

ALDI Nord
Programas CR 2020





PROGRAMA CR 2020 – INTERNACIONAL

CLIENTE Y PRODUCTO

	Descripción de los objetivos y alcance		Estado 2020 y próximos pasos		ODS
CLIENTE Y PRODUCTO	20 % menos de plástico virgen en los envases de marca propia para 2025	Reducción del peso total de los envases de marca propia fabricados con plástico virgen en ALDI Nord en un 20 %, como mínimo (excluyendo los envases de frutas y verduras) –en proporción a las ventas– para finales de 2025 (año base 2020).		Nuevo objetivo.	12.2 12.5
	30 % de material reciclado en los envases de plástico de marca propia para 2025	30 % de material reciclado en los envases de plástico de marca propia para 2025 (como mínimo y en promedio).		Nuevo objetivo.	12.2 12.5
	100 % de materiales reciclados y/o con certificado de sostenibilidad para todos los envases para final de 2020	Conversión en ALDI Nord de todos los envases de producto de nueva compra a materiales con certificación de sostenibilidad (FSC®, PEFC™, Ecolabel o estándares comparables) o a materiales con al menos un 70 % de contenido reciclado –según disponibilidad– para finales de 2020. El requisito se aplica a todos los productos de marca propia dentro del surtido fijo, temporal y especiales de alimentación.		Proyecto en curso. El 70 % de los envases fueron certificados en 2020.	12.2 12.5 15.2
	100 % de envases reutilizables, reciclables o compostables a final de 2025	100 % de envases de marca propia que sea reutilizables, reciclables o compostables en todos los centros de ALDI a final de 2025.		Proyecto en curso.	12.2 12.5
	15 % menos de envases para finales de 2025	Reducción del peso total del material de embalaje de las marcas propias (excluyendo la fruta y la verdura) en ALDI Nord en un 15 % –respecto a las ventas– para finales de 2025 (año base 2020).		Proyecto en curso.	12.2 12.5
	Mayas reutilizables para frutas y verduras	Introducción de mayas reutilizables para frutas y verduras en todas las tiendas de ALDI.		Proyecto en curso. Las mallas reutilizables ya están disponibles en Alemania, Dinamarca, Portugal y España.	12.2 12.5
	Eliminación de las bolsas de plástico de un solo uso (a excepción de las bolsas de sección) para final de 2021	Eliminación de las bolsas de plástico de un solo uso (a excepción de las de sección) para final de 2021. Para conseguirlo, se aumentará el surtido de las bolsas reutilizables. Estas bolsas deben poderse reparar y/o lavar, ser fácilmente reconocibles como reutilizables y tener en cuenta el tacto y la comodidad de transporte. Las bolsas que no cumplan estos requisitos no formarán parte de este objetivo. Las bolsas de papel no se consideran dentro de este objetivo.		Proyecto en curso. En Bélgica, Dinamarca, Alemania, Francia (según la legislación francesa), Luxemburgo, Países Bajos y Polonia se han implantado exclusivamente bolsas reutilizables. En la actualidad, el objetivo se sigue implementando en Portugal y España. Aquí se venderán las últimas bolsas de plástico de un solo uso en 2021.	12.2 12.5

Clave

Nuevo
 Proceso en curso
 Objetivo conseguido
 Continuo



Descripción de los objetivos y alcance		Estado 2020 y próximos pasos		ODS	
Prohibición de los productos de un solo uso de plástico para finales de 2020	Finalización de la venta de productos de plástico de un solo uso como platos, vasos, pajitas, agitadores y bastoncillos de algodón en todos los centros de ALDI para finales de 2020. Los artículos indispensables se sustituirán por alternativas más respetuosas con el medio ambiente o reutilizables.		Objetivo conseguido.		12.2 12.5
100 % de frutas y verduras ecológicas sin envasar o uso de alternativas de envasado respetuosas con el medio ambiente para finales de 2023	El 100 % de nuestros productos ecológicos (frutas y verduras ecológicas) estarán sin envasar o envasados de forma más sostenible en todas las empresas de ALDI para finales de 2023. El uso de plástico debe reducirse al mínimo, teniendo en cuenta la calidad del producto y la reducción del desperdicio alimentario.		Proyecto en curso.		12.2 12.5
Incremento de la proporción de artículos no envasados en la categoría de fruta y verdura (al menos un 40 %) para final de 2025	Al menos el 40 % de frutas y verduras estarán sin envasar en todas las tiendas de ALDI para finales de 2025. En el caso de los productos que necesitan ser envasados, sólo se utilizan envases sostenibles y respetuosos con el medio ambiente.		Proyecto en curso. El objetivo ya se ha alcanzado en Portugal y Polonia.		12.2 12.5
Eliminación de las entrecapas de plástico en las cajas para final de 2021	Se eliminará el 100 % de las entrecapas de plástico de las cajas de fruta y verdura en todas las filiales de ALDI para final de 2021.		Proyecto en curso. Este objetivo ya se ha alcanzado en los Países Bajos. En Bélgica, el 95 % de las entrecapas de plástico de las cajas de fruta y verdura ya se han convertido a cartón.		12.2 12.5
Optimización de la composición del 100 % de los productos para niños para finales de 2021	Estandarización de los criterios para productos destinados a niños en ALDI Nord, de acuerdo con las directrices nacionales, procurando al mismo tiempo cumplir con las recomendaciones de la OMS. Los productos para niños que no cumplan se eliminarán o se reetiquetarán hacia finales de 2021. Se deben optimizar todos los productos para niños, independientemente de la categoría del producto.		Proyecto en curso.		
Evitar el marketing dirigido a niños de productos no saludables y apostar por la promoción de productos más saludables para finales de 2021	Evitar el marketing de productos no saludables para niños y apostar por la publicidad y promoción de productos saludables (incluidas fruta y verdura) en todas las filiales ALDI hasta finales de 2021, con la excepción de las ofertas especiales, por ejemplo, en Navidad.		Proyecto en curso.		2.2
Introducción de productos infantiles de marca propia para finales de 2021	Lanzamiento y comercialización de una nueva marca infantil de ALDI para finales de 2021.		Proyecto en curso.		
Cooperación con al menos un socio en el ámbito nacional o internacional en el surtido de productos para niños hacia finales de 2021	Cooperación con proveedores, organizaciones y expertos para mejorar el actual surtido de productos para niños y para trabajar en innovaciones para todas las filiales ALDI hacia finales de 2021.		Proyecto en curso.		17.16

