



ALDI Nord
PROGRAMMES DE RSE 2022





DES OBJECTIFS CLAIRS ET QUANTIFIABLES

Dans le cadre de nos programmes de RSE, nous fixons des indicateurs et des objectifs opérationnels alignés sur les exigences de notre stratégie de développement durable. Nous examinons la réalisation des objectifs et communiquons les progrès réalisés dans le cadre du rapport RSE.

Cette approche nous permet de nous concentrer sur l'établissement de rapports sur des enjeux qui sont actuellement particulièrement importants pour notre groupe et nos parties prenantes. Dans le cadre de nos programmes de RSE, nous fixons des objectifs clairs et SMART dans tous les domaines, notamment pour les axes prioritaires.

Nous souhaitons que tous les objectifs répondent aux exigences internes dans le prochain rapport RSE de 2023. ALDI Danemark n'ayant pas de programme de RSE national, il s'appuie donc, dans ce cas, sur le programme de RSE international.

Les objectifs atteints lors du précédent programme RSE n'ont pas été repris dans cette nouvelle version, à la différence des objectifs supprimés indiqués de manière transparente.

PROGRAMMES DE RSE 2022 – INTERNATIONAL

CLIENT ET PRODUIT

Description des objectifs et du périmètre	Situation en 2022 et prochaines étapes	ODD
Réduction de 20 % du plastique vierge pour les emballages de produits de marques propres d'ici 2025	<p>Projet en cours. Par rapport à 2020, 11 % de plastique vierge en moins avaient été utilisés à fin 2022.</p>	<p>12.2 12.5</p>
30 % de matériaux recyclés dans les emballages en plastique de produits de marques propres d'ici 2025	<p>Projet en cours. 15 % de plastiques recyclés incorporés dans les emballages en plastique de produits de marques propres à fin 2022.</p>	<p>12.2 12.5</p>
100 % de matériaux certifiés durables et/ou recyclés pour tous les emballages de vente d'ici fin 2020	<p>Objectif supprimé. Il s'agit désormais d'une exigence stricte pour les emballages en papier/carton.</p>	<p>12.2 12.5 15.2</p>
100 % d'emballages réutilisables, recyclables ou compostables d'ici fin 2025	<p>Projet en cours. 67 % de nos emballages sont réutilisables, recyclables ou compostables à fin 2022.</p>	<p>12.2 12.5</p>

Clé

Nouveau
 En cours
 Objectif atteint
 En continu
 Objectif en cours de révision
 Objectif supprimé



PROGRAMMES DE RSE 2022 – INTERNATIONAL (SUITE)

CLIENT ET PRODUIT

	Description des objectifs et du périmètre		Situation en 2022 et prochaines étapes	ODD	
	15 % de réduction d'emballages d'ici fin 2025	Réduction de 15 % du poids total des emballages de produits de marques propres (hors fruits et légumes) d'ALDI Nord (proportionnellement aux ventes) d'ici fin 2025 (année de référence : 2020).		Projet en cours. Par rapport à 2020, nous avons réduit de 14% notre tonnage emballage total à fin 2022.	12.2 12.5
	Mise à disposition de sacs (ou filets) réutilisables pour les fruits et légumes	Déploiement de sacs (ou filets) réutilisables pour les fruits et légumes dans tous les points de vente.		Objectif supprimé. Pour des raisons techniques, le calendrier de mise en œuvre ne peut être précisé.	12.2 12.5
	Suppression des sacs en plastique jetables (sauf les sacs pour les fruits et légumes) supérieurs à 60µ pour l'ensemble du groupe ALDI Nord d'ici la fin du premier trimestre 2024* au plus tard	Sacs de caisse en plastique à usage unique (par exemple, les sacs en plastique à poignées souples, à l'exception des sacs sans poignée pour les fruits et légumes). Champ d'application : sacs d'une épaisseur inférieure à 60µ.		Projet en cours. Année d'atteinte de l'objectif adaptée. À la fin de l'année 2021, l'objectif était sur le point d'être atteint. En raison de la pandémie de Covid-19 et du conflit ukrainien, des problèmes sont apparus dans la chaîne d'approvisionnement. Le sac a été réintroduit.	12.2 12.5
	100 % des fruits et légumes biologiques non emballés ou avec des emballages durables d'ici fin 2023	100 % de nos fruits et légumes biologiques ne seront pas emballés ou auront des emballages durables dans toutes les sociétés ALDI d'ici fin 2023. L'utilisation de plastique doit être réduite au minimum tout en préservant la qualité et la conservation des produits.		Projet en cours. Peu de changements significatifs par rapport à 2021 ont été identifiés en raison des défis posés par la chaîne d'approvisionnement en matières premières et en emballages durables.	12.2 12.5
	Augmentation des articles vendus en vrac (sans emballages) dans la catégorie des fruits et légumes pour atteindre au moins 40 % d'ici fin 2025	Au moins 40 % des produits de la gamme fruits et légumes seront vendus sans emballages dans toutes les sociétés ALDI d'ici fin 2025. Pour les produits qui requièrent un emballage, seuls des emballages durables et respectueux de l'environnement seront utilisés.		Projet en cours. ALDI Portugal propose déjà 50 % de fruits et légumes vendus sans emballages. ALDI Pologne a respectivement 71 % de fruits et 75 % légumes vendus sans emballages.	12.2 12.5
	Optimisation** de la composition de 100 % des produits destinés aux enfants d'ici fin 2024*	Concerne la gamme permanente de produits pour enfants de marques propres définis par ALDI.		Projet en cours. Déploiement en cours dans tous les pays.	

