



ALDI evita la emisión de más de 3.296 toneladas de CO2, más del doble que en 2021, gracias al uso de energía solar

- La compañía concluyó 2022 con más de 37.430 módulos fotovoltaicos en cerca de 190 tiendas, una cifra equivalente a más de 85.640 m² de panel fotovoltaico
- El año pasado ALDI obtuvo un autoconsumo eléctrico de más 13,1 millones de kWh, un destacado incremento de más del doble respecto a 2021
- Todos los supermercados de la cadena cuentan con luz LED, más de la mitad con domótica, 109 con CO₂ como gas refrigerante y un total de 140 tiendas con puntos de recarga para vehículos eléctricos

Sant Cugat del Vallès, 2 de marzo de 2023- En 2022, ALDI ha evitado la emisión de más de 3.296¹ toneladas de CO₂ gracias al uso de energía solar en sus tiendas. Durante el año pasado la compañía **incorporó más de 19.230 módulos a su red de instalaciones fotovoltaicas**, que permitieron cerrar el año con **más de 37.430 placas** (equivalente a más de 85.640 m² de superficie). En total, la cadena de supermercados ha ahorrado la emisión de más del doble de CO₂ en comparación a 2021, cuando la misma cifra se situaba cerca de las 1.330 toneladas.

Las **instalaciones fotovoltaicas** de ALDI actualmente se encuentran **en alrededor de 190 tiendas** por todo el país, **un 88% más que en 2021**, y permiten aprovechar **el 97% de la energía generada para el propio consumo del establecimiento** y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. **Durante 2022, la compañía obtuvo un autoconsumo eléctrico de más 13,1 millones de kWh, lo que supone un relevante incremento de mucho más del doble respecto a 2021**, año en que el autoconsumo fue de 5,3 millones.

El destacado avance de ALDI con la sostenibilidad también se ve reflejado en **otras medidas** que la cadena promueve **para mejorar su eficiencia energética**. La compañía mantiene un fuerte **compromiso por un modelo de tienda más respetuosa con el medio ambiente** mediante la aplicación de medidas como la **instalación de iluminación LED**, de **energía fotovoltaica** en la gran mayoría de las tiendas nuevas, el uso de **sistemas de domótica y de CO₂ como gas refrigerante**, una alternativa más sostenible que otras opciones disponibles en el mercado.

¹ Estos valores podrán variar y ser revisados al alza o la baja según las actualizaciones de las publicaciones de las compañías eléctricas del coeficiente kWh/KgCO₂



Actualmente, **todas las tiendas de ALDI cuentan con iluminación LED y más de la mitad, concretamente 210 supermercados, disponen de domótica** para mejorar la eficiencia en la climatización e iluminación, así como la supervisión de las instalaciones y aprovechamiento y gestión de la energía en las tiendas. Además, **109 establecimientos utilizan CO₂ como gas refrigerante y 140 de ellos han sido dotados con puntos de recarga para coches eléctricos.**

La cadena de supermercados también trabaja para seguir avanzando en otros hitos en materia de sostenibilidad, como la **reducción del uso de plástico, especialmente el que es de un solo uso**. De hecho, **en los últimos 3 años**, y a través de la eliminación de productos de plástico desechable, el rediseño de los envases o la sustitución del plástico virgen por cartón o plástico reciclado, **ALDI también ha ahorrado más de 1.730 toneladas de plástico virgen** y espera conseguir que en **2025 todos los envases de marca propia sean reciclables, reutilizables y/o compostables**.

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 más de 390 tiendas y más de 6.600 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, que representan el 86% de su surtido y cuyos estándares permiten mantener la mejor relación calidad – precio en sus productos.

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 ocho países europeos. La clave del éxito continuado de ALDI Nord Group son sus más de 86.000 colaboradores y colaboradoras de Bélgica, Francia, Alemania, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Portugal y España.

Para más información: www.aldi.es

Contacto para medios de comunicación:

Oriol Luque – 932 172 217 - aldi@llorenteycuenca.com

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

Clara López – 932 172 217 - aldi@llorenteycuenca.com