Clave



Descripción de los objetivos y alcance		Estado 2020 y próximos pasos		ODS	
Mejora de la composición nutricional en el 100 % de categorías definidas para finales de 2022	Mejora de productos mediante la optimización de la composición nutricional (p. ej., reducción de la sal, el azúcar o la grasa, o aumento de la fibra) y oferta de un surtido de productos fiables para clientes con necesidades dietéticas especiales en las categorías de productos del desayuno, lácteos, alimentos preparados, congelados y bebidas no alcohólicas en todas las filiales ALDI para finales de 2022.		Proyecto en curso.		2.2
Ampliación del etiquetado nutricional	Introducción del etiquetado nutricional (por ejemplo, Nutri-Score, The Keyhole) en todos los países de ALDI para los productos de marca propia.		Proyecto en curso. ALDI Francia y ALDI Bélgica empezaron a utilizarlo en 2020. A principios de 2021, ALDI Nord Alemania, ALDI España y ALDI Portugal registraron las primeras marcas, que saldrán al mercado a lo largo del año.	 	2.2 12.8
Mejora del etiquetado y la comunicación de los valores sostenibles añadidos	Mejora del etiquetado y la comunicación de los valores sostenibles añadidos (por ejemplo, bienestar animal, productos veganos, producción ecológica, mejora del etiquetado nutricional y proyectos sociales) en todos los centros de ALDI.		Proyecto en curso.		12.8
Ampliación del surtido de productos ecológicos	Identificación de las lagunas en el surtido ecológico en cada país de ALDI y en cada grupo de productos, así como el listado de los productos que faltan en el surtido.		Proyecto en curso. 1.290 productos en 2020; +9,5 % en comparación con el año anterior.		
Ampliación del surtido de productos vegetarianos y veganos	Ampliación del surtido de productos vegetarianos y veganos, incluyendo certificaciones (por ejemplo, V-Label) en todos los centros de ALDI.		Proyecto en curso. 633 productos en 2020; +27,4 % en comparación con el año anterior.		
Introducción de una marca propia para productos vegetarianos y veganos en todos los nuevos productos/compras para finales de 2021	Introducción de una marca propia para productos vegetarianos y veganos para todos los nuevos productos o compras en todos los países de ALDI para finales de 2021.		Proyecto en curso.		
Etiquetado del 100 % de los productos vegetarianos y veganos para todos los nuevos productos/compras a partir de 2021	100 % de etiquetado de todos los productos vegetarianos y veganos (p. ej., V-Label/flor vegana) para todos los nuevos productos o compras en todos los centros de ALDI, con un interés especial en los artículos no alimentarios a partir de 2021.		Proyecto en curso.		12.8
Directrices para minimizar el desperdicio alimentario hasta finales de 2020	Introducción de unas directrices, a final de 2020, para gestionar correctamente aquellos alimentos que ya no pueden comercializarse en las tiendas de ALDI (anteriormente 2017).		Objetivo conseguido. La publicación de las directrices tuvo lugar en marzo de 2021.		
Integración del 100 % de las tiendas en cooperaciones para reducir los residuos de alimentos hacia finales de 2021	Colaboración para 2021 del 100 % de las tiendas de ALDI con ONG para reducir el desperdicio alimentario (p. ej., Tafel, To Good To Go, Refood). El objetivo se alcanza si cada tienda trabaja con regularidad* con uno o más colaboradores potenciales.		Proyecto en curso. El 80,9 % de las tiendas donaron alimentos que ya no se podían vender. Un 6,2 % más que el año anterior.		17.16

*Con regularidad significa donaciones que se repiten tantas veces como sea posible por ambas partes.

Clave

Nuevo Proceso en curso Objetivo conseguido Continuo



CLIENTE Y PRODUCTO

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

	Descripción de los objetivos y alcance	Estado 2020 y próximos pasos	ODS
CLIENTE Y PRODUCTO	Introducción de productos elaborados a partir de excedentes alimentarios para finales de 2021	 Proyecto en curso.	
	Etiquetado del 100 % de los productos nacionales para todos los productos o compras nuevas para finales de 2021	 Proyecto en curso.	 12.8
	Desarrollo de surtidos de productos regionales en cada país de ALDI para finales de 2021	 Proyecto en curso.	
	100 % de productos de marca propia vegetarianos y veganos con soja sostenible para finales de 2021	 Proyecto en curso.	
CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS	Aceite de palma 100 % certificado por la RSPO para finales de 2019	 Objetivo conseguido. 99,3% en 2020. Este dato hace referencia a aceite de palma, aceite de palmiste y derivados con certificación física. Aunque siempre nos esforzamos por aumentar esta proporción, los derivados y las fracciones no siempre están disponibles en calidad certificada físicamente y, por lo tanto, están cubiertos por nosotros a través de certificados Book & Claim.	 12.2  15.2
	Ampliación del café sostenible certificado para finales de 2020	 Objetivo conseguido.	 12.2
	40 % de materia prima sostenible certificada en infusiones de frutas y hierbas para finales de 2020	 Objetivo conseguido.	 12.2
	100 % de madera certificada sostenible para finales de 2020	 Objetivo conseguido. 93,2% en 2020. Consideramos que nuestro objetivo se ha alcanzado, ya que se están examinando casos excepcionales y se está exigiendo el cumplimiento de nuestros requisitos y adaptaciones.	 12.2  15.2
	100 % de algodón sostenible certificado para finales de 2025	 Proyecto en curso. Publicación de la Política Internacional de Compra de Algodón 2020; 64,1 % en 2020; +27,9 puntos porcentuales en comparación con el año anterior.	 12.2

Clave

 Nuevo
  Proceso en curso
  Objetivo conseguido
  Continuo



Descripción de los objetivos y alcance		Estado 2020 y próximos pasos		ODS
100 % de plantas y flores certificadas	Aumento continuo de la proporción de plantas y flores sostenibles certificadas (por ejemplo, GLOBALG.A.P. en combinación con GRASP o estándares equivalentes) en todas las filiales de ALDI.		Proyecto en curso.	12.2
Evaluación social de todos los productores de frutas y verduras	Aumento continuo de la proporción de frutas y verduras sostenibles certificadas (por ejemplo, GLOBALG.A.P. en combinación con GRASP o estándares equivalentes) en todas las filiales de ALDI.		Proyecto en curso.	
Ampliación de los criterios sobre el bienestar animal	Ampliación continua de los sistemas de auditoría y certificación, así como de los estándares propios en todos los centros de ALDI, que van más allá de los requisitos legales e incluyen aspectos sobre el bienestar animal.		Proyecto en curso. Se han realizado intensos esfuerzos para seguir mejorando el bienestar animal de forma generalizada en 2020. En 2021 publicaremos una actualización de la Política Internacional de Compra sobre el bienestar animal. Con la publicación, consideramos que este objetivo se habrá alcanzado.	
Prohibición de todas las sustancias químicas definidas para finales de 2020 y con carácter continuo	Prohibición de determinados grupos de sustancias químicas en la fabricación de productos de marca propia de ropa de vestir, textiles para el hogar y calzado para finales de 2020 y de forma continuada (Compromiso Detox de ALDI) en todos los países de ALDI.		Proyecto en curso. Quedó claro que la industria no cumplirá sus compromisos en el marco del Compromiso Detox 2020. Tras la hoja de ruta adoptada, se publicaron varios informes de progreso de Detox y el informe final. Sin embargo, los retos son considerables, por lo que se seguirá trabajando con los socios de la cadena de suministro para mejorar la gestión de los productos químicos en los próximos años y para perseguir los objetivos definidos. Tras la finalización del Compromiso Detox de ALDI, se está llevando a cabo un proceso de mejora continua para seguir avanzando en la eliminación progresiva de sustancias químicas peligrosas dentro de las cadenas de suministro. Debido a la complejidad, será necesario un trabajo continuo para lograr el objetivo paso a paso. Por ello, definiremos nuevos objetivos que contribuyan a esta meta.	3.9 6.3 12.4
Participación en iniciativas del sector	Ampliación del diálogo con los principales grupos de interés, en particular, mediante la participación en iniciativas sectoriales en todos los países de ALDI.		Proyecto en curso.	17.16

