

ALDI Nord
Programmes de RSE 2020





PROGRAMME DE RSE 2020 – INTERNATIONAL

Description et périmètre des objectifs		Statut 2020 et prochaines étapes		ODD	
Réduction de 20 % du plastique vierge pour les emballages de produits à marque de distributeur d'ici 2025	Réduction de 20 % du poids total des emballages de produits à marque de distributeur en plastique vierge chez ALDI Nord (à l'exclusion des emballages de fruits et légumes), proportionnellement aux ventes, d'ici fin 2025 au plus tard (année de référence 2020).		Nouvel objectif.		12.2 12.5
30 % de matériaux recyclés dans les emballages en plastique de produits à marque de distributeur d'ici 2025	Intégration de 30 % de matériaux recyclés (en moyenne) dans les emballages en plastique de produits à marque de distributeur d'ici 2025 au plus tard.		Nouvel objectif.		12.2 12.5
100 % des matériaux certifiés durables et/ou recyclés pour tous les emballages de vente d'ici fin 2020	Certification durable pour tous les nouveaux emballages de vente (FSC®, PEFC™, Ecolabel EU ou normes comparables), ou composition à plus de 70 % de matériaux recyclés, chez ALDI Nord, selon la disponibilité d'ici fin 2020. Cette exigence concerne tous les produits à marque de distributeur dans les gammes de produits standard et saisonniers, et les produits de la gamme alimentaire ponctuels.		Projet en cours. En 2020, 70 % des emballages disposaient d'une certification.		12.2 12.5 15.2
100 % d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables d'ici fin 2025	100 % des emballages des produits à marque de distributeur doivent être réutilisables, recyclables ou compostables d'ici fin 2025.		Projet en cours.		12.2 12.5
15 % de réduction d'emballages d'ici fin 2025	Réduction de 15 % du poids total des emballages de produits à marque de distributeur (hors fruits et légumes) d'ALDI Nord (proportionnellement aux ventes) d'ici fin 2025 (année de référence : 2020).		Projet en cours.		12.2 12.5
Mise à disposition de sacs (ou filets) réutilisables pour les fruits et légumes	Déploiement de sacs (ou filets) réutilisables (proposés à la vente pour le consommateur) pour les fruits et légumes dans tous les points de vente.		Projet en cours. Ces filets sont déjà proposés en Allemagne, au Danemark, au Portugal et en Espagne.		12.2 12.5
Suppression des sacs en plastique jetables (sauf les sacs pour les fruits et légumes) d'ici fin 2021	Suppression des sacs en plastique jetables (excepté pour les fruits et légumes) d'ici fin 2021 : Pour atteindre cet objectif, l'assortiment de sacs réutilisables sera élargi. Ces sacs doivent être réparables et/ou lavables et doivent être identifiables comme étant réutilisables, de par leur résistance et ergonomie. Les sacs qui ne répondent pas à ces exigences ne sont pas couverts par cet objectif. Les sacs en papier ne sont pas concernés par cet objectif.		Projet en cours. Des sacs entièrement réutilisables ont été introduits en Belgique, au Danemark, en Allemagne, en France (selon la législation française), au Luxembourg, aux Pays-Bas et en Pologne. L'objectif est toujours en cours de mise en oeuvre au Portugal et en Espagne. Les derniers sacs de caisse à usage unique y ont été vendus fin 2020.		12.2 12.5

Clé

Nouveau
 En cours
 Objectif atteint
 En continu



Description et périmètre des objectifs		Statut 2020 et prochaines étapes		ODD	
Interdiction des produits en plastique à usage unique d'ici fin 2020	Mettre fin à la vente de produits en plastique à usage unique comme les assiettes, les couverts, les gobelets, les pailles, les bâtonnets mélangeurs et coton-tiges dans toutes les sociétés ALDI d'ici fin 2020. Les articles indispensables seront remplacés par des alternatives plus respectueuses de l'environnement ou réutilisables.		Objectif atteint.		12.2 12.5
100 % des fruits et légumes biologiques non emballés ou avec des emballages durables d'ici fin 2023	100 % de nos produits biologiques (fruits et légumes biologiques) ne seront pas emballés ou auront des emballages durables dans toutes les sociétés ALDI d'ici fin 2023. L'utilisation de plastique doit être réduite au minimum - tout en préservant la qualité des produits et en limitant les pertes.		Projet en cours.		12.2 12.5
Augmentation des articles vendus en vrac (sans emballages) dans la catégorie des fruits et légumes pour atteindre au moins 40 % d'ici fin 2025	Au moins 40 % des produits de la gamme fruits et légumes seront vendus sans emballages dans toutes les sociétés ALDI d'ici fin 2025. Pour les produits qui requièrent un emballage, seuls des emballages durables et respectueux de l'environnement seront utilisés.		Projet en cours. Cet objectif a déjà été atteint au Portugal et en Pologne.		12.2 12.5
Suppression des alvéoles en plastique dans les caisses de transport d'ici fin 2021	100 % des alvéoles en plastique dans les caisses de transport de fruits et légumes de toutes les sociétés ALDI seront retirés d'ici fin 2021.		Projet en cours. Cet objectif a déjà été atteint aux Pays-Bas. En Belgique, 95 % des supports en plastique des caisses de fruits et légumes ont déjà été remplacés par des supports en carton.		12.2 12.5
Optimisation de la composition de 100 % des produits destinés aux enfants d'ici fin 2021	Uniformiser les critères pour les produits destinés aux enfants chez ALDI Nord selon les directives nationales, et tout en s'efforçant de se conformer aux recommandations de l'OMS. Les produits destinés aux enfants qui ne sont pas conformes seront supprimés de la vente ou réétiquetés d'ici fin 2021. Optimiser tous les produits destinés aux enfants, quel que soit la catégorie de produits.		Projet en cours.		
Éviter le marketing sur les produits néfastes pour la santé et promouvoir des produits plus sains pour les enfants d'ici fin 2021	Éviter le marketing sur les produits néfastes pour la santé auprès des enfants et faire la publicité et la promotion de produits sains (y compris les fruits et légumes) dans toutes les sociétés ALDI d'ici fin 2021 - à l'exception des offres promotionnelles, par exemple à Noël.		Projet en cours.		2.2
Lancement de marques de distributeur pour les produits destinés aux enfants d'ici fin 2021	Lancer et promouvoir une nouvelle marque ALDI pour enfants d'ici fin 2021.		Projet en cours.		
Coopération avec au moins avec un partenaire au niveau national ou international sur la gamme de produits destinés aux enfants d'ici fin 2021	Coopération avec des fournisseurs, des organisations et des spécialistes pour améliorer les gammes actuelles de produits destinés aux enfants et pour travailler sur des innovations pour toutes les sociétés ALDI d'ici fin 2021.		Projet en cours.		17.16

