



ALDI Nord
PROGRAMAS CR 2021





NUESTROS OBJETIVOS: CLAROS Y CUANTIFICABLES

Los Programas CR enlaza los objetivos y las acciones empresariales con los principios de nuestra estrategia de sostenibilidad. En nuestra Memoria de Sostenibilidad repasamos el cumplimiento de los objetivos e informamos de los avances realizados. La Memoria está estructurada de manera que nos permite

informar de los temas que son más importantes para nosotros y nuestros grupos de interés en cada momento. Dentro de nuestros Programas CR, nos hemos fijado objetivos claros y SMART en todas las áreas, incluidos los temas centrales.

En 2021, los Programas CR (CRP por sus siglas en inglés) se revisó exhaustivamente. Se han definido requisitos internos para los objetivos a incorporar en los Programas CR. Algunos objetivos que no podían cumplir con estos requisitos (por ejemplo, 'criterios SMART') se eliminaron

y otros se ajustaron. Nuestro objetivo es que todos los objetivos cumplan con los requisitos internos en la próxima Memoria de sostenibilidad 2023. ALDI Dinamarca no tiene un programa nacional de CR y, en este caso, únicamente le aplica el programa internacional de CR.

PROGRAMA CR 2021 – INTERNACIONAL

CLIENTE Y PRODUCTO

Descripción de los objetivos y alcance		Estado en 2021 y siguientes pasos		ODSs
20% menos de plástico virgen en los envases de marca propia para 2025	Reducción del peso total de los envases de plástico virgen de marca propia en ALDI Nord (excluyendo frutas y verduras) en un 20%, proporcional a las ventas, para finales de 2025 (año base 2020).	 2025	Proyecto en curso. Trabajamos continuamente en optimizaciones de envases para reducir el plástico virgen. Solo en Alemania, ahorramos alrededor de 4.775 toneladas de plástico en el envase de nuestros productos de marca propia en 2021, en comparación con 2020.	 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).	 2025	Proyecto en curso. Trabajamos continuamente en la optimización de envases para aumentar la cantidad de material reciclado en los envases de plástico. Por ejemplo, en Alemania, estamos cambiando el envase de agua mineral de marca propia de un litro a contenido 100 % reciclado.	 12.2 12.5
Materiales 100% reciclados y/o con certificado de sostenibilidad para todos los envases para finales de 2020	Conversión 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.	 2020	Proyecto en curso. Desde principios de 2021, es un requisito para nuestros proveedores en las licitaciones. Sin embargo, debido a los actuales problemas en el suministro, este requisito no puede cumplirse al 100%.	 12.2 12.5  15.2

Clave

 Nuevo  Proceso en curso  Objetivo cumplido  Continuo



PROGRAMA CR 2021 – INTERNACIONAL (CONTINUÍA)

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2021 y siguientes pasos

ODSs

CLIENTE Y PRODUCTO

100% de envases reutilizables, reciclables o compostables para finales de 2025

100% de envases de marca propia que sean reutilizables, reciclables o compostables para finales de 2025.



Proyecto en curso. Hemos publicado una guía internacional de reciclabilidad y trabajamos continuamente en optimizar nuestros envases para incrementar su reciclabilidad. En Bélgica, por ejemplo, nuestro envase no reciclable de cacao en polvo fue reemplazado por envases de plástico 100% reciclables en marzo de 2021.



12.2

12.5

15% menos de envases para finales de 2025

Reducción de un 15% del peso total del material de envasado de las marcas propias (excluyendo frutas y verduras) de ALDI Nord, proporcional a las ventas, para finales de 2025 (año base 2020).



Proyecto en curso. Desarrollo de materiales alternativos para reducir los envases, teniendo en cuenta las pérdidas de alimentos y la calidad y seguridad del producto. Por ejemplo, en Francia, se eliminaron las tapas de plástico rígido de todas las ensaladas frías listas para comer. Esto redujo el peso total de los envases en un promedio de 37%, ahorrando 120 toneladas de plástico cada año.



12.2

12.5

Mallas reutilizables para frutas y verduras

Introducción de mallas 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. Los países restantes están trabajando en su implementación.



12.2

12.5

Eliminación de las bolsas de plástico de un solo uso (a excepción de las bolsas de sección) para finales de 2021

Eliminación de las bolsas de plástico de un solo uso (a excepción de las de sección) para finales de 2021. Para conseguirlo, se aumentará el surtido de 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. Debido a problemas de suministro de papel y bolsas reutilizables, este objetivo no se pudo lograr en todos los países. Estamos trabajando para conseguirlo lo antes posible.



12.2

12.5

100% de frutas y verduras ecológicas sin envasar o con alternativas de envasado sostenible para finales de 2023

El 100 % de nuestros productos ecológicos (frutas y verduras ecológicas) estarán sin envasar o utilizarán envases sostenibles en todos los centros de ALDI para finales de 2023. El uso de plástico se reducirá al mínimo, es decir, el envasado solo se utilizará en la medida necesaria para garantizar la calidad y la seguridad del producto y su manipulación.



Proyecto en curso. Trabajamos continuamente en la optimización del envase reduciendo el material de envasado con un enfoque en el plástico y logrando una mayor reciclabilidad. En España, por ejemplo, ya hemos conseguido un 83,3% de optimización de envases y en Holanda un 50%.



12.2

12.5

Incremento de los artículos no envasados en la categoría de frutas y verduras hasta al menos el 40% para finales de 2025

Al menos el 40% de frutas y verduras estarán sin envasar en todas las tiendas ALDI para finales de 2025. En los productos que requieren ser envasados, sólo se utilizarán envases sostenibles y respetuosos con el medio ambiente.



Proyecto en curso. Ya conseguido en Portugal y Polonia. Trabajamos continuamente en optimizar envases para reducir el material de envasado, con un enfoque de tener un alto ratio de granel, pero teniendo en cuenta el desperdicio de alimentos, la seguridad y la manipulación. En Alemania la cuota es del 30%.



12.2

12.5

Clave

Nuevo Proceso en curso Objetivo cumplido Continuo



PROGRAMA CR 2021 – INTERNACIONAL (CONTINUÍA)

CLIENTE Y PRODUCTO

Descripción de los objetivos y alcance		Estado en 2021 y siguientes pasos		ODSs
Eliminación de las entrecapas de plástico de las cajas para finales de 2021	Se eliminará el 100% de las entrecapas de plástico de las cajas de fruta y verdura en todos los centros de ALDI para finales de 2021.		Objetivo conseguido. En todos los países ALDI, las entrecapas de plástico ya no se utilizan para cajas de frutas y verduras.	12.2 12.5
Optimización de la composición del 100% de los productos infantiles de alimentación para finales de 2024*,**	Surtido estándar de marca propia ALDI que son productos infantiles según la definición ALDI Nord. La optimización se lleva a cabo en base a criterios ALDI internos definidos que incluyen, entre otros, el modelo de perfil nutricional de la OMS.		Objetivo parcialmente conseguido. Por bien que la implementación está en curso en todos los países. Está prevista una reorganización holística de la estrategia de productos infantiles hasta finales de 2022.	
Evitar el marketing dirigido al público infantil de productos no saludables y apostar por la promoción de productos más saludables para finales de 2021	Evitar el marketing de productos infantiles no saludables y apostar por la publicidad y promoción de productos saludables (incluyendo frutas y verduras) en todos los centros de ALDI hasta finales de 2021, con la excepción de las ofertas especiales, p.ej. en Navidad.		Objetivo en revisión. Está prevista una reorganización holística de la estrategia de productos infantiles hasta finales de 2022. La actualización de objetivos se comunicará en consecuencia en la próxima Memoria.	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.		Objetivo en revisión. Está prevista una reorganización holística de la estrategia de productos infantiles hasta finales de 2022. La actualización de objetivos se comunicará en consecuencia en la próxima Memoria.	
Cooperación con al menos un socio en el ámbito nacional o internacional en el surtido de productos infantiles para finales de 2021	Cooperación con proveedores, organizaciones y expertos para mejorar el actual surtido de productos infantiles y para trabajar en innovaciones para todos los centros de ALDI para finales de 2021.		Objetivo parcialmente conseguido. La cooperación se ha establecido parcialmente. Se planea una reorganización integral de la estrategia de productos infantiles hasta finales de 2022.	17.6
Mejora de la composición nutricional en el 100% de las categorías definidas para finales de 2022	Mejora de productos mediante la optimización de la composición nutricional (p.ej. reducción del contenido en sal, azúcar o grasa o incremento 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 todos los centros de ALDI para finales de 2022.		Proyecto en curso.	2.2
Registro del 100 % de las marcas propias de ALDI a finales de 2024 para el etiquetado Nutri-Score*,**	Todos los productos de alimentación de marca propia. Fuera de alcance: excepciones justificadas definidas internamente. La definición de las excepciones se basa en las expectativas del cliente, entre otros.		Proyecto en curso. La implementación está en curso en todos los países.	2.2 12.8