Clave

Nuevo
 Proceso en curso
 Objetivo conseguido
 Continuo



	Descripción de los objetivos y alcance	Estado 2020 y próximos pasos		ODS	
CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS	Identificar los impactos sobre los derechos humanos y proporcionar información transparente en línea con nuestra estrategia de diligencia debida	Nuestro objetivo es realizar y publicar hasta 12 evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos (Human Rights Impact Assessments, HRIA) para finales de 2025, al menos una por cada cadena de suministro de alto riesgo. Comenzaremos con la elaboración de 3 HRIA a finales de 2021.		Nuevo objetivo.	8.8
	Introducción de mecanismos de queja	Introducción de mecanismos de queja en todas las cadenas de suministro de alto riesgo para 2025.		Nuevo objetivo.	8.8
	Mayor implementación de las evaluaciones de los proveedores en materia de Responsabilidad Corporativa	Implantar la Evaluación de Proveedores en materia de Responsabilidad Corporativa (Corporate Responsibility Supplier Evaluation, CRSE) en todas las cadenas de suministro de alto riesgo para 2027.		Nuevo objetivo.	8.8
CLIMA Y MEDIO AMBIENTE	Reducción del 40 % de las emisiones de gases de efecto invernadero para finales de 2021	Reducción del 40 % de las emisiones de gases de efecto invernadero en todas las filiales de ALDI para finales de 2021 en comparación con el año de referencia 2015.		Proyecto en curso. Reducción en un 31 % de las emisiones de gases de efecto invernadero en 2020 con respecto al año base 2015. El objetivo era aumentar la eficiencia. En un siguiente paso, se planificarán y aplicarán más medidas de eficiencia con un mayor enfoque en la electricidad verde.	7.2 7.3 13.3
	Instalación de sistemas fotovoltaicos en tiendas	Aumento de la proporción de tiendas ALDI equipadas con sistemas fotovoltaicos.		Proyecto en curso. 777 de las tiendas están equipadas con plantas fotovoltaicas. Un 34 % más que el año anterior.	7.2 9.4
	Iluminación LED en todas las tiendas nuevas a final de 2019	Implementación de sistemas de iluminación LED en todas las nuevas tiendas de ALDI (iluminación interior y exterior) para finales de 2019.		Objetivo parcialmente alcanzado. La tecnología de iluminación LED se ha instalado en las nuevas tiendas de todos los países desde 2016. Seguimos trabajando en la iluminación exterior.	8.4 9.4
	Iluminación LED en las tiendas ya existentes	Revisión de la conversión de las tiendas de ALDI existentes a iluminación LED.		Objetivo conseguido.	8.4 9.4
	Iluminación LED en centros logísticos	Revisión de la conversión de los centros logísticos ALDI a iluminación LED.		Proyecto en curso. La remodelación ya se ha realizado en Bélgica, Dinamarca y Alemania. La conversión a LED también está prevista o se está llevando a cabo en nuestros centros logísticos de Francia, Países Bajos, Polonia y España.	8.4 9.4
	ALDI Nord anima a sus proveedores estratégicos, responsables del 75% de las emisiones de la cadena de suministro a fijarse objetivos de reducción con base científica	Alentar a los proveedores que representen al menos el 75 % de las emisiones de alcance 3 de la categoría 1 a establecer sus propios objetivos de reducción de emisiones basados en la ciencia (Science Based Targets, SBT) para 2024.		Nuevo objetivo.	

Clave

Nuevo
 Proceso en curso
 Objetivo conseguido
 Continuo



PROGRAMA CR 2020 – ALDI BELGICA & ALDI LUXEMBURGO

Descripción de los objetivos y alcance		Estado 2020 y próximos pasos		ODS	
CLIENTE Y PRODUCTO	10 % menos de envases para finales de 2025	Reducción del 10 % del peso de los envases del surtido fijo de productos de marca propia en Bélgica y Luxemburgo para finales de 2025 (año de referencia: 2015).		Proyecto en curso. Lanzamiento de la Misión de Envases de ALDI en 2019. Reducción del peso total en 2020: aproximadamente un 9 %. En el futuro, este objetivo nacional será sustituido por el objetivo internacional.	12.2 12.5
	99 % de envases reciclables para finales de 2023	El 99 % del volumen del surtido fijo de Bélgica y Luxemburgo deben ser reciclables para finales de 2023.		Proyecto en curso. En 2020 se alcanzó el 97,5 % del volumen de envases reciclables. En el futuro, este objetivo nacional será sustituido por el objetivo internacional.	12.2 12.5
	Materiales alternativos al plástico de un solo uso	Búsqueda en Bélgica y Luxemburgo de materiales o productos alternativos al plástico de un solo uso.		Proyecto en curso. Algunos productos de plástico desechables se han dejado de fabricar o se han sustituido por alternativas más sostenibles. El objetivo se perseguirá de forma continua y se complementará con otros objetivos a nivel internacional.	12.2 12.5
	Optimización continua de la composición nutricional de los productos	Ampliación de los esfuerzos en Bélgica y Luxemburgo para aumentar el contenido de fibra y reducir el de sal, grasa y azúcar en los productos de marca propia.		Objetivo parcialmente conseguido. Cada año se evalúan y adaptan nuevos productos. El objetivo se sustituye a partir de ahora por el siguiente.	2.2
	Optimización continua de la composición nutricional de los productos	La composición del 75 % de los productos infantiles se optimizará para finales de 2021, de acuerdo con los criterios nutricionales del compromiso voluntario de la UE o EU Pledge.		Nuevo objetivo.	
	30 % más de artículos vegetarianos en 2020	30 % más de artículos vegetarianos en las tiendas de Bélgica y Luxemburgo.		Objetivo conseguido. Los objetivos en materia de "vegetariano/vegano" son ahora internacionales.	
	Introducción del Nutri-Score e implantación para finales de 2021	Introducción del Nutri-Score en 2020 e implantación en Bélgica y Luxemburgo para finales de 2021.		Introducción realizada. Se está desarrollando la puesta en marcha.	2.2 12.8
	El 50 % de los envases de bebidas de PET se fabricarán con material reciclado en 2024	Para finales de 2021, el 25 % de nuestros envases de bebidas de PET estarán hechos de PET reciclado. A finales de 2024, será del 50 %.		Nuevo objetivo.	
	Aumentar la proporción de frutas y verduras de origen belga en un 3-5 % para finales de 2021	A finales de 2021, habremos aumentado la proporción de nuestros productos hortofrutícolas de origen belga en un 3-5 %.		Nuevo objetivo.	