Clé



Description et périmètre des objectifs		Statut 2020 et prochaines étapes		ODD
Amélioration de la composition nutritionnelle dans 100 % des catégories de produits sélectionnés d'ici fin 2022	Améliorer les produits en optimisant la composition nutritionnelle (e.g réduire la teneur en sel, sucre ou matières grasses, ou augmenter la teneur en fibres) et proposer des gammes de produits pour les clients ayant des besoins diététiques particuliers dans les catégories de produits suivants : petit-déjeuner, produits laitiers, plats cuisinés réfrigérés, surgelés et boissons non alcoolisées, dans toutes les sociétés ALDI d'ici fin 2022.		Projet en cours.	2.2
Élargissement de l'étiquetage nutritionnel spécifique	Mise en place d'un étiquetage nutritionnel (par exemple Nutri-Score, The Keyhole) pour les produits à marque de distributeur.		Projet en cours. ALDI France et ALDI Belgique ont commencé à l'utiliser en 2020. Début 2021, ALDI Nord Allemagne, ALDI Espagne et ALDI Portugal ont enregistré les premières marques. Ils seront lancés dans les magasins dans le courant de l'année.	12.8 2.2
Amélioration de l'étiquetage et communication sur les valeurs ajoutées environnementales et sociales de nos produits	Améliorer l'étiquetage et communiquer sur les valeurs ajoutées durables du produit (environnementales et sociales), telles que le bien-être animal, les produits végétaliens, la production biologique, l'étiquetage nutritionnel spécifique et les projets sociaux.		Projet en cours.	12.8
Élargissement de la gamme de produits bio	Identifier les produits manquants afin de compléter l'assortiment bio dans chaque pays ALDI et chaque groupe de produits.		Projet en cours. 1 290 produits en 2020, +9,5 % par rapport à l'année précédente.	
Élargissement de la gamme de produits végétariens et végétaliens	Élargir les gammes de produits végétariens et végétaliens, avec une certification (e.g le V-Label) dans toutes les sociétés ALDI.		Projet en cours. 633 produits en 2020, +27,4 % par rapport à l'année précédente.	
Lancement d'une marque de distributeur pour les produits végétariens et végétaliens pour tous les nouveaux produits d'ici fin 2021	Introduction d'une marque de distributeur commune pour les produits végétariens et végétaliens (nouveaux produits) dans l'ensemble des pays ALDI d'ici fin 2021.		Projet en cours.	
Ajout d'un label sur 100 % des produits végétariens et végétaliens pour tous les nouveaux produits/achats à partir de 2021	Labellisation de 100 % des produits végétariens et végétaliens (V-label, Vegan Flower) pour tous les nouveaux produits référencés et achetés, en particulier les produits cosmétiques, de soins et d'hygiène corporelle, dans tous les magasins ALDI à partir de 2021.		Projet en cours.	12.8
Mise en place de bonnes pratiques communes pour réduire le gaspillage alimentaire d'ici fin 2020	Mise en place de bonnes pratiques communes pour la gestion des invendus alimentaires dans les magasins ALDI d'ici fin 2020 (anciennement 2017).		Objectif atteint. La publication du guide a eu lieu en mars 2021.	
Intégration de 100 % des points de vente dans un partenariat visant à réduire le gaspillage alimentaire d'ici fin 2021	Intégrer 100 % des points de vente ALDI dans des coopérations avec des associations afin de réduire le gaspillage alimentaire d'ici 2021 (par exemple Tafel, Too Good To Go, Refood). L'objectif est atteint si chaque magasin coopère régulièrement* avec un ou plusieurs partenaires.		Projet en cours. 80,9 % de tous les points de vente ont fait don d'aliments qui n'étaient plus commercialisables. +6,2 % par rapport à l'année précédente.	17.16

*« Régulièrement » signifie faire des dons aussi souvent que possible.

Clé

Nouveau En cours Objectif atteint En continu



Description et périmètre des objectifs	Statut 2020 et prochaines étapes	ODD
Proposition d'articles issus des invendus ou des produits écartés des circuits de distribution alimentaires d'ici fin 2021	 2021 Projet en cours.	
100 % des produits nationaux sont identifiés par un label spécifique d'ici fin 2021 (tous les nouveaux produits/achats)	 2021 Projet en cours.	 12.8
Développement de gammes de produits régionaux dans chaque pays ALDI d'ici fin 2021	 2021 Projet en cours.	
100 % de produits végétariens et végétaliens à base de soja durable d'ici fin 2021	 2021 Projet en cours.	
100 % d'huile de palme certifiée RSPO d'ici fin 2019	 Objectif atteint. En 2020 : 99,3 %. Le chiffre inclut l'huile de palme, l'huile de palme et dérivés certifiés et identifiables. Malgré nos efforts constants pour augmenter ce chiffre, certains dérivés et fractions ne sont pas toujours certifiables et identifiables et sont donc couverts par nos soins via les labels Book & Claim.	 12.2  15.2
Augmentation de la part de café certifié durable d'ici fin 2020	 Objectif atteint.	 12.2
40 % de l'assortiment de tisanes et infusions de fruits certifié durable d'ici fin 2020	 Objectif atteint.	 12.2
100 % de bois certifié durable d'ici fin 2020	 Objectif atteint. En 2020 : 93,2 %. Nous considérons que notre objectif a été atteint, car les exceptions sont examinées et une conformité à nos exigences et notre transition sera exigée.	 12.2  15.2
100 % de coton durable d'ici fin 2025	 2025 Projet en cours. Publication de la politique internationale d'achat de coton 2020 ; 64,1 % en 2020 ; +27,9 % par rapport à l'année précédente.	 12.2

Clé

 Nouveau
  En cours
  Objectif atteint
  En continu



	Description et périmètre des objectifs		Statut 2020 et prochaines étapes		ODD
100 % de fleurs et plantes certifiées	Accroissement continu de la part de plantes et de fleurs certifiées durables (par exemple GLOBALG.A.P. complétée du module GRASP ou autres normes équivalentes) dans toutes les sociétés ALDI.		Projet en cours.		12.2
Évaluation sociale de tous les producteurs de fruits et légumes	Accroissement continu de la part de fruits et légumes certifiés durables (par exemple GLOBALG.A.P. complétée du module GRASP ou autres normes équivalentes) dans toutes les sociétés ALDI.		Projet en cours.		
Développement des critères de bien-être animal	Développement de systèmes de contrôle et de certification ainsi que de nos propres normes relatives au bien-être animal dans toutes les sociétés ALDI, allant au-delà des exigences légales.		Projet en cours. D'intenses efforts ont été mis en œuvre pour améliorer à grande échelle le bien-être animal en 2020. Nous publierons une mise à jour de la Politique internationale d'achat en faveur du bien-être animal en 2021. Nous considérerons l'objectif atteint avec cette publication.		
Interdiction des substances chimiques définies d'ici fin 2020 et en continu	Interdiction de groupes spécifiques de substances chimiques dans la fabrication de produits à marque de distributeur, dans les catégories du textile d'habillement, du linge de maison et des chaussures, d'ici fin 2020 (engagement ALDI Detox), dans tous les pays ALDI.		Projet en cours. Il est devenu évident que l'industrie ne respectera pas les engagements qu'elle a pris dans le cadre du Detox Commitment 2020. Suite à la feuille de route adoptée, plusieurs rapports d'avancement Detox et un rapport final ont été publiés. Toutefois, les défis demeurent importants et les efforts se poursuivront avec les partenaires de la chaîne d'approvisionnement afin d'améliorer la gestion de produits chimiques dans les années à venir et de poursuivre les objectifs définis. Après les ALDI Detox Commitments, un processus d'amélioration continue sera mis en place afin de tendre vers l'élimination progressive des produits chimiques dangereux dans les chaînes d'approvisionnement. En raison de sa complexité, l'atteinte de l'objectif nécessitera des efforts continus et de procéder étape par étape. Nous définirons donc de nouvelles étapes qui contribueront au succès de cet objectif.	 	3.9 6.3 12.4
Participation à des initiatives sectorielles	Renforcement du dialogue avec les principaux groupes de parties prenantes, notamment par la participation à des initiatives sectorielles dans tous les pays ALDI.		Projet en cours.		17.16

