministro de alimentos de alto riesgo activas en 2021.		Objetivo conseguido. La lista, que se actualiza continuamente, puede consultarse aquí .		

* Se ha eliminado el plazo de "finales de 2023", ya que este objetivo debería alcanzarse ya y la tarea principal es la verificación en curso.
 ** Ampliación del alcance del objetivo.



PROGRAMA CR 2022 – INTERNACIONAL (CONTINUÍA)

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2022 y siguientes pasos

ODS

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

CLIMA Y MEDIOAMBIENTE

Identificar los impactos sobre los derechos humanos y publicar información transparente de acuerdo con nuestra estrategia de diligencia debida

Nuestro objetivo es realizar y publicar hasta 12 Evaluaciones de Impacto sobre los Derechos Humanos (Human Rights Impact Assessment, HRIAs) para finales de 2025, al menos una por cada cadena de suministro de alto riesgo.



Proyecto en curso. Ya hemos realizado 3 HRIAs. Estas HRIAs incluyen información sobre las siguientes cadenas de suministro: pescado y marisco, té de Assam (India) y cítricos de Murcia y Valencia (España). Continuaremos con nuevas HRIAs en 2023.



8.8

Establecer mecanismos de reclamación que cumplan los requisitos de UNGPs en nuestras cadenas de suministro prioritarias para 2025

Nuestro objetivo es alcanzar la cobertura en los niveles seleccionados identificados en nuestro análisis de riesgos de sostenibilidad para 2025.



Proyecto en curso. Actualmente estamos trabajando con otras partes interesadas para establecer y reforzar mecanismos de reclamación. Este compromiso incluye la participación en el programa Speak for Change de Amfori y en los mecanismos de reclamación de otras iniciativas. También estamos evaluando otras iniciativas, proyectos piloto y herramientas para ampliar la cobertura. Nuestras conclusiones iniciales e información adicional pueden consultarse [aquí](#), en el apartado "4. Mecanismo de reclamación".



8.8

100% de transparencia en todos los productos químicos utilizados en todas las instalaciones de producción por vía húmeda usadas en la producción para ALDI para 2024

El objetivo cubre todas las instalaciones de producción por vía húmeda en países de riesgo utilizadas para la producción de textiles y calzado ALDI.



Proyecto en curso. Se está formando y familiarizando a los empleados de las instalaciones de producción por vía húmeda con los nuevos procesos para que puedan informar correctamente de los productos químicos introducidos.



3.9
6.3
12.4

Reducción del 55 % de las emisiones de gases de efecto invernadero para finales de 2030 (año base 2020)

Reducción del 55% de las emisiones de gases de efecto invernadero (Alcance 1 y 2) en todas las empresas de ALDI para finales de 2030, en comparación con el año de referencia 2020 (objetivo basado en la ciencia).



Proyecto en curso. Reducción del 23,2% de las emisiones de gases de efecto invernadero en 2022, en comparación con el año de referencia 2020. Los esfuerzos se centraron en aumentar la eficiencia y las fuentes de energía renovables.



7.2
13.3

ALDI Nord promueve que los proveedores responsables del 75% de emisiones de bienes y servicios comprados se comprometan a fijarse objetivos de reducción con base científica para 2024

Comprometer a nuestros proveedores que representen al menos el 75% de las emisiones de bienes y servicios adquiridos (Alcance 3) a establecer sus propios objetivos de reducción basados en la ciencia para 2024.



Proyecto en curso. En 2022 alcanzamos el 34% del objetivo.

Aumento de la proporción de tiendas equipadas con sistemas fotovoltaicos a través de la continua expansión

Todas las nuevas tiendas estarán equipadas con paneles fotovoltaicos. Se instalarán sistemas en todas las tiendas donde sea técnicamente posible y económicamente factible.



Proyecto en curso. Casi todas las tiendas nuevas se han equipado con sistemas fotovoltaicos (en Alemania, 80 tiendas en 2022). El siguiente paso es seguir equipando nuevos edificios con sistemas fotovoltaicos.



7.2
9.4

Instalar al menos 500 estaciones de carga rápida para vehículos eléctricos en nuestras tiendas para finales de 2024

Instalar al menos 500 estaciones de carga rápida (entre 50 y 150 kW) para vehículos eléctricos en nuestras tiendas para finales de 2024; equipar todas las tiendas donde sea técnicamente viable y económico.



Nuevo objetivo. El proyecto se pondrá en marcha en 2023.



7.3

* Una Evaluación de Impacto sobre los Derechos Humanos (Human Rights Impact Assessments, HRIA) es un proceso para comprender e identificar sistemáticamente cómo las actividades específicas de la cadena de suministro afectan potencialmente a los derechos humanos internacionalmente reconocidos. Proporciona información sobre los principales riesgos para los derechos humanos y sus causas fundamentales, e incluye la perspectiva de los titulares de derechos pertinentes.

Legenda

- Nuevo
- Proceso en curso
- Objetivo cumplido
- ∞ Continuo
- Objetivo en revisión
- Objetivo eliminado



ALDI BÉLGICA Y ALDI LUXEMBURGO

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2022 y siguientes pasos

ODS

CLIENTE Y PRODUCTO

El 50% de los envases de PET para bebidas fabricados con material reciclado en 2024

A finales de 2021, el 25% de nuestros envases de PET para bebidas estaban hechos de PET reciclado. A finales de 2024 será del 50%.



