



ALDI Nord
RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE DE 2021



CONTEÚDO

1. PREFÁCIO

2. GESTÃO

1. ABORDAGEM DE SUSTENTABILIDADE
2. RELEVÂNCIA
3. PARTES INTERESSADAS E REDES
4. *COMPLIANCE*

3. PAÍSES

1. ALDI BÉLGICA E ALDI LUXEMBURGO
2. ALDI DINAMARCA
3. ALDI NORD ALEMANHA
4. ALDI FRANÇA
5. ALDI PAÍSES BAIXOS
6. ALDI POLÓNIA
7. ALDI PORTUGAL
8. ALDI ESPANHA

4. CLIENTE & PRODUTO

1. GAMAS DE PRODUTOS RESPONSÁVEIS
2. TRANSPARÊNCIA & COMUNICAÇÃO

5. CADEIA DE ABASTECIMENTO & RECURSOS

1. RESPONSABILIDADE AMBIENTAL NA CADEIA DE ABASTECIMENTO
2. RESPONSABILIDADE SOCIAL NA CADEIA DE ABASTECIMENTO

6. CLIMA & AMBIENTE

1. PROTEÇÃO CLIMÁTICA & AMBIENTAL

7. COLABORADORES & COMUNIDADE

1. EMPREGADOR ATRATIVO
2. COMPROMISSO SOCIAL

8. ANEXOS

1. SOBRE ESTE RELATÓRIO
2. CERTIFICADO DE AUDITORIA INDEPENDENTE
3. *GRI CONTENT INDEX*
4. RELATÓRIO DE PROGRESSO DO PACTO GLOBAL DAS NAÇÕES UNIDAS (COP)
5. OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
6. FICHA TÉCNICA & CONTACTO

PREFÁCIO

GRI 102-11, -14

CARAS LEITORAS, CAROS LEITORES,

Estamos confrontados com acontecimentos históricos cujo impacto nos afeta a todos e perturba as cadeias de abastecimento globais. Os atuais acontecimentos políticos e globais estão a agravar ainda mais a situação: dificuldades nas cadeias de abastecimento, escassez de matérias-primas e o aumento dos preços têm consequências sociais significativas. Como empresa, fazemos parte da sociedade global e estamos particularmente no centro das atenções. Sentimos mais claramente do que nunca a responsabilidade que temos como retalhista alimentar: os nossos clientes confiam em nós para lhes fornecer bens alimentares essenciais – hoje e amanhã. Tornar as nossas cadeias de abastecimento resilientes e aptas para o futuro é, portanto, mais importante do que nunca. Os aspetos de sustentabilidade assumem um papel particular – a nossa aspiração de tornar as compras sustentáveis acessíveis para todos perdura, especialmente nestes tempos difíceis.

Embora os desenvolvimentos recentes estejam no centro da discussão pública, a crise climática continua a ser um dos maiores desafios do nosso tempo. É por isso que estabelecemos a meta de reduzir as nossas emissões de gases com efeito de estufa em 55% em todo o grupo de empresas ALDI Nord até 2030, em comparação com 2020 (âmbitos 1 e 2). Em Maio de 2022, a meta foi aprovada pela iniciativa Science Based Targets (SBTi), à qual aderimos, como um dos primeiros *discounters*, em 2020.

Estamos conscientes de que as alterações climáticas só podem ser travadas em cooperação com parceiros fortes. É por isso que é particularmente importante para nós envolver os nossos fornecedores mais importantes nos nossos esforços de proteção climática. Por esta razão, solicitamos-lhes que estabeleçam as suas próprias metas climáticas de acordo com a SBTi até 2024. Em conjunto, a nossa influência é particularmente elevada, dado que as emissões geradas na cadeia de fornecimento (âmbito 3) representam uma parte significativa do total das nossas emissões.

Mas não é apenas na área da proteção climática e ambiental que assumimos a responsabilidade – também trabalhamos há muitos anos para assegurar que os direitos humanos universais sejam protegidos nas nossas cadeias globais de abastecimento. No ano de referência do presente relatório, reforçamos ainda mais a nossa posição sobre aspetos importantes dos direitos humanos: Em Maio de 2021, publicámos o nosso “International Position Paper on Living Wages and Living Incomes” para sublinhar o nosso compromisso com padrões de vida decentes nas cadeias de abastecimento globais. Seguiu-se a nossa “International Policy on Gender Equality along ALDI's Supply Chains” e o “Gender Equality Action Plan”, ambos publicados em Novembro de 2021. Tal sublinha a nossa ambição de melhorar as condições de trabalho das mulheres ao longo das nossas cadeias de abastecimento globais. O plano de ação inclui metas calendarizadas e medidas concretas – desde a sensibilização interna dos nossos colaboradores até ao combate à violência e ao assédio nos locais de produção.

Os dez princípios do Pacto Global (UNGC) e os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas são a base sólida do nosso trabalho de sustentabilidade. Contudo, os nossos princípios também incluem que questionamos criticamente as nossas ações repetidas vezes e as adaptamos a novas conclusões e desenvolvimentos. É desta forma que melhoramos continuamente. Consequentemente, estamos constantemente a afiar a nossa estratégia de sustentabilidade. No nosso Relatório de Sustentabilidade atual encontra o que já alcançamos ao longo do caminho e o que planeamos para os próximos anos.

Ao mesmo tempo, encorajo-vos: Escrevam-nos! Só quando estamos abertos a diferentes perspetivas, dialogamos e partilhamos os nossos conhecimentos, podemos tomar boas decisões para enfrentar os desafios do nosso tempo.

**Timo Dietz**

Managing Director
Corporate Responsibility
Quality Assurance
(CRQA) International
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

GESTÃO

GERIR SUSTENTABILIDADE

O nosso compromisso de sustentabilidade assenta em estratégias claras, numa conduta ética e cumpridora e em organizações eficientes. Queremos permitir um consumo seguro e responsável com consciência tranquila. A seleção dos temas de enfoque e o nosso programa de Corporate Responsibility colocou-nos no caminho certo. De modo a fazermos face aos atuais desafios, estamos a trabalhar intensamente em iniciativas e alianças específicas com as principais partes interessadas.



12.2, 12.5



16.5



17.16

CERCA DE **82%** DO ALGODÃO
USADO NOS PRODUTOS DE MARCA PRÓPRIA
SUSTENTÁVEL E CERTIFICADO –
**UM AUMENTO DE 17,9% EM COMPARAÇÃO
COM O ANO DE 2020.**

OFERECEMOS MAIS DE **1370**
PRODUTOS COM O LOGÓTIPO
BIOLÓGICO DA UE NAS NOSSAS LOJAS
EM 2021.

872 PRODUTOS ROTULADOS COMO
VEGETARIANO E/OU VEGAN –
**UM AUMENTO EM 27,5% EM COMPARAÇÃO
COM O ANO DE 2020.**

AUMENTÁMOS EM **89%**
AS INSTALAÇÕES DE PAINÉIS
FOTOVOLTAICOS NOS TELHADOS EM TODAS
AS EMPRESAS DO GRUPO ALDI NORD
EM COMPARAÇÃO COM O ANO DE 2020.

ABORDAGEM DE SUSTENTABILIDADE

GRI 102-2, -4, -6, -7, -11, -14 As empresas ALDI são retalhistas *discounter* de sucesso internacional, que oferecem produtos de alta qualidade ao preço mais baixo possível, em nove países europeus. Fazer compras no ALDI Nord tem de ser simples: com lojas acessíveis aos nossos clientes e produtos de alta qualidade ao preço mais baixo possível. Como as expectativas dos clientes mudam cada vez mais rapidamente, estamos em constante evolução para melhor satisfazer as exigências dos nossos clientes. Contudo, a nossa forma de fazer negócios nunca muda: de forma simples, fiável e responsável. Isto significa que oferecemos produtos com uma boa relação qualidade/preço, que os clientes podem comprar sem peso na consciência.

No cerne das nossas gamas de produtos encontram-se os nossos produtos de marca própria, que perfazem 80% da mercadoria vendida. Produtos de marca selecionados completam a oferta. As nossas lojas oferecem uma média de cerca de 2000 produtos de 70 categorias diferentes. O nosso sortido permanente é complementado por produtos promocionais em alternância, que oferecemos até quatro vezes por semana. Estes incluem artigos como têxteis e calçado, eletrónica, artigos domésticos, produtos de bricolage e de jardim, mas também produtos alimentares e produtos inovadores de *start-ups*. Serviços *online*, incluindo uma agência de viagens, serviços de fotografia, jogos *online* e livros eletrónicos, música ou serviços de comunicação móvel estão disponíveis sob a

marca ALDI em países selecionados. O serviço de entrega de produtos não-alimentares está disponível na Alemanha desde 2019.

As nossas decisões diárias têm impacto em toda a nossa cadeia de valor. Perante os desafios das alterações climáticas, dos recursos naturais limitados e da procura crescente e em constante mudança de produtos alimentares, atuar de forma sustentável enquanto *discounter* não só é uma opção, como também uma abordagem estratégica.

O ALDI é o pioneiro da distribuição *discounter* e este modelo de negócio já segue princípios

sustentáveis: trabalhar eficientemente, preservar recursos e concentrar-se em produtos essenciais. A nível empresarial, focamo-nos em questões altamente relevantes para as principais partes interessadas nos países ALDI, nas questões mais próximas do nosso negócio principal e em áreas onde o ALDI Nord pode exercer uma maior influência em termos de sustentabilidade. O sentido de responsabilidade dita todas as nossas ações, desde parcerias cooperativas e produtores, até ao nosso enfoque na satisfação e bem-estar do cliente, passando pela colaboração com comunidades e instituições de solidariedade social locais e internacionais.

GRI 102-7 VOLUME DE NEGÓCIOS LÍQUIDO DAS EMPRESAS ALDI

Volume de negócios líquido total do exercício fiscal (em milhares de milhões de euros)



GRI 102-7 ARTIGOS E MARCAS PRÓPRIAS NOS SORTIDOS

Número de artigos e proporção de produtos de marca própria no sortido permanente (em%)

	2019		2020		2021	
	Número de artigos	Proporção de marca própria (em%)	Número de artigos	Proporção de marca própria (em%)	Número de artigos	Proporção de marca própria (em%)
Bélgica/Luxemburgo ¹	1479	95,1	1594	90,0	1652	89,2
Dinamarca	1741	61,9	1624	65,3	1700	65,4
França	1562	93,1	1775	88,4	2165	87,7
Alemanha	1739	85,4	1579	79,4	1728	79,0
Países Baixos	2075	92,3	1947	90,5	1957	90,6
Polónia	2326	67,8	1991	48,7	1898	56,2
Portugal	1908	84,8	2016	84,4	2144	82,4
Espanha	2624	86,1	2472	85,8	2806	83,4
ALDI Nord	1932	82,8	1875	79,1	2006	79,7

¹ Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

GRI 102-11, -12, -16 Apoiamos os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas e fazemos a nossa parte para os alcançar. Concentramo-nos na promoção do consumo responsável, no desenvolvimento sustentável dos nossos sortidos das marcas próprias ao longo de toda a cadeia de valor e na utilização eficiente dos recursos em todos os nossos processos empresariais. É por isso que oferecemos aos nossos clientes uma gama crescente de produtos sustentáveis, reduzimos os materiais utilizados nas embalagens dos produtos de marca própria, apostamos na economia circular e utilizamos tecnologia moderna para reduzir o consumo de energia nas nossas lojas. Também facilitamos, aos nossos clientes, uma alimentação mais saudável, oferecendo, por exemplo, produtos com menos teor de açúcar, sal e aditivos. Os ODS de especial importância para nós podem ser encontrados em cada página introdutória dos quatro capítulos seguintes e no nosso índice ODS.

Em 2017, “realçámos” o quanto a sustentabilidade está no centro das nossas atividades empresariais, aderindo ao Pacto Global das Nações Unidas.

COMO ORGANIZAMOS CR

GRI 102-4, -7, -18 As empresas ALDI estão representadas em nove países europeus, com 63 empresas a operar juridicamente independentes. Ver também “Sobre este relatório”. Na Alemanha, o ALDI Nord opera localmente através de empresas regionais juridicamente independentes, que em conjunto formam um grupo horizontalmente organizado de empresas de igual direito (“*Gleichordnungskonzern*”). A ALDI Einkauf SE & Co. oHG (ALDI Einkauf) é contratada por estas empresas regionais para fornecer vários serviços no sector da distribuição. Esta empresa é também a licenciadora da marca ALDI para as empresas ALDI juridicamente independentes que operam nos países ALDI. Estes acordos asseguram um perfil de mercado uniforme.

O departamento internacional de CRQA faz parte da ALDI Einkauf, na Alemanha, e é responsável por temas abrangentes como a Política Internacional para a Igualdade de Género. A responsabilidade pela sustentabilidade é de um dos Managing Directors da ALDI Einkauf. Além disso, existem estruturas nacionais de CRQA em cada país ALDI. Os diretores nacionais e internacionais de CRQA reúnem-se a cada três meses para discutir as linhas orientadoras do seu trabalho. Todos os colaboradores CRQA estão em estreito contacto, por exemplo no âmbito dos “*Expert Working Groups*” (Grupos de Trabalho de Peritos), que visam intensificar a colaboração em temas específicos de sustentabilidade. Nas suas respetivas empresas,

coordenam-se com colegas dos departamentos de compras, comunicação, entre outros. Os dois departamentos de CR da ALDI CR Support Asia Ltd. em Hong Kong e no Bangladesh fornecem apoio local no estabelecimento de normas de CR na cadeia de abastecimento. Há um total de quase 200 colaboradores ALDI envolvidos em CRQA.

GRI 102-4, -7 LOJAS E COLABORADORES ALDI

Número total de lojas e número total de colaboradores ALDI por sexo e região na data de referência de 31 de dezembro

	2019			2020			2021		
	Número de lojas	Número de colaboradores	dos quais mulheres	Número de lojas	Número de colaboradores	dos quais mulheres	Número de lojas	Número de colaboradores	dos quais mulheres
Bélgica/Luxemburgo ¹	456	7319	5083	456	7589 ²	5406	458	8109	5784
Dinamarca	182	2689	1456	184	2594	1195	189	2920	1389
França	870	10 070	6290	885	10 158	6628	1309	16 428	10 337
Alemanha	2206	37 788	25 297	2210	38 860	26 517	2223	37 899	25 411
Países Baixos	492	11 086	6444	493	10 104	5994	487	9013	5282
Polónia	138	2694	2206	157	3509	2812	201	3655	2985
Portugal	73	1633	1094	83	2239	1544	105	2422	1611
Espanha	308	4357	2870	328	5457 ²	3466	357	5939	3808
ALDI Nord	4725	77 636	50 740	4796	80 510	53 562	5329	86 385	56 607

¹ Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver “Sobre este relatório”).

² Os dados referentes ao ano de 2020 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório do ano anterior.

O MODELO DE RESPONSABILIZAÇÃO – CR NA PRÁTICA

Desenvolvemos o “*Accountability Model*” (Modelo de Responsabilização) em 2021 a fim de harmonizar os nossos requisitos de CR para matérias-primas em todas as empresas ALDI. Esta metodologia permite-nos normalizar os requisitos de CR a nível internacional, facilitando ao mesmo tempo a adaptação às condições do mercado nacional. Foi desenvolvido um modelo separado para matérias-primas selecionadas, com um máximo de três níveis. Estes apoiam-se uns nos outros e cada um contém normas e requisitos específicos em matéria de CR. Os níveis individuais são: Básico, Avançado e Líder. O nível Básico é um requisito mínimo a cumprir, por exemplo, 100% de cacau sustentável certificado em produtos selecionados. Para o nível ‘Avançado’, o âmbito e os requisitos são alargados, por exemplo, 100% de cacau sustentável. O nível ‘Líder’ ilustra um exemplo de boas práticas dentro do grupo de empresas, por exemplo, 100% de cacau sustentável certificado e aumento do volume de cacau Fairtrade até ao final de 2025. As empresas ALDI selecionam o nível adequado para os seus concursos, em função das condições de mercado. O desenvolvimento cria transparência e rastreabilidade para os nossos fornecedores, reduzindo os encargos administrativos. Também assegura uma continuidade e uma perspetiva de longo prazo no desenvolvimento de requisitos de CR orientados para o mercado.

A NOSSA ESTRATÉGIA INTERNACIONAL DE CRQA

GRI 102-11, -14, -16 O que esperam de nós os clientes e o que vão exigir de nós amanhã? Como podemos aumentar ainda mais os nossos contributos para a realização dos ODS? Estas questões orientaram o desenvolvimento inicial da nossa estratégia internacional Corporate Responsibility Quality Assurance (CRQA) em 2019.

A nossa estratégia internacional de CRQA harmoniza os objetivos gerais das empresas ALDI e assenta em três pilares.

- 1 Ao tornarmos as normas sociais e ambientais uma parte integrante dos nossos processos empresariais, contribuímos para o sucesso futuro do ALDI Nord.
- 2 Compras sustentáveis e uma ampla transparência ao longo das nossas cadeias de valor permitem-nos salvaguardar as nossas cadeias de abastecimento e proteger a nossa reputação.
- 3 O nosso enfoque claro no cliente em todas as medidas CRQA abre novas oportunidades de mercado e distingue-nos dos nossos concorrentes.

Tendo em mente esta estratégia de CRQA, definimos dois temas de enfoque: “Embalagens” e “Alimentação Moderna”. O objetivo da alimentação moderna é promover uma dieta saudável, que inclua o manuseamento responsável dos alimentos. Os nossos temas de enfoque estão assinalados no relatório com este símbolo .

Estamos atualmente a realizar uma revisão estratégica da nossa estratégia internacional de CRQA. Revimos o nosso programa de CR e definimos os nossos objetivos internacionais e nacionais. Esta abordagem permite-nos assegurar que os nossos objetivos continuam a ser pertinentes e ambiciosos em relação à nossa estratégia geral de CRQA. Consideramos as atividades dos nossos concorrentes e as análises das tendências de mercado complementam-nas. A revisão engloba todas as empresas ALDI e a sua conclusão está prevista até ao final de 2022.

OS NOSSOS OBJETIVOS: CLAROS E QUANTIFICÁVEIS

O Programa de CR liga os objetivos e as medidas operacionais com os requisitos da nossa estratégia de sustentabilidade. Analisamos o cumprimento dos objetivos e comunicamos os nossos progressos no âmbito do relatório de sustentabilidade. Esta abordagem permite-nos concentrar-nos na comunicação dos temas que são, atualmente, de especial importância para nós e para as nossas partes interessadas. Como parte

do nosso Programa de CR, estabelecemos objetivos SMART claros para todas as áreas, incluindo temas de enfoque.

Os objetivos para todo o grupo e os objetivos específicos por país estão disponíveis em [PDF separado](#) e no na página [web](#) do [Relatório de Sustentabilidade](#).

Em 2021, o Programa CR foi amplamente revisito. Para as metas a serem incluídas no Programa CR foram desenvolvidos requisitos internos. Algumas metas que não cumpriam esses requisitos (por exemplo, 'critérios SMART') foram excluídas e outras foram ajustadas. Pretendemos que todas as metas cumpram os requisitos internos no próximo Relatório de Sustentabilidade abrangente de 2023. A ALDI Dinamarca

não tem um programa CR nacional pelo que, para este país, apenas se aplica o programa CR internacional.

PROGRAMA CR INTERNACIONAL 2021

	Descrição dos objetivos e âmbito	Status quo em 2021 e próximos passos	ODS
CLIENTE & PRODUTO	20% menos material de plástico virgem em embalagens de marcas próprias até 2025	Projeto contínuo. Trabalhamos continuamente na otimização de embalagens para reduzir o plástico virgem. Somente na Alemanha, poupámos cerca de 4775 toneladas de plástico nas embalagens de nossos produtos de marca própria em 2021, em comparação com 2020.	12.2 12.5
	30% de material reciclado em embalagens de marcas próprias de plástico até 2025	Projeto contínuo. Trabalhamos continuamente na otimização de embalagens para aumentar a quantidade de material reciclado nas embalagens de plástico. Por exemplo, na Alemanha, estamos a converter a embalagem de água mineral de 1L da nossa marca própria para 100% de material reciclado.	12.2 12.5
	Materiais 100% sustentáveis certificados e/ou reciclados para todas as embalagens primárias até ao final de 2020	Projeto contínuo. Desde o início de 2021, este é um requisito para os nossos fornecedores no âmbito das negociações de novos contratos. No entanto, devido aos atuais problemas de fornecimento, este requisito não pode ser cumprido a 100%.	12.2 15.2 15.5

Chave

Novo Processo contínuo Objetivo cumprido Continua

PROGRAMA CR INTERNACIONAL 2021 (CONTINUAÇÃO)

Descrição dos objetivos e âmbito

Status quo em 2021 e próximos passos

ODS

Embalagens 100% reutilizáveis, recicláveis, ou compostáveis até ao final de 2025

100% das embalagens de marca própria reutilizáveis, recicláveis ou compostáveis em todas as empresas ALDI até ao final de 2025.



Projeto contínuo. Publicámos uma Diretriz Internacional de Reciclabilidade e estamos a trabalhar continuamente na otimização das nossas embalagens para aumentar a sua reciclabilidade. Na Bélgica, por exemplo, as nossas embalagens não-recicláveis de cacau em pó foram substituídas por embalagens de plástico 100% recicláveis em março de 2021.



12.2
12.5

15% menos de embalagens até ao final de 2025

Redução do peso total do material de embalagem de marca própria no ALDI Nord (excluindo frutas e produtos hortícolas) em 15% – proporcional às vendas - até ao final de 2025 (ano base 2020).



Projeto contínuo. Desenvolvimento de materiais alternativos para redução de embalagens – considerando perdas alimentares e a qualidade e segurança do produto. Por exemplo, na França, as tampas de plástico rígidas foram removidas de todas as saladas refrigeradas prontas para consumo. Isto reduziu, em média, o peso total da embalagem em 37%, poupando 120 toneladas de plástico por ano.



12.2
12.5

Sacos de rede reutilizáveis para frutas e legumes

Lançamento sacos de rede reutilizáveis para frutas e legumes em todas as lojas das empresas ALDI.



Projeto contínuo. Os sacos de rede já estão disponíveis na Alemanha, Dinamarca, Portugal e Espanha. Os restantes países estão a trabalhar na sua implementação.



12.2
12.5

Descontinuação de sacos de plástico de utilização única (excluindo embalagens de serviço/sacos ultraleves) até ao final de 2021

Descontinuação de sacos de plástico de utilização única (excluindo embalagens de serviço/sacos ultraleves) até ao final de 2021: para atingir este objetivo, o sortido de sacos reutilizáveis será ampliado. Estes sacos podem ser consertados e/ou limpos e devem ser reconhecíveis como reutilizáveis, em termos de sensação tátil e de conforto do transporte. Os sacos que não cumpram estes requisitos não são abrangidos por este objetivo. Sacos de papel não se encontram incluídos por esta definição.



Projeto contínuo. Devido a problemas de fornecimento de papel e sacos reutilizáveis, este objetivo não pôde ser alcançado em todos os países. Estamos a trabalhar para atingir a meta o mais rápido possível.



12.2
12.5

100% das referências de frutas e legumes biológicos sem embalagem ou com embalagem mais amiga do ambiente até ao final de 2023

100% dos artigos de frutas e legumes biológicos sem embalagem ou com embalagem mais amiga do ambiente em todas as empresas ALDI até ao final de 2023. A utilização de plástico deve ser reduzida até a um mínimo – considerando a qualidade de produto e o desperdício alimentar.



Projeto contínuo. Estamos a trabalhar continuamente na otimização de embalagens para reduzir o material de embalagem, com foco no plástico, e obter maior reciclabilidade. Em Espanha, por exemplo, já otimizámos 83,3% de embalagens e nos Países Baixos 50%.



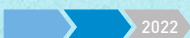
12.2
12.5

CLIENTE & PRODUTO

Chave

Novo
 Processo contínuo
 Objetivo cumprido
 Continua

PROGRAMA CR INTERNACIONAL 2021 (CONTINUAÇÃO)

Descrição dos objetivos e âmbito		Status quo em 2021 e próximos passos		ODS
CLIENTE & PRODUTO	Oferta de pelo menos 40% de referências de frutas e legumes sem embalagem até ao final de 2025	Oferta de pelo menos 40% de referências de frutas e legumes sem embalagem nas lojas de todas as empresas ALDI até ao final de 2025. No caso de artigos que necessitam de uma embalagem, serão utilizados somente embalagens sustentáveis e amigas do ambiente.	 2025	Projeto contínuo. Este objetivo já foi alcançado em Portugal e na Polónia. Estamos a trabalhar continuamente na otimização de embalagens para reduzir o material de embalagem, privilegiando sempre a oferta de referências sem embalagens – considerando perdas alimentares, segurança e manuseamento. Na Alemanha, este valor é de 30%.  12.2 12.5
	Retirada das camadas intermédias de plástico nas caixas até ao final de 2021	100% das camadas intermédias de plástico nas caixas para frutas legumes serão retiradas em todas as empresas ALDI até ao final de 2021.	 2021	Objetivo alcançado. Em todos os países ALDI, as películas de plástico já não são utilizadas para caixas de fruta e legumes.  12.2 12.5
	Otimizar a composição de 100% dos produtos para crianças até ao final de 2024*,**	Aplicação de critérios a produtos para crianças no ALDI Nord, de acordo com as diretrizes nacionais e indo ao encontro com as recomendações da OMS. Os produtos destinados a crianças que não sejam conformes serão retirados de venda ou alterados em termos de rotulagem até ao final de 2021. Otimizar todos os produtos para crianças, independentemente da gama de produtos.	 2024	Objetivo parcialmente alcançado. A implementação está em curso em todos os países. Uma reorganização holística da estratégia de produtos infantis está planeada até o final de 2022.
	Evitar a publicidade de escolhas pouco saudáveis e promover produtos mais saudáveis para crianças até ao final de 2021	Evitar a publicidade de produtos pouco saudáveis para crianças e promover produtos saudáveis (incluindo frutas e legumes) em todas as empresas ALDI até ao final de 2021 (excluindo ofertas especiais, como p. ex. no Natal).	 2021	Objetivo em processo de revisão. Uma reorganização holística da estratégia de produtos infantis está planeada até o final de 2022. A atualização da meta será comunicada em conformidade no próximo relatório.  2.2
	Lançamento de marcas próprias para produtos infantis até ao final de 2021	Lançamento e realização de campanha de uma nova marca própria ALDI para crianças até final de 2021.	 2021	Objetivo em processo de revisão. Uma reorganização holística da estratégia de produtos infantis está planeada até o final de 2022. A atualização da meta será comunicada em conformidade no próximo relatório.
	Cooperar com pelo menos um parceiro a nível nacional ou internacional na gama de produtos para crianças até ao final de 2021	Cooperação com fornecedores, organizações e peritos para melhorar as atuais gamas de produtos para crianças e para procurar produtos inovadores em todas as empresas ALDI até final de 2021.	 2021	Objetivo parcialmente alcançado. Cooperação com um parceiro parcialmente estabelecida. Para ver exemplos de cooperação a nível nacional, por exemplo, <u>nos Países Baixos e em Portugal</u> .  17.6
	Composição nutricional melhorada em 100% das categorias de produtos definidas até ao final de 2022	Melhorar os produtos através de uma composição nutricional otimizada (por exemplo, reduzir sal, açúcar ou gordura, ou aumentar o teor de fibra) e oferecer gamas de produtos fiáveis aos clientes com necessidades dietéticas especiais nas gamas de produtos de pequeno-almoço, laticínios, artigos de conveniência refrigerados, congelados e bebidas não-alcoólicas em todas as empresas ALDI até ao final de 2022.	 2022	Projeto contínuo.  2.2

* O objetivo foi reformulado e adaptado de acordo com os requisitos.

** O prazo de implementação (ano) do objetivo foi ajustado.

Chave

Novo
 Processo contínuo
 Objetivo cumprido
 Continua

PROGRAMA CR INTERNACIONAL 2021 (CONTINUAÇÃO)

CLIENTE & PRODUTO

Descrição dos objetivos e âmbito	Status quo em 2021 e próximos passos	ODS
Registrar 100% das marcas próprias ALDI com o rótulo Nutri-Score até final de 2024*,**	Todos os produtos alimentares de marca própria. Fora do âmbito: exceções justificadas definidas internamente. A definição das exceções depende das expectativas do cliente. 	Projeto contínuo. A implementação está em andamento em todos os países. Status do registo da <u>marca</u> .
Melhorar a rotulagem e comunicar o valor acrescentado em termos de sustentabilidade	Melhorar a rotulagem e comunicar valor acrescentado em termos de sustentabilidade, como o bem-estar animal, vegan, melhor rotulagem nutricional e projetos sociais em todas as empresas ALDI. 	Projeto contínuo. Está integrado nas metas de rotulagem para alimentos locais, produtos vegetarianos e veganos e Nutri-Score.
Aumentar o sortido biológico	Identificar as lacunas no sortido de produtos biológicos em cada país ALDI e em cada gama, e listar os produtos em falta em 2021. 	Projeto contínuo.
Aumentar o sortido de artigos vegetarianos e vegan	Aumentar a gama de produtos vegetarianos e vegan, incluindo a certificação (por exemplo, rótulo V-Label) em todas as empresas ALDI. 	Projeto contínuo.
Rotular 100% dos produtos vegetarianos e vegan para todos os novos produtos/compras a partir de 2021	Rotulagem de 100% dos produtos vegetarianos e vegan (com V-Label/Veganflower) em todos os produtos recém-adquiridos/listados em todas as empresas ALDI, com destaque para os artigos não alimentares a partir de 2021. 	Objetivo alcançado. Estabelecemos um processo contínuo para rotular os produtos vegetarianos e veganos recém-listados que integram o âmbito de aplicação.
Implementar em 100% das lojas uma parceria para reduzir o desperdício alimentar até ao final de 2021	Implementar em 100% das lojas ALDI uma cooperação com uma ONG para reduzir o desperdício alimentar até 2021 (por exemplo, Food Bank, Too Good To Go, ReFood). O objetivo é alcançado quando cada loja trabalhar regularmente* com um ou mais parceiros. *Regularmente significa doar o mais frequentemente possível de ambos os lados.	Projeto em andamento. O objetivo foi alcançado em Portugal, Dinamarca, Polónia e Alemanha. Nos restantes países a meta não foi alcançada devido a desafios nacionais (infraestrutura, expansão, prioridades estratégicas das empresas). Esses países continuarão a trabalhar na meta e comunicarão as atualizações no próximo relatório.
Oferecer produtos produzidos a partir de excedentes alimentares até ao final de 2021	Desenvolver produtos feitos a partir de excedentes alimentares e introdução de pelo menos um produto nas categorias definidas até ao final de 2021 no ALDI Nord. 	Objetivo alcançado. A ALDI Alemanha ofereceu «Wetteräpfel» (maças com danos causados por intempéries) e «Knödelkult» (bolinhos feitos de excedentes de pão). A ALDI Portugal ofereceu em agosto de 2021 cerveja de pão feita a partir de sobras de pão de lojas próprias e a ALDI Espanha ofereceu um molho de tomate e uma compota de sobras alimentares.
Rotulagem de 100% dos produtos nacionais para todos os novos produtos/compras até ao final de 2021	Rotular 100% dos produtos nacionais, por exemplo, com bandeira nacional até ao final de 2021 para todos os produtos recém-adquiridos/novamente listados em todas as empresas ALDI. Âmbito: frutas e legumes, laticínios, carne fresca e peixe. 	Objetivo alcançado. O requisito está integrado nos requisitos de compra desde 2021. Exige que todos os produtos nacionais sejam rotulados de acordo com a recém-criada <u>Diretriz Internacional para Produtos Locais</u> .

* O objetivo foi reformulado e adaptado de acordo com os requisitos.

** O prazo de implementação (ano) do objetivo foi ajustado.

Chave

Novo Processo contínuo Objetivo cumprido Continua

PROGRAMA CR INTERNACIONAL 2021 (CONTINUAÇÃO)

Descrição dos objetivos e âmbito

Status quo em 2021 e próximos passos

ODS

CLIENTE & PRODUTO

Desenvolver gamas de produtos regionais em cada país ALDI até ao final de 2021

Desenvolvimento de gamas de produtos regionais em cada país ALDI até ao final de 2021. Âmbito: frutas e legumes, laticínios, carne fresca e peixe.



2021

Objetivo parcialmente alcançado. O requisito está integrado nos requisitos de compra desde 2021. Exige que todos os produtos nacionais sejam rotulados de acordo com a recém-criada Diretriz Internacional para Produtos Locais.

Oferecer alternativas 100% vegetarianas e veganas aos laticínios, carne, peixe e ovos (rotuladas com V-Label/ Green Heart) com soja europeia e/ou certificada até ao final de 2024 *,**

Os produtos são considerados à base de soja se a soja for um ingrediente primário e/ou relevante. A proteína texturizada de soja (TSP) também está incluída no âmbito. As certificações e padrões aceites são RTRS, Pro Terra, ISCC+, SFAP Non-Conversion, CRS, BFA, Danube/Europe Soy, Cargill Triple S, ADM Responsible Soy Standard, Bunge Pro S.



2024

Objetivo parcialmente alcançado. A meta está integrada nos requisitos de compra. Todos os produtos veganos e vegetarianos à base de soja que integram o âmbito de aplicação devem possuir soja europeia e/ou certificada.

Compensação de todas as emissões de CO₂ e dos artigos veganos alternativos à carne, peixe e laticínios comprados internacionalmente no ALDI Nord (com certificação V-Label) até ao final de 2023

Alternativas veganas à carne, peixe e laticínios rotuladas com a V-Label adquiridas pelo Departamento de Compras Internacionais. O âmbito também inclui variedades vegetarianas se estas fizerem parte de um sortido na qual são oferecidos produtos veganos.



2023

Novo objetivo. Espera-se que os primeiros produtos neutros em carbono sejam lançados no primeiro trimestre de 2023.



12.2

CADEIA DE ABASTECIMENTO & RECURSOS

Flores e plantas 100% certificadas**

Monitorizar continuamente a quota de plantas e flores sustentáveis certificadas (por exemplo, GLOBALG.A.P. em combinação com GRASP ou padrões alternativos) em todas as empresas ALDI.



∞

Projeto contínuo. Na próxima fase, iremos concentrar-nos em harmonizar a abordagem de monitorização em todos os países para obter dados mais confiáveis que permitirão uma declaração clara sobre o status da meta.



12.2

Avaliação social de todos os produtores de frutas e legumes*, **

Aumentar continuamente a quota de flores e plantas sustentáveis certificados (por exemplo, GLOBALG.A.P. em combinação com GRASP ou normas alternativas) em todas as empresas ALDI.



2023

A certificação de frutas e legumes é um requisito interno para os nossos fornecedores para países de médio e alto risco. Aceitamos, por exemplo, as normas GRASP, Rainforest Alliance, Fairtrade.

As próximas etapas irão concentrar-se na monitorização e verificação do requisito. Para isso, estamos a desenvolver um sistema de monitorização até o final de 2023.

Alargamento dos critérios de bem-estar animal

Expansão contínua dos sistemas de teste e de certificação e das normas internas em todas as empresas ALDI, indo além dos requisitos legais e incluir aspetos de bem-estar animal.



∞

Projeto contínuo. Em 2021, publicámos uma atualização de nossa Política Internacional de Bem-Estar Animal.

* O objetivo foi reformulado e adaptado de acordo com os requisitos.

** O prazo de implementação (ano) do objetivo foi ajustado.

Chave

Novo Processo contínuo Objetivo cumprido ∞ Continua

PROGRAMA CR INTERNACIONAL 2021 (CONTINUAÇÃO)

Descrição dos objetivos e âmbito

Status quo em 2021 e próximos passos

ODS

Algodão 100% sustentável até ao final de 2025

Utilização de algodão sustentável (por exemplo, GOTS, OCS 100/blended, Fairtrade, algodão reciclado, BCI, CmiA) para todo o vestuário e têxteis para o lar em todas as empresas ALDI até ao final de 2025.



Projeto contínuo. 82% em 2021; +18 pontos percentuais em relação ao ano anterior.

O departamento de compras aumentará ainda mais o fornecimento de algodão sustentável.



12.2

Continuar a implementar a avaliação de Corporate Responsibility dos fornecedores

Implementar a Corporate Responsibility Supplier Evaluation (CRSE) em todas as cadeias de abastecimento de alto risco até 2027.



Projeto contínuo. Em 2021, o conceito CRSE foi revisto, o que resultou no CRSE 2.0, garantindo a comparabilidade entre diferentes grupos de mercadorias. As primeiras auditorias ao nível das explorações, para as bananas e o abacaxi, foram incorporadas na avaliação CRSE e foi iniciado um projeto piloto com pescado (fornecedores de atum enlatado). Além disso, iniciámos um CRSE piloto para fornecedores de bricolage. Os próximos passos são finalizar as avaliações dos pilotos do CRSE 2.0 e adaptar as ferramentas conforme necessário.



8.8

Compromisso de eliminar a desflorestação e a conversão das nossas cadeias de abastecimento de alta prioridade até 31 de dezembro de 2030

Incluindo até dez cadeias de abastecimento relacionadas com a desflorestação. Começando com madeira, óleo de palma, soja, açúcar, banana, carne bovina e outras que se seguirão.



Novo objetivo. A começar pela introdução de requisitos para açúcar e carne bovina.



6.6

Compromisso de publicar os nomes e endereços dos fornecedores principais das nossas cadeias de abastecimento de produtos alimentares de alto risco até ao final de 2022

O âmbito inclui todas as cadeias de abastecimento alimentar relevantes, com base numa análise de risco.



Novo objetivo. A começar pela publicação da lista de fornecedores.

Identificação dos impactos nos direitos humanos e implementação de relatórios transparentes em conformidade com a nossa estratégia de diligência devida

Até ao final de 2025 iremos realizar e publicar 12 Human Rights Impact Assessments (HRIAs) - no mínimo uma verificação por cada cadeia de abastecimento de risco. Iremos começar com a realização de 3 HRIAs até ao final de 2021.



Novo objetivo. Os primeiros passos são publicar HRIAs pendentes em 2022 e decidir sobre os próximos tópicos com base na avaliação de risco anual.



8.8

* O objetivo foi reformulado e adaptado de acordo com os requisitos.

** O prazo de implementação (ano) do objetivo foi ajustado.

PROGRAMA CR INTERNACIONAL 2021 (CONTINUAÇÃO)

CADEIA DE ABASTECIMENTO & RECURSOS

Descrição dos objetivos e âmbito

Status quo em 2021 e próximos passos

ODS

Estabelecimento de mecanismos de reclamações que atendam aos requisitos dos UNGPs nas nossas cadeias de abastecimento de alto risco até 2025*, **

Implementar mecanismos de reclamação em todas as cadeias de abastecimento de alto risco até 2025.



Projeto contínuo. Atualmente, estamos a trabalhar com outras partes interessadas para estabelecer e fortalecer os mecanismos de reclamação. Esse compromisso inclui a participação no projeto piloto 'Speak for Change' da amfori e no mecanismo de reclamação do Acordo Internacional para Saúde e Segurança na Indústria de Vestuário e Têxtil. Iremos publicar as nossas conclusões iniciais até o final de 2022.



8.8

100% de transparência em todos as substâncias químicas utilizadas em todos os locais produção com processos húmidos usados para a produção de mercadoria ALDI até 2024*, **

O objetivo abrange todos os locais produção com processos húmidos em países de risco utilizados para a produção de têxteis e calçado ALDI.



Projeto contínuo. A conformidade ZDHC MRSL é monitorizada em águas residuais e lodo anualmente. Inventários químicos solicitados apenas com base em verificações pontuais, portanto, não existe transparência sistemática. Novo requisito foi comunicado aos fornecedores em fevereiro de 2022.

3.9
6.3
12.4

Redução das emissões de gases com efeito estufa em 40% até ao final de 2021

Redução das emissões de gases com efeito de estufa em 40% em todas as empresas ALDI até finais de 2021, em comparação com o ano de referência de 2015.



Objetivo alcançado. Em 2021, as emissões de gases com efeito de estufa em todas as empresas ALDI foram reduzidas em 48,3%, face ao ano de referência de 2015.

7.2
7.3
13.3

Aumento da percentagem das lojas ALDI equipadas com instalações fotovoltaicas através de expansão contínua*

Todas as novas lojas serão equipadas com painéis fotovoltaicos. Os sistemas serão instalados em todas as lojas onde for tecnicamente possível e economicamente viável.



Projeto contínuo. 863 painéis solares até ao final de 2021. +11% em relação ao ano anterior.

7.2
9.4

Iluminação LED em todas as novas lojas até ao final de 2019

Introdução de iluminação LED em todas as novas lojas ALDI (iluminação interior e exterior) até ao final de 2019.



Objetivo cumprido para a iluminação interior e exterior de todas as novas lojas ALDI.

8.4
9.4

O ALDI Nord incentiva fornecedores estratégicos, responsáveis por 75% das emissões nas cadeias de abastecimento, a estabelecerem metas de redução com base científica

Incentivar fornecedores responsáveis por pelo menos 75% das emissões do âmbito-3 da categoria 1 a estabelecerem as suas próprias metas climáticas com base científica até 2024.



Projeto contínuo. Em 2021, atingimos a meta em 27%.

Redução das emissões de gases com efeito estufa em 55% até ao final de 2030 (ano de referência: 2020)

Redução das emissões de gases com efeito de estufa em 55% em todas as empresas ALDI até finais de 2030, em comparação com o ano de referência de 2020 (Science Based Target).



Novo objetivo. Projeto em andamento. Redução de 25,4% nas emissões de gases de efeito estufa em 2021, em relação ao ano de referência de 2020.

7.2
7.3
13.3

* O objetivo foi reformulado e adaptado de acordo com os requisitos.

** O prazo de implementação (ano) do objetivo foi ajustado.

Chave

Novo Processo contínuo Objetivo cumprido ∞ Contínua

MATERIALIDADE

Para definirmos os tópicos relevantes certos para o nosso trabalho cotidiano e a elaboração de relatórios de sustentabilidade, precisamos de perceber as preocupações das nossas partes interessadas e onde é que o nosso impacto pode ser mais significativo. Para tal, apoiamo-nos nos resultados obtidos no nosso processo de análise de materialidade.

METODOLOGIA

GRI 102-46, -49 Desde 2015 que temos vindo a realizar análises abrangentes de materialidade para identificar as questões que são mais importantes para nós. A nossa abordagem de materialidade passou por uma abrangente revisão e otimização em 2019. Assim, fizemos um inquérito junto das partes interessadas nos países ALDI, utilizando questionários *online* referente ao ano de relatório. Mais uma vez, através de painéis de clientes profissionais on-line, chegámos a cerca de 8000 clientes e potenciais clientes em oito países onde as empresas ALDI operam. Também realizámos um inquérito interno em várias unidades de negócio nacionais e internacionais, por exemplo nas áreas das compras ou gestão imobiliária. Ouvimos peritos externos, realizámos inquéritos *online* junto de organizações não governamentais (ONG), iniciativas e associações, bem como de parceiros comerciais e fornecedores.

Realizámos estudos documentais para obter conhecimentos de outras partes interessadas. Analisámos a atuação de concorrentes e ONG nos países ALDI, bem como regulamentos europeus atuais e futuros e diretrizes das Nações Unidas. A interação entre as submetas dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e os nossos tópicos foi outra área de investigação documental (ver próxima subsecção sobre os temas). Consequentemente, o formato do estudo não difere do processo anterior. Os resultados do estudo documental e dos inquéritos *online* foram combinados. A matriz de materialidade resultante é fornecida abaixo.

Seleção das partes interessadas

GRI 102-40, -42 Tal como no passado, o nosso inquérito concentra-se nas principais partes interessadas. As partes selecionadas foram divididas e classificadas em grupos, em função da sua relevância para o ALDI Nord. Identificámos os seguintes grupos de principais partes interessadas:

- Clientes e potenciais clientes
- ONG, iniciativas e associações
- Colaboradores
- Parceiros de negócios e fornecedores

Embora outros grupos de interessados, tais como figuras políticas e membros da comunicação social, sejam tidos em conta nas operações quotidianas, não foram ativamente inquiridos no âmbito da análise da materialidade. Para mais pormenores sobre o método, consultar o [Relatório de Sustentabilidade de 2017](#).

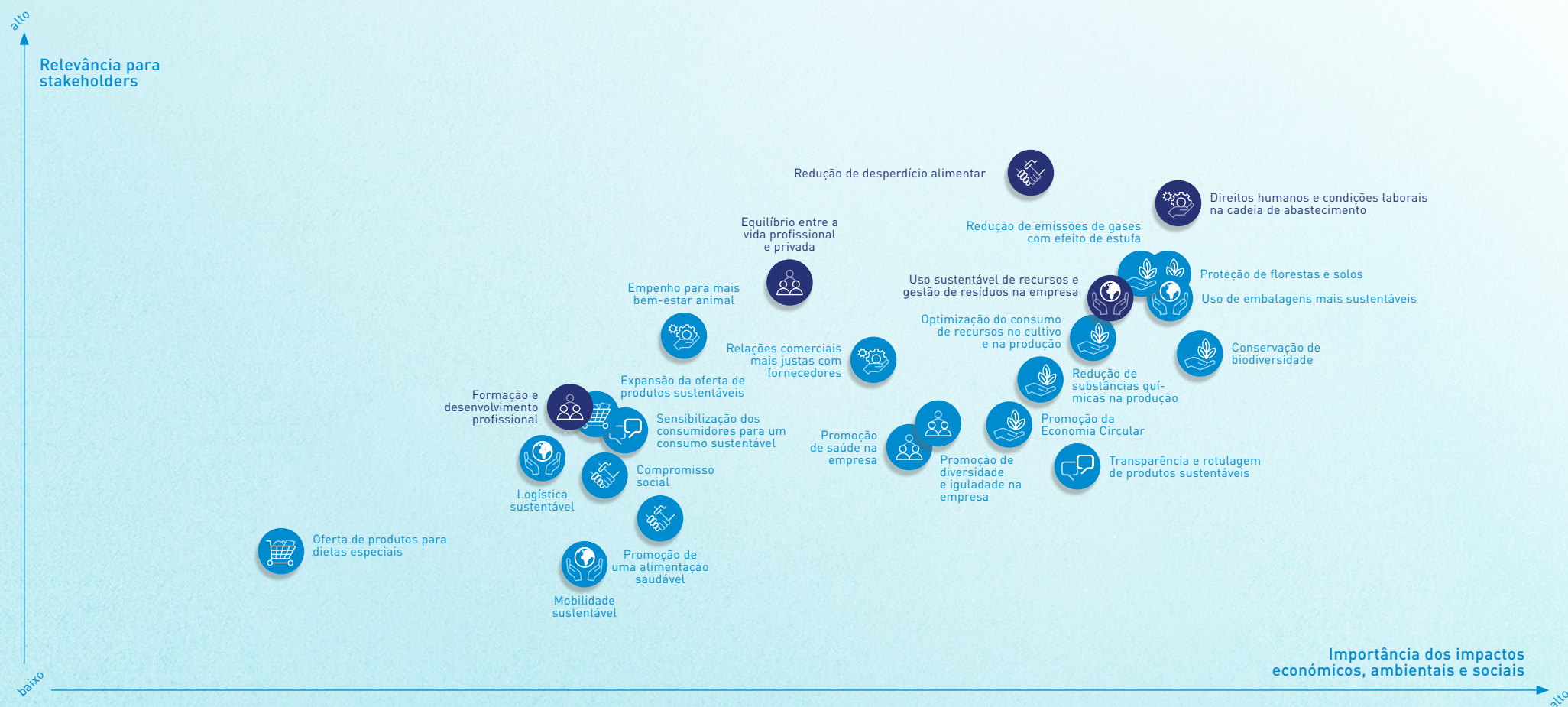
Lista de temas e avaliação de materialidade

GRI 102-46, -47, -49 Os inquiridos avaliaram 24 temas de sete áreas de sustentabilidade (ver matriz). Os temas foram selecionados em processos internos. A lista de temas coincide com a lista do último processo de materialidade, permitindo uma excelente comparabilidade.

Para além dos 24 temas mencionados, o relatório de sustentabilidade abrange outros 14 temas básicos. Estes temas não foram avaliados na análise de materialidade, mas são relevantes para as empresas ALDI e, como tal, foram incluídos no relatório. Incluem temas como o “Diálogo com ONGs, clientes e o público” ou “Sustentabilidade na governação empresarial”.

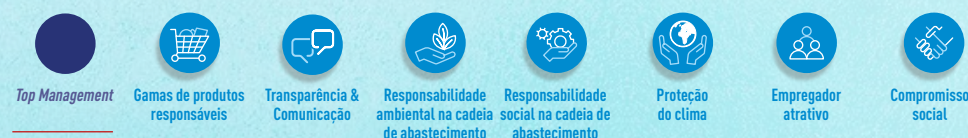
As perspetivas, expectativas e requisitos que podem potencialmente afetar as nossas operações no ALDI Nord foram avaliados, tendo sido solicitado às principais partes interessadas que classificassem a relevância de várias questões de sustentabilidade num inquérito *online*. Todas as partes interessadas classificaram a importância relativa dos temas materiais. A relevância de cada item foi determinada com a ajuda do método Maximum Difference Scaling (MaxDiff). Neste exercício, os inquiridos têm de escolher várias vezes os temas mais e menos importante de entre conjuntos de itens (parcialmente) diferentes. O resultado é essencialmente uma hierarquia definitiva de temas. As principais vantagens desta abordagem são a capacidade de diferenciação, a capacidade de superar o viés da classificação, os dados de proporção, as diferenças entre valores

e a facilidade de resposta para os inquiridos. Tal como em 2019, peritos em sustentabilidade de ONG, iniciativas e associações foram incluídos no processo para melhorar as avaliações iniciais. Avaliaram, para cada tema-chave, o impacto das operações do ALDI Nord na economia, no ambiente e na sociedade em geral.



MATRIZ DE MATERIALIDADE

GRI 102-46, -47 Os resultados do inquérito foram compilados numa matriz de materialidade de acordo com as normas da Global Reporting Initiative (GRI). O eixo y revela a importância dos temas na perspetiva das nossas partes interessadas (quanto mais alto for o posicionamento de um tópico, mais importante é). O eixo x indica a extensão do impacto do ALDI Nord nos temas em matéria de economia, ambiente e sociedade, na opinião dos especialistas em sustentabilidade inquiridos (quanto mais um tema estiver posicionado à direita, mais importante é). Um tom de azul mais escuro para um determinado tema indica que os diretores acreditam que este é "significativamente relevante" para o sucesso empresarial.



PRINCIPAIS CONCLUSÕES DA NOSSA ANÁLISE DE MATERIALIDADE

GRI 102-46 Uma vez que a lista de tópicos não mudou comparativamente ao processo anterior, é possível uma comparabilidade dos resultados. Os temas abrangem um espectro que vai desde “bastante baixo” até “muito relevante”. Os tópicos de “responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento” são classificados como “muito relevantes” em ambos os eixos. Mais uma vez, a salvaguarda da proteção dos “direitos humanos e condições de trabalho na cadeia de abastecimento” é o tópico mais importante. A classificação de outros tópicos individuais permanece bastante constante, embora se verifiquem algumas mudanças. Por exemplo, o tópico “Redução de desperdício alimentar” ganha ainda mais relevância, mas “Uso de embalagens mais sustentáveis” perde relevância.

Os temas “Empregador atrativo” e “Transparência & Comunicação” ainda não partilham o mesmo enfoque intensivo que outros tópicos cruciais. Na opinião dos nossos inquiridos, têm uma importância média. Os temas “Oferta de produtos para dietas especiais”, “Mobilidade sustentável” e “Logística sustentável” foram novamente classificados como menos relevantes do que outros temas-chave.

IMPACTO NOS RELATÓRIOS

GRI 102-44 As secções deste relatório descrevem a forma como gerimos os nossos temas materiais e os progressos realizados. As secções combinam frequentemente mais do que um tema material. Por exemplo, “Redução das emissões de gases com efeito de estufa” e “Uso sustentável de recursos e gestão de resíduos” são combinados na secção intitulada “Proteção climática & ambiental”. Também determinámos as normas GRI apropriadas para os nossos tópicos de materialidade. A descrição da nossa abordagem de gestão baseia-se na GRI 103: Abordagem de Gestão.

PARTES INTERESSADAS & REDES

Na sua Agenda 2030, a Organização das Nações Unidas (ONU) enfatizou a importância de uma estreita cooperação entre as várias partes interessadas para a concretização dos ambiciosos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Os efeitos das questões que hoje nos preocupam estão a fazer-se sentir a nível global. Estamos atualmente a enfrentar desafios, tais como o impacto das alterações climáticas, as quantidades crescentes de resíduos, a degradação ambiental e a necessidade de melhorar as condições de vida nos países onde os nossos produtos são cultivados ou produzidos. Enfrentamos estes desafios e fazemos a diferença, colaborando com iniciativas e construindo alianças com as principais partes interessadas para promover a sustentabilidade. O nosso objetivo é expandir e facilitar o diálogo com estes grupos e produzir uma mudança duradoura. Todos as nossas partes interessadas são convidados a contactar-nos em qualquer altura sobre temas relacionados com a sustentabilidade no ALDI Nord. Envie-nos um e-mail para o endereço indicado na secção “Ficha Técnica & Contacto”.

AS NOSSAS PARTES INTERESSADAS E OS SEUS TEMAS

GRI 102-40, -42, -43, -44 Como parte do nosso processo de materialidade, revemos regularmente quais os grupos de partes interessadas que são especialmente relevantes para nós. Os principais interessados são os nossos clientes, juntamente com os colaboradores ALDI, aos quais se seguem as organizações não governamentais (ONG), iniciativas e associações, fornecedores e parceiros comerciais. Aprendemos muito com o nosso diálogo direto e aberto com estes grupos. Além disso, mantemos contactos regulares com outros grupos, tais como residentes locais, membros dos meios de comunicação social e políticos.

Visão geral da inclusão das partes interessadas

GRI 102-43, -44 Ao longo dos últimos anos, temos vindo a atualizar a nossa forma tradicional de comunicar com o **cliente**, através de campanhas de marketing, nas nossas lojas e nas páginas *web*, e colocámos o nosso enfoque no diálogo com o cliente. Utilizamos cada vez mais canais nas redes sociais, linhas de atendimento ao cliente, como a ALDI Contigo em Espanha, bem como sondagens levadas a cabo pelo nosso departamento internacional de estudos de mercado para melhor compreendermos os nossos clientes.