Clé

Nouveau
 En cours
 Objectif atteint
 En continu



Description et périmètre des objectifs

Identifier les impacts sur les droits de l'homme et mettre en œuvre un rapport transparent conformément à notre stratégie de diligence raisonnable	Nous souhaitons réaliser et publier jusqu'à 12 évaluations d'impact sur les droits de l'homme (Human Rights Impact Assessments, HRIA), au moins une pour chaque chaîne d'approvisionnement à haut risque, d'ici fin 2025. Nous entamerons la rédaction de 3 HRIA d'ici fin 2021.
Introduction de mécanismes de plaintes	Introduction de mécanismes de plaintes dans toutes les chaînes d'approvisionnement à haut risque d'ici 2025.
Poursuite de la mise en place des évaluations des fournisseurs en matière de responsabilité sociétale d'entreprise	Déploiement d'évaluations sociétales des fournisseurs « Corporate Responsibility Supplier Evaluations » (CRSE) pour toutes les chaînes d'approvisionnement à haut risque d'ici 2027.

Statut 2020 et prochaines étapes

40 % de réduction des émissions de gaz à effet de serre d'ici fin 2021	Réduction de 40 % des émissions de gaz à effet de serre dans toutes les sociétés ALDI d'ici fin 2021, par rapport à l'année de référence 2015.	2021	Projet en cours. En 2020, la réduction des gaz à effet de serre est de 31 % par rapport à l'année de référence 2015. L'accent a été mis sur l'amélioration de la performance énergétique. Pour la prochaine étape, d'autres mesures d'efficacité seront prévues et mises en œuvre en mettant cette fois l'accent sur l'électricité verte.	 	7.2 7.3 13.3
Installation de panneaux photovoltaïques sur les toits des magasins	Augmenter continuellement la proportion des points de vente ALDI équipés d'installations photovoltaïques.	∞	Projet en cours. 777 points de vente sont équipés d'installations photovoltaïques. +34 % par rapport à l'année précédente.	 	7.2 9.4
Installation de systèmes d'éclairage LED dans tous les nouveaux points de vente d'ici fin 2019	Mise en place de systèmes d'éclairage LED dans tous les nouveaux points de vente ALDI (éclairage intérieur et extérieur) d'ici fin 2019.		Objectif partiellement atteint. La technologie d'éclairage LED a été installée dans les nouveaux points de vente de tous les pays depuis 2016. Nous poursuivons ce déploiement pour l'éclairage extérieur.	 	8.4 9.4
Installation de systèmes d'éclairage LED dans les points de vente existants	Conversion des points de vente ALDI existants vers des systèmes d'éclairage LED.		Objectif atteint.	 	8.4 9.4
Installation de systèmes d'éclairage LED dans les centres logistiques	Conversion des centres logistiques ALDI vers des systèmes d'éclairage LED.	∞	Projet en cours. En Belgique, au Danemark et en Allemagne, la transition est déjà achevée. En France, aux Pays-Bas, en Pologne et en Espagne, la transition vers des systèmes d'éclairage LED dans les centres logistiques est prévue ou est en cours de réalisation.	 	8.4 9.4
ALDI Nord encourage ses fournisseurs stratégiques, qui sont responsables de 75 % des émissions de la chaîne d'approvisionnement, à se fixer des objectifs de réduction fondés sur des données scientifiques	Encourager les fournisseurs, qui sont responsables d'au moins 75 % des émissions de catégorie 1 de scope 3, à fixer leurs objectifs de réduction scientifiques propres d'ici 2024.	2024	Nouvel objectif.		

Clé

Nouveau
 En cours
 Objectif atteint
 En continu



PROGRAMME DE RSE 2020 – ALDI BELGIQUE & ALDI LUXEMBOURG

CLIENT ET PRODUIT

Description et périmètre des objectifs		Statut 2020 et prochaines étapes		ODD	
10 % d'emballages en moins d'ici fin 2025	Réduire le poids des emballages de la gamme permanente à marque de distributeur en Belgique et au Luxembourg de 10 % d'ici fin 2025 (année de référence : 2015).		Projet en cours. Lancement de la Mission Emballage ALDI en 2019. Réduction du poids total en 2020 : environ 9 %. Cet objectif national sera remplacé à l'avenir par l'objectif international.		12.2 12.5
99 % d'emballages recyclables d'ici fin 2023	99 % du volume des gammes de produits permanents belges et luxembourgeoises recyclables d'ici fin 2023.		Projet en cours. En 2020, 97,5 % des emballages étaient recyclables. Cet objectif national sera remplacé à l'avenir par l'objectif international.		12.2 12.5
Matériaux de substitution pour les plastiques à usage unique	Recherche de matériaux ou de produits de substitution pour les plastiques à usage unique en cours en Belgique et au Luxembourg.		Projet en cours. Certains produits en plastique à usage unique ont été progressivement supprimés ou remplacés par des alternatives plus durables. Cet objectif est poursuivi en permanence et complété par d'autres objectifs au niveau international.		12.2 12.5
Optimisation continue de la composition nutritionnelle des produits	Renforcement des efforts déployés en Belgique et au Luxembourg pour augmenter la teneur en fibres et réduire la teneur en sel, en matières grasses et en sucre des produits à marque de distributeur.		Objectif partiellement atteint. Chaque année, des produits supplémentaires seront évalués et ajustés. L'objectif sera à l'avenir remplacé par l'objectif suivant.		2.2
Optimisation continue de la composition nutritionnelle des produits	Optimisation de la composition de 75 % des produits destinés aux enfants d'ici fin 2021, conformément aux critères nutritionnels de EU Pledge, dans laquelle nous sommes engagés sur une base volontaire.		Nouvel objectif.		
30 % de produits végétariens en plus en 2020	30 % de produits végétariens en plus dans les magasins belges et luxembourgeois en 2020.		Objectif atteint. Les objectifs « végétariens/ végétaliens » sont désormais suivis au niveau international.		
Introduction du Nutri-Score et déploiement d'ici fin 2021	Introduction du Nutri-Score en 2020 et déploiement en Belgique et au Luxembourg d'ici fin 2021.		Lancement effectué. Déploiement en cours.	 	2.2 12.8
50 % des emballages de boissons en PET fabriqués à partir de matériaux recyclés d'ici 2024	D'ici fin 2021, 25 % de nos emballages de boissons en PET seront fabriqués à partir de plastique PET recyclé. Fin 2024, cette proportion atteindra 50 %.		Nouvel objectif.		
Augmentation de 3 à 5 % de la proportion de fruits et légumes d'origine belge d'ici fin 2021	Augmentation de 3 à 5 % de la proportion de nos fruits et légumes d'origine belge prévue d'ici fin 2021.		Nouvel objectif.		