Proyecto en curso. Promedio del 20% de rPET (PCR) o del 23% de rPET (PCR y PIR) en botellas de PET para bebidas.



12.2
12.5

Implantación de la bolsa reutilizable para frutas y verduras en todas las tiendas de Bélgica y Luxemburgo en 2023

Bolsa reutilizable para frutas y verduras.



Objetivo conseguido. La bolsa reutilizable se introdujo en abril de 2023.



12.2
12.5

Implantación de la bolsa reutilizable para pan y bollería en todas las tiendas de Bélgica y Luxemburgo en 2022

Bolsa reutilizable para productos de panadería.



Objetivo conseguido. La bolsa reutilizable se introdujo en abril de 2023.



12.2
12.5

Etiquetar 1.000 productos de marca propia con la etiqueta nutricional Nutri-score en Bélgica y Luxemburgo en 2022

Productos de marca propia en el surtido.



Objetivo conseguido. 1.128 productos etiquetados con Nutri-score a finales de 2022.



2.2
12.8

A finales de 2022, el 100% de nuestros productos cárnicos deberán tener el Código de Transparencia ALDI (ATC)

Etiquetado de todos los productos de marca propia que contengan al menos un 5% de carne con el código ATC (carne fresca, carne en conserva, productos cárnicos refrigerados y congelados, y platos preparados).



Proyecto en curso. El 94,4% de nuestros productos cárnicos estaban etiquetados con el Código de Transparencia de ALDI a finales de 2022. Esto supone un aumento del 5% en comparación con el año anterior.

CLIMA Y MEDIO AMBIENTE

Aumento del 23% del total de tienda de Bélgica y Luxemburgo que colaboran con fundaciones benéficas o bancos de alimentos y realizan donaciones semanales de alimentos para finales de 2023 (finales de 2022: 297 tiendas (67%) - 366 tiendas (80%) previstas en 2023)

Tiendas de Bélgica y Luxemburgo.



Nuevo objetivo. 297 tiendas (67%) colaboran con fundaciones benéficas o bancos de alimentos y realizan donaciones semanales de alimentos a finales de 2022.



12.3
17.6

Aumento del 35% del número de tiendas con paneles solares a finales de 2022 (año base 2021)

Aumentar la proporción de tiendas ALDI equipadas con sistemas fotovoltaicos mediante una expansión continua.



Objetivo no conseguido. Tenemos 127 tiendas con paneles solares (111 en 2021), un aumento del 14%.



7.3
9.4

Aumento del 10% de las tiendas con tecnología de recuperación de calor para finales de 2022 (2021: 141 tiendas - unas 15 previstas en 2022)

Introducción de la tecnología de recuperación de calor en más tiendas, lo que lleva a la eliminación del gas natural para calefacción, reduciendo las emisiones de CO₂.



Objetivo conseguido. Tenemos 164 tiendas con recuperación de calor (141 en 2021), lo que supone un aumento del 16%.



7.3
9.5

Aumento del 45% de tiendas con tecnología de refrigeración por CO₂ para finales de 2022. (2021: 44 tiendas - unas 20 previstas en 2022)

Introducción de la tecnología de refrigeración por CO₂ en más tiendas, lo que supone la eliminación de los refrigerantes sintéticos y su sustitución por refrigerantes naturales, reduciendo las emisiones de CO₂.



Objetivo conseguido. Tenemos 67 tiendas con tecnología de refrigeración por CO₂ (44 en 2021), lo que supone un aumento del 52%.



7.3
9.6

Instalación de 130 puntos de recarga eléctrica para vehículos en los centros de distribución y la sede en Bélgica en 2022

Introducción de estaciones de carga eléctrica, lo que conduce a un mayor uso de vehículos eléctricos, reduciendo las emisiones de CO₂.



Objetivo conseguido. Hemos instalado 130 puntos de recarga eléctrica.



7.3

Legenda

■ Nuevo ■ Proceso en curso ■ Objetivo cumplido ∞ Continuo 🔄 Objetivo en revisión ✖ Objetivo eliminado




