A comunicação com os **colaboradores** ALDI continua a melhorar e é realizada através de vários canais. Apoiamo-nos cada vez mais em workshops e no diálogo direto. Alguns países ALDI já introduziram inquéritos de satisfação regulares junto dos colaboradores e outros seguirão o exemplo.

As respostas mostram que os tópicos de CR desempenham um papel cada vez mais importante na comunicação com os colaboradores. Na sua comunicação com os colaboradores sobre a sustentabilidade, muitos países tem-se concentrado na missão de reduzir as embalagens.

Em todos os países ALDI, mantemos um diálogo com **ONGs** e outras organizações, quer a nível pessoal, quer através de **iniciativas sectoriais e multilaterais**. Nos Países Baixos, por exemplo, iniciámos conversações com a organização de agricultores LTO, a fim de partilhar experiências e pontos de vista sobre sectores como o leite, fruta e legumes, carne e floricultura, visando compreender a cadeia de valor e reforçar a colaboração em prol de um sector agrícola à prova do futuro. Em 2021, aderimos a novas iniciativas multilaterais em Portugal (Unidos Contra o Desperdício, Associação Smart Waste Portugal e o Pacto Português para os Plásticos) e continuámos o nosso diálogo e colaboração com o MSC Portugal.

Compradores, responsáveis e especialistas CRQA estão em contacto constante com os nossos **fornecedores**. Projetos (de sustentabilidade) conjuntos, como a melhoria das nossas embalagens, estão cada vez mais no centro das atenções. O ALDI Nord na Alemanha, por exemplo, tem como objetivo fazer produtos de fornecedores que levem a sério o bem-estar animal. Os fornecedores da gama de carne fresca (carne bovina, porco, frango e peru, excluindo especialidades internacionais e produtos congelados) estão a fazer a transferên-

cia para métodos de produção animal sustentáveis (nível 3 e 4) até 2030. O ALDI Nord Alemanha já armazena carne produzida de acordo com as estipulações dos dois níveis superiores (nível 3 e nível 4). Levar a cabo a mudança até 2030 implica trabalhar intensivamente e de mãos dadas com os nossos fornecedores de carne fresca de longa data. Para mais pormenores, ver também a secção “Gamas de produtos responsáveis”.

PARCERIAS, REDES E CARTAS

GRI 102-12, -13 O ALDI Nord está empenhado no diálogo nacional e internacional com várias organizações, iniciativas e alianças. Os nossos esforços variam em função da questão, podendo ir da simples adesão até ao desempenho de um papel de gestão ativa. Abaixo estão listadas as iniciativas nas quais estamos envolvidos, bem como as obrigações associadas. Para mais informações consultar os capítulos seguintes, especialmente o capítulo “Cadeia de abastecimento & recursos”.

Internacional

2021

- International Accord on Health and Safety in the Textile and Garment Industry (previamente denominado Bangladesh Accord on Fire and Building Safety)
- DonauSoja

2020

- Tony's Open Chain (Tony Chocolonely)
- Retail Soy Group (RSG)
- Round Table on Responsible Soy Association (RTRS)
- Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC)

2019

- Better Cotton Initiative (BCI)
- IDH – The Sustainable Trade Initiative: participação ativa no comité director nos Países Baixos

2018

- Cotton made in Africa (CmiA): parceiro da organização

2017

- United Nations Global Compact (UN GC): compromisso com os dez princípios do Pacto Global da ONU
- amfori Business Environmental Performance Initiative (amfori BEPI)
- Juice CSR Platform
- World Banana Forum
- Global Dialogue on Seafood Traceability

2016

- Leather Working Group – Animal Welfare Subgroup (LWG AWG)

2015

- Apoio à campanha Greenpeace Detox: adoção do Compromisso Detox e apoio contínuo (Detox beyond 2020)
- Leather Working Group (LWG): utilização exclusiva de couro de fábricas de curtumes certificadas pela LWG para artigos de couro ou com componentes de couro a partir de 1 de janeiro de 2017
- Fur Free Retailer Program: fur-free declaration
- Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)

ANTES DE 2015

- The Supply Chain Initiative, desde 2014
- Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh, desde 2013 e acordo de seguimento
- Global Coffee Platform (GCP), 2009-2019
- amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI), desde 2008: Código de Conduta amfori BSCI
- amfori, desde 2008

Nacional

2021

- UNICEF Bélgica
- Reduction of Plastic Retail Industry
- Iniciativa francesa para o cacau sustentável
- Klub Gaja Foundation
- Proveg Polska
- Crossed Grain Trademark (AOECS)
- Associação Smart Waste Portugal
- Pacto Português para os Plásticos
- Movimento Unidos Contra o Desperdício

2020

- Denmark against Food Waste
- Departamento Ambiental da Flandres: Flemish Green Deals
- Fórum de Diálogo para a Redução do Desperdício Alimentar no setor grossista e da distribuição (Dialogforum Gross- und Einzelhandel zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung)
- European Chicken Commitment
- Danish Alliance for Sustainable Soy
- Danish Alliance for Responsible Palm Oil

2019

- German Retail Trade Working Group on Living Wages and Income: declaração de intenções conjunta em 2020
- QUEB (Quality Employer Branding – Federação Alemã para Employer Branding, Marketing de Recursos Humanos e Recruiting)
- CSCP Club Nachhaltige Plastikverpackungen(-Clube das Embalagens de Plástico Sustentáveis); Consumer Insight Action Panel
- Plastic Pact NL: compromisso com a meta de redução em 20% do plástico em 2025 e mais reciclagem e alternativas sustentáveis
- Alliantie Kinderarmoede (Aliança Pobreza Infantil): parceiro da organização (Países Baixos)
- Floriculture Sustainability Initiative (FSI)
- The shift (Rede belga para sustentabilidade)
- Danish Climate Panel
- The Danish Plastics Federation network on sustainable packaging
- BEE FRIENDLY
- Super-parceiro da 'het Nationaal Schoolontbijt' (o Pequeno-Almoço Escolar Nacional): uma parceria de três anos para fomentar a importância de um pequeno-almoço saudável (2019–2021)

2018

- Beyond Chocolate, parceria para chocolate belga sustentável: compromisso
- Initiativkreis Tierschutzstandards Aquakultur (Grupo de iniciativa para as normas de bem-estar animal na aquicultura)
- Spanish Federation of Celiac Associations (FACE)
- Spanish Federation of Food Banks (FESBAL)
- Danish CSR network
- Jongeren Op Gezond Gewicht (Fundação JOGG – Jovens com Peso Saudável): parceria de três anos para combater a obesidade infantil (Países Baixos) (2021: prolongamento da parceria até 2023)
- Spanish Association of Management and People Development (AEDIPE)
- Spanish Association for the Advancement of Management (APD)

2017

- Dansk Initiativ for Etisk Handel (Iniciativa Dinamarquesa para o Comércio Ético – DIEH): Acordo sobre o plano de ação para a Aliança Dinamarquesa para a Soja Sustentável (2019)
- The Danish Chamber of Commerce (rede ambiental e de recursos)
- Eiweißforum Deutschland (Fórum para as rações proteicas sustentáveis): documento de posição para o uso e a promoção de rações proteicas sustentáveis)

- Runder Tisch Fisch & Sozialstandards (Mesa Redonda sobre o peixe e as normas sociais do Ministério Federal alemão para a Alimentação e a Agricultura)
- Lactose Intolerance Spanish Association (ADILAC)
- Spanish Association of Manufacturers and Distributors (AECOC)
- Forest Stewardship Council® France (FSC®)

2016

- Stichting Beter Leven keurmerk (Fundação para o Rótulo “Viver Melhor”, Países Baixos)
- VLOG (Verband Lebensmittel ohne Gentechnik)

2015

- Animal Welfare Initiative: financiamento da iniciativa para medidas de bem-estar animal
- Verein für kontrollierte alternative Tierhaltungsformen (Associação para as formas alternativas de pecuária controlada – KAT)
- Verband der Fleischwirtschaft (Associação Alemã da Carne – VDF): Código de Conduta
- German Initiative on Sustainable Cocoa (Forum Nachhaltiger Kakao): membro ativo nos grupos de trabalho
- Partnership for Sustainable Textiles: compromisso com os objetivos da parceria
- Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (Associação Alemã de Gestão Ambiental – B.A.U.M.): Código de Conduta B.A.U.M.

ANTES DE 2015

- QS Advisory Board for Fruit and Vegetables: aves de capoeira
- German Working Group of International Featured Standards (IFS)
- Nanomaterials working group of Lebensmittelchemische Gesellschaft (Sociedade Química Alimentar – LChG), grupo de especialistas da Gesellschaft Deutscher Chemiker (Sociedade Alemã de Química – GDCh)

ASSOCIAÇÕES INDUSTRIAIS

- Comeos (Associação do Comércio e Serviços na Bélgica)
- Fédération du Commerce et de la Distribution (Associação francesa do Comércio e Distribuição – FCD)
- Centraal Bureau Levensmiddelenhandel (Associação neerlandesa da Distribuição Alimentar – CBL): acordos setoriais sobre a utilização de soja, óleo de palma, dever de diligência, saúde, eletricidade verde, etc.
- Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels (Associação Federal da Distribuição Alimentar Alemã – BVLH)
- Handelsverband Deutschland (Federação Alemã da Distribuição – HDE): Declaração sobre a proteção ambiental
- Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição (APED)

COMPLIANCE

GRI 205/103-1/2, 206/103-1/2 Simplicidade, Responsabilidade e Fiabilidade são os valores que orientam as nossas ações. São parte integrante da nossa declaração de missão “Simplesmente ALDI”. A declaração de missão dá a cerca de 86 500 colaboradores ALDI um claro sentido de orientação. Estamos comprometidos em agir sempre de acordo com os nossos valores empresariais e em nunca correr riscos devido a violações de conformidade. Esperamos também que todos os colaboradores e parceiros comerciais do ALDI atuem de forma responsável e fiável, respeitando todas as regras, políticas e acordos. A maioria das empresas ALDI desenvolveu “Objetivos *Compliance*”, nos quais estes requisitos são estipulados.

A NOSSA ABORDAGEM

GRI 205/103-2/3, 206/103-2/3 A nossa declaração de missão e o Sistema de Gestão de *Compliance* (CMS - *Compliance Management System*) fornecem aos colaboradores ALDI diretrizes claras para assegurar um comportamento eticamente correto e respeitoso das regras. Está atualmente a ser desenvolvido um “Código de Conduta” para o ALDI Nord, que incluirá todos os tópicos de ‘*Compliance*’. Os Termos e Condições Gerais de Compras definem regras claras que regem a relação entre os fornecedores e as empresas ALDI. Está proibida a conduta anticoncorrencial por parte de fornecedores e fabricantes. Estão previstas sanções para possíveis violações, tais como a entrega tardia ou o incumprimento da entrega. Para assegurar que o ALDI Nord mantém as mesmas normas em todas as suas operações, os Termos e Condições Gerais de Compras também especificam os requisitos de conformidade para os parceiros contratuais. Se houver indícios fiáveis de violação das regras, seja por um fornecedor ou por um colaborador ALDI, os responsáveis do Departamento *Compliance* levarão a cabo uma investigação exaustiva.

Sistema de gestão de *Compliance* bem estruturado

GRI 205/103-2/3, 206/103-2/3 O CMS foi concebido para ajudar os colaboradores ALDI a estarem sempre à altura dos valores fundamentais ALDI. Acima de tudo, o CMS visa assegurar e promover o sucesso a longo prazo do ALDI Nord e evitar ou mitigar quaisquer danos ou riscos. O CMS está disponível internacionalmente para todas as empresas ALDI, mas ainda tem de ser introduzido e implementado em alguns países.

Como parte do CMS, foram criados sistemas de denúncia de irregularidades que recolhem informação sobre violações de conformidade dentro do ALDI Nord. Quaisquer violações da lei aplicável e das regras internas podem ser comunicadas através destes canais, tanto de forma identificada como anonimamente. Exemplos de violações denunciáveis incluem corrupção, concorrência desleal, comportamento antiético e incumprimento das normas ambientais. O incumprimento de normas sociais, tais como os direitos humanos e os regulamentos em matéria de segurança no trabalho, também pode ser denunciado por esta via. Os sistemas de denúncia estão disponíveis nas páginas web de todos os países em qualquer altura, tanto para partes internas como externas. Em alguns países, como os Países Baixos, existem também sistemas de denúncia e outros canais que os colaboradores ALDI podem utilizar em casos de assédio sexual ou moral, discriminação, agressão ou violência. Na ALDI Espanha, incidentes deste tipo também podem ser reportados através de um sistema de denúncia de irregularidades.

Além disso, todos os responsáveis nacionais de conformidade utilizam uma ferramenta interna de gestão de casos para fins de documentação. Em caso de investigação, os resultados, medidas e ações podem ser rastreados e comunicados aos seus diretores-gerais.

No futuro, o nosso objetivo é introduzir uma ferramenta de Gestão de Conformidade dos Parceiros Comerciais (Business Partner *Compliance Management*). Esta será uma ferramenta internacionalmente utilizada para o rastreio inicial e contínuo de todos os parceiros de negócios quanto a riscos financeiros ou de conformidade. Iremos implementar esta ferramenta para obtermos uma melhor visão geral dos nossos parceiros. Poderá também fazer parte da aplicação da Lei sobre as obrigações em matéria de dever de diligência empresarial nas cadeias de abastecimento. Esta lei já vigora na Alemanha, enquanto a legislação a nível europeu está em desenvolvimento e entrará em vigor numa data posterior.

Conformidade como parte integrante do ALDI Nord

GRI 205/103-2/3, 206/103-2/3 Fornecemos vários tipos de formação para sensibilizar todos os colaboradores ALDI para a importância da conformidade. Os novos colaboradores recebem formação sobre as principais políticas do ALDI Nord quando começam a trabalhar connosco. Na Alemanha e nos Países Baixos, os signatários autorizados e os diretores executivos em todos os departamentos da ALDI Einkauf também frequentam regularmente ações de formação, abrangendo uma vasta gama de temas críticos, tais como legislação antitrust, concorrência desleal, proteção do sigilo empresarial e prevenção da corrupção, bem como proteção de dados e segurança da informação. Desde setembro de 2019 que estes tópicos integram a formação, de frequência obrigatória, na Academia ALDI. Desde a pandemia de COVID-19, convertimos eventos presenciais em ofertas *online* no ano do relatório. Formações semelhantes têm lugar a cada dois ou três anos nas empresas ALDI em todos os países. Aumentámos a comunicação sobre a conformidade nas páginas *web* de todos os países e participámos em eventos da indústria, tais como o “Bundeskongress *Compliance*” (Congresso Federal de Conformidade) na Alemanha.

PROTEÇÃO DE DADOS FIÁVEL COMO REQUISITO FUNDAMENTAL

GRI 418 Encaramos a proteção de dados fiável como um pré-requisito essencial para todas as nossas atividades. As políticas das empresas ALDI relativas aos princípios gerais, objetivos e responsabilidades são concebidas para garantir a segurança geral da informação e a proteção de dados, no respeito da lei, em todos os processos empresariais. Os colaboradores ALDI recebem formação regular sobre questões de segurança da informação e proteção de dados. Também são realizados cursos de proteção de dados dirigidos a grupos-alvo específicos sobre, por exemplo, como fazer o tratamento dos dados dos colaboradores ou clientes ou como reconhecer o *phishing*.

PERFIS DOS PAÍSES

DO VALE DO RUHR PARA A EUROPA

GRI 102-4, -6 A marca ALDI é uma incomparável imagem de marca para o sucesso do conceito de *discounter*. A nossa história começa no bairro de Schonnebeck, na cidade alemã de Essen, na Alemanha. Ao longo das décadas, uma pequena mercearia foi crescendo até se tornar no grupo de empresas ALDI Nord, que está representado num total de nove países europeus com mais de 62 empresas regionais juridicamente independentes. Todas elas têm como objetivo estabelecer padrões de referência em termos de preço e qualidade, ao mesmo tempo que satisfazem as expectativas das nossas partes interessadas em matéria de sustentabilidade. A Política de Responsabilidade Empresarial (Corporate Responsibility Policy) e o Programa CR aplicam-se em todo o ALDI Nord. As empresas ALDI em cada país selecionam diferentes pontos focais. [Clique no mapa ou no menu para saber mais sobre as nossas atividades nacionais em matéria de CR e conhecer os projetos emblemáticos.](#)

Seleção do país

[Bélgica](#)

[Dinamarca](#)

[Alemanha](#)

[França](#)

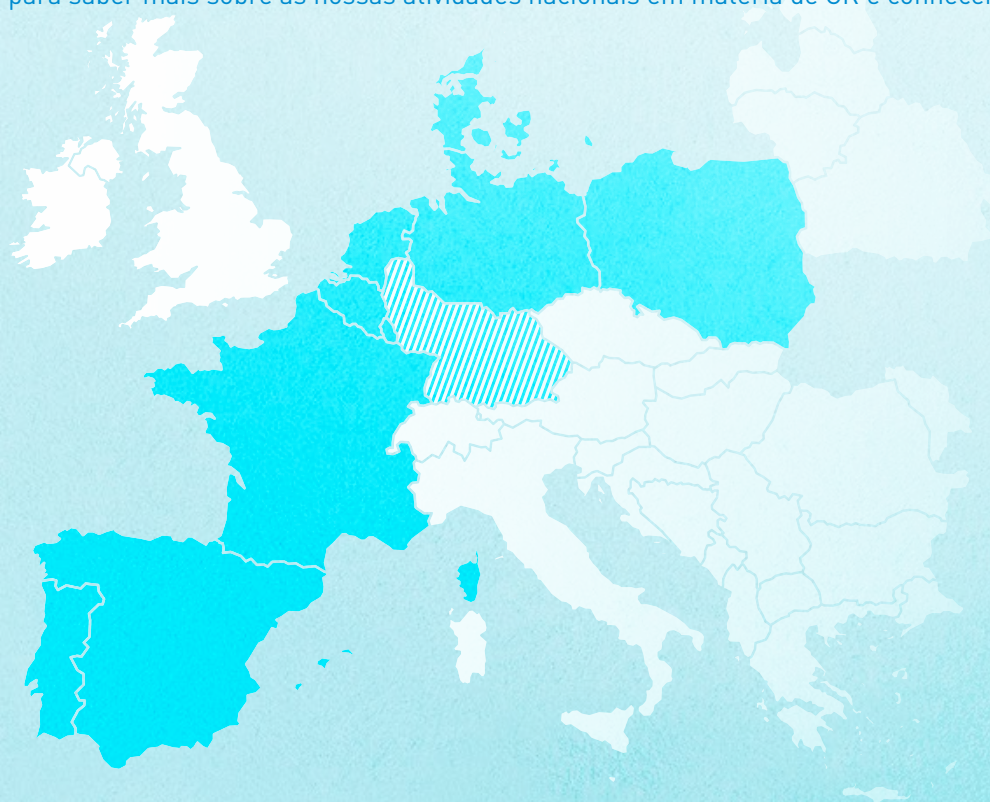
[Luxemburgo](#)

[Países Baixos](#)

[Polónia](#)

[Portugal](#)

[Espanha](#)



Otimizar as embalagens e a eficiência energética – ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo

A ALDI Bélgica e a ALDI Luxemburgo têm uma visão holística da sustentabilidade, que vai desde as embalagens sustentáveis ao desperdício alimentar, passando pelas estratégias de energias renováveis e pela promoção de uma alimentação saudável.

104 SISTEMAS FOTOVOLTAICOS

97 sistemas fotovoltaicos nos telhados das nossas lojas e dos nossos 7 centros de distribuição. No total, produzimos cerca de 9149 MWh em 2021, que equivale ao consumo anual de energia de cerca de 4970 lares.



**98% DAS NOSSAS
EMBALAGENS DE MARCA
PRÓPRIA SÃO RECICLÁVEIS**

A otimização de vários materiais de embalagem permitiu-nos reduzir a quantidade de plástico em 260 toneladas e de cartão em 24 toneladas em 2021.

Perfil de país da ALDI Bélgica

Empresas regionais	7
Lojas	441
Total de colaboradores ALDI	7927
Ano de entrada no mercado	1976
Página web	www.aldi.be

Progresso dos objetivos nacionais em 2021 →

Perfil de país da ALDI Luxemburgo

Empresas regionais	1
Lojas	17
Total de colaboradores ALDI	182
Ano de entrada no mercado	1991
Página web	www.aldi.lu

Progresso dos objetivos nacionais em 2021 →

O enfoque da sustentabilidade na Bélgica e no Luxemburgo assenta nos tópicos estratégicos de CR identificados pela análise de materialidade internacional. No ano em análise, estes incluíram a redução do desperdício alimentar, a introdução do rótulo Nutri-Score e de embalagens mais sustentáveis, a instalação de painéis solares para proteger o ambiente e a melhoria das condições de bem-estar animal durante a produção dos nossos produtos.

Em 2021, 302 lojas doaram excedentes alimentares a associações caritativas, realçando o nosso empenho em combater o desperdício alimentar.

Concentramo-nos na otimização das nossas embalagens, reduzindo o plástico (260 toneladas) e o cartão (24 toneladas) sempre que possível, e aumentando a disponibilidade de frutas e legumes não embalados.

Também expandimos as nossas gamas de produtos sustentáveis, por exemplo, introduzindo conservas de atum certificadas MSC. Os nossos produtos sazonais de chocolate têm agora o rótulo FSI Fairtrade, que certifica certos ingredientes, tais como o cacau, como sendo Fairtrade. Lançámos também o CHOCEUR Choco Changer, uma barra de chocolate sustentável baseada nos princípios da Tony's Open Chain. Rotulamos agora quase 300 dos nossos produtos com o rótulo Nutri-Score, de modo a ajudar os nossos clientes a fazer escolhas alimentares mais saudáveis.

Os nossos esforços de proteção ambiental asseguraram que 111 lojas e 7 centros de distribuição instalassem painéis solares nos seus telhados. 97,5% das nossas lojas têm iluminação LED energeticamente eficiente, 44 lojas têm um sistema de refrigeração de CO₂ amigo do ambiente e 46 lojas têm telhados verdes.



No ano em análise, também atualizámos a nossa Política Nacional de Bem-Estar Animal. Participámos no Better Chicken Commitment no âmbito do qual unimos esforços com outras empresas da distribuição a fim de melhorar as condições de criação de todos os frangos utilizados em produtos frescos e congelados até ao final de 2026.

Do desperdício alimentar à desflorestação – a ALDI Dinamarca está empenhada em melhorar a sustentabilidade

O compromisso da ALDI Dinamarca para com a sustentabilidade levou a que 100% das lojas tivessem parceiros para combater o desperdício alimentar, fosse melhorado o bem-estar animal e fossem estabelecidas parcerias sectoriais para combater a desflorestação.



100% DAS LOJAS TRABALHAM COM PARCEIROS PARA COMBATER O DESPERDÍCIO ALIMENTAR

Todas as nossas lojas trabalham com a Too Good To Go (TGTG) e vendem Lucky Bags com fruta e legumes, bem como com produtos de *bake-off* (padaria/pastelaria). 28% das nossas lojas têm atualmente um parceiro para doações.

100% DE COMPENSAÇÃO PELA NOSSA UTILIZAÇÃO INDIRETA DE SOJA

Somos um membro ativo da Iniciativa Dinamarquesa para o Comércio Ético (Danish Initiative for Ethical Trade – DIEH), que trabalha em todos os sectores para evitar a desflorestação resultante da produção de soja e do óleo de palma. Em 2021, compensámos 100% da nossa utilização indireta da soja através de créditos.

Perfil de país da ALDI Dinamarca

Empresas regionais	0
Lojas	189
Total de colaboradores ALDI	2930
Ano de entrada no mercado	1977
Página web	www.aldi.dk

Progresso dos objetivos nacionais em 2021 →

A ALDI Dinamarca concentra-se no combate ao desperdício alimentar e trabalha com vários parceiros para atingir este objetivo. Todas as lojas dinamarquesas vendem Lucky Bags com fruta e vegetais em colaboração com a Too Good To Go desde 2020. Como a categoria de *bake-off* (produtos de padaria/pastelaria) gera frequentemente muito desperdício alimentar, trabalhamos com a Too Good To Go para testar a Lucky Bags nesta gama. Após a fase de teste bem-sucedida ter sido levada a cabo em 23 lojas ao longo de 2021, ano em que vendemos mais de 1800 Lucky Bags, introduzimos este conceito em todas as lojas em fevereiro de 2022.

Também reduzimos o desperdício alimentar através da doação de sobras alimentares a grupos necessitados, colaborando com instituições caritativas



como a Stop Spild Lokalt ("Parar o desperdício localmente") e a associação Ringgaard (Foreningen Ringgaard).

Estamos continuamente a expandir a nossa gama de produtos responsáveis rotulados de acordo com as normas nacionais, tais como

a Keyhole, a Whole Grain Initiative, rótulos biológicos e o rótulo oficial do governo Bedre Dyrevelfærd (Melhor Bem-Estar Animal). Em 2021, lançámos a nossa linha de produtos de marca própria, Vegan Time, com 18 produtos diferentes, de modo a oferecermos, aos nossos clientes, alternativas vegetais aos produtos lácteos e da carne. Em 2020, todos os produtos de frango fresco na Dinamarca passaram para a raça de frango Ranger Gold de crescimento lento, que assegura melhores condições de criação. Todos os produtos são rotulados com o rótulo dinamarquês de bem-estar animal.

Desde 2018, a ALDI Dinamarca tem trabalhado em estreita colaboração com organização Danish chapter of Save the Children. Como principal patrocinador em 2021, nós e os nossos clientes doámos mais de 173 000 euros. A ALDI Dinamarca doou dinheiro e bens para os campos de férias da Save the Children e para a equipa de ciclismo da Save the Children.

Uma empresa em crescimento com objetivos de sustentabilidade fortes: a ALDI França

O rápido crescimento da ALDI França não abrandou o ritmo das iniciativas de sustentabilidade, tais como a introdução de acordos locais justos para promover o sector agrícola e os produtores franceses.

134 SISTEMAS FOTOVOLTAICOS NAS NOSSAS LOJAS (12 798 KWP INSTALADOS)

O número de painéis fotovoltaicos nas nossas lojas aumentou em 2021, atingindo uma capacidade total de 12 798 kWp. O passo seguinte é a instalação de 270 painéis adicionais até ao final de 2024.

100% DO NOSSO LEITE DE MARCA PRÓPRIA PROPORCIONA UMA REMUNERAÇÃO JUSTA AOS AGRICULTORES

100% do nosso leite de marca própria proporciona uma remuneração justa aos agricultores através do acordo assinado em Fevereiro de 2022 para o nosso leite de marca própria biológico.



Perfil de país da ALDI França

Empresas regionais	13
Lojas	1309
Total de colaboradores ALDI	16 428
Ano de entrada no mercado	1988
Página web	www.aldi.fr

Progresso dos objetivos nacionais em 2021 →

A ALDI França está a crescer. A aquisição da Leader Price aumentou o número das nossas lojas em 440, perfazendo um total de 1309 lojas. Acrescentámos três novos centros de distribuição e acolhemos mais de 6000 novos colaboradores na ALDI França em 2021.



O nosso foco em 2021 foi a promoção do sector agrícola e dos produtores franceses. Os nossos representantes assinaram o primeiro contrato tripartido com fornecedores franceses, com o objetivo de oferecer aos nossos clientes leite de marca própria livre de OGM produzido e recolhido em França, pelo qual os produtores são remunerados de forma justa.

Em setembro de 2021, assinámos também um acordo para a carne de gado Limousin, que garante uma remuneração justa para os produtores e uma carne local de qualidade, bem como o respeito pelo ambiente através das explorações agrícolas de Alto Valor Natural (HNV) certificadas. O nosso plano é de expandirmos para outros sectores.

Também apoiamos o abastecimento amplamente responsável através de diversas iniciativas. Por exemplo, assumimos um compromisso com a Iniciativa Francesa para o Cacau Sustentável.

Apesar do seu rápido crescimento, a ALDI França está a redobrar esforços, a fim de reduzir as emissões de gases com efeito de estufa através da introdução de medidas em todas as novas lojas. 85% das novas lojas passaram para iluminação LED energeticamente eficiente e 69% têm sistemas de refrigeração amigos do ambiente. A ALDI França está também a prosseguir a implementação do seu ambicioso sistema fotovoltaico, com um objetivo de 270 painéis adicionais até ao final de 2024. Desde março de 2022, a ALDI França assumiu o compromisso de, através do programa voluntário FRET21, reduzir as suas emissões no transporte a jusante em 7%, entre 2021 e 2024.

O bem-estar animal está no topo da agenda para a ALDI Nord Alemanha

Foram alcançadas melhorias significativas no bem-estar animal e uma expansão da gama alimentar vegan em resposta à procura dos clientes de produtos mais sustentáveis.



FIM DO ABATE DE PINTOS MACHOS PARA 100% DOS NOSSOS OVOS FRESCOS

O abate dos pintos machos após a eclosão pode ser evitado através da sua criação ou da determinação do sexo antes da eclosão. Aceitamos ambas as opções dos nossos fornecedores.

9 MARCAS PRÓPRIAS REGISTRADAS COM O NUTRI-SCORE EM 2021

O Nutri-Score permite aos clientes identificar facilmente o valor nutricional e viver de forma mais saudável. Em 2022, registámos também a nossa marca de produtos biológicos GUT BIO com o Nutri-Score.

Perfil de país da ALDI Nord Alemanha

Empresas regionais	28
Lojas	2223
Total de colaboradores ALDI	37 899
Ano de entrada no mercado	1961
Página web	www.aldi-nord.de

Progresso dos objetivos nacionais em 2021 →

O bem-estar animal é uma preocupação importante para a ALDI Nord Alemanha e para os cidadãos alemães. Como parte das nossas iniciativas de melhoria do bem-estar animal, especialmente de suínos, frangos, perus e bovinos, apelámos a uma mudança nas práticas de criação ('Haltungswechsel'): até 2030, iremos converter, de forma consistente, a nossa carne fresca e o leite (fresco e UHT) para os níveis 3 e 4 de criação mais amigos dos animais (ar livre e agricultura biológica). Começámos por mudar a nossa carne de porco fresca do nível de criação 1 para o nível de criação 2 (exceto lombo de carne de porco), e alargámos ainda mais o sistema de rotulagem de bem-estar ('Haltungsform') de carne fresca para charcutaria e outros produtos de carne transformada em 2021. A partir do início de 2022, também rotulámos os produtos lácteos com o sistema de rotulagem do bem-estar. Respondendo às preocupações dos agricultores e clientes, a ALDI Nord Alemanha comprometeu-se a converter toda a cadeia de abastecimento de carne de porco fresca em 5D. Isto significa que toda a cadeia de abastecimento se situa na Alemanha: desde o nascimento até ao abate e à transformação. Mesmo antes da entrada em vigor de nova legislação, suspendemos o abate de pintos machos para todos os nossos ovos frescos.

Em 2021, pelo terceiro ano consecutivo, o ALDI Nord Alemanha ganhou o Vegan Food Award by Peta, na categoria de Melhor Churrasco Vegan para o nosso "Wonder Grill- und Flammenspieße" (espetadas para churrasco).



Desde agosto de 2021, exigimos a todos os nossos fornecedores de carne fresca, produtos de carne congelada e refrigerada e ovos frescos, que utilizem exclusivamente soja livre de desflorestação para os produtos ALDI Nord.

Uma solução provisória com Book&Claim será aceite para os fornecedores que não tenham conhecimento da utilização de soja na sua cadeia de abastecimento ou que não possam utilizar soja certificada livre de desflorestação. Até 2025, o nosso objetivo é ter pelo menos 50% de soja certificada fisicamente nas cadeias de abastecimento para os grupos de produtos da carne (fresca, congelada, transformada) e os ovos frescos.

A ALDI Países Baixos coloca a alimentação saudável e acessível no centro das atenções

A ALDI Países Baixos concentra-se numa alimentação saudável, sustentável e acessível e está a reduzir o impacto da agricultura no ambiente.



12 LATICÍNIOS 'A CAMINHO DO PLANETPROOF'

Ao adicionar 2 artigos de queijo ao nosso sortido de laticínios certificados, damos mais um passo no sentido de tornar o nosso sortido de laticínios mais sustentável, apoiando os agricultores na proteção especial das suas vacas e do ambiente.

750 CRIANÇAS PARTICIPARAM NO PROGRAMA PILOTO DE "VEGGIE BOXES"

O projeto-piloto levou ao aumento do consumo de legumes em crianças entre 1 e 4 anos de idade, de acordo com a Universidade de Maastricht. O projeto propriamente dito será lançado em 2022.

Perfil de país da ALDI Países Baixos

Empresas regionais	7
Lojas	487
Total de colaboradores ALDI	9013
Ano de entrada no mercado	1973
Página web	www.aldi.nl

Progresso dos objetivos nacionais em 2021 →

O debate público em torno da alimentação saudável suscita grandes expectativas nos Países Baixos. Uma das questões mais desafiantes na sociedade é o facto de metade da população neerlandesa com mais de 20 anos de idade ter excesso de peso ou ser obesa. O nosso empenho em prol da promoção de uma nutrição saudável é evidenciado no prolongamento da nossa parceria com o JOGG até 2023. Esta é uma parceria que promove um estilo de vida saudável nas crianças.

Estamos a executar um projeto-piloto para a implementação do Nutri-Score na categoria dos laticínios. O Nutri-Score permite aos nossos clientes tomar decisões mais saudáveis, comparando a informação nutricional dos produtos num relance. Os primeiros produtos com Nutri-Score foram introduzidos em finais de 2021.

Outro tema no centro dos debates públicos é a posição dos agricultores e o impacto da produção alimentar no nosso ambiente. Para que haja uma mudança efetiva, tem de haver uma troca de ideias constante entre a ALDI Países Baixos e os agricultores. Uma comunicação como esta foi um desafio em situação de pandemia da COVID-19. Estamos em estreito diálogo com fornecedores, produtores primários e representantes dos agricultores, sobre como nos podemos envolver numa cooperação com valor acrescentado, lado a lado com todos os nossos parceiros da cadeia. A nossa página web e o nosso folheto apresentaram os nossos produtores primários e agricultores aos clientes.



Fornecer produtos frescos e de alta qualidade aos nossos clientes é importante para nós. Cooperamos com fornecedores estratégicos e produtores primários para melhorar a qualidade de frutas e legumes, pão, carne e a nossa gama de laticínios. Alargámos, por exemplo, a nossa gama de pão feito com trigo neerlandês e trabalhamos com o nosso fornecedor de charcutaria para que a carne passe a ser de origem neerlandesa.

Desenvolvimento de uma gama de produtos sustentáveis e sensibilização: ALDI Polónia

Respondendo à crescente procura pública, a ALDI Polónia expande as suas atividades de sustentabilidade, incluindo a redução do desperdício alimentar e a proteção das abelhas.



SEGUNDA CAMPANHA DE PREVENÇÃO DE DESPERDÍCIO ALIMENTAR

Todos os outonos, realizamos uma campanha dedicada às medidas de redução do desperdício alimentar. A campanha inclui informações em loja, nos meios de comunicação social e numa edição especial da revista CR focado no desperdício alimentar.

96% DAS NOSSAS
LOJAS DOAM EXEDENTES
ALIMENTARES A INSTITUIÇÕES DE
SOLIDARIEDADE

O nosso objetivo é minimizar o desperdício de alimentos através da doação de produtos a organizações de utilidade pública. O nosso objetivo é, sempre que possível, conseguir cooperar ao nível da prevenção do desperdício alimentar em todas as nossas lojas.

Estudos recentes confirmam que o interesse dos consumidores para a sustentabilidade está a crescer de forma estável na Polónia. Por conseguinte, estamos continuamente a desenvolver a nossa gama de produtos sustentáveis para sensibilizar ainda mais os clientes e fornecer informação abrangente sobre as nossas atividades de CR.

Publicámos duas revistas de CR em 2021, disponíveis nas nossas lojas e *online*, e informámos os nossos clientes sobre como proteger o ambiente na sua vida quotidiana, tomando decisões sustentáveis. A redução do desperdício alimentar é uma tema importante para nós na Polónia, o que se reflete numa campanha que realizámos em novembro de 2021. Juntamente com a *influencer* polaca Sylwia Majcher, publicámos uma revista especial para

informar os nossos clientes sobre o desperdício alimentar e o conceito de desperdício zero. Publicámos também a nossa primeira revista CR para crianças, a fim de aumentar a sua consciência ambiental.



Em 2021, continuámos a nossa cooperação com instituições de soli-

dariedade e doámos bens alimentares, sendo a Caritas Polska o nosso maior destinatário. O nosso objetivo é alargar os nossos donativos a pequenas instituições locais de caridade num futuro próximo. A nossa cooperação com o Klub Gaja continuou em 2021. O trabalho centrou-se na proteção das abelhas e, em conjunto, criámos um colmeal pedagógico. As crianças podem utilizar o colmeal para aprenderem sobre as abelhas e as suas vidas. Também plantámos três prados de flores na vizinhança de algumas das nossas lojas para atrair insetos e aumentar a biodiversidade. Em 2021, continuámos a implementar soluções ambientais para as nossas lojas, tais como painéis solares, iluminação LED e telhados verdes.

Perfil de país da ALDI Polónia

Empresas regionais	1
Lojas	201
Total de colaboradores ALDI	3466
Ano de entrada no mercado	2008
Página web	www.aldi.pl

Progresso dos objetivos nacionais em 2021 →

ALDI Portugal: reduzir o desperdício alimentar e facilitar escolhas alimentares mais saudáveis

A promoção de uma alimentação saudável e a redução do desperdício alimentar – duas das prioridades da ALDI Portugal.

114 ARTIGOS VEGAN E VEGETARIANOS CERTIFICADOS

114 produtos tinham o rótulo V-Label ou a Vegan Flower em 2021 na ALDI Portugal, assinalando produtos vegetarianos e produtos com garantia de não conterem quaisquer ingredientes de origem animal.



49,5% DE PEIXE E MARISCO SUSTENTÁVEIS CERTIFICADOS

Estamos a passar, de forma sistemática, as nossas gamas de produtos para produtos de peixe sustentáveis. 49,5% de todos os artigos de marca própria são certificados, 68% deles são certificados MSC.

A ALDI Portugal apoia pessoas vulneráveis em muitos locais através da doações alimentares e não-alimentares. Em 2021, a ALDI Portugal aderiu ao Movimento Unidos Contra o Desperdício. Esta plataforma multi-lateral une partes interessadas que partilham uma visão comum sobre como difundir boas-práticas, unir e sensibilizar o público para a importância de evitar o desperdício de alimentos.

Também aderimos à Associação Smart Waste Portugal e ao Pacto Português para os Plásticos para reforçar o nosso compromisso com a sustentabilidade das embalagens e a promoção da economia circular.



Estamos comprometidos em promover uma alimentação saudável e estamos constantemente a expandir e a melhorar a nossa gama de produtos, a fim de oferecermos artigos para necessidades alimentares especiais e uma dieta saudável. Esta abordagem inclui a introdução do Nutri-Score, um sistema simplificado de rotulagem nutricional que ajuda os consumidores a avaliar rapidamente a composição nutricional global dos produtos alimentares e promove eficazmente uma dieta mais equilibrada. Em 2021, a ALDI Portugal lançou a implementação do Nutri-Score nas suas marcas próprias.

O nosso compromisso com uma dieta vegana foi recompensado em 2021, ano em que fomos distinguidos como “retalhista *discounter* com a melhor oferta vegan de Portugal” pela Associação Vegetariana Portuguesa. A nossa parceria com a Associação Portuguesa de Combate à Obesidade Infantil (APCOI) capacitou-nos para promover uma alimentação saudável nas crianças. Em 2021, expandimos a gama de produtos locais “Made in Portugal” e continuámos a promover uma gama sustentável de produtos de peixe e marisco. O peixe e o marisco são particularmente importantes em Portugal, uma vez que o país tem o maior consumo per capita da Europa.

Perfil de país da ALDI Portugal

Empresas regionais	1
Lojas	105
Total de colaboradores ALDI	2422
Ano de entrada no mercado	2006
Página web	www.aldi.pt

Progresso dos objetivos nacionais em 2021 →

ALDI Espanha – enfoque na sustentabilidade durante uma fase de expansão

Na expansão da ALDI Espanha para novas regiões do País, a sustentabilidade continua a ser um enfoque essencial, com iniciativas para melhorar o bem-estar animal e promover a poupança energética.



101
SISTEMAS FOTOVOLTAICOS
(6310 KWP INSTALADOS)

A política de implementação de energias renováveis em lojas e centros logísticos foi muito reforçada em 2021. O aumento da capacidade fotovoltaica instalada quase que duplicou em relação ao ano anterior.

100%
DE ENERGIA VERDE

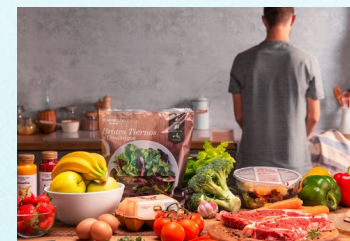
Tal como nos dois anos anteriores, comprámos 100% de energia verde em 2021.

Perfil de país da ALDI Espanha

Empresas regionais	4
Lojas	357
Total de colaboradores ALDI	5939
Ano de entrada no mercado	2002
Página web	www.aldi.es

Progresso dos objetivos nacionais em 2021 →

Em 2021, continuámos a nossa expansão em Espanha. Durante os últimos três anos, abrimos quase 80 novas lojas ALDI. No final de 2022, estão previstas mais 50 novas lojas, 12 das quais nas Ilhas Canárias. Vamos criar mais de



200 postos de trabalho na região. O centro de distribuição – atualmente em construção em Gran Canaria – será construído de acordo com os critérios BREEAM.

Em Espanha, toda a carne fresca de frango, peru, coelho, porco ibérico e porco branco, carne de bovino

biológica, leite e ovos têm certificação em matéria de bem-estar animal. No final de 2021, 86% da carne fresca tinha certificação de bem-estar animal e o nosso objetivo é atingir 100% até ao final de 2022. Em Dezembro de 2021, publicámos a nossa Política Nacional de Bem-Estar Animal.

Aumentámos a utilização de energia renovável nas nossas lojas e centros de distribuição. Em 2021, foram instalados sistemas fotovoltaicos em 48 lojas (2880 kWp com geração de 4074 MWh). Sempre que possível, os sistemas fotovoltaicos estão a ser instalados em todas as novas lojas e em várias lojas existentes. A instalação pode ser restringida, por exemplo, pela inclinação do telhado, pelos regulamentos de construção ou pelos proprietários. Tínhamos um total de 101 sistemas fotovoltaicos (6310 kWp) nos telhados das nossas lojas e centros de distribuição em 2021, com uma produção anual de 5632 MWh, com 96% da eletricidade a ser consumida pelas nossas lojas. Além disso, planeamos instalar sistemas fotovoltaicos em quase 70 lojas adicionais até ao final de 2022. Nos nossos centros de distribuição, os sistemas fotovoltaicos são instalados em novos centros e em centros existentes em expansão.

CLIENTE & PRODUTO

DAR VISIBILIDADE À SUSTENTABILIDADE

Um consumo seguro e responsável significa oferecer gamas de produtos em que os clientes possam confiar. Para além da qualidade e da segurança dos produtos, os clientes desejam cada vez mais tomar decisões de compra conscientes que beneficiem a sua própria saúde, os outros seres humanos e o ambiente. Estamos a trabalhar na melhoria de produtos e embalagens e em tornar estas inovações visíveis aos olhos dos nossos clientes.

TRÊS PERGUNTAS A LAURA RODRIGUEZ ZUGASTI

De que forma a cooperação entre o MSC e a ALDI Portugal e a ALDI Espanha promove a sustentabilidade?

Para promover uma pesca global sustentável, precisamos de parceiros que exijam produtos do mar sustentáveis e incentivem as organizações a certificarem-se. A ALDI Espanha e a ALDI Portugal são parceiros-chave no apoio à pesca certificada desde a abertura do gabinete ibérico do MSC em 2011. O compromisso do ALDI é importante e motivou novos fornecedores a aderirem ao programa MSC.

Qual foi, para si, o momento mais importante em 2021?

No prémio "Mares Para Siempre" (Mares para sempre), a ALDI Espanha foi distinguida com o "Private Brand MSC Award" (Prémio MSC Marca Própria) pelo progresso da empresa quanto à percentagem de pescado com o selo azul nas suas marcas próprias. O nosso trabalho com a ALDI Portugal no "IV Encontro Juntos Melhor" reforçou substancialmente o movimento nacional de pescado sustentável. Mais de 50% do pescado da marca própria ALDI Portugal é rotulado com o selo MSC. Desde 2021, 100% do bacalhau está certificado MSC.

Quais são os próximos passos?

Para progredir no fornecimento de produtos do mar sustentáveis, trabalhamos em estreita colaboração com os departamentos de sustentabilidade, compras e comunicações, a fim de compreender as expectativas e prioridades. Em Portugal, saudamos o objetivo de 100% de certificação MSC para a pescada até 2022. Em Espanha, temos planos de colaboração para introduzir o cantarilho certificado e aumentar a percentagem de produtos certificados pela MSC nas marcas próprias ALDI. Está planeado o desenvolvimento de produtos enlatados, por exemplo atum, em ambos os países.



LAURA RODRIGUEZ ZUGASTI
MSC Spain/Portugal, Diretora de Programa Portugal e Espanha



GAMAS DE PRODUTOS RESPONSÁVEIS

GRI 102-16, 301/103-1, 416/103-1, 417/103-1 A sustentabilidade desempenha um papel cada vez mais importante nos hábitos de compra dos clientes de hoje. Na qualidade de retalhista com atuação internacional, chegamos a milhões de pessoas de todas as idades, classes sociais e graus de escolaridade. O ALDI Nord visa aproveitar este potencial para contribuir positivamente para a sustentabilidade e permitir que todos os clientes consumam de forma responsável, sem peso na consciência e a preços acessíveis. Estamos constantemente a expandir as nossas gamas de produtos sustentáveis para evitar o desperdício alimentar, reduzir as nossas embalagens e utilizar menos recursos, com enfoque na economia circular. Os produtos alimentares têm um imenso potencial de impacto positivo na saúde e no ambiente, tal como abordado na estratégia da UE “Do Prado ao Prato”, que reconhece a ligação óbvia entre pessoas saudáveis, as sociedades saudáveis e um planeta saudável. O nosso desenvolvimento de gamas de produtos responsáveis permite-nos contribuir para o objetivo de Desenvolvimento Sustentável 12 das Nações Unidas “Produção e consumo sustentáveis: garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis”. Permitir aos nossos clientes um consumo responsável faz parte da nossa estratégia de Corporate Responsibility Quality Assurance (CRQA), apoiada por uma crescente seleção de bens alimentares vegan, vegetarianos e biológicos, juntamente com alguns produtos para necessidades dietéticas especiais.

A NOSSA ABORDAGEM

GRI 301/103-1/2, 306/103-1/2, 416/103-2 A fim de oferecermos aos nossos clientes apenas produtos de alta qualidade, definimos processos abrangentes de garantia e gestão da qualidade ao longo de toda a cadeia de valor. Os nossos produtos de marca própria estão sujeitos a rigorosos padrões de qualidade, desenvolvidos em cooperação com os nossos fornecedores e departamentos de compras. O objetivo do ALDI Nord é sempre ir além dos requisitos legais e satisfazer as necessidades e os desejos dos nossos clientes. Rótulos independentes de qualidade e sustentabilidade desenvolvidos por organizações de consumidores ou ONGs confirmam regularmente a excelente qualidade dos nossos produtos de marca própria.

GRI 102-2, 204/103-1/2, 306-1, 417/103-1/2 A prevenção dos resíduos e a promoção da economia circular são pilares fundamentais do desenvolvimento sustentável. No ALDI Nord, um dos principais enfoques é o desenvolvimento de medidas para reduzir o desperdício alimentar e oferecer embalagens mais sustentáveis.

Embalagens circulares

Como o plástico preserva a qualidade dos bens e pode ser utilizado de várias maneiras diferentes, consideramo-lo um recurso valioso. No entanto, o ALDI Nord associa-se à opinião pública, aos governos e a outras empresas na sua preocupação crescente com o volume cada vez mais elevado de resíduos de plástico. O nosso objetivo é utilizar

uma quantidade mínima de material de embalagem, salvaguardando sempre a segurança e a qualidade do produto.

A nossa estratégia internacional para as embalagens, lançada em 2020, segue o princípio da economia circular e concentra-se em quatro áreas-chave:

- 1 Eficiência do material
- 2 Reciclabilidade
- 3 Utilização de conteúdo reciclado
- 4 Redução do material utilizado

Definimos objetivos internacionais nestas áreas, que podem ser consultados no nosso Programa CR. Além disso, as empresas ALDI também perseguem objetivos nacionais estabelecidos nas nossas estratégias de plásticos e embalagens.

Combate ao desperdício alimentar

O desperdício alimentar é um desafio global que estamos determinados a enfrentar continuamente. Concentramo-nos nas áreas onde podemos exercer o maior impacto: a redução da perda de alimentos nas nossas cadeias de abastecimento e do desperdício alimentar nas nossas lojas. A análise de materialidade sublinha a importância da redução do desperdício alimentar para nós e para as nossas partes interessadas.

Esforçamo-nos por melhorar os processos de encomenda e o manuseamento dos nossos produtos alimentares para evitar excedentes alimentares

sempre que possível. Tal inclui uma otimização das perdas alimentares e uma monitorização dos resíduos que permita avaliar melhor o consumo de produtos e prevenir o desperdício alimentar.

Mesmo com as melhores intenções, o desperdício alimentar não pode ser totalmente evitado, mas a nossa missão é lidar com o desperdício da forma mais sustentável possível. Para mais pormenores sobre as nossas medidas, ver a subsecção “Redução do desperdício alimentar: os nossos objetivos” abaixo.

Alimentação saudável e sustentável

Para além da redução de resíduos, os países ALDI concentram-se nas principais necessidades dos consumidores em matéria de alimentação, nutrição e saúde. Tendo em conta o aumento preocupante do excesso de peso na população da UE e a crescente sensibilização dos consumidores para uma alimentação consciente face às alterações climáticas, estamos convencidos de que uma alimentação saudável e sustentável deve ser possível e estar acessível a todos. Tornamos isto possível através da otimização contínua dos valores nutricionais dos nossos produtos e da expansão da nossa gama rotulada de produtos vegetarianos e vegan, regionais, nacionais e biológicos. Recorrendo à mais recente tecnologia e ingredientes, trabalhamos em estreita cooperação com os nossos fornecedores para assegurarmos uma manipulação responsável dos alimentos e a melhor qualidade possível dos produtos.

ORGANIZAÇÃO E DIRETRIZES

GRI 204/103-2, 301/103-1/2, 417/103-2 A organização dos processos de compra no ALDI Nord é realizada pelo Departamento de Compra Internacional (International Buying – IB) e pelos departamentos nacionais relevantes de Gestão de Categorias (Category Management – CM). O IB trata da compra de produtos nos casos em que existem efeitos de sinergia dentro da cadeia de abastecimento, devido à agregação internacional. O CM é responsável pela compra a nível nacional de produtos com baixo potencial de agregação internacional. O Departamento CRQA Internacional é responsável pelas normas de qualidade e de CR dos produtos adquiridos pela IB, enquanto o CRQA nacional, integrado nos respetivos departamentos de CM, assegura que aspetos específicos nacionais, tais como requisitos da legislação alimentar, são cumpridos para todos os produtos oferecidos nos respetivos países.

As nossas Políticas de Compras estabelecem e determinam objetivos para a utilização sustentável dos recursos.

O ALDI Nord está representado em nove países e nem sempre é fácil responder à questão do que é ou não reciclável em cada mercado. É frequente as normas nacionais variarem entre si e, em alguns dos nossos mercados, não existem normas vigentes. Assim, na primavera de 2022, publicámos a nossa ALDI International Recyclability Guideline, em cooperação com o Instituto cyclos-HTP (CHI). Além de informações sobre as infraestruturas

de triagem e reciclagem de materiais individuais, esta guideline contém informações detalhadas sobre a otimização de diferentes tipos de embalagem em termos de reciclabilidade. A *guideline* destina-se a todos os departamentos de compras do ALDI e aos nossos fornecedores e assume a forma de recomendação global. O objetivo é prestar apoio na decisão sobre quais os materiais mais vantajosos em termos de reciclagem e como a embalagem pode ser concebida eficazmente de molde a promover a economia circular.

Para mais pormenores sobre o Guia Alemão para embalagens mais sustentáveis, consultar o Relatório Intercalar de 2020.

Regulamentação

GRI 301/103-2/3, 306/103-2/3, 306-1, -2, 416/103-2 Em vez de esperar que legislação seja aprovada, temos por objetivo identificar possíveis questões e desenvolvimentos políticos futuros e, sempre que possível, introduzir mudanças antecipadamente. Os Departamentos CRQA e Public Affairs monitorizam os desenvolvimentos regulamentares, tais como os requisitos em matéria de produtos, embalagens e fiscais, para poder prestar aconselhamento aos departamentos relevantes. Em março de 2020, apresentámos os temas de enfoque do ALDI Nord “embalagens” e “alimentação moderna”, a tempo do lançamento da EU Farm to Fork Strategy (Estratégia da UE “Do Prado ao Prato”), abrangendo os tópicos das embalagens circulares, redução

de resíduos e perdas alimentares, regionalidade, alimentação equilibrada, produtos à base vegetal e produtos biológicos. Este compromisso com a estratégia da UE “Do Prado ao Prato” destina-se a acelerar a transição para um sistema alimentar mais justo, mais saudável e mais amigo do ambiente.

Regulamentação em matéria de embalagens e prevenção de resíduos

Todos os anos, uma vasta gama de desenvolvimentos regulamentares afeta a embalagem dos nossos produtos. Focamos as nossas atenções nos objetivos da Estratégia Europeia para os Plásticos e do Pacto Ecológico da UE. Em julho de 2021, entrou em vigor, a nível nacional dos estados-membros, a legislação da UE sobre o plástico de utilização única, com o objetivo de eliminar os produtos de plástico de uso único, contrariar a poluição do ambiente com microplásticos e promover a utilização de plásticos reciclados em garrafas de plástico de utilização única para bebidas. Outros regulamentos nacionais também abordam a questão da prevenção de resíduos. Em França, está em vigor desde 2020 uma lei nacional sobre a prevenção de resíduos e a economia circular, que antecedeu a regulamentação da UE. Neste contexto, foram proibidas, em 2022, as embalagens de plástico para frutas e legumes com peso inferior a 1,5 quilos.