Clave

Nuevo
 Proceso en curso
 Objetivo conseguido
 Continuo



INTERNACIONAL

ALDI BELGICA & ALDI LUXEMBURGO

ALDI DINAMARCA

ALDI NORD ALEMANIA

ALDI FRANCIA

ALDI PAISES BAJOS

ALDI POLONIA

ALDI PORTUGAL

ALDI ESPAÑA

AVISO LEGAL

ALDI BELGICA & ALDI LUXEMBURGO

Descripción de los objetivos y alcance

Estado 2020 y próximos pasos

ODS

100 % de madera, papel y cartón certificados en envases de productos para finales de 2019

100 % de madera, papel y cartón certificados en envases de productos para finales de 2019 en los productos del surtido fijo de Bélgica y Luxemburgo.



Objetivo conseguido. 97,2% en 2020. Consideramos que nuestro objetivo se ha alcanzado, ya que se están examinando casos excepcionales y se está exigiendo el cumplimiento de nuestros requisitos y adaptaciones.



12.2

Pasar del cacao con certificación UTZ o Rainforest Alliance al cacao Fairtrade (FSI) para determinados productos para finales de 2022

Pasar de la certificación UTZ o Rainforest Alliance a cacao Fairtrade (FSI) para finales de 2022 para los siguientes productos comprados a nivel nacional: marca Moser Roth, cereales para el desayuno, dulces de temporada y cremas de avellanas.



Nuevo objetivo.



12.2

Introducción de, al menos, un producto de chocolate de marca propia que tenga en cuenta los principios de la Open Chain

Introducir al menos un producto de chocolate de marca propia en el surtido estándar o como artículo promocional para finales de 2021 que incorpore los principios de Tony's Open Chain.



Nuevo objetivo.



12.2

100 % de energía verde para finales de 2020

100% de energía verde mediante la generación de electricidad y la compra, en caso necesario, con etiqueta de energía verde.



Objetivo conseguido.



7.2

Aumento del 30 % de tiendas con paneles solares para finales de 2020

Aumento del 30 % en el número de tiendas de Bélgica y Luxemburgo con paneles solares para finales de 2020 (año de referencia: 2019). El proyecto continuará en 2021.



Objetivo conseguido (86 tiendas a finales de 2020).



7.2

Introducción de refrigerantes naturales en 2020

Introducción de refrigerantes naturales (propano y CO₂) en lugar de refrigerantes sintéticos en las nuevas tiendas y en las que se sometan a reformas en Bélgica y Luxemburgo en 2020. El proyecto continuará en 2021.



Objetivo conseguido. Introducción de refrigerantes de CO₂ en 21 tiendas (finales de 2020).



12.4

Aumento del número de tiendas con sistemas fotovoltaicos en un 50 % para finales de 2021

El número de tiendas belgas y luxemburguesas con instalaciones fotovoltaicas se incrementará en un 50 % para finales de 2021 (año base 2020). Inauguración de la 100ª tienda con sistema fotovoltaico.



Nuevo objetivo. A finales de 2020, 86 tiendas estaban equipadas. Alrededor de 66 previstas en 2021.



7.2

9.4

Un 10 % más de tiendas con tecnología de recuperación de calor para finales de 2021

Implantación de sistemas de recuperación de calor en un mayor número de tiendas, lo que significa que se necesita menos gas para la calefacción y se pueden reducir las emisiones de CO₂.



Nuevo objetivo. A finales de 2020, 125 tiendas estaban ya equipadas. Alrededor de 12 previstas en 2021.



7.3

9.4

Un 80 % más de tiendas con tecnología de refrigeración de CO₂ para finales de 2021

Implantación de sistemas de refrigeración de CO₂ en más tiendas para reducir las emisiones de CO₂ mediante el uso de refrigerantes naturales.



Nuevo objetivo. A finales de 2020, 22 tiendas estaban ya equipadas. Están previstas unas 25 para 2021.



7.3

9.4

Implantación de una app para los empleados en 2021

Mejora de la comunicación interna para implicar aún más a los empleados de ALDI mediante la introducción de una app para empleados en 2021.



Nuevo objetivo.

Acto benéfico nacional con periodicidad anual

Acto benéfico nacional en Bélgica con periodicidad anual.



Proyecto en curso. El evento inaugural tuvo lugar en 2019. En 2020 se realizó una campaña para el fondo de pobreza infantil.

Clave

Nuevo Proceso en curso Objetivo conseguido Continuo



PROGRAMA CR 2020 – ALDI DINAMARCA

CLIENTE Y PRODUCTO

Descripción de los objetivos y alcance		Estado 2020 y próximos pasos		ODS
100 % de envases reciclables para finales de 2024 (antes 2025)	Aumento de la reciclabilidad de los envases de marcas propias danesas: Uso del 100 % de materiales de envasado reciclables, reutilizables o compostables para finales de 2024 (antes 2025).		Proyecto en curso. ■ Inicio de la evaluación medioambiental de los envases en 2021. ■ Implementación de un procedimiento estándar para la recogida de datos de envases de nuevos productos. ■ Formar parte de una evaluación internacional sobre las posibilidades de intercambio de datos con otros países de ALDI.	 12.2 12.5
15 % menos de envases para finales de 2024 (antes 2025)	Reducción de un 15 % del peso total de los envases en Dinamarca para finales de 2024 (año base: 2020).		Proyecto en curso. Continuación del objetivo una vez alcanzado el objetivo de reciclaje. Estado provisional: ■ Los cubiertos, pajitas, vasos y platos de plástico de un solo uso ya se han eliminado. ■ Aumento del uso de plástico reciclado en los envases.	 12.2 12.5
40 % de frutas y verduras sin envasar en 2024	Aumento de las frutas y verduras sin envasar hasta al menos un 40 % para finales de 2024.		Nuevo objetivo.	 12.5
Puesta en funcionamiento del Programa de donación de alimentos para finales de 2020	Para finales de 2020, todas las tiendas de Dinamarca deben haber puesto en marcha un programa contra el desperdicio alimentario; por ejemplo, la venta de "packs sorpresa" de alimentos que de otro modo se desecharían, a través de un colaborador externo o de la donación de alimentos a organizaciones sociales.		Objetivo conseguido. El 100 % de las tiendas vendieron bolsas de fruta y verdura a través del socio Too Good To Go. 110 tiendas donaron alimentos de forma regular u ocasional en 2020. Además, hubo donaciones de los almacenes y de la sede.	 12.3 12.5
Reducción del 50 % del desperdicio alimentario para finales de 2030 (antes 80 %)	Desde 2020, ALDI Dinamarca forma parte de la iniciativa "Denmark Against Food Waste" ("Dinamarca contra el desperdicio de alimentos"). Para 2030 se ha de reducir el desperdicio alimentario en un 50 % (base de referencia 2019) y se ha de informar anualmente sobre el desperdicio alimentario.		Proyecto en curso. ■ Se ha creado un método para calcular nuestros residuos alimentarios. ■ Residuos alimentarios calculados para 2019 y 2020 (en kg). El objetivo se ajustó tras la adhesión a la iniciativa "Dinamarca contra el desperdicio de alimentos" en 2020.	 12.3 12.5