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo a los requisitos definidos.

** Se ha ajustado el año objetivo.

Clave

Nuevo Proceso en curso Objetivo cumplido Continuo



PROGRAMA CR 2021 – INTERNACIONAL (CONTINUÍA)

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2021 y siguientes pasos

ODSs

CLIENTE Y PRODUCTO

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. Cubierto bajo los objetivos de etiquetado para alimentos locales, productos vegetarianos y veganos, y Nutri-Score.		12.8
Ampliación del surtido de productos ecológicos	Identificación de lagunas en el surtido ecológico de cada país de ALDI y por cada grupo de productos, e introducción de los productos que faltan en el surtido.		Proyecto en curso.		
Ampliación del surtido de productos vegetarianos y veganos	Ampliación del surtido de productos vegetarianos y veganos, incluyendo certificaciones (p.ej. V-label) en todos los centros de ALDI.		Proyecto en curso.		
Etiquetado del 100% de los productos vegetarianos y veganos para todos los nuevos productos/compras a partir de 2021	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 productos no alimentarios, a partir de 2021.		Objetivo conseguido. Establecimos un proceso continuo para etiquetar los nuevos productos vegetarianos y veganos incluidos en el alcance.		12.8
100% de las tiendas disponen de convenio con alguna entidad para reducir el desperdicio alimentario para finales de 2021	Integrar el 100% de todas las tiendas ALDI en colaboraciones con entidades para reducir el desperdicio de alimentos en 2021 (p.ej., Tafel, Too Good To Go, Refood). El objetivo se alcanza tan pronto como cada tienda trabaja regularmente con uno o más socios potenciales definidos. Regularmente significa permitir la redistribución del excedente de alimentos con la mayor frecuencia posible por ambas partes.		Proyecto en curso. El objetivo se logró en Portugal, Dinamarca, Polonia y Alemania. En los países restantes, no se logró el objetivo debido a desafíos nacionales (infraestructura, expansión, prioridades estratégicas de las empresas, entre otros). Estos países continuarán trabajando en este objetivo y comunicarán las actualizaciones en la próxima Memoria.		17.6
Introducción de productos elaborados a partir de excedentes alimentarios para finales de 2021	Desarrollar productos elaborados a partir de excedentes de alimentos e introducir al menos un producto en grupos de productos definidos en ALDI Nord para finales de 2021.		Objetivo conseguido. ALDI Nord Alemania ofreció 'Wetteräpfel' (manzanas con daños causados por el clima) y 'Knödelkult' (albóndigas hechas con excedentes de pan). ALDI Portugal ofreció cerveza de pan en agosto de 2021 elaborada con excedentes de pan de tiendas propias y ALDI España ofreció una salsa de tomate y una mermelada elaborada a partir de excedentes de alimentos.		
Etiquetado del 100% de los productos nacionales para todos los nuevos productos/compras para finales de 2021	Etiquetado del 100% de los productos nacionales, p.ej. con una bandera nacional, para finales de 2021 para todos los nuevos productos o nuevas compras en todos los centros de ALDI. Alcance: frutas y verduras, productos lácteos, carne y pescado frescos.		Objetivo conseguido. El requisito está integrado en las condiciones de compra desde 2021. Exige que todos los productos nacionales se etiqueten de acuerdo con la <u>ALDI Guideline for Local Food</u> (Guía ALDI para alimentación local) para alimentos locales recientemente establecida.		12.8

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo a los requisitos definidos.

** Se ha ajustado el año objetivo.

Clave

Nuevo
 Proceso en curso
 Objetivo cumplido
 Continuo



PROGRAMA CR 2021 – INTERNACIONAL (CONTINUÍA)

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2021 y siguientes pasos

ODSs

CLIENTE Y PRODUCTO

Desarrollo de surtidos de productos regionales en cada país de ALDI para finales de 2021

Desarrollo de surtidos de productos regionales en cada país de ALDI para finales de 2021. Alcance: frutas y verduras, productos lácteos, carne y pescado frescos.



Objetivo parcialmente conseguido. La implementación continuará de acuerdo con la recientemente definida ALDI Guideline for Local Food (Guía ALDI para alimentación local) que proporciona una definición clara para productos regionales y nacionales y otras subformas.

Para finales de 2024, ofrecer el 100% de productos vegetarianos y veganos a base de soja que son alternativos a lácteos, carne, pescado y huevos (etiquetados con V-label/Green Heart) con soja certificada y/o europea*,**

Los productos a base de soja son aquellos donde la soja es un ingrediente principal y/o destacado. La proteína de soja texturizada (TSP) también está incluida en el alcance. Las certificaciones y estándares aceptados son RTRS, Pro Terra, ISCC+, SFAP Non-Conversion, CRS, BFA, Danube/Europe Soy, Cargill Triple S, ADM Responsible Soy Standard, Bunge Pro S.



Objetivo parcialmente conseguido. El requisito está integrado en las condiciones de compra. Todos los productos a base de soja veganos y vegetarianos en el alcance deben tener soja europea y/o certificada.

Compensación de todas las emisiones de CO₂eq para alternativas veganas de carne, pescado y lácteos compradas internacionalmente (con V-label) en ALDI Nord hasta 2023

Alternativas veganas de carne, de pescado y de lácteos etiquetadas con V-label adquiridas por International Buying. El alcance también incluye variedades vegetarianas si forman parte de una caja mixta en la que se ofrecen productos veganos.



Nuevo objetivo. Se espera que los primeros productos neutros en carbono se comercialicen en marzo de 2023.



12.2

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

100% de plantas y flores certificadas**

Seguimiento continuo de la proporción de plantas y flores sostenibles certificadas (p.ej., GLOBALG.A.P. en combinación con GRASP o estándares equivalentes) en todos los centros de ALDI.



Proyecto en curso. En un próximo paso, nos centraremos en armonizar el enfoque de seguimiento en todos los países para obtener datos más fiables que permitan una declaración clara sobre el estado de cumplimiento del objetivo.



12.2

Evaluación social del 100% de productores de frutas y verduras para finales de 2023*, **

Incremento continuo de la proporción de frutas y verduras sostenibles certificadas (p.ej. GLOBALG.A.P. en combinación con GRASP o estándares equivalentes) en todos los centros de ALDI.