Clé

Nouveau
 En cours
 Objectif atteint
 En continu



INTERNATIONAL

ALDI BELGIQUE & ALDI LUXEMBOURG

ALDI DANEMARK

ALDI NORD ALLEMAGNE

ALDI FRANCE

ALDI PAYS-BAS

ALDI POLOGNE

ALDI PORTUGAL

ALDI ESPAGNE

IMPRESSION

ALDI BELGIQUE & ALDI LUXEMBOURG

Description et périmètre des objectifs

Statut 2020 et prochaines étapes

ODD

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES

100 % de bois, papier et carton certifiés dans les emballages des produits d'ici fin 2019

100 % de bois, papier et carton certifiés dans les emballages des produits d'ici fin 2019 pour les produits standards de la gamme belge et luxembourgeoise.



Objectif atteint. 97,2 % en 2020. Nous considérons cet objectif atteint car nous allons évaluer les exceptions et exiger qu'elles se conforment à nos exigences et nos changements.



12.2

Remplacement du label UTZ et Rainforest Alliance par Fairtrade (FSI) pour le cacao dans certains produits d'ici fin 2022

Remplacement du label UTZ et Rainforest Alliance par Fairtrade (FSI) dans tous les produits d'origine nationale suivants d'ici fin 2022 : Moser Roth, céréales pour petit-déjeuner, confiseries de saison et pâtes à tartiner aux noisettes.



Nouvel objectif.



12.2

Introduction d'au moins un produit au chocolat à marque de distributeur qui respecte les principes de l'Open Chain (en français, « chaîne ouverte »)

Introduction d'ici fin 2021 d'au moins un produit au chocolat à marque de distributeur, dans la gamme de produits permanents ou en tant qu'article promotionnel, qui respecte les principes de Tony's Open Chain.



Nouvel objectif.



12.2

CLIMAT ET ENVIRONNEMENT

100 % d'énergie verte d'ici fin 2020

100 % d'énergie verte en Belgique en produisant de l'électricité et en achetant, si nécessaire, de l'« énergie verte ».



Objectif atteint.



7.2

Augmentation de 30 % du nombre de magasins équipés de panneaux solaires d'ici fin 2020

Augmentation de 30 % du nombre de points de vente belges et luxembourgeois équipés de panneaux solaires d'ici fin 2020 (année de référence : 2019), le projet étant en cours.



Objectif atteint (86 points de vente fin 2020).



7.2

Utilisation de réfrigérants naturels en 2020

Introduction de réfrigérants naturels (propane et CO₂) au lieu de réfrigérants de synthèse dans les nouveaux magasins et les magasins à rénover en Belgique et au Luxembourg en 2020. Projet à poursuivre en 2021.



Objectif atteint. Utilisation du CO₂ dans 21 points de vente (fin 2020).



12.4

Augmentation de 50 % du nombre de points de vente équipés de panneaux solaires d'ici fin 2021

Augmentation de 50 % du nombre de points de vente belges et luxembourgeois équipés de panneaux solaires d'ici fin 2021 (année de référence : 2020). Inauguration du centième magasin équipé de panneaux solaires.



Nouvel objectif. Fin 2020, 86 points de vente en étaient équipés. 66 le seront en 2021.

7.2
9.4

Augmentation de 10 % du nombre de points de vente équipés de la technologie de récupération de chaleur d'ici fin 2021

Augmentation du nombre de points de vente équipés de systèmes de récupération de chaleur afin d'utiliser moins de gaz de chauffage et de réduire les émissions de CO₂.



Nouvel objectif. Fin 2020, 125 points de vente en étaient équipés. 12 le seront en 2021.

7.3
9.4

Augmentation de 80 % du nombre de points de vente équipés de systèmes de réfrigération au CO₂ d'ici fin 2021

Augmentation du nombre de points de vente équipés de systèmes de réfrigération au CO₂ afin de réduire les émissions de CO₂ en ayant recours à des réfrigérants naturels.



Nouvel objectif. Fin 2020, 22 points de vente étaient équipés. 25 le seront en 2021.

7.3
9.4COLLABORATEURS ET
ENGAGEMENT SOCIÉTAL

Introduction d'une application pour les collaborateurs en 2021

Introduction d'une application pour les collaborateurs en 2021 afin d'améliorer la communication interne et impliquer davantage les collaborateurs d'ALDI.



Nouvel objectif.

Action caritative nationale annuelle

Action caritative nationale belge annuelle.



Projet en cours. Le premier événement a eu lieu en 2019. En 2020, a été menée une campagne au profit du fonds de lutte contre la pauvreté infantile.

Clé

Nouveau En cours Objectif atteint En continu



PROGRAMME DE RSE 2020 – ALDI DANEMARK

CLIENT ET PRODUIT

Description et périmètre des objectifs		Statut 2020 et prochaines étapes		ODD	
Emballages à 100 % recyclables d'ici fin 2024 (auparavant 2025)	Augmentation de la recyclabilité des emballages danois à marque de distributeur. Utilisation à 100 % de matériaux d'emballage recyclables, réutilisables ou compostables d'ici fin 2024 (auparavant 2025).		Projet en cours. ■ Lancement de l'évaluation environnementale des emballages en 2021. ■ Mise en place d'un processus standard de collecte de données sur les emballages pour les nouveaux produits. ■ Participation à une étude internationale des possibilités de partage des données avec d'autres pays partenaires d'ALDI.		12.2 12.5
Réduction de 15 % des emballages d'ici fin 2024 (auparavant 2025)	Réduction de 15 % du poids total des emballages au Danemark d'ici fin 2024 (année de référence 2020).		Projet en cours. L'objectif sera renouvelé une fois atteint. Résultat intermédiaire : ■ Couverts, pailles, gobelets et assiettes en plastique à usage unique déjà progressivement éliminés. ■ Augmentation de l'utilisation de plastique recyclé dans les emballages.		12.2 12.5
40 % de fruits et légumes non emballés d'ici 2024	Augmentation de la part des fruits et légumes non emballés à au moins 40 % d'ici fin 2024.		Nouvel objectif.		12.5
Programme de lutte contre le gaspillage alimentaire d'ici fin 2020	D'ici fin 2020, tous les points de ventes danois doivent avoir mis en place un programme de lutte contre le gaspillage alimentaire, par exemple en vendant des « sacs magiques » d'aliments qui, autrement, seraient jetés, par l'intermédiaire d'un partenaire externe, ou en faisant don d'aliments à des organisations sociales.		Objectif atteint. 100 % des points de vente ont vendu des paniers de fruits et légumes par l'intermédiaire du partenaire Too Good To Go. 110 magasins ont fait don d'aliments de manière régulière ou occasionnelle en 2020. À ceci s'ajoutent les dons provenant des entrepôts et du siège.		12.3 12.5
Réduction de 50 % des déchets alimentaires d'ici fin 2030 (auparavant 80 %)	Depuis 2020, ALDI Danemark a rejoint l'initiative « Denmark Against Food Waste » [en français, « Le Danemark contre le gaspillage alimentaire »]. L'objectif est de réduire le gaspillage alimentaire de 50 % d'ici 2030 (année de référence 2019) et d'établir un rapport annuel sur le gaspillage alimentaire.		Projet en cours. ■ Création d'une méthode de calcul du gaspillage alimentaire. ■ Calcul du gaspillage alimentaire pour 2019 et 2020 (en kg). Objectif adapté après avoir rejoint l'initiative « Denmark Against Food Waste » en 2020.		12.3 12.5