Clave

 Nuevo Proceso en curso Objetivo conseguido Continuo



ALDI DINAMARCA

Descripción de los objetivos y alcance

100 % de madera certificada para finales de 2020

Para finales de 2020, conversión del 100 % de productos de marca propia con madera y derivados en Dinamarca a materiales certificados y sostenibles.

Estado 2020 y próximos pasos

Proyecto en curso. Para finales de 2020, el 95 % de los productos de madera o derivados eran certificados.

ODS

100 % de soja certificada para determinados productos de marca propia para finales de 2025

Nuestro objetivo es que, para finales de 2025, la soja que se utilice en nuestros productos de marca propia, ya sea directa o indirectamente, sea 100 % sostenible para las categorías de carne fresca, productos lácteos, huevos, y productos cárnicos congelados y refrigerados. Como primer paso, compensaremos la cantidad de soja utilizada en 2020 comprando créditos de la Mesa Redonda de la Soja Responsable (RTRS).

Proyecto en curso. Situación 2020:

- Cálculo de nuestra huella de carbono.
- Plan de compra de créditos en 2021 para 2020.

12.2
15.2

100 % de energía verde para finales de 2021

Compra de electricidad 100 % verde para finales de 2021.

Proyecto en curso. Situación 2020:

- 11 Plantas fotovoltaicas.
- 3 % Electricidad de generación propia.
- 0 % Electricidad comprada directamente.



7.2

PROGRAMA CR 2020 – ALDI NORD ALEMANIA

Descripción de los objetivos y alcance

30 % menos de envases para finales de 2025

Para finales de 2025, reducción del peso total de los envases de productos de marca propia en Alemania en un 30 % (año de referencia: 2015).

Estado 2020 y próximos pasos

Proyecto en curso. En Alemania se ha ahorrado un 15,46 % de material de envases a final de 2020 en comparación con 2015.

12.2
12.5

100 % de envases reciclables para finales de 2022

El 100 % de los envases de productos de marca propia en Alemania serán reciclables para finales de 2022.

Proyecto en curso. De acuerdo con una encuesta inicial, alrededor de dos terceras partes de nuestros envases ya tienen la clasificación de reciclables.

12.2
12.5

Prohibición de los microplásticos en productos cosméticos para finales de 2022

Sustitución de todos los productos cosméticos de marca propia con microplásticos sólidos o plásticos sintéticos líquidos en Alemania por alternativas respetuosas con el medioambiente para finales de 2022.

Proyecto en curso. Desde 2014, eliminación gradual de microplásticos en cosméticos y productos de cuidado personal y detergentes; 2019: 180 productos sin microplásticos sólidos ni plásticos sintéticos líquidos en ALDI. En el futuro se volverá a realizar una consulta detallada sobre el número de artículos.

12.2
12.5

Ampliación del sistema de etiquetado de bienestar animal (Sistema de cría – Haltungsform)

Ampliación del sistema de etiquetado de bienestar animal (Haltungsform) a otros productos y grupos de productos en Alemania.

La expansión a los productos cárnicos procesados (embutidos, carne congelada y en conserva) comienza a mediados de 2021.



12.8

Clave

Nuevo

Proceso en curso

Objetivo conseguido

Continuo



ALDI NORD ALEMANIA

	Descripción de los objetivos y alcance		Estado 2020 y próximos pasos		ODS
CLIENTE Y PRODUCTO	Eliminación de los productos de carne fresca del sistema de cría (Haltungsform) 1	Eliminación de los productos de carne fresca del sistema de cría (Haltungsform) 1 en las tiendas de Alemania y aumento de la proporción de productos de carne fresca de marca propia con la etiqueta Haltungsform 2, 3 o 4.		Proyecto en curso. La mayoría de nuestros productos se etiquetan actualmente con Haltungsform 1 y 2. Con la continuidad de la participación en la iniciativa de bienestar animal (Initiative Tierwohl), el Haltungsform 2 se incrementará significativamente a mediados de 2021.	
	Eliminar el sacrificio de polluelos en la producción de huevos frescos para final de 2022	Conversión gradual en Alemania de toda la cadena de suministro de huevos de gallinas criadas en suelo, camperas y ecológicas para final de 2022 con el fin de eliminar el sacrificio de polluelos macho en la producción de huevos frescos.		Proyecto en curso. Desde 2017, ya ofrecemos huevos frescos del llamado proyecto 'Bruderhahn' bajo nuestra marca propia 'Henne & Hahn'. Los primeros proveedores ya están criando pollos macho.	
CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS	Todos los productos lácteos bebibles provienen de Alemania	Conversión gradual de todos los productos lácteos bebibles a origen alemán, incluida la leche UHT y la leche ecológica.		Nuevo objetivo. Todos los productos lácteos FAIR & GUT proceden ya de Alemania, al igual que la mayor parte de nuestra leche fresca.	
	50 % de café sostenible certificado para finales de 2020	Transición a café sostenible certificado (UTZ/Rainforest Alliance, Fairtrade, ecológico) para productos de marca propia definidos en Alemania.		Proyecto en curso. Alcanzado el 49,5 % en 2020.	12.2
CLIMA Y MEDIO AMBIENTE	Aumento de la tasa de autoconsumo de energía autogenerada	Aumento de la cuota de autoconsumo de la energía autogenerada en Alemania por los sistemas fotovoltaicos en las tiendas mediante la combinación de conceptos para sistemas integrados de refrigeración y calefacción, y la alineación de los sistemas fotovoltaicos en función de la demanda.		Proyecto en curso. El porcentaje de autoconsumo para 2020 ha sido del 67,1 %.	7.2 7.3

PROGRAMA CR 2020 – ALDI FRANCIA

	Descripción de los objetivos y alcance		Estado 2020 y próximos pasos		ODS
CLIENTE Y PRODUCTO	100 % de productos cárnicos etiquetados con el ATC para finales de 2020	Ampliación del Código de Transparencia ALDI (ATC) para productos de marca propia en Francia que contengan al menos un 3 % de carne para finales de 2020.		Objetivo no conseguido. Seguiremos persiguiendo el objetivo de que el 100 % de los productos cárnicos lleven el ATC, véase el objetivo actualizado más abajo.	
	100 % de productos cárnicos etiquetados con el ATC para finales de 2020	Etiquetado con el ATC de todos los artículos de marca propia con al menos un 5 % de contenido cárnico.		Ampliación del objetivo existente y modificación del ámbito de aplicación para alinearlo con el objetivo internacional. El 75 % de los productos del surtido llevaban el ATC a finales de 2020.	