As nossas estratégias nacionais de plástico e embalagens estão mais avançadas que as metas

da UE, destacando o nosso compromisso com as embalagens circulares. As nossas missões e estratégias de embalagem estão em vigor a nível nacional na Alemanha desde 2018 e na Bélgica, Dinamarca, Luxemburgo, Portugal e Espanha desde 2019. Pactos Nacionais para os Plásticos foram assinados pelas empresas ALDI na Dinamarca e em Portugal (2021), bem como nos Países Baixos (2019).

Regulamentação em matéria de desperdício alimentar

Existe legislação nacional em vários países ALDI para lidar com o tema do desperdício alimentar. Por exemplo, a doação de excedentes alimentares são um requisito legal em França e na Polónia. Contudo, o nosso empenho não se cinge a estes países, uma vez que doamos alimentos que já não são comercializáveis, mas que ainda são comestíveis em todos os países ALDI. Para uma abordagem harmonizada em todos os países, publicámos a Diretriz ALDI Nord para a Prevenção do Desperdício Alimentar, que detalha o nosso compromisso. Esta diretriz aplica-se a todos os artigos alimentares vendidos pelo ALDI Nord. Define o manuseamento de excedentes alimentares e é vinculativa para as empresas ALDI e os seus parceiros comerciais.

A diretriz está estruturada de acordo com a hierarquia do desperdício alimentar ALDI Nord e especifica medidas a vários níveis: prevenção, doação, reciclagem, recuperação e eliminação.

PROGRESSO E MEDIDAS EM 2021

GRI 204/103-2, 301-1/103-2, 306-1, -2, 416-1, 417/103-2, 417-1

Indo além da nossa Missão das Embalagens: o objetivo da economia circular



No ALDI Nord, evitamos embalagens de plástico sempre que a proteção do produto e os requisitos de qualidade o permitam. Para tal, trabalhamos de forma sistemática com os nossos fornecedores e guiamo-nos pelos princípios da economia circular: “Reduzir. Reutilizar. Reciclar”. Em 2021, publicámos os seguintes dois novos objetivos internacionais para reduzir o consumo de plástico e promover a economia circular:

- 1 Menos 20% material de plástico virgem em embalagens de marca própria até 2025 (o mais tardar, ano de referência 2020, em proporção às vendas)
- 2 30% de material reciclado em embalagens de plástico de marca própria até 2025 (o mais tardar e em média)

Em novembro de 2021, começámos a oferecer um workshop – o “Packaging Lab” – aos departamentos de compras, a fim de melhorar de forma sistemática as nossas embalagens de marca própria. Neste *workshop*, analisamos tipos de embalagem problemáticos em relação à reciclabilidade dentro de uma categoria de grupo de mercadorias ALDI Nord e identificamos o potencial de otimização. Para além da otimização da reciclabilidade das nossas embalagens, concentrámo-nos na redução do plástico nas nossas embalagens de marca própria. Só na Alemanha, poupámos cerca de 4775 toneladas de plástico nas embalagens dos nossos produtos de marca própria em 2021, em comparação com 2020, e 17 408 toneladas em 2021, em

comparação com 2015. A poupança global de material de embalagem em todos os países foi de 28 805 toneladas, de 2020 para 2021, e de um total de 66 854 toneladas, de 2015 para 2021. Reduzimos a quantidade de plástico utilizado na Bélgica em 2021 em 260 toneladas, e de cartão em 24 toneladas, graças à otimização de diferentes embalagens através da mudança de materiais ou de tipos de embalagem. Em 2021, a ALDI França proibiu a utilização de tampas de plástico em saladas de conveniência refrigeradas, permitindo assim poupar 121 toneladas de plástico por ano.

Melhoria da reciclabilidade

Tendo em vista a economia circular, esforçamo-nos por melhorar a reciclabilidade das nossas embalagens e produtos. Em 2021, nos Países Baixos, fizemos uma comparação da reciclabilidade das nossas embalagens de plástico, papel e cartão na gama padrão com o KIDV Recycle-check (versão: 2021) para identificar o potencial de otimização. Com base neste inquérito, estimou-se que 78% das embalagens primárias e secundárias nos Países Baixos (incluindo vidro e metal) podiam ser classificadas como tendo “boa reciclabilidade”, de acordo com o KIDV Recycle-check. Na Bélgica, 98,75% das embalagens eram recicláveis em 2021. Para aumentar a reciclabilidade das nossas embalagens na Bélgica e em Portugal, já não vendemos os nossos artigos de carne fresca em embalagens pretas ou coloridas. A ALDI Bélgica mudou 20 produtos de cuvetes pretas para cuvetes transparentes em 2020.

Aumento da utilização de materiais reciclados

Para além dos nossos esforços em matéria de reciclabilidade, estamos continuamente a aumentar a utilização de materiais reciclados sempre que possível. Utilizamos até 50% de PET reciclado em todos os países ALDI para sumos de fruta em garrafas de 0,33 litros e cola da nossa marca própria. As garrafas de água são feitas de PET 100% reciclado, em função do país. Na Bélgica, todas as nossas cuvetes de carne fresca de aves são feitas de 100% rPET (tampa de cuvette de PE não incluída), que são 100% recicláveis.

ALDI Einkauf SE & Co. oHG

“A reciclabilidade é um desafio essencial da nossa estratégia das embalagens. Com a ALDI Recyclability Guideline, criamos transparência e apoiamos os fornecedores, bem como os departamentos de compras, na avaliação transnacional da reciclabilidade de embalagens”.

ANIKA ROB

Manager Corporate Responsibility Quality Assurance International



Informação ao cliente sobre a correta deposição das embalagens

A nossa responsabilidade pela embalagem não termina com a venda dos nossos produtos, uma vez que informamos o consumidor final sobre a correta eliminação dos materiais de embalagem. Como parte da Missão Alemã das Embalagens ALDI (“Verpackungsmission”), em 2020, imprimimos informações sobre a correta separação e deposição de materiais de embalagem em quase todos os produtos de marca própria na Alemanha. Em Portugal, as instruções de separação e reciclagem de resíduos ALDI são impressas em todas as embalagens de produtos de marca própria. Na Polónia, as instruções de separação e reciclagem de resíduos ALDI estão cada vez mais a ser impressas nas embalagens dos produtos de marca própria. Sistemas de rotulagem nacionais semelhantes são utilizados em alguns países, tais como os Países Baixos ou Espanha. Até 2022, a ALDI Países Baixos pretende rotular 100% das suas próprias marcas com o logótipo nacional sobre a eliminação (“Weggooiwijzer”) para respeitar um compromisso assumido a nível setorial.

Foco: Aumento da fruta e legumes sem embalagem

A gama de fruta e legumes é uma das prioridades nos nossos esforços de redução da utilização de embalagens. No final de 2025, pelo menos 40% dos produtos de fruta e legumes de todas as empresas ALDI deverão ser vendidos sem embalagem. No entanto, alguns produtos requerem embalagens por razões de qualidade e segurança, tais como frutos de bagas delicados.

Graças aos sistemas reutilizáveis de transporte e embalagem, bem como às caixas reutilizáveis para os nossos produtos hortofrutícolas, já poupámos milhões de caixas de cartão de utilização única e toneladas de CO₂ nos países ALDI. Em 2021, havia cerca de 120 milhões de caixas reutilizável em circulação. Estamos a trabalhar continuamente com os nossos fornecedores para reduzir as embalagens de frutas e legumes, utilizando menos plástico e/ou substituindo-as por embalagens de papel ou de cartão certificado, papel feito de ervas ou outros materiais sustentáveis.

Em Portugal, por exemplo, começámos a substituir as cufetes de plástico por cufetes de cartão nas frutas e legumes embalados da nossa marca própria, reduzindo assim, em média, a quantidade de plástico em cada embalagem em 70%. Desde 2021, a ALDI Portugal, a ALDI Países Baixos e a ALDI Bélgica deixaram de utilizar camadas intermédias de plástico nas caixas de frutas e legumes a granel. A ALDI Portugal também aumentou a percentagem de artigos não embalados no sector das frutas e legumes para pelo menos 50% até ao final de 2021. Nos Países Baixos, introduzimos peras e maçãs

não embaladas na nossa gama de fruta e legumes. Além disso, mudámos a parte superior da embalagem de todas as nossas variedades de cogumelos para um selo superior mais leve, reduzindo 8-12% do plástico por embalagem e poupando mais de 10 toneladas de plástico por ano. Na Dinamarca, os abacates e as mangas são vendidos em cufetes de cartão. A ALDI França também mudou para cufetes de cartão em produtos biológicos como pera-abacate, tomate, courgette e maçã, o que equivale a uma poupança anual de 42 toneladas de plástico. Substituímos os sacos de plástico por fitas

SACOS DE COMPRA VENDIDOS/ DISPONIBILIZADOS	2019			2020			2021		
	Total	Sacos não-reutilizáveis ¹	Sacos reutilizáveis ²	Total	Sacos não-reutilizáveis ¹	Sacos reutilizáveis ²	Total	Sacos não-reutilizáveis ¹	Sacos reutilizáveis ²
Bélgica/Luxemburgo ³	6251	6	6245	5220	–	5220	4088	–	4088
Dinamarca	5438	5177	261	3845	2329	1516	2532	7	2525
França	16 763	12 707	4056	15 982	11 998	3984	18 537	10 737	7800
Alemanha	21 473	–	21 473	20 860	–	208605	22 286	–	22 286
Países Baixos	5439	51	5388	4958	1	4957	5045	1	5044
Polónia	7638	1156	6482	7479	7154 ⁵	3255	9575	9181	394
Portugal	5538	4961	577	6239	5535	704	7124	6218	906
Espanha	17 909	16 822	1087	25 541	24 391	1150	28 722	27 707	1015
ALDI Nord	86 449	40 881	45 568	90 124	51 408	38 716	97 909 ⁴	53 851	44 058

¹ Sacos não-reutilizáveis: incluem sacos de utilização única de papel e de plástico (inclusive “loop-handle carrier bag”).
² Sacos reutilizáveis: incluem, entre outros, sacos de algodão, de juta, sacos coloridos, sacos de compra permanente, sacos para congelados e caixas de plástico. A partir de 2020 também incluem sacos de plástico reutilizáveis e mochila “OGATA”.
³ Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver “Sobre este relatório”).
⁴ Totais podem ter desvios devido aos arredondamentos.
⁵ Os dados referentes ao ano de 2020 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

adesivas para embalar bananas na Dinamarca, Bélgica e França. Isto permitiu-nos poupar três toneladas de plástico por ano na Dinamarca, 17 toneladas de plástico por ano na Bélgica e 34 toneladas de plástico em França.

Sacos de compra e embalagens de serviço sustentáveis

Em todas as nossas lojas ALDI, estamos a introduzir cada vez mais alternativas sustentáveis, tais como sacos de compra e embalagens de serviço para os nossos produtos, em substituímos os sacos de plástico de utilização única. Em Espanha, introduzimos sacos de papel com certificação PEFC em todas as lojas até ao final de 2021. Em França, os sacos de papel certificados FSC® MIX foram introduzidos em todas as lojas ALDI no início de 2021 e em Portugal em 2020. Estes sacos estão atualmente a ser introduzidos na Polónia. Além disso, em 2021 foi desenvolvida, em cooperação com o CRQA, uma mochila reutilizável feita de material reciclável pela *start-up* OGATA. A mesma foi vendida nas lojas ALDI dinamarquesas, neerlandesas, francesas, alemãs, portuguesas e espanholas. Devido a problemas de fornecimento de papel e sacos reutilizáveis, não pudemos mudar completamente para sacos reutilizáveis em todos os países, como pretendido. Estamos a trabalhar para atingir este objetivo o mais rapidamente possível. Para mais informações, ver [Programa CR](#).

Os sacos de redes para frutas e legumes são mais amigas do ambiente do que os sacos tradicionais, uma vez que são laváveis e podem ser reutilizadas. Em 2019, foram introduzidas sacos de rede reutilizáveis para frutas e legumes nas lojas ALDI na Alemanha, que estão agora também disponíveis em Espanha, Portugal e Dinamarca. A ALDI Bélgica utiliza sacos de papel certificados FSC® para frutas e legumes a granel desde março de 2020. Além dos sacos reutilizáveis para frutas e legumes, a ALDI Nord Alemanha introduziu um saco reutilizável para pão feito de algodão e poliéster reciclado em abril de 2021. A ALDI Portugal introduziu este saco no primeiro trimestre de 2022 e a ALDI Polónia e a ALDI Bélgica seguirão o exemplo ao longo do ano de 2022.

Redução das perdas alimentares: os nossos objetivos



Como parte da estratégia “Do Prado ao Prato”, a UE vê o combate à perda e aos resíduos alimentares como crucial para uma maior sustentabilidade. O nosso objetivo é assegurar a disponibilidade ideal de todos os produtos nas nossas prateleiras, evitando simultaneamente perdas e resíduos alimentares, tanto nas nossas próprias operações como ao longo de toda a cadeia de abastecimento e nos nossos clientes. As empresas ALDI já implementaram numerosas medidas ao longo dos anos para minimizar as perdas e resíduos alimentares em todas as áreas. Uma destas medidas diz respeito a produtos com um curto prazo de validade. Tais produtos são vendidos com um desconto de 30% nas “caixas de sustentabilidade” disponíveis nas nossas lojas na Bélgica, Alemanha e Portugal. Em alternativa, os produtos são expostos nas prateleiras com um autocolante que indica o desconto.

Embora não tenham um prazo de validade longo, estes produtos continuam a ser de qualidade impecável. Contudo, quando não é possível evitar o desperdício alimentar, a reciclagem e reutilização são uma grande prioridade.

Redução do desperdício alimentar através de cooperação

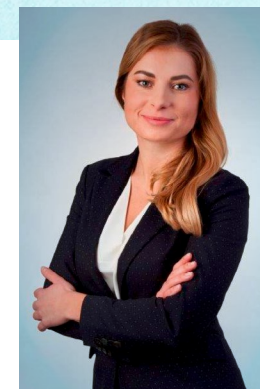
Cooperamos também com parceiros para reduzir o desperdício alimentar. O nosso objetivo é ter todas as lojas ALDI a trabalharem com um parceiro para reduzir o desperdício alimentar. Estes incluem bancos alimentares e organizações como a Too Good To Go. No início de 2022, a ALDI Dinamarca alargou a sua cooperação com a Too Good To Go à categoria de *bake-off* (padaria/pastelaria), uma vez que esta categoria gera frequentemente muito desperdício alimentar.

ALDI Sp. z o.o.

“Para ajudar a reduzir o desperdício alimentar na Polónia, doamos produtos com datas de validade curta a instituições de caridade para que sejam distribuídos a pessoas necessitadas. O nosso objetivo é promover a gestão racional dos produtos alimentares e aumentar o conhecimento e a sensibilização dos clientes”.

KATARZYNA BAWOŁ

Quality & Corporate Responsibility Director • Corporate Responsibility / Quality Assurance (CRQA)



A ALDI Bélgica já tinha expandido a sua cooperação com os bancos alimentares em 2019. Os excedentes alimentares são congelados antes da doação, de modo que a data de validade deixe de ser um problema. Nos Países Baixos, estamos constantemente a trabalhar no sentido de aumentar a cooperação para doações de alimentos aos bancos alimentares locais e estamos empenhados em otimizar a nossa cadeia de frio para evitarmos, desde logo, os excedentes alimentares. Nos Países Baixos o pão não vendido de todas as lojas ALDI é transformado em ração animal. A ALDI Dinamarca também doa as sobras alimentares das suas lojas a grupos vulneráveis e está atualmente a procurar expandir a sua cooperação com organizações caritativas tais como a 'Stop Spild Lokalt' (Parar o Desperdício Localmente) e a 'Foreningen Ringgaard' (associação Ringgaard). Uma medida adicional é a formação de pessoal para aumentar a sensibilização a nível interno. Como parte deste esforço, o Departamento CRQA ALDI Espanha trabalha em estreita cooperação com os departamentos de vendas e de RH para formar e apoiar as equipas em matéria de desperdício alimentar. Além de doar os nossos produtos, a ALDI Espanha também trabalha com organizações sociais para doar computadores e monitores antigos, bem como produtos excedentários de eventos de degustação e amostras comerciais.

GRI 306-3 DOAÇÕES DE BENS ALIMENTARES

Número de lojas que doam bens alimentares não vendáveis, mas que ainda podem ser consumidos e doados a instituições de solidariedade em percentagem do número total de lojas

De forma a evitar o desperdício, planeamos os nossos fornecimentos de forma consciente. Eventuais excedentes devem ser doados, na medida do possível. No entanto, nem sempre estão disponíveis parceiros em todos os locais que possam aceitar as doações de bens alimentares.

	2019	2020	2021 
Bélgica/Luxemburgo ¹	50,1	61,0	65,9
Dinamarca	72,9	61,2	28,4 ²
França	36,8	55,7	50,0
Alemanha	99,1	97,6	97,4
Países Baixos	81,9	86,4	78,7
Polónia	41,3	92,7	96,2
Portugal	100,0	100,0	100,0
Espanha	64,0	56,1	66,7
ALDI Nord	76,2	80,9	76,7

¹ Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

² Atualmente, 28,4% das lojas na Dinamarca realizam doações alimentares. No entanto, 100% das lojas na Dinamarca têm uma parceria com a Too Good To Go para prevenir o desperdício alimentar.

Produtos provenientes de excedentes alimentares

Apesar de todos os nossos esforços, os excedentes alimentares nem sempre podem ser evitados, mas podem por vezes ser utilizados para criar novos produtos. Atingimos o nosso objetivo internacionalmente definido de incluir produtos da produção de excedentes alimentares (reciclagem de alimentos) nas gamas de produtos ALDI em 2021.

A ALDI Portugal, por exemplo, utiliza os excedentes de pão das suas lojas para produzir uma cerveja artesanal em cooperação com uma cervejaria artesanal local. A "ALDI Bread Beer" foi lançada em agosto de 2021 e cerca de 1600 litros de cerveja ALDI foram produzidos em 2021. Uma campanha de comunicação no lançamento da "ALDI Bread Beer" teve como objetivo sensibilizar os clientes para a importância de reduzir o desperdício alimentar.

Nas nossas lojas espanholas, a compota de tomate e um sortido de conservas sob a marca es-im-perfect® (da Fundação Espigoladors sem fins lucrativos, que combate o desperdício alimentar ao mesmo tempo que proporciona emprego a pessoas em risco de exclusão social) estiveram disponíveis como artigos de ação em outubro de 2021.

As lojas ALDI na Alemanha ofereceram bolinhos (Knödelkult) feitos de pão excedentário como artigos de ação em outubro de 2021.

Satisfazer a procura dos clientes por produtos sustentáveis



GRI FP Tierschutz 103-3 Na maioria dos países, os produtos das gamas biológica, vegan e vegetariana, regional, nacional e Fairtrade estão em expansão contínua ou estão a ser otimizados para oferecer aos clientes exatamente aquilo que procuram.

Produtos biológicos

A procura dos consumidores por produtos biológicos continua a aumentar. Os produtos biológicos desempenham um papel central no desenvolvimento de um sistema alimentar sustentável para a UE. Os clientes reconhecem o valor dos alimentos de alta qualidade com um menor impacto ambiental. Ao mesmo tempo que a Estratégia da Comissão Europeia "Do Prado ao Prato" promove o aumento da agricultura biológica, estamos a assistir a um crescimento correspondente do mercado biológico na UE de 15,1% em 2020. As empresas ALDI oferecem um total de 1378 produtos de marca própria rotulados com o logótipo biológico da UE, um aumento de cerca de 7% em comparação com 2020. Para além do logótipo biológico da UE, são utilizados outros rótulos e marcas próprias para identificar produtos biológicos, tais como o Ø-label na Dinamarca.

Produtos vegetarianos e vegan

Estamos também a assistir a uma mudança nas necessidades e hábitos alimentares e a uma tendência para uma dieta de base vegetal e mais amiga do ambiente. O ALDI Nord tem, portanto, por objetivo expandir as gamas de produtos vegetarianos e vegan. Ao mesmo tempo, estamos constantemente a trabalhar na otimiza-

ção da sustentabilidade dos nossos produtos. Um dos nossos objetivos é que a soja utilizada nos nossos produtos vegan e vegetarianos à base de soja seja 100% certificada e/ou de origem europeia. Para mais detalhes sobre a aquisição e cultivo de soja, consultar [aqui](#).

Promovemos o consumo de produtos vegan através da nossa participação, na qualidade de parceiro empresarial, no programa acelerador da TechFounders e, além disso, financiamos duas *start-ups* no sector da alimentação de base vegetal. Um projeto bem sucedido com a *start-up* "BettaF!sh" resultou no desenvolvimento de uma alternativa vegan ao atum. Em outubro de 2021,

lançámos três variedades de uma sandes de atum vegan na ALDI Nord Alemanha. Durante o Veganuary 2022, também lançámos uma pizza com alternativa vegan ao atum da "BettaF!sh", uma alternativa vegan ao parmesão e uma alternativa ao bacon da Terra Vegane. Em Espanha, desenvolvemos produtos de marca própria vegan em 2021. Por exemplo, oferecemos uma pizza margarita vegan da nossa marca própria Flete e um Petit Gateau de chocolate vegan da nossa marca própria Special. Na Dinamarca, introduzimos a nossa própria gama de produtos vegan chamada Vegan Time, que inclui alternativas vegetais aos laticínios e à carne.

Regionalidade e produtos locais

Os clientes anseiam por encontrar familiaridade e autenticidade nos seus alimentos e, ao mesmo tempo, querem agir de forma sustentável. Isto leva a que muitos consumidores prefiram produtos originários da sua própria região ou país. O nosso enfoque nos alimentos regionais e nacionais contribui para gamas de produtos que satisfazem o desejo dos clientes de comprar produtos frescos e locais. No início de 2022, publicámos a nossa Diretriz ALDI Nord para Produtos Locais, a fim de proporcionar uma compreensão mais clara das diferentes características dos produtos locais. Pode encontrar mais informações sobre a Diretriz para Produtos Locais [aqui](#).

GRI FP2

PRODUTOS BIOLÓGICOS E FAIRTRADE

Número de produtos de marca própria com logótipo bio da UE e número de produtos de marca própria adquiridos com certificação Fairtrade no sortido permanente e de ação¹

	2019		2020		2021	
	Produtos biológicos	Produtos Fairtrade	Produtos biológicos	Produtos Fairtrade	Produtos biológicos	Produtos Fairtrade
Bélgica/Luxemburgo ²	121	41	112	27	189	32
Dinamarca	169	75	234	61	243	41
França	223	42	256 ³	40	221	31
Alemanha	305	160	379	174	371	201
Países Baixos	128	82	106	75	83	69
Polónia	134	87	84	86	32	70
Portugal	244	97	271	92	228	80
Espanha	322	64	314	69	295	65
ALDI Nord	1178	265	1290	269	1378	294

¹ Por vezes, as centrais de compras compram alguns artigos também para outros países pelo que a soma total dos artigos comprados pode ser inferior à soma das repartições por países.

² Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

³ Os dados referentes ao ano de 2020 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

PRODUTOS COM RÓTULO VEGETARIANO E VEGAN

Número de bens alimentares e não alimentares de marca própria rotulados como vegetarianos e/ou vegan no sortido permanente e de ação¹

Além dos produtos rotulados, o ALDI Nord oferece uma ampla variedade de artigos vegetarianos e/ou vegan não rotulados.

	2019	2020	2021
Bélgica/Luxemburgo ²	37	57	70
Dinamarca	68	58	62
França	23	35	25
Alemanha	246	385	421
Países Baixos	27	76 ³	115
Polónia	73	96	84
Portugal	54	126	114
Espanha	66	139	202
ALDI Nord	497	684	872

¹ Por vezes, as centrais de compras compram alguns artigos também para outros países pelo que a soma total dos artigos comprados pode ser inferior à soma das repartições por países.

² Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

³ Os dados referentes ao ano de 2020 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

Produtos Fairtrade

Tal como acima referido, a origem dos produtos desempenha um papel cada vez mais importante nas preocupações ambientais e condições sociais de produção nos países de origem. É por isso que estamos a expandir a percentagem de produtos Fairtrade na maioria das empresas ALDI. Em 2021, as nossas gamas apresentavam 294 produtos certificados Fairtrade, um aumento de 9% em relação a 2020. A ALDI Bélgica continua a ser a única empresa da distribuição na Bélgica a oferecer 100% de rosas Fairtrade durante todo o ano e introduziu um saco de compras Fairtrade em 2021. A ALDI Polónia e a ALDI França acrescentaram artigos Fairtrade aos seus sortidos permanentes e de ação pela primeira vez em 2017.

Os produtos da Páscoa e do Natal representam a maior quota de produtos Fairtrade nos países ALDI. Devido à pandemia COVID-19, foram vendidos menos produtos sazonais, o que levou a uma redução no fornecimento de produtos Fairtrade.

Como pequenas alterações nas nossas receitas de produtos ajudam os clientes a comer de forma mais saudável



Estamos continuamente a adaptar as receitas dos nossos produtos de marca própria para satisfazer os novos requisitos regulamentares e as novas exigências dos clientes, mantendo ao mesmo tempo a qualidade do produto e um excelente sabor. A introdução do Nutri-Score em quase todos os países ALDI é mais uma oportunidade

para revermos e otimizarmos as receitas dos nossos produtos de modo a torná-los mais saudáveis. Por exemplo, a ALDI França adaptou as receitas como parte do lançamento de Nutri-Score em 2020. Como parte de um projeto-piloto na gama de produtos lácteos, a ALDI Países Baixos melhorou as receitas de vários produtos lácteos em 2021, resultando num melhor Nutri-Score. Por exemplo, a nossa alternativa fresca de leite meio-gordo e a alternativa de soja para iogurte têm ambos um Nutri-Score "A". Tal deve-se à redução do teor de gordura e de açúcar, respetivamente. Na Dinamarca, o "Nordic Keyhole" é já um programa reconhecido, com 132 produtos atualmente rotulados com o "Nordic Keyhole" em diferentes grupos de produtos. Além disso, a ALDI Dinamarca participa na "Whole Grain Partnership", que aumenta a disponibilidade de produtos integrais e sensibiliza para os efeitos benéficos dos cereais integrais. A parceria encoraja os dinamarqueses a comer mais cereais integrais, a fim de melhorar a saúde pública. Atualmente, 30 produtos ostentam o 'Whole Grain Stamp' dinamarquês. A ALDI Dinamarca trabalha continuamente no sentido de reduzir o sal, açúcar e gordura e visa aumentar a proporção de cereais integrais nos seus produtos.

Normas para fórmulas alimentares mais saudáveis

Nos últimos anos, foram várias as iniciativas e os acordos nacionais celebrados nos países ALDI, estabelecendo normas para fórmulas alimentares mais saudáveis. Muitos esforços de

criar fórmulas alimentares mais saudáveis são direcionados para a redução do teor de sal, açúcar e gordura ou para o aumento do teor de fibras dos produtos. Um exemplo na ALDI Países Baixos envolve produtos que excedem os níveis estabelecidos na abordagem nacional para a melhoria de produtos (NAPV) para melhorar a saúde da população neerlandesa, devendo ser ajustados em conformidade. Durante o ano em análise, a ALDI Países Baixos concentrou-se na redução do teor de sal em pastas de barrar de queijo (entre 5,4% e 6,5% de redução em relação ao nível médio da distribuição holandesa), na redução do teor de açúcar no iced tea, xaropes e bebidas de fruta (redução de 10%), e na redução do teor de açúcar em sobremesas lácteas (entre 5% e 18% de redução). Em 2019, a ALDI Nord Alemanha aderiu a uma estratégia do governo federal para reduzir o açúcar, gorduras e sal em refeições prontas a consumir. Desde 2017, a ALDI Espanha começou a melhorar várias receitas de produtos para reduzir a quantidade de açúcar, sal e gorduras, seguindo uma estratégia desenvolvida por uma entidade governamental. Em Portugal, a Estratégia Integrada para a Promoção da Alimentação Saudável (EIPAS) está em vigor desde 2017 para acompanhar a redução de sal, açúcar e ácidos gordos trans em categorias alimentares selecionadas e para promover uma alimentação saudável. Em 2016, a ALDI Bélgica assinou o "Convenant Evenwichte Voeding" (Pacto sobre a nutrição equilibrada), que visa reduzir a quantidade de açúcar, sal e ácidos gordos saturados e aumentar o teor de

fibras em grupos de produtos específicos. Para mais pormenores sobre as iniciativas nacionais para melhorar as fórmulas alimentares, consultar o Relatório de Sustentabilidade de 2019.

Como o ALDI Nord promove estilos de vida saudáveis através de campanhas e atividades

O nosso contributo passa pela reformulação dos produtos, mas também pela promoção ativa da alimentação saudável em várias campanhas e ações. Os nossos clientes não só procuram produtos com menor teor de sal, açúcar e gordura, como também pretendem uma alimentação que seja, de modo geral, mais saudável e equilibrada. Tal engloba questões como a expansão de produtos frescos nas nossas lojas e a promoção de uma alimentação saudável para as crianças.

Dieta saudável personalizada

Desde 2018 que a ALDI Espanha integra o projeto da UE PREVENTOMICS [Capacitar os consumidores para PREVENIR doenças associadas à alimentação através de ciências OMICS], que é financiado pelo programa de investigação e inovação Horizonte 2020 da União Europeia. Mais informações podem ser consultadas no Relatório de Sustentabilidade de 2019. Neste contexto, foi desenvolvido um projeto-piloto com produtos ALDI em Espanha, em 2021. No âmbito de uma intervenção de quatro meses, os participantes foram informados sobre os produtos mais benéficos a incluir nas suas compras e receberam aconselhamento personalizado sobre como pro-

mover uma melhoria sustentada da sua saúde. Medimos as mudanças na adesão à dieta mediterrânica e observámos um aumento significativo do MEDAS (Mediterranean Diet Adherence Score - Pontuação de Adesão à Dieta Mediterrânica), mostrando um impacto positivo na mudança dos hábitos dos voluntários para escolhas mais saudáveis.

Promoção de uma alimentação saudável para as crianças

Em 2021, a ALDI Portugal alargou a sua cooperação com a Associação Portuguesa contra a Obesidade Infantil (APCOI), como parte do projeto Heróis da Fruta®, lançando dois novos produtos para crianças. Estes representaram um contributo para o projeto de combate à obesidade nas crianças portuguesas.

Nos Países Baixos, demos continuidade ao trabalho com o JOGG (Jovens com Peso Saudável) para sensibilizar as crianças e adolescentes para uma alimentação saudável.

Em 2021, concentrámo-nos na promoção de 'Groenteboxjes' (caixas de legumes) em centros de cuidados infantis. Saiba mais sobre os 'Groenteboxjes' na secção [Compromisso Social](#). Em 2020, a ALDI Países Baixos lançou uma gama de produtos saudáveis para crianças em parceria com a Disney. O objetivo era encorajar pais e crianças a escolherem produtos mais saudáveis. A gama incluía dez artigos que satisfazem os critérios da Dutch Wheel of Five – as diretrizes nutricionais nacionais desenvolvidas pelo Centro de Nutrição dos Países Baixos – visando assim destacar exemplos de padrões alimentares saudáveis.

Apoiar a equipa paraolímpica espanhola e promover uma alimentação saudável nos atletas desportivos

Como parte deste compromisso, a ALDI Espanha celebrou um acordo de patrocínio em 2020 com o Comité Paraolímpico Espanhol através do Plano de Apoio ao Desporto Paralímpico (ADOP - Apoyo al Deporte Objetivo Paralímpico), ligado à nutrição. O objetivo da ALDI Espanha é apoiar os valores de autoaperfeiçoamento, trabalho de equipa e esforço que os atletas paraolímpicos representam e que o ALDI Nord partilha. Sob o lema “Devorem os vossos objetivos”, especialistas em nutrição trabalharam com a ALDI Espanha para apoiar os atletas paraolímpicos espanhóis, através de um acompanhamento personalizado da sua nutrição. Ao mesmo tempo, a ALDI Espanha colabora com a Academia Espanhola de Nutrição e Dietética (AEND) desde 2020 para desenvolver e divulgar conteúdos que promovam hábitos alimentares saudáveis através da nutrição e do exercício. A ALDI França assinou uma

parceria na área do [cibersporto](#) em 2021. Esta parceria centrou-se na importância da nutrição nos cibersportos, apoiando os atletas e encorajando-os a serem modelos positivos para os seus adeptos.

OVOS FRESCOS PROVENIENTES DE GALINHAS POEDEIRAS CRIADAS SEM GAIOLAS

Proporção de ovos frescos provenientes de galinhas poedeiras criadas sem gaiolas no total de todos os ovos frescos comprados (em%)^{1,2}

	2019	2020	2021
Bélgica/Luxemburgo ³	100,0	100,0	100,0
Dinamarca	100,0	100,0	100,0
França	25,3	54,6	100,0 ⁴
Alemanha	100,0	100,0	100,0
Países Baixos	100,0	100,0	100,0
Polónia	36,8	36,8	100,0
Portugal	100,0	100,0	100,0
Espanha	100,0	100,0	100,0
ALDI Nord	96,0	96,1	100,0

- Os dados foram levantados pela primeira vez para o ano de 2020, bem como retroativamente para o ano de 2019 (quando disponível).
- A certificação KAT já não é reportada em separado visto que a certificação KAT foi implementada em todos os países (quando aplicável).
- Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver “Sobre este relatório”).
- A ALDI França cumpriu o objetivo de excluir ovos frescos provenientes de galinhas poedeiras criadas em gaiolas até 2025 já em março de 2021.

ALDI Einkauf SE & Co. oHG

“O desenvolvimento dos últimos anos mostra que a procura por produtos que respeitam o bem-estar animal está a crescer de forma constante. Com as mudanças na pecuária, estamos a criar segurança de planeamento no mercado, a fim de conseguirmos uma transição mais ampla em prol de um melhor bem-estar animal”.

DR ALEXANDER LAUER

Representante autorizado do Conselho de Administração



ARTIGOS DE MARCA PRÓPRIA COM TEOR SUBSTANCIAL DE OVOS PROVENIENTES DE GALINHAS POEDEIRAS CRIADAS SEM GAIOLAS

Proporção de artigos de marca própria com teor substancial de ovos provenientes de galinhas poedeiras criadas sem gaiolas no total de todos os artigos (em%)¹

	2020	2021
Bélgica/Luxemburgo ²	99,7 ³	100,0
Dinamarca	100,0	100,0
França	79,3	93,4
Alemanha	99,5	99,9
Países Baixos	100,0	100,0
Polónia	49,7	40,8
Portugal	62,9	43,0
Espanha	64,4	56,0
ALDI Nord	80,1	79,1

¹ Os dados foram levantados, pela primeira vez, em 2020. O método de levantamento de dados alterou em 2021 em comparação ao ano anterior pelo que a comparação com os dados do ano anterior é limitada.

² Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

³ Os dados só se referem às empresas da ALDI Bélgica. Nos próximos anos as empresas da ALDI Luxemburgo serão incluídas.

Compromisso para um maior bem-estar animal: satisfazer a procura dos clientes por produtos mais éticos

GRI 103-1/2/3, Animal welfare FP10 Um tema-chave do debate público é o bem-estar animal nas cadeias de abastecimento alimentar (animais nas explorações agrícolas) e não-alimentar (utilizados para produtos como o couro ou os cosméticos). Muitos produtos de marca própria contêm matérias-primas de origem animal. Nos últimos anos, temos trabalhado com fornecedores no sentido de implementar várias medidas em todo o ALDI Nord que vão além dos requisitos legais, incluindo a proibição de produtos animais específicos, tais como lã de angorá ou peles verdadeiras.

A nossa Política Internacional de Compra de Bem-Estar Animal fornece um quadro vinculativo para as nossas atividades desde 2016. Em Junho de 2021, publicámos uma versão revista. Aspetos como o atordoamento antes do abate, o tempo de transporte, a utilização de promotores de crescimento hormonal e de antibióticos como estimulantes do crescimento estão agora regulamentados de forma clara. A lista negativa foi também alargada para incluir algumas matérias-primas, tais como a lã de alpaca. Esta política aplica-se a todos os produtos das marcas próprias alimentares e não alimentares do ALDI Nord que contenham matérias-primas de origem animal. A nível nacional, a maioria dos países adotou Políticas Nacionais de Compra de Bem-Estar Animal.

A nossa política internacional estipula também a proibição de ovos provenientes de galinhas poedeiras criadas em gaiola, frescos e utilizados em produtos transformados de marca própria, o mais tardar até 2025, em todos os países ALDI. Os ovos frescos de galinhas poedeiras criadas em gaiola não são vendidos há vários anos na Bélgica, Dinamarca, Alemanha, Luxemburgo, Países Baixos e Espanha. A ALDI Portugal deixou de o fazer no início de 2020 e a ALDI França no início de 2021. Estamos a dar um passo em frente ao eliminar gradualmente a utilização de ovos provenientes de galinhas poedeiras criadas em gaiola para produtos transformados de marca própria em muitos países. Isto é evidenciado pela nossa participação no Egg Track Report 2021 da Compassion in World Farming (CIWF). Por exemplo, a ALDI Países

Baixos já proibiu os ovos frescos e como ingrediente provenientes de galinhas poedeiras criadas em gaiola em 2016. Na Alemanha, esta etapa foi concluída em 2018, tendo a Dinamarca seguido o exemplo em 2019. Na Bélgica, 100% dos nossos produtos de marca própria são feitos sem ovos provenientes de galinhas poedeiras criadas em gaiola e, em França, são 94,3%. Até 2025, na ALDI Polónia, ALDI Portugal e ALDI Espanha 100% dos ovos como ingrediente deixam de ser provenientes de galinhas poedeiras criadas em gaiola.

No início de 2022, a ALDI Bélgica publicou uma atualização da sua Política Nacional de Compra de Bem-Estar Animal. Esta estipula que a ALDI Bélgica substituirá completamente, até 2026, a carne em produtos de frango fresco e congelado



ALDI Países Baixos

100%
BETER LEVEN

Desde o final de 2021 que todos os nossos produtos de charcutaria de frango e artigos sazonais de frango nos Países Baixos estão certificados com uma estrela Beter Leven. A iniciativa promove um melhor bem-estar animal nas explorações de produção e fornece uma classificação de uma a três estrelas. Uma estrela Beter Leven significa que são cumpridos mais critérios de bem-estar animal, tais como um espaço exterior e mais espaço por animal, bem como materiais para apoiar o comportamento natural das galinhas.

por carne de fornecedores que cumpram os critérios do Better Chicken Commitment (BCC). Estes frangos pertencem a uma raça de crescimento mais lento, têm mais 40% de espaço para se deslocarem e beneficiam da luz natural no galinheiro. Os poleiros e os fardos de palha estimulam ainda mais o comportamento natural dos frangos. Desde setembro de 2021, o sortido permanente da ALDI Bélgica inclui um artigo de frango assado que cumpre os critérios do BCC. Em 2020, a ALDI França, ALDI Nord Alemanha e a ALDI Espanha já se tinham comprometido em respeitar as normas do BCC até 2026. A ALDI França também se comprometeu a 20% de criação ao ar livre para todos os produtos de marca própria com mais de 50% de carne de frango até 2026.

A ALDI Luxemburgo e a ALDI Espanha também publicaram a sua primeira Política Nacional de Compra de Bem-Estar Animal. A ALDI Polónia planeia introduzir uma política semelhante até ao final de 2022.

A ALDI Nord Alemanha pretende definir, como opção padrão, os produtos provenientes de fornecedores que levam o bem-estar animal a sério. Os fornecedores de carne fresca de marca própria (carne bovina, porco, frango e peru, excluindo especialidades internacionais e produtos congelados) e o leite de consumo (fresco e UHT) de marca estão a ser convertidos em sistemas de criação que colocam mais ênfase no bem-estar animal. A ALDI Nord Alemanha já ar-

mazena carne e produtos lácteos produzidos de acordo com as especificações dos dois níveis de criação mais elevados. No nível 3 de criação, os animais têm acesso a ar fresco e espaço adicional, enquanto o nível 4 de criação "premium" permite aos animais passar tempo ao ar livre e proporciona ainda mais espaço. Estamos a trabalhar intensivamente com os fornecedores de longa data para completar a mudança até 2030. Desde o final de 2021, todos os ovos frescos na ALDI Nord Alemanha foram convertidos, evitando que o abate de pintos machos faça parte das nossas cadeias de abastecimento.

A aposta em raças de frango de crescimento mais lento na ALDI Países Baixos foi iniciada em 2016. Além disso, em 2021, foram decididas outras medidas. Uma parte significativa das atividades da ALDI Países Baixos prende-se com o selo de qualidade 'Beter Leven' da agência neerlandesa de proteção dos animais "Dierenbescherming". Desde 2019, todos os ovos frescos oferecidos pela ALDI nos Países Baixos são certificados com 1, 2 ou 3 estrelas 'Beter Leven'. A partir de 2023, toda a carne fresca de frango vendida nas lojas deve ter pelo menos 1 estrela das explorações 'Beter Leven'. Isto significa ainda mais espaço e uma área vedada ao ar livre

para os frangos. Desde o final de 2021 que esta medida já se aplica à charcutaria de frango e a todos os produtos sazonais de frango. Cerca de 90% da carne de porco fresca e de charcutaria já tem a certificação de 1 estrela de 'Beter Leven'. Os produtos lácteos frescos têm certificação "On the Way to PlanetProof" desde 2019. Esta norma inclui critérios de bem-estar animal, tais como escovas para as vacas leiteiras e muito espaço para estas comerem e se deitarem no estábulo, assim como um mínimo de 120 dias de pastagem. Em novembro de 2021, os primeiros produtos de queijo foram também certificados "On the Way to PlanetProof". Para mais detalhes, ver

RECOLHA DE PRODUTOS COM COMUNICAÇÃO AO PÚBLICO

Número de artigos recolhidos com comunicação ao público, repartidos por artigos alimentares e não alimentares

	2019			2020			2021		
	Total	Recolhas Alimentares	Recolhas Não alimentares	Total	Recolhas Alimentares	Recolhas Não alimentares	Total	Recolhas Alimentares	Recolhas Não alimentares
Bélgica/Luxemburgo ¹	9	7	2	8	8	–	20	18	2
Dinamarca	11	9	2	3	2	1	12	10	2
França	9	8	1	18	15	3	55	51 ²	4
Alemanha	18	16	2	13	12	1	8	6	2
Países Baixos	8	6	2	5	5	–	6	5	1
Polónia	4	3	1	11	10	1	1	1	–
Portugal	1	1	–	1	1	–	4	2	2
Espanha	8	7	1	9	7	2	14	11	3
ALDI Nord	68	57	11	68	60	8	120	104	16

¹ Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

² O número de recolha de produtos aumentou em 2021 devido aos casos de contaminação por óxido de etileno (33 recolhas) que afetou o setor do retalho alimentar.

OBJETIVOS & STATUS QUO

Política Nacional de Compra de Bem-Estar Animal da ALDI Países Baixos da ALDI Países Baixos.

Em Espanha, a ALDI está a utilizar a certificação Welfair™ nos seus produtos, baseada nas Normas de Qualidade de Bem-Estar e AWIN, desde Março de 2019. Atingimos o nosso objetivo de implementar a certificação Welfair™ para todos os ovos e leite, de modo que todos os ovos estão certificados desde março de 2021 e todo o leite desde o final de 2021. A maioria da carne fresca também está certificada com o certificado de bem-estar animal Welfair™ ou Interporc desde 2021. Para mais detalhes, ver o Relatório de Sustentabilidade de 2019.

Na ALDI Dinamarca, temos produtos com o selo “Anbefalet af Dyrenes Beskyttelse” (Proteção Animal Dinamarca) e o selo oficial do governo “Bedre Dyrevelfærd” (Melhor Bem-Estar Animal). Durante o ano de 2021, aumentámos o número de produtos com ambos os selos. Atualmente, todos os nossos produtos de frango e leite fresco ostentam o selo “Melhor Bem-Estar Animal”. Em 2021, tínhamos 37 produtos da nossa gama rotulados por um regime de certificação de bem-estar animal. Em 2020, mudámos todos os produtos de frango fresco na Dinamarca para a raça de frango Ranger Gold, de crescimento lento. Isto foi possível sem afetar o preço.

GRI 204/103-2/3, 416/103-2/3, 417/103-2/3 Estamos a rever o desenvolvimento das nossas gamas de produtos sustentáveis com base nos objetivos definidos nas políticas e estratégias de compra. O acompanhamento do progresso destas políticas e estratégias é realizado através da realização de inquéritos e auditorias aos fornecedores, por exemplo, à otimização de produtos em matéria de valores nutricionais, tais como sal, açúcar, gordura, mas também sódio e a proporção de fruta, vegetais e fibras.

As nossas promessas de qualidade refletem-se nos resultados de testes internacionais realizados por organizações como a Organização Espanhola de Consumidores OCU (Organización de Consumidores y Usuarios), a Associação Portuguesa de Defesa do Consumidor (DECO), a União Federal de Consumidores Francesa (UFC Que Choisir) ou as revistas alemãs de testes para consumidores Stiftung Warentest e ÖKO-TEST, bem como os nossos próprios estudos de mercado e prémios externos. Na Bélgica, estes testes são realizados pela Test-Aankoop ou pela Test Achats. A ALDI Polónia ficou em terceiro lugar na classificação de ovos frescos sustentáveis da filial polaca da Anima International – Otwarte Klatki (Gaiolas Abertas). Em 2021, a ALDI Polónia também gerou um aumento de 15% nas vendas de ovos frescos provenientes de sistemas de criação alternativos, tais como ovos de capoeira, de galinhas criadas ao ar livre e com rótulo biológico. Pela terceira vez, em 2021, a PETA Alemanha apresentou o ‘Vegan

Food Award’ e distinguiu o artigo “The Wonder BBQ Skewers”. Além disso, fomos nomeados para o Prémio Alemão de Sustentabilidade 2021, na categoria de design com o símbolo de classificação alemão ‘ALDI Trennhinweis’.

Saiba mais sobre os nossos objetivos no Programa CR.

TRANSPARÊNCIA & COMUNICAÇÃO

GRI 417/103-1 Como podemos criar incentivos eficazes a um consumo mais sustentável? Governos e organizações em todo o mundo estão à procura de respostas a esta pergunta. Na Agenda 2030, as Nações Unidas definiram o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) para promover padrões responsáveis de consumo (ODS 12). Enquanto empresa líder da distribuição alimentar, este tema é uma preocupação particular para nós, uma vez que fornecemos aos nossos clientes produtos que satisfazem as suas necessidades diárias. Todos os anos, os consumidores fazem 1,2 mil milhões de compras nas nossas lojas. O nosso objetivo é promover um estilo de vida saudável e sustentável e possibilitar que um vasto segmento da sociedade consuma de forma acessível e responsável. A comunicação e a transparência são fundamentais para alcançarmos este objetivo.

A NOSSA ABORDAGEM

GRI 417/103-2 Utilizamos rotulagens autoexplicativas nos produtos de normas e rótulos de sustentabilidade reconhecidos para criar transparência. Apoiando-nos no rótulo estabelecido Nordic Keyhole na Dinamarca, a introdução do Nutri-Score em quase todos os países ALDI representou um passo significativo para uma maior transparência. Os nossos clientes podem confiar no rótulo nutricional intuitivo e de fácil leitura, que os ajuda a fazer escolhas alimentares mais saudáveis. Um outro objetivo é a rotulagem transparente de todos os produtos alimentares vegan e vegetarianos re-

levantes com o rótulo V-Label e todos os produtos não-alimentares relevantes com o Vegan Trademark para ajudar os nossos clientes a identificar diretamente estes produtos. Mais de 870 produtos em todos os países ALDI receberam o rótulo V-Label ou rotulagem semelhante em 2021, em comparação com cerca de 680 artigos em 2020.

Além disso, a utilização nacional de marcas próprias específicas aumenta a visibilidade dos nossos produtos vegan, vegetarianos, regionais e nacionais, juntamente com as nossas gamas de produtos biológicos e Fairtrade. Para mais pormenores sobre as marcas nacionais específicas, ver o Relatório de Sustentabilidade de 2019.

Para além dos nossos rótulos nos produtos e as nossas políticas, utilizamos vários canais e formatos para informar os nossos clientes sobre os aspetos sociais e ambientais dos nossos produtos. Por exemplo, revistas de clientes, folhetos semanais e campanhas publicitárias nos nossos canais nas redes sociais centram-se frequentemente nos nossos produtos sustentáveis certificados. Os nossos especialistas ALDI Nord participam regularmente em eventos especializados, painéis de discussão e mesas redondas para debater temas de sustentabilidade, por exemplo, a ProVeg Incubators, a Anuga e a associação DanubeSoy.

A ALDI Portugal, por exemplo, participou num webinar da DECO sobre “Consumo Sustentável - como influenciar os consumidores a mudar comportamentos no caminho para a poluição zero” e

também participou no IV Encontro Juntos Melhor do MSC, em Lisboa.

A comunicação interna também desempenha um papel essencial na sensibilização dos colaboradores ALDI para a sustentabilidade.

ORGANIZAÇÃO E DIRETRIZES

GRI 417/103-2 A promoção do consumo sustentável sempre esteve ancorada na nossa Política de Responsabilidade Corporativa (CR) e no nosso Programa CR e desempenha agora um papel importante na nossa Estratégia Corporate Responsibility Quality Assurance (CRQA) no âmbito dos nossos temas de enfoque. O Departamento Internacional CRQA é responsável pela qualidade e normas de CR dos bens adquiridos internacionalmente e é crucial para a realização das nossas atividades de sustentabilidade, em estreita cooperação com colegas nacionais da CRQA e com os departamentos da Comunicação e das Compras Internacionais. Os Departamentos CRQA nacionais asseguram que todos os produtos cumprem os requisitos legais, tais como as leis de proteção do consumidor específicas de cada país, bem como iniciativas não legislativas, tendências do consumidor e desenvolvimentos. O Departamento CRQA coopera estreitamente com os departamentos de Gestão de Categorias, Marketing e Vendas a nível nacional. Para mais pormenores, ver também “Organização CR”.

Um dos papéis desempenhados pela CRQA internacional é o desenvolvimento de diretrizes internacionais em conjunto com o CRQA nacional. Estas diretrizes representam o entendimento partilhado por todos os países ALDI de temas específicos. Esta compreensão coletiva e aprofundada de um tópico é o pré-requisito para uma comunicação transparente com os nossos clientes.

Para além da publicação destas diretrizes nas nossas páginas web, o conteúdo é também utilizado na nossa comunicação e rotulagem de produtos. Um exemplo é a nossa Diretriz Internacional para Produtos Locais, publicada em 2022, que define e diferencia a nossa compreensão dos produtos locais e serve de base para a comunicação e a rotulagem de produtos locais.

Além disso, tal como afirmado nos nossos objetivos internacionais, pretendemos evitar a comercialização de produtos pouco saudáveis a crianças e promover produtos saudáveis (excluindo ofertas sazonais como o Natal e a Páscoa). Para tal, chegámos a acordo quanto a um entendimento comum e a uma definição precisa do que é considerado um “produto infantil”. Estabelecemos diretrizes sobre a otimização dos produtos infantis, tais como a adaptação das receitas, para que se alinhem rigorosamente com o Modelo de Perfil Nutricional da OMS (WHO Nutrient Profile Model).

Regulamentação

GRI 204/103-2, 417/103-2 A União Europeia (UE) já regulamenta um grande número de domínios e estabelece requisitos rigorosos para os produtos e a sua certificação. O bem-estar e a proteção dos consumidores são um dos principais focos destas regulamentações. A utilização do logotipo biológico da UE, por exemplo, está sujeita a critérios rigorosos e só pode ocorrer em produtos que tenham sido certificados como biológicos por um organismo ou instituição de controlo aprovada. Isto significa que cumprem condições rigorosas de produção, transformação, transporte e armazenamento.

Como parte da estratégia “Do Prado ao Prato”, a Comissão Europeia está a rever a informação sobre os géneros alimentícios prestada aos consumidores (FIC, na sigla inglesa) e visa uma rotulagem nutricional harmonizada obrigatória na frente da embalagem. O rótulo abrangerá os aspetos nutricionais, climáticos, ambientais e sociais dos géneros alimentícios, alargará a informação obrigatória sobre a origem e proveniência de certos produtos e monitorizará as adaptações das datas de validade de “consumir até” e “consumir de preferência antes de”. A fase de consulta pública terminou em março de 2022.

Já está em vigor em toda a UE um sistema de rotulagem obrigatória do país de origem para certos produtos agrícolas, tais como frutas e legumes,

e este será alargado quando o FIC revisto entrar em vigor. Na Polónia, por exemplo, é obrigatório indicar o país de origem nas embalagens de batata. Desde 2018, a origem do leite e dos produtos lácteos deve ser claramente rotulada em Espanha e, desde 2020, o país de origem do mel deve ser indicado.

PROGRESSO E MEDIDAS EM 2021

Rotulagem dos produtos: introdução do rótulo Nutri-Score para ajudar os clientes a tomar decisões

A estratégia da UE “Do Prado ao Prato” visa fornecer aos consumidores informação clara, facilitando a escolha de uma alimentação saudável e sustentável que beneficie a sua saúde e qualidade de vida, bem como a redução das despesas em cuidados de saúde. Uma das formas mais simples de o fazer é com um rótulo na frente da embalagem que exhibe informação nutricional de leitura fácil. A rotulagem nutricional dos alimentos Nutri-Score é um dos rótulos nutricionais mais utilizados na UE. O rótulo da frente da embalagem mostra claramente a composição nutricional do produto com uma pontuação de cinco níveis de cor e letra que denota o valor nutricional do produto. Isto permite aos clientes fazer uma avaliação rápida e fácil do produto e efetuar uma comparação com itens semelhantes no mesmo grupo de produtos.

INTRODUÇÃO DO NUTRI-SCORE

País	Ano de introdução	Estatuto e objetivo
França	2021	Objetivo de 100% dos produtos de marca própria rotulados com o Nutri-Score até ao final de 2023. No final de 2021, foram registadas 108 marcas próprias.
Bélgica	2021	O objetivo é ter todas as marcas próprias rotuladas com o Nutri-Score até 2024. Em 2021, foram rotulados 300 produtos.
Alemanha	2021	Nove marcas próprias foram registadas para o Nutri-Score em 2021 e GUT Bio em 2022. Primeiros produtos rotulados em 2021, incluindo legumes congelados, pizza e artigos não-perecíveis.
Espanha	2021	Quatro marcas próprias registadas em 2021 e os primeiros produtos introduzidos nas categorias de sumos, cereais, refeições prontas refrigeradas e produtos vegan até meados do ano.
Portugal	2021	16 marcas próprias registadas nas categorias de produtos de sumos, produtos lácteos, cereais, refeições prontas refrigeradas, produtos congelados, snacks, legumes e leguminosas enlatados e produtos vegan..
Países Baixos	2022	Num projeto-piloto dedicado ao leite, foram introduzidos 79 produtos de sete marcas próprias, representando mais de metade de todos os produtos incluídos no projeto-piloto.
Polónia	2022	Estão atualmente a ser introduzidos para os produtos da marca própria All Seasons.