Clé

Nouveau
 En cours
 Objectif atteint
 En continu



ALDI DANEMARK

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT
ET RESSOURCESCLIMAT ET
ENVIRONNEMENT

Description et périmètre des objectifs	Statut 2020 et prochaines étapes	ODD
100 % de bois certifié d'ici fin 2020	Transition vers du bois et des produits à base de bois à marque de distributeur 100 % durables et certifiés au Danemark d'ici fin 2020.	Projet en cours. 95 % du bois et des produits à base de bois certifiés d'ici fin 2020.
100 % de soja certifié pour certains produits définis à marque de distributeur d'ici fin 2025	Notre objectif est d'atteindre 100 % de soja durable d'ici fin 2025, qu'il soit utilisé directement ou indirectement dans nos produits à marque de distributeur via la viande fraîche, les produits laitiers, notamment les œufs, et les produits à base de viande congelés et réfrigérés. Nous compenserons dans un premier temps la quantité de soja en achetant des crédits RTRS (Round Table on Responsible Soy) en 2020.	Projet en cours. En 2020 : ■ Calcul de notre empreinte. ■ Plan d'achat de crédits RTRS en 2021 pour 2020.
100 % d'énergie renouvelable d'ici fin 2021	Achat d'électricité 100 % verte d'ici fin 2021.	Projet en cours. En 2020 : ■ 11 installations photovoltaïques. ■ 3 % d'électricité produite de manière autonome. ■ 0 % d'achat direct d'électricité.

PROGRAMME DE RSE 2020 – ALDI NORD ALLEMAGNE

CLIENT ET PRODUIT

Description et périmètre des objectifs	Statut 2020 et prochaines étapes	ODD
30 % d'emballages en moins d'ici fin 2025	Réduction de 30 % du poids total des emballages de produits à marque de distributeur en Allemagne (proportionnellement aux ventes) d'ici fin 2025 (année de référence : 2015).	Projet en cours. Fin 2020, 15,46 % de matériaux d'emballage en moins par rapport à 2015.
100 % d'emballages recyclables d'ici fin 2022	100 % des emballages de nos produits à marque de distributeur en Allemagne recyclables d'ici fin 2022.	Projet en cours. Selon une première étude, environ deux tiers de nos emballages sont déjà considérés comme recyclables.
Interdiction des microplastiques dans les produits cosmétiques d'ici fin 2022	Remplacement de tous les produits cosmétiques de marque de distributeur contenant des microplastiques solides ou des plastiques de synthèse liquides en Allemagne par des alternatives écoresponsables d'ici fin 2022.	Projet en cours. Depuis 2014, élimination progressive des microplastiques dans les produits cosmétiques, les produits de soins personnels et les nettoyeurs. En 2019 : 180 produits sans microplastiques solides ou plastiques synthétiques liquides chez ALDI. Une enquête détaillée sur le nombre d'articles sera à nouveau menée à l'avenir.
Extension du système d'étiquetage relatif au bien-être animal (« Haltungsform »)	Extension du système d'étiquetage relatif au bien-être animal (« Haltungsform ») à d'autres produits et groupes de produits en Allemagne.	Extension aux produits transformés à base de viande (charcuterie, viande congelée et en conserve) à partir de mi-2021.

Clé

Nouveau
 En cours
 Objectif atteint
 En continu



ALDI NORD ALLEMAGNE

Description et périmètre des objectifs

Statut 2020 et prochaines étapes

ODD

Retrait des produits à base de viande fraîche avec « Haltungsform » 1

Retrait des produits à base de viande fraîche issus de la méthode d'élevage « Haltungsform » 1 dans les magasins allemands et augmentation de la proportion de produits à base de viande fraîche de marque de distributeur avec « Haltungsform » 2, 3 ou 4.



Projet en cours. La plupart de nos produits sont actuellement étiquetés comme issus des méthodes d'élevage 1 et 2. Grâce à notre engagement constant en faveur du bien-être animal, la méthode d'élevage 2 sera considérablement augmentée mi-2021.

Arrêt de l'élimination des poussins dans la production d'œufs coquilles d'ici fin 2022

Transition progressive de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement pour les œufs coquilles issus d'élevage au sol, en plein air et biologique dans toute l'Allemagne d'ici fin 2022, pour mettre fin à l'élimination des poussins mâles dans la production d'œufs coquilles.



Projet en cours. Depuis 2017, nous proposons déjà des œufs issus du projet Bruderhahn au sein de notre marque de distributeur, Henne & Hahn. Les premiers fournisseurs élèvent déjà les poussins mâles.

100 % de produits laitiers de consommation d'origine allemande

Transition progressive vers des produits laitiers de consommation d'origine allemande, notamment le lait UHT et le lait bio.



Nouvel objectif. Tous les produits laitiers FAIR & GUT sont déjà d'origine allemande, de même que la majorité de notre lait frais.

50 % de café certifié durable d'ici fin 2020

Transition vers un café certifié durable (UTZ/Rainforest Alliance, Fairtrade, bio) pour certains produits à marque de distributeur en Allemagne d'ici fin 2020.



Projet en cours. 49,5 % en 2020.



12.2

Augmenter le taux d'utilisation de l'énergie produite en interne

Augmenter le taux d'utilisation de l'énergie produite en interne par les installations photovoltaïques dans les magasins en Allemagne, en les combinant avec des systèmes intégrés de refroidissement et de chauffage, et en adaptant les systèmes photovoltaïques à la consommation du magasin.



Projet en cours. Le taux de consommation de l'énergie produite pour 2020 est de 67,1 %.

7.2
7.3

PROGRAMME DE RSE 2020 – ALDI FRANCE

Description et périmètre des objectifs

Statut 2020 et prochaines étapes

ODD

100 % de produits à base de viande portent le logo ATC d'ici fin 2020

Extension du ALDI Transparency Code (ATC) aux produits à marque de distributeur vendus en France qui contiennent au moins 3 % de viande d'ici fin 2020.



Objectif non atteint. Nous allons poursuivre l'objectif de 100 % de produits à base de viande étiquetés ATC, voir la mise à jour de l'objectif ci-dessous.