Clave



ALDI FRANCIA

Descripción de los objetivos y alcance

Estado 2020 y próximos pasos

ODS

CLIENTE Y PRODUCTO

100 % de manzanas y peras con certificado BEE FRIENDLY para finales de 2021

100 % de manzanas y peras con certificado europeo BEE FRIENDLY en las tiendas de Francia para finales de 2021.



Proyecto en curso. El 61,66 % (en volumen) de las manzanas vendidas en 2020 y 74,4 % de las peras tenían certificación BEE FRIENDLY.



15.5

El 100 % de los productos de marca propia llevarán el Nutri-Score a finales de 2023

Etiquetado de todos los artículos de marca propia con el Nutri-Score para finales de 2023.



Nuevo objetivo. Las primeras marcas se registraron en 2020 en la plataforma francesa Nutri-Score. Está previsto añadir todas las demás marcas a finales de 2021 para que puedan etiquetarse para finales de 2023.



2.2



12.8

100 % de cacao certificado para finales de 2020

Transición hacia un cacao certificado (UTZ, Fairtrade, Rainforest Alliance y ecológico) en los productos de marca propia de Francia para finales de 2020.



Objetivo no conseguido. En 2020, el 93,5 % de los artículos que contienen cacao estaban certificados.



12.2

75 % de productos de pescado y marisco sostenibles certificados para finales de 2019

Conversión del 75 % de productos de pescado y marisco de marca propia en Francia a productos sostenibles certificados para finales de 2019.



Objetivo no conseguido. En 2020, el 54,1 % de los artículos de pescado y marisco estaban certificados según los estándares ASC, MSC, GLOBALG.A.P. o ecológico.*



12.2



14.4

*El 72 % de todos los productos que contienen pescado estaban certificados según los estándares ASC, MSC, GLOBALG.A.P., ecológico, Dolphin Safe, Pavillon France, Label Rouge, IGP o Friend of the Sea.

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

Prohibición de los huevos provenientes de cría en jaula desde 2020

- Se acabará el uso de huevos provenientes de cría en jaula para productos procesados en Francia para finales de 2020.
- Se acabará la venta de huevos frescos provenientes de cría en jaula en Francia para finales de 2025.



Proyecto en curso. El 54 % de todos los huevos frescos procedían de la cría sin jaulas en 2020. El objetivo se alcanzó en marzo de 2021: Desde entonces, ya no se venden huevos frescos de cría en jaulas.

El 79 % de todos los productos de marca propia que contienen huevos se produjeron con huevos procedentes de la cría sin jaulas. (2019: 67 %). El objetivo se persigue con firmeza en 2021.

Adhesión al European Chicken Commitment

A finales de 2026, todos los productos de pollo de marca propia (productos crudos y procesados, frescos y congelados que contengan más de un 50 % de carne de pollo) cumplirán los criterios del European Chicken Commitment (ECC). Además, en 2026, el 20 % de nuestro volumen de ventas en esta gama de productos procederá de explotaciones que garanticen el acceso de los pollos a una zona al aire libre o en libertad.



Nuevo objetivo.

CLIMA Y MEDIO AMBIENTE

120 sistemas fotovoltaicos para finales de 2021

Instalación de 120 sistemas fotovoltaicos en las nuevas tiendas en Francia para finales de 2021.



Proyecto en curso. En 2020, se instalaron 79 plantas fotovoltaicas en Francia.



7.2



9.4

Clave

Nuevo

Proceso en curso

Objetivo conseguido

Continuo



PROGRAMA CR 2020 – ALDI PAISES BAJOS

CLIENTE PRODUCTO

Descripción de los objetivos y alcance		Estado 2020 y próximos pasos		ODS	
CLIENTE PRODUCTO	20% menos de envases de plástico para finales de 2025	Reducción del peso total de los envases de plástico de los productos de marca propia en los Países Bajos en un 20 % para finales de 2025 (año base 2017).		Proyecto en curso.	12.2 12.5
	100% de envases de plástico reciclable para finales de 2025	100 % de envases de productos de marca propia reciclables en los Países Bajos para finales de 2025.		Proyecto en curso. Hemos empezado a trabajar con los proveedores para mejorar la reciclabilidad.	12.2 12.5
	35% de plástico reciclado en los envases para finales de 2025	35 % de uso de plástico reciclado en los envases de nuestros productos de marca propia en los Países Bajos para 2025.		Proyecto en curso. Incremento de envases con plástico reciclado, por ejemplo, botellas de bebidas y detergentes, envases de ensalada y bandejas de carne y pescado. Seguirán otros proyectos.	12.2 12.5
	Conceptos alternativos de bolsas para finales de 2020	Todas las tiendas que vendan frutas y verduras sin envasar ofrecerán bolsas de sección para frutas y verduras biobasadas y una bolsa reutilizable para finales de 2020.		Objetivo parcialmente conseguido: Todos los establecimientos holandeses que venden frutas y verduras sin envasar ofrecen bolsas de sección para frutas y verduras biobasadas por 0,01 euros.	12.2 12.5
	Reducción del contenido de sal y azúcar	Ampliación de los esfuerzos en los Países Bajos para reducir el contenido en sal y azúcar en otros productos de marca propia.		Proyecto en curso. En 2020, se redujo el contenido de sal y azúcar en muchos productos (por ejemplo, cereales de desayuno, salsas y aperitivos salados). En 2021, los esfuerzos se centrarán en reducir el contenido de azúcar en los refrescos y los lácteos. Se aplican porciones más pequeñas para las golosinas, el chocolate y las galletas.	2.2
	100% de etiquetas PlanetProof en todas las frutas y verduras holandesas para finales de 2019	Etiquetado de todas las frutas y verduras cultivadas en los Países Bajos con el sello de sostenibilidad PlanetProof para finales de 2019.		Objetivo conseguido.	12.2 12.8
	Eliminación de la publicidad infantil en productos no saludables hasta finales de 2020	Eliminación de la publicidad infantil en productos no saludables en los Países Bajos para finales de 2020.		Objetivo conseguido.	

Clave

Nuevo
 Proceso en curso
 Objetivo conseguido
 Continuo



ALDI PAISES BAJOS

Descripción de los objetivos y alcance

100% de etiquetado con Beter Leven para productos con ingredientes de origen animal

Transición en los Países Bajos de productos que contienen materias primas de origen animal o alimentos procesados con contenido animal hacia los criterios del sello de sostenibilidad Beter Leven de una estrella (estándar mínimo).