Proyecto en curso. La certificación de frutas y hortalizas es un requisito interno para nuestros proveedores de países de medio y alto riesgo. Aceptamos, por ejemplo, GRASP, Rainforest Alliance, Fairtrade.

Los siguientes pasos se centran en monitorear y verificar el requisito. Para ello, estamos desarrollando un sistema de seguimiento para finales de 2023.

Ampliación de los criterios sobre el bienestar animal

Ampliación continua de los sistemas de auditoría y certificación, así como de 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. En 2021 publicamos la actualización de nuestra Política internacional sobre bienestar animal.

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo a los requisitos definidos.

** Se ha ajustado el año objetivo.

Clave

■ Nuevo ■ Proceso en curso ■ Objetivo cumplido ∞ Continuo



PROGRAMA CR 2021 – INTERNACIONAL (CONTINUÍA)

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

Descripción de los objetivos y alcance	Estado en 2021 y siguientes pasos	ODSs
100% de algodón sostenible certificado para finales de 2025 Uso de algodón sostenible certificado (p.ej. GOTS, OCS 100/blended, Fairtrade, algodón reciclado, BCI o CmiA) para todas las prendas de vestir y textiles para el hogar en todos los centros de ALDI para finales de 2025.	2025 Proyecto en curso. 82,0% en 2021; +18 puntos porcentuales respecto al año anterior. El departamento de compras seguirá aumentando el abastecimiento de algodón sostenible.	12.2
Mayor implementación de las Evaluaciones de proveedores en materia de Responsabilidad Corporativa (CRSE) Implantación de Evaluaciones de proveedores en materia de Responsabilidad Corporativa (Corporate Responsibility Supplier Evaluations, CRSE) en todas las cadenas de suministro de alto riesgo para 2027.	2027 Proyecto en curso. En 2021, se revisó el concepto CRSE, dando lugar al CRSE 2.0, garantizando la comparabilidad entre diferentes grupos de productos. Las primeras auditorías a nivel de finca, para bananos y piñas, se han integrado en la evaluación CRSE y se ha iniciado un proyecto piloto con pescado y marisco (proveedores de atún en conserva). Además, iniciamos un CRSE piloto para proveedores de la categoría DIY. Los próximos pasos son finalizar las evaluaciones de los pilotos CRSE 2.0 y adaptar las herramientas según sea necesario.	8.8
Compromiso de eliminar la deforestación y la conversión de ecosistemas naturales de nuestras cadenas de suministro de alta prioridad antes del 31 de diciembre de 2030 Incluyendo hasta diez cadenas de suministro relacionadas con la deforestación. Comenzando con madera, aceite de palma, soja, azúcar, plátanos, vacuno, y otros que seguirán.	2030 Nuevo objetivo. Empezamos por la definición de requisitos para azúcar y vacuno	15.6
Para finales de 2022, compromiso de publicar nombres y direcciones de los proveedores de primer nivel de nuestras cadenas de suministro de alimentos de alto riesgo. El ámbito de aplicación incluye todas las cadenas de suministro de alimentos pertinentes basadas en un análisis de riesgos.	2022 Nuevo objetivo. Empezamos por la publicación de la lista de proveedores.	8.8
Identificar los impactos sobre los derechos humanos y publicar información transparente de acuerdo con nuestras estrategia de diligencia debida Nuestro objetivo es realizar y publicar hasta 12 evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos (Human Rights Impact Assessment, HRIA) para finales de 2025, al menos una por cada cadena de suministro de alto riesgo.	2025 Nuevo objetivo. Los primeros pasos son publicar los HRIA pendientes en 2022 y decidir sobre los próximos temas en base a la evaluación anual de riesgos.	8.8

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo a los requisitos definidos.

** Se ha ajustado el año objetivo.

Clave

Nuevo Proceso en curso Objetivo cumplido Continuo



PROGRAMA CR 2021 – INTERNACIONAL (CONTINUÍA)

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2021 y siguientes pasos

ODSs

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

Establecer mecanismos de queja que cumplan con los requisitos de UNGP en nuestras cadenas de suministro de alto riesgo para 2025*, **

Implementación de mecanismos de queja en todas las cadenas de suministro de alto riesgo para 2025.



Proyecto en curso. Actualmente estamos trabajando con otros grupos de interés para establecer y fortalecer los mecanismos de quejas. Este compromiso incluye la participación en el programa piloto Speak for Change de amfori y en el mecanismo de quejas del Acuerdo Internacional para la Salud y la Seguridad en la Industria Textil y de la Confección (Accord for Health and Safety in the Garment and Textile Industry). Informaremos sobre nuestros hallazgos iniciales para finales de 2022.



8.8

100% de transparencia en todos los productos químicos utilizados en todas las instalaciones de producción por vía húmeda usadas en la producción para ALDI para 2024*, **

El objetivo cubre todas las instalaciones de producción por vía húmeda en países de riesgo utilizadas para la producción de textiles y calzado ALDI.



Proyecto en curso. El cumplimiento de ZDHC MRSL se monitorea anualmente en aguas residuales y lodos. Los inventarios de productos químicos solo se solicitan sobre la base de controles puntuales, por lo que no hay transparencia sistemática. El nuevo requisito se comunicó a los proveedores en febrero de 2022.

3.9
6.3
12.4

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 todos los centros de ALDI para finales de 2021, en comparación con el año de referencia 2015.



Objetivo conseguido. En 2021, las emisiones de gases de efecto invernadero en todas las empresas de ALDI se redujeron en un 48,3%, en comparación con el año de referencia 2015.

7.2
7.3
13.3

CLIMA Y MEDIOAMBIENTE

Aumento de la proporción de tiendas equipadas con sistemas fotovoltaicos a través de la continua expansión*

Todas las nuevas tiendas estarán equipadas con paneles fotovoltaicos. Se instalarán sistemas en todas las tiendas donde sea técnicamente posible y económicamente factible.



Proyecto en curso. 863 paneles solares a finales de 2021. +11% respecto al año anterior.

7.2
9.4

Iluminación LED en todas las tiendas nuevas para finales de 2019

Implementación de sistemas de iluminación LED en todas las nuevas tiendas de ALDI (iluminación interior y exterior) para finales de 2019.



Objetivo conseguido para la iluminación interior y exterior en todas las nuevas tiendas ALDI.

8.4
9.4

El grupo de ALDI Nord promueve que los proveedores responsables del 75% de emisiones de bienes y servicios comprados se comprometan a fijarse objetivos de reducción con base científica para 2024

Alentar a los proveedores que representan al menos el 75% de las emisiones de bienes y servicios comprados a establecer sus propios objetivos de reducción con base científica (Science Based Targets, SBT) para 2024.



Proyecto en curso. En 2021, logramos el objetivo en un 27%.

Reducción del 55 % de las emisiones de gases de efecto invernadero para finales de 2030 (año base 2020)

Reducción absoluta del 55% de las emisiones de gases de efecto invernadero en todos los centros de ALDI para finales de 2030, en comparación con el año de referencia 2020 (Science Based Target).



Nuevo objetivo. Proyecto en curso. Reducción del 25,4 % de las emisiones de gases de efecto invernadero en 2021, en comparación con el año de referencia 2020. Nos focalizamos en el aumento de la eficiencia y en la energía verde/greening.

7.2
7.3
13.3

Clave

Nuevo Proceso en curso Objetivo cumplido Continuo

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo a los requisitos definidos.