ALDI FRANCIA

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2022 y siguientes pasos

ODS

	Descripción de los objetivos y alcance	Estado en 2022 y siguientes pasos	ODS
CLIENTE Y PRODUCTO	96%* de transparencia y trazabilidad de los productos que contienen carne para finales de 2023**	Etiquetado de todos los productos de marca propia que contengan al menos un 5% de carne con el código ATC.  2023	Proyecto en curso. El 93,2% de nuestros productos cárnicos estaban etiquetados con el Código de Transparencia de ALDI a finales de 2022. Un aumento del 17,2% en comparación con el año anterior.  12.2 12.5
	100% manzanas y peras certificadas BEE FRIENDLY para finales de 2021	100% manzanas y peras certificadas BEE FRIENDLY para finales de 2021.  X 2021	Objetivo eliminado. Debido al fin de nuestra asociación con BEE FRIENDLY, que fue sustituida por un nuevo objetivo para certificar más biodiversidad a nivel de producto.  15.5
	100% VERGERS ECORESPONSABLES para manzanas / peras / albaricoques / melocotones / nectarinas certificadas procedentes de Francia para finales de 2023	Para las frutas originarias de Francia, la certificación VERGERS ECORESPONSABLES significa, entre otras cosas, preservación de la biodiversidad, biocontrol y gestión sostenible del agua. Para más información, consulte https://www.vergers-ecoresponsables.fr/en/the-approach .  2023	Nuevo objetivo. Estado a principios de 2023: Manzanas procedentes de Francia certificadas 100% VERGERS ECORESPONSABLES. Próximas etapas: A finales de 2023, incorporación de albaricoques, melocotones, nectarinas y peras originarios de Francia certificados VERGERS ECORESPONSABLES.  15.5
CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS	100% de los productos de marca propia etiquetados con etiquetado Nutri-Score para finales de 2023	Etiquetado de todos los alimentos de marca propia con el Nutri-Score para finales de 2023.  2023	Proyecto en curso. 91,3% de los productos etiquetados con Nutri-Score a finales de 2022.  2.2  12.8
	70%*** de productos de pescado y marisco sostenibles certificados para finales de 2026**	El 70% de los productos pesqueros y el marisco sostenibles pueden considerarse sostenibles si están certificados o FIP/ AIP y si están disponibles en el mercado (etiquetados).  2026	Proyecto en curso. Alcanzamos el 57,5% de productos de pescado y marisco sostenibles certificados a finales de 2022.  14.4  12.2
	100% de huevos con cáscara y huevos como ingrediente procedentes de gallinas no enjauladas para finales de 2025**	Todos los artículos de ALDI que contienen como mínimo un 1% de huevos.  2025	Objetivo parcialmente conseguido. El 98,1% de nuestros artículos que contienen huevo utilizan huevos de gallinas no enjauladas, y ofrecemos el 100% de huevos con cáscara de gallinas no enjauladas.
	En 2026, todos nuestros productos de marca propia relevantes deben cumplir con los criterios del Compromiso Europeo del Pollo	En 2026, todos nuestros productos de pollo (procesado y no procesado, y productos frescos y congelados que contengan más del 50 % de pollo) vendidos en Francia con nuestras marcas cumplirán los criterios del Compromiso Europeo del Pollo (European Chicken Commitment, ECC). Además, para 2026, el 20% de nuestro volumen de ventas en esta gama de productos provendrá de granjas que garanticen que los pollos tengan acceso a espacios al aire libre o refugios al aire libre.  2026	Proyecto en curso. Ningún producto cumple todos los criterios ECC. Los próximos pasos en 2023-2024 serán ofrecer un pollo entero que cumpla los criterios ECC.
CLIMA Y MEDIO AMBIENTE	Objetivo de equipar con paneles solares entre 60 y 80 nuevas tiendas en 2022****	Instalación de paneles solares en los tejados de las nuevas tiendas.  2022	Proyecto en curso. En 2022 se completaron 58 instalaciones y en 2023 están previstas 88 instalaciones más en nuevas tiendas. Se tomó la decisión de reequipar las tiendas existentes con energía fotovoltaica (de 70 a 100 tiendas en 2023).  7.2  9.4







* Reducción del nivel objetivo debido a las frecuentes crisis de escasez de ingredientes y a que ALDI Nord no puede poner logotipos en algunos productos.

** Año objetivo adaptado.

*** Reducción del nivel objetivo debido a la gran cantidad de especies que actualmente no están disponibles como certificadas en el mercado (por ejemplo, todos los cefalópodos, cangrejos, cigalas, ostras).

**** Adaptación del nivel y año objetivo.

Legenda

 Nuevo
  Proceso en curso
  Objetivo cumplido
  Continuo
  Objetivo en revisión
  Objetivo eliminado