Produção transparente: dar aos clientes a capacidade de rastrear produtos com ATC e rótulos

O ALDI Nord apoia a introdução do rótulo Nutri-Score para capacitar os nossos clientes a fazerem escolhas alimentares informadas, mais saudáveis e mais sustentáveis. O rótulo Nutri-Score é colocado na embalagem de certos produtos de marca própria, dependendo dos requisitos legais em cada país. Os clientes de outros países já estão familiarizados com rótulos semelhantes. A ALDI Dinamarca continuará a utilizar o conhecido rótulo “The Keyhole”.

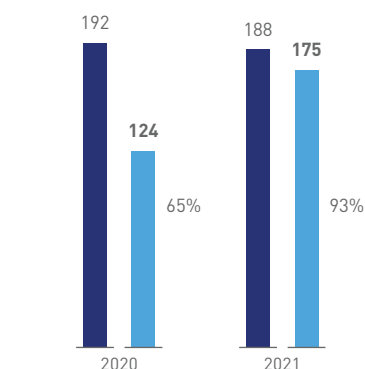
Graças ao ALDI Transparency Code (ATC), os nossos clientes podem rastrear a origem de numerosos produtos *online* a qualquer momento. Este resultado vai além dos regulamentos legais nesta área. Continuamos a alargar esta rotulagem a outros países e produtos. O ATC está em vigor para 100% da carne fresca na ALDI Países Baixos, ALDI Luxemburgo, ALDI Bélgica, ALDI Portugal e ALDI Nord Alemanha, dentro do sortido permanente. A ALDI França pretende rotular 100% dos produtos de carne com o ATC até ao final de 2022. Em 2021, foram certificados 95% dos produtos de carne do sortido permanente e 53% dos produtos de carne de oferta especial. Nos Países Baixos, o ATC foi

GRI 417-1

PRODUTOS COM ALDI TRANSPARENCY CODE (ARTIGOS DE PESCADO NA ALEMANHA)

Número e percentagem de artigos
de pescado de marca própria comercializados
na Alemanha e identificados com o
ALDI Transparency Code (ATC)

Nos próximos anos, os dados serão complementados e internacionalizados devido à introdução do ATC em outras categorias e noutros países.



■ Número de artigos de pescado ou artigos com pescado (marca própria)
■ Número de artigos de pescado ou artigos com pescado (marca própria) com código ATC

GRI 417-1

PRODUTOS COM ALDI TRANSPARENCY CODE (CARNE)

Número e percentagem de artigos de marca própria de carne ou com teor de carne identificados com o ALDI Transparency Code (ATC)¹

	2020			2021		
	Total	Artigos ATC	Proporção ATC (em%)	Total	Artigos ATC	Proporção ATC (em%)
Bélgica/Luxemburgo ²	389	324	83,3	415	371	89,4
Dinamarca	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
França	606	368	60,7	645	490	76,0
Alemanha	781	717	91,8	918	863	94,0
Países Baixos	466	113	24,2	541	121	22,4
Polónia	381	19	5,0	110	20	18,2
Portugal	286	72	25,2	261	92	35,2
Espanha	265	8	3,0	399	7	1,8
ALDI Nord	3174	1621	51,1	3289	1964	59,7

¹ No ano de 2020, os dados foram reportados, pela primeira vez, a nível internacional, à exceção da Dinamarca.

² Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

expandido para 24 dos 57 artigos de charcutaria do sortido permanente em 2021. Na Alemanha, os produtos de peixe, ovos frescos e têxteis feitos de algodão sustentável também podem ser rastreados até à sua origem utilizando o ATC. Mais informações sobre a rastreabilidade dos têxteis com a ajuda do ATC podem ser consultadas na secção "Responsabilidade social na cadeia de abastecimento".

Rótulos nacionais para produtos responsáveis e sustentáveis

A nossa Política Internacional de Compra de Algodão regula a compra de artigos de marca própria feitos de algodão ou com teor de algodão em vestuário e têxteis do lar. Produtos particularmente sustentáveis são certificados na Alemanha com o selo nacional "Grüner Knopf" (Botão Verde) do Ministério Federal de Cooperação Económica e Desenvolvimento. Em 2021, foram certificados 127 produtos (2020: 133 artigos). Para mais pormenores, consultar o [Relatório de Sustentabilidade de 2019](#).

O reconhecido [Nordic Swan Ecolabel](#) é de especial importância para os produtos de higiene pessoal, limpeza e detergentes, e cuidados para bebés na Dinamarca. O rótulo estabelece requisitos ambientais rigorosos em todas as fases do ciclo de vida de um produto e facilita aos consumidores a escolha de produtos mais amigos do ambiente. O rótulo Nordic Asthma Allergy goza também de renome na Dinamarca. Este rótulo garante que o produto não contém perfume. A nossa marca dinamarquesa "Ideel" ostenta o rótulo ecológico Nordic Swan e o rótulo Nordic Asthma Allergy. A gama de produtos inclui produtos de higiene pessoal e cuidados corporais.

Na ALDI Bélgica, o logótipo "Vandaag voor morgen" (Hoje para Amanhã) é utilizado para comunicar o carácter sustentável dos produtos ou iniciativas. Por exemplo, comunicamos sobre artigos com uma Política de Compras sustentável ou produtos com composição modificada e mais saudável. Além disso, informamos os clientes de iniciativas como a redução do plástico descartável, que tornam as embalagens mais amigas do ambiente, ou os esforços para tornar as nossas lojas mais amigas do ambiente. Em 2021, começámos a rotular embalagens em França com declarações de sustentabilidade tais como "redução do plástico em 20%", "embalagens com 30% de conteúdo reciclado", ou "eliminação da tampa de plástico".

Regionalidade: definição de produtos locais na Diretriz para a Produtos Locais



GRI 417-1 No ALDI Nord, reconhecemos que existe, por parte dos nossos clientes, uma procura crescente de alimentos locais. Embora a maioria dos consumidores declarem que estão dispostos a pagar um preço mais alto pelos produtos locais, de acordo com a “Think local, Act local!”, 47% abstêm-se de comprar esses produtos porque o preço é demasiado elevado. É aqui que o ALDI Nord pode fazer a diferença, oferecendo alimentos locais frescos da melhor qualidade, ao preço mais baixo possível.

Contudo, não existe uma definição de “alimentos locais”. O termo é por vezes utilizado para descrever produtos de um país específico, de uma região no seu todo ou mesmo da quinta ao virar da esquina. Foi primeiro preciso definir o que se entende por “local”, de modo a atingir o nosso objetivo de comunicar de forma transparente e credível com os nossos clientes.

No início de 2022, publicámos uma Diretriz Internacional para Produtos Locais. A diretriz diferencia o termo “alimentos locais” da seguinte forma:

- produtos regionais
- produtos nacionais
- especialidades locais
- marcas locais
- pratos e receitas locais

A diretriz fornece definições e orientação às empresas, parceiros comerciais e clientes do ALDI.

Sensibilizar o cliente: comunicação honesta sobre o consumo sustentável

GRI 204/103-2, 417/103-2 Em todos os países do ALDI, utilizamos várias ferramentas de comunicação para informar os nossos clientes dos produtos sustentáveis certificados nas nossas gamas e das ofertas especiais nas nossas revistas de cliente, folhetos semanais, páginas *web*, bem como através das redes sociais.

Nas nossas revistas de cliente publicadas pela ALDI França, ALDI Espanha, ALDI Polónia, ALDI Bélgica e ALDI Países Baixos, falamos sobre desperdício alimentar, proteção ambiental e origem dos produtos. A ALDI Espanha e a ALDI França utilizam campanhas de televisão e rádio para fornecer informação sobre produtos certificados Fairtrade e sobre produtos “amigos das abelhas”, especificamente em França.

Nas nossas páginas *web*, facultamos informações detalhadas sobre temas relacionados com a sustentabilidade. A página *web* da ALDI Países Baixos publica informações sobre produtores locais e entrevistas com agricultores desde 2021. A campanha “Haltungswechsel” na Alemanha foi utilizada para informar os consumidores nas redes sociais, televisão e rádio, assim como em jornais e anúncios publicitários, sobre o nosso objetivo de bem-estar animal a longo prazo e marcos relevantes neste percurso.

Empresas em vários países, incluindo ALDI Dinamarca, ALDI Países Baixos, ALDI Polónia e ALDI Portugal, apoiam campanhas nacionais que destacam a alimentação saudável e promovem uma alimentação vegana ou vegetariana. Por exemplo, a ALDI Dinamarca participou numa campanha nacional denominada “As Orientações Dietéticas Oficiais – boas para a saúde e o clima – Tudo sobre nutrição” [De officielle Kostråd – godt for sundhed og klima – Alt om kost] no início de 2021. O ALDI Nord participa em várias campanhas do Marine Stewardship Council (MSC) para proteger os recursos marinhos e promover a pesca sustentável certificada. A ALDI Portugal, a ALDI Espanha, a ALDI Bélgica, a ALDI França e a ALDI Países Baixos participam regularmente.

OBJETIVOS & STATUS QUO

GRI 102-43, -44 A perceção do cliente é uma referência importante para aferir o nosso sucesso. Avaliamo-lo através de inquéritos ou recorremos à ajuda dos nossos departamentos de pesquisa de mercado.

O nosso inquérito “Customer Compass ALDI” (“Bússola” do Cliente) fornece regularmente factos e números sobre a perceção que os nossos clientes têm do ALDI Nord em todos os países em que operamos. Os resultados são publicados

num relatório relativo ao ALDI Nord e em oito relatórios específicos por país. No inquérito, perguntamos aos clientes qual o desempenho das lojas, por exemplo, em termos de acessibilidade e variedade de produtos. Em 2021, os resultados do Customer Compass ALDI em Espanha revelaram que 68% dos clientes veem a ALDI Espanha como um *discounter* responsável, representando uma pontuação melhor do que a média dos concorrentes. Desde 2017, a ALDI Espanha tem vindo a monitorizar a satisfação dos clientes de forma contínua. Em 2021, 79% dos inquiridos tinham uma “excelente opinião” do atendimento ao cliente. Em 2021, houve mais de 122 000 pedidos de informação, 80% dos quais foram feitos por clientes.

Em 2021, a ALDI França ganhou o prémio de ouro pela satisfação do cliente no sector da distribuição, atribuído pela WizVille com base nas classificações do Google para as lojas ALDI em França.

A satisfação do cliente com a ALDI Portugal refletiu-se no RankingVeg 2021, no qual a ALDI Portugal se distinguiu como *discounter* com a melhor oferta de produtos vegan e se classificou em terceiro lugar no ranking de todos os retalhistas alimentares, incluindo hiper e supermercados.

Saiba mais sobre os nossos objetivos no [Programa CR](#).

CADEIA DE ABASTECIMENTO & RECURSOS

A NOSSA ABORDAGEM DE APROVISIONAMENTO

A nossa responsabilidade não começa nem termina nas nossas lojas. Em colaboração com os nossos fornecedores trabalhamos no sentido de melhorar a sustentabilidade ao longo das nossas cadeias de abastecimento, por exemplo, ao nível das condições de trabalho durante a produção, da proteção das florestas, do solo e da biodiversidade. O nosso objetivo é fornecer aos nossos clientes provas transparentes da aquisição sustentável de produtos, para que possam comprar de consciência tranquila.



8 TRABALHO DIGNO E CRESCIMENTO ECONÓMICO

8.4, 8.5, 8.7, 8.8



12 PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS

12.2, 12.4, 12.5, 12.8



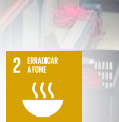
14 PROTEGER A VIDA MARINHA

14.4



15 PROTEGER A VIDA TERRESTRE

15.2, 15.3, 15.5



2 ERADICAR A FOME

2.3, 2.4

TRÊS PERGUNTAS A S M NURUL AZAM

Em que consiste o seu trabalho na ALDI CR Support no Bangladesh e como promove a sustentabilidade?

A minha principal responsabilidade é dirigir e supervisionar as atividades do departamento de CR no escritório do Bangladesh (um dos escritórios regionais), que abrange o Bangladesh, a Índia, o Paquistão, o Sri Lanka, a Turquia, o Egito, entre outros países. Implementamos programas que contribuem diretamente para a sustentabilidade na cadeia de abastecimento, tais como a sua monitorização, a avaliação de fornecedores, a monitorização e orientação em matéria de normas de segurança e a criação de capacidades dos fornecedores e das instalações de produção. Além disso, ajudamos a desenvolver políticas e procedimentos, implementamos vários tópicos da cadeia de abastecimento, e comunicamos com múltiplas partes interessadas e parceiros da cadeia de abastecimento.

Qual foi, para si, o momento mais importante em 2021?

Apesar da pandemia da COVID-19, mantivemos a moral da equipa e continuámos a monitorizar e a construir capacidades na cadeia de abastecimento: a Avaliação Social ALDI (ALDI Social Assessment – ASA) passou a uma avaliação e monitorização *online*, com a equipa local *in situ* sempre que possível. Também alargámos a Avaliação de Fornecedores CR (CR Supplier Evaluation – CRSE) para monitorizarmos o sector alimentar, desde pescado congelado a produtos de consumo.

Quais são os próximos passos?

O nosso objetivo é alargar e implementar gradualmente a rastreabilidade, monitorização e desenvolvimento de capacidades na cadeia de abastecimento, assim como realizar programas de sustentabilidade para as categorias de produtos de alto risco com base em avaliações de risco, tornar as atividades de CR do ALDI Nord mais sustentáveis, e utilizar os recursos existentes de forma eficiente e eficaz.



S M NURUL AZAM

ALDI CR Support Asia Ltd., CR Director de CR do departamento de CR no Bangladesh

RESPONSABILIDADE AMBIENTAL NA CADEIA DE ABASTECIMENTO

GRI 102-9, 204/103-1, 304/103-1, 304-2, 308/103-1

Enquanto empresa de retalho com atuação internacional, somos responsáveis pelos nossos produtos ao longo de toda a cadeia de valor, desde o cultivo das matérias-primas até à reciclagem e eliminação final do produto. Uma vez que muitos dos nossos mais de 2000 produtos provêm da agricultura, estamos cientes de que a crescente pressão sobre os ecossistemas tem um impacto sobre a disponibilidade das matérias-primas necessárias para os nossos produtos. Tendo em conta os recursos limitados, as alterações climáticas e a extinção maciça de espécies, temos uma responsabilidade especial, enquanto retalhista, de tornar a produção dos nossos produtos tão sustentável quanto possível. Queremos continuar a oferecer aos nossos clientes produtos de alta qualidade a preços mais baixos possível. Isto só é possível através de um trabalho conjunto com os nossos fornecedores, os locais de produção contratados e os agricultores em torno da sustentabilidade dos nossos métodos de compra e produção, bem como através da redução do consumo de matérias-primas naturais. Como parte desta abordagem, respondemos ao apelo das Nações Unidas de assegurar prosperidade para todos, combater as alterações climáticas e proteger os nossos oceanos e florestas. Estamos empenhados nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e contribuímos para a proteção da vida terrestre (ODS 15), para a utilização sustentável dos oceanos, mares e recursos marinhos e para a melhoria da vida debaixo da água (ODS 14).

De acordo com os resultados da nossa análise de materialidade no ano do relatório, as nossas iniciativas refletem-se em tópicos no topo da classificação: “Conservação da biodiversidade”, “Proteção de florestas e solos”, “Otimização do consumo de recursos no cultivo e na produção”, bem como “Redução de substâncias químicas na produção”.

A NOSSA ABORDAGEM

GRI 102-9/11, 204/103-2, 304/103-2, 308/103-1/2 Uma das nossas grandes prioridades é a aquisição responsável de matérias-primas e a produção sustentável ao longo das cadeias de abastecimento, a fim de minimizar os impactos para o ambiente e a sociedade. Os nossos princípios orientadores são definidos nas nossas políticas de compras nacionais e internacionais, que são continuamente atualizadas e melhoradas.

Em 2021, lançamos uma análise sistemática e holística dos riscos de sustentabilidade, incluindo riscos humanos, ambientais e relacionados com o bem-estar animal. A análise abrange as cadeias de abastecimento de todos os sortidos e concentra-se em todos os riscos acarretados pela nossa atividade empresarial. O relatório final da análise foi concluído em maio de 2022.

GRI 308-2 O cumprimento das normas ambientais é um pré-requisito para que os nossos produtos obtenham um dos muitos rótulos, selos ou

certificados de sustentabilidade, tais como os do logótipo biológico da UE ou do Forest Stewardship Council® (FSC® N001589). As auditorias em curso, realizadas pelo ALDI Nord ou por terceiros, estão a analisar questões ambientais tais como o correto tratamento de resíduos nas instalações de produção não-alimentar. Contudo, estamos cientes de que algumas normas de sustentabilidade colocam uma carga financeira e administrativa aos fornecedores e produtores. O nosso objetivo é, portanto, a cooperação a longo prazo com fornecedores e produtores, para reforçar o intercâmbio de conhecimentos e apoiá-los com projetos individuais in loco (ver “Progresso e medidas” para mais pormenores). Também participamos em iniciativas transsetoriais e multilaterais dedicadas a vários temas, tais como produção de algodão, fruticultura tropical e subtropical, bem como flores e plantas.

ORGANIZAÇÃO E DIRETRIZES

GRI 102-9, 204/103-2, 304/103-2, 308/103-2 O departamento de Corporate Responsibility and Quality Assurance International (CRQAI) define políticas de compra para matérias-primas e requisitos para a produção, em consulta com os departamentos de compra, os departamentos nacionais de CRQA e os departamentos de CR no Bangladesh e em Hong Kong.

O departamento de CRQAI também coordena a implementação das disposições definidas nestas políticas e controla o cumprimento dos requisitos. Os países ALDI podem desenvolver políticas nacionais

de compras para satisfazer os requisitos específicos de cada país. Antes de adotar novos requisitos de sustentabilidade, verificamos a viabilidade junto de fornecedores selecionados. Uma vez concluída esta verificação, os requisitos passam a ser parte integrante dos nossos processos de compra e contratos.

Políticas de compra

GRI 204/103-2/3, 304/103-2/3, 308/103-2/3 O ALDI Nord estabeleceu políticas de compra para determinadas matérias-primas, que são quadro de ação vinculativo, tanto internamente como para os nossos parceiros comerciais. As políticas de compra internacionais são por vezes complementadas por diretrizes de compras nacionais, por exemplo, naqueles casos em que o tema é importante nesse país e em que não existem políticas internacionais aplicáveis.

A ALDI Dinamarca atualizou a sua política de compra de óleo de palma sustentável em 2021 para a Aliança para o Óleo de Palma Sustentável. A política ainda está em conformidade com a nossa política internacional de compra de óleo de palma, mas foi revista. Na versão revista, encorajamos os nossos fornecedores a aumentar a quantidade de óleo de palma de cadeias com identidade preservada e segregada em todos os produtos. A ALDI Portugal atualizou a sua política nacional de compra de pescado em 2021.

PROGRESSO E MEDIDAS EM 2021

GRI 102-9, 204/103-2/3, 308/103-2

Conservação da biodiversidade: como trabalhamos para melhorar as práticas agrícolas e as pescas

GRI 304/103-1/2, 304-2

As nossas atuais políticas internacionais de compra de matérias-primas específicas abrangem o chá, cacau, café, óleo de palma, flores e plantas, madeira e algodão. Está atualmente em desenvolvimento uma Política Internacional de Compra de Pescado.

Definimos os requisitos de CR vinculativos para frutas e legumes que abrangem os fornecedores e que estão em consonância com a regulamentação nacional. Os requisitos fazem parte dos nossos contratos de compra com fornecedores e não são do domínio público

Frutas e legumes sustentáveis

As frutas e legumes estão entre as categorias de produtos mais relevantes em todo o ALDI Nord. Dependendo do país e da época, oferecemos aos nossos clientes, em média, 102 tipos diferentes de frutas e legumes. As gamas aumentaram 27,5% desde 2015. Neste grupo de produtos, enfrentamos múltiplos desafios. Cada cultura tem necessidades e impactos específicos, desde as vastas necessidades de água durante o cultivo até à proteção contra pragas específicas. A disponibilidade dos produtos depende das condições meteorológicas locais e da colheita daí resultante. O cultivo sustentável é crucial para assegurar a disponibilidade a longo prazo dos nossos variados sortidos de frutas e legumes.

As abelhas desempenham um papel vital na manutenção dos nossos ecossistemas e da biodiversidade. A maioria das culturas e plantas cultivadas depende da polinização feita pelas abelhas. É por isso que apoiamos projetos para proteger as abelhas em diferentes países:

- ALDI Polónia contribui para a proteção das abelhas com a criação de prados de flores perto de três lojas em 2021. Estes prados fornecem não só pólen e néctar nutritivos aos insetos, como também habitat e oportunidades de reprodução a várias espécies e abrigo no Inverno. Unimos esforços com a Fundação Klub Gaja para criar uma estação pedagógica sobre as abelhas, a fim de sensibilizar para o papel essencial das abelhas no ecossistema.
- A ALDI França tem contribuído para a proteção das abelhas através da venda de maçãs e peras com o rótulo BEE FRIENDLY desde 2019. O BEE FRIENDLY é um rótulo criado por apicultores para garantir boas práticas agrícolas para os insetos polinizadores.
- A ALDI Nord Alemanha vende plantas perenes e anuais amigas das abelhas há vários anos. Em 2016, proibiu certos ingredientes utilizados no cultivo de frutas e legumes alemães, porque se suspeitava que fossem prejudiciais para insetos voadores como abelhas, borboletas e moscas-das-flores.

Proteção das populações de peixe e marisco

Muitas populações naturais de peixe estão ameaçadas pela sobrepesca, métodos de pesca ilegais e más condições ambientais. A captura selvagem e a aquicultura precisam de mudar, a fim de proteger as populações e satisfazer a procura de pescado como fonte alimentar a longo prazo. Por esta razão, esforçamo-nos por tornar as cadeias de abastecimento e produção de peixe e de marisco mais sustentáveis. As nossas diretrizes internas proíbem a venda de peixe e marisco classificados como estando em perigo ou nas categorias acima na Lista Vermelha da IUCN e nos anexos I e II da CITES. Além disso, é proibida a venda de espécies de tubarões e raias, assim como de atum-rabilho e de atum-patudo.

Em 2020, devido à ausência de acordo político sobre uma quota de captura vinculativa para certas populações de peixe no Atlântico Norte, o arenque e a sarda perderam a sua certificação MSC. Os produtos que contêm estes peixes comprados antes da perda da certificação MSC ainda são vendidos no ALDI Nord. Desde a perda da certificação MSC, fornecemos-nos de arenque do Fishery Improvement Project (FIP), implementado pelo the North Atlantic Pelagic Advocacy Group (NAPA).



ALDI França

57%

DE MAÇÃS E PERAS EUROPEIAS COM CERTIFICAÇÃO “BEE FRIENDLY”

A ALDI França continuou a sua colaboração com a BEE FRIENDLY em 2021.

Este rótulo foi criado pelos apicultores e garante boas práticas agrícolas para os insetos polinizadores. No final de 2021, 57% das maçãs e peras europeias oferecidas nas lojas francesas tinham a certificação BEE FRIENDLY.

Graças a esta parceria, a ALDI França contribuiu para a conservação da biodiversidade.

GRI FP2

ARTIGOS DE PESCADO SUSTENTÁVEIS CERTIFICADOS

Proporção de artigos de marca própria certificados pelo MSC, ASC, GLOBALG.A.P. ou como biológico (UE), em com-paração com o número total de produtos de pescado, discriminado por norma de certificação apenas online (em %)¹

Em 2021, cerca de 60% dos nossos artigos de pescado de marca própria foram certificados com uma das seguintes normas de sustentabilidade: a maior parte recebeu a norma de certificação MSC (cerca de 41%), seguida da certificação ASC (cerca de 31%), da certificação GLOBALG.A.P. (cerca de 10%) e dos produtos com o logótipo biológico da UE (cerca de 3%).

	2019	2020	2021
Bélgica/Luxemburgo ²	76,9	74,3	76,8
Dinamarca	86,8	88,9	71,6
França	49,1	54,1	57,2
Alemanha	80,5	85,8	83,9
Países Baixos	82,7	80,6	73,7
Polónia	46,6	42,2	73,5
Portugal	51,8	51,0	49,5
Espanha	28,2	37,8	29,9
ALDI Nord	56,5	60,0	59,8

¹ Artigos com várias certificações estão registados em todas as categorias, mas apenas com um único artigo no total dos artigos. Consequentemente a soma total pode exceder os 100 por cento.

² Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

Enquanto membro do NAPA e da Global Tuna Alliance (GTA), defendemos a proteção das populações de sarda, arenque e atum. Enviámos cartas aos países membros das Organizações Regionais de Gestão das Pescas (ORGP) solicitando, por exemplo, a redução das quotas de captura, o desenvolvimento de estratégias globais de

captura e a implementação do Acordo sobre medidas dos Estados do porto. Como parte de uma iniciativa liderada pelo setor, juntamente com vários distribuidores e fornecedores da Europa, assinámos outra carta, enviada aos dirigentes da UE em outubro de 2021, apelando a mecanismos robustos de controlo das pescas, incluindo uma abordagem digital à rastreabilidade das cadeias de abastecimento de peixe e marisco.

No verão de 2022, vamos começar a utilizar a ferramenta informática SFP Metrics 2.0 do Sustainable Fisheries Partnership (SFP). Esta ferramenta permite-nos recolher dados dos nossos fornecedores e avaliar a sustentabilidade do peixe e do marisco que compramos. Somos também membros do Global Dialogue on Seafood traceability (GDST) que visa aumentar a rastreabilidade do peixe e marisco. Para mais pormenores, ver [Relatório de Sustentabilidade de 2017](#).

Para a certificação de peixe e marisco, concentramo-nos principalmente no Aquaculture Stewardship Council (ASC), no GLOBALG.A.P. e no logótipo biológico da UE para pescado de aquicultura, e no Marine Stewardship Council (MSC) para pescado de captura selvagem. Em 2021, a percentagem de recursos certificados de acordo com o Marine Stewardship Council (MSC), o Aquaculture Stewardship Council (ASC), o GLOBALG.A.P. ou o logótipo biológico da UE era de quase 60% em todas as empresas do ALDI (2020: 60%).

GRI FP2

ALGODÃO SUSTENTÁVEL

Proporção de algodão sustentável no volume total de algodão nas gamas vestuário e têxteis para o lar do sortido permanente e de ação, discriminados por norma de certificação (em percentagem), apenas online (em %)

	2019	2020	2021
Bélgica/Luxemburgo ¹	54,7	74,7	88,9
Dinamarca	37,8	63,7	88,9
França	24,9	52,1	71,9
Alemanha	35,3	64,9	85,1
Países Baixos	25,3	49,5	69,3
Polónia	37,1	64,8	89,3
Portugal	38,6	76,4	89,4
Espanha	42,6	68,7	65,0
ALDI Nord	36,2	64,1	82,0

¹ Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

Trabalhar rumo ao algodão sustentável

GRI 204/103-2/3 O nosso objetivo declarado é a conversão para 100% de algodão sustentável no vestuário de marca própria e nos produtos têxteis de lar à base de algodão ou com teor de algodão até ao final de 2025. Em 2020, destacámos este objetivo ao aderir ao programa "2025 Sustainable Cotton Challenge" da organização global sem fins lucrativos Textile Exchange. Em 2021, já vendemos cerca de 82% de algodão certificado.

Para além do algodão reciclado, utilizamos as seguintes normas para o algodão:

- Global Organic Textile Standard (GOTS)
- Organic Content Standard (OCS) 100 / misturado
- Fairtrade
- Cotton made in Africa (CmiA)
- Better Cotton Initiative (BCI)

Em cooperação com a Sociedade Alemã para a Cooperação Internacional (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH – GIZ), mandatada pelo Ministério Federal para a Cooperação Económica e Desenvolvimento (BMZ), lançámos o projeto de três anos para o algodão denominado "Organic in conversion" (Biológico em conversão) na Índia, em 2021. O projeto ajuda cerca de 1000 pequenos agricultores na região de Maharashtra a fazer a transição da agricultura convencional para a agricultura biológica do algodão. Durante os três anos de transição, os agricultores ainda não podem vender o seu algodão como biológico e não podem, portanto, receber um prémio por produtos biológicos. Por conseguinte, sem apoio, quase 50% dos pequenos agricultores voltaria a utilizar métodos agrícolas convencionais. O nosso projeto assegura que os agricultores recebem formação em produção biológica, serviços de consultoria sobre, por exemplo, sobre fertilidade do solo, e fatores de produção, tais como sementes de alta qualidade. Além disso, os produtores de algodão recebem um prémio para compensar as perdas de colheita durante a fase de transição. Todos os anos, os artigos têxteis

com algodão do projeto estarão disponíveis nas nossas lojas ALDI. A partir do segundo ano, os produtos serão rotulados como GOTS 'Organic in conversion', dando assim visibilidade ao projeto 'Organic cotton in conversion' junto dos nossos clientes. O projeto melhora a subsistência dos pequenos produtores de algodão na Índia, ao mesmo tempo que aumenta a produção global de algodão biológico.

Proteção das florestas e dos solos através de compras sustentáveis

GRI 204/103-2/3, 304/103-2, 304-2 As florestas são ecossistemas importantes constituindo um habitat aos seres humanos, flora e fauna. Atuam também como um reservatório importante de água potável e têm um efeito moderador sobre o clima. As reservas florestais estão ameaçadas pelo cultivo de soja e óleo de palma, bem como pela produção de gado, produção ilegal de madeira e exploração de florestas protegidas.

A nossa experiência tem demonstrado que as iniciativas conjuntas são mais eficazes para a conservação das reservas florestais mundiais. Devido à necessidade urgente de medidas de proteção florestal eficazes, é crucial uma cooperação entre todos os intervenientes relevantes da política, mundo empresarial e sociedade. Por esta razão, apoiamos a introdução de um quadro legislativo europeu robusto e orientado para os impactos, a fim de combater a desflorestação mundial.

Em Maio de 2022, o ALDI publicou uma declaração de posição sobre cadeias de abastecimento isentas de desflorestação e conversão. O documento destaca a forma como desenvolvemos a nossa abordagem, ancorada na nossa Estratégia Internacional de Corporate Responsibility, e de que forma pretendemos abordar os riscos de desflorestação e conversão numa vasta gama de produtos nas nossas cadeias de abastecimento. Estamos empenhados em adquirir matérias-primas de alto risco sem desflorestação até 2030. Tal abrange o óleo de palma, a madeira, os produtos à base de madeira, o cacau, o café, a soja e a carne bovina. Para realizarmos o objetivo global, a declaração inclui objetivos e medidas relativas a normas, bem como um aumento da transparência e colaboração para cada uma das matérias-primas selecionadas. Continuaremos a partilhar nas nossas páginas *web* internacionais os nossos avanços rumo a cadeias de abastecimento isentas de desflorestação e conversão.

O nosso objetivo de alcançar soja 100% livre de desflorestação

A procura de soja para ração animal e produtos alimentares é elevada, mas o cultivo de soja afeta frequentemente de forma negativa as florestas e os ecossistemas, tal como referido acima. Para combater estes desafios, temos vindo a trabalhar na soja e ração animal sustentável há já algum tempo. Como parte da colaboração com o Retail Soy Group (RSG), que desenvolveu uma estratégia comum para apoiar

a transição para cadeias de abastecimento sem desflorestação, assinámos uma carta aberta em 2021, juntamente com 40 outras empresas e organizações internacionais, apelando ao governo brasileiro a que vote contra uma mudança na lei e proteja a Amazônia.

Além disso, em janeiro de 2022, aderimos à Associação da Soja do Danúbio (Danube Soy Association), que promove o cultivo sustentável de soja na Europa.

O nosso objetivo a longo prazo é ter 100% de soja sustentável utilizada direta e indiretamente em produtos de marca própria nas categorias de carne fresca, congelada e transformada, laticínios, ovos e pescado de aquicultura. O objetivo para os nossos produtos vegan e vegetarianos à base de soja é incluir 100% de soja certificada e/ou soja de origem europeia. Até 2022, o objetivo inicial da ALDI Nord Alemanha é atingir pelo menos 60% de soja sem desflorestação. A colaboração com os nossos fornecedores é necessária para alcançarmos este objetivo. Por conseguinte, definimos requisitos, que enviamos aos fornecedores relevantes em meados de 2021.

Uma vez que a soja é frequentemente utilizada como ração animal, não é fácil para as empresas da distribuição alimentar rastrearem quais os produtos que contêm indiretamente soja. Isto torna a monitorização das quantidades de soja e a utilização de soja certificada um grande desa-

fio. No ano do relatório, trabalhamos no sentido de estabelecer uma estratégia internacional para a soja. Calculámos a nossa pegada global de soja no ALDI Nord pela primeira vez no início de 2021. Também participámos no Relatório Coletivo de Soja (Collective Soy Reporting) pela primeira vez em 2021, a fim de melhorar a transparência da soja utilizada na nossa cadeia de abastecimento.

Foram também estabelecidas colaborações a nível nacional. A ALDI Dinamarca sublinhou o compromisso nacional em matéria de desflorestação, cofundando a Aliança Dinamarquesa para a Soja Responsável em 2019. Está também a trabalhar com os fornecedores para assegurar soja com desflorestação zero.

A ALDI Nord Alemanha participou no Fórum de Ração Proteica Sustentável (Nachhaltigere Eiweißfuttermittel – FONEI) e tem participado em diálogos ao longo da cadeia de abastecimento desde o início de 2021, cujo objetivo é conduzir a uma soja mais sustentável na alimentação animal.

GRI FP2

PRODUTOS COM CERTIFICAÇÃO FSC®- OU PEFC™

Número de produtos de marca própria com recursos certificados pelo FSC® ou PEFC™, como percentagem do número total de produtos de marca própria no sortido permanente e de ação com elementos de madeira, cartão, papel e viscoso à base de celulose e tecido de fibras, assim como bambu, discriminados por norma de certificação, [apenas online](#)

FSC® 100%, FSC® MIX e PEFC™ são considerados normas de certificação. Em 2021, a maior proporção cor-responde à certificação FSC® MIX (cerca de 46%), seguida pela certificação FSC® 100% (cerca de 44%) e certificação PEFC™ (cerca de 11%).

	2019	2020	2021
Bélgica/Luxemburgo ¹	97,8	97,2	94,3
Dinamarca	94,5	95,0	92,5
França	91,2	92,6	87,9
Alemanha	95,3	95,2	94,2
Países Baixos	89,8	90,7	86,3
Polónia	71,4	89,8	94,0
Portugal	94,5	96,7	95,2
Espanha	93,0	97,5	97,9
ALDI Nord	87,9	93,2	92,6

¹ Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

Proteger a biodiversidade com açúcar mais sustentável

O açúcar extraído da cana-de-açúcar é uma mercadoria de alto risco devido à desflorestação e à perda de biodiversidade nos países onde é produzido, especialmente nos principais países produtores, o Brasil e a Índia. No ano de relatório, determinámos a pegada do açúcar de todos os nossos produtos de marca própria nos países ALDI. Constatámos que, em todo o grupo de empresas ALDI Nord, uma média de menos de 7% do açúcar utilizado direta ou indiretamente nos nossos produtos é obtido a partir da cana-de-açúcar e 93% provém do açúcar de beterraba. Com base nestes resultados, desenvolvemos um *Accountability Model*. Os requisitos que daí decorrem serão comunicados aos nossos fornecedores no início de 2023. Como primeiro passo, só aceitamos açúcar de beterraba sacarina, açúcar de cana de um país comprovadamente de baixo risco ou açúcar de cana certificado de acordo com as seguintes normas:

- Fairtrade
- Fairtrade Organic
- Fairtrade Sourced Ingredient (FSI)
- Bonsucro (certificação física ou créditos)
- Logótipo biológico da EU
- Rainforest Alliance/UTZ
- Proterra
- IBD Bio/IBD Fairtrade

Carvão vegetal social e ambientalmente responsável

Em 2021, o ALDI Nord prolongou um projeto iniciado em 2019 para combinar a compra de carvão com certificação FSC® com outros benefícios ambientais e sociais. O projeto cria postos de trabalho na Namíbia e evita a mistura com carvão vegetal de florestas tropicais ameaçadas. Como parte do projeto, apoiamos 16 pequenos produtores comunitários de carvão vegetal (sujeitos à emissão de licenças de colheita pelo Departamento de Silvicultura) e cinco agricultores

privados que produzem carvão vegetal a obterem a certificação. Estimamos que o carvão vegetal certificado adquirido no âmbito do projeto possa cobrir toda a procura do ALDI Nord durante pelo menos cinco anos, o mais tardar a partir de agosto de 2022. Corresponde a um fornecimento de 7100 toneladas de carvão vegetal certificado por ano. O carvão vegetal e os briquetes de carvão vegetal para churrasco provenientes do projeto estão disponíveis na ALDI Nord Alemanha, o

GRI FP2

ÓLEO DE PALMA CERTIFICADO

Proporção da quantidade total de óleo de palma usado para a produção dos nossos produtos alimentares e não-alimentares do sortido permanente e de ação, certificados em conformidade com o sistema físico da cadeia de abastecimento RSPO (em percentagem)¹

	2019	2020	2021		
	Gesamt	Gesamt	Gesamt	Food	Non-Food
Bélgica/Luxemburgo ²	99,8	100,0	100,0	100,0	99,9
Dinamarca	96,2	90,1	99,9	99,9	100,0
França	100,0	99,9	99,2	99,9	97,5
Alemanha	99,1	100,0	99,7	100,0	98,6
Países Baixos	98,6	100,0	100,0	100,0	100,0
Polónia	78,0	99,5	99,5	99,5	99,5
Portugal	97,4	99,7	92,1	99,7	24,7
Espanha	85,6	87,6	77,2	98,5	27,6
ALDI Nord	98,6	99,3	98,1	99,3	92,1

¹ Os dados estão em parte baseados em extrapolações.

² Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

carvão vegetal está disponível na ALDI Bélgica e os briquetes de carvão vegetal para churrasco na ALDI Portugal.

Objetivo alcançado: madeira certificada sustentável para mobiliário e produtos de papel

Utilizamos frequentemente madeira ou recursos derivados da madeira nos produtos que vendemos, tais como mobiliário, produtos de papel ou embalagens. A silvicultura sustentável e a transformação e recuperação sustentáveis de madeira, produtos à base de madeira e embalagens são necessárias para proteger e preservar as florestas. A nossa Política Internacional de Compra de Madeira define requisitos precisos para produtos e embalagens com componentes feitos de madeira, papel e cartão, bambu, viscoses à base de celulose e tecido não-tecido. Comprometemo-nos a substituir a nossa madeira e produtos à base de madeira por materiais sustentáveis certificados e atingimos cerca de 93% até ao final de 2021. Consideramos que o nosso objetivo foi alcançado com este resultado. Embora casos excecionais não possam ser completamente evitados, são objeto de análise e os fornecedores são contactados para exigir o cumprimento das nossas normas estipuladas. As normas que aceitamos são FSC®, PEFC™ e EU Ecolabel.

Proteger o ambiente com o cultivo sustentável do óleo de palma

O óleo de palma é um recurso versátil utilizado numa vasta gama de produtos, desde a cobertura de bolos até aos detergentes. A palmeira-dendê tem o fruto oleaginoso mais produtivo do mundo, tornando o óleo de palma difícil de substituir. Contudo, acarreta impactos negativos, tais como a desflorestação. Em todo o ALDI Nord, comprometemo-nos a criar métodos de cultivo mais sustentáveis e amigos do ambiente, no âmbito da nossa Política Internacional de Compra de Óleo de Palma. Convertemos todos os nossos produtos alimentares e não-alimentares de marca própria para óleo de palma ou óleo de palmiste sustentável. Os derivados e frações que ainda não estão amplamente disponíveis em qualidade fisicamente certificada são cobertos por certificados RSPO Book and Claim.

GRI 414-2 Para além da compra de óleo de palma certificado, o ALDI Nord concluiu, em 2021, um projeto de quatro anos de exploração de óleo de palma na Costa do Marfim, em cooperação com a organização da sociedade civil Solidaridad Network. Como parte do projeto, 2611 pequenos produtores de óleo de palma foram formados para utilizar métodos de cultivo que protegem tanto o ambiente como a saúde dos produtores de óleo de palma. Mais de 17 000 plântulas de árvores foram distribuídas aos agricultores para serem plantadas em escolas, florestas e reservas naturais, resultando em cerca de 250 hectares de áreas florestais restauradas.

Como promovemos o uso responsável da água ao longo das nossas cadeias de abastecimento

GRI 308-2 Como empresa internacional da distribuição, reconhecemos que muitos produtos vendidos nas nossas lojas podem causar riscos relacionados com a água nos países de produção. Isto aplica-se, em particular, aos produtos agrícolas. Além disso, estamos cientes de que o processo de refinação de têxteis e calçado é também um domínio de risco. Mais de 80% do consumo de água nas cadeias de valor globais é causado pela produção de matérias-primas, especialmente na produção agrícola de algodão. Aproximadamente um décimo é atribuível à produção têxtil.¹

No Dia Mundial da Água de 2021, anunciámos novos requisitos para a gestão da água ao longo das nossas cadeias de abastecimento. A partir de julho de 2022, vamos implementar o GLOBALG.A.P. SPRING (Programa Sustentável de Irrigação e Utilização de Águas Subterrâneas) para 15 frutas e legumes, um complemento ao GLOBALG.A.P. IFA (Integrated Farm Assurance), a fim de melhorar a eficiência e qualidade da água ao longo das cadeias de abastecimento na Alemanha, Bélgica, Luxemburgo, Países Baixos, Dinamarca e Portugal. A implementação iniciará em Espanha com os morangos e mirtilos, seguidos das restantes 13 frutas e legumes a partir de janeiro. Para assegurar a eficiência hídrica, o auditor verificará se os sistemas de rega foram concebidos para oti-

mizar o consumo de água. Os sistemas de rega devem adaptar-se às condições climáticas e às propriedades físicas do solo. A humidade real do solo é medida para verificar se o solo tem uma capacidade de retenção de água suficiente para fornecer nutrientes às plantas, indicando se o solo e as plantas necessitam de irrigação adicional. As auditorias melhoram a qualidade da água, identificando as fontes de águas residuais e enumerando-as num plano de gestão, que identifica medidas para evitar as águas residuais de fontes individuais. A minimização da poluição real da água também conta como medida. A norma exige ainda que as águas residuais de edifícios utilizados para alojamento de trabalhadores devam ser pré-tratadas antes de serem descarregadas. A norma será executada para as nossas 15 frutas e legumes mais vendidos, provenientes de regiões críticas do ponto de vista hídrico, identificadas através do WWF digital water risk filter. As fontes de água ilegais, em países como a Espanha, não são invulgares. A norma garantirá a legalidade de fontes de água, tais como poços.

Além disso, atualizámos a Política Nacional de Proteção da Água da ALDI Nord Alemanha no ano do relatório, que define medidas vinculativas para o tratamento responsável da água nas cadeias de abastecimento alimentar e têxtil, bem como metas para prevenir a contaminação da água com microplásticos, através da redução do material de embalagem e dos produtos plásticos de utilização única.

¹ Jungmichel, Norbert, Christina Schampel e Daniel Weiss. "Atlas on Environmental Impacts – Supply Chains – Environmental Impacts and Hot Spots in the Supply Chain". Berlim/Hamburgo: adelphi/Systain. (2017).

Prevenção da poluição química na produção

GRI 308-2 A testagem das águas residuais e a verificação do cumprimento dos valores que constam das diretrizes são cruciais para reduzir a poluição química nas cadeias de abastecimento. Durante a produção dos nossos têxteis e calçado, verificamos o cumprimento dos valores-limite nas análises de águas residuais e de lamas. São recolhidas amostras dos efluentes e lamas ao nível da instalação de produção, em conformidade com as diretrizes de descarga zero de produtos químicos perigosos (Zero Discharge of Hazardous Chemicals – ZDHC) para águas residuais, bem como ao nível do produto final.

São necessárias auditorias de gestão química (Chemical Management Audits – CMA) para verificar o desempenho global da gestão de químicos na instalação de produção, tais como os seus processos, armazenamento adequado de produtos químicos, equipamento de proteção pessoal para os trabalhadores, instalação de medidas de primeiros socorros, etc. Desde 2021, para além dos certificados STeP da OEKO-TEX® e das parcerias do sistema bluesign®, aceitamos as CMA verificadas Higg FEM e, em casos excecionais, outras CMA de terceiros como alternativa às CMA amfori BEPI. Em 2021, as CMA foram obrigatórias em instalações de alto risco e em novos locais de produção.

A formação é essencial para ensinar o manuseamento seguro de produtos químicos, incluindo a sua utilização correta, armazenamento e eliminação, a fim de evitar danos ambientais e acidentes. Três instalações de produção para o ALDI no Bangladesh com alta relevância comercial receberam Advanced Chemical Management Training (ACMT) durante um período de dez meses em 2021.

A utilização incorreta e insuficiente de Estações de Tratamento de Efluentes (Effluent Treatment Plants – ETP) pode levar à descarga de águas residuais contaminadas com efeitos desastrosos nos ecossistemas locais, na água potável e na agricultura das comunidades locais. As ETP são necessárias para purificar as águas residuais resultantes da produção e cumprir as leis e normas das agências ambientais. A nossa fase-piloto de auditoria das ETP deverá estar concluída em meados de 2022. Durante esta fase, foram avaliadas informações sobre o desempenho e a utilização contínua das ETP ao longo da nossa cadeia de abastecimento no Bangladesh, China, Índia e Paquistão, tendo sido também avaliada a utilidade das auditorias.

Em 2021, bloqueámos 14 locais de produção com base numa verificação documental, devido à ausência de análises válidas de águas residuais e de lamas, a análises de águas residuais e de lamas não conformes ou a auditorias de gestão de químicos em falta. Seis destes locais de produção conseguiram retificar as suas fa-

lhas e já se encontram desbloqueadas. Todos eles remediaram os incumprimentos, apresentando uma nova análise conforme de águas residuais e de lamas. Dois locais de produção adicionais foram bloqueados devido à eliminação não autorizada e à descarga ilegal de produtos químicos, águas residuais ou lamas. Estes casos foram identificados no âmbito das ASAs.

A partir de 2024, todos os locais de produção com processos húmidos nas nossas cadeias de abastecimento de têxteis e calçado terão que utilizar as ferramentas de inventário químico The BHive™ ou BVE³. Terão de registar os seus inventários químicos durante todo o período de produção. Os inventários de produtos químicos terão de incluir todos os produtos químicos no seu stock. Todos os produtos químicos utilizados na produção para o ALDI deverão estar em conformidade com ZDHC Manufacturing Restricted Substance List (MRSL) [Management > Partnerships, networks & charters]. Em março de 2022, realizaram-se sessões de demonstração para os nossos fornecedores e locais de produção. O BHive™ permite que os locais de produção leiam simplesmente digitalmente os produtos químicos com uma aplicação que reconhece automaticamente o produto químico e o acrescenta ao inventário químico.

A caminho de uma economia circular

GRI 301/103-3 A fim de manter o consumo de recursos dos nossos produtos e o impacto no ambiente tão baixos quanto possível, esforçamo-nos por utilizar os recursos da forma mais eficiente possível, reutilizá-los e devolvê-los aos ciclos de materiais. Acompanhamos de perto o desenvolvimento do plano de ação para uma economia circular a nível europeu, bem como os esforços nacionais, tais como a responsabilidade pelo produto na Alemanha. Desde 2020, fazemos parte do Grupo de Peritos em Economia Circular da Parceria Alemã para Têxteis Sustentáveis (Bündnis für nachhaltige Textilien) e realizamos trabalhos sobre soluções sustentáveis.

Aumentámos o número de produtos com algodão reciclado da WECYCLED® em 2021. Para mais detalhes sobre o nosso uso dos fios WECYCLED®, ver Relatório Intercalar de 2020.

OBJETIVOS & *STATUS QUO*

[GRI 102-9, 204/103-2/3, 308/103-2/3](#) As nossas Políticas de Compras Internacionais e Nacionais contêm objetivos globais ou específicos por país, alguns dos quais são monitorizados anualmente através de consultas junto dos fornecedores. Publicamos atualizações das nossas políticas no contexto do nosso Relatório de Sustentabilidade e nas páginas *web*, tornando o nosso progresso transparente e fácil de compreender.

Também participámos em comparações sectoriais, tais como a "Textile Exchange's Corporate Fiber and Materials Benchmark" sobre fibras têxteis, pela sexta vez em 2021. A ONG Textile Exchange realizou uma classificação e mais de 190 empresas participaram no exercício comparativo. Mantivemos com sucesso o quarto lugar no "Top 10 por Volume de Algodão Biológico", ficámos em quarto lugar (2020: quinto) no "Top 10 por Volume de Algodão Reciclado" e conseguimos entrar no "Top 10 por Volume de Algodão Preferido" (nono lugar) no índice do algodão. No 'Top 10 por Volume de Penas Preferidas' para produtos de penas, passámos com sucesso do nono lugar em 2020 para o quarto lugar em 2021.

Saiba mais sobre os nossos objetivos no Programa CR.

RESPONSABILIDADE SOCIAL NA CADEIA DE ABASTECIMENTO

GRI 204/103-1, 412/103-1, 414/103-1 A responsabilidade social na cadeia de abastecimento diz respeito à aquisição de produtos e matérias-primas de forma a respeitar os direitos humanos e a proteger o ambiente como base de subsistência. O nosso objetivo é criar melhores condições de trabalho e permitir relações comerciais justas entre fornecedores e os outros níveis a montante. Para tal, focamo-nos em medidas centrais das nossas políticas, orientações e documentos de posicionamento, incluindo questões relacionadas com os seguintes temas: saúde e segurança, liberdade de associação, salários e horários de trabalho, bem como ações contra a discriminação, desigualdade de género, trabalho infantil e trabalho forçado. O nosso objetivo é também ter uma atividade empresarial capaz de perdurar no futuro, com uma cadeia de abastecimento resiliente, e fazer a nossa parte para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

A NOSSA ABORDAGEM

GRI 102-9/11, 204/103-2, 308/103-2, 407/103-1/2/3, 412/103-2, 414/103-2 Cumprir a nossa responsabilidade social na cadeia de abastecimento é uma das nossas principais prioridades. Tal coaduna-se com as avaliações das nossas partes interessadas, que classificaram as práticas responsáveis da cadeia de abastecimento (especialmente no tópico material “Direitos humanos e condições de trabalho”) como um dos principais desafios que se colocam

ao nosso desempenho futuro em matéria de sustentabilidade. Os nossos diretores-gerais também indicaram esta questão como uma das suas cinco principais prioridades. A fim de cumprir com a nossa responsabilidade social, desenvolvemos um Processo de Dever de Diligência em matéria de Direitos Humanos, alinhando-nos pelos “Princípios Orientadores para Empresas e Direitos Humanos das Nações Unidas” (UNGP).

O nosso programa de Social *Compliance* integra-se neste processo e constitui a base do nosso trabalho de sustentabilidade social para os locais de produção. É aqui que definimos requisitos fixos para os nossos fornecedores e respetivos locais de produção de bens para o ALDI Nord.

O programa foi lançado em 2013 e, desde então, tem estado numa trajetória de desenvolvimento contínuo em termos de conteúdo e de alargamento a cada vez mais categorias de produtos. Abrange agora todas as categorias de produtos não-alimentares e bens alimentares produzidos industrialmente, tais como artigos enlatados e congelados.

Nas outras cadeias de abastecimento alimentar, fizemos também grandes progressos na implementação de vários programas com um forte enfoque na sustentabilidade, bem como de programas para os direitos humanos. Estes são descritos e explicados em mais pormenor nas subsecções seguintes.

ORGANIZAÇÃO & ORIENTAÇÕES

GRI 102-9, 204/103-2, 308/103-2, 412/103-2, 414/103-2 O nosso Departamento CRQA International coordena os esforços globais do grupo de empresas ALDI Nord em matéria de responsabilidade social. Está em estreito contacto com fornecedores, compradores e departamentos nacionais da CRQA. Os departamentos locais de CR nos países são envolvidos em função das necessidades. Os departamentos de CR em Hong Kong e no Bangladesh apoiam a implementação e desenvolvimento dos nossos programas e projetos e são responsáveis pela monitorização de fornecedores e locais de produção na Ásia, bem como pela implementação de medidas específicas de desenvolvimento de capacidades.

Declaração política, documentos de posição e quadros internacionais

GRI 204/103-2, 407/103-2/3, 412/103-2, 414/103-2 Enquanto empresa da distribuição com atividades internacionais e cadeias de fornecimento globais complexas, é nossa responsabilidade respeitar os direitos humanos. Estamos cientes de que determinadas questões de direitos humanos têm maior relevância para nós enquanto empresa da distribuição. Por conseguinte, comecemos pelas questões onde o nosso impacto é maior e em relação às quais os riscos para os direitos humanos foram avaliados. Igualmente importante para a identificação das nossas prioridades é a questão do efeito de alavancagem. Conseguimos exercer uma maior influência junto nos nossos fornecedores e cadeias de abastecimento com as nossas gamas de pro-

dutores alimentares e não-alimentares de marca própria, onde também podemos controlar o desempenho de forma mais eficaz. Avaliamos continuamente os riscos para os direitos humanos e atuamos no sentido de mitigar e remediar os impactos adversos nas nossas cadeias de abastecimento.

Na base, o dever de diligência em matéria de direitos humanos exige uma declaração escrita de política de direitos humanos, bem como requisitos claros para fornecedores e locais de produção estipulados em políticas individuais, compromissos e códigos de conduta. Forjamos relações comerciais de longo prazo, justas e fiáveis com fornecedores que partilham do nosso entendimento de responsabilidade com base nestes acordos.

Um exemplo desta cooperação é com a amfori, da qual somos membros desde 2008. Aceitámos o Código de Conduta da Amfori Business Social *Compliance Initiative* (BSCI CoC) e tentámos implementá-lo em todas as nossas cadeias de abastecimento. A iniciativa visa melhorar o desempenho dos seus membros em termos de normas sociais ao longo das suas cadeias de valor globais. A amfori BSCI atinge este objetivo proporcionando um quadro para auditorias sociais independentes realizadas por terceiros, bem como espaço de colaboração entre os seus membros em projetos e tópicos específicos.

