



Presentación de la iniciativa 'Fecha de Extinción'

ALDI visibiliza los efectos del cambio climático en el cultivo del vino

- La acción se enmarca en la iniciativa 'Fecha de Extinción' y busca sensibilizar a los consumidores sobre cómo condiciones climáticas adversas pueden contribuir a la desaparición de alimentos como los plátanos, el café, el cacao, la miel o productos como el vino
- El aumento de las temperaturas y las condiciones climatológicas adversas de los últimos años están dificultando el proceso de cultivo y recolección de la uva y, en consecuencia, están generando un impacto directo sobre la elaboración del vino, que podría desaparecer como lo conocemos hoy a partir de 2068
- De la mano de uno de sus proveedores de vino más longevo, Bodegas Avelino Vegas (Castilla y León), y con la presencia de 'Sustainable Wineries for Climate Protection', el certificado de sostenibilidad impulsado por la Federación Española del Vino, se han apuntado algunas medidas para que la producción del vino sea sostenible y evitar su desaparición
- El 95% de los vinos de ALDI son de origen nacional, el 90% son de marca propia y cerca del 40% está certificado, en proceso de certificarse o ha mostrado interés por certificarse medioambientalmente

Sant Cugat del Vallès, 26 de enero de 2023- El vino tal y como lo conocemos podría dejar de existir como consecuencia de los efectos adversos del cambio climático. Con el objetivo de dar visibilidad a esta circunstancia y concienciar sobre la necesidad de implementar buenas prácticas en el sector, **ALDI ha celebrado hoy en Madrid la presentación de la iniciativa 'Fecha de Extinción'**. Una acción que pretende concienciar al sector sobre los efectos adversos que el cambio climático podría provocar en el cultivo de algunos alimentos tal como los conocemos hoy, como el plátano, el café, el cacao, la miel, o productos como el vino.

De la mano de **Bodegas Avelino Vegas**, uno de sus proveedores de confianza en España más longevos, y con la presencia de un representante de la Federación Española del Vino, impulsora de la certificación '**Sustainable Wineries for Climate Protection**'; la compañía ha presentado esta iniciativa y ha detallado cómo están trabajando desde ALDI y en colaboración con sus proveedores, para mitigar los efectos del cambio climático en el cultivo de los alimentos, y cómo puede el sector y la sociedad aunar esfuerzos para reducir el impacto en el entorno, en beneficio del planeta.

El Director de Calidad y RSC de ALDI España, **Eduardo Mas**, ha subrayado que "entendemos la responsabilidad como un valor transversal presente en todo lo que hacemos y tenemos el objetivo de hacer más sostenible nuestro impacto y el de toda la cadena de valor. En ALDI ponemos al cliente en el centro de nuestra actividad y, por lo tanto, también asumimos la responsabilidad de sensibilizarlo mediante el ejemplo. Lo



que hacemos tiene un impacto sobre el medioambiente, y explicarlo nos ayuda a impulsar prácticas más respetuosas con el planeta”, ha afirmado.

Durante su intervención, ha explicado que la relación con los proveedores es una de las claves en la estrategia de sostenibilidad de la compañía. “Establecemos relaciones de confianza con proveedores nacionales que cumplen con los estándares de sostenibilidad y con los que compartimos una misma visión sobre la calidad del producto y sobre el cuidado en los procesos de cultivo y de elaboración para que sean respetuosos con el entorno”.

Con el fin de contribuir a mitigar la fecha de extinción del vino, **ALDI tiene un compromiso con proveedores nacionales y cultivos sostenibles**. El 95% de la bodega de vinos de ALDI es de origen nacional, concretamente, cuenta con unas 75 referencias de vinos españoles en sus lineales, el 90% de los cuales son de marca propia. Además, cerca del 40% del surtido de vinos está certificado, en proceso de certificarse o el proveedor ha mostrado interés por ‘Sustainable Wineries for Climate Protection’ u otras certificaciones medioambientales.

El vino como lo conocemos hoy podría desaparecer en 2068

El cambio climático está provocando un importante aumento de las temperaturas y que las sequías se alarguen, con lo que algunas variedades de uva están en riesgo. Esta circunstancia está alterando el calendario de la vendimia, hasta el punto de que las cosechas se han adelantado una media de 13 días en todo el mundo desde 1988 (Estudio de European Geosciences Union) y se estima que las zonas de mayor potencia vinícola pasarán de representar un 47% a un 36% del territorio en 2050.

Con estas circunstancias en mente, el sector vitivinícola lleva años trabajando para adaptar su actividad a los nuevos retos climáticos para asegurar su viabilidad a largo plazo. En este sentido, **Fernando Vegas**, Director General de **Bodegas Avelino Vegas**, ha puesto de manifiesto que, en su negocio, “la solución a los desafíos climáticos pasa, ante todo, por el respeto al entorno, la conservación de nuestras variedades autóctonas y el control de las emisiones dentro del proceso productivo” y ha apuntado que “la extrema sensibilidad de la viña a los cambios de temperatura, junto con la conservación de los suelos, son los mayores retos que deberá afrontar la industria española del vino en los próximos años”.

En este sentido, ha indicado que el traslado de las zonas de cultivo hacia otras ubicaciones más altas y frescas, el estudio de adaptación de diferentes variedades o el cambio de los sistemas de cultivo son algunas de las soluciones que ha puesto en práctica Avelino Vegas ante el aumento constante de las temperaturas y el riesgo de sequía en los viñedos.

Por su parte, **Trinidad Márquez**, Responsable Técnica y de Medio Ambiente de la **Federación Española del Vino, entidad impulsora del certificado de sostenibilidad Sustainable Wineries for Climate Protection’ (SWfCP)**, ha manifestado que el gran esfuerzo que el sector vitivinícola lleva años haciendo para adaptarse y mitigar los efectos del cambio climático. “Desde la FEV, apoyamos y acompañamos este proceso a través de este certificado, que desde 2023 evalúa, además de criterios medioambientales, criterios de sostenibilidad social, económica y de gobernanza. Por lo tanto, acredita que las bodegas certificadas son sostenibles en un sentido integral”.



Campaña de sensibilización y trabajo conjunto con el consumidor

Con esta campaña, **ALDI da impulso a su compromiso con la sostenibilidad, que irá desarrollando con numerosas acciones a lo largo de 2023**. Este compromiso se orienta a impulsar la conciencia sobre los procesos necesarios para minimizar su impacto ambiental y promover el cambio en el sector hacia prácticas más sostenibles.

Paralelamente, busca reforzar la importancia de trabajar en conjunto con el consumidor. Para ello, se comunicarán mensajes específicos sobre la campaña '**Fecha de Extinción**' en todos los puntos de contacto de ALDI con el cliente, tanto en los más de 390 supermercados que tiene en España como en otros canales de publicidad y difusión en medios propios. Estos mensajes, además de informar sobre los riesgos de desaparición de estos alimentos, incluirán consejos y pequeños y grandes gestos que la ciudadanía puede hacer en su día a día para contribuir a mitigar los efectos del cambio climático.

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@llorentycuenca.com

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

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