ALDI NORD ALEMANIA

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2022 y siguientes pasos

ODS

CLIENTE Y PRODUCTO

30% menos de envases para finales de 2025	Reducción del peso total del material de envasado de las marcas propias en Alemania en un 30%, proporcional a las ventas, para finales de 2025 (año base 2015).		Proyecto en curso. Logramos un 26% de ahorro en materiales de envasado en Alemania para finales de 2022.		12.2 12.5
100% de envases reciclables para finales del 2025*	100% de los envases de nuestros productos de marca propia en Alemania reciclables para finales de 2025.		Proyecto en curso. El 72% de nuestros envases se clasificaron como reciclables a finales de 2022. El mayor reto es encontrar alternativas reciclables, especialmente en los sectores de productos preparados refrigerados y lácteos, que sigan cumpliendo los requisitos de funcionalidad y seguridad alimentaria. Las primeras opciones de envasado están disponibles, pero aún no podemos aplicarlas de forma generalizada.		12.2 12.5
Prohibición de microplásticos en productos cosméticos, detergentes y limpiadores para finales de 2022	Sustitución de todos los productos cosméticos de marca propia en Alemania con microplásticos sólidos o plásticos sintéticos líquidos por alternativas respetuosas con el medioambiente para finales de 2022.		Proyecto en curso. El 82,6% de nuestros productos de salud, belleza y bebé, detergentes y limpiadores se fabrican sin microplásticos.		12.2 12.5
Ampliación del sistema de etiquetado de bienestar animal ("Haltungsform" – sistema de cría)	Ampliación a productos que contengan al menos un 50% de carne o leche.		Proyecto en curso. Se ha completado el etiquetado de los productos cárnicos congelados y procesados. El siguiente paso es el etiquetado de productos lácteos y quesos.		12.8
Para 2023, al menos el 7% del volumen total de banana de ALDI Nord se obtiene como banana de salario digno (Living Wage Banana) de Ecuador	El objetivo forma parte del Grupo de Trabajo de Minoristas Alemanes sobre el Proyecto GiZ - Ingresos y Salarios Dignos.		Proyecto en curso. Primera fase de aplicación con Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH (Sociedad Alemana de Cooperación Cooperación Internacional, GIZ) (evaluación de datos, establecimiento de la agenda, integración de los objetivos en las compras, elaboración de informes). El objetivo forma parte de la <u>iniciativa industrial de los minoristas alemanes.</u>	 	8.5 12.2
Para 2025, ALDI Nord tiene como objetivo obtener al menos el 50% del volumen total de banana de ALDI Nord como banana de salario digno (Living Wage Banana)	El objetivo forma parte del Grupo de Trabajo de Minoristas Alemanes sobre el Proyecto GiZ - Ingresos y Salarios Dignos.		Proyecto en curso. Primera fase de aplicación con Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH (Sociedad Alemana de Cooperación Cooperación Internacional, GIZ) (evaluación de datos, establecimiento de la agenda, integración de los objetivos en las compras, elaboración de informes). El objetivo forma parte de la <u>iniciativa industrial de los minoristas alemanes.</u>	 	8.5 12.2
Para 2025, al menos el 90% del volumen de bananas en ALDI Nord procedentes de Ecuador se obtendrán como bananas de salario digno (Living Wage Banana)	El objetivo forma parte del Grupo de Trabajo de Minoristas Alemanes sobre el Proyecto GiZ - Ingresos y Salarios Dignos.		Proyecto en curso. Primera fase de aplicación con Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH (Sociedad Alemana de Cooperación Cooperación Internacional, GIZ) (evaluación de datos, establecimiento de la agenda, integración de los objetivos en las compras, elaboración de informes). El objetivo forma parte de la <u>iniciativa industrial de los minoristas alemanes.</u>	 	8.5 12.2

* Año objetivo adaptado.

Leyenda

Nuevo Proceso en curso Objetivo cumplido Continuo Objetivo en revisión Objetivo eliminado



ALDI NORD ALEMANIA (CONTINUÍA)

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2022 y siguientes pasos

ODS

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

CLIMA Y MEDIO AMBIENTE

Excluir los productos de carne fresca con el sistema de cría 1 hasta 2025

Supresión de la lista de carnes frescas, embutidos y productos cárnicos refrigerados con nivel de cría 1 hasta 2025.



Proyecto en curso. El 90% de los embutidos y productos cárnicos refrigerados ya tienen el nivel 2 o superior. La situación de la carne es la misma que en 2021.

Toda la leche será de origen alemán a finales de 2024

El alcance cubre toda la leche (leche fresca y ultrapasteurizada (UHT)).



Proyecto en curso. La leche fresca procedente de Alemania (incluida la ecológica) ya es del 100%. Todavía hay que cambiar algunos productos UHT.

40% (relativo a ventas) de leche* con sistema de cría 3 y 4 hasta 2023

El alcance cubre toda la leche (leche fresca y ultrapasteurizada (UHT)).



Objetivo conseguido en 2022.

Excluir toda la leche* con el sistema de cría 1 hasta 2024

El alcance cubre toda la leche (leche fresca y ultrapasteurizada (UHT)).



Proyecto en curso. La proporción de leche en los niveles 3 y 4 supera ya el 40%.

100% (relativo a ventas) de leche* con sistema de cría 3 y 4 hasta 2030

El alcance cubre toda la leche (leche fresca y ultrapasteurizada (UHT)).



Proyecto en curso. La proporción de leche en los niveles 3 y 4 supera ya el 40%.

33% (relativo a ventas) de carne fresca con sistema de cría 3 y 4 hasta 2026**

33% (relativo a ventas) de carne fresca**, embutidos y productos cárnicos refrigerados*** con niveles de cría 3 y 4 hasta 2026.



Proyecto en curso. El 90% de los embutidos y productos cárnicos son ya de nivel 2 o superior. El 15% (porcentaje de ventas) de la carne fresca tiene un nivel de cría 3 y 4.

100% (relativo a ventas) de carne fresca con sistema de cría 3 y 4 hasta 2030**

100% (relativo a ventas) de carne fresca**, embutidos y productos cárnicos refrigerados*** con niveles de cría 3 y 4 hasta 2030.



Proyecto en curso. El 90% de los embutidos y productos cárnicos son ya de nivel 2 o superior. El 15% (porcentaje de ventas) de la carne fresca tiene un nivel de cría 3 y 4.

Incremento de la tasa de autoconsumo de energía autogenerada

Incremento de la tasa de autoconsumo de la energía autogenerada en Alemania por los sistemas fotovoltaicos en tiendas mediante el uso de sistemas integrados de refrigeración y calefacción, y la adaptación de los sistemas fotovoltaicos en base a la demanda.



Proyecto en curso. Se ha equipado una tienda de prueba con un sistema de baterías. El próximo paso es equipar unas 20 tiendas más con estos sistemas.



7.2

Equipar aproximadamente 150 tiendas ya existentes con sistemas fotovoltaicos para finales de 2024

Equipar con sistemas fotovoltaicos aprox. 150 tiendas con tejados inclinados hasta finales de 2024; equipar también todas las tiendas existentes cuando sea técnicamente viable.