** Se ha ajustado el año objetivo.



ALDI BÉLGICA Y ALDI LUXEMBURGO

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2021 y siguientes pasos

ODSs

CLIENTE Y PRODUCTO

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

CLIENTE Y PRODUCTO	50% de envases PET de bebidas con material reciclado en 2024	Para finales de 2021, el 25% de nuestros envases PET de bebidas se fabricarán con PET reciclado. A finales de 2024 será del 50%.		Proyecto en curso. Estado 2021: 13% de bebidas envasadas en PET tienen material reciclado; el próximo paso es alcanzar el 50%.		12.2 12.5
	Incremento de la proporción de frutas y verduras de origen belga en un 3-5% para finales de 2021	A finales de 2021, entre el 3 y el 5% de nuestras frutas y verduras serán de origen belga.		Objetivo conseguido.		
	Introducción de la bolsa reutilizable para frutas y verduras en todas las tiendas de Bélgica y Luxemburgo en 2023	Bolsa reutilizable para frutas y verduras.		Nuevo objetivo. La introducción de la malla reutilizable está prevista entre finales de 2022 y el primer trimestre de 2023.		12.2 12.5 15.2
	Introducción de la bolsa reutilizable para pan y bollería en todas las tiendas de Bélgica y Luxemburgo en 2022	Bolsa reutilizable para productos de pan y bollería.		Nuevo objetivo. La introducción de la bolsa reutilizable está prevista para mediados o finales de 2022.		12.2 12.5
	Etiquetado de 1000 productos de marca propia con la etiqueta nutricional Nutri-Score en Bélgica y Luxemburgo en 2022	Productos de marca propia en surtido.		Objetivo conseguido.		2.2 12.8
	A finales de 2022, el 100% de nuestros productos cárnicos deberán contar con un Código de Transparencia ALDI*	Etiquetado de todos los productos de marca propia que contengan al menos un 5% de carne con el código ATC (carne fresca, carne en conserva, productos cárnicos refrigerados y congelados y comidas preparadas).		Proyecto en curso. En 2021, el 89,4% de nuestros productos cárnicos fueron etiquetados con el Código de Transparencia de ALDI (ATC).		
CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS	Conversión del cacao certificado UTZ/Rainforest Alliance a Fairtrade (FSI) para determinados productos para finales de 2022	Conversión del cacao certificado UTZ/Rainforest Alliance a Fairtrade (FSI) para finales de 2022 para los siguientes productos comprados a nivel nacional: marca Moser Roth, cereales desayuno, confitería de temporada y cremas de avellanas.		Objetivo conseguido.		12.2
	Introducción de, al menos, un producto de chocolate de marca propia que incorpore los principios de Open Chain para finales de 2021	Introducción de al menos un producto de chocolate de marca propia en surtido estándar o como artículo promocional que incorpore los principios de Tony's Open Chain para finales de 2021.		Objetivo conseguido. Lanzamiento de la chocolatina Choeur Choco changer en surtido en enero de 2022.		12.2
	Más del 90% de carne fresca con origen belga More than 90% of fresh meat from Belgium	Para finales de 2021, más del 90% de la carne fresca debería proceder de Bélgica.		Objetivo conseguido.		
	Toda la leche debe ser de origen belga para finales de 2021	El alcance incluye toda la leche (leche fresca y ultrapasteurizada [UHT]).		Objetivo conseguido.		

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo a los requisitos definidos.

** Se ha ajustado el año objetivo.

Clave

Nuevo Proceso en curso Objetivo cumplido Continuo



ALDI BÉLGICA Y ALDI LUXEMBURGO (CONTINÚA)

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2021 y siguientes pasos

ODSs

CLIMA Y MEDIO AMBIENTE

COLABORADORES Y SOCIEDAD

CLIMA Y MEDIO AMBIENTE	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 natural para la calefacción y se pueden reducir las emisiones de CO ₂ .		Objetivo alcanzado. Nos hemos fijado un nuevo objetivo para 2022.		7.3 9.4
	Aumento del 35% en el número de tiendas de Bélgica y de Luxemburgo con paneles solares para finales de 2022 [año base 2021]	Incremento de la ratio de tiendas ALDI equipadas con sistemas fotovoltaicos a través de la expansión continua.		Proyecto en curso.		7.2 9.4
	Incremento del 10% en tiendas con tecnología de recuperación de calor para finales de 2022 [2021: 141 tiendas, alrededor de 15 previstas en 2022]**	Introducción de tecnología de recuperación de calor en más tiendas, lo que lleva a la eliminación del gas natural para calefacción, reduciendo las emisiones de CO ₂ .		Proyecto en curso. Nuevo cálculo basado en los números de 2021.		7.3 9.4
	Incremento del 45% en tiendas con tecnología de refrigeración con CO ₂ para finales de 2022. [2021: 44 tiendas – alrededor de 20 previstas en 2022]*, **	Introducción de la tecnología de refrigeración con CO ₂ en más tiendas, lo que lleva a la eliminación de los refrigerantes sintéticos y a la sustitución por refrigerantes naturales y, en consecuencia, a la reducción de las emisiones de CO ₂ .		Proyecto en curso.		7.3 9.4
	Instalación de 130 puntos de recarga eléctrica para vehículos en los centros de distribución y la sede en Bélgica en 2022	Introducción de estaciones de carga eléctrica, lo que conduce a un mayor uso de vehículos eléctricos, reduciendo las emisiones de CO ₂ .		Nuevo objetivo.		7.3
COLABORADORES Y SOCIEDAD	Lanzamiento de una app para empleados en 2021	Mejora de la comunicación interna para comprometer e involucrar aún más a los empleados de ALDI lanzando una aplicación para empleados en 2021.		Objetivo conseguido. En 2021 lanzamos la aplicación ALDI & Me con contenido hecho por y para el personal colaborador.		

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo con los requisitos.

** Se ha ajustado el año objetivo.

Clave

Nuevo Proceso en curso Objetivo cumplido Continuo



ALDI FRANCIA

CLIENTE Y PRODUCTO

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

	Descripción de los objetivos y alcance		Estado en 2021 y siguientes pasos		ODSs
CLIENTE Y PRODUCTO	100% de transparencia y trazabilidad en productos que contengan carne para finales de 2022	Etiquetado de todos los productos de marca propia que contengan al menos un 5% de carne con el código ATC.	 2022	Proyecto en curso. El 96% de los productos del surtido estándar estaban etiquetados con el Código ATC a finales de 2021 y el 76% de los productos del surtido completo (incluidos los productos promocionales).	
	100% manzanas y peras certificadas BEE FRIENDLY para finales de 2021	100% manzanas y peras certificadas BEE FRIENDLY para finales de 2021	 2021	Proyecto en curso. El 50% de las manzanas y el 72% de las peras vendidas en 2021 fueron certificadas BEE FRIENDLY. Los volúmenes BEE FRIENDLY se vieron afectados por condiciones climáticas particularmente adversas (heladas) en 2021.	 15.5
	100% de los productos de marca propia etiquetados con el Nutri-Score para finales de 2023	Etiquetado de todos los alimentos de marca propia con el Nutri-Score para finales de 2023.	 2023	Proyecto en curso. 108 de nuestras marcas propias se registraron a finales de 2021 en la plataforma francesa Nutri-Score.	 2.2  12.8
	100% cacao sostenible certificado para finales de 2020	Transición a cacao certificado (UTZ, Fairtrade, Rainforest Alliance y orgánico) para todos nuestros productos de marca propia para finales de 2020.	 2021	Objetivo conseguido. En 2021, el 97,7% de nuestros productos con cacao de marca propia fueron certificados. Este es un requisito interno para nuestros proveedores.	 12.2
	75% productos de pescado y marisco sostenible certificado para finales de 2019	Conversión del 75 % de los productos de pescado y marisco de marca propia en Francia en productos sostenibles certificados para finales de 2019.	 2019	Proyecto en curso. En 2021, el 59 % de los productos de pescado y marisco estaban certificados según los estándares ASC, MSC, GLOBALG.A.P., Bio, Label Rouge e IGP. El objetivo se revisará el próximo año en línea con el desarrollo de una Política internacional de pescado y marisco.	 12.2  14.4
CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS	Exclusión de huevos provenientes de cría en jaulas a partir de 2020	Poner fin al uso de huevos provenientes de cría en jaula en productos procesados en Francia para finales de 2020 y prohibir la venta de huevos frescos de cría en jaulas en Francia a finales de 2025.	 2020	Proyecto en curso. Huevos frescos: objetivo conseguido. Desde marzo de 2021 no se venden huevos frescos de gallinas enjauladas. Productos de marca propia que contienen huevo: en proceso. El 94,3% de la cantidad de productos que contienen huevos se produjeron con huevos de cría sin jaulas (2020: 79,3%).	
	En 2026, todos nuestros productos de marca propia relevantes deben cumplir con los criterios del Compromiso Europeo del Pollo	En 2026, todos nuestros productos de pollo (procesado y no procesado, y productos frescos y congelados que contengan más del 50 % de pollo) vendidos en Francia con nuestras propias marcas cumplirán los criterios del Compromiso Europeo del Pollo (European Chicken Commitment, ECC). Además, para 2026, el 20% de nuestro volumen de ventas en esta gama de productos provendrá de granjas que garanticen que los pollos tengan acceso a espacios al aire libre o refugios al aire libre.	 2026	Proyecto en curso.	