Na nossa Declaração de Princípios sobre o respeito pelos Direitos Humanos publicada em 2018, o ALDI Nord comprometeu-se a cumprir os "Princípios Orientadores das Nações Unidas sobre Empresas e Direitos Humanos" (UNGP). A política define a nossa abordagem em matéria de direitos humanos nas nossas cadeias de abastecimento e fornece uma visão geral dos principais riscos que enfrentamos e nos quais nos focamos. A política é revista regularmente e a última versão foi publicada no início de 2022.

A nossa experiência prática demonstra a necessidade de criar condições justas, estabelecendo normas legais sobre o dever de diligência das empresas em matéria de direitos humanos. Em setembro de 2020, publicámos um position paper que apresenta o nosso argumento a favor da regulamentação europeia sobre a responsabilidade da cadeia de abastecimento. Uma lei que defina critérios vinculativos para o dever de diligência é essencial para estabelecer condições justas e competitivas. A legislação será uma força motriz para uma mudança positiva a nível internacional.

Publicámos uma diretriz contra o trabalho infantil e uma diretriz contra o trabalho forçado em 2020, refletindo um compromisso claro contra o trabalho infantil e o trabalho forçado e sublinhando a natureza extremamente crítica e sensível destas questões. Estas políticas aplicam-se às nossas cadeias de abastecimento não-alimentares, bem como às nossas cadeias

de abastecimento alimentares. São diretrizes que confirmam que todas as formas de servidão ou escravidão, incluindo o trabalho forçado, escravo, em regime de servidão por contrato, na sequência de tráfico, involuntário ou infantil são inaceitáveis nas sociedades ALDI e nas nossas cadeias de abastecimento.

Em maio de 2021, publicámos a nossa Declaração Internacional sobre Salários e Rendimentos de Subsistência, aplicável e aceite em toda a empresa. Desta forma evidenciamos o nosso compromisso voluntário em matéria de salários e rendimentos de subsistência e esclarecemos a abordagem do ALDI Nord em relação a este tópico e a outras questões, tais como a liberdade de associação.

Em 2021, publicámos a nossa Política Internacional sobre Igualdade de Género nas cadeias de abastecimento do ALDI e o correspondente Plano de Ação para a Igualdade de Género. Ver subsecção "Progresso e Medidas em 2021" abaixo para mais informações.

Avaliações da conformidade social e de direitos humanos

GRI 102-10, 308-2, 407-1, 412/103-2, 412-1, 414/103-3, 414-1/2

Como não podemos abordar todas as questões ao mesmo tempo, realizamos continuamente avaliações para identificar e dar prioridade aos potenciais riscos nas nossas cadeias de abastecimento. Com base nestas avaliações, con-

centramo-nos nas matérias-primas e questões de alto risco identificados e adotamos medidas específicas.

Em 2018, demos início a avaliações de risco regulares e cruzadas de grupos de matérias-primas relacionadas com os direitos humanos e aspetos ambientais nas nossas cadeias de abastecimento. Chamam-se Avaliações de Risco de Direitos Humanos (Human Rights Risk Assessments – HRRA). As análises têm como objetivo a comparabilidade dos riscos. Esta permite-nos, por sua vez, identificar quais os grupos de produtos, matérias-primas, países de produção e questões transsetoriais que precisamos de abordar com elevada prioridade em virtude dos seus riscos e impactos.

As nossas Avaliações de Impacto nos Direitos Humanos (Human Rights Impact Assessments – HRIA) também ajudam a identificar (potenciais) violações dos direitos humanos nas nossas cadeias de abastecimento. Estas avaliações aprofundadas permitem-nos responder com caráter imediato e tomar medidas corretivas. O nosso objetivo é realizar até doze HRIA – pelo menos uma avaliação para cada cadeia de abastecimento de alto risco – e publicar os resultados até ao final de 2025. O nosso primeiro relatório sobre a cadeia de abastecimento de peixe e marisco pode ser consultado na nossa subsecção de downloads.

Ambos os métodos de avaliação (HRRA e HRIA) e respetivos resultados servem de alicerce a outras etapas estratégicas e mostram-nos como e onde concentrar os nossos esforços. Outras atividades, tais como auditorias e avaliações adicionais, são descritas abaixo.

Auditorias por terceiros

Como parte do nosso Programa de Social Compliance (ver acima), exigimos que os nossos fornecedores de produtos não-alimentares e de categorias selecionadas de produtos alimentares fabricados em "países de risco" classificados pela amfori se tornem membros da "amfori BSCI" (Business Social Compliance Initiative) ou de iniciativas semelhantes. Os fornecedores também precisam de assegurar que os locais de produção nestes países são submetidas a auditorias de conformidade social por terceiros, de acordo com a iniciativa por eles escolhida. As auditorias, certificações e normas aceites incluem a certificação amfori BSCI, SA8000, Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA), BAP SA, ICTI, RBA ou a Fair Wear Foundation (FWF).

Todos os anos, como parte dos nossos processos de compra, o nosso Departamento de CR em Hong Kong analisa cerca de 7000 a 8000 relatórios de auditoria de conformidade social, realizados por terceiros em locais de produção. Os resultados desta verificação podem, por exemplo, incluir um certificado caducado, um resultado de auditoria insatisfatório, eventuais alertas no relatório de auditoria ou um âmbito de auditoria

MARCOS SELECIONADOS DE CONFORMIDADE SOCIAL

2008

amfori BSCI Code of Conduct é integrado nas condições gerais ALDI

Adesão à amfori BSCI

Segunda expansão do Programa Social *Compliance* a todas as categorias de bens alimentares (conservas)

Fundação do Departamento CR no Bangladesh

Introdução do GRASP (ou norma equivalente) aos requisitos obrigatórios para frutas e legumes

Introdução das ALDI Social Assessments (ASAs)

Primeira expansão do Programa Social *Compliance* a todas as categorias de bens não-alimentares

Adesão ao Partnership for Sustainable Textiles

Fundação do Departamento CR em Hong Kong

Introdução do Programa Social *Compliance*

Assinatura do Accord on Fire and Building Safety

2017

2016

2015

2014

2013

ALDI Factory Advancement Project (AFAP) no Bangladesh

Alteração do sortido para bananas certificadas apenas Fairtrade e Rainforest Alliance

Primeiro Human Rights Risk Analysis (HRRA)

International Policy Statement for Human Rights

Assinatura do Acordo de Transição

Introdução das 'CR Supplier Evaluation (CRSE)' para vestuário e têxteis

Introdução do rótulo alemão "Grüner Knopf" (Botão Verde)

Introdução das ALDI Producer Assessments (APAs)

Expansão da CRSE a categorias de bens alimentares selecionados (2019: piloto bananas; 2020: roll-out bananas & abacaxi; 2021: piloto atum)

Compromisso do Grupo de Trabalho de Retalhistas Alemães para Salário e Rendimento de Subsistência para produtores de bananas (Cooperação com GIZ)

Expansão da CRSE a artigos de calçado

Terceira expansão do Programa Social *Compliance* a todas as categorias de bens alimentares adicionais

Expansão da CRSE a artigos de DIY (piloto)

Diretriz contra o trabalho forçado

Diretriz contra o trabalho infantil

Assinatura das 'Women's Empowerment Principles' das Nações Unidas

Política Internacional de Igualdade de Gênero nas cadeias de abastecimento ALDI

International Position Statement on Living Wages and Living Income

Lançamento do CHOCO CHANGER; Tony's Chocolonely & Fairtrade são parceiros do projeto

Assinatura do 'International Accord'

Publicação do primeiro 'Human Rights Impacts Assessment (HRIA)'

2018

2019

2020

2021

2022

incorreto. Além disso, os locais de produção no Bangladesh necessitam de proteção adicional contra incêndios e inspeções de segurança de edifícios, em conformidade com o Acordo Internacional. No entanto, o resultado em caso de infração é sempre o mesmo: não há qualquer nova encomenda de produção até que as melhorias necessárias tenham sido introduzidas.

Além disso, também aceitamos uma série de auditorias de terceiros no sector agrícola e ao nível da exploração agrícola. Tal como para as explorações de produção, para frutas e legumes, estas incluem, por exemplo, a certificação amfori BSCI, SA8000, Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA), juntamente com auditorias de acordo com SCS Sustainably Grown, GLOBAL-G.A.P. IFA, GLOBALG.A.P. GRASP ou GLOBAL-G.A.P. SPRING. Também aceitamos certificações tais como Fairtrade ou Rainforest Alliance. Isto aplica-se tanto a frutas e legumes, como também a outras mercadorias, como o café e o chá.

Avaliações realizadas e monitorizadas pelo ALDI Nord

Estas auditorias de terceiros são um instrumento útil para recolher as primeiras informações e assegurar que um grande número de locais de produção, incluindo fábricas e produtores, são sujeitos a verificações periódicas de conformidade social. No entanto, estas auditorias não têm a profundidade necessária. Também monitorizamos e avaliamos o cumprimento dos nossos requisitos através das nossas próprias avaliações no local.

Avaliamos regularmente as condições de trabalho em locais de produção em países de risco, através de avaliações sociais abrangentes realizadas pelos nossos Departamentos de CR em Hong Kong e no Bangladesh. Estas avaliações são apoiadas ou mesmo levadas a cabo por prestadores de serviços externos. As nossas Avaliações Sociais ALDI (ALDI Social Assessments – ASA) têm-se centrado, até agora, nos segmentos não-alimentares e têxteis, mas estão cada vez mais a ser alargadas aos locais de produção alimentar. As nossas ASA identificam frequentemente questões que não são detetadas (ou documentadas) nas avaliações de terceiros, pelo que constituem um acréscimo valioso ao nosso conjunto de ferramentas. Também nos permitem analisar processos de produção de acordo com requisitos próprios do ALDI e identificar áreas específicas de alto risco nas quais concentrar os nossos esforços.

No local, dialogamos com as partes interessadas, incluindo os trabalhadores, para melhor identificar e prevenir atempadamente potenciais impactos negativos nos direitos humanos. No caso de ser detetado qualquer incumprimento dos nossos requisitos, o local de produção e o respetivo fornecedor devem empenhar-se na sua resolução. Se for apurado um caso grave de incumprimento, tal como definido nas nossas normas, é acionado um procedimento definido contratualmente. Esperamos que todos os fornecedores corrijam quaisquer deficiências o mais rapidamente possível, de acordo com

os planos de ação corretiva acordados. Caso os nossos requisitos e processos não sejam cumpridos, as potenciais consequências podem variar, desde advertências escritas até à cessação da relação comercial. Para mais pormenores sobre o processo de avaliação, ver também o [relatório de 2017](#) e o [relatório de 2015](#).

Oferecemos também uma vasta gama de artigos agrícolas frescos, tais como bananas e ananases produzidos em países de alto risco. Devido à elevada frequência das entregas e aos múltiplos produtores envolvidos, desenvolvemos a nossa própria abordagem para avaliar e assegurar o cumprimento dos nossos requisitos sociais e de direitos humanos, ao nível da exploração agrícola. As Avaliações de Produção ALDI (ALDI Producer Assessments – APA) fornecem informações cruciais sobre as condições de trabalho, incluindo na época da colheita, nos locais de produção dos nossos fornecedores do segmento alimentar em países de alto risco. Estas avaliações são realizadas em cooperação com prestadores de serviços externos e servem também de ferramenta estratégica na nossa Avaliação da Responsabilidade Empresarial dos Fornecedores (Corporate Responsibility Supplier Evaluation – CRSE), realizada anualmente. Para mais informações sobre a CRSE, ver a subsecção seguinte.

As ASA e as APA acima referidas serão, no futuro, fundidas sob o nome de Avaliação de Sustentabilidade ALDI (ALDI Sustainability Assessments – ASA) e combinarão ambas as abordagens.

No próximo relatório, iremos informar mais sobre o progresso realizado neste domínio.

Além da auditoria: desempenho em matéria de CR e iniciativas multilaterais

GRI 412/103-2 Embora as auditorias e medidas análogas nos forneçam conhecimentos valiosos e nos ajudem a abordar diretamente questões imediatas nas nossas cadeias de abastecimento, constituem apenas uma abordagem para assegurar que as normas sociais estão a ser cumpridas. Ações adicionais, como por exemplo, visitas ao local, comunicação direta e formações com fornecedores e produtores, bem como a participação em projetos locais, fazem parte da nossa carteira de ações para assegurar melhorias duradouras nas condições de trabalho.

Um dos nossos objetivos estratégicos é integrar mais a sustentabilidade nas práticas de compra, refletindo o nosso compromisso com os direitos humanos nas nossas aquisições e exigindo uma abordagem colaborativa com os nossos fornecedores. Para tal, desenvolvemos a nossa Avaliação anual da Responsabilidade Empresarial dos Fornecedores (Corporate Responsibility Supplier Evaluation – CRSE) de produtos alimentares e não-alimentares. O objetivo desta avaliação é incorporar o desempenho de sustentabilidade dos fornecedores nas nossas práticas de compra, para além das certificações e da realização de auditorias.

Os fornecedores serão avaliados de acordo com fatores-chave, tais como a sua organização de CR e os seus processos de conformidade, o seu apoio e relação com os locais de produção ou produtores, assim como o seu dever de diligência ambiental e de direitos humanos. Os critérios avaliados incluem os métodos usados pelos fornecedores para monitorizar as condições de trabalho no país de origem e a sua abordagem de apoio aos parceiros ao longo das cadeias de abastecimento, mas também os resultados das Avaliações de Sustentabilidade ALDI (ALDI Sustainability Assessments – ASA) e a sua capacidade de implementar melhorias sempre que necessário. Trabalhamos em estreita colaboração com os nossos fornecedores durante todo o processo CRSE, desde o envio do questionário de autoavaliação até aos resultados finais, de forma transparente em reuniões colaborativas. A respetiva classificação CRSE é então utilizada para desenvolver planos e estratégias de melhoria do desempenho social e ambiental ao longo do ano.

As infrações sistémicas das normas sociais internacionalmente aceites não podem ser resolvidas por empresas ou organizações individuais. Por este motivo, participamos em numerosas iniciativas multilaterais. Cooperamos continuamente a nível nacional e internacional na qualidade de membros de iniciativas e mantemo-nos em estreito diálogo com instituições que estabelecem normas e organizações não governamentais (ONG). Através do nosso envolvimento

e participação, enquanto parte interessada, em organizações, grupos de trabalho, etc., promovemos projetos que apoiam os nossos esforços e os dos nossos fornecedores, tendo em vista a melhoria da conformidade social nas nossas cadeias de abastecimento.

Para uma visão geral de todas as adesões e compromissos, 'Partes interessadas & Redes' .

PROGRESSO E MEDIDAS EM 2021

Já foram tomadas diversas medidas para reduzir os riscos em matéria de direitos humanos nas nossas cadeias de abastecimento alimentar e não-alimentar e para melhorar o respeito das normas sociais, tal como descrito acima.

Em 2021, prosseguimos muitos projetos já em curso e também alargámos os nossos esforços. Tal como para muitas outras organizações, a pandemia de COVID-19 afetou o nosso trabalho, resultando no cancelamento ou no atraso de alguns processos, enquanto outros tiveram de ser modificados. Abaixo, encontrará uma breve atualização sobre os principais desenvolvimentos e novos projetos de Social Compliance em 2021.

Abordagem à igualdade de género

Estamos empenhados em eliminar a discriminação e em defender a igualdade dentro da nossa esfera de influência. A assinatura dos 'Women's Empowerment Principles' das Nações Unidas no início de 2021 enviou um sinal claro de combate à discriminação e de promoção da igualdade de género, ao longo das cadeias de abastecimento globais e dentro do nosso grupo de empresas.

Reafirmámos o nosso apoio aos princípios em duas outras publicações no final de 2021: Política Internacional de Igualdade de Género nas nossas cadeias de abastecimento e o correspondente Plano de Ação para a Igualdade de Género. A Política de Igualdade de Género centra-se especificamente nas mulheres nas cadeias de abastecimento, enquanto grupo particularmente vulnerável, que tem sido tradicionalmente negligenciado. Acreditamos que ao respondermos aos desafios que as mulheres enfrentam nas cadeias de abastecimento e ao apoiarmos a igualdade de género podemos promover uma maior diversidade em geral, bem como fomentar cadeias de abastecimento mais seguras e mais inclusivas.

Na Política e no Plano de Ação, o ALDI sublinha a sua ambição de reforçar ainda mais os direitos das mulheres e de contribuir para a melhoria das condições de trabalho das mulheres nas suas cadeias de abastecimento globais. Uma vez que reconhecemos que muitas das causas na origem da desigualdade de género são difíceis de abordar por uma só empresa, queremos reforçar a

nossa participação em iniciativas com múltiplas partes interessadas e o nosso diálogo com parceiros comerciais, produtores, sindicatos, organizações de defesa dos direitos das mulheres e decisores políticos. A Política aplica-se a todas as empresas ALDI e será regularmente atualizada, a par do Plano de Ação para a Igualdade de Género.

O nosso compromisso para com os salários e os rendimentos de subsistência

GRI 407/103-2, 412/103-2 Os salários e rendimentos de subsistência são uma parte intrínseca dos direitos humanos e essenciais para reduzir a desigualdade e erradicar a pobreza. Reconhecemos que os rendimentos e salários auferidos pelos pequenos agricultores e trabalhadores ao longo das cadeias de fornecimento globais são muitas vezes insuficientes para permitir um nível de vida adequado. Devido ao contexto político, económico e social, os atuais níveis salariais mínimos nas cadeias globais de abastecimento nem sempre garantem uma remuneração adequada que proporcione aos trabalhadores e suas famílias um nível de vida condigno. Tal pode configurar uma violação dos direitos humanos dos trabalhadores e agricultores afetados, bem como das suas famílias. Estamos cientes de que se trata de uma questão estrutural assente em muitos outros fatores que, sozinhos, não podemos mudar. Tem de haver uma tendência geral na comunidade empresarial que facilite mudanças duradouras. Por isso, visamos uma

mudança duradoura nas nossas cadeias de abastecimento globais, reforçando as nossas práticas de aprovisionamento responsável e aumentando a transparência e a rastreabilidade nas nossas cadeias de abastecimento.

Projetos-piloto, tais como o pagamento de prémios ou projetos de diversificação de rendimentos, ajudarão a assegurar um nível de vida adequado aos trabalhadores e agricultores, bem como às suas famílias. Mais uma vez, compreendemos que estas mudanças serão mais eficazes quando postas em prática por empresas em todo o mundo. Estamos a participar em projetos desse tipo para compreender melhor as ações que precisam de ser levadas a cabo e encorajar outras organizações a aderirem também. Como sabemos, a negociação coletiva desempenha um papel vital na fixação de salá-

rios adequados e na redução das disparidades salariais tendo em vista um salário de subsistência. Apoiamos a adoção de medidas estatutárias para promover a negociação coletiva entre trabalhadores e empregadores.

Em maio de 2021, divulgámos a nossa Declaração Internacional sobre Salários e Rendimentos de Subsistência, aplicável e aceite em toda a empresa, a fim de sublinhar o nosso compromisso voluntário em prol de salários e rendimentos de subsistência e clarificar a abordagem adotada pelo ALDI Nord.

Salário de subsistência para os produtores de banana

GRI 204/103-2/3, 304/103-2/3, 308/103-2/3 Para além de adotarmos a Declaração de Posição do ALDI sobre Salários e Rendimentos de Subsistência, integramos o Grupo de Trabalho de Empresas da Distribuição Alemãs dedicado a este tema e coordenado pela GIZ, pois acreditamos firmemente que uma solução eficaz e duradoura exige colaboração e igualdade de condições.

Neste contexto, assinámos um compromisso voluntário em 2020 para promover os rendimentos e os salários de subsistência – e não apenas para o grupo de mercadorias “bananas”. As medidas acordadas no compromisso incluem também o cálculo das disparidades salariais de rendimentos, assim como a implementação de práticas de compra sustentáveis em colaboração com compradores e fornecedores.

Em 2021, o grupo de trabalho concentrou-se intensamente nos objetivos estabelecidos no compromisso e acordou medidas tangíveis para um projeto-piloto no sector da banana. Esta iniciativa visa testar e pôr em prática soluções para apoiar e verificar o pagamento de salários de subsistência aos trabalhadores do sector da banana.

Os objetivos de abastecimento de “Bananas com Salários de Subsistência”, no que diz respeito às bananas Cavendish vendidas no mercado alemão (excluindo as bananas de marca), a partir de 2023, são os seguintes:

- Até 2023, pelo menos 7% do volume total de bananas de cada membro do grupo de trabalho serão “Bananas com Salários de Subsistência” provenientes do Equador; os volumes-alvo devem incluir bananas no segmento de preços de entrada e podem incluir outras linhas de produtos.
- Até 2025, cada membro tem por objetivo que pelo menos 50% do volume total de bananas sejam “Bananas com Salários de Subsistência”; estes volumes devem ser obtidos no Equador e noutros países de aprovisionamento.
- Até 2025, pelo menos 90% dos volumes provenientes do Equador devem ser de “Bananas com Salários de Subsistência”.

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)

“Os salários de subsistência são um pilar fundamental das cadeias de abastecimento sustentáveis. Esta iniciativa combina a compra responsável e uma representação mais forte dos trabalhadores, e normaliza os salários de subsistência no setor da banana. Aguardamos com expectativa uma maior colaboração”.

NINA KUPPETZ

Consultora sobre Salário e Rendimento de Subsistência



Os três objetivos foram acordados pelas empresas da distribuição participantes do grupo de trabalho GIZ e aprovados pela Autoridade da Concorrência Federal Alemã. Desta forma prepara-se o caminho para o pagamento de salários de subsistência no sector da banana e incentiva-se uma situação de igualdade na Alemanha.

Em 2022, o objetivo para todos os membros é de analisar e validar as disparidades salariais para as explorações agrícolas no Equador e noutros países de origem através da colaboração com um prestador de serviços externo. Além disso, as atividades-piloto com explorações agrícolas selecionadas dentro e fora do Equador destinam-se a gerar conhecimentos iniciais e lições sobre soluções eficazes para a implementação das “Bananas com Salários de Subsistência”.

A nossa estratégia de criação de mecanismos de denúncia

GRI 412/103-2/3, 414/103-2/3 Os procedimentos de denúncia são mecanismos cruciais para os trabalhadores e as comunidades fazerem denúncias de forma anónima e pedirem soluções. No entanto, o ALDI Nord, sendo um dos últimos elos de uma cadeia de fornecimento complexa, enfrenta desafios particulares no que toca à disponibilização de mecanismos eficazes para todas as pessoas envolvidas e afetadas pela produção e distribuição dos nossos produtos. O ALDI Nord fornece produtos de muitos países diferentes, com cadeias de abastecimento que

abrangem vários continentes. Isto significa que os mecanismos precisam de ser adaptados especificamente a cada local. Além disso, se todas as empresas estabelecessem os seus próprios mecanismos de reclamação, as instalações e entidades de produção mais a jusante na cadeia de abastecimento seriam sobrecarregadas por processos individuais. Além disso, os afetados podem estar relutantes em ventilar quaisquer queixas através de um mecanismo organizado pelo ALDI Nord, pois as empresas da distribuição estão afastadas dos trabalhadores, agricultores e comunidades. Estamos a enfrentar estes desafios, numa fase inicial, utilizando Avaliações de Impacto nos Direitos Humanos (Human Rights Impact Assessments – HRIA) (ver subsecção acima “Avaliações da conformidade social e de direitos humanos”) para identificar potenciais barreiras enfrentadas pelos trabalhadores no acesso a mecanismos de denúncia e soluções. Também participamos em projetos-piloto, por exemplo, para determinar as melhores formas de melhorar o acesso a mecanismos de denúncia em cadeias de abastecimento relevantes. Em 2021, teve início no Vietname o projeto-piloto do mecanismo de denúncias “Speak for Change” da Amfori, no qual o ALDI Nord está a participar. O programa permite aos trabalhadores, comunidades e seus representantes ou denunciadores (“*whistleblowers*”) denunciar questões relacionadas com membros da amfori ou seus parceiros comerciais, que estejam a ocorrer ou das quais haja a perceção de estarem a ocorrer. O programa pretende ser um segundo passo, a ser

utilizado se os mecanismos operacionais locais de denúncia (operational grievance mechanisms – OGM) não resolverem a questão.

Os locais de produção têxtil no Bangladesh, onde os nossos produtos são fabricados, estão também sujeitas ao mecanismo de denúncias do Acordo Internacional sobre Saúde e Segurança na Indústria Têxtil e do Vestuário. Além disso, unimos esforços com outras empresas da distribuição para participar nos grupos de trabalho da Parceria Alemã para Têxteis Sustentáveis sobre mecanismos de denúncia, a fim de colaborar em abordagens de boas práticas.

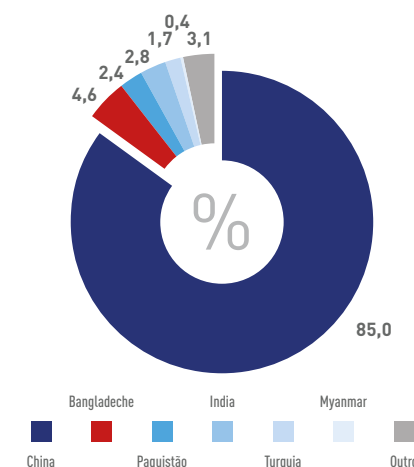
Definimos, na nossa estratégia, um objetivo de criação de mecanismos de denúncia que satisfaçam os requisitos dos “Princípios Orientadores das Nações Unidas sobre Empresas e Direitos Humanos” (UNGPs), até 2025, nas nossas cadeias de abastecimento de alto risco. Estamos empenhados em partilhar as conclusões dos projetos que estamos a levar a cabo com outros distribuidores e parceiros nas cadeias de abastecimento globais já no final de 2022.

O nosso compromisso de transparência e divulgação de informação

GRI 102-9 A transparência é essencial para cumprirmos a nossa responsabilidade de respeitar os direitos humanos. Já partilhámos as medidas existentes, por exemplo, no nosso relatório de sustentabilidade e na nossa página web. No

LOCAIS DE PRODUÇÃO DOS GRUPOS DE PRODUTOS NÃO-ALIMENTARES POR PAÍS

Percentagem de locais de produção contratados para artigos não-alimentares por país produtor



futuro, queremos comunicar mais abertamente sobre os riscos em matéria de direitos humanos, publicar informação sobre os desafios que enfrentamos, as ações que estamos a empreender e os resultados alcançados.

Para além dos nossos próprios controlos internos, queremos também permitir aos nossos clientes e às ONG rastrear as origens dos nossos produtos. A publicação das nossas principais locais de produção de têxteis e calçado é um primeiro passo. Inclui informações como as moradas e o número aproximado de trabalhadores. Este é um passo necessário tendo em vista garantir a rastreabilidade dos nossos produtos e o cumprimento do “Transparency Pledge”.

ALDI SOCIAL ASSESSMENTS (ASAs)

	2019	2020	2021
Número de países nos quais foram realizadas ASA	6	10	10
Número de ASA realizadas	348	307	263
dos quais na China	242	156	145
Percentagem de locais de produção não-alimentar em países de risco, nos quais foram detetados riscos sociais, em relação ao número total de ASA efetuadas	22,4	19,2	26,6

formulado por uma aliança de nove grupos de direitos humanos e sindicatos.

A introdução do nosso ALDI Transparency Code (ATC) para vários grupos de mercadorias na Alemanha, tais como têxteis ou carne fresca, leva-nos ainda mais longe. Desta forma, fornecemos aos nossos clientes uma lista de todos os locais de produção primária utilizadas pelos fornecedores ALDI Nord e revelamos toda a cadeia de abastecimento para produtos específicos. Facultamos informação exaustiva sobre o produto, as etapas de produção e outras informações de fundo, que inclui conhecimentos específicos sobre a utilização sustentável de têxteis, tais como instruções de lavagem, opções de reciclagem e iniciativas de sustentabilidade. Em 2021, o ATC estava disponível para cerca de 63% dos

artigos certificados de algodão oferecidos pela ALDI Nord Alemanha. Mais informações sobre a rastreabilidade de carne fresca, peixe e marisco com a ajuda do ATC podem ser consultadas na secção 'Transparência & Comunicação'.

Controlo da conformidade social em locais de produção globais

Em 2021, o ALDI Nord realizou 263 ASA em dez países, 55% dos quais na China (2020: 307). No Mianmar, realizámos quatro ASA no primeiro trimestre de 2021. No entanto, desde fevereiro de 2021, a realização de quaisquer atividades comerciais nesse país tornou-se imprevisível e até a implementação dos nossos processos mais básicos em matéria de dever de diligência para os direitos humanos tem-se revelado cada vez mais difícil. Após cuidadosas deliberações, chegou-se à decisão, em setembro de 2021, de parar de fazer encomendas ao Mianmar num futuro próximo.

Em 70 dos locais de produção auditadas, identificámos deficiências críticas em áreas como a saúde e a segurança no trabalho. Desde o início da pandemia da COVID-19, temos realizado a maioria das ASA por via remota. Colaboradores dos Departamentos de CR no Bangladeche e em Hong Kong levaram a cabo as avaliações por videoconferência e os prestadores de serviços locais efetuaram as verificações no local. No total, 100% das avaliações realizadas pelo departamento em Hong Kong foram feitas remotamente e, no Bangladeche, foram 14,5%. Em conjunto, isto significa que 64% das avaliações foram realizadas remotamente.

CACAU SUSTENTÁVEL CERTIFICADO

Percentagem de artigos de marca própria do sortido permanente e de ação com cacau sustentável certificado, em proporção do número total de produtos adquiridos com teor de cacau, discriminados por norma de certificação apenas online

Em 2021, cerca de 99% dos produtos de marca própria com teor de cacau utilizavam cacau sustentável certificado. A maior percentagem com a norma de certificação UTZ/Rainforest Alliance (cerca de 75%), seguida da Fairtrade (cerca de 24%, incluindo 0,6% de produtos com certificação Fairtrade e o logótipo biológico da UE) e do logótipo biológico da UE (cerca de 0,1%).

	2019	2020 ¹	2021
Bélgica/Luxemburgo ²	100,0	100,0	100,0
Dinamarca	98,6	97,5	96,6
França	94,0	93,5	97,7
Alemanha	95,4	99,9	99,1
Países Baixos	97,9	98,4	99,5
Polónia	94,1	99,2	98,5
Portugal	96,8	92,1	97,5
Espanha	97,4	98,7	94,6
ALDI Nord	97,1	99,7	98,7

1 O método de levantamento de dados alterou em 2020 em comparação ao ano anterior pelo que a comparação com os dados do ano anterior é limitada.
2 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

Em setembro de 2021, o ALDI Nord assinou o Acordo Internacional sobre Saúde e Segurança na Indústria Têxtil e do Vestuário, um acordo de acompanhamento do Acordo sobre Proteção contra Incêndios e Segurança de Edifícios no Bangladeche. As inspeções são realizadas no âmbito da nossa filiação e visam assegurar

CAFÉ SUSTENTÁVEL CERTIFICADO

Percentagem do café sustentável certificado em proporção do peso total de todo o café adquirido para artigos de marca própria do sortido permanente e de ação, discriminado por norma de certificação, apenas online

Em 2021, cerca de 58% do café de marca própria adquirido foi certificado em conformidade com uma das seguintes normas de sustentabilidade: Fairtrade, UTZ/Rainforest Alliance e o logótipo biológico da UE. A maior percentagem com a norma de certificação UTZ/Rainforest Alliance (cerca de 89%), seguida da Fairtrade e do logótipo biológico da UE (cerca de 11%).

	2019	2020	2021
Bélgica/Luxemburgo ¹	54,4	57,0	60,3
Dinamarca	54,8	85,7	85,1
França	58,1	57,7	60,2
Alemanha	47,0	49,5	51,6
Países Baixos	60,2	63,6	65,4
Polónia	58,2	46,5 ²	56,7
Portugal	66,0	69,4	77,6
Espanha	73,4	71,2	70,6
ALDI Nord	52,5	54,8	57,5

1 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").
2 Os dados referentes ao ano de 2020 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

uma proteção adequada contra incêndios e a segurança geral dos edifícios. Ver a subsecção acima, "Auditorias de Terceiros".
Apreciamos a sua nova orientação internacional e acreditamos que o Acordo continua a ser um instrumento crítico para melhorar conti-

GRI FP2

CHÁ SUSTENTÁVEL CERTIFICADO

Percentagem do chá sustentável certificado em proporção do peso total de todo o chá adquirido para artigos de marca própria do sortido permanente e de ação, discriminado por norma de certificação¹, apenas online

Em 2021, cerca de 72% dos nossos produtos de chá de marca própria foram certificados com uma das seguintes normas de sustentabilidade: Fairtrade, UTZ/Rainforest Alliance, EU Bio. A maior percentagem com a norma de certificação UTZ/Rainforest Alliance (cerca de 90%), seguida do logótipo biológico da UE (cerca de 7%) e Fairtrade & EU Bio (cerca de 3%).

	2019	2020	2021
Bélgica/Luxemburgo ²	67,2	70,1	83,0
Dinamarca	40,4 ³	78,9	60,8
França	71,6 ³	67,4	70,9
Alemanha	61,9	67,3	70,9
Países Baixos	74,1 ³	73,9	88,3
Polónia	52,4	62,8	75,1
Portugal	49,3	62,1	61,2
Espanha	50,5	61,5	62,1
ALDI Nord	62,7	67,9	72,4

1 Os dados abrangem produtos de marca própria com teor de chá (artigos que contenham produtos provenientes da planta de chá, como chá preto e chá verde), bem como artigos de marca própria que contenham infusões (como de ervas e de frutas).

2 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

3 Os dados referentes ao ano de 2019 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

nuamente a segurança dos trabalhadores da indústria têxtil – incluindo na sua futura forma como RMG [ready-made garment] Sustainability Council (RSC) no Bangladesh.

Relações comerciais justas: como capacitamos os agricultores locais e promovemos projetos de comércio justo

GRI 102-9 Entendemos que os pequenos agricultores enfrentam numerosos desafios específicos. Devido a muitos fatores que fogem ao controlo dos agricultores, tais como as alterações climáticas, as condições meteorológicas imprevisíveis, os preços internacionais da energia que afetam os fatores de produção agrícola e a falta de acesso ao mercado, a produção de culturas em quantidades estáveis é um desafio. Consequentemente, os agricultores são frequentemente incapazes de auferir um salário de subsistência. O papel crucial que desempenhamos na alteração desta situação é evidente. Trabalhamos na melhoria das condições de vida dos trabalhadores através de uma variedade de abordagens, desde o aumento da quota de matérias-primas sustentáveis certificadas (como o Fairtrade ou a Rainforest Alliance), até ao apoio a projetos em países de aprovisionamento. Estamos atualmente envolvidos em vários projetos e iniciativas, por exemplo, o nosso projeto de café na Colômbia (promovido pela SKN Caribe-café), o projeto PRO-PLANTEURS para o cacau sustentável ou a nossa participação no World Banana Forum e na Juice CSR Platform. Em

2021, passámos a fazer parte da Sustainable Nut Initiative (Iniciativa dos Frutos Secos Sustentáveis). No futuro, acrescentaremos outras medidas, a fim de continuar o nosso apoio e alargar o nosso compromisso.

GRI 414-2 Em 2020, tornámo-nos na primeira empresa da distribuição *discounter* a aderir à Tony's Open Chain, uma iniciativa da Tony Chocolonely, que assenta na colaboração para mudar as normas da produção de chocolate. As sementes de cacau para o nosso chocolate Choceur CHOCO CHANGER são obtidas de forma responsável através da Tony's Open Chain. Desde 2021, este chocolate é vendido nas nossas empresas na Bélgica, Dinamarca, Alemanha, Luxemburgo, Países Baixos, Portugal e Espanha. A ALDI França acrescentou o chocolate Choceur CHOCO CHANGER à sua gama de produtos em 2022. Aderindo aos cinco princípios de aprovisionamento, integramos uma missão que visa eliminar completamente o trabalho escravo da produção de produtos de chocolate. A Tony's Open Chain ajuda os fabricantes de chocolate a transformarem as suas cadeias de abastecimento de cacau e a tornarem-se pioneiros da sustentabilidade.

Para além das medidas acima mencionadas, enquanto membro da Iniciativa Alemã sobre Cacau Sustentável, apoiamos o projeto "PRO-PLANTEURS" que tem vindo a melhorar as condições de trabalho e de vida dos produtores de cacau na Costa do Marfim desde 2015. Continuaremos

a apoiar o PRO-PLANTEURS na segunda fase do projeto, que vai de 2020 a 2025.

O cultivo de café proporciona um meio de subsistência a cerca de 25 milhões de pequenos agricultores em África, na Ásia e na América Latina. Os numerosos processos de trabalho envolvidos na produção criam desafios sociais, ambientais e económicos. Desde 2016, a nossa Política Internacional de Compra de Café estipula um aumento contínuo da percentagem de café certificado nos nossos produtos de marca própria. No final de 2021, cerca de 58% de todo o café certificado utilizado em produtos de marca própria, em todas as empresas ALDI, apresentavam o logótipo biológico da UE, Fairtrade ou UTZ/Rainforest Alliance Certified™ (2020: cerca de 55%).

GRI 414-2 Em todo o mundo, 200 milhões de pessoas trabalham em plantações de chá. Os principais desafios da sustentabilidade incluem questões como o despovoamento rural, as duras condições de trabalho e a utilização de pesticidas. A nossa Política Internacional de Compra de Chá regula a compra de todos os volumes de chá em bruto para as categorias de produtos ALDI Nord de chá preto, verde, de ervas e de frutas (saquetas e chá avulso). No final de 2021, cerca de 93% dos volumes de chá preto e verde utilizados em produtos de marca própria em todas as empresas ALDI tinham sido certificados como sustentáveis (logótipo biológico da UE, Fairtrade ou rótulo UTZ/Rainforest Alliance Certified™).

Avaliação de Riscos nas Práticas Sociais da GLOBALG.A.P.

Para frutas e legumes, bem como flores e plantas, exigimos uma certificação GLOBALG.A.P.-IFA válida, conjugada com uma avaliação social, tal como a GRASP (GLOBALG.A.P. Risk Assessment on Social Practice) ou uma normal social igual ou superior. O GRASP é um módulo complementar da certificação GLOBALG.A.P.-IFA, que avalia práticas sociais nas empresas de produção agrícola. Abrange vários aspetos da responsabilidade social, avaliando as práticas sociais a nível da exploração agrícola e abordando questões específicas de saúde, segurança e bem-estar dos trabalhadores.

No final de 2021, a percentagem de produtores certificados, grupos de produtores e/ou organizações de produtores era de quase 100% para todas as empresas ALDI. Utilizamos o 'GLOBALG.A.P. Bookmarking System' para apurar o estado da certificação e a rastreabilidade das nossas frutas e vegetais, com o objetivo de aumentar a transparência na cadeia de abastecimento e obter dados mais precisos sobre exploração agrícola. Por fim, queremos cumprir as nossas obrigações de dever de diligência em matéria de direitos humanos no sector das frutas e legumes e medir o nosso impacto. O sistema já está em vigor na maioria dos países. A ALDI Polónia introduziu um projeto-piloto no início de 2022 e, a partir do final de 2022, os fornecedores de frutas e legumes de todos os países utilizarão o sistema de 'bookmarking'.

Pode consultar mais informações sobre a avaliação de risco GLOBALG.A.P. no nosso [Relatório de Sustentabilidade de 2019](#).

OBJETIVOS & STATUS QUO

GRI 204/103-2/3, 412/103-2/3, 414/103-2/3 Como parte da nossa responsabilidade de respeitar os direitos humanos, os nossos compromissos e políticas de compras, estabelecemos uma série de objetivos ambiciosos. Relatamos de forma transparente os nossos progressos, por exemplo, através do nosso roteiro no âmbito da Parceria Alemã para Têxteis Sustentáveis. Os prémios e as classificações dão-nos indicações fiáveis sobre o nosso desempenho e as oportunidades de melhoria. Estas incluem os controlos críticos de supermercado da Oxfam.

GRI 412-2 A implementação do dever de diligência em matéria de direitos humanos é um processo em desenvolvimento contínuo. Assim, o nosso Programa de Social Compliance é alargado e aprofundado anualmente, de acordo com as nossas análises de risco. Com o objetivo de consolidar ainda mais a nossa abordagem, o alargamento do âmbito de aplicação da nossa CRSE (ver acima) foi iniciado em 2021, para incluir o grupo de mercadorias da bricolagem, que será totalmente implementado em 2022. Também começámos a implementar este programa para o pescado (atum). Além disso, estamos a planear um novo alargamento a outras cadeias de

abastecimento alimentar de alto risco – citrinos e abacate – até 2023 e queremos alargar a avaliação do fornecedor a todas as cadeias de abastecimento alimentar de alto risco até 2027.

A nível nacional, a ALDI Países Baixos, por exemplo, participa na monitorização anual da nossa política de dever de diligência como parte do pacto nacional no âmbito do qual a Associação Neerlandesa de Empresas da Distribuição Alimentar, bem como distribuidores e fornecedores de alimentos, trabalham em conjunto com sindicatos, ONG e ministérios. No contexto deste pacto, foi publicado, em janeiro de 2022, um relatório conjunto de Avaliação do Impacto nos Direitos Humanos relativo ao tomate transformado italiano. Nele figuravam recomendações para o governo, ONG, sindicatos e supermercados, que constituíam a base para a adoção de medidas individuais e conjuntas, a nível nacional e internacional, no âmbito do pacto. Além disso, estamos atualmente a planear sessões de formação sobre políticas e procedimentos em matéria de direitos humanos em todo o ALDI Nord.

A nível internacional, em todos os países ALDI, pretendemos publicar dados sobre o género em três cadeias de abastecimento de alto risco, bem como dados sobre a discrepância entre os salários de subsistência e os rendimentos reais. Estes dados serão recolhidos através das HRIA e do estudo planeado com prestadores de serviços externos. Passo a passo, o nosso objetivo é tornar as nossas cadeias de abastecimento de alto risco

mais transparentes. Em 2021, publicámos a lista de países de origem de todas as cadeias de abastecimento alimentar de alto risco do ALDI Nord. A publicação dos nomes e moradas dos fornecedores de nível 1 está planeada para o final de 2022. Até 2027, é nosso objetivo divulgar publicamente todas as fases relevantes da cadeia de valor para seis das nossas cadeias de abastecimento de alto risco. Começaremos com uma cadeia de abastecimento e, nos próximos anos, iremos alargar a transparência às restantes.

A nossa agenda para 2022 e para os próximos anos inclui também as medidas de capacitação sobre temas relacionados com a nossa responsabilidade em matéria de respeito dos direitos humanos. Para promover a sensibilização e alargar o conhecimento sobre questões cruciais, estamos a planear proporcionar o acesso a formação interna e externa aos nossos fornecedores e às suas instalações de produção. Por conseguinte, estamos a realizar uma avaliação das necessidades, que se irá apoiar nas nossas próximas medidas de reforço de capacidades.

Outros objetivos relativos à responsabilidade social podem ser encontrados no nosso [Programa CR](#).

CLIMA & AMBIENTE

COMO OTIMIZAMOS OS NOSSOS PROCESSOS

Das lojas aos centros de distribuição e escritórios administrativos, onde quer que operemos, o nosso objetivo é reduzir de forma constante a quantidade de energia e recursos que consumimos. O nosso enfoque é a redução das emissões de CO₂. Este é o elemento mais evidente na Política de Proteção Climática do ALDI Nord.



TRÊS PERGUNTAS A NORA VERFÜRTH E ALANA LORRÉ

De que se trata o projecto sobre a nova meta climática?

Nora Verfürth: Em 2020, o ALDI Nord comprometeu-se com a iniciativa 'Science Based Target' e estabeleceu metas vinculativas para a redução das emissões de CO₂ em toda a nossa cadeia de valor. Para atingir as metas aprovadas pela iniciativa em maio de 2022, concentramo-nos na redução das emissões nas nossas operações, e comprometemos os fornecedores estratégicos, responsáveis por mais de 75% das emissões da cadeia de abastecimento, a definir metas de redução com base científica até 2024.

Qual foi, para si, o momento mais importante em 2021?

Alana Lorré: O 100.º sistema de painéis solares foi instalado na ALDI Bélgica em julho de 2021. Em três anos, o número de instalações fotovoltaicas aumentou de 44 para 101 na Bélgica. Em 2021, gerámos um total de 9149 MWh com as nossas próprias instalações nos telhados das lojas e dos centros de distribuição. Isto equivale a cerca de 2541 casas unifamiliares, com base num consumo médio de 3600 kWh por família na Bélgica.

Quais são os próximos passos?

Alana Lorré: Só em 2022, estamos a planear 40 novas instalações fotovoltaicas e estações de carregamento de carros elétricos em todas as sete empresas regionais e, a partir de 2023, também nas nossas lojas. Todas as lojas novas e renovadas na Bélgica já estão a ser equipadas com um sistema sustentável de arrefecimento de CO₂ com modernizações planeadas em todas as lojas do país até 2030.

Nora Verfürth: A aprovação da nossa meta climática foi apenas o início do percurso. Alinhando todas as atividades, implementaremos um processo de monitorização internacional e multifuncional para assegurar que todas as medidas se mantêm no bom caminho e que existe uma colaboração estreita com os nossos fornecedores.



NORA VERFÜRTH
ALDI Einkauf SE & Co. oHG,
Director Corporate
Responsibility Quality
Assurance International



ALANA LORRÉ
ALDI Real Estate NV (Bélgica),
Manager Business Partner
Energy & Sustainability

PROTEÇÃO CLIMÁTICA & AMBIENTAL

GRI 301/103-1, 302/103-1/2, 303/103-1/2, 305/103-1/2, 306/103-1/2

Fornecer aos nossos clientes produtos mais sustentáveis exige uma monitorização contínua de todas as nossas cadeias de valor e processos de trabalho. A proteção climática e ambiental nas nossas instalações e nas instalações de produção dos nossos fornecedores desempenham um papel significativo nestas considerações. Parte do nosso ADN enquanto *discounter* consiste em concentrarmo-nos na utilização eficiente dos recursos. Estamos a responder às exigências de mudança dos consumidores, adotando sistemas modernos de gestão da eficiência, a par de uma gestão sistémica reversa (por exemplo, recipientes de plástico reutilizáveis para frutas e legumes) e da reciclagem. Esta é a nossa contribuição para a sustentabilidade futura do ALDI Nord e a nossa abordagem à gestão resiliente do risco.

A NOSSA ABORDAGEM

GRI 102-11, 302/103-2/3, 305/103-2/3

Utilizamos todos os recursos no nosso ambiente de negócios da forma mais eficiente possível. As nossas políticas, objetivos, sistemas de gestão e medidas de gestão de energia, de resíduos e de água foram desenvolvidos para satisfazer esta procura. A proteção climática é um dos maiores desafios da sociedade do nosso tempo. É por isso que damos especial atenção à redução do nosso consumo de energia e das emissões de CO₂.

O nosso objetivo de redução de 40% das emissões até 2021, em comparação com o nível de 2015, foi alcançado no ano de referência. As expectativas da população em relação à proteção climática por parte das empresas estão a aumentar. À luz dos atuais desenvolvimentos políticos, a importância desta questão para o ALDI Nord está a aumentar drasticamente. A iniciativa Science Based Targets (SBTi) tornou-se a norma internacionalmente reconhecida para a definição de objetivos empresariais em matéria de proteção do clima. O ALDI Nord foi um dos primeiros *discounters* a aderir ao SBTi em julho de 2020 e comprometeu-se a estabelecer metas cientificamente verificadas e vinculativas para a redução das emissões de CO₂. A nossa nova meta climática é reduzir as nossas emissões de gases com efeito de estufa em todo o grupo de empresas ALDI Nord em 55% até 2030, em comparação com os nossos níveis de 2020. Esta meta aplica-se a todas as emissões que causamos no decurso das nossas atividades comerciais (emissões de âmbito 1 e âmbito 2). As emissões de âmbito 3 serão cobertas por uma meta de compromisso do fornecedor. Também nos comprometemos a que 75% dos nossos fornecedores, em termos de emissões que abarcam os “bens e serviços adquiridos”, definam objetivos com base científica até 2024.

Em 2020, foi calculada a nossa segunda pegada de carbono. Incluíram-se também as emissões de âmbito 3 pela primeira vez e este passou a ser o novo ano de referência para a nossa SBT. A pegada descriminou as nossas emissões de gases

com efeito de estufa por fonte de emissão e foi determinada de acordo com a norma internacionalmente reconhecida do Greenhouse Gas (GHG). As nossas principais fontes de emissão de âmbito 1 e 2 são:

- **Lojas:** as operações das lojas representam a maior parte das nossas emissões de gases com efeito de estufa com cerca de 54%. A maior parte da energia é utilizada para a iluminação da área de vendas, aquecimento e a refrigeração dos bens alimentares. Por este motivo, as emissões de gases com efeito de estufa relacionadas com a refrigeração representam 16% do total das emissões.
- **Logística e frota:** Cerca de 21% das nossas emissões de gases com efeito de estufa são geradas na logística. A maioria delas deve-se ao consumo de gásóleo dos camiões que fazem as entregas nas nossas lojas.
- **Centros de distribuição:** Para além da refrigeração, a iluminação é responsável por uma parte significativa da eletricidade consumida nos centros de distribuição. A percentagem total das emissões de gases com efeito de estufa causadas pelos nossos centros logísticos é de cerca de 9%.

Pode consultar mais informações sobre emissões e os vários âmbitos, incluindo informações sobre emissões de âmbito 3 na subsecção “Pegada de carbono”.

ORGANIZAÇÃO E DIRETRIZES

GRI 302/103-2/3, 305/103-2/3, 306/103-2/3

O Departamento internacional de Corporate Responsibility Quality Assurance International (CRQAI) tem a responsabilidade global pela nossa Política de Proteção Climática e outros conceitos estratégicos. Contudo, é essencial uma estreita cooperação entre departamentos, divisões e equipas de peritos relevantes. A proteção do clima também requer a colaboração e a perícia de vários departamentos especializados. A nível internacional e dentro dos países, os departamentos de CRQAI, de Real Estate & Expansion e de Supply Chain Management trabalham em estreita colaboração. A abordagem daí resultante é dupla: uma resposta ágil aos novos avanços tecnológicos, tais como as tecnologias de arrefecimento ou refrigeração, e a monitorização sistemática das partes interessadas e dos desenvolvimentos legislativos.

Os gestores do Departamento de Logística Reversa são responsáveis por reunir soluções para a implementação de sistemas reutilizáveis (por exemplo, caixas de transporte reutilizáveis de plástico para frutas e legumes) e soluções de gestão de resíduos para o ALDI Nord. Coordenam-se com as nossas unidades operacionais e prestadores de serviços externos para otimizar ainda mais os processos de prevenção e reciclagem de resíduos. A experiência adquirida com a gestão de resíduos e de água em cada país é utilizada para introduzir melhorias em todo o ALDI Nord.

Internacionalizámos e fundimos ainda mais as nossas operações de gestão. O Departamento 'International Supply Chain Management', juntamente com a unidade de 'Reverse Logistics', tem agora a responsabilidade centralizada de coordenar e controlar as atividades de gestão de resíduos em toda a empresa. Desde finais de 2021, estamos também a estabelecer um sistema internacional de gestão de devoluções para o grupo de empresas ALDI Nord, concebido para evitar a destruição de produtos (não vendidos e devolvidos) que ainda se encontram em boas condições. Queremos recuperar materiais recicláveis destes artigos e torná-los disponíveis no sistema de reciclagem.

Regulamentação

GRI 302/103-2/3, 303/103-2/3, 304/103-2/3 Faz parte da nossa abordagem monitorizar regularmente as propostas legislativas da UE e responder antecipadamente à legislação provável ou futura, tal como o regulamento sobre emissões de gases fluorados com efeito de estufa. Este regulamento visa reduzir as emissões em toda a UE até 2030. Isto é muito relevante para nós porque utilizamos refrigerantes nos nossos sistemas de refrigeração para fornecer produtos frescos e seguros aos nossos clientes. Do mesmo modo, a aplicação da Diretiva da UE relativa ao desempenho energético dos edifícios em 2020 tem um papel nas decisões relativas ao planeamento e construção de novas lojas, por exemplo, no que diz respeito à obrigação de construir pontos de

carregamento para veículos elétricos. Acompanhámos estas propostas desde uma fase inicial e adaptámos adequadamente os nossos processos. Por exemplo, em preparação para a Diretiva-Quadro de Resíduos da UE, criámos o departamento de 'Reverse Logistics' como parte do 'International Supply Chain Management' do ALDI Nord. Todas as questões relacionadas com o agrupamento (por exemplo, de caixas de transporte reutilizáveis) e os resíduos são agora controladas e geridas de forma centralizada. Na Alemanha, Portugal e Países Baixos, existe uma obrigação legal de recolha de resíduos de equipamentos elétricos e eletrónicos do cliente, independentemente do local onde o cliente adquiriu originalmente o artigo. O ALDI Nord oferece a mesma retoma de equipamentos elétricos e eletrónicos usados em todos os países, apesar de não existir qualquer obrigação legal. A ALDI Países Baixos é obrigada por lei a fornecer informações sobre todas as medidas de poupança de energia implementadas.

A Diretiva da UE sobre o desempenho energético de edifícios estipula parâmetros energéticos para a construção de novas instalações. Uma vez que a ALDI Nord Alemanha já construiu instalações altamente eficientes do ponto de vista energético, não foi necessária qualquer adaptação da autorização de planeamento. Novos regulamentos da UE relativos à implementação de estações de carga para veículos elétricos (EV) exigiam que o ALDI Nord fornecesse, pelo menos, um ponto de carregamento em todos os

novos edifícios para os quais a autorização de planeamento foi aprovada após março de 2021. A logística e a mobilidade são de particular interesse nos Países Baixos e foram estabelecidos vários Acordos Verdes. Trata-se de parcerias público-privadas com vista à redução das emissões de CO₂, como por exemplo o "Green Deal Zero Emissions City Logistics". Esta iniciativa visa criar centros de cidades sem emissões até 2025. As restrições estabelecidas pela iniciativa irão provavelmente afetar-nos e iremos elaborar opções alternativas de abastecimento no futuro. A mobilidade sustentável tem um interesse considerável nos Países Baixos, com um aumento da mobilidade elétrica, sistemas de partilha de automóveis e infraestrutura para ciclistas.