Nuevo objetivo. Se han identificado las tiendas y se ha completado el acuerdo marco para el equipamiento. El siguiente paso es equipar las tiendas.



7.2

9.4

* Basado en las ventas promedio de ALDI en Alemania de leche de marca propia (excluyendo productos de marca y especialidades internacionales).

** Basado en las ventas medias de ALDI en Alemania de los mayores grupos de ganado vacuno, porcino, pollo y pavo (excluyendo especialidades (internacionales) y productos congelados).

*** Basado en las ventas medias de ALDI en Alemania de embutidos de marca propia, productos cárnicos refrigerados, salchichas y jamón y albóndigas de los mayores grupos de ganado vacuno, porcino, pollo y pavo (excluyendo especialidades (internacionales), productos precocinados y congelados).

Legenda

■ Nuevo ■ Proceso en curso ■ Objetivo cumplido ∞ Continuo 🔄 Objetivo en revisión ✕ Objetivo eliminado



ALDI PAÍSES BAJOS

	Descripción de los objetivos y alcance	Estado en 2022 y siguientes pasos	ODSs
CLIENTE Y PRODUCTO	20% menos de envases para finales de 2025	Reducción del peso total de los envases de productos de marca propia en los Países Bajos en un 20 % para finales de 2025 (año base 2020).	Proyecto en curso. Estamos trabajando en la obtención de datos más fiables.
	Envases de plástico 100% reciclables para finales de 2025	100% de los envases de nuestros productos de marca propia en los Países Bajos serán reciclables para finales de 2025.	Proyecto en curso. Estamos trabajando en la obtención de datos más fiables.
	35% plástico reciclado para finales de 2025	Utilización de un 35% de plástico reciclado en los envases de plástico de nuestros productos de marca propia en los Países Bajos para 2025.	Proyecto en curso. Estamos trabajando en la obtención de datos más fiables.
	95% del material de envase reciclable para finales de 2025	El 95% de los envases de nuestros productos de marca propia (primarios y secundarios) en los Países Bajos será reciclable a finales de 2025.	Proyecto en curso. Estamos trabajando en la obtención de datos más fiables.
	100% de envases de papel/cartón con certificación FSC®, PEFC™ y/o materiales reciclados para finales de 2025	A finales de 2025, el 100% de nuestros envases primarios y secundarios de papel/cartón de marca propia contarán con certificación FSC®, PEFC™ y/o con materiales reciclados.	Proyecto en curso. Estamos trabajando en la obtención de datos más fiables.
	50% rPET en botellas de plástico y bandejas y 25% PCR en otros envases de plástico para finales de 2025	A finales de 2025, usaremos 50% rPET en botellas de plástico y bandejas para envases de marca propia y 25% PCR en otros envases de plástico.	Proyecto en curso. Estamos trabajando en la obtención de datos más fiables.

Leyenda

- Nuevo
- Proceso en curso
- Objetivo cumplido
- Continuo
- Objetivo en revisión
- Objetivo eliminado



ALDI PAÍSES BAJOS (CONTINUÍA)

CLIENTE Y PRODUCTO

	Descripción de los objetivos y alcance		Estado en 2022 y siguientes pasos	ODSs
	<p>100% de envases con sello de reciclaje para finales de 2022</p> <p>A finales de 2022, el 100% de los envases primarios de marca propia tendrán un sello de reciclaje.</p>		Objetivo parcialmente conseguido. Estamos trabajando en conseguir datos más fiables para tener unos resultados también más fiables.	12.2 12.5
	<p>Para cada familia de productos, el 50% será de la categoría "más saludable" y solo un máximo del 10% pertenecerá a la categoría de "menos saludable" para finales del 2030 (NAPV)*</p> <p>Reducción de la sal, el azúcar y la grasa en los productos de marca propia del surtido fijo. Para cada familia de productos tenemos 4 categorías que se clasifican del 1 al 4 (donde 1 es "más saludable" y 4 "menos saludable").</p>		Proyecto en curso. El objetivo es parte de los compromisos de marca de Países Bajos (Nationaal Preventieakkoord, NAPV).	2.2
	<p>100% de etiquetas con <i>Beter Leven, On the Way to Planet-Proof</i> estándares equivalentes de bienestar animal para los productos alimentarios de base animal</p> <p>Transición de los productos que contengan recursos de origen animal o recursos animales procesados hacia el cumplimiento de 1 estrella de la etiqueta de sostenibilidad Beter Leven o estándares equivalentes (estándar mínimo).</p> <p>Productos animales dentro del alcance: pollo fresco, cerdo fresco, carne de fiambre, huevos, productos frescos de "dairy" (leche, yogurt, vla) y queso.</p> <p>El reporte se realiza en % de referencias.</p>		Proyecto en curso. Queso: el 13% de los artículos de queso de Países Bajos son certificados en <i>On The Way to PlanetProof</i> . Huevos: el 100% de nuestros huevos frescos son certificados en <i>Beter Leven</i> (1,2 o 3 estrellas) Productos frescos de Dairy: el 48% de productos frescos certificados en <i>On the Way to PlanetProof</i> con el sello orgánico. Fiambre: el 71% de artículos tienen al menos 1 estrella en <i>Beter Leven</i> . Cerdo fresco: el 92% de nuestros artículos tienen 1 estrella en <i>Beter Leven</i> . Pollo fresco: el 28% del pollo fresco tienen 1 estrella en <i>Beter Leven</i> .	12.8
	<p>En 2025 el volumen de ventas de productos saludables de nuestro surtido regular (marca ALDI) debe incrementar un 40%</p> <p>En 2025 el volumen de ventas de productos saludables de nuestro surtido regular (marca ALDI) debe incrementar un 40% (año base 2022).</p>		Nuevo objetivo. Hemos conseguido incrementar un 22% de nuestro volumen de ventas de productos saludables en nuestro surtido regular a finales de 2022.	
	<p>En 2025 como mínimo un 25% de nuestra oferta en folleto sera de productos saludables (= en sintonía con la guía "Weel of five")</p> <p>En 2025 como mínimo un 25% de nuestra oferta en folleto sera de productos saludables (= en sintonía con la guía neerlandesa "Weel of five").</p>		Nuevo objetivo. En semanas regulares el porcentaje medio de productos que seguían los requerimientos de la guía "Wheel of five" era de 22%.	2.2