100 % de produits à base de viande portent le logo ATC d'ici fin 2022

Extension du ALDI Transparency Code (ATC) aux produits à marque de distributeur contenant au moins 5 % de viande.



Extension de l'objectif précédent et modification de son champ d'application pour l'harmoniser avec l'objectif international.

75 % des produits de la gamme permanente étaient étiquetés avec l'ATC fin 2020.



ALDI FRANCE

Description et périmètre des objectifs

Statut 2020 et prochaines étapes

ODD

CLIENT ET PRODUIT

100 % de pommes et de poires certifiées BEE FRIENDLY d'ici fin 2021

100 % de pommes et de poires européennes certifiées BEE FRIENDLY dans les magasins français d'ici fin 2021.



Projet en cours. 61,66 % (en volume) des pommes et 74,4 % des poires ont été vendues en 2020 avec le label BEE FRIENDLY.



15.5

100 % des produits à marque de distributeur étiquetés avec le Nutri-Score d'ici fin 2023

Étiquetage de tous les produits à marque de distributeur avec le Nutri-Score d'ici fin 2023.



Nouvel objectif. Enregistrement des premières marques de distributeur sur la plateforme française Nutri-Score en 2020. Il est prévu d'enregistrer toutes les autres marques de distributeur d'ici fin 2021 afin qu'elles puissent être étiquetées d'ici fin 2023.

2.2
12.8

100 % de cacao certifié d'ici fin 2020

Passage au cacao certifié (UTZ, Fairtrade, Rainforest Alliance et bio) pour tous les produits à marque de distributeur d'ici fin 2020 en France.



Objectif non atteint. En 2020, 93,5 % des produits contenant du cacao étaient certifiés.



12.2

75 % de poissons et de fruits de mer certifiés durables d'ici fin 2019

Conversion de 75 % des produits de la mer à marque de distributeur en France en produits certifiés durables d'ici fin 2019.

Objectif non atteint. En 2020, 54,1 % des poissons et fruits de mer étaient certifiés selon les standards ASC, MSC, GLOBALG.A.P ou BIO.*

*72 % de tous les produits à base de poisson étaient certifiés selon les labels ASC, MSC, GLOBALG.A.P., Bio, Dolphin Safe, Pavillon France, Label Rouge, IGP ou Friend of the Sea.12.2
14.4

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES

Interdiction des oeufs de batterie à partir de 2020

- Mettre fin à l'utilisation des oeufs issus d'élevage en cage pour les produits transformés à marque de distributeur d'ici fin 2020.
- Mettre fin à la vente des œufs coquilles issus d'élevage en cage en France d'ici fin 2025.



Projet en cours. En 2020, 54 % de tous les œufs coquilles provenaient d'élevages alternatifs aux cages. En mars 2021, l'objectif a été atteint : depuis, aucun œuf coquille issu de poules élevées en cage n'a été commercialisé.

79 % de tous les produits à marque de distributeur contenant des œufs ont été fabriqués à partir d'œufs provenant d'élevages alternatifs aux cages. En 2019 : 67 %. L'objectif sera poursuivi en 2021.

Engagement au sein de l'European Chicken Commitment

D'ici fin 2026, tous les produits à marque de distributeur à base de poulet (produits bruts et transformés, frais et congelés, contenant plus de 50 % de viande de poulet) devront répondre aux critères de l'European Chicken Commitment (ECC). En outre, 20 % du volume de nos ventes dans cette gamme de produits proviendront d'exploitations qui garantissent aux poulets l'accès à un espace extérieur ou à un parcours libre d'ici 2026.



Nouvel objectif.

CLIMAT ET ENVIRONNEMENT

120 installations photovoltaïques d'ici fin 2021

Mise en place de 120 installations photovoltaïques sur de nouveaux magasins en France d'ici fin 2021.



Projet en cours. En 2020, 79 systèmes photovoltaïques étaient déjà installés en France.

7.2
9.4

Clé

Nouveau
 En cours
 Objectif atteint
 En continu



PROGRAMME DE RSE 2020 – ALDI PAYS-BAS

CLIENT ET PRODUIT

Description et périmètre des objectifs	Statut 2020 et prochaines étapes	ODD
20 % d'emballages en plastique en moins d'ici fin 2025	Réduction de 20 % du poids total des emballages en plastique des produits à marque de distributeur aux Pays-Bas d'ici fin 2025 (année de référence : 2017). 	Projet en cours. 12.2 12.5
100 % d'emballages en plastique recyclables d'ici fin 2025	100 % des emballages de nos produits à marque de distributeur aux Pays-Bas recyclables d'ici fin 2025. 	Projet en cours. Projet mis en place avec les fournisseurs pour améliorer la recyclabilité. 12.2 12.5
Utilisation de 35 % de plastique recyclé dans les emballages d'ici fin 2025	Utilisation de 35 % de plastique recyclé pour les emballages de nos produits à marque de distributeur aux Pays-Bas d'ici 2025. 	Projet en cours. Augmentation des emballages de produits contenant des matériaux recyclés, par exemple les bouteilles de boissons et de produits d'entretien, les contenants à salade et les barquettes de viande et de poisson. D'autres projets sont à venir. 12.2 12.5
Concepts de filets/sacs alternatifs d'ici fin 2020	Tous les magasins qui vendent des fruits et légumes en vrac doivent proposer des sacs/filets à usage unique biosourcés et des sacs réutilisables d'ici fin 2020. 	Objectif partiellement atteint. Tous les magasins néerlandais qui vendent des fruits et légumes en vrac proposent des sacs à usage unique biosourcés pour les fruits et légumes au prix de 0,01 €. 12.2 12.5
Réduction de la teneur en sel et en sucre	Renforcement des efforts pour réduire la teneur en sel et en sucre de produits à marque de distributeur supplémentaires. 	Projet en cours. En 2020, la teneur en sel et en sucre a été réduite dans de nombreux groupes de produits (notamment les céréales pour petit-déjeuner, les sauces et les snacks salés). En 2021, nous nous concentrerons sur la réduction de la teneur en sucre dans les boissons rafraîchissantes et les produits laitiers. Les confiseries, le chocolat et les biscuits seront proposés en plus petit conditionnement. 2.2 Tous les résultats décrits ont été obtenus dans l'ensemble des supermarchés et des fournisseurs de produits alimentaires des Pays-Bas.
Label PlanetProof pour 100 % des fruits et légumes néerlandais d'ici fin 2019	Étiquetage de tous les fruits et légumes cultivés aux Pays-Bas avec le label de développement durable PlanetProof d'ici fin 2019. 	Objectif atteint. 12.2 12.8
Pas de marketing ciblant les enfants sur des produits néfastes à leur santé d'ici fin 2020	Pas de marketing ciblant les enfants sur des produits néfastes à leur santé d'ici fin 2020. 	Objectif atteint.