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo con los requisitos.

** Se ha ajustado el año objetivo.

Clave

 Nuevo
  Proceso en curso
  Objetivo cumplido
  Continuo

ODSs

7	ENERGIA KEROBILU YINCONTAMINATE	9	INDUSTRIA INNOVATIVE INFRASTRUTTURA	7.2 9.4
---	------------------------------------	---	---	------------

7	ENERGIJA IZNOVNIH VIRNOV	9	ENERGIJA IZNOVNIH VIRNOV	7.2 9.4
---	-----------------------------	---	-----------------------------	------------

** Se ha ajustado el año objetivo.

■ Nuevo
 ■ Proceso en curso
 ■ Objetivo cumplido
 ∞ Continuo



ALDI NORD ALEMANIA

Descripción de los objetivos y alcance

Estado en 2021 y siguientes pasos

ODSs

CLIENTE Y PRODUCTO

30% menos de envases para finales de 2025

Reducción del peso total del material de envasado de las marcas propias en Alemania en un 30%, proporcional a las ventas, para finales de 2025 (año base 2015).



Proyecto en curso. Ahorro del 24 % en materiales de envases en Alemania para finales de 2021, en comparación con 2015.

12.2
12.5

100% de envases reciclables para finales del 2022

100% de envases reciclables de marca propia en Alemania para finales de 2022.



Proyecto en curso. El 60-65 % de nuestros envases se clasifican como reciclables para finales de 2021.

12.2
12.5

Prohibición de los microplásticos en productos cosméticos para finales de 2022

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



Proyecto en curso. Desde 2014 eliminación progresiva de microplásticos en cosméticos y productos de higiene personal y detergentes.

12.2
12.5

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

Ampliación a productos que contengan al menos un 50% de carne o leche.



Proyecto en curso. Expansión a carnes y fiambres procesados y congelados durante 2021; a partir de 2022, etiquetamos leche y productos lácteos.



12.8

Para 2023, al menos el 7% del volumen total de banana de ALDI Nord se obtiene como banana de salario digno (Living Wage Banana) de Ecuador

El volumen objetivo debe incluir bananas en el segmento de precios de nivel de entrada y puede incluir otras líneas de productos.



Nuevo objetivo. El objetivo es parte de la iniciativa de la industria del retail alemán.

12.2
8.5

Para 2025, ALDI Nord tiene como objetivo obtener al menos el 50% del volumen total de banana de ALDI Nord como banana de salario digno (Living Wage Banana)

Incluye volumen de bananas de todos los países proveedores.



Nuevo objetivo. El objetivo es parte de la iniciativa de la industria del retail alemán.

12.2
8.5

Para 2025, al menos el 90% del volumen de bananas en ALDI Nord procedentes de Ecuador se obtendrán como bananas de salario digno (Living Wage Banana)

90% del volumen de bananas de Ecuador.



Nuevo objetivo. El objetivo es parte de la iniciativa de la industria del retail alemán.

12.2
8.5

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

Excluir los productos de carne fresca con el sistema de cría 1 hasta 2025

Eliminación de los productos cárnicos frescos con sistema de cría 1 en las tiendas alemanas y aumento de la proporción de productos cárnicos frescos de marca propia con etiqueta de sistemas de cría 2, 3 o 4.



Objetivo conseguido para pollo y pavo, casi logrado para cerdo (solo el filete en sistema de cría 1), iniciando con vacuno en 2022.

No sacrificio de pollitos en la producción de huevos frescos para finales de 2022

Conversión gradual de toda la cadena de suministro de huevos de suelo, de corral y orgánicos en toda Alemania para finales de 2022 para terminar con el sacrificio de pollitos machos en la producción de huevos frescos.



Objetivo conseguido. Todos nuestros huevos frescos excluyen el sacrificio de pollitos machos.

50% café sostenible certificado para finales de 2020

Transición a café sostenible certificado (UTZ/Rainforest Alliance, Fairtrade, orgánico) para productos de marca propia en Alemania.



Objetivo conseguido. 51.6% café certificado en 2021.



12.2

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo con los requisitos.

** Se ha ajustado el año objetivo.

Clave

■ Nuevo ■ Proceso en curso ■ Objetivo cumplido ∞ Continuo



ALDI NORD ALEMANIA (CONTINUÍA)

	Descripción de los objetivos y alcance	Estado en 2021 y siguientes pasos	ODSs
CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS	Toda la leche será de origen alemán a finales de 2024**	 2024	Proyecto en curso. La leche fresca ya es 100% de Alemania.
	40% (relativo a ventas) de leche¹ con sistema de cría 3 y 4 hasta 2023	 2023	Nuevo objetivo. El 25% (relativo a ventas) ya es leche¹ con sistema de cría 3 y 4.
	Excluir toda la leche¹ con el sistema de cría 1 hasta 2024	 2024	Nuevo objetivo. El 25% (relativo a ventas) ya es leche¹ con sistema de cría 3 y 4.
	100% (relativo a ventas) de leche¹ con sistema de cría 3 y 4 hasta 2030	 2030	Nuevo objetivo. El 25% (relativo a ventas) ya es leche¹ con sistema de cría 3 y 4.
	33% (relativo a ventas) de carne fresca² con sistema de cría 3 y 4 hasta 2026	 2026	Nuevo objetivo. El 15% (relativo a ventas) ya es carne fresca² con sistema de cría 3 y 4.
CLIMA Y MEDIO AMBIENTE	100% (relativo a ventas) de carne fresca² con sistema de cría 3 y 4 hasta 2030	 2030	Nuevo objetivo. El 15% (relativo a ventas) ya es carne fresca² con sistema de cría 3 y 4.
	Incremento de la tasa de autoconsumo de energía auto-generada	 ∞	Proyecto en curso. El ratio de consumo y generación de energía en 2021 es del 63,5%. 

