



ALDI consolida su compromiso de garantizar un consumo consciente, seguro y responsable

- ALDI publica su [Memoria de Sostenibilidad 2021](#), donde destaca su apuesta por las energías renovables para reducir el impacto medioambiental y su compromiso con el origen y la calidad de sus productos
- En España, ALDI duplicó el número de tiendas con placas fotovoltaicas, pasando de 52 en 2020 a más de 100 en 2021
- A finales de 2021, el 86% de la carne fresca contaba con certificación de bienestar animal y el objetivo de la compañía es llegar al 100% a finales de 2022

Sant Cugat del Vallès, 26 de julio de 2022- El objetivo de ALDI es **garantizar un consumo consciente, seguro y responsable**, tal y como se refleja en la última edición de su [Memoria de Sostenibilidad 2021](#), que acaba de publicar el grupo ALDI Nord, y que recoge los retos y los logros de la compañía en el ámbito de la Responsabilidad Corporativa. Con una estrategia basada en hacer más sostenible su cadena de valor, ALDI se compromete con la implementación de medidas para **reducir el impacto medioambiental y con el compromiso con el origen y la calidad de los productos**. La compañía fomenta así un **consumo que vaya en beneficio de la salud de sus clientes, de su entorno y del medioambiente**.

Reducir el impacto medioambiental

Con el fin de reducir el impacto sobre el medioambiente y contribuir positivamente en el uso consciente de los recursos, ALDI sigue fomentando las energías renovables en sus tiendas y centros de distribución y continúa tomando medidas para lograr sus objetivos medioambientales. **En 2021, alcanzó el objetivo de reducir en un 40% las emisiones de gases de efecto invernadero en todos los centros del grupo ALDI Nord.** En concreto, ha **reducido cerca del 50% las emisiones respecto a 2015**.

El grupo **aumentó en cerca del 90% la superficie de placas fotovoltaicas en comparación con 2020**, que permitieron ahorrar aproximadamente 17.840t de emisiones de CO₂. En España, ALDI duplicó durante el año pasado el número de tiendas con sistemas fotovoltaicos, pasando **de 52 en 2020 a más de 100 en 2021**. Concretamente, **durante el año pasado se instalaron placas solares en 48 tiendas que generaron 4.074 MWh**. El 97% de esta energía producida es consumida por los propios establecimientos.

Todos los centros donde es posible instalarlas cuentan con este tipo de tecnología, y está previsto incorporarlas durante este año en casi **70 supermercados más**. También se instalan sistemas fotovoltaicos en todos los nuevos centros de distribución y en aquellos que se encuentran en proceso de ampliación.



Desde 2020, el 100% de la energía que adquiere ALDI en España es verde o de origen renovable y, desde 2016, todos los nuevos establecimientos de la compañía en España utilizan iluminación LED y siempre que es posible, CO₂ como gas refrigerante natural, una alternativa más sostenible que otras opciones disponibles en el mercado.

El objetivo de reducir el impacto medioambiental está muy presente en el plan de expansión que está desarrollando la compañía en España. Por ejemplo, la plataforma logística recientemente inaugurada en Gran Canaria sigue los criterios del certificado de sostenibilidad y eficiencia energética BREEAM, que garantiza no solo una construcción sostenible, sino la reducción de su impacto en el medioambiente, y el confort y la salud para quien trabaja o utiliza el edificio.

En el marco del plan estratégico climático de ALDI Nord, se ha fijado el objetivo, validado por la iniciativa Science Based Targets, de alcanzar **a finales de 2030 la reducción del 55% de las emisiones de gases de efecto invernadero en relación al 2020 que provienen directa o indirectamente de la actividad de ALDI** (alcance 1 y 2) y promover que los proveedores, responsables del 75% de las emisiones de bienes y servicios comprados, se comprometan a fijarse objetivos de reducción con base científica para 2024 (alcance 3).

Compromiso con el origen y la calidad de los productos

ALDI trabaja para promover un estilo de vida saludable y sostenible ofreciendo opciones asequibles y de calidad. Con este objetivo, la compañía amplía continuamente los sistemas de auditoría y certificación, así como los estándares propios en todos sus centros, que van más allá de los requisitos legales e incluyen aspectos sobre bienestar animal.

En 2021, ALDI publicó la actualización de su **Política internacional sobre bienestar animal, así como su Política nacional**. En España, todos los productos frescos de pollo, pavo, conejo, cerdo ibérico y de capa blanca, carne de vacuno ecológico, leche y huevos cuentan con el sello de bienestar animal. A finales de 2021, **el 86% de la carne fresca contaba con certificación de bienestar animal y el objetivo de la compañía es alcanzar el 100% a finales de 2022**. Cabe destacar que el 100% de la carne fresca de ALDI en España proviene de proveedores nacionales.

ALDI cerró 2021 ofreciendo en sus supermercados de España **cerca de 300 productos con el sello ecológico de la UE, 65 productos con el sello Fairtrade y más de 200 etiquetados como vegetarianos y/o veganos**. En 2021, aproximadamente, **el 95% del cacao en nuestros productos de marca propia era certificado como sostenible**, y más del **70% en el caso del café**.

Los avances en materia de sostenibilidad por parte de la compañía se han reflejado igualmente en los productos no alimentarios, como los textiles, ya que el **65% del algodón utilizado en los productos de marca propia de ALDI en España cuenta con certificado de sostenibilidad**. El objetivo de la compañía para **finales de 2025 es el uso de algodón 100% sostenible en toda la ropa y productos textiles para el hogar** de marca propia hechos de algodón o que lo contengan.

Ver la Memoria de Sostenibilidad 2021 de ALDI Nord completa [AQUÍ](#)



Sobre ALDI

ALDI es una de las principales cadenas de supermercados de España, con un modelo de negocio basado en el descuento. La entrada de ALDI en el mercado español se produjo en 2002 y actualmente cuenta con 370 tiendas y más de 6.000 empleados. ALDI orienta su actividad en ofrecer productos de alta calidad al mejor precio, que obtiene comprando a los mejores proveedores locales, estatales e internacionales, y mediante sus marcas propias, como El Mercado, El Horno, Special, La Tabla, Esselt, Milsani, GutBio, Biocura o Mildeen, entre otras.

El grupo de empresas ALDI Nord es una de las cadenas de alimentación más importantes del mundo. El discounter centra todos sus esfuerzos en ofrecer productos básicos de calidad al mejor precio a clientes de nueve países europeos. La clave del éxito continuado de ALDI Nord Group son sus más de 86.000 colaboradores y colaboradoras de Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Portugal y España.

Para más información: www.aldi.es

Contacto para medios de comunicación:

Cristina Vilà - 932 172 217- aldi@llorenteycuenca.com

Marta Santacreu - 932 172 217 - aldi@llorenteycuenca.com