Clé

Nouveau
 En cours
 Objectif atteint
 En continu



ALDI PAYS-BAS

Description et périmètre des objectifs

Statut 2020 et prochaines étapes

ODD

Label Beter Leven pour 100 % de produits d'origine animale

Aux Pays-Bas, pour les produits contenant des ingrédients d'origine animale (transformés ou non), passage aux critères du label de développement durable Beter Leven (en français, « Meilleure Vie ») une étoile (norme minimale).



Projet en cours. En 2020, nous avons élargi nos gammes de produits à base de viande ayant le label Beter Leven.



12.8

Extension des produits à base de viande avec ATC

Aux Pays-Bas, étendre l'ALDI Transparency Code (ATC) pour les produits à marque de distributeur à la charcuterie.



Projet en cours. En 2020, les premiers produits de charcuterie à marque de distributeur respectant l'ATC ont été introduits. Nous poursuivrons cette extension en 2021.

Mise en place d'un système de gestion de l'énergie d'ici fin 2018

Certification ISO 50001 à l'échelle nationale d'ici fin 2018.



Reporté jusqu'à nouvel ordre.

7.3
8.4

Sensibilisation aux questions de santé

Poursuite et renforcement des efforts déployés aux Pays-Bas pour sensibiliser les clients et les collaborateurs aux questions de santé.



Projet en cours. En 2020, l'accent a été mis sur la promotion d'une alimentation saine auprès des enfants, notamment via l'introduction d'une marque de distributeur proposant des articles sains aux enfants (symbolisés par des personnages de Disney), des dons de pain pour la semaine de la « Nationaal Schoolontbijt » (en français, « Petit-déjeuner national à l'école ») et un projet pilote pour accroître la consommation de légumes dans les crèches.



3.4

Clé

Nouveau

En cours

Objectif atteint

En continu



PROGRAMME DE RSE 2020 – ALDI POLOGNE

	Description et périmètre des objectifs		Statut 2020 et prochaines étapes		ODD
CLIENT ET PRODUIT	Stratégie d'emballage d'ici fin 2020	Publication de la stratégie nationale polonaise en matière d'emballages d'ici fin 2020.		Objectif non atteint. En raison d'une compréhension écologique de plus en plus large en Pologne et des changements législatifs attendus, l'objectif n'a pas pu être atteint dans le délai prévu. Nous poursuivons nos efforts pour atteindre cet objectif important et espérons l'atteindre l'année prochaine.	12.2 12.5
	Dons alimentaires dans tous les magasins d'ici fin 2020	100 % des magasins polonais feront don des aliments qui ne sont plus commercialisables mais sont encore consommables à des organisations caritatives d'ici fin 2020.		Objectif partiellement atteint. État 2020 : 93 % des points de vente ont fait don d'aliments. Ce chiffre représente une augmentation de 125 % par rapport à l'année précédente. Tous les points de vente ne sont pas en mesure de conclure un partenariat de don en faveur d'organisations caritatives, par exemple en raison de leur localisation isolée. Néanmoins, dans la mesure du possible, nous poursuivons nos efforts pour impliquer tous les magasins.	2.1 12.3
	Publication de magazines de responsabilité d'entreprise	Publication d'un magazine de responsabilité d'entreprise annuel concernant les questions environnementales et les informations connexes destinées aux consommateurs.		Nouvel objectif. En 2020, nous avons publié deux magazines pour nos clients. Nous publierons chaque année des magazines pédagogiques.	
CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES	Politique nationale d'achat en matière de bien-être animal d'ici fin 2020	Publication d'une politique nationale polonaise d'achat en matière de bien-être animal d'ici fin 2020.		Objectif non atteint. L'objectif n'a pas pu être atteint dans le délai prévu. Nous échangeons avec nos fournisseurs pour aligner nos exigences sur les propositions de mesures prévues. Nous poursuivons nos efforts pour atteindre cet objectif important et espérons l'atteindre l'année prochaine.	
	Programme de formation complet pour les nouveaux collaborateurs, avec présentation de tous les services de l'entreprise et remise d'un kit de bienvenue	Les nouveaux employés suivent un programme de formation complet. On leur présente l'ensemble des départements de l'entreprise et ils reçoivent un kit de bienvenue. Le programme est conçu pour faciliter l'intégration dans l'entreprise et soutenir les nouveaux collaborateurs.		Nouvel objectif.	4.4

Clé

 Nouveau
  En cours
  Objectif atteint
  En continu



PROGRAMME DE RSE 2020 – ALDI PORTUGAL

Description et périmètre des objectifs

Statut 2020 et prochaines étapes

ODD

Mise en œuvre d'un projet d'économie circulaire d'ici fin 2021

Mise en œuvre d'un projet d'économie circulaire en coopération avec les fournisseurs d'ici fin 2021 afin d'améliorer l'économie circulaire et l'utilisation des ressources.



Nouvel objectif.



12.2
12.5

Poursuivre le développement de la coopération avec l'APCOI (Associação Portuguesa de Combate à Obesidade Infantil, en français « Association portugaise de lutte contre l'obésité infantile ») d'ici fin 2021

Coopération avec l'APCOI pour améliorer la gamme de produits actuelle et l'information des clients d'ici fin 2021.



Nouvel objectif.



3.4

100 % de produits nationaux étiquetés avec le logo « Sou Português » (en français, « Je suis portugais ») d'ici fin 2021

100 % de produits nationaux à marque de distributeur étiquetés avec le logo « Sou Português » (en français, « Je suis portugais ») d'ici fin 2021 ; concerne principalement : fruits et légumes, produits laitiers, viande et poisson frais.



Nouvel objectif.

Augmentation à au moins 50 % de la proportion des fruits et légumes non emballés d'ici fin 2021

Au moins 50 % des fruits et légumes ne seront plus emballés dans nos points de vente d'ici fin 2021. Pour les produits où un emballage est nécessaire, nous utiliserons toujours moins d'emballages en plastique pour favoriser les emballages durables et respectueux de l'environnement.



Nouvel objectif.



12.5

Introduction de l'étiquetage nutritionnel en 2021

Introduction du Nutri-Score pour les produits à marque de distributeur en 2021, en se concentrant sur les groupes de produits suivants : petit-déjeuner, produits laitiers, produits réfrigérés, produits surgelés et boissons rafraîchissantes.



Nouvel objectif.



2.2
12.8

Suppression des emballages en plastique noir ou de couleur (barquettes) pour la viande fraîche à marque de distributeur d'ici fin 2021

Suppression des barquettes en plastique noir ou de couleur au profit de barquettes en plastique R-PET transparent ou blanc pour la viande fraîche à marque de distributeur d'ici fin 2021.



Nouvel objectif.



12.5

Augmentation de 25 % de la proportion de produits carnés étiquetés avec le Code de Transparence ALDI (ATC) d'ici fin 2021

Développement du Code de Transparence ALDI (ATC) aux produits à marque de distributeur contenant au moins 5 % de viande d'ici fin 2021.



Nouvel objectif.

100 % de produits à base de merlu certifiés durables d'ici fin 2022

100 % de produits à base de merlu à marque de distributeur certifiés issus de matières premières durables au Portugal d'ici fin 2022.



Nouvel objectif.