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo con los requisitos.
** Se ha ajustado el año objetivo.
1 Basado en las ventas promedio de ALDI en Alemania de leche de marca propia (excluyendo productos de marca y especialidades internacionales).
2 Basado en las ventas promedio de ALDI en Alemania de los grupos ganaderos más grandes vacuno, cerdo, pollo y pavo (excluyendo especialidades (internacionales) y productos congelados).



ALDI PAÍSES BAJOS

CLIENTE Y PRODUCTO

Descripción de los objetivos y alcance		Estado en 2021 y siguientes pasos		ODSs
20% menos de envases para finales de 2025	Reducción del peso total de los envases de productos de marca propia en los Países Bajos en un 20 % para finales de 2025 (año base 2020).		Proyecto en curso.	12.2 12.5
100% de envases de plástico reciclado para finales de 2025	100% de envases de los productos de marca propia en los Países Bajos será reciclable para finales de 2025.		Proyecto en curso. Según nuestro KIDV Recycle Check realizado en 2020/2021, se estima que el 78% de todos nuestros envases pueden declararse como reciclables ("good recyclable").	12.2 12.5
35% plástico reciclado para finales de 2025	35% de uso de plástico reciclado para nuestros envases de plástico de productos de marca propia en los Países Bajos para finales de 2025.		Proyecto en curso.	12.2 12.5
Reducir sal y azúcar	Expansión de los esfuerzos en los Países Bajos para reducir el contenido de sal y azúcar en productos adicionales de marca propia.		Proyecto en curso. En 2021, p.ej. hemos reducido un 6,5% el contenido de sal en los quesos para untar, un 18% el contenido de azúcar en la leche y un 10% el contenido de azúcar en el té helado de marca propia.	2.2
100% etiquetado con Beter Leven o estándar de bienestar animal equivalente en productos alimentarios 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 de la etiqueta de sostenibilidad Beter Leven 1 star o equivalente (estándar mínimo).		Proyecto en curso. Una amplia gama de productos ya está etiquetada con Beter Leven o estándares de bienestar animal equivalentes, incluidos productos cárnicos, de pollo y lácteos. En 2021, agregamos tres artículos de queso con certificación 'On the Way to PlanetProof', cinco embutidos de pollo con Beter Leven 1 star, tres artículos de pollo fresco en el surtido de temporada y dos artículos de cerdo con Beter Leven 1 star en el surtido de temporada.	12.8
95% del material de envase reciclable para finales de 2025	El 95% de los envases de nuestros productos de marca propia (primarios y secundarios) en los Países Bajos será reciclable a finales de 2025.		Proyecto en curso. En 2021, verificamos la reciclabilidad de nuestro surtido para evaluar el progreso y evaluar mejoras que podrían aumentar aún más la reciclabilidad de nuestros envases. Más tarde, se llevaron a cabo Packaging workshops por categorías de productos con los equipos responsables donde se definieron próximos pasos y acciones de seguimiento.	12.2 12.5

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo con los requisitos.

** Se ha ajustado el año objetivo.

Clave

Nuevo
 Proceso en curso
 Objetivo cumplido
 Continuo



ALDI PAÍSES BAJOS (CONTINUÍA)

	Descripción de los objetivos y alcance		Estado en 2021 y siguientes pasos		ODSs	
CLIENTE Y PRODUCTO	100% de envases de papel/cartón con certificación FSC, PEFC y/o materiales reciclados para finales de 2025	A finales de 2025, el 100% de nuestros envases primarios y secundarios de papel/cartón de marca propia contarán con certificación FSC, PEFC y/o con materiales reciclados.		2025	Proyecto en curso.	12.2 12.5
	50% rPET en botellas de plástico y bandejas y 25% PCR en otros envases de plástico para finales de 2025	A finales de 2025, usaremos 50% rPET en botellas de plástico y bandejas para envases de marca propia y 25% PCR en otros envases de plástico.		2025	Nuevo objetivo como parte del Plan Sectorial Holandés.	12.2 12.5
	100% de envases con sello de reciclaje para finales de 2022	A finales de 2022, el 10% de los envases primarios de marca propia tendrá un sello de reciclaje.		2022	Nuevo objetivo como parte del Plan Sectorial Holandés.	12.2 12.5
COLABORADORES Y SOCIEDAD	Promoción de la sensibilización en el ámbito de la salud entre clientes, empleados y en la sociedad*	Ofrecemos un surtido de confianza de productos sabrosos, saludables y de la mejor calidad a un precio asequible. Con intervenciones efectivas contribuimos a la salud de nuestros colaboradores y de la sociedad.		∞	Proyecto en curso. Creamos un programa general sobre el tema de la salud junto con el departamento de RRHH y trabajamos con varios stakeholders, como JOGG, Nationaal Schoolontbijt y jardines de infancia para promover una vida saludable, especialmente entre la infancia.	3.4

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo con los requisitos.
** Se ha ajustado el año objetivo.



ALDI POLONIA

	Descripción de los objetivos y alcance		Estado en 2021 y siguientes pasos		ODSs
CLIENTE Y PRODUCTO	Donaciones de alimentos en todas las tiendas para finales de 2020	100% de tiendas polacas donarán alimentos consumibles no comercializables a entidades benéficas para finales de 2020.		Objetivo parcialmente conseguido. Progreso 2020: 93% de las tiendas donan alimentos, +125% respecto al año anterior. No es posible tener socios en todas las tiendas debido a ubicaciones rurales, etc. Sin embargo, continuaremos trabajando para integrar todas las tiendas donde sea posible.	 2.1 12.3
	100% de productos de marca propia etiquetados con símbolos de reciclaje del contenedor destino en envases nuevos y renovados	Optimización del envase de los productos de marca propia y aumento del uso de símbolos de reciclaje en los productos comercializados.		Nuevo objetivo. En 2021 hemos incluido los símbolos de reciclaje en 30 marcas propias, y el número de productos con estos símbolos aumenta de forma constante.	 12.2 12.5 12.8
	Exclusión de huevos procedentes de cría en jaulas para 2025 (huevos frescos y productos procesados con huevo)*	Declaración sobre la retirada de los huevos producidos en la cría en jaulas de los ingredientes del producto.		Proyecto en curso. En 2021, más del 45% de nuestros productos de marca propia que contienen huevos provienen de sistemas alternativos de cría, como cría en suelo, camperos u orgánicos, y esta cifra está creciendo.	
COLABORADORES Y SOCIEDAD	100% de nuestros nuevos empleados participan en un programa integral de onboarding*	Un programa integral de formación para los nuevos empleados. Incluye una introducción a todos los departamentos de la empresa y se les proporcionará un paquete de bienvenida. El programa está diseñado para apoyar a los nuevos empleados y facilitar su entrada en la empresa.		Proyecto en curso.	 4.4

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo con los requisitos.