Estado 2020 y próximos pasos

Proyecto en curso. En 2020 hemos ampliado nuestro surtido de productos cárnicos con el sello Beter Leven.



12.8

Ampliación de los productos cárnicos con ATC

Ampliación del Código de Transparencia ALDI (ATC) en los Países Bajos para embutidos de marca propia.



Proyecto en curso. En 2020, se lanzaron los primeros embutidos de marca propia con ATC. Esperamos una ampliación para 2021.

Introducción de un sistema de gestión energético para finales de 2018

Certificación ISO 50001 a nivel nacional para finales de 2018.



Se aplaza hasta nuevo aviso.

7.3
8.4

Promoción de la sensibilización en el ámbito de la salud

Continuación y ampliación de los esfuerzos en los Países Bajos para promover la sensibilización en el ámbito de la salud entre clientes y colaboradores.



Proyecto en curso. El principal objetivo en 2020 fue promover una alimentación sana para los niños, por ejemplo, mediante el lanzamiento de una marca propia de artículos saludables para niños (marcados con personajes de Disney), donaciones de pan para la semana de la campaña "National School Ontbijt" (desayuno escolar nacional) y un proyecto piloto para aumentar el consumo de verduras en las guarderías.



3.4

Clave

Nuevo

Proceso en curso

Objetivo conseguido

Continuo

CLIENTE Y PRODUCTO

CLIMA Y MEDIO
AMBIENTE

COLABORADORES Y SOCIEDAD



PROGRAMA CR 2020 – ALDI POLONIA

Descripción de los objetivos y alcance

Estado 2020 y próximos pasos

ODS

CLIENTE Y PRODUCTO

Estrategia nacional de envases hasta finales de 2020

Publicación de la estrategia de envases nacional polaca para finales de 2020.



Objetivo no conseguido. Debido a una comprensión ecológica cada vez más extendida en Polonia y a los cambios legislativos previstos, el objetivo no pudo alcanzarse en el plazo previsto. Seguimos trabajando para alcanzar este importante objetivo y esperamos lograrlo el año que viene.

12.2
12.5

Donaciones de alimentos en todas las tiendas hasta finales de 2020

El 100 % de las tiendas polacas tienen que donar alimentos no comercializables pero que todavía son comestibles a instituciones benéficas para finales de 2020.



Objetivo parcialmente conseguido. Situación 2020: El 93 % de las tiendas donan alimentos. Esto corresponde a un aumento del 125 % en comparación con el año anterior. No todas las tiendas pueden asociarse para hacer donaciones a organizaciones benéficas, por ejemplo, debido a su ubicación rural. Sin embargo, en la medida de lo posible, seguiremos trabajando en la integración de todas las tiendas.

2.1
12.3

Publicación de revistas de Responsabilidad Corporativa

Publicación anual de revistas de Responsabilidad Corporativa sobre temas medioambientales e información relacionada para el consumidor.



Nuevo objetivo. En 2020, publicamos dos revistas para nuestros clientes. Cada año publicaremos revistas educativas.

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

Política nacional de compras sobre bienestar animal para finales de 2020

Publicación de la política nacional de compras sobre bienestar animal para finales de 2020.



Objetivo no conseguido. No se ha podido alcanzar el objetivo en el tiempo previsto. Dialogamos con los proveedores para adaptar nuestras necesidades a los proyectos de medidas previstos. Seguimos trabajando para alcanzar este importante objetivo y esperamos lograrlo el año que viene.

COLABORADORES Y SOCIEDAD

Amplio programa de formación para jóvenes profesionales, que incluye una introducción a todos los departamentos de la empresa y la entrega de un paquete de bienvenida

Los nuevos empleados completan un amplio programa de formación. Tendrán una introducción a todos los departamentos de la empresa y se les proporcionará un paquete de bienvenida. El programa pretende facilitar el comienzo en la empresa y apoyar a los nuevos empleados.



Nuevo objetivo.



4.4

Clave

Nuevo

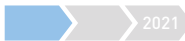
Proceso en curso

Objetivo conseguido

Continuo



PROGRAMA CR 2020 – ALDI PORTUGAL

	Descripción de los objetivos y alcance	Estado 2020 y próximos pasos		ODS	
CLIENTE Y PRODUCTO	Puesta en marcha de un proyecto de economía circular para finales de 2021	Poner en marcha un proyecto de economía circular en colaboración con los proveedores a finales de 2021 para mejorar la economía circular y el uso de los recursos.	 2021	Nuevo objetivo.	 12.2 12.5
	Desarrollo de la cooperación con APCOI (Associação Portuguesa de Combate à Obesidade Infantil) hasta finales de 2021	Cooperación con APCOI para mejorar el surtido actual de productos y la información a los clientes para finales de 2021.	 2021	Nuevo objetivo.	 3.4
	Etiquetado del 100 % de los productos nacionales de marca propia con el logotipo "Sou Português" ("Soy portugués") para finales de 2021	Etiquetado del 100 % de los productos nacionales de marca propia con el logotipo "Sou Português" ("Soy portugués") para finales de 2021; principal ámbito de aplicación: Frutas y verduras, productos lácteos, carne y pescado frescos.	 2021	Nuevo objetivo.	
	Aumento del número de las frutas y verduras sin envasar hasta al menos el 50 % a finales de 2021	Al menos el 50 % de las frutas y verduras estarán sin envasar en nuestras tiendas a finales de 2021. En el caso de los productos que requieren envase, seguimos utilizando menos envases de plástico y nos esforzamos por conseguir envases más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente.	 2021	Nuevo objetivo.	 12.5
	Introducción de la etiqueta nutricional en 2021	Introducción de Nutri-Score en los productos de marca propia en 2021, centrándose en los grupos de productos de desayuno, productos lácteos, productos refrigerados de conveniencia, productos congelados y bebidas no alcohólicas.	 2021	Nuevo objetivo.	 2.2  12.8
	Eliminación de las bandejas de plástico negras o de color para la carne fresca de marca propia para finales de 2021	Eliminación de las bandejas de plástico negras y de color y cambio a bandejas de plástico R-PET transparentes o blancas para la carne fresca de marca propia para finales de 2021.	 2021	Nuevo objetivo.	 12.5
CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS	Aumento del porcentaje de productos cárnicos etiquetados con el Código de Transparencia ALDI (ATC) en un 25 % para finales de 2021	Extensión del Código de Transparencia ALDI (ATC) a todos los productos de marca propia que contengan al menos un 5 % de carne para finales de 2021.	 2021	Nuevo objetivo.	
	100 % de merluza sostenible certificada para finales de 2022	Conversión del 100 % de los productos de merluza de marca propia en Portugal a materia prima sostenible certificada para finales de 2022.	 2022	Nuevo objetivo.	 12.2  14.4

Clave

 Nuevo
  Proceso en curso
  Objetivo conseguido
  Continuo



ALDI PORTUGAL

CADENA DE SUMINISTRO
Y RECURSOS

CLIMA Y MEDIO AMBIENTE

COLABORADORES
Y SOCIEDAD

Descripción de los objetivos y alcance

Nueva política nacional de compras de pescado y marisco para finales de 2021

Actualización de la Política Nacional de Compras de Pescado y Marisco antes de finales de 2021 para mejorar la sostenibilidad de los artículos de pescado y marisco en colaboración con los proveedores y organizaciones.