* Objetivo adaptado.

Leyenda

- Nuevo
- Proceso en curso
- Objetivo cumplido
- ∞ Continuo
- ↻ Objetivo en revisión
- ✖ Objetivo eliminado



ALDI PAÍSES BAJOS (CONTINUÍA)

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

CLIMA Y MEDIO AMBIENTE

COLABORADORES Y SOCIEDAD

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2022 y siguientes pasos

ODS

Ofrecemos a nuestros clientes un surtido de flores y plantas que son social y medioambientalmente sostenibles

En 2025, todas las plantas y flores vendidas en ALDI Países Bajos serán certificadas según la iniciativa Floriculture Sustainability Initiative 2025 Basket.



Nuevo objetivo. En 2022, hemos logrado que el 36% de nuestras flores y el 91% de nuestras plantas sean certificadas. En el año 2021 y en comparación, teníamos el 52% de nuestras flores y el 88% de nuestras plantas certificadas.



12.2

En 2025, la soja en todos los artículos relevantes y de marca propia debe ser verificada como libre de deforestación y conversión con fecha límite del 1 de enero de 2020

Productos que contengan soja en más de un 95% de su contenido, carne fresca (vacuno, cerdo, pollo, pescado), huevos i productos de la categoría de lácteos (productos que contengan más de 95% de lácteos o huevos).



Nuevo objetivo. Estamos trabajando en obtener datos más fiables de nuestros proveedores.



15.2

En 2030 las operaciones comerciales de los supermercados holandeses serán neutras en CO₂ (objetivo principal del Plan Climático Holandés del Sector)

A finales de 2030, el alcance 1 y 2 de nuestras operaciones comerciales (y de los demás supermercados de la competencia) serán neutros en CO₂.



Nuevo objetivo. El objetivo forma parte del Plan Climático Holandés del Sector (*Dutch Sector Climate Plan*). Durante el 2022 no ha habido monitorización respecto 2021 (primer año del plan).



7.2
7.3
13.3

En 2025 se habrá logrado una mejora de la eficiencia energética del 50% con respecto a 1995. (subobjetivo del Plan Climático Holandés del Sector)

En 2025 los supermercados holandeses deben de lograr una mejora de la eficiencia energética del 50% con respecto a 1995.



Nuevo objetivo. El objetivo forma parte del Plan Climático Holandés del Sector (*Dutch Sector Climate Plan*). Durante el 2022 no ha habido monitorización respecto 2021 (primer año del plan). El resultado de 2020 para todo el sector fue 43,3% y para todo ALDI fue 51,1%.



7.3

En 2030, el uso de gas natural se reducirá a un máximo del 5%. (subobjetivo del Plan Climático Holandés del Sector)

En 2030 los supermercados holandeses reducirán a un máximo del 5% el uso del gas natural respecto del total de energía usada.



Nuevo objetivo. El objetivo forma parte del Plan Climático Holandés del Sector (*Dutch Sector Climate Plan*). Durante el 2022 no ha habido monitorización respecto 2021 (primer año del plan).



7.2

En 2030, el sector sólo usará refrigerantes naturales. (subobjetivo del Plan Climático Holandés del Sector)

En 2030 los supermercados holandeses solo usarán refrigerantes naturales.



Nuevo objetivo. El objetivo forma parte del Plan Climático Holandés del Sector (*Dutch Sector Climate Plan*). Durante el 2022 no ha habido monitorización respecto 2021 (primer año del plan).



7.3
9.4

El resto de la energía procede de fuentes renovables (en la medida de lo posible). (subobjetivo del Plan Climático Holandés del Sector)

Para finales de 2030, la energía procederá de fuentes renovables en la medida de lo posible.



Nuevo objetivo. El objetivo forma parte del Plan Climático Holandés del Sector (*Dutch Sector Climate Plan*). Hemos incrementado el número de tiendas y centros logísticos con sistemas fotovoltaicos. También toda la electricidad comprada proviene de origen renovable como, por ejemplo, molinos eólicos de la UE.



7.2

Promoción de la sensibilización en el ámbito de la salud entre clientes, empleados y en la sociedad

Ofrecemos un surtido de confianza de productos sabrosos, saludables y de la mejor calidad a un precio asequible. Con intervenciones efectivas contribuimos a la salud de nuestros colaboradores y de la sociedad.