12.2
14.4

CLIENT ET PRODUIT

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT
ET RESSOURCES



ALDI PORTUGAL

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT
ET RESSOURCESCLIMAT
ET ENVIRONNEMENTCOLLABORATEURS ET
ENGAGEMENT SOCIÉTAL

Description et périmètre des objectifs

Nouvelle politique nationale d'achat de poissons et de fruits de mer d'ici fin 2021

Mise à jour de la politique nationale d'achat de poissons et de fruits de mer d'ici fin 2021 afin d'améliorer la durabilité des articles à base de poisson et de fruits de mer, en coopération avec les fournisseurs et les organisations.



Nouvel objectif.

12.2
14.4

100 % du conditionnement pour fruits et légumes en vrac en carton d'ici la fin du deuxième trimestre 2021

100 % du conditionnement pour fruits et légumes en vrac à marque de distributeur et d'autres marques seront en carton d'ici la fin du deuxième trimestre 2021.



Nouvel objectif.



12.5

Mise en place d'installations photovoltaïques sur les toits de tous les nouveaux points de vente en 2021

La proportion de points de vente ALDI équipés d'installations photovoltaïques sera augmentée en mettant en place des systèmes sur les toits de tous les nouveaux magasins en 2021.



Nouvel objectif.



7.2

Installation de parkings pour vélos d'ici fin 2021

Installation de parking à vélos devant tous les points de vente d'ici fin 2021 (hormis les lieux soumis à des restrictions publiques) afin d'encourager les modes de transport plus respectueux de l'environnement.



Nouvel objectif.

Programmes de formation des collaborateurs en 2021

Poursuite des programmes de formation des collaborateurs visant au développement des compétences (Académie ALDI) en 2021.



Nouvel objectif.



4.4

Poursuite de la communication interne en 2021

Les communications relatives à l'engagement des collaborateurs se poursuivront en 2021, notamment via notre bulletin d'informations ou via notre manifeste en ligne.



Nouvel objectif.

PROGRAMME DE RSE 2020 – ALDI ESPAGNE

Description et périmètre des objectifs

Promotion des sacs réutilisables

Mise en place de sacs réutilisables.



Objectif atteint. Différents types de sacs réutilisables sont disponibles dans nos magasins. Des sacs réutilisables sont également disponibles pour les fruits et légumes frais. D'autres alternatives sont actuellement à l'étude.

12.2
12.5

Étiquetage de tous les produits sans gluten et sans lactose d'ici fin 2018

Étiquetage de tous les produits sans gluten et sans lactose en Espagne, sur la base de fournisseurs de certification reconnus (ELS ou Adilac) d'ici fin 2018.



Objectif partiellement atteint. En raison de l'adaptation interne des critères d'étiquetage, qui introduit davantage de flexibilité, cet objectif n'est plus valable. La certification des produits sans gluten et sans lactose continuera toutefois d'être appliquée.



2.2

CLIENT ET PRODUIT



ALDI ESPAGNE

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES

CLIMAT ET ENVIRONNEMENT

COLLABORATEURS ET ENGAGEMENT SOCIÉTAL

Description et périmètre des objectifs

Statut 2020 et prochaines étapes

ODD

Politique nationale d'achat en matière de bien-être animal d'ici fin 2018

Élaboration et publication de la politique nationale d'achat en matière de bien-être animal pour l'Espagne d'ici fin 2018.



Objectif partiellement atteint. En 2020, plusieurs mesures visant à améliorer le bien-être animal ont été mises en œuvre. La publication de la politique nationale d'achat en matière de bien-être animal est prévue pour la mi-2021, en même temps que la version actualisée de la politique internationale en matière de bien-être animal.

35 % de poissons et fruits de mer certifiés durables d'ici fin 2021

35 % de poissons et fruits de mer certifiés d'ici fin 2021 (MSC pour la pêche sauvage, ASC, le label bio de l'UE ou GLOBALG.A.P. pour l'aquaculture).



Nouvel objectif.



12.2
14.4

Mise en place de nouvelles installations photovoltaïques d'ici fin 2021

Augmentation de la proportion de points de vente ALDI équipés d'installations photovoltaïques en intégrant 20 installations photovoltaïques supplémentaires sur les toits des magasins espagnols.



Nouvel objectif.



7.2
9.4

Éclairage LED dans les points de vente existants d'ici fin 2021

Conversion de l'éclairage de la surface de vente de 120 magasins existants et de l'éclairage extérieur de 30 parkings en éclairage LED.



Nouvel objectif.



7.3
9.4

Introduction de gaz réfrigérant naturel dans tous les points de vente d'ici fin 2021

Utilisation de CO₂ comme gaz réfrigérant naturel dans tous les nouveaux magasins pour remplacer les gaz synthétiques, qui ont un plus grand potentiel de réchauffement.



Nouvel objectif.



7.3
9.4

100 % d'électricité verte d'ici fin 2021

Achat de 100 % d'électricité verte pour couvrir les besoins des magasins, entrepôts et bureaux d'ici fin 2021.



Nouvel objectif.



7.2

Système de contrôle énergétique et domotique d'ici fin 2021

Mise en place d'un système de contrôle énergétique et domotique dans toutes les nouveaux points de vente et dans 10 magasins existants en 2021.



Nouvel objectif.



9.4

Programmes de formation pour les collaborateurs d'ici fin 2021

Programme de formation continue pour l'ensemble des collaborateurs.



Nouvel objectif.



4.4

Formation de nouveaux agents de formation d'ici fin 2021

Formation de collaborateurs afin de les faire devenir responsables de formation interne pour les nouveaux employés.



Nouvel objectif.



4.4

Promotion du programme double FP (Formación Profesional)

Promotion du programme double FP (Formación Profesional, en français : « Formation Professionnelle »). Il est destiné aux jeunes et vise à avoir une incidence sur la société et ses collaborateurs.



Nouvel objectif.



4.4

Programme linguistique (anglais) d'ici fin 2021

Mise en place d'un programme linguistique (anglais) au profit des collaborateurs.



Nouvel objectif.



4.4

Clé

Nouveau En cours Objectif atteint En continu



IMPRESSION ET CONTACT

RÉDACTEUR EN CHEF

ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Eckenbergstraße 16A
45307 Essen

RESPONSABLE

Rolf Buyle

Directeur général
International Buying
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

GESTION DE PROJET

Dr. Nora Verfürth

Directrice
Corporate Responsibility
Quality Assurance International
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Judith Hochköppler

Responsable
Corporate Responsibility
Quality Assurance International
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

CONTACT

cr-reporting@aldi-nord.de

CONCEPT/RÉDACTION/DESIGN

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg

DATE LIMITE DE RÉDACTION

31 mars 2021

Exclusion de responsabilité

Le présent rapport contient des déclarations qui se rapportent à l'évolution future des sociétés du groupe ALDI Nord. Ces déclarations constituent des estimations établies sur la base des informations dont ALDI Nord dispose actuellement. L'évolution réelle peut différer des estimations actuelles. Les entreprises du groupe ALDI Nord déclinent par conséquent toute responsabilité quant à ces déclarations.