2021

Nuevo objetivo.

12.2
14.4

El 100 % de las entrecapas en las cajas para frutas y verduras a granel deben ser de cartón a finales del segundo trimestre de 2021

El 100 % de las entrecapas en las cajas para frutas y verduras a granel de marcas y de marcas propias serán de cartón a finales del segundo trimestre de 2021.



2021

Nuevo objetivo.



12.5

Instalación de placas fotovoltaicas en los tejados de todas las tiendas nuevas en 2021

El porcentaje de tiendas de ALDI equipadas con placas fotovoltaicas se incrementará con la instalación de estas placas en los tejados de todas las nuevas tiendas en 2021.



2021

Nuevo objetivo.



7.2

Instalación de aparcamientos para bicicletas hasta finales de 2021

Instalación de aparcamientos para bicicletas en todas las tiendas para finales de 2021 (excepciones en lugares con restricciones públicas) para fomentar modos de transporte más respetuosos con el medio ambiente.



2021

Nuevo objetivo.

Programas de formación para empleados en 2021

Continuación de los programas de formación para empleados sobre el desarrollo de aptitudes (Academia ALDI) en 2021.



2021

Nuevo objetivo.



4.4

Continuación de la comunicación con los empleados en 2021

Las comunicaciones sobre el compromiso de los empleados continuarán en 2021, por ejemplo, a través de nuestro newsletter para empleados o de los canales online.



2021

Nuevo objetivo.

PROGRAMA CR 2020 – ALDI ESPAÑA

Descripción de los objetivos y alcance

Promoción de las bolsas reutilizables

Promoción de las bolsas reutilizables.



Objetivo conseguido. En nuestras tiendas hay varios tipos de bolsas reutilizables disponibles en caja. También hay bolsas reutilizables para las frutas y verduras frescas. Actualmente, se están estudiando otras alternativas.

12.2
12.5

Etiquetado de todos los productos sin gluten y sin lactosa para finales de 2018

Etiquetado de todos los productos sin gluten y sin lactosa en España según certificaciones reconocidas (ELS o Adilac) para finales de 2018.



2018

Objetivo parcialmente conseguido. Debido a la adaptación interna de los criterios de etiquetado, que suponen una mayor flexibilidad, este objetivo ya no es válido. Sin embargo, se seguirán aplicando las certificaciones reconocidas (ELS y Adilac) en productos sin gluten y sin lactosa, respectivamente.



2.2

Clave

Nuevo

Proceso en curso

Objetivo conseguido

Continuo



ALDI ESPAÑA

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

CLIMA Y MEDIO AMBIENTE

COLABORADORES Y SOCIEDAD

Descripción de los objetivos y alcance

Estado 2020 y próximos pasos

ODS

Política Nacional de Compra sobre Bienestar Animal para finales de 2018

Elaboración y publicación de la Política Nacional de Compra sobre Bienestar Animal para finales de 2018.



Objetivo parcialmente conseguido. En 2020 se aplicaron varias medidas para mejorar el bienestar de los animales. La publicación de la Política Nacional de Compras sobre Bienestar animal está prevista para mediados de 2021, coincidiendo con la actualización de la Política Internacional sobre Bienestar animal.

35 % de productos de pescado y marisco con certificación sostenible para finales de 2021

35 % de productos de pescado y marisco certificados para finales de 2021 (MSC para las capturas salvajes y ASC, ecológico o GLOBALG.A.P. para la acuicultura).



Nuevo objetivo.

12.2
14.4**Instalación de nuevas placas fotovoltaicas para finales de 2021**

Aumento del porcentaje de tiendas con placas fotovoltaicas mediante la instalación de 20 plantas fotovoltaicas adicionales en los tejados de las tiendas.



Nuevo objetivo.

7.2
9.4**Iluminación LED en las tiendas existentes para finales de 2021**

La iluminación de las zonas de venta de 120 tiendas existentes y el alumbrado exterior de 30 aparcamientos se transformará a iluminación LED.



Nuevo objetivo.

7.3
9.4**Refrigerantes naturales en todas las nuevas tiendas para finales de 2021**Uso de CO₂ como refrigerante natural en todas las tiendas de nueva apertura como alternativa a los refrigerantes sintéticos (que tienen un mayor potencial de calentamiento global).

Nuevo objetivo.

7.3
9.4**100 % de electricidad verde para finales de 2021**

Compra 100 % electricidad verde para las tiendas, almacenes y edificios de oficinas para finales de 2021.



Nuevo objetivo.



7.2

Sistema de control energético y domótico para finales de 2021

Implantación de un sistema de control energético y domótico en todas las tiendas nuevas y en 10 tiendas existentes en 2021.



Nuevo objetivo.



9.4

Programas de formación para empleados hasta finales de 2021

Programa de formación continua para todos los colaboradores y colaboradoras.



Nuevo objetivo.



4.4

Formación de nuevos agentes de formación hasta finales de 2021

Formación de colaboradores y colaboradoras para que se conviertan en agentes de formación internos para las nuevas incorporaciones.



Nuevo objetivo.



4.4

Promoción del Programa FP dual (Formación Profesional)

Es necesario promover el programa FP dual (Formación Profesional). Se dirige a los jóvenes y pretende tener un impacto en la sociedad y en los propios colaboradores y colaboradoras.



Nuevo objetivo.



4.4

Programa de idiomas (inglés) hasta finales de 2021

Implantación de un programa de idiomas (inglés) para los colaboradores y colaboradoras.



Nuevo objetivo.



4.4

Clave

Nuevo

Proceso en curso

Objetivo conseguido

∞ Continuo



AVISO LEGAL Y CONTACTO

EDITOR

ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Eckenbergstraße 16A
45307 Essen

RESPONSABLE

Rolf Buyle

Managing Director
International Buying
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

GESTIÓN DEL PROYECTO

Dr. Nora Verfürth

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

Judith Hochköppler

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

CONTACTO

cr-reporting@aldi-nord.de

CONCEPTO/REDACCIÓN/DISEÑO

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg

CIERRE DE EDICIÓN

31 de marzo de 2021

Exención de responsabilidad

Esta Memoria contiene declaraciones relacionadas con el desarrollo futuro de ALDI Nord. Estas afirmaciones representan valoraciones que se han realizado sobre la base de la información de que dispone ALDI Nord en el momento actual. La evolución real puede diferir de las estimaciones actuales. Por lo tanto, ALDI Nord no se hace responsable de estas afirmaciones.