Proyecto en curso. Hemos trabajado en campañas publicitarias sobre hábitos saludables y nutrición destinada a tres grupos de edades, de los cuales una de ellas aún esta en curso. Desde los programas de recursos humanos, también hemos llevado a cabo revisiones medicas a nuestros colaboradores entre otras iniciativas.



3.4

Legenda

- Nuevo
- Proceso en curso
- Objetivo cumplido
- ∞ Continuo
- C Objetivo en revisión
- X Objetivo eliminado



ALDI POLONIA

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2022 y siguientes pasos

ODSs

CLIENTE Y PRODUCTO

COLABORADORES Y SOCIEDAD

Donaciones de alimentos en todas las tiendas para finales de 2020

100% de tiendas polacas donarán alimentos consumibles no comercializables a entidades benéficas para finales de 2020.



Proyecto en curso. Para 2022, debido a la apertura de nuevas tiendas el 93,5% de tiendas tienen contratos abiertos de donación. La intención es seguir firmando nuevos contratos de colaboración.



2.1
12.3

100% de productos de marca propia etiquetados con símbolos de reciclaje al contenedor destino en envases nuevos y renovados

Optimización del envase de los productos de marca propia y aumento del uso de símbolos de reciclaje en los productos comercializados.



Proyecto en curso. Todas las etiquetas aceptadas por la gestión de marcas tienen símbolos de clasificación y se seguirá esta tendencia en los próximos años.



12.2
12.5
12.8

Exclusión de huevos procedentes de cría en jaulas para 2025 (huevos frescos y productos procesados con huevo)

Eliminación de los huevos provenientes de gallinas enjauladas para 2025 – (huevos frescos y productos que contengan huevo).



Objetivo parcialmente conseguido. El 100% de nuestros huevos frescos y el 73,6% de productos que contienen huevo provienen de gallinas libres de jaulas.

100% de nuestros nuevos colaboradores participan en un programa integral de onboarding

Un programa integral de formación para los nuevos empleados. Incluye una introducción a todos los departamentos de la empresa y se les proporcionará un paquete de bienvenida. El programa está diseñado para apoyar a los nuevos empleados y facilitar su entrada en la empresa.



Proyecto en curso. El proyecto está siendo implementado de acuerdo con los periodos establecidos.



4.4

Leyenda

- Nuevo
- Proceso en curso
- Objetivo cumplido
- ∞ Continuo
- ⌚ Objetivo en revisión
- ✕ Objetivo eliminado



ALDI PORTUGAL

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2022 y siguientes pasos

ODSs

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

100% merluza sostenible certificada para finales de 2022

Conversión del 100% de productos de merluza de marca propia envasados (productos congelados) en Portugal a materia prima certificada MSC para finales de 2022.



Objetivo conseguido.



12.2
14.4

CLIMA Y MEDIO AMBIENTE

Instalar sistemas fotovoltaicos en 40 tiendas existentes hasta 2025

Instalación de sistemas fotovoltaicos en tiendas existentes para mejorar la eficiencia energética e incrementar la proporción de energía verde en nuestras tiendas.



Proyecto en curso. No se han instalado placas solares durante 2022. En el próximo año 2023 se prevé la instalación de paneles fotovoltaicos de 5 a 10 tiendas ya existentes.



7.2
9.4

Leyenda

■ Nuevo
 ■ Proceso en curso
 ■ Objetivo cumplido
 ∞ Continuo
 ⌚ Objetivo en revisión
 ✕ Objetivo eliminado



ALDI ESPAÑA

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

CLIMA Y MEDIO AMBIENTE

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2022 y siguientes pasos

ODS

40% productos de pescado y marisco con certificación sostenible en productos de marca propia para finales de 2025*

40% de pescado y marisco con certificación de pesca sostenible para productos de marca propia. (MSC para pesca salvaje y ASC, EU organico o GLOBALG.A.P para acuicultura) para finales de 2025.



Proyecto en curso. Hemos alcanzado el 24,9% de pescado y marisco certificado en productos de marca propia en 2022.



12.2
14.4

Conseguir que el 75% de referencias de vino español de marca propia provenga de bodegas sostenibles para finales de 2023

75% de vinos españoles con DOP/IGP de marca propia o exclusiva provengan de bodegas sostenibles (SWfCP, SBTI, ISO 14064 o otras aceptadas) para finales de 2023.



Nuevo objetivo. Estatus 2022: el 50% de vinos de marca propia o exclusiva con DOP/IGP españoles proviene de bodegas sostenibles.



12.2

Obtener la certificación en edificación sostenible (BREEAM) para un centro logístico en 2022

Conseguir la certificación BREEAM (en materia de sostenibilidad y eficiencia energética), con al menos calificación de Excellence, en el nuevo centro de distribución de Gran Canaria (Islas Canarias) en 2022.



Objetivo parcialmente conseguido. Hemos tramitado el 80% de la documentación para obtener la certificación BREEAM en el centro logístico de Gran Canaria. Durante el 2023, obtendremos la certificación BREEAM para los nuevos centros logísticos, Miranda del Ebro y Sagunto. Los dos centros logísticos ya existentes pero en proceso de expansión también serán certificados en BREEAM (Masquefa y Dos Hermanas).