** Se ha ajustado el año objetivo.

Clave

Nuevo Proceso en curso Objetivo cumplido Continuo



ALDI PORTUGAL

CLIENTE Y PRODUCTO

Descripción de los objetivos y alcance	Estado en 2021 y siguientes pasos	ODSs
Introducir un proyecto de economía circular para finales de 2021	Introducción de un proyecto de economía circular en cooperación con proveedores para fines de 2021 para fomentar la economía circular y el uso de recursos dentro de la propia empresa.	Objetivo conseguido. En 2021, presentamos el Proyecto ALDI Bread Beer. Una cerveza elaborada con excedentes de pan de nuestras tiendas ALDI en Portugal.
Desarrollo de la cooperación con APCOI (Associação Portuguesa de Combate à Obesidade Infantil) para finales de 2021	Cooperación con APCOI para mejorar el surtido actual de productos y la información a los clientes para finales de 2021.	Objetivo conseguido. En 2021, ALDI Portugal amplió su cooperación con APCOI en el marco del proyecto Heróis da Fruta® ('Fruit Heroes'), un programa desarrollado por APCOI centrado en la nutrición y la promoción de hábitos de vida saludables en parvularios y escuelas primarias de Portugal.
Etiquetado del 100% de los productos nacionales con el logotipo "Sou Português" 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 alcance: frutas y verduras, lácteos, carne y pescado frescos.	Objetivo parcialmente conseguido: ■ Carne fresca: 100% ■ Lácteos: 73% ■ Frutas y hortalizas (envasadas): 90% Los productos nacionales que no fueron etiquetados en 2021, serán etiquetados en 2022.
Incrementar la proporción de frutas y verduras sin envasar hasta al menos el 50% para finales de 2021	Al menos el 50% de frutas y verduras estarán sin envasar en nuestras tiendas para finales de 2021. En el caso de aquellos productos que requieren envase, apostamos por reducir el uso de plástico y escoger envases más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente.	Objetivo conseguido. Para productos que aún requieren envase, hemos reemplazado la mayoría de las bandejas de plástico por bandejas de cartón (mayormente cartón certificado FSC).
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, lácteos, refrigerados de conveniencia, congelados y bebidas no alcohólicas.	Objetivo conseguido. 42 productos etiquetados con Nutri-Score en 2021.
Eliminar las bandejas de plástico negro o de color para carne fresca de marca propia para finales de 2021	Eliminación de las bandejas de plástico negro o de color y cambio a bandejas de plástico rPET transparentes o blancas para la carne fresca de marca propia para finales de 2021.	Objetivo conseguido.
Aumento del porcentaje de productos cárnicos con ATC (Código de transparencia ALDI) 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.	Objetivo conseguido.
100% de entrecapas en las cajas de frutas y verduras a granel de papel/cartón para finales del segundo trimestre de 2021	100% de entrecapas en las cajas para frutas y verduras a granel de marca proveedor y marca propia serán de cartón/papel para finales de 2021.	Objetivo conseguido.

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo con los requisitos.

** Se ha ajustado el año objetivo

Clave

■ Nuevo ■ Proceso en curso ■ Objetivo cumplido ∞ Continuo



ALDI PORTUGAL (CONTINÚA)

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

CLIMA Y MEDIO AMBIENTE

COLABORADORES Y SOCIEDAD

Descripción de los objetivos y alcance		Estado en 2021 y siguientes pasos		ODSs
100% merluza sostenible certificada para finales de 2022	Conversión del 100% de productos de merluza de marca propia envasados (productos congelados) en Portugal a materia prima certificada MSC para finales de 2022.		Proyecto en curso. Esperamos lograr este objetivo a finales de 2022.	  12.2 14.4
Nueva Política nacional de compra de pescado y marisco para finales de 2021	Actualización de la Política nacional de compras de pescado y marisco para finales de 2021 para mejorar la sostenibilidad de los productos de pescado y marisco en colaboración con los proveedores y las organizaciones.		Objetivo conseguido. En diciembre de 2021 publicamos nuestra Política nacional de pescado y marisco actualizada, que resume nuestro compromiso y medidas para aumentar nuestro surtido de productos de pescado y marisco sostenibles.	  12.2 14.4
Instalar sistemas fotovoltaicos en todas las nuevas tiendas en 2021	Incremento de la proporción de tiendas ALDI equipadas con sistemas fotovoltaicos implementando estos sistemas en todas las nuevas tiendas portuguesas en 2021.		Objetivo conseguido. Hemos logrado la implementación en todas las tiendas independientes que abrieron en 2021. Permitiremos que todas las tiendas independientes nuevas realicen la instalación lo antes posible.	  7.2 9.4
Instalar aparcamientos para bicicletas para finales de 2021	Instalación de aparcamientos para bicicletas en todas las tiendas para finales de 2021 (excepto en lugares con posibles restricciones) con el objetivo de fomentar modos de transporte más sostenibles.		Objetivo conseguido. La instalación se ha completado. En cada tienda se han instalado de cuatro a seis estacionamientos para bicicletas.	
Instalar sistemas fotovoltaicos en 40 tiendas existentes hasta 2025	Instalación de sistemas fotovoltaicos en tiendas existentes para mejorar la eficiencia energética e incrementar la proporción de energía verde en nuestras tiendas.		Nuevo objetivo.	  7.2 9.4
Programas de formación para el personal colaborador durante 2021	Programas de formación continua para el personal colaborador sobre el desarrollo de competencias (ALDI Academy) a lo largo de 2021.		Objetivo conseguido. Durante 2021 continuamos desarrollando diversos programas de formación. Como parte de ALDI Academy, contamos con varios programas de formación: Power to Lead (formación en competencias ALDI), formación en inglés, así como formación técnica para el equipo de ventas. En 2022, continuaremos desarrollando nuestra academia de formación, p.ej. a partir de mayo de 2022 con un nuevo programa de formación (Power to BEAT), entre otros ya planificados.	 4.4
Comunicación para el personal colaborador durante 2021	Comunicación continua para comprometer e involucrar al personal colaborador de ALDI a lo largo de 2021, p.ej. a través de nuestra newsletter para empleados u otros canales online.		Objetivo conseguido. En 2021, continuamos comunicándonos activamente con todo el personal colaborador, p.ej. con la HR newsletter, a través de la ALDI App y con Townhalls regulares. Este trabajo continuará en 2022.	

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo con los requisitos.

** Se ha ajustado el año objetivo

Clave

 Nuevo
  Proceso en curso
  Objetivo cumplido
  Continuo



ALDI ESPAÑA

CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS

CLIMA Y MEDIO AMBIENTE

	Descripción de los objetivos y alcance		Estado en 2021 y siguientes pasos	ODSs
CADENA DE SUMINISTRO Y RECURSOS	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.	2021	Objetivo conseguido. Nuestra Política nacional de compra sobre bienestar animal se publicó en diciembre de 2021 y se encuentra publicada en nuestra web.
	35% de productos de pescado y marisco con certificación sostenible para finales de 2021**	35% de productos de pescado y marisco certificados (MSC para las capturas salvajes y ASC, ecológico y GLOBALG.A.P. para la acuicultura) para finales de 2021.	2022	Proyecto en curso. 29,9% de productos de pescado y marisco sostenibles certificados para finales de 2021. Esperamos lograr este objetivo a finales de 2022.
	100% carne fresca de origen nacional con certificación reconocida de bienestar animal a finales de 2022	100% de productos cárnicos frescos de origen nacional (excepto Canarias) con certificación de bienestar animal a finales de 2022. Para ello, aceptamos tanto las certificaciones Welfair como Interporc.	2022	Nuevo objetivo.
CLIMA Y MEDIO AMBIENTE	Instalación de nuevos sistemas fotovoltaicos para finales de 2021	Incremento de la proporción de tiendas ALDI en España equipadas con sistemas fotovoltaicos mediante la instalación de estos sistemas en 20 tiendas.	2021	Objetivo conseguido. Se equiparon 48 tiendas con sistemas fotovoltaicos (2.880 kWp en total) a lo largo de 2021, alcanzando un total de 100 tiendas con sistemas fotovoltaicos en ALDI España (28% del total de tiendas).
	Iluminación LED en las tiendas existentes para finales de 2021	Conversión a iluminación LED de 120 tiendas existentes (iluminación de las salas de ventas) y de 30 aparcamientos (iluminación exterior).	2021	Objetivo conseguido. 119 tiendas existentes fueron convertidas a iluminación LED (se ha descartado la conversión en tiendas que se prevé su cierre). También se reconvirtieron 30 aparcamientos exteriores a iluminación LED.
	Refrigerantes naturales en todas las nuevas tiendas para finales de 2021	Uso de CO ₂ como refrigerante natural en todas las nuevas tiendas como alternativa a los refrigerantes sintéticos (que tienen un mayor potencial de calentamiento global, GWP por sus siglas en inglés).	2021	Objetivo conseguido. Todas las nuevas tiendas han instalado tecnología de refrigeración por CO ₂ , alcanzando un total de 68 tiendas en 2021 (19% del total de tiendas).
	100% de electricidad verde para finales de 2021	Compra 100% electricidad verde para tiendas, centros de distribución y oficinas para finales de 2021.	2021	Objetivo conseguido. ALDI España compró el 99% de electricidad verde para todas las tiendas, centros de distribución y oficinas en 2021. El 1% restante corresponde a algunas nuevas tiendas donde se contrata la energía con otras comercializadoras como solución provisional.
	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.	2021	Objetivo (parcialmente) conseguido. Todas las tiendas nuevas y siete tiendas existentes implementaron un sistema de energía y domótica en 2021. La implementación en las tres tiendas restantes se retrasó debido a la crisis de suministro de material y se espera que se lleve a cabo durante la primera mitad de 2022. En total, 152 tiendas con sistema de control energético y domótico (43% del total de tiendas).