Além disso, estamos a preparar-nos ativamente para outros regulamentos que nos afetarão no futuro, incluindo o Pacto Ecológico da UE, que prevê uma redução dos gases com efeito de estufa na UE de pelo menos 55% até 2030. Outro pacote de medidas na calha é o 'Fit for 55', que inclui novas diretivas e regulamentos da Comissão Europeia sobre a política climática. O objetivo é contribuir para alcançar os objetivos do Pacto Ecológico da UE.

PROGRESSO E MEDIDAS EM 2021

Metas climáticas alcançadas

GRI 302/103-1/2/3 Em 2018, fixámos uma meta para a redução das emissões num total de 40% em 2021, em comparação com 2015. Este objetivo foi alcançado no decurso do ano de referência. O maior desafio que enfrentámos foi o facto de a expansão nas lojas individuais do ALDI Nord ter levado à construção de novas lojas e ao aumento do consumo de energia e das emissões. Foi necessário fazer poupanças em relação ao ano de base de 2015, bem como compensar pela nossa expansão empresarial. O fator-chave para atingir a nossa meta foi a mudança para a energia verde. Foram introduzidas e executadas outras medidas de apoio nas lojas, centros de distribuição e logística. Informações sobre as medidas levadas a cabo podem ser consultadas na nossa Política de Proteção Climática e na subsecção “Medidas para alcançar os nossos objetivos” abaixo.

É evidente que quando a nossa meta anterior tiver sido atingida, será necessário estabelecer uma nova meta climática. Este é um verdadeiro reflexo da nossa ética. A exigência é colocada também pelos decisores políticos, que definem objetivos ambiciosos, tais como o Pacto Ecológico acima referido, pela comunidade científica e, claro, pelos nossos clientes. O nosso objetivo é que os clientes possam comprar nas nossas lojas de consciência tranquila. A fim de reunir todas estas partes interessadas, concebemos os nossos produtos e serviços, em particular as cadeias e processos de abastecimento, de modo a gerarem o mínimo de emissões.

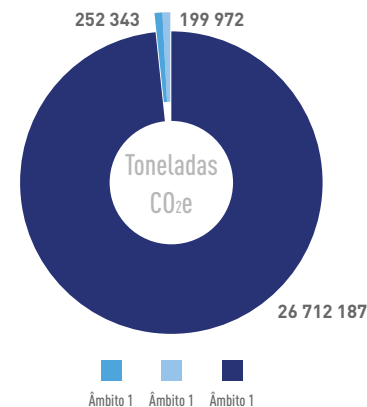
As nossas novas metas climáticas

GRI 305/103-1/2/3, 305-5 Em julho de 2020, o ALDI Nord aderiu à ‘Science Based Targets Initiative’ (SBTi), uma parceria entre o Carbon Disclosure Project (CDP), o United Nations Global Compact (UNGC), o World Resources Institute (WRI) e o World Wide Fund for Nature (WWF). A iniciativa foi criada em 2015 para ajudar empresas de todas as dimensões e de todos os sectores a estabelecer objetivos de redução de emissões, em conformidade com o entendimento atual da ciência do clima e com os objetivos do Acordo de Paris. Estes objetivos visam limitar o aquecimento global bem abaixo dos 2 graus Celsius relativamente aos valores da época pré-industrial e envidar esforços para limitar o aquecimento a 1,5 graus Celsius. Mais de 1180 empresas de mais de 60 países adotaram metas baseadas na ciência (SBT), que foram validadas pela SBTi. As metas abrangem tanto as emissões diretas como indiretas (âmbitos 1 e 2), como também as emissões indiretas da cadeia de abastecimento (âmbito 3), que representam a maioria das emissões totais, como é habitual no sector da distribuição.

Houve várias etapas empreendidas antes de estabelecermos uma nova meta climática para o ALDI Nord. Em 2020, concluímos uma análise abrangente das nossas emissões, incluindo a determinação, pela primeira vez, das emissões de âmbito 3 (ver abaixo). Definimos também um novo valor de referência, que utilizaremos para medir o progresso futuro. Foi necessária uma cooperação internacional e interdisciplinar

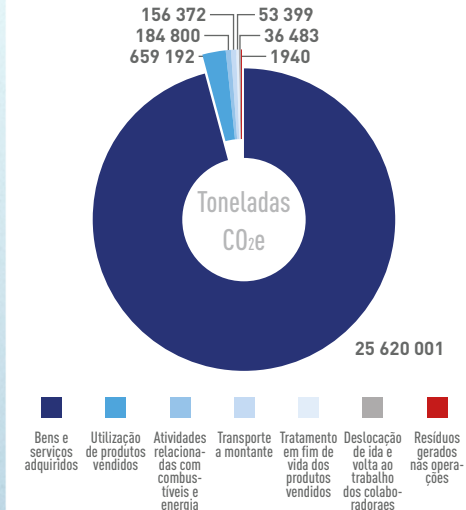
TOTAL DE EMISSÕES DO ALDI NORD 2020

Emissões de gases com efeito de estufa Âmbito 1, 2 e 3 em 2020 (em toneladas de equivalentes de CO₂)



EMISSÕES DE ÂMBITO 3 EM 2020

Âmbito 3 emissões por categoria em 2020 (em toneladas de equivalentes de CO₂)



com vários departamentos do ALDI Nord nacionais e internacionais, a fim de determinar uma nova meta climática. Trabalhámos com colegas dos departamentos da distribuição, armazéns centrais, logística e frota automóvel. Durante o processo, realizámos *workshops* para identificar o potencial de poupança de emissões e energia e determinar de que forma estas medidas poderiam ser implementadas em cada país. Apoiámo-nos em medidas anteriores e explorámos potenciais novas medidas internacionais. Fazer a previsão das emissões constituiu um desafio significativo, tendo em conta os planos de expansão e a comparação com o objetivo mínimo, de acordo com o SBTi. Estamos a planear a realização de uma monitorização contínua, a fim de

informar anualmente sobre o ponto de situação e os progressos alcançados.

A nossa nova meta é reduzir as nossas emissões de gases com efeito de estufa (âmbitos 1 e 2) em todo o ALDI Nord em 55% até 2030, em comparação com os nossos níveis de 2020, a fim de nos alinharmos com o percurso de 1,5 graus do SBTi. De acordo com os critérios SBTi, assim que as emissões de âmbito 3 representarem pelo menos 40% das emissões totais da empresa (âmbitos 1-3), a organização deve estabelecer um objetivo de âmbito 3. Uma vez que as emissões de âmbito 3 representam aproximadamente 99% das nossas emissões totais, identificámos e analisámos as sete categorias mais relevantes. Este exercício

revelou que a maioria das emissões – 96% – estavam na Categoria 1 (bens e serviços adquiridos), como é habitual no sector da distribuição. Estas são emissões geradas pelos fornecedores das empresas ALDI, nos quais podemos exercer uma influência limitada. Por este motivo, trabalhamos num objetivo de envolvimento de fornecedores, exigindo que estes se comprometessem a estabelecer a sua própria meta de redução com base científica, de acordo com os recursos do SBTi. A meta estabelece que 75% dos nossos fornecedores por emissões na categoria de âmbito 3 “Bens e serviços adquiridos” devem estabelecer metas com base científica até 2024. Em 2021, atingimos 27% da meta. Consideramos que um fornecedor cumpre os nossos critérios de metas assim que tiver uma meta científica validada, estiver na lista de entidades com compromissos assumidos na página inicial da SBTi ou estabelecer a sua própria meta de redução científica em linha com os recursos da SBTi.

Estamos em estreito diálogo com os nossos parceiros e fornecedores mais importantes para reduzir estas emissões de CO₂. Já oferecemos webinars gratuitos sobre os requisitos de contabilidade climática operacional e a definição de SBTs. O ALDI Nord analisa continuamente o estado de implementação e o progresso do compromisso climático dos fornecedores.

GRI 302-1 CONSUMO DIRECTO DE ENERGIA

Consumo direto de energia em edifícios e na logística por país (em MWh)¹

	2019	2020	2021
Bélgica/Luxemburgo ²	112 820	108 069 ³	111 337
Dinamarca	19 471	18 828	20 480
França	138 007	134 064 ³	154 377
Alemanha	391 645	386 987 ³	392 307
Países Baixos	80 503	77 286	78 543
Polónia	21 373	23 649 ³	28 717
Portugal	1560	2015	2730
Espanha	5314	5267 ³	5747
ALDI Nord	770 693	756 165	794 238

- 1 Os dados baseiam-se parcialmente em estimativas e extrapolações.
 2 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver “Sobre este relatório”).
 3 Os dados referentes ao ano de 2020 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

GRI 302-1 CONSUMO DIRETO DE ENERGIA POR FONTE

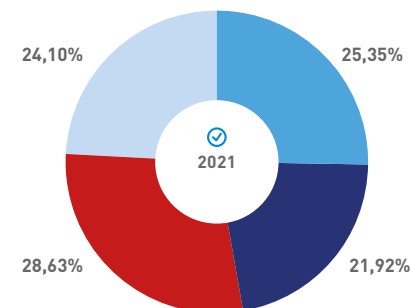
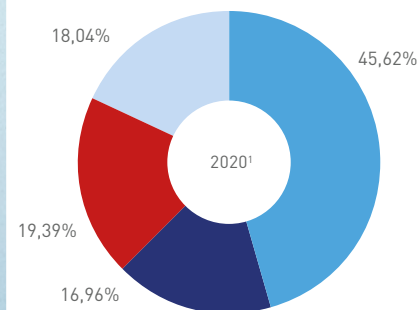
Consumo direto de energia em edifícios e na logística por fonte de energia (em MWh)¹

	2019	2020	2021
Gás natural	393 052	384 773 ²	424 155
Fuelóleo	28 889	25 425 ²	21 881
Biogás	131	799 ²	1430
Gasóleo (incl. geradores a gasóleo)	347 894	344 053 ²	344 998
Gasolina	338	713 ²	1341
GPL	389	402	433

- 1 Os dados baseiam-se parcialmente em estimativas e extrapolações.
 2 Os dados referentes ao ano de 2020 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

GRI 305-1/2 EMISSIONES DE GASES COM EFEITO DE ESTUFA ÂMBITO 1 E 2 POR FONTE

Quantidade total de gases com efeito de estufa Âmbito 1 e 2 por fontes (em percentagem, considerando as emissões baseadas no local)



Energia elétrica¹ Fluidos refrigerantes¹ Aquecimento¹ Logística¹

- 1 Os dados referentes ao ano de 2020 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

Determinação da nossa pegada climática

GRI 305-5 A pegada de carbono é a base da nossa estratégia climática, porque identifica onde são geradas as emissões de gases com efeito de estufa. Para determinar a pegada de carbono, temos vindo a registar anualmente, desde 2014, todo o consumo de energia e combustível, bem como as perdas de refrigerantes em todos os nove países do grupo de empresas ALDI Nord. Analisamos as operações das nossas lojas e centros de distribuição, assim como a nossa frota de camiões e veículos ligeiros (ver gráfico). De acordo com a SBTi, deve utilizar-se o ano mais recente para a apresentação de uma nova meta. O ano-base para a nova meta climática é, portanto, o ano de 2020. A nossa pegada de carbono é determinada de acordo com a norma internacionalmente reconhecida, estabelecida pelo Greenhouse Gas (GHG) Protocol que fornece um quadro vinculativo para a realização do cálculo. Uma auditoria externa em conformidade com as normas de garantia ISAE 3000 e ISAE 3410 assegura uma elevada qualidade dos dados para as emissões do âmbito 1 e 2.

A pegada de carbono anterior baseava-se nas emissões de âmbito 1 e 2, uma vez que estas eram suficientes para os objetivos climáticos anteriores. O novo Science Based Target (objetivo com base científica) requer também uma análise das emissões de âmbito 3.

Em 2020, foi emitido um total de 27 164 502 toneladas de CO₂e em todos os âmbitos (ver gráfico). Uma vez que estabelecemos metas

GRI 302-1

CONSUMO INDIRECTO DE ENERGIA

Consumo de eletricidade e energia térmica (em MWh)¹

O consumo de energia elétrica nas nossas localizações, com quase 1 239 527 MWh, é o responsável pela maior parte da necessidade energética. Em relação ao ano anterior, registou-se um aumento de cerca de 10%. Este aumento deve-se, entre outros, a integração do Leader Price na França, a abertura de novas lojas e o aumento das construções.

	2019			2020			2021		
	Total	Eletrici- dade	Energia térmica à distância	Total	Eletrici- dade	Energia térmica à distância	Total ²	Eletrici- dade	Energia térmica à distância
Bélgica/Luxemburgo ³	103 691	103 691	–	103 126	103 126	–	102 674	102 674	–
Dinamarca	49 875	37 921	11 954	51 465	39 700	11 765	45 919	39 289	6630
França	207 224	196 093	11 131	218 076	207 287	10 789	311 187	296 133	15 054
Alemanha	502 075	482 226	19 849	503 570	483 730	19 840	514 077	493 071	21 005
Países Baixos	106 734	105 810	924	108 000	107 185	815	104 409	103 784	625
Polónia	32 993	29 106	3887	35 291	30 880	4411	45 180	38 522	6658
Portugal	24 183	24 183	–	23 577	23 577	–	30 989	30 989	–
Espanha	113 353	113 353	–	123 203	123 203	–	135 066	135 066	–
ALDI Nord	1 140 128	1 092 383	47 745	1 166 308	1 118 688	47 620	1 289 500	1 239 527	49 973

¹ Os dados baseiam-se parcialmente em estimativas e extrapolações.

² Desvio dos totais devido aos arredondamentos.

³ Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

GRI 305-1/2

EMISSIONES DE GASES COM EFEITO DE ESTUFA ÂMBITO 1 E 2

Emissões de gases com efeito de estufa Âmbito 1 e 2 (em toneladas equivalentes de CO₂)

As emissões de gases com efeito de estufa foram apuradas com base no consumo de energia e combustível e nas perdas de fluidos refrigerantes. O cálculo obedece aos requisitos do Protocolo Greenhouse Gas (GHG), utilizando os fatores de emissões DEFRA ou GEMIS para as emissões respeitantes a abastecimento de energia térmica à distância. Conforme Protocolo GHG, o cálculo das emissões Âmbito «-2», resultantes do consumo de energia, foi efetuado, em 2019, pela primeira vez em separado e com base nos fatores de emissões baseados no local e no mercado. Enquanto no método baseado no local são considerados fatores para uma determinada região geográfica (por exemplo um país), para o método baseado no mercado são consideradas, desde que seja possível, as emissões do fornecedor de energia e da mistura individual de tipos de energia de uma empresa. O cálculo das emissões de gases de estufa baseadas no local baseia-se nos fatores da International Energy Agency (IEA).

	2019			2020			2021		
	Âmbito 1 ¹	Âmbito 2 ^{2,3} "baseado no local"	Âmbito 2 ² "baseado no mercado"	Âmbito 1 ¹	Scope 2 ^{2,3} "orts-basiert"	Âmbito 2 ² "baseado no mercado"	Âmbito 1 ¹	Âmbito 2 ² "baseado no mercado"	Âmbito 2 ² "baseado no mercado"
Bélgica/Luxemburgo ⁴	34 338	17 230	17 136	35 606 ⁵	20 566	–	35 929	16 948	–
Dinamarca	8849	7184	16 208	7434	8164	16 243	9161	4627	15 660
França	59 316	15 422	11 658	50 257 ⁵	13 284	9325	59 108	15 932	29 585
Alemanha	108 556	196 317	203 716	109 997 ⁵	199 211	140 970	100 281	176 089	5338
Países Baixos	28 867	46 153	120	26 248	44 888	106	27 878	38 419	81
Polónia	7138	23 088	24 603	6756 ⁵	24 584	28 754	8020	29 755	24 405
Portugal	2857	7718	5316	2398	7000	4576	3596	7357	6188
Espanha	11 295	31 774	57	13 647 ⁵	31 971	–	12 021	26 905	–
ALDI Nord	258 216	344 884	278 814	252 343	349 668	199 972	255 994	316 032	81 257

- 1 Âmbito 1: emissões de consumo de energia direto em edifícios, consumo de combustível na logística e perda de fluidos refrigerantes.
2 Âmbito 2: emissões de consumo de energia elétrica e energia térmica à distância, repartidas por emissões baseadas no local e no mercado.
3 Os fatores de emissão para o cálculo das emissões do consumo de eletricidade foram atualizados de CO₂ para CO₂e.
4 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").
5 Os dados referentes ao ano de 2020 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA RENOVÁVEL E NÃO-RENOVÁVEL (EM MWH)

	2020	2021
Consumo total de energia	1 922 473	2 083 736
de fontes renováveis ²	392 185	904 056
de fontes não-renováveis	1 530 288	1 179 680
Eletricidade	1 118 688	1 239 527
de fontes renováveis	391 386	902 626
externo ³	333 514	834 877
Consumo da produção das próprias instalações fotovoltaicas	57 872	67 749
de fontes não-renováveis	727 303	336 902

- 1 Desvio dos totais devido aos arredondamentos.
2 Incluindo garantias de origem, contratos de energia verde, produção interna nas instalações fotovoltaicas e aquisição de biogás.
3 Incluindo garantias de origem e, contratos de energia verde.

independentes para os âmbitos 1, 2 e 3, utilizamos duas pegadas de carbono separadas como base de referência para 2020. Mediremos o nosso progresso rumo às nossas metas em 2030 em relação a esta linha de base. Para os âmbitos 1 e 2, foi emitido um total de 452 315 toneladas de CO₂e em 2020.

As emissões do âmbito 3 representam a maior parte da pegada de carbono total, como é comum no setor da distribuição alimentar. A quota-parte de emissões de âmbito 3 do grupo de empresas ALDI Nord é de cerca de 99%. Sete das quinze categorias foram revistas em 2020 – cinco categorias de emissões a montante e duas a jusante. Foi comunicado um total de 451 841 toneladas de CO₂e. A categoria mais significativa foi, de longe, a dos "Bens e serviços adquiridos", que inclui todas as emissões a montante da produção de

produtos comprados em 2020. Outra categoria com uma parte significativa da pegada de carbono total é a da "Utilização de Produtos Vendidos". Esta categoria inclui emissões provenientes da utilização de bens e serviços vendidos por nós. As nossas emissões de âmbito 3 resultantes da utilização de produtos vendidos são as emissões dos âmbitos 1 e 2 dos utilizadores finais. Quaisquer emissões não incluídas no âmbito 1 ou 2, mas relacionadas com a produção de combustíveis e a energia comprada e consumida, são contabilizadas na categoria "Atividades relacionadas com combustíveis e energia". Estas incluem, por exemplo, as emissões geradas na refinaria durante a produção de gasóleo para as nossas frotas de camiões. As emissões geradas no transporte de mercadorias compradas a fornecedores em camiões que não são propriedade do ALDI Nord são contabilizadas na categoria "Transporte

a montante". As outras categorias – "Deslocação de ida e volta ao trabalho dos colaboradores", "Tratamento em fim de vida dos produtos vendidos" e "Resíduos gerados nas operações" – representam uma parte relativamente pequena das emissões do âmbito 3. Para mais informações sobre as categorias listadas acima e todas as outras, ver documentação do GHG Protocol.

Medidas para alcançar os nossos objetivos

GRI 302/103-1/2, 303/103-1/2, 305/103-1/2/3 Como parte do desenvolvimento das metas no âmbito da SBTi, incorporámos várias medidas nas nossas lojas, centros de distribuição e logística, bem como a compra de energias renováveis. A sua utilização e implementação varia de país para país. Os passos seguintes são implementados apenas nos países onde podem ser utilizados eficazmente:

Lojas

- Instalação de sistemas fotovoltaicos (PV) em telhados de lojas
- Troca de sistemas de arrefecimento por alternativas amigas do clima
- Congeladores *plug-in*
- Arcas congeladoras e alguns móveis de frio com portas de vidro
- Conversão para iluminação LED interior e exterior (parques de estacionamento)
- Readaptação de salas de apoio
- Introdução de sistemas de gestão de energia nas lojas

Centros de distribuição

- Instalação de sistemas PV, caso possível
- Redução da temperatura para 16 °C/17 °C
- Medidas de isolamento para câmaras de arrefecimento, fachada e telhado
- Recuperação de calor dos sistemas de arrefecimento (avaliação)
- Conversão para iluminação LED e iluminação a pedido

Logística e frota

- Introdução de sistemas telemáticos e programas de formação eco-intensivos
- Otimização da frequência e das capacidades em matéria de transporter
- Introdução de sistemas de controlo da pressão dos pneus para camiões
- Projeto de Tecnologia de Frota para desenvolver uma estratégia de criação de uma frota neutra do ponto vista climático para fornecimento das lojas até ao final de 2023 l
- Conversão para veículos elétricos. Na Alemanha, planeamos utilizar apenas veículos motorizados elétricos na frota automóvel a partir de 2025.

Compra de energia verde

Esta medida tem o maior impacto para atingirmos os SBT. Todos os países devem passar ao consumo de energia verde até 2030, o mais tardar. Este já é o caso em:

- Bélgica
- Alemanha
- Países Baixos
- Espanha

As subsecções seguintes descrevem algumas das medidas acima referidas em mais pormenor.

Lojas: tecnologia inovadora reduz as emissões e o consumo de energia

GRI 305-5 A iluminação da área de venda representa cerca de um quarto do consumo de energia elétrica de uma loja, razão pela qual a tecnologia de iluminação LED está a ser instalada em novas lojas em todos os países desde 2016. Na Alemanha, também concluímos a mudança da iluminação exterior para LEDs amigos dos insetos em 2020. A mudança está ainda em curso noutros países. Uma descrição das medidas exatas levadas a cabo e das vantagens da iluminação LED pode ser consultada no [Relatório de Sustentabilidade de 2017](#).

Os telhados de muitas lojas e centros de distribuição estão equipados com sistemas fotovoltaicos. Em 2021, estes sistemas tinham já uma capacidade instalada de mais de 123 800 kWp e produziram mais de 94 500 MWh de eletricidade.

de. Pode consultar informações adicionais sobre a situação exata em cada país na subsecção “Energias renováveis”.

A refrigeração é outra questão-chave nos nossos esforços de proteção climática. Começamos a substituir os fluidos refrigerantes por alternativas mais amigas ao clima. A ALDI Bélgica, ALDI Nord Alemanha, ALDI Luxemburgo e ALDI Países Baixos estão a mudar gradualmente todas as arcas congeladoras existentes para o refrigerante natural propano (R290), que tem um potencial de aquecimento global muito baixo. Em Portugal, a conversão para o R290 foi concluída em 2021. Todos os sistemas compostos de refrigeração recentemente instalados já utilizam CO₂ como refrigerante natural. Esta instalação teve lugar na Bélgica, Dinamarca, Alemanha, Luxemburgo, Países Baixos, Portugal e Espanha.

Na Bélgica, Alemanha e Países Baixos, os sistemas de refrigeração integrados também são utilizados para aquecimento nos novos edifícios. Estes sistemas recuperam o calor do processo de refrigeração. Quando não é possível utilizar estes sistemas, é possível recorrer a outras medidas, como a recuperação de calor do ar de exaustão.

Entre 2020 e 2021, reduzimos as emissões resultantes das perdas de refrigerante em 5,5%, levando a uma redução de cerca de 4100 toneladas de equivalente de CO₂. A redução foi o resultado da alteração de dos fluidos refrigerantes, juntamente com a instalação de sistemas digitais de monitorização de fugas nas nossas lojas na Bélgica, Alemanha, França, Polónia e Países Baixos (para mais informações, ver [Política de Proteção Climática](#)).

POUPANÇAS EM EMISSÕES DE GEE ESPECÍFICAS

Poupanças atingidas no total do âmbito 1 e 2 das emissões em 2021, em comparação com as emissões do âmbito 1 e 2 no ano de referência de 2015 (em toneladas equivalentes de CO₂)

	2015		2021		%
	Âmbito 1	Âmbito 2 “baseado no mercado”	Âmbito 1	Âmbito 2 “baseado no mercado”	
ALDI Nord	297 137	355 522	255 994	81 257	-48,3

GRI 302-1

CONSUMO DE COMBUSTÍVEL

Consumo de combustível dos pesados, ligeiros e outros veículos (em litros ou quilogramas de GPL)

	2019			2020			2021		
	Gasóleo ¹ (l)	Gasolina (l)	GPL (kg)	Gasóleo ¹ (l)	Gasolina (l)	GPL (kg)	Gasóleo ¹ (l)	Gasolina (l)	GPL (kg)
Bélgica/Luxemburgo ²	4 570 082	–	–	4 483 859	–	–	4 540 886	–	–
Dinamarca	1 446 716	3901	45	1 400 522	1902	22	1 398 342	3219	11
França	6 600 170	–	9955	6 532 423 ³	3906	9844	6 667 713	12 133	11 933
Alemanha	17 442 870	572	17 584	17 348 437	43	19 209	16 655 913	1035	19 194
Países Baixos	3 740 935	19 068	–	3 559 980	57 633	–	3 552 829	123 880	–
Polónia	287 321	13 895	–	337 123 ³	15 581 ³	–	415 431	8261	–
Portugal	156 477	–	66	201 038	–	66	273 110	–	66
Espanha	485 950	–	2778	471 979	–	2228	517 146	–	2659
ALDI Nord	34 730 521	37 436	30 428	34 335 361	79 065	31 369	34 021 369	148 527	33 863

1 Inclusive consumo de fuelóleo para a operação de motores de refrigeração (fora da Alemanha).

2 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

3 Os dados referentes ao ano de 2020 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

Além disso, estamos a implementar sistemas abrangentes de gestão de dados energéticos em todas as nossas lojas e centros de distribuição, que fornecem dados diários sobre o consumo de energia. A implementação está planeada para todos os países e já está bem adiantada em alguns deles. O sistema já é amplamente utilizado em todos os armazéns e centros de distribuição na Alemanha. Noutros países, por exemplo Espanha e Bélgica, o processo está em curso ou os sistemas já foram parcialmente implementados.

Centros de distribuição: edifício sustentável

GRI 305-5 Desde que mudámos para iluminação LED nos nossos centros de distribuição, conseguimos poupar um total de 3000 toneladas de emissões de CO₂ por ano. A ALDI Bélgica e a ALDI Dinamarca já mudaram para iluminação LED. Desde 2020, são utilizadas exclusivamente lâmpadas LED para iluminação interior na

Alemanha. A conversão para LED está também planeada ou já a ser implantada nos nossos centros de distribuição em França, Países Baixos, Polónia e Espanha. Em alguns casos, a iluminação exterior nos armazéns centrais também passou a LED e, além disso, foi introduzida a iluminação que se ajusta às necessidades (fontes de luz acionadas por sensores de movimento). A construção de dois novos centros de distribuição ALDI nos Países Baixos começou em finais de 2020 e princípios de 2021. O primeiro centro substituiu dois centros existentes e entrou em funcionamento em fevereiro de 2022. O segundo deverá estar operacional em meados de 2022 e irá substituir um outro centro de distribuição. Nos edifícios anteriores, era utilizado gás natural como fonte de aquecimento. Os sistemas de aquecimento em ambos os novos edifícios são totalmente elétricos e os centros de distribuição estão, além disso, equipados com painéis solares para produção de

eletricidade. Os edifícios luminosos e arejados também beneficiam de iluminação natural.

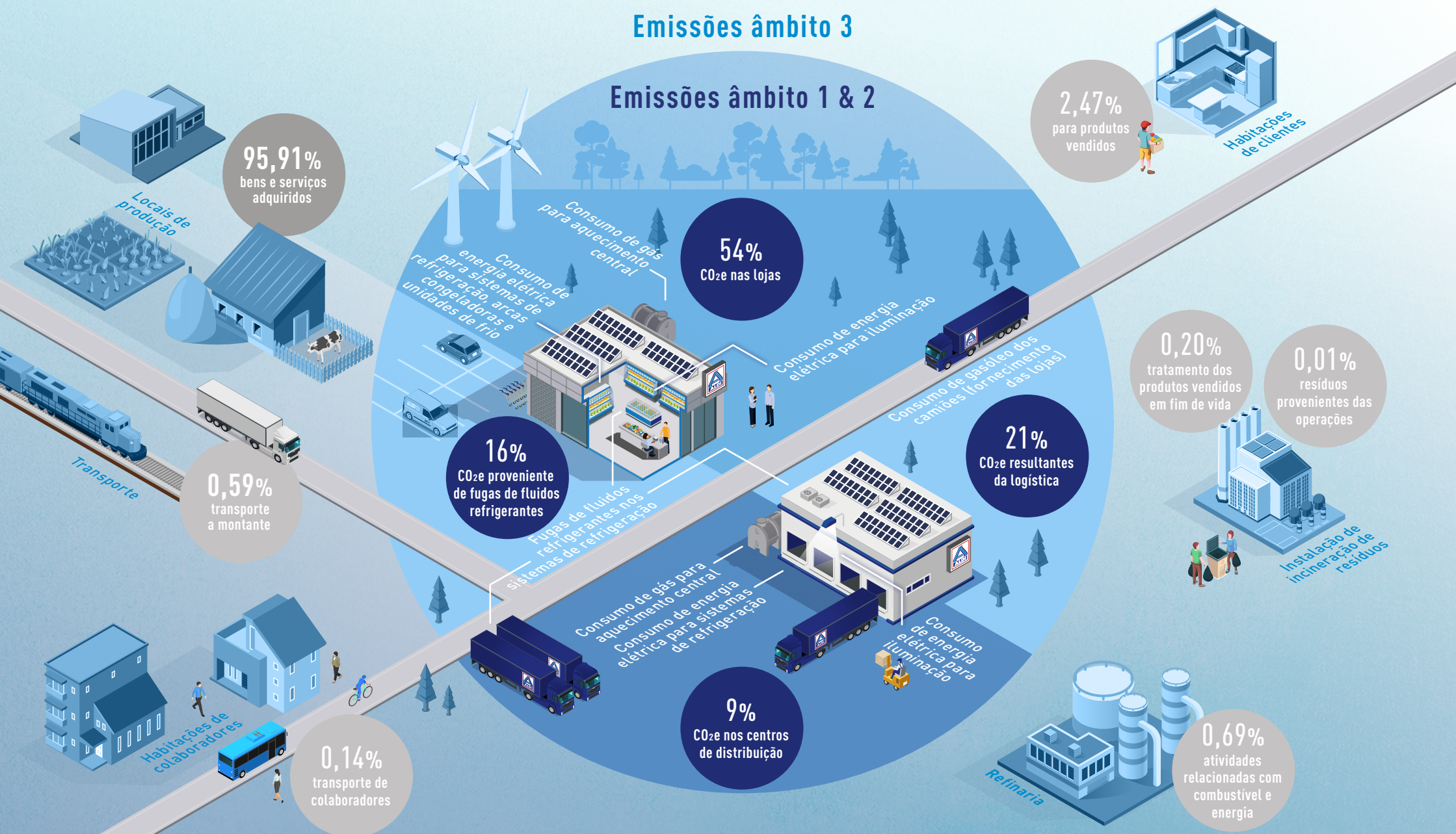
Desde 2020, todos os sete centros de distribuição ALDI na Bélgica estão a ser equipados com um sistema de energia solar. O mais recente centro na Bélgica foi construído em 2019 e tem um Certificado de Excepcional BREEAM. Continua a ser o edifício industrial mais sustentável da Bélgica. Na Polónia, instalámos sistemas fotovoltaicos no nosso centro de distribuição, que também está equipado com um novo sistema de refrigeração menos consumidor de energia. Na Dinamarca, o enfoque em 2021 foi a poupança de energia elétrica na iluminação. Por exemplo, quando não há atividade em certas secções do armazém, as luzes são automaticamente desligadas e a intensidade das luzes nas rampas exteriores é reduzida durante a noite. Este é ainda um trabalho em curso e haverá outras medidas em todos os três armazéns durante 2022. Em

Espanha, o novo centro logístico ALDI na região de expansão de Gran Canaria está a ser construído de acordo com critérios de construção sustentável, tendo em vista um certificado de Excelência BREEAM. Além disso, os dois centros existentes em Espanha vão ser alargados em 2022, com medidas de eficiência energética incorporadas no projeto, por exemplo, iluminação natural, iluminação LED com sensores de movimento, um refrigerante natural e, claro, energia renovável (painéis fotovoltaicos).

A construção e infraestrutura do novo centro de distribuição ALDI na Moita, em Portugal, deverá gerar 30% do consumo de energia a partir dos painéis solares instalados (central solar de 1000 kWp). Espera-se também que a instalação de um sistema centralizado de gestão de energia melhore a eficiência energética. Com o objetivo de reduzir as potenciais emissões de CO₂ em instalações de armazenamento a frio, foi instalado um sistema que envolve um ciclo combinado de NH₃ e CO₂ para minimizar os riscos de fuga de gás. Além disso, dispomos de plataformas de consolidação logística nos centros de distribuição ALDI Nord para agrupar pequenas encomendas e otimizar a utilização de camiões. Atualmente, os fornecedores podem utilizar 17 plataformas europeias. No entanto, estas otimizações continuam a inscrever-se nas emissões de âmbito 3.

Emissões âmbito 3

Emissões âmbito 1 & 2



Logística e frota eficientes

GRI 302/103-1, 305/103-1 Transportamos mais de 31 milhões de euro-paletes entre os nossos 64 centros de distribuição e mais de 5320 lojas. Este é um movimento maciço de mercadorias e por isso trabalhamos constantemente no sentido de tornar os processos mais eficientes. Face ao aumento do nosso volume de negócios, abordamos esta questão de três ângulos: tecnologia, eficiência e competência. Conceitos logísticos modernos ajudam-nos a agrupar os fluxos de mercadorias e a otimizar e a encurtar as rotas de transporte. Reduz-se, assim, o número de viagens, gerando menos emissões. Pneus com baixa resistência ao rolamento e spoilers de tejadilho ajudam a reduzir o consumo de combustível. Além disso, certificamo-nos de que os camiões só saem dos nossos centros de distribuição com cargas úteis completas.

Estamos a implementar um sistema telemático que nos permite analisar e visualizar continuamente o consumo de combustível dos nossos veículos, com o objetivo de reduzir o consumo de combustível da frota de camiões. Além disso, estamos a formar os nossos motoristas de forma mais eficaz, a fim de aumentar a sensibilização para uma condução ecológica e reduzir o consumo de gasóleo. Testes realizados nos Países Baixos e na Alemanha demonstraram que desta forma podemos alcançar uma redução no consumo de combustível de cerca de 7%. Uma outra iniciativa envolve a delimitação geográfica (*geo-fencing*) em áreas determinadas, para reduzir a poluição sonora, por exemplo, em zonas residenciais. Aqui,

a unidade de arrefecimento deve ser desligada ou colocada em modo silencioso. Planeamos introduzi-lo na Dinamarca até meados de 2022 e nos Países Baixos e na Alemanha até ao final do ano. A ALDI Bélgica e a ALDI França seguirão o exemplo no início de 2023. A telemática será também introduzida em Espanha, Portugal e Polónia, embora sem qualquer efeito no consumo de gasóleo, uma vez que estes países não dispõem de uma frota de veículos própria. O projeto deverá estar concluído em países com a frota própria até ao final de 2023.

Em alguns países ALDI, como a Dinamarca, as zonas ambientais estão a tornar-se mais comuns nas grandes cidades e nós cumprimos a legislação relevante na matéria. Estamos também a eliminar gradualmente os últimos dos nossos camiões EURO 5 e a substituí-los por camiões EURO 6 em 2022, pois são mais amigos do ambiente e podem circular em zonas com restrições ambientais.

Desde março de 2022, a ALDI França faz parte da FRET21 ('fret' significa 'frete'), um programa voluntário de redução de emissões no sector dos transportes gerido pela Agência Francesa para a Transição Ecológica (ADEME). O âmbito é o transporte a jusante, operado pela nossa frota em França e por transportadoras. Este programa compromete a ALDI França a reduzir as suas emissões em 7% entre 2021 e 2024, utilizando medidas como a conversão da motorização do motor e o desenvolvimento de parcerias com transportadoras com certificação 'Objectif CO₂'.

A ALDI Portugal é uma das primeiras empresas da distribuição alimentar em Portugal a investir na distribuição com um camião elétrico. Desde o início de 2022, entregamos diariamente produtos na área da grande Lisboa, utilizando um camião elétrico com emissões zero. Sendo um dos primeiros veículos pesados de mercadorias 100% elétrico a operar em Portugal, este camião é também o primeiro na sua categoria com certificação PIEK, pois gera ruído inferior a 60 decibéis. Isto facilita a descarga noturna sem causar perturbações sonoras nas zonas locais e residenciais. O camião tem um alcance de 180 km, uma capacidade máxima de 26 toneladas (aproximadamente 18 paletes standard) e um sistema de refrigeração 100% elétrico.

Energia renovável: mais eletricidade verde para alcançarmos o nosso objetivo

GRI 305-5 Os telhados de muitas lojas e centros de distribuição estão equipados com sistemas fotovoltaicos. Em 2021, estes sistemas já tinham uma capacidade instalada de mais de 123 800 kWp e produziam mais de 94 500 MWh de eletricidade. Em todo o Grupo de Empresas ALDI Nord, poupámos cerca de 17 840 toneladas de emissões de CO₂ e em 2021, através da expansão dos sistemas fotovoltaicos. Saiba mais [online](#) sobre a [capacidade instalada dos sistemas fotovoltaicos em 2021](#) e a [produção de energia elétrica interna em 2021](#).



ALDI Espanha

**+100% CAPACIDADE DOS
SISTEMAS FOTOVOLTAICOS QUASE DUPLICOU**

O compromisso da ALDI Espanha na implementação de energias renováveis em lojas e centros de distribuição foi reforçado em 2021. Com esta dedicação renovada, quase duplicámos a capacidade fotovoltaica instalada nos telhados das lojas espanholas em comparação com o ano anterior. Foram instaladas novas centrais em 48 lojas com uma capacidade de 2880 kWp e uma produção de 4074 MWh. No final de 2021, isto levou a uma capacidade total de 6262 kWp e a uma produção anual de 8839 MWh. 97% desta produção de energia é consumida nas nossas lojas e centros de distribuição.

Em todo o ALDI Nord, utilizamos atualmente cerca de 72% da energia elétrica gerada por energia solar; o restante é inserido na rede elétrica. Continuamos a testar a eficácia da tecnologia de armazenamento que nos permitiria utilizar mais tarde a energia elétrica gerada, conseguindo assim aumentar a quantidade de energia para consumo próprio.

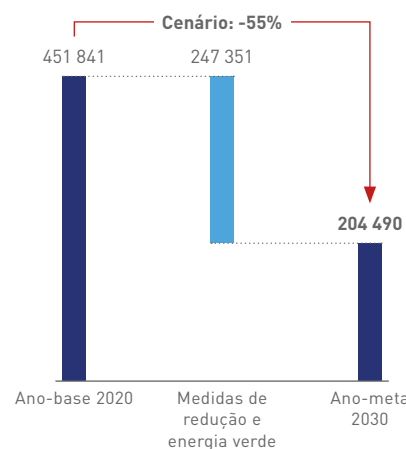
Apesar dos sistemas fotovoltaicos adicionais, continuaremos a retirar a maior parte da nossa energia elétrica da rede nos próximos anos. No ano de referência do presente relatório, cumprimos a nossa meta climática adquirindo mais energia verde. A ALDI Países Baixos passou à energia completamente renovável em 2015 e a ALDI Espanha seguiu o exemplo em 2018. A mudança na Bélgica foi concluída em 2020 e na Alemanha em 2021. Noutros países ALDI, estamos a desenvolver critérios rigorosos para a compra de energia verde. Como resultado, poupamos mais de 252 900 toneladas de CO₂e em 2021 em todo o grupo de empresas ALDI Nord.

A mudança para energias renováveis é o fator mais importante para alcançar a nossa SBT. Até 2030, o mais tardar, todos os países devem utilizar 100% de energia renovável. Sempre que possível, as novas lojas são todas equipadas

com uma central fotovoltaica (PV), independentemente de serem lojas próprias ou alugadas. Nem sempre é possível instalar um sistema fotovoltaico em todas as lojas, particularmente quando faz parte de um complexo maior, por exemplo, um centro comercial.

Na Polónia, temos duas instalações equipadas com um sistema fotovoltaico, cada uma com uma capacidade de 50 kWp. Em 2022, planeamos construir mais 15 instalações fotovoltaicas nas nossas instalações e no nosso centro de distribuição central. O nosso armazém alugado em Chorzów funciona a 100% com energia renovável. A ALDI Portugal já dispõe de 43 sistemas PV, com uma produção total de cerca de 5460 MWh/ano, poupando 1090 toneladas de CO₂e todos os anos. As instalações planeadas aumentarão ainda mais estes valores, com uma produção adicional de 1540 MWh, o equivalente ao consumo de 160 casas. Na Dinamarca, 14 novas lojas foram equipadas com sistemas PV em 2021, elevando o número total para 17 sistemas, com outros planeados em novas lojas no futuro. A ALDI Espanha quase duplicou as lojas com sistemas fotovoltaicos de 52 instalações em 2020 para 100 lojas em 2021. Para mais informações, ver também a caixa de destaque.

1,5°C-SBT CAMINHO DE REDUÇÃO DO ALDI NORD



Consideramos a nossa meta climática ambiciosa e estamos confiantes de que, com a implementação das medidas acima descritas, será possível alcançá-la conforme planeado. A nossa previsão para 2030 pode ser vista na imagem abaixo. A barra azul-claro mostra as poupanças possíveis graças à implementação das nossas medidas. O nosso planeamento futuro inclui, por exemplo, a intensificação do nosso diálogo com os fornecedores para desenvolver medidas de descarbonização da cadeia de abastecimento. Além disso, continuaremos os debates internos no grupo de trabalho para desenvolver medidas que vão para além das exigidas pelo SBTi. Estas medidas incluem, por exemplo, projetos para aumentar a eficiência nas nossas lojas ou o estabelecimento de uma frota interna de camiões elétricos. Informaremos sobre o nosso progresso em publicações subsequentes.

CONSUMO DE ÁGUA

Consumo de água (em metros cúbicos)¹

O aumento ligeiro do consumo em todos os países em 2021 deve-se, entre outros, a abertura de novas lojas, fugas de maiores dimensões, aumento de uso de água para cumprimento de medidas de prevenção COVID-19, bem como a irrigação dos telhados devido aos sensores de alarme dos sistemas de refrigeração.

	2019	2020	2021
Bélgica/Luxemburgo ²	51 048	55 991	61 101
Dinamarca	14 726	15 418	16 729
França	166 618	186 900	282 930
Alemanha	264 138	271 369	253 060
Países Baixos	62 527	65 601	59 287
Polónia	25 578	33 478	27 886
Portugal	87 838	96 104	93 003
Espanha	136 858	132 780	152 139
ALDI Nord	809 330	857 642	946 135

¹ Os dados baseiam-se parcialmente em estimativas e extrapolações.
² Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

Os resíduos e a água nos nossos processos operacionais

GRI 303/103-2/3, 306/103-2, 306-1/2 Na gestão de resíduos, seguimos a hierarquia de resíduos em cinco etapas: redução, reutilização, reciclagem, outra recuperação e eliminação. Evitamos os resíduos utilizando sistemas reutilizáveis na logística, tais como caixas de transporte de plástico reutilizáveis para frutas e legumes, e na Alemanha, a nossa própria meia paleta de plástico

("Kunststoff Düsseldorfer Palette" ou KDP). Determinamos quais os materiais que podem ser reutilizados e promovemos a reciclagem de cada fluxo de resíduos recolhidos separadamente no ALDI Nord, tais como cartão e papel de alumínio. Os materiais que não podem ser reciclados são eliminados em instalações de incineração de resíduos após terem sido pré-tratados.

QUANTIDADE DE RESÍDUOS

Quantidade de resíduos, por tipo de resíduo (em toneladas)¹

Os resíduos de embalagens representam a maior parte do nosso volume de resíduos. Os resíduos perigosos, que ascendem a 1582 toneladas, representaram apenas 0,4% do volume total de resíduos. Isto inclui óleo usado, filtros de óleo, baterias de automóveis e lâmpadas fluorescentes que contêm mercúrio. Os dados foram levantados em 2020 pela primeira vez a nível internacional, incluindo os da ALDI Polónia a partir de 2021. Nos anos anteriores, os dados foram levantados e reportados apenas para as empresas da ALDI Nord Alemanha.

	2019	2020	2021									
	Total	Total	Quantidade total de resíduos	dos quais resíduos perigosos ³	Papel/cartão	Resíduos urbanos ⁴	Resíduos orgânicos	Equipamentos eletrónicos e elétricos	Resíduos de embalagens total	dos quais plástico (e.g. filme, PET)	dos quais papel/cartão	dos quais outros ⁵ resíduos de embalagens
Bélgica/Luxemburgo ⁶	n/a	39 860	33 415	190	n/a	4933	n/a	n/a	28 292	1207	27 085	n/a
Dinamarca	n/a	8918	8797	n/a	n/a	4241	n/a	n/a	4556	n/a	4556	n/a
França	n/a	35 744	47 048	68	10	6914	1047	13	38 995	1660	37 335	n/a
Alemanha	262 608	239 237	215 096	1246	344	62 380	864	96	150 167	26 702	123 033	431
Países Baixos	n/a	38 179	39 084	54	10	13 219	n/a	33	25 768	2107	23 660	n/a
Polónia	n/a	n/a	13 753	16	52	6026	100	12	7548	486	6408	654
Portugal	n/a	4412	6051	9	49	1561	n/a	1	4432	159	4202	71
Espanha	n/a	15 990	17 998	n/a	n/a	2834	n/a	11	15 153	523	14 629	n/a
ALDI Nord	262 608	382 340	381 242	1582	465	102 109	2011	165	274 910	32 845	240 908	1156

n/a = Dados não disponíveis
¹ Os dados baseiam-se parcialmente em estimativas e extrapolações.
² A atribuição de resíduos nem sempre é definida claramente, pelo que as quantidades das categorias podem flutuar anualmente.
³ Excluindo dispositivos eletrónicos e elétricos.
⁴ Resíduos industriais. Destes fazem parte "lixo residual", resíduos de grande dimensão, madeira e sucata metálica.
⁵ Incluindo outros resíduos de embalagens, como vaso para plantas ou flores.
⁶ Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").
⁷ Dados apenas para lojas e logística, excluindo a administração central.

Temos um novo sistema de recolha de água da chuva em lojas recentemente construídas na Bélgica e no Luxemburgo, que utiliza água da chuva reciclada nas casas de banho, poupando cerca de 40% de água no autoclismo.

A gestão do consumo de água nos nossos processos operacionais é uma parte vital das nos-

sas medidas de proteção ambiental. Na nossa Política Nacional de Proteção da Água, publicada para a Alemanha em março de 2019, estipulamos medidas vinculativas para o tratamento responsável da água nas cadeias de abastecimento alimentar e têxtil e metas para a gestão da água a nível empresarial. Outros objetivos especificam a redução da libertação de micro-

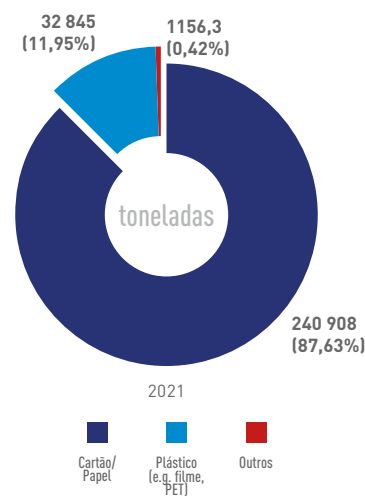
plásticos no ambiente. A política nacional foi atualizada em 2021. Estamos a elaborar abor-dagens e medidas para os outros países.

Em relação à gestão empresarial da água na Alemanha, decidimos estabelecer um sistema de monitorização do consumo operacional de água. Além disso, vamos promover a construção de armazéns sustentáveis de acordo com as normas da DGNB (Conselho Alemão de Construção Sustentável) para preservar os ciclos naturais da água.

O funcionamento de uma loja ALDI requer geralmente menos água por ano que uma família média de quatro pessoas. Em 2021, utilizámos aproximadamente 946 135 metros cúbicos de água em todo o ALDI Nord, dos quais 810 398 metros cúbicos utilizados nas nossas lojas. Utilizamos uma engenharia eficiente de poupança de água. Por exemplo, os fornos de autolimpeza (para padaria/pastelaria) são utilizados na maioria dos países ALDI, uma vez que podem ser lavados sem água. Também utilizamos equipamento de limpeza economizador de água, dotado de tecnologia de distribuição eficiente e produtos de limpeza biodegradáveis para reduzir a contaminação das águas residuais. Os nossos espaços verdes nas instalações em Espanha são cultivados com plantas adaptadas ao clima a fim de reduzir a água necessária para a rega.

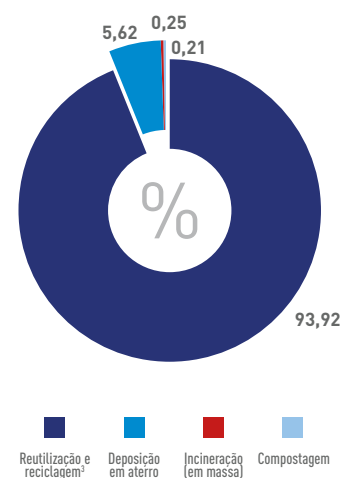
RESÍDUOS DE EMBALAGENS POR CATEGORIA NO ALDI NORD

Volume e percentagem de resíduos de embalagens por categoria (em toneladas e em%)



GRI 306-2 RESÍDUOS POR TIPO DE ELIMINAÇÃO

Quantidades de resíduos na Alemanha proporcionalmente, por tipo de eliminação (em%)^{1,2}



- 1 A imputação por tipos de eliminação baseia-se parcialmente em extrapolações.
- 2 Os dados serão levantados, quando possível, a nível internacional nos próximos anos.
- 3 Inclusive incineração para recuperação de energia.

OBJETIVOS & STATUS QUO

GRI 302/103-2/3, 303/103-2/3, 305/103-2/3, 306/103-2/3

Como mencionamos acima, uma vez atingida a nossa meta climática inicial, estabelecemos uma meta ainda mais ambicioso, baseado na ciência. Informamos regularmente as partes interessadas internas e externas sobre o ponto de situação no ALDI Nord no que diz respeito aos nossos esforços para alcançar o nosso objetivo climático. Compilamos frequentemente atualizações sobre o progresso dos projetos e os dados das emissões. O Departamento internacional de CRQA avalia depois essa informação e analisa-a em conjunto com os departamentos especializados relevantes. No final de 2021, tínhamos reduzido as nossas emissões em 25,4%, em comparação com 2020, apesar de nos continuarmos a expandir.

Para além disso, gostaríamos de reduzir ainda mais as nossas emissões no futuro, utilizando metodologia e conceitos adicionais. Permitir um futuro mais verde às gerações atuais e vindouras requer uma economia circular funcional. Com isto em mente, unimos esforços com o nosso parceiro Voltfang para lançar um projeto-piloto em julho de 2021, integrado no 'TechFounders Accelerator Programme'. Este projeto centra-se no armazenamento de energia verde autogerada da nossa loja em Gütersloh, na Alemanha, utilizando baterias descartadas de veículos elétricos. De acordo com o conceito de economia circular, utilizamos baterias de segunda mão em vez de novas, para evitar o atual esgotamento de matérias-primas finitas. Não existem, atualmente, opções de reciclagem eficientes

e generalizadas para as baterias de veículos elétricos. A nossa segunda utilização destas baterias permite-nos reduzir a pegada ambiental. As baterias descartadas têm normalmente uma capacidade residual de mais de 80% devido ao envelhecimento. Por conseguinte, são ideais para uma utilização posterior em sistemas de armazenamento fixos, que constituem um componente essencial da transição para a energia sustentável. Este projeto levado a cabo pela Voltfang criou uma solução amiga do ambiente para o problema.

Saiba mais sobre os nossos objetivos no [Programa CR](#).

Voltfang GmbH

“O nosso projeto de promoção de medidas de proteção climática numa loja ALDI mostrou que podemos oferecer valor acrescentado às empresas estabelecidas, instalando um produto holístico que visa a utilização de tanta energia renovável quanto possível. Estamos felizes por ajudar o ALDI Nord a tornar-se mais sustentável”.

DAVID OUDSANDJI
Co-Fundador e CFO



COLABORADORES & COMUNIDADE

SUCESSO ASSENTE NO RESPEITO MÚTUO

O desempenho e o empenho dos colaboradores ALDI estão no cerne do nosso sucesso. Para demonstrar apreço por este compromisso, as empresas ALDI oferecem condições de trabalho seguras, regalias atrativas e perspectivas de progressão na carreira a longo prazo. A modernização dos processos de RH é uma parte significativa dos objetivos de motivação e apoio às equipas que trabalham arduamente.

TRÊS PERGUNTAS A PHILIPP ASCHMANN

Como descreve o seu trabalho no ALDI Nord e de que forma promove a sustentabilidade?

Eu e os meus colegas desenvolvemos estratégias, processos e produtos para atrair e recrutar pessoas, assim como apoiar o seu desenvolvimento enquanto colaboradores ALDI. Estão incluídas medidas de marketing de RH, ferramentas e processos de recrutamento e oportunidades de desenvolvimento, por exemplo, o novo Diálogo com o Colaborador ou vários programas de formação. Para realizarmos o nosso sucesso empresarial, precisamos de colaboradores empenhados e qualificados. Com o nosso apoio ao longo de todo o ciclo de vida dos colaboradores, tornamos o ALDI Nord mais sustentável.

Qual foi, para si, o momento mais importante em 2021?

O elevado número de temas, processos e projetos que iniciámos ou concluímos em 2021, com qualidade e durante tempos extremamente dinâmicos. A atual transformação do ALDI Nord afeta todas as partes das empresas e os temas de RH mencionados ajudam os departamentos da empresa a alcançar os objetivos dos seus projetos. Trabalhamos com muitos departamentos diferentes para concretizar o “elemento humano” de muitos projetos, ao mesmo tempo que trabalhamos na elaboração das estratégias de RH. Esta diversidade é o meu ponto alto de 2021.

Quais são os próximos passos?

Em 2021, criámos uma base sólida de ferramentas de RH necessárias. Os nossos próximos passos basear-se-ão nestes alicerces e centrar-se-ão no lado humano da transformação do ALDI Nord. Impulsionados sempre pelas necessidades da empresa, estamos atualmente a definir as estratégias futuras. Estou ansioso por ver a nossa visão ganhar vida.