7.2
9.4

Instalación de sistemas fotovoltaicos en las tiendas para finales de 2023*

Incrementar el número de tiendas de ALDI con sistemas fotovoltaicos implementando estos sistemas en 25 tiendas más durante 2023.**



Objetivo conseguido. Más de 70 tiendas equipadas con sistemas fotovoltaicos durante 2022. Nuevo objetivo: para 2023 se realizará la instalación de sistemas fotovoltaicos en 25 tiendas más.



7.3
9.4

Instalación de sistemas fotovoltaicos en centros de distribución para finales de 2022

Instalación de sistemas fotovoltaicos en nuevos centros de distribución (600 kWp) y en centros existentes en proceso de ampliación (1.200 kWp) para finales de 2022.



Objetivo conseguido. Nuevo objetivo: durante el primer trimestre de 2023, los sistemas fotovoltaicos de las nuevas plataformas logísticas se pondrán en funcionamiento.



7.3
9.4

Implementación del uso de refrigerantes naturales para los sistemas de refrigeración de las nuevas tiendas, los nuevos centros logísticos construidos en 2023 y en los centros logísticos en expansión durante el próximo año 2023*

Uso de CO₂ como refrigerante en las tiendas abiertas durante 2023** y la eliminación de refrigerantes sintéticos con mayor GWP. Además de las nuevas aperturas, también se aplicará en los nuevos centros logísticos y a los que están en expansión.



Objetivo conseguido. Todas las nuevas tiendas, centros logísticos abiertos (Gran Canaria) y los centros en expansión (Masquefa y Dos Hermanas) han pasado a utilizar refrigerantes naturales en sus instalaciones. Nuevo objetivo: todas las nuevas tiendas y nuevos centros logísticos (Miranda de Ebro y Sagunto) abiertos durante 2023 utilizarán refrigerantes naturales. Así como también, los centros logísticos en expansión durante 2023 cambiarán sus sistemas de refrigeración y también pasarán a utilizar refrigerantes naturales (Pinto y Tenerife).



7.3
9.4

100% de electricidad verde comprada anualmente

Compra 100% electricidad verde para tiendas, centros de distribución y oficinas para finales de 2022.



Objetivo conseguido. Toda la electricidad consumida durante 2022 ha sido electricidad verde.



7.3

* Adaptación de alcance y año.
** Adaptación del alcance.

Legenda

■ Nuevo ■ Proceso en curso ■ Objetivo cumplido ∞ Continuo 🔄 Objetivo en revisión ✕ Objetivo eliminado



ALDI ESPAÑA (CONTINÚA)

CLIMA Y MEDIO AMBIENTE

COLABORADORES Y SOCIEDAD

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2022 y siguientes pasos

ODSs

Implementación de un sistema de control de energía y domótica en las nuevas aperturas de 2023 y en tiendas ya existentes*

Implementación de un sistema de control de energía y domótica en las nuevas tiendas durante 2023.**



Objetivo conseguido. En 31 tiendas ya existentes y las nuevas aperturas de 2022 ya tienen implementado sistemas de control de energía y domótica.

Nuevo objetivo: implementación de dicho sistemas de control en todas las nuevas aperturas de 2023.



9.4

Promover los Programas de formación Dual (FP) mediante la firma de nuevos acuerdos e incrementar el número de participantes en dichos programas*

Establecer nuevos acuerdos e incrementar los participantes de los Programas de FP Dual durante 2023 y con el propósito de llegar a los 20 estudiantes cada año.**



Objetivo parcialmente conseguido. Actualmente, tenemos 5 estudiantes en su segundo año en el departamento de ventas y dos estudiantes más en su primer año en el departamento de ventas y de cadena de suministro.



4.4

Implementación del programa ALDI Emplea

Programa de formación de más de 60 jóvenes con el fin de ser contratados durante el 2023.



Nuevo objetivo. De las 60 personas participantes, 5 fueron finalmente contratadas.



4.4

* Año objetivo adaptado.
** Adaptación del alcance.

Leyenda

■ Nuevo ■ Proceso en curso ■ Objetivo cumplido ∞ Continuo 🔄 Objetivo en revisión ✖ Objetivo eliminado



AVISO LEGAL

EDITOR

ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Eckenbergstraße 16B
45307 Essen
Alemania

RESPONSABLE

Timo Dietz

Managing Director
International Procurement CRQA
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Christoph Georgius

Senior Director
International Procurement Excellence
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

COORDINACIÓN DE PROYECTO

Judith Hochköppler

Teamlead Reporting
International Procurement CRQA
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Anika Hinzmann

Manager Reporting
International Procurement CRQA
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Damian Winter

Manager Reporting
International Procurement CRQA
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Denise Hellmann

Specialist Reporting
International Procurement CRQA
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

CONTACTO

cr-reporting@aldi-nord.de

CONCEPTO/EDICIÓN/DISEÑO

[Stakeholder Reporting GmbH & Co. KG](#), Hamburg

CIERRE DE EDICIÓN

31 de marzo de 2023

PUBLICACIÓN

Junio 2023

Aviso Legal

Esta Memoria contiene declaraciones sobre futuros acontecimientos de ALDI Nord. Dichas afirmaciones se fundamentan en la información de que dispone actualmente ALDI Nord. Los acontecimientos que verdaderamente se produzcan en el futuro podrán ser diferentes a los correspondientes a las valoraciones actuales. Así pues, ALDI Nord no se hace responsable de dichas afirmaciones.