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo con los requisitos.

** Se ha ajustado el año objetivo.

Clave

Nuevo
 Proceso en curso
 Objetivo cumplido
 Continuo

12.2
14.47.2
9.47.3
9.47.3
9.4

7.2



9.4



ALDI ESPAÑA (CONTINÚA)

CLIMA Y MEDIO AMBIENTE

Descripción de los objetivos y alcance		Estado en 2021 y siguientes pasos		ODSs	
CLIMA Y MEDIO AMBIENTE	Obtener la certificación en edificación sostenible (BREEAM) para un centro logístico en 2022	Conseguir la certificación BREEAM (en materia de sostenibilidad y eficiencia energética), con al menos calificación de Excellence, en la nueva plataforma logística de Gran Canaria (Islas Canarias) en 2022.	2022	Nuevo objetivo.	 9.4 7.3
	Instalación de sistemas fotovoltaicos en tiendas para finales de 2022	Incremento de la proporción de tiendas ALDI en España equipadas con sistemas fotovoltaicos mediante la instalación de estos sistemas en 70 tiendas a lo largo de 2022.	2022	Nuevo objetivo.	 7.2 9.4
	Instalación de sistemas fotovoltaicos en centros de distribución para finales de 2022	Instalación de sistemas fotovoltaicos en nuevos centros de distribución (600 kWp) y en centros existentes en proceso de ampliación (1.200 kWp) para finales de 2022.	2022	Nuevo objetivo.	 7.3 9.4
	Refrigerantes naturales para sistemas de refrigeración en todas las tiendas nuevas y todos los nuevos centros de distribución abiertos durante 2022, así como en los centros logísticos en expansión durante 2022	Uso de CO ₂ como refrigerante en todas las nuevas tiendas abiertas durante 2022, lo que conllevará la eliminación de refrigerantes sintéticos (con mayor potencial de calentamiento global, GWP). Uso de refrigerantes naturales (CO ₂ , NH ₃) en todos los nuevos centros logísticos abiertos durante 2022 y en los existentes en proceso de ampliación en 2022.	2022	Nuevo objetivo.	 7.3 9.4
	100% de electricidad verde comprada anualmente	Compra 100% electricidad verde para tiendas, centros de distribución y oficinas para finales de 2022.	2022	Nuevo objetivo.	7.3
	Implantar un sistema de control energético y domótico en tiendas inauguradas durante 2022, así como en varias tiendas existentes	Implementación de un sistema de control energético y domótico en todas las nuevas tiendas abiertas durante 2022, así como en 31 tiendas existentes para finales de 2022.	2022	Nuevo objetivo.	9.4

* El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo con los requisitos.

** Se ha ajustado el año objetivo.

Clave

Nuevo
 Proceso en curso
 Objetivo cumplido
 Continuo



ALDI ESPAÑA (CONTINÚA)

COLABORADORES Y SOCIEDAD

Descripción de los objetivos y alcance		Estado en 2021 y siguientes pasos		ODSs
Implementar un programa abierto de formación para el personal colaborador para finales de 2021*	Implementación de un nuevo programa abierto y continuo de formación para todo el personal colaborador para finales de 2021.		Objetivo conseguido. Se ha puesto en marcha el primer programa de formación continua en ALDI España para apoyar la digitalización de la formación a más de 1.500 empleados (9.205 horas de formación a través de 12 programas abiertos). Para 2023, ampliaremos a 20 programas abiertos.	 4.4
Profesionalizar la red de formadores ("trainers"), definiendo un rol formal y desarrollando estos formadores internos en 2021*	Definición del rol de los formadores ("trainer") y puesta en marcha de la formación del personal para convertirse en expertos internos en formación de nuevos empleados en 2021.		Objetivo conseguido. Comunidad 'Launch of Trainer': 94 formadores de colaboradores de tienda y 52 formadores de ventas en 2021. En 2023, nuestro objetivo es tener un "trainer" para cada área de cinco a seis tiendas.	 4.4
Promover el Programa FP Dual (Formación Profesional) a través de nuevos acuerdos e incrementando el número de participantes en 2021*, **	Establecimiento de nuevos acuerdos o convenios y aumento del número de participantes en el Programa FP Dual en 2021.		Objetivo (parcialmente) conseguido. En 2021 se establecieron 13 convenios con centros educativos (31 alumnos en 2021 frente a 56 en 2020) y ALDI ha participado activamente en la Alianza Española por la FP Dual. Para 2023 y los años siguientes, nuestro objetivo es contratar un mínimo de 40 estudiantes anualmente.	 4.4
Implementar un programa de idiomas (inglés) para finales de 2021*	Implementación de un programa de idiomas (inglés) para todo el personal colaborador para finales de 2021.		Objetivo conseguido. Todo el personal colaborador de las oficinas corporativas y regionales tienen acceso a clases de idiomas con el objetivo de tener un nivel B2 en 2023.	 4.4

*El redactado del objetivo se ha adaptado de acuerdo con los requisitos.

** Se ha ajustado el año objetivo.

Clave

 Nuevo
  Proceso en curso
  Objetivo cumplido
  Continuo



AVISO LEGAL Y CONTACTO

EDITOR

ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Eckenbergstraße 16B
45307 Essen
Alemania

RESPONSABLE

Timo Dietz

Managing Director
Responsabilidad Corporativa
y Calidad (CRQA) Internacional
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Christoph Georgius

Business Unit Director
Responsabilidad Corporativa
y Calidad (CRQA) Internacional
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

COORDINACIÓN DE PROYECTO

Dra. Nora Verfürth

Directora de Responsabilidad Corporativa
y Calidad (CRQA) Internacional
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Philipp-Daniel Fischer

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

CONTACTO

cr-reporting@aldi-nord.de

CONCEPTO/EDICIÓN/DISEÑO

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburgo

CIERRE DE EDICIÓN

31 de marzo de 2022

PUBLICACIÓN

Julio 2022

Aviso legal

Esta Memoria contiene declaraciones sobre futuros acontecimientos de ALDI Nord. Dichas afirmaciones se fundamentan en la información de que dispone actualmente ALDI Nord.

Los acontecimientos que verdaderamente se produzcan en el futuro podrán ser diferentes a los correspondientes a las valoraciones actuales. Así pues, ALDI Nord no se hace responsable de dichas afirmaciones.