PHILIPP ASCHMANN

ALDI Einkauf SE & Co. oHG, Director Employee Lifecycle HR International



EMPREGADOR ATRATIVO

GRI 404/103-1, 405/103-1 O ALDI Nord enfrenta desafios, tais como o aumento significativo de colaboradores num mercado de trabalho competitivo e a constante mudança de expectativas e exigências dos clientes. Os desejos e as necessidades dos nossos clientes têm para nós máxima prioridade e pretendemos apoiar todos os colaboradores ALDI no cumprimento das suas tarefas com forte empenho. Para tal, precisamos de uma mão-de-obra moderna, motivada e com abertura de espírito, bem como de um investimento contínuo no nosso pessoal.

O enfoque do trabalho dos Recursos Humanos (RH) em 2021 incidiu na implementação de processos normalizados, tais como diálogos e formação de colaboradores, mas também a digitalização e automatização de processos. O trabalho à distância coloca novas exigências à gestão dos colaboradores. Uma das nossas prioridades centrou-se, portanto, no desenvolvimento de um entendimento da colaboração em tempos de trabalho móvel no ALDI Nord. O lançamento generalizado das funções e serviços de RH foi impulsionado pela introdução de uma série de novos processos, ferramentas e produtos em 2021. Estas melhorias ajudam os colaboradores e gestores a concretizar o sucesso empresarial e são descritas em mais pormenor a seguir. Estamos a introduzir, pela primeira vez, alguns temas normalizados de RH no ALDI Nord, com o objetivo de os tornar particularmente eficazes e fáceis de aplicar.

A NOSSA ABORDAGEM

GRI 102-7, 102-16, 404/103-2, 405/103-2 Colaboradores qualificados, motivados e empenhados, que contam com o apoio de uma cultura empresarial e liderança positivas, representam uma contribuição sustentável para o desenvolvimento das nossas organizações. A nossa força de trabalho de mais de 86 000 colaboradores ALDI sempre constituiu um pilar essencial para o sucesso das empresas ALDI. Seguimos uma abordagem holística com as nossas funções e produtos de RH, que engloba todas as áreas de RH e fornece apoio durante todo o ciclo de vida dos colaboradores: desde a candidatura e contratação até à reforma, passando pela integração na empresa, a gestão de desempenho e o desenvolvimento de carreira. Esta abordagem está a ser seguida em todos os países ALDI.

O investimento atual em RH consiste em repensar, reconstruir, digitalizar e harmonizar os nossos processos. O recrutamento dos melhores candidatos é o ponto de partida. Outras melhorias incluem programas abrangentes de integração, formação e desenvolvimento dos colaboradores, planeamento da sucessão e transferência de conhecimentos para os colegas, de modo a desenvolver ainda mais as competências dentro da organização. No entanto, tudo o que fazemos, fazemos seguindo a abordagem *discounter*. Em 2021, estabelecemos esta abordagem, chegando a acordo sobre cinco princípios orientadores “Discount”, que designamos ‘Mudar perspetivas’, ‘Limitarmo-nos ao essencial’, ‘Atrevermo-nos a ser diferente’, ‘Fazemos acontecer’ e ‘Reinventamo-

-nos’. Em 2022, estes cinco princípios serão comunicados em todos os países ALDI. Os princípios são concebidos para orientar os colaboradores nas suas rotinas diárias de trabalho, ações e decisões. Os gestores devem agir com base nestes princípios e dar o exemplo.

ORGANIZAÇÃO

GRI 403/103-2, 404/103-2, 405/103-2 O departamento internacional de RH tem por objetivo assegurar uma abordagem consistente em todo o ALDI Nord, de acordo com os nossos Princípios de Desconto, trabalhando em estreita colaboração com gestores responsáveis a nível nacional e regional.

GRI 405-1

COLABORADORES POR DEPARTAMENTO

Número de colaboradores ALDI por departamento e género, na data de referência de 31 de dezembro

	2019		2020		2021	
	ALDI Nord	dos quais mulheres	ALDI Nord	dos quais mulheres	ALDI Nord	dos quais mulheres
Vendas	61 970	45 561	63 733	47 659	68 638	50 330
Armazém	6251	1414	6521	1530 ²	6890	1597
Frota de camiões	2867	63	2845 ²	86	2755	76
Administração	3379	2848	4361	3249	5072	3518
Cargos de chefia superior	732	198	924	290	912	286
Cargos de chefia intermédia	1693	595	2002	721	1947	736
Outros ¹	744	61	124	27	171	64
ALDI Nord	77 636	50 740	80 510	53 562	86 385	56 607

¹ A esta categoria pertencem os colaboradores da Comissão de Trabalhadores e os colaboradores do Departamento de Manutenção.

² Os dados referentes ao ano de 2020 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

GRI 405-1, 102-8

COLABORADORES POR REGIME DE TRABALHO

Número de colaboradores ALDI por regime de trabalho e género na data de referência 31 de dezembro

	2019				2020				2021			
	Tempo inteiro	dos quais mulheres	Tempo parcial	dos quais mulheres	Tempo inteiro	dos quais mulheres	Tempo parcial	dos quais mulheres	Tempo inteiro	dos quais mulheres	Tempo parcial	dos quais mulheres
Bélgica/Luxemburgo ¹	2710	1152	4609	3931	3551	2101	4505	3772	3280	1710	4829	4072
Dinamarca	1145	489	1544	967	1090	405	1504	790	971	370	1949	1019
França	6278	3161	3792	3129	6111	3277	4047	3351	11 105	6059	5323	4278
Alemanha	8093	3062	29 695	22 235	8163	3351	30 697	23 166	8588	3508	29 311	21 892
Países Baixos	2120	462	8966	5982	2073	473	8031	5521	1858	441	7155	4840
Polónia	2210	1769	484	437	2904	2258	605	554	3007	2387	648	598
Portugal	457	241	1158	853	634	341	1605	1203	761	402	1661	1209
Espanha	1878	977	2479	1893	2238	1148	3225	2318	2485	1276	3454	2532
ALDI Nord	24 909	11 313	52 727	39 427	26 764	13 354	54 219	40 675	32 055	16 153	54 330	40 440

¹ Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

Reuniões internacionais regulares asseguram a colaboração entre países. Em 2021, foi introduzido um novo modelo operacional de RH, que garante uma integração ainda mais estreita de todas as funções de RH ao longo do ciclo de vida dos colaboradores – a todos os níveis. Desde 2019, temos vindo a investir na expansão e reforço das equipas de RH nas empresas ALDI. Por exemplo, foi criado o cargo de HR Business Partner em muitas das empresas regionais, que atuam como "agentes de mudança", implementam os princípios comuns de RH e asseguram que os elevados padrões de RH são mantidos. Demos continuidade a este desenvolvimento em 2021.

Organização de representação dos colaboradores

GRI 405/103-2, 407/103-1/2/3 A liberdade de associação é amplamente salvaguardada nos locais de atuação do ALDI Nord. Cada uma das 28 empresas regionais alemãs foi representada pela sua própria comissão de trabalhadores em 2021. Em França,

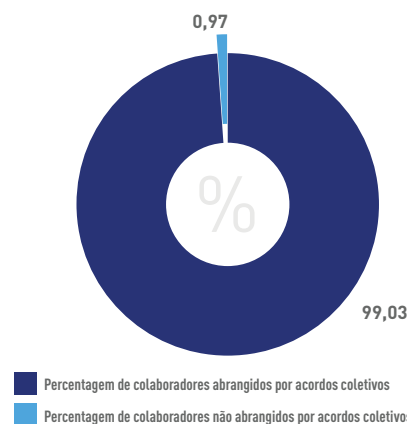
todas as 13 empresas regionais estão representadas por comissões de trabalhadores, incluindo os três centros de distribuição e o escritório da administração. Estas também existem em sete empresas regionais na Bélgica e em oito empresas regionais nos Países Baixos. Além disso, foi criada uma comissão central de trabalhadores nos Países Baixos em 2021. Todas as empresas ALDI nos Países Baixos estão representadas nesta comissão.

Nos países ALDI, o diálogo com os representantes dos trabalhadores realiza-se através das comissões de trabalhadores e/ou diretamente com os sindicatos relevantes (Relatório de Sustentabilidade de 2015). Nos Países Baixos, houve muitos contactos com as comissões de trabalhadores regionais e com os sindicatos, devido ao estabelecimento de quatro planos sociais em 2021. O intercâmbio foi muito frutuoso, tendo-se chegado a acordo sobre todos os planos sem grandes discordâncias ou greves.

GRI 102-41

COLABORADORES ABRANGIDOS POR ACORDOS COLETIVOS

Percentagem de colaboradores ALDI abrangidos por acordos coletivos na data de referência de 31 de dezembro (em %)¹



¹ A percentagem de colaboradores não considerou a ALDI Polónia, dado que nesse país não há acordos coletivos.

PROGRESSO E MEDIDAS EM 2021

Recrutamento e integração de trabalhadores: capacitar os novos colaboradores desde o primeiro dia

GRI 403/103-2 A nova marca de empregador foi lançada entre finais de 2020 e 2021 em quase todos os países ALDI. Foi acompanhada do lançamento de novos canais de comunicação de RH e de uma expansão significativa das medidas de marketing de recrutamento. Os potenciais colaboradores podem encontrar informação em canais digitais, tais como páginas web de carreiras e redes sociais. Trata-se de oferecer perspectivas de carreira e obter conhecimentos sobre a vida diária dos colaboradores do ALDI, que partilham as suas experiências enquanto embaixadores da marca. A ALDI Polónia, por exemplo, lançou em 2021 um canal de LinkedIn centrado em temas de carreira. O canal alemão do Instagram @aldinord.karriere, lançado no verão de 2020, recebeu o prémio "Best of Content Marketing Award 2021" pela sua comunicação autêntica dirigida a grupos-alvo específicos. A marca de empregador visa dar aos candidatos uma visão realista da vida profissional no ALDI Nord e assegurar que existe compatibilidade entre as competências do candidato e a cultura empresarial.

Introduzimos a nova ferramenta de pré-seleção 'Harver' para apoiar o processo de recrutamento e transmitir uma experiência de candidatura autêntica. A ferramenta proporciona aos candidatos uma visão do trabalho nas lojas ALDI durante o processo de candidatura, com recurso a vídeos de colaboradores e situações de trabalho. A ferramenta utiliza uma pré-seleção baseada apenas nas

competências, tornando o processo de candidatura mais justo e equitativo. Os Países Baixos, a Bélgica e Portugal já utilizam a 'Harver', que será gradualmente introduzida também nos outros países ALDI.

Colocar os novos colaboradores ao corrente graças à integração profissional

As empresas ALDI utilizam programas de integração para acelerar a entrada de novos colaboradores em todas as áreas de negócio. Devido à pandemia de COVID-19, os programas de onboarding existentes foram digitalizados sempre que possível, como é o caso do onboarding remoto para trabalho de escritório, que apoia os novos colaboradores em teletrabalho. Na ALDI Einkauf, o evento ALDI POWER Days foi convertido em vídeos de aprendizagem para que todos os colaboradores, independentemente da sua função, possam agora familiarizar-se com todas as áreas da ALDI Einkauf. Programas de integração semelhantes foram implementados em quase todos os países ALDI. Além disso, a ALDI Nord lançou um conceito de onboarding chamado 'Onboarding POWER', para ajudar a integrar os executivos nas suas novas equipas nos primeiros seis meses no ALDI Nord. Este conceito visa suavizar o processo e comunicar as competências e requisitos essenciais de forma transparente. O diálogo regular ajuda executivos e colaboradores a conhecerem-se e a entenderem-se uns aos outros e as respetivas expectativas. Os executivos utilizam um guia de discussão para acompanhar o processo de iniciação durante os primeiros meses. O guia abrange todos os temas relevantes, tais como as tarefas e áreas

de responsabilidade, objetivos, prioridade de temas e necessidades do empregado. O conceito de 'Onboarding POWER' destina-se a todos os colaboradores da ALDI Einkauf, bem como aos executivos das empresas regionais até ao nível de gestores de vendas distritais. O conceito lança as bases do diálogo anual com os colaboradores, introduzido em 2021 como ponto de partida para as discussões estruturadas de feedback no ALDI Nord. Em 2022, o conceito de 'Onboarding POWER' será também introduzido noutros países.

Networking para o desenvolvimento de carreira de jovens profissionais

Em 2020, a ALDI Países Baixos lançou uma rede de jovens profissionais denominada ALDI NEXT. Esta rede é organizada por e para jovens profissionais com menos de 36 anos de idade. Centra-se em tópicos como a partilha de conhecimentos, o networking e a satisfação profissional, e visa inspirar, ligar e desenvolver os colaboradores. Em 2021, a rede organizou formações *online* sobre temas como "teletrabalho" ou "marketing *online*" e realizou pub quizzes *online*.

Envolvimento e comunicação: dar informação, motivar, receber feedback

A comunicação interna é a chave para reforçar a identificação dos colaboradores com o ALDI Nord e partilhar experiências. Utilizamos vários formatos para a comunicação interna, incluindo reuniões, boletins informativos e a aplicação de colaboradores, recentemente desenvolvida.

As reuniões townhall foram introduzidas em 2021, servindo de plataforma de diálogo e informação destinada principalmente aos colaboradores ALDI nos departamentos administrativos. Estas reuniões foram adaptadas por todos os países ALDI a nível nacional. Na Bélgica e nos Países Baixos, por exemplo, uma reunião townhall mensal informa os colegas sobre os projetos e atualizações mais recentes. Boletins informativos regulares informam os gestores em todos os países ALDI sobre projetos internacionais e nacionais, marcos, progressos e outras notícias relevantes. A nível nacional, os países ALDI utilizam os seus formatos individuais para informar os seus colaboradores. Por exemplo, a ALDI Espanha utiliza um quadro interno público, chamado El Muro (O Muro), para publicar informações sobre novas aberturas de lojas, novos produtos, eventos especiais de RH ou sustentabilidade. Em Portugal, são enviados newsletters mensais aos colaboradores ALDI para os informar das iniciativas relevantes e, em França, é impresso e distribuído um cartaz mensal em todas as lojas e na sede, para informar sobre as questões mais importantes no ALDI. Em janeiro de 2022, a ALDI França recebeu o prémio de "Melhor RH para a comunicação interna" da ACCE (Associação das Agências de Aconselhamento em Comunicação para o Emprego), pela nossa newsletter mensal que destaca as nossas realizações e traça o perfil da carreira de um colaborador ALDI França bem sucedido.

Um novo formato foi introduzido em 2021 para todos os colaboradores ALDI, nomeadamente a aplicação ALDI Nord para colaboradores. A aplicação informa os colaboradores das mudanças e notícias que afetam a sua vida. Por exemplo, atualizações de RH ou empresariais, testes de produtos, sustentabilidade e outras notícias publicadas sobre o ALDI Nord. Em Portugal, a newsletter mensal é também partilhada na aplicação. Além disso, os colaboradores ALDI podem partilhar o seu próprio conteúdo e comentar as atualizações. A introdução da aplicação de colaboradores foi lançada em 2021. A app estará disponível numa versão nacional específica em todos os países ALDI e já está operacional nos Países Baixos, Portugal, Espanha, Alemanha e Dinamarca.

Iniciativas de envolvimento dos colaboradores, ludificação e conexão durante a pandemia

Nos Países Baixos, o concurso interno BeOne foi lançado em 2021 para motivar os colaboradores das empresas regionais e identificar e implementar melhorias nos processos.

Os colaboradores lutaram por apresentar o maior número de tarefas, com um sistema de classificação transversal a todas as empresas ALDI. Posteriormente, os resultados foram partilhados na newsletter interna neerlandesa. Em 2021, foi organizado um concurso de inovação na Alemanha. Os colaboradores foram convidados a apresentar propostas de projetos inovadores desenvolvidos por equipas interdisciplinares. A gestão da inovação avaliou os projetos e selecionou os

GRI 404-1

NÚMERO DE ALUNOS DE CURSOS PROFISSIONAIS E ESTUDANTES DO ENSINO DUAL

Número de alunos de cursos profissionais e estudantes do ensino dual na data de referência de 31 de dezembro

O modelo de formação profissional conforme exemplo alemão não é utilizado em todos os países. Por isso, os dados restringem-se ao número de alunos de cursos profissionais na Dinamarca, Alemanha e França. O sistema utilizado em Espanha atualmente não é considerado neste indicador de desempenho visto que os programas de formação não são idênticos. Na Alemanha é oferecido também o modelo do ensino dual..

	2019		2020		2021	
	Alunos de cursos profissionais	Estudantes do ensino dual	Alunos de cursos profissionais	Estudantes do ensino dual	Alunos de cursos profissionais	Estudantes do ensino dual
Dinamarca	48	–	40	–	50	–
França	241	–	199	–	285	2
Alemanha	1759	179	1688	196	1565	159
Países Baixos	53	–	53	–	119	–
Espanha ¹	–	–	16	1	10	1
Total	2101	179	1996	197	2029	162

¹ Os períodos de formação em Espanha são diferentes em cada região e a sua duração poderá não coincidir com o ano letivo. Por isso, o número de alunos de cursos profissionais durante todo o ano em Espanha é de 56 para o ano de 2020 e 31 para o ano de 2021.

vencedores. Na Bélgica, introduzimos iniciativas de envolvimento dos trabalhadores, tais como o “Speed dating online”, com o objetivo de ajudar os colegas a conhecerem-se uns aos outros enquanto trabalham a partir de casa.

Desenvolvimento profissional: diálogos entre colaboradores e oportunidades de aprendizagem

GRI 404/103-2, 404-1

Diálogos com os colaboradores para promover o desempenho, *feedback* e desenvolvimento

Em 2021, lançámos um novo formato internacional para o ALDI Nord: o diálogo com os colaboradores, um processo estruturado para os colaboradores e os seus supervisores fazerem a (auto-)avaliação e discutir objetivos, desempenho, competências e/ou desenvolvimento regularmente, pelo menos uma vez por ano. O diálogo de colaboradores reforça a cultura de feedback no ALDI Nord, uma vez que colaboradores e executivos discutem o *feedback* mútuo. Os diálogos com os colaboradores foram realizados em 2021 para todo o pessoal de escritório e, nas empresas regionais, para executivos até ao nível de gestor de vendas distrital, em todos os países exceto França.

Os resultados dos diálogos com colaboradores são também utilizados para identificar quais os nomeados para as Reservas de Talento (*Talent Pools*), em função das necessidades e exigências dos países, para participação subsequente nos

Programas de Talento. Com base nos diálogos estruturados com os colaboradores, os países ALDI também obtêm uma melhor visão geral das competências, objetivos de desenvolvimento e necessidades dos seus colaboradores. Isto permite que sejam tomadas decisões baseadas em dados sobre medidas de desenvolvimento adequadas. Os ‘Talent Pools’ foram introduzidos a nível nacional na Alemanha, Dinamarca, Polónia, Portugal e Espanha em 2021. Os Programas de Talento estão em vigor na Polónia e em Espanha, com expansão planeada em ambos os países para 2022. Além disso, foi introduzido um ‘Talent Pool’ internacional em 2021 para aumentar a visibilidade dos trabalhadores móveis internacionais e apoiar o desenvolvimento das suas carreiras internacionais.

Oportunidades de aprendizagem para o desenvolvimento da carreira dos colaboradores

A formação e desenvolvimento sistemático são elementos-chave para assegurar o sucesso contínuo do ALDI Nord. Continuamos a proporcionar *coaching* de liderança e formação sobre a cultura e programas de feedback, a fim de promover a liderança situacional e a participação ativa dos colabo-

radores. Na Dinamarca, a formação de assistentes de gerentes de lojas, gerentes de lojas e gerentes distritais continuou em 2021. Todos os 614 supervisores e gerentes nos Países Baixos completaram a formação em gestão, incluindo o Modelo de Liderança ALDI, em 2021. Os supervisores e gerentes receberam também formação na condução dos diálogos com colaboradores. O acordo de negociação coletiva holandês para o setor da distribuição estipula que os colaboradores tenham um orçamento individual de desenvolvimento pessoal para promover a empregabilidade sustentável. Os colaboradores da ALDI Países Baixos podem, portanto, realizar atividades de formação e desenvolvimento relevantes (disponíveis apenas para colaboradores que se encontrem abrangidos pelos acordos de negociação coletiva). A ALDI Portugal criou o programa de formação “Power to Lead” para gerentes de lojas, gestores de vendas distritais, diretores de vendas e diretores administrativos em 2021, abrangendo comunicação, liderança, cooperação e motivação. Criou também o *coaching* executivo para diretores executivos. A ‘Academia ALDI’, fundada em 2019, foi criada na maioria dos países ALDI em 2021 e será implementada nos restantes

países em 2022. A academia oferece amplas oportunidades de aprendizagem, incluindo cursos de formação em sala de aula e em linha, bem como módulos de e-learning. Na Bélgica, a plataforma foi lançada no início de 2021. Os cursos abrangem comunicação, liderança, competências pessoais, integração e muito mais.

A plataforma de e-learning introduzida em 2021 foi implementada com sucesso em quase todos os países ALDI para colaboradores com dispositivos da empresa. Foi também lançada uma ferramenta de autoria para permitir às unidades de negócio criarem ferramentas de aprendizagem digital específicas do ALDI (por exemplo, vídeos) e partilhá-las com os seus colegas na plataforma. Desta forma, cria-se uma base de dados interna de conhecimentos de colaboradores para colaboradores. Nos Países Baixos, mais de 100 módulos de aprendizagem eletrónica foram disponibilizados em 2021, por exemplo, sobre competências, estilo de vida saudável, liderança e competências Excel. Em 2022, queremos alargar esta plataforma e proporcionar a todos os colaboradores de loja oportunidades de aprendizagem digital.

GRI 405-1, 102-8

COLABORADORES POR REGIME DE TRABALHO

Percentagem de colaboradores ALDI por tipo contrato de trabalho e género, na data de referência de 31 de dezembro (em%)

	2019				2020				2021			
	a prazo	dos quais mulheres	sem termo	dos quais mulheres	a prazo	dos quais mulheres	sem termo	dos quais mulheres	a prazo	dos quais mulheres	sem termo	dos quais mulheres
Bélgica/Luxemburgo ¹	10,5	62,7	89,5	67,0	14,7	62,3	85,3	65,2	11,1	59,0	88,9	72,9
Dinamarca	1,2	67,7	98,8	54,3	16,4	46,4	83,6	48,8	16,5	16,1	83,5	53,8
França	10,6	66,6	89,4	64,8	10,3	64,2	89,7	64,4	11,7	65,0	88,3	60,9
Alemanha	18,7	61,1	81,3	72,5	16,8	59,1	83,2	70,0	17,3	57,5	82,7	69,8
Países Baixos	50,4	53,4	49,6	61,3	30,6	57,1	69,4	60,6	35,8	55,9	64,2	61,1
Polónia	61,2	76,0	38,8	81,9	53,3	80,7	46,7	79,2	46,1	80,9	53,9	82,1
Portugal	58,6	64,5	41,4	70,6	58,2	67,2	41,8	67,6	44,3	63,3	55,7	69,1
Espanha	4,6	69,2	95,4	65,2	16,9	20,6	83,1	65,2	14,8	24,4	85,2	65,0
ALDI Nord	22,5	60,9	77,5	68,7	21,4	61,5	78,6	67,1	19,4	57,7	80,6	66,9

¹ Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

Formação profissional: aprendizagens orientadas para o mercado e programas de estágios

GRI 404/103-2, 404-1 As opções de formação tradicionais são ministradas na Dinamarca, Alemanha, França e Países Baixos. Em 2021, o número de aprendizes (para definição, ver indicador) nas empresas ALDI era de cerca de 2029, com cerca de 1565 na Alemanha. As empresas regionais na Alemanha continuam a ser um dos maiores prestadores de programas de aprendizagem do setor alemão da distribuição. No período de 2021 a 2022, a ALDI França anunciou mais de 200 vagas de aprendizagem, tendo sido proposto um programa de formação a cada colaborador ALDI responsável pela supervisão dos aprendizes. A ALDI Nord Alemanha oferece oportunidades de diploma de aprendizagem dual. Em 2021, havia 159 estudantes duais, comparados com os 196 em 2020. A ALDI Países Baixos lançou um estágio para Gestor de Vendas Regional, com duração de dois anos, destinado a pessoas em início de carreira, com um máximo de

dois anos de experiência profissional. Os novos colaboradores podem integrar um posto de aprendiz na ALDI Países Baixos e, além disso, oferecemos formação profissional interna aos colaboradores atuais que resulta num diploma em Distribuição ou Logística. Em 2021, 122 colaboradores integraram este programa. Para mais pormenores, ver Relatório de Sustentabilidade de 2019.

Serviços: promoção do desempenho, diversidade e saúde

GRI 403/103-1, 405/103-2/3, 405-1 O ALDI Nord promove a igualdade de oportunidades através de uma vasta gama de perfis de emprego, oportunidades de desenvolvimento para colaboradores acabados de ingressar ou num cargo de gestão, bem como modelos atrativos de organização do tempo de trabalho. Rejeitamos todas as formas de discriminação.

O equilíbrio entre a vida pessoal e profissional é uma questão-chave para as empresas ALDI no futuro e a importância desta questão foi novamente sublinhada na análise de materialidade de 2021. As empresas ALDI já oferecem cerca de 54 000 oportunidades de emprego a tempo parcial, bem como de trabalho móvel. Mas ainda temos trabalho pela frente.

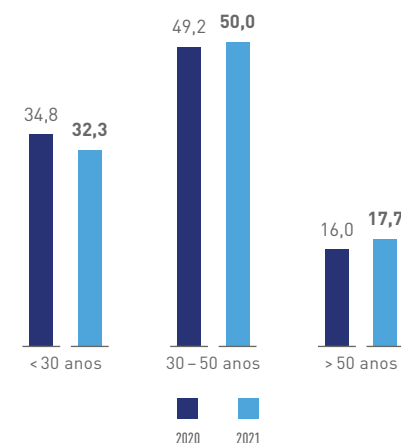
Garantia de condições de trabalho justas e equitativas para todos os colaboradores ALDI

Nos nove países europeus em que as empresas ALDI operam trabalham pessoas de 133 países. Todos os colaboradores ALDI têm as mesmas oportunidades, independentemente do sexo, idade, filiação religiosa ou visão do mundo, identidade de género e orientação sexual, origem ou deficiência física.

GRI 405-1

COLABORADORES POR FAIXA ETÁRIA

Proporção de colaboradores ALDI por faixa etária, na data de referência de 31 de dezembro¹



¹ Os dados referentes ao ano de 2020 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

Em 2021, as mulheres representavam cerca de 65% da mão-de-obra total (2020: 67%). A proporção de mulheres empregadas em cargos de gestão era de 35% no ano de referência (2020: 34%) e cerca de metade das nossas lojas são geridas por mulheres.

Ao assinar os Women's Empowerment Principles das Nações Unidas em março de 2021, reafirmamos publicamente o nosso compromisso para com uma maior igualdade de género no nosso grupo de empresas e ao longo das nossas cadeias de abastecimento internacionais. Em todo o grupo de empresas ALDI Nord, oferecemos relações laborais

GRI 405-1

MULHERES EM CARGOS DE CHEFIA

Proporção de colaboradores do sexo feminino em cargos de chefia, na data de 31 de dezembro (em%)

	2019	2020	2021
Bélgica/Luxemburgo ¹	28,4	37,4 ²	37,1
Dinamarca	27,6	35,3	32,9
França	29,3	37,3	35,6
Alemanha	31,8	30,3	30,8
Países Baixos	19,2	24,5	28,1
Polónia	36,5	34,4 ²	43,0
Portugal	36,1	37,4 ²	41,2
Espanha	42,0	39,2	41,0
ALDI Nord	31,7	33,5	34,8

¹ Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

² Os dados referentes ao ano de 2020 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

de longo prazo, com salários e condições de emprego justas. A maioria dos contratos de trabalho oferecidos pelas empresas ALDI são efetivos (quase 81% em 2021). Todos os colaboradores ALDI são remunerados de forma justa, de acordo com o seu desempenho. Os nossos valores são também estabelecidos na [Política CR do ALDI Nord](#).

Medidas abrangentes para melhorar a saúde e segurança dos nossos colaboradores

GRI 403/103-2/3, 403-1, -2, -4 Assumir a responsabilidade pelo bem-estar dos colaboradores faz parte da ética das empresas ALDI. Concentramo-nos em medidas de saúde e segurança no trabalho, medidas de saúde preventiva, condições salariais e contratuais justas e igualdade de oportunidades para todos os trabalhadores. Em 2021, as medidas de saúde preventiva foram aceleradas pelas empresas ALDI, por exemplo, foi introduzido um seguro coletivo de saúde com desconto (ALDI Países Baixos, Portugal e Espanha), testes oftalmológicos e vacinas contra a gripe e COVID-19 (ALDI Nord Alemanha), fornecimento de cestos de fruta como alternativa saudável aos snacks açucarados (ALDI Dinamarca e Bélgica) e acordos de parceria com ginásios ou empresas (quase todos os países).

As empresas ALDI realizam inspeções regulares nos locais de trabalho para identificar precocemente potenciais perigos. A saúde no local de trabalho é particularmente importante em áreas como a logística e as vendas, nas quais trabalha cerca de 91% dos colaboradores ALDI, uma vez que existe um risco acrescido de acidentes. Os colaboradores ALDI nas lojas e centros de distribuição recebem vestuário de trabalho e equipamento técnico adequados como parte das nossas medidas de saúde e segurança no trabalho (ver também Relatório de Sustentabilidade de 2015). São realizados cursos de formação na maioria dos países, monitorizados pelas empresas regionais.

Existem também outras medidas nos países ALDI que visam melhorar a saúde e o bem-estar dos nossos colaboradores. Na Dinamarca e nos Países Baixos, por exemplo, os membros da organização de saúde e segurança no trabalho devem completar a formação anual obrigatória em saúde e segurança no trabalho. Em 2021, os colaboradores dos centros logísticos receberam formação em técnicas de elevação segura e ergonomia, para evitar o desgaste físico. A formação em primeiros socorros (por exemplo, para salvar pessoas em caso de ataque cardíaco) é ministrada em França.

GRI 403-9

AUSÊNCIAS POR DOENÇA

Ausências por doença com direito à remuneração (em%)

	2019	2020	2021
Bélgica/Luxemburgo ¹	4,1	9,6	3,7
Dinamarca	2,7	3,2	2,7
França	5,6	7,0	7,0
Alemanha	4,8	4,8	5,0
Países Baixos	4,1	4,8	6,0
Polónia	2,7	5,0	8,0
Portugal ²	n/a	n/a	n/a
Espanha	3,6	5,0	5,8
ALDI Nord	3,9	5,0	4,8

¹ Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Bélgica e ALDI Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver "Sobre este relatório").

² Em Portugal, sem ausências por doença com direito à remuneração normal (n.a. = não disponível).

O objetivo é contar com a participação de 10% dos trabalhadores em França. No ano do relatório, a sede da ALDI França mudou-se para um novo edifício que melhorou o ambiente de trabalho dos nossos colaboradores, com espaços de trabalho ergonômicos, salas de reunião digitais, uma área de restauração Place du Marché e amplos espaços recreativos interiores e exteriores. A ALDI Países Baixos introduziu 15 medidas em 2021 para melhorar o bem-estar físico e mental dos seus colaboradores, por exemplo, coaching orçamental, e-learning sobre a carga de trabalho físico e sessões de informação sobre a reforma. Além disso, foi lançado um projeto-piloto com exames médicos periódicos em 2021 numa empresa regional, que visava permitir aos nossos colaboradores melhorar a sua saúde. No início de 2022, introduzimos uma medida para ajudar os nossos colaboradores a deixar de fumar. Estamos empenhados em prestar apoio profissional aos colaboradores nos Países Baixos, por exemplo, após um incidente traumático ou o encerramento de uma empresa regional. Isto pode ser feito através de aconselhamento e/ou métodos estabelecidos de tratamento de traumas. Além disso, os colaboradores holandeses podem adquirir bicicletas e, em 2021, por um período de tempo limitado, puderam comprar dispositivos, como computadores portáteis ou de mesa, isentos de impostos, através do sistema de folhas de pagamento.

Apoio aos nossos colaboradores durante a pandemia de COVID-19

GRI 403/103-2/3, 403-3, -5, -6, -7 Em 2020 e 2021, fomos particularmente desafiados pela pandemia de COVID-19. O ALDI Nord respondeu cedo às exigências e desafios decorrentes da pandemia global e assumimos a responsabilidade pela saúde dos nossos colaboradores e clientes. Já na primavera de 2020, fornecemos apoio técnico ao teletrabalho sempre que possível, especialmente na administração. Também definimos medidas abrangentes de proteção dos colaboradores em áreas com contacto direto com o cliente. Estas medidas asseguraram operações sem interrupções e garantiram o fornecimento de alimentos em todos os países ALDI. Desta forma, o ALDI Nord pôde cumprir a sua responsabilidade como empregador e fornecedor de alimentos durante a pandemia. Além disso, reconhecemos que a liderança desempenhou um papel crucial em toda a pandemia de COVID-19. A atenção dada pelos líderes aos colaboradores nos seus departamentos, lojas e regiões teve um impacto decisivo na motivação.

Igualdade de oportunidades: melhores sistemas de denúncias e dados para lidar com a discriminação

GRI 405/103-2, 407/103-1/2/3 A introdução obrigatória de sistemas de denúncia lançou as bases para a igualdade de oportunidades e a prevenção da discriminação. Na ALDI Países Baixos e na ALDI Dinamarca, os colaboradores podem denunciar confidencialmente a um conselheiro casos de discriminação, assédio moral, intimidação ou outro comportamento inapropriado.

Todos os países ALDI oferecem sistemas de denúncia de casos de discriminação. Em 2021, a ALDI Países Baixos aumentou a sensibilização dos colaboradores para o sistema de denúncia (whistleblower) utilizando panfletos com informações de contacto. Introduzimos também formações de e-learning para formar os supervisores no tratamento de comportamentos inadequados. Em 2021, o Departamento de Riscos e Conformidade da ALDI França introduziu um procedimento para o lançamento de alertas. Além disso, será introduzido um módulo de e-learning sobre “Contratação sem Discriminação” para os 20 colaboradores do departamento de RH. A ALDI Polónia desenvolveu e implementou uma política anti-assédio e anti-discriminação e um programa de formação. Um comité de igualdade e planos de igualdade estão a ser criados em todas as empresas espanholas para promover a igualdade de género.

OBJETIVOS & STATUS QUO

GRI 404/103-2/3 No ano do relatório, desenvolvemos um novo inquérito abrangente junto dos colaboradores de todos os países ALDI, chamado Inquérito de Envolvimento. O objetivo é identificar os fatores na experiência de trabalho do colaborador que influenciam o seu envolvimento e, com base nisso, elaborar medidas de melhoria. A abordagem global permite a comparabilidade e permite-nos fazer declarações gerais sobre a identificação dos colaboradores com o ALDI Nord e a sua vontade de se envolverem. A intenção é introduzir o Inquérito de Envolvimento nos países ALDI para avaliar o progresso e rever a eficácia das medidas regularmente. O inquérito foi lançado na ALDI Einkauf em 2021, mas será gradualmente implementado nos países ALDI em 2022. Em 2021, a nível nacional, foram realizados inquéritos específicos por país aos colaboradores na Bélgica, Dinamarca, Países Baixos, Polónia e Espanha.

Saiba mais sobre os nossos objetivos no [Programa CR](#).

COMPROMISSO SOCIAL

As empresas ALDI são mais do que meras empresas da distribuição, empregadores, parceiros comerciais ou concorrentes. Somos também cidadãos e vizinhos. Assumimos a responsabilidade em todas estas funções. Aproveitamos a nossa perícia e experiência para ajudar a encontrar soluções para problemas da sociedade, que vão além do nosso negócio principal. Parte do nosso compromisso social é apoiar uma vasta gama de projetos e iniciativas.

ALDI Nord: apoiar a Ucrânia de forma simples e rápida

A guerra na Ucrânia é uma situação de exceção. O nosso principal objetivo nesta situação, enquanto fornecedor de base, é tornar os bens essenciais disponíveis a quem deles necessita de forma rápida e eficiente. O ALDI Nord disponibilizou um orçamento excecional de 500 000 euros às empresas regionais em todos os países ALDI para apoiarem as organizações locais de ajuda, por exemplo, fornecendo alimentos ou vestuário. As organizações de ajuda local estão a apoiar refugiados ucranianos ou a prestar ajuda humanitária na Ucrânia.

De todos os países ALDI, a ALDI Polónia é o mais próximo da Ucrânia e é particularmente afetada.

A fim de tornar a ajuda simples e rápida, a ALDI Polónia reduziu os preços de mais de 1200 produtos básicos, tais como alimentos e vestuário em várias lojas perto da fronteira. Como acontece noutras empresas, alguns colaboradores originários da Ucrânia tiveram de regressar ao seu país de origem, deixando por vezes as suas famílias para trás. Outros ofereceram refúgio a familiares ou acolheram refugiados. A ALDI Polónia criou um programa de apoio interno aos colaboradores ucranianos afetados e desenvolveu um programa de assistência aos refugiados.

Como parte do seu apoio às organizações de ajuda, a ALDI Nord Alemanha participou numa campanha de doação conjunta com outros retalhistas. A campanha doou um total de quase 400 caixas de alimentos e outros bens. As doações foram encaminhadas para a fronteira polaca com a Ucrânia e depois transportadas diretamente para pessoas necessitadas na Ucrânia.

Para além dos alimentos básicos, tais como pão, leite e massa, são cada vez mais necessários na Ucrânia alimentos para bebés e outros produtos alimentares. A ALDI Nord Alemanha prestou assistência rápida à Ucrânia através da doação de alimentos para bebés e produtos de higiene no valor de 1 milhão de euros à Caritas Essen. Esta ajuda foi levada diretamente para a Ucrânia num comboio de ajuda em março de 2022.

A NOSSA ABORDAGEM

Nos nove países ALDI, estamos a trabalhar com iniciativas e organizações nacionais para apoiar projetos locais e abrangentes. Com um enfoque estratégico na Alimentação Moderna, as empresas ALDI têm vindo a adotar uma série de medidas para promover uma alimentação saudável desde 2019. Outro foco é o nosso trabalho em matéria de doações de bens alimentares e não-alimentares. Como fornecedor de base, prestamos apoio a pessoas que passam necessidades elementares ou quando a assistência é urgentemente necessária, como por exemplo após desastres ambientais. Também oferecemos assistência ocasional sob a forma de donativos financeiros.

ORGANIZAÇÃO E DIRETRIZES

O compromisso social está ancorado no cerne da nossa Política de Responsabilidade Empresarial (Corporate Responsibility – CR). Os projetos são selecionados e promovidos de forma independente em cada país ALDI. Várias empresas regionais também gerem o seu compromisso social de forma independente – com o apoio dos serviços nacionais ou internacionais. Alguns países ALDI, como a Bélgica, seguem um quadro nacional de responsabilidade social na gestão do seu envolvimento. Este quadro estabelece os parâmetros para o compromisso social, tais como o trabalho a nível nacional, regional ou local, e os temas estratégicos, tais como resíduos alimentares, embalagens e promoção de uma dieta saudável. A ALDI Bélgica dispõe igualmente de

um quadro de participação no debate público. A ALDI Países Baixos e a ALDI Espanha estão a elaborar o seu quadro nacional individual de compromisso social. O departamento espanhol de CR está atualmente a desenvolver um quadro, com a ajuda de outros departamentos, para definir critérios de envolvimento social, temas estratégicos alinhados com a estratégia de CR do ALDI Nord, bem como fluxos de trabalho e processos transparentes. Estamos a planear ultimar o quadro em meados de 2022.

PROGRESSO E MEDIDAS EM 2021

No ano de relatório 2021, as empresas ALDI demonstraram o seu compromisso com a sociedade através de parcerias, projetos e doações.

Fornecimento de base para todos, onde ele é necessário: a ALDI Nord Alemanha

No ano de relatório, a ALDI Nord Alemanha aperfeiçoou a nossa abordagem ao compromisso social. Como fornecedor de base, oferecemos apoio onde quer que as pessoas não satisfaçam as suas necessidades e serviços básicos. O nosso foco está na promoção da saúde, por exemplo, através do estilo de vida, trabalho, nutrição e condições de trabalho, e no apoio à educação e infraestruturas públicas, tais como em incêndios, catástrofes, e proteção civil. Com base nos nossos Princípios de Desconto, oferecemos uma assistência simples, responsável e fiável.

Compromisso social orientado e eficaz: a ALDI Espanha

A ALDI Nord Alemanha apoiou as vítimas das cheias devastadoras que afetaram partes da Alemanha em meados de 2021. Devido a fortes chuvas, as regiões afetadas sofreram inundações repentinas e cheias maciças, com consequências catastróficas. A ALDI Nord Alemanha doou 500 000 euros às empresas regionais ALDI para apoiarem as organizações de ajuda locais. O dinheiro forneceu às pessoas afetadas artigos mais prementes, tais como alimentos, bebidas, têxteis e vales de compras. Os colaboradores ALDI que foram afetados receberam ajuda financeira e licenças por motivos humanitários. Esta licença foi alargada a outros colaboradores que optaram por doar o seu tempo como voluntários.

O compromisso social na ALDI Espanha centra-se principalmente em temas onde temos o maior impacto, como demonstram os dois exemplos seguintes: apoiar pessoas em situações críticas e adversas. Outros exemplos relacionados com a minimização do desperdício alimentar ou a promoção de estilos de vida saudáveis podem também ser encontrados neste relatório.

A ALDI Espanha doou 10% das vendas promocionais de produtos das Ilhas Canárias às vítimas da erupção vulcânica Cumbre Vieja em La Palma, em Novembro de 2021. Trabalhando com o Banco Alimentar de Tenerife, pagámos alimentos e produtos essenciais para as pessoas afetadas em La Palma.

Também trabalhamos em conjunto com a Cruz Roja (Cruz Vermelha Espanhola) no âmbito do projeto ALDI Emplea (ALDI Emprega) para proporcionar aprendizagens a jovens com menos de 35 anos, com a possibilidade subsequente de emprego. Lançado em Madrid em 2020, com oito jovens participantes – um dos quais ainda faz parte da nossa equipa – o programa está a ser alargado a Sevilha, Barcelona, Madrid e Valência em 2022. Com a taxa de desemprego juvenil em Espanha em 30%, este projeto é um compromisso importante para a ALDI Espanha.

Quando é preciso ajuda: a ALDI Bélgica

Devido ao comportamento de açambarcamento de muitos consumidores durante a COVID-19, em 2020 não pudemos doar excedentes alimentares a organizações, como bancos alimentares. Por conseguinte, sob a liderança da organização do sector retalhista [COMEOS](#), juntámo-nos a outras empresas da distribuição belgas para doar produtos essenciais a pessoas necessitadas: 233 toneladas de alimentos (equivalente a 460 000 refeições), detergentes, fraldas, entre outros. Além disso, vendemos máscaras cirúrgicas e doámos as receitas à Commerce Cares, uma organização que ajuda a tornar os empregos e a sociedade mais acessíveis às pessoas com deficiência. Em 2021, partes da Bélgica foram também atingidas por inundações sem precedentes, que afetaram milhares de pessoas. A ALDI Bélgica doou 100 000 euros à Cruz Vermelha e distribuiu bens como água, produtos de higiene e massa nas áreas mais afetadas. Os nossos colegas que sofreram danos pessoais também puderam contar com o nosso apoio.

Save the Children Denmark

“Há demasiadas crianças a crescer na pobreza na Dinamarca, com menos sorrisos e mais preocupações do que outras crianças. Estamos felizes por trabalhar com o ALDI, que também quer fazer a diferença para as crianças em situações vulneráveis”.

JOHANNE SCHMIDT-NIELSEN
Generalsekretær / Secretário-Geral



Legumes diários para as crianças e pão nas escolas: a ALDI Países Baixos

A ALDI Países Baixos apoiou vários projetos e parcerias voluntárias, centrando-se na promoção de um estilo de vida saudável, redução de desperdícios alimentares e embalagens sustentáveis. Estes esforços de 2021 incluíram um projeto de alimentação saudável em cooperação com o JOGG (Fundação Jovens com Peso Saudável), uma fundação dedicada ao combate à obesidade infantil. A promoção do consumo de legumes entre as crianças de um a quatro anos foi fomentada pela nossa participação no projeto-piloto “Groenteboxjes” (caixas de legumes) em 26 centros de dia. O programa incentiva as crianças a comerem legumes diariamente, apoiando-as com materiais divertidos e educativos e recompensando-as por experimentarem legumes. Um estudo realizado pela Univer-

sidade de Maastricht mostrou que a intervenção levou a um aumento significativo do consumo de legumes entre as crianças pequenas.

Desde 2019, a ALDI Países Baixos tem sido um “super-parceiro” da Nationaal School Ontbijt, uma iniciativa neerlandesa centrada em proporcionar um pequeno-almoço saudável a crianças do ensino primário. Em 2021, doámos pão para 2250 escolas participantes nesta semana de pequeno-almoço, o que equivale a fornecer pão a quase 500 000 crianças. Também financiámos a entrega de pacotes de pequenos-almoços às escolas participantes. No início de 2019, a ALDI Países Baixos tornou-se parceiro na Aliança contra a Pobreza Infantil, que visa prevenir a pobreza infantil e ajudar as famílias a evitar dificuldades financeiras até 2030. À luz desta Aliança, a ALDI Países

Baixos iniciou um projeto-piloto em 2021 para um pequeno-almoço escolar diário em Zoetermeer. O projeto está em curso até julho de 2022.

Bancos alimentares e Heróis da Fruta: a ALDI Portugal

O compromisso social da ALDI Portugal baseia-se numa ampla cooperação com vários parceiros para combater o desperdício alimentar e apoiar pessoas vulneráveis em vários locais, através de doações alimentares e não-alimentares. Em 2021, a ALDI Portugal continuou a criar parcerias locais com organizações que recebem diariamente das nossas lojas bens alimentares não vendáveis mas que ainda podem ser consumidos (excedentes alimentares). Devido à pandemia de COVID-19, também apoiámos doações de bens alimentares a hospitais e pessoas necessitadas, cooperando com municípios e organizações caritativas. Outro foco é a promoção de uma alimentação saudável entre as crianças. Alargámos com sucesso o nosso projeto Heróis da Fruta, introduzindo dois novos produtos: mini-cenouras e mini-água. Qualquer pessoa que compre na ALDI Portugal peras, maçãs, cenouras ou água em miniatura da marca Heróis da Fruta doa automaticamente para o projeto Missão 1 Quilo de Ajuda, que tem como objetivo proporcionar aos jardins de infância e escolas primárias lanches saudáveis. Para mais pormenores sobre iniciativas contra o desperdício alimentar, ver a secção Gamas de produtos responsáveis.

Cooperação intensiva com a Save the Children para ajudar os mais vulneráveis: a ALDI Dinamarca

Desde 2018, a ALDI Dinamarca tem trabalhado em estreita colaboração com o capítulo dinamarquês da Save the Children para construir um futuro melhor para as crianças mais vulneráveis na Dinamarca e no estrangeiro. Como patrocinador principal, a ALDI Dinamarca e os nossos clientes doaram mais de 173 000 euros à Save the Children em 2021. Os fundos foram recolhidos através de várias atividades de angariação de fundos nas nossas lojas. A nossa angariação de fundos tem contribuído, por exemplo, para campos de férias para crianças e famílias vulneráveis. Nestes campos, as crianças criam boas recordações, fazem novos amigos e desfrutam de atividades e excursões.

Também doámos alimentos e bebidas à equipa de ciclismo da Save the Children em julho de 2021. A equipa da Save the Children deslocou-se de bicicleta pela Dinamarca durante uma semana para angariar fundos. Antes do Natal, vendemos um urso de peluche especial da Save the Children nas nossas lojas e doámos o dinheiro para ajudar crianças vulneráveis a terem um Natal melhor.



ALDI Bélgica
75 000 €
PARA UMA BOA CAUSA

Juntamente com os nossos clientes e colaboradores, unimos esforços na luta contra a pobreza infantil. Durante um período de duas semanas, em setembro de 2021, a ALDI Bélgica doou 50 cêntimos por embalagem de tomate cereja vendido. Também organizámos um Desafio ALDI com o objetivo de fazer mais de 10 000 km a pé, a correr ou de bicicleta com os nossos colegas, num espaço de três semanas, enquanto recolhíamos donativos. No total, percorremos juntos mais de 25 000 km. No total, as nossas ações de solidariedade angariaram mais de 75 000 euros a favor da UNICEF Bélgica.

Ajudar os mais necessitados: a ALDI França e a ALDI Bélgica

A ALDI França participa na campanha anual de alimentação organizada pelos bancos alimentares e pelo Resto du Coeur (Os Restaurantes do Coração), que beneficia diretamente as pessoas que sofrem de insegurança alimentar. No início de setembro de 2021, a ALDI Bélgica vendeu tomates para lanches como parte de uma nova campanha de solidariedade. Por cada saco de tomates cereja vendido, a ALDI Bélgica doou 50 cêntimos à UNICEF. A ALDI Bélgica utilizou esta iniciativa para apoiar as crianças necessitadas e contribuir para a luta contra a pobreza infantil. A ALDI Bélgica também organizou um Desafio ALDI no qual os colegas foram desafiados a fazer mais de 10 000 km a pé, a correr ou de bicicleta num espaço de três semanas. Após a conclusão do desafio, foram alcançados mais de 25 000 km, e uma doação de 25 000 euros foi entregue à UNICEF. A ALDI Bélgica doou um total de 75 000 euros à UNICEF para ambas as campanhas.

Amigos das abelhas para o bem da biodiversidade: a ALDI Polónia

A ALDI Polónia participa ativamente em cooperações locais e trabalha para informar os clientes sobre projetos ambientais. Em 2021, a ALDI Polónia alargou a sua colaboração com a Fundação Klub Gaja. Por exemplo, foi criada uma casa de abelhas, ou colmeal pedagógico, num Jardim da Fundação Klub Gaja ao lado de uma loja da ALDI Polónia. O Klub Gaja organizou workshops educacionais para crianças neste colmeal, onde aprenderam sobre o papel das

abelhas no ecossistema, em associação com a cidade de Bielsko-Biała. O nosso compromisso com a proteção das abelhas também foi sublinhado em 2021 com a sementeira de três prados amigos das abelhas em Radom, Bielsko-Biała e Legnica, em espaços verdes das lojas da ALDI Polónia. Além disso, plantamos árvores e arbustos amigos dos animais e construímos numerosos hotéis de insetos. Estes projetos revelaram-se populares junto de miúdos e graúdos. Juntamente com o Klub Gaja, a ALDI Polónia plantou um total de mais de 6000 árvores.

OBJETIVOS & STATUS QUO

Adotamos uma abordagem local e assente em projetos na realização do nosso compromisso social. Isto significa que definimos apenas alguns objetivos gerais para o grupo de empresas ALDI Nord. Os vários países ALDI escolhem de forma independente o foco do seu compromisso social e os projetos que desejam apoiar. Assim, todos os países ALDI, exceto a Dinamarca, estabelecem objetivos nacionais. Os projetos individuais são regularmente sujeitos a avaliação, a fim de assegurar a sua eficácia.

Saiba mais sobre os nossos objetivos no Programa CR.

ANEXOS

NUM RELANCE: OS PORMENORES

O perfil do relatório, as normas subjacentes e os seus índices são integralmente apresentados em formato compacto no anexo. Poderá encontrar *online* uma visão geral de todos os indicadores de desempenho do ALDI Nord.



SOBRE ESTE RELATÓRIO

CERTIFICADO DE AUDITORIA INDEPENDENTE

GRI CONTENT INDEX

RELATÓRIO DE PROGRESSO DO PACTO GLOBAL
DAS NAÇÕES UNIDAS (COP)OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL

FICHA TÉCNICA & CONTACTO

SOBRE ESTE RELATÓRIO

Este é o quarto Relatório de Sustentabilidade abrangente do ALDI Nord. Ao publicá-lo, estamos a cumprir com a nossa promessa de fornecer às nossas partes interessadas, internas e externas, informações regulares e transparentes sobre os nossos objetivos e medidas materiais. O relatório é dirigido em particular a clientes, colaboradores, organizações não-governamentais, fornecedores e parceiros comerciais, assim como a partes interessadas no domínio público.

ESTRUTURA E CONTEÚDO

No nosso Relatório de Sustentabilidade de 2021, queremos mostrar às nossas partes interessadas a razão pela qual estamos a abordar e a relatar sobre os temas selecionados sob o prisma da sustentabilidade. As páginas introdutórias de cada capítulo servem de ponto de partida para mergulhar nas questões abordadas no relatório. Expressamos a nossa posição em relação à sustentabilidade e àquilo que esperamos alcançar no futuro. Ao mesmo tempo, estamos a destacar ainda mais as atividades das empresas ALDI nacionais, através de perfis de países separados. O relatório está disponível exclusivamente em formato PDF compacto [online](#). A comunicação nacional em matéria de sustentabilidade nas páginas *web* de cada país complementam o relatório, tornando assim as questões da sustentabilidade ainda mais tangíveis.

PERÍODO EM ANÁLISE E CICLO DE PUBLICAÇÃO

GRI 102-50, -52 O período abrangido pelo relatório vai de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2021. Tivemos em conta acontecimentos significativos até à data limite de redação de 31 de março de 2022. O ALDI Nord publica bienalmente um Relatório de Sustentabilidade abrangente. O próximo relatório deverá ser publicado em 2024. Entretanto, publicaremos uma atualização de sustentabilidade e comunicaremos anualmente as estatísticas e os progressos relevantes.

O relatório está disponível como documento PDF em inglês e outras línguas. Em caso de desvios entre as versões, prevalecerá o documento em inglês. No interesse da legibilidade, a estrutura jurídica das empresas não é especificada.

ÂMBITO DO RELATÓRIO E EDITORA

GRI 102-54 Determinámos os temas abrangidos por este relatório utilizando a nossa análise de materialidade. O relatório cumpre os requisitos fundamentais (opção "Core") das Diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI). O [GRI Content Index](#) apresenta uma breve visão geral.

GRI 102-1, -3, -5, -18 A editora do relatório é a ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG, Essen (doravante denominada ALDI Einkauf). O âmbito deste relatório é o grupo das empresas ALDI Nord.

Na Alemanha, o grupo das empresas ALDI Nord é constituído por um conjunto de empresas com a estrutura jurídica de "GmbH & Co. KG" ou "SE & Co. KG" (sociedade em comandita com responsabilidade limitada ou com uma sociedade europeia como sócio comanditado), organizado horizontalmente conformando um chamado grupo de empresas de igual direito ("*Gleichordnungskonzern*"). As empresas ALDI estrangeiras juridicamente independentes são licenciadas da marca ALDI concedida pela ALDI Einkauf, pelo que, no âmbito do presente relatório, fazem parte do grupo ALDI Nord.

Eventuais desvios em alguns indicadores ou conteúdos são assinalados em conformidade. A compra de produtos para a ALDI Luxemburgo decorre através do Departamento de Logística e Compras da ALDI Bélgica. No entanto, a ALDI Luxemburgo e a ALDI Bélgica são empresas juridicamente independentes, as quais, por motivo de simplificação são, por norma, apresentadas de forma combinada neste relatório. Os serviços *online* como viagens, fotografia, música e serviços de telecomunicações, entrega de flores, jogos *online*, livros

eletrónicos e entregas ALDI não estão incluídos no Relatório de Sustentabilidade.

GRI 102-48, -54 Conteúdos e indicadores de desempenho selecionados para o ano de 2021 foram submetidos a uma auditoria técnico-económica pela sociedade de auditoria independente Flottmeyer • Steghaus + Partner. Os mesmos estão identificados com o símbolo . As alterações retroativas dos indicadores relativos aos relatórios anteriores encontram-se devidamente assinaladas.

ALTERAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO

GRI 102-10 Em 2021, houve algumas alterações nas nossas operações. Por exemplo: foram encerradas as atividades das empresas regionais Horst, Bad Laasphe e Wittstock na Alemanha; a atividade das lojas manteve-se em grande medida inalterada apesar da mudança, uma vez que foi transferida para outras empresas ALDI. Durante o ano em análise, um conjunto de lojas foi encerrado, modernizado e re-abertos (ver indicadores "Lojas e Colaboradores"). Para alterações à estrutura organizacional, ver as secções "Organização" de cada capítulo.

Capítulo verificado 

CERTIFICADO DE AUDITORIA INDEPENDENTE

À ALDI EINKAUF SE & CO. oHG

Fomos contratados com a realização de uma auditoria independente, destinada à obtenção de garantia limitada sobre a informação e índices selecionados, constantes do Relatório de Sustentabilidade 2021 elaborado pela ALDI Einkauf SE & Co. oHG, para o grupo de empresas ALDI Nord (a seguir designado por "sociedade"), relativamente ao período de 01/01/2021 – 31/12/2021. A informação e índices selecionados no âmbito do nosso trabalho de auditoria foram marcados no Relatório de Sustentabilidade com um símbolo .

Responsabilidades dos representantes legais

A gerência da sociedade é responsável pela elaboração do Relatório de Sustentabilidade em conformidade com os critérios referidos nos princípios das Diretrizes para a Elaboração de Relatórios de Sustentabilidade ("Sustainability Reporting Guidelines") e informações normalizadas da Global Reporting Initiative (GRI), bem como das diretivas internas.

Esta responsabilidade abrange, por um lado, a seleção e aplicação de métodos apropriados para elaboração do Relatório de Sustentabilidade, bem como a elaboração de pressupostos e estimativas relativamente aos indicadores de sustentabilidade, que demonstram ser plausíveis atendendo às circunstâncias concretas. Por outro lado, abrange a responsabilidade pela conceção, implementação e manutenção de sistemas, processos e controlos internos que se revestem de importância para a elaboração do Relatório de Sustentabilidade para criar um relatório livre de erros essenciais, intencionais ou não intencionais.

Independência e garantia de qualidade da sociedade de auditoria

No âmbito do nosso trabalho, cumprimos os requisitos de independência e restantes requisitos éticos aplicáveis, baseados nos princípios fundamentais da integridade, objetividade, competência profissional e devida diligência, confidencialidade e conduta profissional.

O nosso sistema de garantia da qualidade baseia-se na legislação nacional e nas regulamentações publicadas pelas associações profissionais, em particular os Estatutos Profissionais para Auditores e Revisores de Contas ajuramentados bem como da Declaração Conjunta da WPK (Câmara Alemã dos Auditores) e IDW (Instituto Alemão dos Auditores): Requisitos da garantia de qualidade na prática da auditoria (IDW QS 1).

Responsabilidade do auditor

O nosso trabalho consiste em, com base na nossa atividade de auditoria executada, formular um parecer com segurança limitada, sobre a questão de saber se tomamos conhecimento de fatos que nos levam a supor

- que os valores marcados com um visto  constantes do Relatório da sociedade, relativamente ao exercício de 2021 e aspetos materialmente relevantes, não foram elaborados em conformidade com os critérios do reporting e das Diretrizes para a Elaboração de Relatórios de Sustentabilidade lançados pela Global Reporting Initiative (GRI),
- que as abordagens marcadas com um visto  e apresentadas no Relatório de Sustentabilidade, no capítulo "Gestão", não foram determinadas em conformidade com os requisitos da diretriz GRI 103: abordagem de gestão de reporting e informações normalizadas das diretrizes GRI, bem como
- que os valores quantitativos marcados com visto  no Relatório de Sustentabilidade, relativamente ao exercício de 2021 e em aspectos materialmente relevantes, não foram elaborados em conformidade com os critérios da completude, comparabilidade, exatidão, clareza, tempestividade e fiabilidade dos princípios de reporting e informações normalizadas da diretriz GRI.

Não foi objeto do nosso trabalho a verificação material de informações relacionadas com produtos ou serviços, incluídas no Relatório de Sustentabilidade, bem como referências para fontes externas de documentação ou declarações sobre o futuro.

Tipo e âmbito da auditoria

Efetuámos a nossa auditoria de acordo com a Norma Internacional sobre Trabalhos de Garantia de Fiabilidade (ISAE) 3000 (Revised), bem como a Norma Internacional sobre Trabalhos de Garantia de Fiabilidade

(ISAE) 3410. Essa norma obriga-nos a cumprir as obrigações profissionais e a planejar e executar o trabalho tomando em consideração o princípio da materialidade que nos permita emitir uma avaliação com garantia limitada.

Visto a aplicação de procedimentos destinados à obtenção de garantia de fiabilidade limitada ser menos abrangentes em relação a uma auditoria destinada à obtenção de garantia de fiabilidade suficiente, a garantia adquirida é correspondentemente menor.

A escolha dos procedimentos depende do julgamento profissional do revisor oficial de contas.

Ao proceder à nossa auditoria, efetuámos, entre outros aspetos, as seguintes atividades relacionadas com os valores marcados com visto .

- Avaliação da conceção e da implementação de sistemas e processos para a determinação, o processamento e a monitorização dos dados e resultados obtidos no âmbito da auditoria
- Realização de entrevistas com os colaboradores do departamento "CR", responsáveis pela elaboração do relatório
- Abertura dos procedimentos e reviso da documentação relativa aos sistemas e processos relativamente à recolha das informações de sustentabilidade e a sua verificação aleatória
- Avaliação analítica das informações relevantes, bem como dos dados comunicados para a consolidação
- Avaliação da visão geral das informações e índices selecionados relativamente ao desempenho de sustentabilidade que se insiram no nosso mandato
- Avaliação dos processos locais de recolha de dados, de validação e de relatórios, bem como da fiabilidade dos dados notificados por meio de inquérito por amostragem em localizações escolhidas.

Opinião de auditoria

Considerando os elementos obtidos no âmbito da nossa auditoria destinada à obtenção de garantia de fiabilidade limitada, não tomámos conhecimento de fatos que nos levam a supor

- que os valores marcados com visto  no Relatório de Sustentabilidade, relativamente ao exercício de 2021 e em aspectos materialmente relevantes, não foram elaborados em conformidade com os critérios da completude, comparabilidade, exatidão, clareza, tempestividade e fiabilidade constantes da diretriz GRI relativa aos princípios de reporting e informações normalizadas.

Finalidade do certificado

Emitimos o presente relatório com base no contrato celebrado com a ALDI Einkauf SE & Co. oHG. A auditoria destinada à obtenção de garantia limitada de fiabilidade foi realizada unicamente para os fins da ALDI Einkauf SE & Co. oHG, e o relatório destina-se unicamente a relatar à ALDI Einkauf SE & Co. oHG o resultado da auditoria destinada à obtenção de garantia limitada de fiabilidade.

Limitação da responsabilidade

O relatório não se destina a permitir a terceiros tomar decisões com base no relatório. A nossa responsabilidade é válida apenas perante a ALDI Einkauf SE & Co. oHG. Não assumimos qualquer responsabilidade perante terceiras entidades.

O nosso mandato em cujo cumprimento prestamos os serviços acima referidos para a gerência da ALDI Einkauf SE & Co. oHG tinha como base as condições gerais de contrato para revisores oficiais de contas e sociedades de auditoria, na versão de 1 de janeiro de 2017 (<https://www.fsp-hamm.de>). Ao tomar conhecimento e ao utilizar as informações contidas neste relatório, cada destinatário confirma estar ciente dos regulamentos aí estabelecidos e reconhece a sua validade em relação à nossa empresa.

Hamm, 22.07.2022

Flottmeyer • Steghaus + Partner
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft • Steuerberatungsgesellschaft
(Auditing firm - tax consultancy firm)

Ruth Beerbaum
Public Auditor

Christian Bruun
Public Auditor

GRI CONTENT INDEX

GRI 102-54 Este relatório cumpre os requisitos GRI: opção “Core” da Global Reporting Initiative (GRI). O GRI Content Index apresenta uma visão geral. Conteúdos selecionados e indicadores para o ano de 2021 foram submetidos a uma auditoria técnico-económica pela sociedade de auditoria independente Flottmeyer • Steghaus + Partner. Estão identificados com o símbolo .

GRI 102: INFORMAÇÕES GERAIS 2016

Normas GRI	Nome	Referência e complemento
PERFIL DA ORGANIZAÇÃO		
GRI 102-1	Nome da organização	ALDI Einkauf SE & Co. oHG em nome do ALDI Nord Abordagem de sustentabilidade Gammas de produtos responsáveis – A nossa abordagem
GRI 102-2	Principais atividades, marcas, produtos e serviços 	Qualquer proibição nacional de determinados produtos ou componentes de produtos explicitamente referida no Relatório de Sustentabilidade é mencionada individualmente no texto.
GRI 102-3	Sede da organização	Essen, Alemanha
GRI 102-4	Locais de operações	Abordagem de sustentabilidade – Como organizamos CR Perfis dos países
GRI 102-5	Natureza da propriedade e forma jurídica	Sobre este Relatório – Âmbito do relatório e editora
GRI 102-6	Mercados de atuação	Abordagem de sustentabilidade Perfis dos países
GRI 102-7	Dimensão da organização	Abordagem de sustentabilidade – Como organizamos CR Empregador atrativo – A nossa abordagem Omissões: Restrições de confidencialidade: as informações sobre a capitalização total são tratadas confidencialmente. Portanto, não foram feitas divulgações além dos requisitos estatutários. Empregador atrativo – Colaboradores por tipo de contrato Colaboradores por tipo de emprego Trabalho temporário só é utilizado numa pequena proporção (1,9%). O ALDI Nord esforça-se por conseguir relações de emprego a longo prazo. Não existem flutuações sazonais significativas.
GRI 102-8	Quadro pessoal	Esta informação baseia-se num levantamento de dados para efeitos do Relatório de Sustentabilidade, que foi agregado em todas as empresas ALDI relevantes, tanto a nível nacional como 2021. Os dados referem-se a 31 de dezembro de 2019; algumas informações são indicadas em percentagem. Para mais pormenores e métodos de cálculo potencialmente diferentes, consultar o respetivo quadro. Limiar de inclusão: apenas as empresas com mais de 50 trabalhadores foram incluídas no pedido de dados.
GRI 102-9	Cadeia de abastecimento	Responsabilidade social na cadeia de abastecimento – A nossa abordagem Organização & Diretrizes O nosso compromisso de transparência e divulgação de informação Relações comerciais justas: como capacitamos os agricultores locais e promovemos projetos de comércio justo Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento – Introdução A nossa abordagem Organização & Diretrizes Progressos & Medidas 2021 Objetivos & Status quo
GRI 102-10	Mudanças significativas em relação à organização e na sua cadeia de abastecimento	Sobre este Relatório – Alteração da organização

CONTEÚDO	PREFÁCIO	GESTÃO	PAÍSES	CLIENTE & PRODUTO	CADEIA DE ABASTECIMENTO & RECURSOS	CLIMA & AMBIENTE	COLABORADORES & COMUNIDADE	ANEXOS
GRI 102-11	Observação do princípio de precaução			Prefácio Abordagem de sustentabilidade – O nosso contributo para os objetivos de sustentabilidade A nossa estratégia de CRQA Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento – A nossa abordagem Responsabilidade social na cadeia de abastecimento – A nossa abordagem				
GRI 102-12	Iniciativas externas 			Abordagem de sustentabilidade – O nosso contributo para os objetivos de sustentabilidade				
GRI 102-13	Participação em associações			Partes interessadas e redes – Cooperação, redes & iniciativas				
Estratégia								
GRI 102-14	Declarações de gerentes			Prefácio Abordagem de sustentabilidade – A nossa estratégia de CRQA				
Ética e integridade								
GRI 102-16	Valores, diretrizes, padrões e normas de conduta			Abordagem de sustentabilidade – O nosso contributo para os objetivos de sustentabilidade A nossa estratégia de CRQA Gammas de produtos responsáveis Empregador atrativo – A nossa abordagem Todas as empresas são controladas e organizadas de forma diferente. Para mais informações, consultar os capítulos “Cliente & produto”, “Cadeia de abastecimento & recursos”, “Clima & ambiente” e “Colaboradores & comunidade” nas secções sobre a abordagem e nas diretrizes.				
Gestão								
GRI 102-18	Estrutura administrativa			Sobre este Relatório Abordagem de sustentabilidade – Como organizamos CR Compliance Sobre este Relatório Todas as empresas são controladas e organizadas de forma diferente. Para mais informações, consultar os capítulos “Cliente & produto”, “Cadeia de abastecimento & recursos”, “Clima & ambiente” e “Colaboradores & comunidade” nas secções sobre a abordagem e nas diretrizes.				
Envolvimento de Stakeholders								
GRI 102-40	Lista de grupos de stakeholders envolvidos 			Materialidade – Seleção das partes interessadas Partes interessadas & redes – As nossas partes interessadas e os seus temas				
GRI 102-41	Negociações coletivas			Empregador atrativo – Colaboradores abrangidos por negociações coletivas				
GRI 102-42	Identificação dos grupos de stakeholders 			Materialidade – Seleção das partes interessadas Partes interessadas & redes – As nossas partes interessadas e os seus temas				
GRI 102-43	Abordagem para o envolvimento dos stakeholders 			Partes interessadas & redes – As nossas partes interessadas e os seus temas Transparência & Comunicação – Objetivos & Status quo				
GRI 102-44	Tópicos e preocupações principais 			Materialidade – Impacto na comunicação de informações Partes interessadas & redes – As nossas partes interessadas e os seus temas Visão geral da inclusão das partes interessadas Transparência & Comunicação – Objetivos & Status quo				
Perfil do Relatório								
GRI 102-45	Preparação das demonstrações financeiras			A editora do Relatório de Sustentabilidade é a ALDI Einkauf SE & Co. oHG, com sede em Essen, Alemanha. As empresas juridicamente independentes do ALDI Nord elaboram as suas próprias demonstrações financeiras.				
GRI 102-46	Identificação dos conteúdos e temas 			Materialidade – Metodologia Lista de temas e avaliação de materialidade Matriz de Materialidade Principais conclusões da nossa análise de materialidade				
GRI 102-47	Lista de temas principais			Materialidade – Lista de temas e avaliação de materialidade Matriz de Materialidade				

GRI 102-48	Reformulações das informações	<u>Sobre este Relatório</u> Caso as informações de relatórios anteriores sejam mantidas sob uma forma modificada, o ALDI Nord compromete-se a encontrar uma formulação transparente. Estas alterações podem ser consultadas nos respetivos textos.
GRI 102-49	Alterações no relatório	<u>Materialidade – Metodologia</u> <u>Lista de temas e avaliação de materialidade</u> <u>Matriz de Materialidade</u>
GRI 102-50	Período coberto pelo relatório	<u>Sobre este relatório – Período em análise e ciclo de publicação</u>
GRI 102-51	Data da publicação do último relatório	Relatório de Sustentabilidade de 2019: julho de 2020 Relatório Intercalar de 2020: julho de 2021
GRI 102-52	Ciclo de emissão do relatório	<u>Sobre este relatório – Período em análise e ciclo de publicação</u>
GRI 102-53	Contacto para questões sobre o relatório	<u>Ficha Técnica & Contacto</u>
GRI 102-54	Declarações referentes ao relatório em concordância com os requisitos GRI	<u>Sobre este relatório – Âmbito do relatório e editora</u> <u>GRI Content Index</u>
GRI 102-55	GRI Content Index	<u>GRI Content Index</u>
GRI 102-56	Verificação externa	<u>Sobre este relatório – Âmbito do relatório e editora</u> <u>Certificado de auditoria independente</u>

TEMAS PRINCIPAIS GRI 200 TEMAS ECONÓMICOS, GRI 300 TEMAS AMBIENTAIS, GRI 400 TEMAS SOCIAIS

Normas GRI	Nome	Referência e informações adicionais
GRI 204: Abastecimento 2016		
GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão	<u>Gamas de produtos responsáveis</u> <u>Transparência & Comunicação</u> <u>Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento</u> <u>Responsabilidade social na cadeia de abastecimento</u>
FP 2	Percentagem do volume de compra certificado por normas reconhecidas (parcialmente)	<u>Gamas de produtos responsáveis</u> <u>Responsabilidade ambiental na cadeia de fornecimento – Produtos de pescado sustentáveis certificados</u> <u>Produtos certificados FSC® - ou PEFC™</u> <u>Óleo de palma certificado</u> <u>Algodão sustentável</u> <u>Responsabilidade social na cadeia de fornecimento – Produtos de cacau sustentáveis certificados</u> <u>Café sustentável certificado</u> <u>Chá sustentável certificado</u>
GRI FP: Bem Estar Animal		
GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão	<u>Gamas de produtos responsáveis – Compromisso para um maior bem-estar animal: satisfazer a procura dos clientes por produtos mais éticos</u> <u>Objetivos & Status Quo</u> <u>Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento – Políticas de compra</u> <u>Perfil de países</u> <u>ALDI Dinamarca</u> <u>ALDI França</u> <u>ALDI Nord Alemanha</u> <u>ALDI Países Baixos</u> <u>ALDI Espanha</u>
G4-FP10	Práticas, por espécie e tipo de raça, relacionadas com alterações físicas e a utilização de anestésicos	<u>Gamas de produtos responsáveis – Compromisso para um maior bem-estar animal: satisfazer a procura dos clientes por produtos mais éticos</u>

TEMAS PRINCIPAIS GRI 200 TEMAS ECONÓMICOS, GRI 300 TEMAS AMBIENTAIS, GRI 400 TEMAS SOCIAIS

Normas GRI	Nome	Referência e informações adicionais
GRI 205: Combate à corrupção 2016		
GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão 	<u>Compliance</u>
GRI 205-1	Locais de operação verificados quanto aos riscos de corrupção	Os locais de operação são avaliados regularmente. Omissões: Restrições de confidencialidade: Por razões de confidencialidade e concorrência, não serão fornecidas mais informações.
GRI 206: Comportamentos Anticoncorrenciais 2016		
GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão 	<u>Compliance</u>
GRI 206-1	Ações judiciais devido a comportamentos anti-concorrenciais ou à criação de monopólios e cartéis	Omissões: Restrições de confidencialidade: Por razões de confidencialidade e concorrência, não serão fornecidas mais informações..
GRI 301: Materiais 2016		
GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão 	<u>Gamas de produtos responsáveis – Introdução</u> <u>A nossa abordagem</u> <u>Organização & Diretrizes</u> <u>Indo além da nossa Missão das Embalagens: o objetivo da economia circular</u> <u>Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento – A caminho de uma economia circular</u> <u>Proteção climática & Ambiental – Introdução</u>
		Os países ALDI estabeleceram metas e abordagens nacionais adicionais nas suas respetivas missões das embalagens.
		As empresas ALDI operam no setor do retalho. As mercadorias são fabricadas e embaladas quase exclusivamente por fornecedores. O ALDI Nord está a trabalhar com fornecedores para tornar o aprovisionamento dos recursos mais sustentável.
GRI 301-1	Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	Os nossos folhetos causam um consumo direto de papel. Desde 2012, o folheto é impresso em papel certificado FSC® em todos os países onde as empresas ALDI operam. Na Alemanha, o papel é também certificado pelo Anjo Azul (Blauer Engel). Omissões: O indicador de desempenho “Materiais utilizados para embalagens primárias” não pode ser comunicado neste momento. Uma avaliação demonstrou que a atual apresentação e recolha de dados sobre embalagens primárias já não está atualizada, pelo que está atualmente a ser revista.
GRI 302: Energia 2016		
GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão 	<u>Proteção climática & Ambiental</u>
		<u>Proteção climática & Ambiental – Consumo direto de energia</u> <u>Consumo direto de energia por fonte</u> <u>Consumo indireto de energia</u>
GRI 302-1	Consumo de energia dentro da organização 	O cálculo dos consumos de energia baseia-se nos fatores de conversão para auditorias de energia e recomendados pelo Serviço Federal Económico e de Controlo de Exportações da Alemanha (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle) As empresas ALDI reportam o consumo de energia em megawatt-hora [MWh]. Um megawatt-hora é o equivalente a 3,6 gigajoules [GJ].
GRI 303: Águas e águas residuais 2018		
GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão 	<u>Proteção climática & Ambiental</u>
GRI 303-1	Interações com água como recurso partilhado	<u>Proteção climática & Ambiental – Os resíduos e a água nos nossos processos operacionais</u> <u>Política Nacional de Proteção da Água</u>
GRI 303-2	Gestão dos impactos das águas residuais	<u>Proteção climática & Ambiental – Os resíduos e a água nos nossos processos operacionais</u> <u>Política Nacional de Proteção da Água</u>

TEMAS PRINCIPAIS GRI 200 TEMAS ECONÓMICOS, GRI 300 TEMAS AMBIENTAIS, GRI 400 TEMAS SOCIAIS

Normas GRI	Nome	Referência e informações adicionais
GRI 304: Biodiversidade 2016		
GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão	Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento
GRI 304-2	Impactos significativos das atividades, produtos e serviços na biodiversidade	Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento – Introdução <u>Conservação da biodiversidade: como trabalhamos para melhorar as práticas agrícolas e as pescas</u> <u>Proteção das florestas e dos solos através de compras sustentáveis</u> As empresas ALDI operam no setor do retalho. As mercadorias são quase exclusivamente produzidas por fornecedores. O ALDI Nord está a trabalhar com fornecedores para tornar a aquisição de recursos mais sustentável. Todos os fornecedores e produtores cumprem com os contratos relevantes e a regulamentação europeia e nacional, como o regulamento da UE relativo a espécies invasoras.
GRI 305: Emissões 2016		
GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão 	Proteção climática & Ambiental
GRI 305-1	Emissões diretas (Scope 1) 	Em alguns países ALDI, as emissões resultantes do consumo de eletricidade já são compensadas pela aquisição de certificados. Esta medida deverá ser alargada no futuro ou complementada com a compra direta de eletricidade verde. Proteção climática & Ambiental – <u>Emissões de gases com efeito de estufa de âmbito 1 e 2</u> <u>Emissões de gases com efeito de estufa de âmbito 1 e 2, por fonte</u> Conforme os fatores de emissão BEIS aplicados, foram também incluídos, no cálculo o CH4 e N2O, juntamente com o CO2. Além disso, foram calculadas as emissões provocadas por perdas de fluidos refrigerantes, conforme requisitos do “Regulamento relativo a gases fluorados” e referente a todos os fluidos refrigerantes utilizados e conforme Greenhouse Gas (GHG) Protocol Sector Guidance 1.0 (2005). O método de cálculo das emissões CO2 (Operational Control – controlo operacional) baseia-se na norma internacionalmente reconhecida WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (Revised Edition 2015).
GRI 305-2	Emissões indiretas de GEE provenientes da aquisição de energia (Scope 2) 	Proteção climática & Ambiental – <u>Emissões de gases com efeito de estufa de âmbito 1 e 2</u> <u>Emissões de gases com efeito de estufa de âmbito 1 e 2, por fonte</u> O cálculo corresponde aos requisitos do Greenhouse Gas (GHG) Protocol, utilizando os fatores de emissão BEIS, ou seja, GEMIS para as emissões resultantes de aquecimento geotérmica. Conforme Protocolo GHG, o cálculo das emissões Scope-2, resultantes do consumo de energia, é efetuado em separado e com base nos fatores de emissões baseados no local e no mercado. Enquanto no método baseado no local são considerados fatores para uma determinada região geográfica (por exemplo um país), para o método baseado no mercado são consideradas, desde que seja possível, as emissões do fornecedor de energia e da mistura individual de tipos de energia de uma empresa. O cálculo das emissões de gases de estufa baseadas no local baseia-se nos fatores da International Energy Agency (IEA). Ver também GRI 305-1
GRI 305-5	Redução das emissões de GEE	Proteção climática & Ambiental – <u>As nossas novas metas climáticas</u> <u>Determinação da nossa pegada climática</u> <u>Lojas: tecnologia inovadora reduz as emissões e o consumo de energia</u> <u>Centros de distribuição: edifício sustentável</u> <u>Energia renovável: mais eletricidade verde para alcançarmos o nosso objetivo</u> <u>Downloads</u>

TEMAS PRINCIPAIS GRI 200 TEMAS ECONÓMICOS, GRI 300 TEMAS AMBIENTAIS, GRI 400 TEMAS SOCIAIS

Normas GRI	Nome	Referência e informações adicionais
GRI 306: Resíduos 2020		
GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão 	Gamas de produtos responsáveis – A nossa abordagem Regulamentação Proteção climática & Ambiental
GRI 306-2	Gestão dos impactos significativos relacionados com resíduos	Gamas de produtos responsáveis – Combate ao Desperdício Alimentar Regulamentação em matéria de desperdício alimentar Indo além da nossa Missão das Embalagens: o objetivo da economia circular Redução das perdas alimentares: os nossos objetivos Proteção climática & Ambiental – Os resíduos e a água nos nossos processos operacionais
GRI 306-3	Resíduos produzidos	Gamas de produtos responsáveis – Doações de bens alimentares Proteção climática & Ambiental – Quantidade de resíduos de embalagens por tipo de eliminação Resíduos de embalagens por categoria no ALDI Nord Os dados referentes à eliminação foram levantados pelo ALDI Nord, sendo parcialmente resultantes de informações dos operadores de gestão de resíduos. A atribuição dos resíduos urbanos aos tipos de eliminação foi feita com base em dados estatísticos sobre a valorização de resíduos urbanos na Alemanha (Eurostat). Os métodos de eliminação de depósito ou de injeção de resíduos no local não foram aplicados..
GRI 308: Avaliação ambiente de fornecedores 2016		
GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão 	Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento Responsabilidade social na cadeia de abastecimento – A nossa abordagem Avaliações da conformidade social e de direitos humanos Controlo da conformidade social em locais de produção globais
GRI 308-2	Impactos negativos ambientais na cadeia de abastecimento e medidas adotadas	Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento – A nossa abordagem Prevenção da poluição química na produção Como promovemos o uso responsável da água ao longo das nossas cadeias de abastecimento Responsabilidade social na cadeia de abastecimento – Avaliações da conformidade social e de direitos humanos Controlo da conformidade social em locais de produção globais Omissões: O ALDI Nord ainda não avaliou especificamente os impactos ambientais no ano de referência. A taxa de auditoria fornece informações sobre quantos locais de produção são abrangidos por auditorias em países de risco. O cumprimento de normas ambientais pelos nossos fornecedores é assegurado através de requisitos contratuais, como por exemplo através de comprovativos de certificações. O cumprimento compete aos nossos fornecedores. Para todos os locais de produção que envolvem processos de tratamento húmido verificamos se foram efetuadas análises às lamas e às águas residuais. No primeiro semestre de 2022, o ALDI Nord realizou uma análise exaustiva do risco de sustentabilidade com um forte enfoque nos riscos ambientais na cadeia de abastecimento. Com base nos resultados desta análise de risco, foram identificadas altas prioridades para as quais serão desenvolvidas e implementadas várias medidas. Além disso, o ALDI Nord está atualmente a conduzir uma Estratégia de Conformidade Ambiental Não-Alimentar (Non-Food Environmental Compliance Strategy) para poder desenvolver e implementar outros requisitos ambientais para além dos têxteis.

TEMAS PRINCIPAIS GRI 200 TEMAS ECONÓMICOS, GRI 300 TEMAS AMBIENTAIS, GRI 400 TEMAS SOCIAIS

Normas GRI	Nome	Referência e informações adicionais
GRI 403: Segurança e Saúde no Trabalho 2018		
GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão 	Empregador atrativo – Recrutamento e integração de trabalhadores: capacitar os novos colaboradores desde o primeiro dia <u>Serviços: promoção do desempenho, diversidade e saúde</u>
GRI 403-1	Sistema de gestão da saúde e segurança no trabalho	Empregador atrativo – Serviços: <u>promoção do desempenho, diversidade e saúde</u> Omissões: Informação indisponível: este indicador é parcialmente abordado. Na Alemanha, por exemplo, um novo conceito de segurança foi desenvolvido com a DEKRA em 2021. Está a ser efetuada uma revisão interna para determinar se o ALDI Nord está em condições de apresentar dados mais abrangentes ou se tal seria adequado no que diz respeito à direção.
GRI 403-2	Tipo e percentagem de ferimentos, de doenças profissionais e de ausências por doença, bem como número de acidentes de trabalho mortais	Empregador atrativo – Serviços: <u>promoção do desempenho, diversidade e saúde</u> Omissões ver GRI 403-1
GRI 403-3	Serviços de saúde no trabalho	Empregador atrativo – Serviços: <u>promoção do desempenho, diversidade e saúde</u> Omissões ver GRI 403-1
GRI 403-4	Participação, consulta e comunicação com os trabalhadores sobre saúde e segurança no trabalho	Omissões ver GRI 403-1
GRI 403-5	Formação dos trabalhadores em matéria de saúde e segurança no trabalho	Empregador atrativo – Serviços: <u>promoção do desempenho, diversidade e saúde</u> Omissões ver GRI 403-1
GRI 403-6	Promoção da saúde dos trabalhadores	Empregador atrativo – Serviços: <u>promoção do desempenho, diversidade e saúde</u> Omissões ver GRI 403-1
GRI 403-7	Prevenção e mitigação dos impactos na saúde e segurança no trabalho diretamente ligados por relações comerciais	Empregador atrativo – Serviços: <u>promoção do desempenho, diversidade e saúde</u> Omissões ver GRI 403-1
GRI 403-9	Acidentes de trabalho	Empregador atrativo – <u>Ausências por doença</u> Omissões: Não aplicável: o ALDI Nord recolhe dados sobre o número de dias perdidos em todo o grupo das empresas ALDI Nord para cada ano de relatório. Atualmente, não estão previstas recolhas ou análises de dados mais detalhadas.

GRI 404: Formação e Educação 2016

GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão 	Empregador atrativo
GRI 404-1	Número médio de horas para formação e educação por ano e por colaborador	Empregador atrativo – Desenvolvimento profissional: <u>diálogos entre colaboradores e oportunidades de aprendizagem</u> <u>Formação profissional: aprendizagens orientadas para o mercado e programas de estágios</u> <u>Número de alunos de cursos profissionais e estudantes do ensino dual</u> Omissões: Informação indisponível: este valor só se encontra disponível para a ALDI Nord Alemanha. Atualmente, a informação não está disponível para todos os países ALDI devido a diferenças ao nível das definições e cobertura..

TEMAS PRINCIPAIS GRI 200 TEMAS ECONÓMICOS, GRI 300 TEMAS AMBIENTAIS, GRI 400 TEMAS SOCIAIS

Normas GRI	Nome	Referência e informações adicionais
------------	------	-------------------------------------

GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016

GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão 	<u>Empregador atrativo</u> Empregador atrativo – Serviços: promoção do desempenho, diversidade e saúde <u>Colaboradores por categoria profissional</u> <u>Colaboradores por tipo de contrato</u> <u>Mulheres em cargos de gestão</u> <u>Colaboradores por faixa etária</u>
GRI 405-1	Composição dos órgãos de gestão e repartição dos colaboradores por critérios de diversidade	A gerência da ALDI Einkauf é composta por 31 gerentes, dos quais sete mulheres. Omissões: Não aplicável: o ALDI Nord recolhe dados sobre a proporção de colaboradoras por região, área de trabalho (vendas, armazém, frota de veículos, escritório e gestão superior e inferior) e cargo de gestão. Os dados sobre grupos etários, nacionalidades e colaboradores com deficiências não são discriminados, pois tal não é considerado construtivo.

GRI 407: Direito à Liberdade de Associação e Negociação Coletiva 2016

GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão 	Responsabilidade social na cadeia de abastecimento – <u>A nossa abordagem</u> <u>Progresso e medidas em 2021</u> <u>Empregador atrativo</u>
		Responsabilidade social na cadeia de abastecimento – <u>Organização & Diretrizes</u> <u>Progresso e medidas em 2021</u> Foram celebrados acordos de negociação coletiva em todos os locais da empresa (com exceção dos da Polónia, onde os acordos de negociação coletiva geralmente não são celebrados).
GRI 407-1	Locais de operação e fornecedores nos quais a liberdade de associação e negociação coletiva estejam em risco	Os fornecedores não-alimentares do ALDI Nord estão contratualmente obrigados a cumprir o Código de Conduta da amfori BSCI, que se baseia nas convenções fundamentais da Organização Internacional do Trabalho (OIT) e na Declaração Universal dos Direitos do Homem das Nações Unidas (ONU). Se, no decurso de auditorias em locais de produção individuais, forem identificadas irregularidades ou violações, trabalhamos em conjunto com os nossos fornecedores para desenvolver soluções que melhorem a situação. Em função da gravidade dos desvios identificados, reservamo-nos a possibilidade de aplicar uma penalização contratual ao fornecedor que, por sua vez, é utilizada para melhorar a situação no local. Durante o período em análise, não houve qualquer atividade empresarial nem fornecedor significativo considerados como estando em violação da liberdade de associação e dos direitos de negociação coletiva dos seus trabalhadores.

GRI 412: Verificação do cumprimento dos direitos Humanos 2016

GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão 	<u>Responsabilidade social na cadeia de abastecimento</u>
GRI 412-1	Operações sujeitas a revisões ou avaliações de impacto sobre os direitos humanos	Responsabilidade social na cadeia de abastecimento – <u>Avaliações da conformidade social e de direitos humanos</u> <u>Controlo da conformidade social em locais de produção globais</u> Número de ALDI Social Assessments (ASA) realizados por país em 2021: China (145), Bangladesh (75), Turquia (3), Índia (15), Vietnam (2), Mianmar (4), Paquistão (16), Egipto (1), Tailândia (1), Camboja (1)
GRI 412-2	Formação de colaboradores sobre políticas ou procedimentos de direitos humanos	<u>Responsabilidade social na cadeia de abastecimento – Objetivos & Status quo</u> Omissões: Informação indisponível: o ALDI Nord está atualmente a planear sessões de formação sobre políticas e procedimentos de direitos humanos.

TEMAS PRINCIPAIS GRI 200 TEMAS ECONÓMICOS, GRI 300 TEMAS AMBIENTAIS, GRI 400 TEMAS SOCIAIS

Normas GRI	Nome	Referência e informações adicionais
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016		
GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão 	<u>Responsabilidade social na cadeia de abastecimento</u> <u>Responsabilidade social na cadeia de abastecimento – Avaliações da conformidade social e de direitos humanos Controlo da conformidade social em locais de produção globais</u> As políticas de compra do ALDI Nord para recursos específicos, as normas sociais na cadeia de abastecimento e outros regulamentos vinculativos aplicam-se tanto aos fornecedores novos como aos já existentes. Ao utilizar sistemas de certificação externos reconhecidos, o ALDI Nord cria a maior transparência possível. Dependendo da certificação, o ponto focal pode ser rever e melhorar as práticas sociais ou componentes ambientais. Em geral, todos os locais de produção são verificados quanto à conformidade com as auditorias sociais, envolvendo auditorias de terceiros antes de efetuar uma encomenda. Além disso, os locais de produção são visitados diretamente pelos departamentos de CR da ALDI CR Support Asia Ltd. e verificadas em função de critérios laborais e sociais, utilizando as ASA (ALDI Social Assessments). Isto significa que novos locais de produção são também verificados a 100% de acordo com critérios sociais. Exemplo: O Código de Conduta amfori BSCI contém onze princípios centrais: Os direitos de liberdade de associação e de negociação coletiva, proibição de discriminação, remuneração justa, horários dignos de trabalho, segurança e saúde no trabalho, proibição de trabalho infantil e proteção especial para trabalhadores jovens, evitar o emprego precário e proibição do trabalho forçado, proteção do ambiente e comportamento ético da empresa.
GRI 414-1	Novos fornecedores analisados com base em critérios sociais	<u>Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento – Proteger o ambiente com o cultivo sustentável do óleo de palma</u> <u>Responsabilidade social na cadeia de abastecimento</u> Veja também informações adicionais GRI 414-1
GRI 414-2	Impactos negativos sociais na cadeia de abastecimento e medidas adotadas	
GRI 416: Segurança e saúde dos Clientes 2016		
GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão  	<u>Gamas de produtos responsáveis</u>
GRI 416-1	Avaliação dos impactos das diferentes categorias de produtos e serviços na segurança e saúde	<u>Gamas de produtos responsáveis – Progresso e medidas em 2021</u> Cada produto é verificado várias vezes durante toda a cadeia de abastecimento.
GRI 417: Marketing de Identificação 2016		
GRI 103-1/2/3	Abordagem de gestão  	<u>Gamas de produtos responsáveis</u> <u>Transparência & Comunicação</u> <u>Gamas de produtos responsáveis</u> <u>Transparência & Comunicação</u>
GRI 417-1	Requisitos para as informações nos produtos e serviços e a sua identificação	Enquanto distribuidores, somos obrigados a cumprir o nosso dever de prudência no que diz respeito à proteção dos consumidores e dos trabalhadores. Cumprimos igualmente as regras de rotulagem dos produtos. Controlamos as instalações de produção dos fornecedores dos nossos produtos alimentares de marca própria, indo além dos requisitos legais. No caso dos produtos não alimentares, o ALDI Nord especifica geralmente o país de produção, embora isso seja também obrigatório em alguns casos. Nós e os nossos fornecedores cumprimos os requisitos legais relativos à listagem de ingredientes e à utilização e eliminação segura de produtos alimentares e não-alimentares. Os requisitos adicionais para os fornecedores estão estipulados nas nossas políticas de compra. Omissões: Informação indisponível: não se encontra atualmente disponível informação quantitativa.

RELATÓRIO DE PROGRESSO DO PACTO GLOBAL DAS NAÇÕES UNIDAS (COP)

A sustentabilidade está no cerne do nosso sistema de valores empresariais. É por esta razão que nos tornámos no primeiro *discounter* alemão a aderir ao Pacto Global das Nações Unidas (ONU), no verão de 2017. Ao darmos este passo, reforçamos o nosso compromisso com os dez princípios orientadores para uma empresa mais sustentável.

Este Relatório de Sustentabilidade serve também de comunicação sobre o progresso (COP, na sigla inglesa) do ALDI Nord no âmbito do Pacto Global das Nações Unidas. O quadro refere-se a passagens de texto em que fornecemos informações sobre o nosso compromisso de aplicar os dez princípios do Pacto Global.

Princípio	Referência
Direitos humanos	Prefácio Abordagem de sustentabilidade Partes interessadas & Redes Compliance Responsabilidade social na cadeia de abastecimento Empregador atrativo Compromisso social Declaração de políticas de direitos humanos na secção de download (online)
Trabalho	Responsabilidade social na cadeia de abastecimento Empregador atrativo Compromisso social
Ambiente	Prefácio Abordagem de sustentabilidade Compliance Gammas de produtos responsáveis Transparência & Comunicação Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento Proteção climática & Ambiental Compromisso social
Anticorrupção	Compliance
Princípio 10: Medidas contra a corrupção	

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Apoiamos os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas e queremos dar o nosso contributo para a sua consecução. Nas nossas considerações estratégicas e processos de materialidade, avaliamos continuamente o nosso trabalho com base nos ODS. Enquanto empresa de distribuição, acreditamos que a nossa alavanca mais significativa para reduzir o impacto das nossas ações e dar contributos positivos para o desenvolvimento é a promoção de padrões de consumo e de produção sustentáveis (ODS 12). As nossas atividades centram-se em assegurar que as nossas gamas de produtos de marca própria são sustentáveis ao longo de toda a cadeia de abastecimento (ODS 8, 14, 15). Nos nossos processos operacionais, vemos a utilização ainda mais eficiente dos recursos (ODS 7, 13) como uma das grandes oportunidades. No total, de entre os 169 sub-objetivos, identificámos 37 para os quais podemos dar um contributo positivo.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS

ODS 12.2

Gestão e uso sustentáveis dos recursos naturais

- Partes interessadas & Redes
- Gamas de produtos responsáveis
- Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento
- Responsabilidade social na cadeia de abastecimento
- Proteção climática & Ambiental

ODS 12.3

Reduzir para metade o desperdício de alimentos per capita a nível mundial, de retalho e do consumidor, e reduzir os desperdícios de alimentos ao longo das cadeias de produção e abastecimento, incluindo os que ocorrem pós-colheita

- Gamas de produtos responsáveis
- Compromisso social

ODS 12.4

Gestão ambientalmente saudável dos produtos químicos e todos os resíduos, ao longo de todo o seu ciclo de vida, de acordo com os quadros internacionais acordados, e reduzir significativamente a libertação destes na atmosfera, água e solo, para minimizar seus impactos negativos sobre a saúde humana e o meio ambiente

- Gamas de produtos responsáveis
- Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento
- Proteção climática & Ambiental

ODS 12.5

Reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reutilização

- Partes interessadas & Redes
- Gamas de produtos responsáveis
- Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento
- Proteção climática & Ambiental

ODS 12.8

Garantir que as pessoas, em todos os lugares, tenham informação relevante e consciencialização para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida em harmonia com a natureza

- Gamas de produtos responsáveis
- Transparência & Comunicação
- Responsabilidade social na cadeia de abastecimento
- Compromisso social



TRABALHO DIGNO E CRESCIMENTO ECONÓMICO

ODS 8.4

Melhorar progressivamente a eficiência dos recursos globais no consumo e na produção, e empenhar-se em dissociar crescimento económico da degradação ambiental, de acordo com o enquadramento decenal de programas sobre produção e consumo sustentáveis, com os países desenvolvidos a assumirem a liderança

- Gammas de produtos responsáveis
- Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento
- Proteção climática & Ambiental

ODS 8.5

Alcançar o emprego pleno e produtivo, e trabalho decente para todas as mulheres e homens, inclusive para os jovens e para as pessoas com deficiência, e remuneração igual para trabalho de igual valor

- Compliance
- Responsabilidade social na cadeia de abastecimento
- Empregador atrativo
- Compromisso social

ODS 8.7

Tomar medidas imediatas e eficazes para erradicar o trabalho forçado, acabar com a escravidão moderna e o tráfico de pessoas, e assegurar a proibição e a eliminação das piores formas de trabalho infantil, incluindo recrutamento e utilização de crianças-soldado, e acabar com o trabalho infantil em todas as suas formas

- Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento
- Responsabilidade social na cadeia de abastecimento

ODS 8.8

Proteger os direitos laborais e promover ambientes de trabalho seguros e protegidos para todos os trabalhadores, incluindo os trabalhadores migrantes, em particular as mulheres migrantes, e pessoas em empregos precários

- Compliance
- Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento
- Responsabilidade social na cadeia de abastecimento
- Empregador atrativo



ENERGIAS RENOVÁVEIS E ACESSÍVEIS

ODS 7.2

Aumentar substancialmente a participação de energias renováveis na matriz energética global

- Proteção climática & Ambiental

ODS 7.3

Duplicar a taxa global de melhoria da eficiência energética

- Proteção climática & Ambiental



AÇÃO CLIMÁTICA

ODS 13.3

Melhorar a educação, aumentar a consciencialização e a capacidade humana e institucional sobre medidas de mitigação, adaptação, redução de impacto e alerta precoce no que respeita às alterações climáticas

- Proteção climática & Ambiental
- Transparência & Comunicação



PROTEGER A VIDA MARINHA

ODS 14.1

Prevenir e reduzir significativamente a poluição marítima de todos os tipos, especialmente a que advém de atividades terrestres, incluindo detritos marinhos e a poluição por nutrientes

- Gammas de produtos responsáveis
- Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento
- Compromisso social

ODS 14.4

Regular efetivamente a extração de recursos, acabar com a sobrepesca e a pesca ilegal, não reportada e não regulamentada e as práticas de pesca destrutivas, e implementar planos de gestão com base científica, para restaurar populações de peixes no menor período de tempo possível, pelo menos para níveis que possam produzir rendimento máximo sustentável, como determinado pelas suas características biológicas

- Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento



PROTEGER A VIDA TERRESTRE

ODS 15.2

Promover a implementação da gestão sustentável de todos os tipos de florestas, travar a deflorestação, restaurar florestas degradadas e aumentar substancialmente os esforços de florestação e reflorestação, a nível global

- [Gammas de produtos responsáveis](#)
- [Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento](#)
- [Compromisso social](#)

ODS 15.3

Combater a desertificação, restaurar a terra e o solo degradados, incluindo terrenos afetados pela desertificação, secas e inundações, e lutar para alcançar um mundo neutro em termos de degradação do solo

- [Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento](#)

ODS 15.5

Tomar medidas urgentes e significativas para reduzir a degradação de habitat naturais, travar a perda de biodiversidade e proteger e evitar a extinção de espécies ameaçadas

- [Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento](#)
- [Compromisso social](#)



ERRADICAR A POBREZA

ODS 1.1

Erradicar a pobreza extrema em todos os lugares, atualmente medida como pessoas que vivem com menos de 1,25 dólares por dia

- [Responsabilidade social na cadeia de abastecimento](#)

ODS 1.3

Implementar, a nível nacional, medidas e sistemas de proteção social adequados, para todos, incluindo escalões, e atingir uma cobertura substancial dos mais pobres e vulneráveis.

- [Responsabilidade social na cadeia de abastecimento](#)
- [Compromisso social](#)



ERRADICAR A FOME

ODS 2.1

Acabar com a fome e garantir o acesso de todas as pessoas, em particular os mais pobres e pessoas em situação vulnerável, incluindo crianças, a uma alimentação de qualidade, nutritiva e suficiente durante todo o ano

- [Gammas de produtos responsáveis](#)
- [Compromisso social](#)

ODS 2.2

Acabar com todas as formas de desnutrição, incluindo atingir as metas acordadas internacionalmente sobre raquitismo e emaciação em crianças menores de cinco anos, e atender às necessidades nutricionais dos adolescentes, mulheres grávidas e lactantes e pessoas idosas

- [Gammas de produtos responsáveis](#)
- [Compromisso social](#)

ODS 2.3

Duplicar a produtividade agrícola e o rendimento dos pequenos produtores de alimentos, particularmente das mulheres, povos indígenas, agricultores de subsistência, pastores e pescadores, inclusive através da garantia de acesso igualitário à terra e a outros recursos produtivos tais como conhecimento, serviços financeiros, mercados e oportunidades de agregação de valor e de emprego não agrícola

- [Gammas de produtos responsáveis](#)
- [Transparência & Comunicação](#)
- [Responsabilidade social na cadeia de abastecimento](#)

ODS 2.4

Garantir sistemas sustentáveis de produção de alimentos e implementar práticas agrícolas resilientes, que aumentem a produtividade e a produção, que ajudem a manter os ecossistemas, que fortaleçam a capacidade de adaptação às alterações climáticas, às condições meteorológicas extremas, secas, inundações e outros desastres, e que melhorem progressivamente a qualidade da terra e do solo

- [Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento](#)
- [Responsabilidade social na cadeia de abastecimento](#)

ODS 2.5

Manter a diversidade genética de sementes, plantas cultivadas, animais de criação e domesticados e suas respetivas espécies selvagens, inclusive por meio de bancos de sementes e plantas que sejam diversificados e bem geridos a nível nacional, regional e internacional, e garantir o acesso e a repartição justa e equitativa dos benefícios decorrentes da utilização dos recursos genéticos e conhecimentos tradicionais associados, tal como acordado internacionalmente

- [Gammas de produtos responsáveis](#)
- [Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento](#)



SAÚDE DE QUALIDADE

ODS 3.4

Reduzir em um terço a mortalidade prematura por doenças não transmissíveis via prevenção e tratamento, e promover a saúde mental e o bem-estar

ODS 3.9

Reduzir substancialmente o número de mortes e doenças devido a químicos perigosos, contaminação e poluição do ar, água e solo

- [Gammas de produtos responsáveis](#)
- [Transparência & Comunicação](#)
- [Compromisso social](#)
- [Proteção climática & Ambiental](#)
- [Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento](#)



EDUCAÇÃO DE QUALIDADE

ODS 4.3

Assegurar a igualdade de acesso para todos os homens e mulheres à educação técnica, profissional e superior de qualidade, a preços acessíveis, incluindo à universidade

ODS 4.4

Aumentar substancialmente o número de jovens e adultos que tenham habilitações relevantes, inclusive competências técnicas e profissionais, para emprego, trabalho decente e empreendedorismo

ODS 4.7

Garantir que todos os alunos adquiram conhecimentos e habilidades necessárias para promover o desenvolvimento sustentável, inclusive, entre outros, por meio da educação para o desenvolvimento sustentável e estilos de vida sustentáveis, direitos humanos, igualdade de gênero, promoção de uma cultura de paz e da não-violência, cidadania global e valorização da diversidade cultural e da contribuição da cultura para o desenvolvimento sustentável

- [Empregador atrativo](#)
- [Responsabilidade social na cadeia de abastecimento](#)
- [Compliance](#)
- [Empregador atrativo](#)
- [Compromisso social](#)
- [Transparência & Comunicação](#)
- [Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento](#)
- [Responsabilidade social na cadeia de abastecimento](#)
- [Empregador atrativo](#)



IGUALDADE DE GÊNERO

ODS 5.1

Acabar com todas as formas de discriminação contra todas as mulheres e meninas, em toda parte

ODS 5.5

Garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública

- [Responsabilidade social na cadeia de abastecimento](#)
- [Empregador atrativo](#)
- [Empregador atrativo](#)



ÁGUA POTÁVEL E SANEAMENTO

ODS 6.3

Melhorar a qualidade da água, reduzindo a poluição, eliminando os despejos e minimizando a liberação de produtos químicos e materiais perigosos, reduzindo para metade a proporção de águas residuais não-tratadas e aumentando substancialmente a reciclagem e a reutilização segura, a nível global

ODS 6.4

Aumentar substancialmente a eficiência no uso da água em todos os setores e assegurar extrações sustentáveis e o abastecimento de água doce para enfrentar a escassez de água, e reduzir substancialmente o número de pessoas que sofrem com a escassez de água

- [Gammas de produtos responsáveis](#)
- [Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento](#)
- [Responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento](#)
- [Proteção climática & Ambiental](#)



INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURAS

ODS 9.4

Modernizar as infraestruturas e reabilitar as indústrias para torná-las sustentáveis, com maior eficiência no uso de recursos e maior adoção de tecnologias e processos industriais limpos e ambientalmente corretos; com todos os países que atuam de acordo com suas respectivas capacidades

- Gamas de produtos responsáveis
- [Proteção climática & Ambiental](#)



REDUZIR AS DESIGUALDADES

ODS 10.2

Capacitar e promover a inclusão social, económica e política de todos, independentemente da idade, género, deficiência, raça, etnia, origem, religião, condição económica ou outra

- Empregador atrativo
- [Responsabilidade social na cadeia de abastecimento](#)



PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES

ODS 16.5

Reduzir substancialmente a corrupção e o suborno em todas as suas formas

- [Compliance](#)



PARCERIAS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DOS OBJETIVOS

ODS 17.16

Reforçar a parceria global para o desenvolvimento sustentável, complementada por parcerias multissetoriais que mobilizem e partilhem conhecimento, perícia, tecnologia e recursos financeiros, para apoiar a realização dos objetivos do desenvolvimento sustentável em todos os países, particularmente nos países em desenvolvimento

- [Partes interessadas & Redes](#)

FICHA TÉCNICA & CONTACTO

EDITORIA

ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Eckenbergstraße 16B
45307 Essen
Alemanha

RESPONSÁVEL

Timo Dietz

Managing Director Corporate Responsibility
Quality Assurance (CRQA) International
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Christoph Georgius

Business Unit Director Corporate Responsibility
Quality Assurance (CRQA) International
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

GESTÃO DO PROJETO

Doutora Nora Verfürth

Director Corporate Responsibility
Quality Assurance (CRQA) International
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Judith Hochköppler

Manager Corporate Responsibility
Quality Assurance (CRQA) International
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

CONTACTO

GRI 102-53

cr-reporting@aldi-nord.de

CONCEITO / EDIÇÃO / DESIGN

Stakeholder Reporting GmbH,
Hamburgo, Alemanha

CRÉDITOS FOTOGRÁFICOS

iStock: ArtMarie;
Stock illustration ID: 1159376930;
Introdução do capítulo “Cliente & Produto”

FECHO DE EDIÇÃO

31 de março de 2022

PUBLICAÇÃO

Julho de 2022

Queremos agradecer a todos os colegas, especialmente à **Anika Hinzmann**, à **Julia Rose**, ao **Damian Winter**, e a todas as partes envolvidas que uniram esforços para desenvolver este relatório.

Idioma do relatório

O relatório está disponível em formato PDF em inglês e outras línguas. Em caso de desvios entre as versões, prevalecerá o documento em inglês. No interesse da legibilidade, a estrutura jurídica das empresas não é especificada.

O Relatório de Sustentabilidade de 2021 (PDF) está disponível nas seguintes línguas: inglês, francês, alemão, português, espanhol.

Exclusão de responsabilidade

Este relatório contém afirmações que dizem respeito ao desenvolvimento futuro do ALDI Nord. Estas afirmações dizem respeito a avaliações que foram feitas com base nas informações disponíveis ao ALDI Nord à data presente. Os desenvolvimentos reais poderão divergir das avaliações atuais. O grupo empresarial ALDI Nord não pode, por conseguinte, responsabilizar-se pelas mesmas.