* Année d'atteinte de l'objectif adaptée.

** L'optimisation est effectuée sur la base du modèle de profil nutritionnel de l'OMS.

Clé

Nouveau En cours Objectif atteint En continu Objectif en cours de révision Objectif supprimé



PROGRAMMES DE RSE 2022 – INTERNATIONAL (SUITE)

CLIENT ET PRODUIT

Description des objectifs et du périmètre	Situation en 2022 et prochaines étapes	ODD
<p>Éviter le marketing hors produit pour les aliments à faible valeur nutritionnelle** destinés aux enfants et promouvoir des produits plus sains dans nos tracts, sites web et réseaux sociaux d'ici à fin 2023*</p>	<p>Projet en cours. Déploiement en cours dans tous les pays.</p>	<p>2.2</p>
<p>Éviter le marketing sur les produits destinés aux enfants à faible valeur nutritionnelle et mettre en avant un assortiment et des produits plus sains pour les enfants d'ici fin 2025*</p>	<p>Projet en cours. Déploiement en cours dans tous les pays.</p>	<p>2.2</p>
<p>Étiquetage ciblé pour les produits de marques propres destinés aux enfants d'ici à la fin de 2025*</p>	<p>Projet en cours.</p>	
<p>Coopération avec au moins un partenaire au niveau national ou international sur la gamme de produits destinés aux enfants d'ici fin 2021</p>	<p>Objectif supprimé. Il a été décidé lors de discussions en interne de se concentrer sur l'amélioration des produits et les restrictions marketing.</p>	<p>17.6</p>
<p>Amélioration de la composition nutritionnelle dans 100 % des catégories de produits sélectionnés d'ici fin 2022</p>	<p>Objectif supprimé. En raison d'une réorganisation interne, l'objectif a été retiré. Néanmoins, les premières améliorations ont déjà été réalisées et feront l'objet d'un suivi interne.</p>	<p>2.2</p>
<p>Enregistrement de 100 % des marques propres pour l'étiquetage nutritionnel d'ici fin 2024</p>	<p>Projet en cours. Déploiement en cours dans tous les pays.</p>	<p>2.2 12.8</p>
<p>Amélioration de l'étiquetage et communication sur les valeurs ajoutées environnementales et sociales de nos produits</p>	<p>Objectif supprimé. Cet objectif a été systématiquement intégré dans nos exigences et nos spécifications. D'autres mesures de suivi visant à améliorer l'étiquetage et les valeurs ajoutées environnementales et sociales seront prises pour chaque thème.</p>	<p>12.8</p>
<p>Élargissement de la gamme de produits Bio</p>	<p>Objectif en cours de révision. En raison d'une réorientation stratégique.</p>	

* Année d'atteinte de l'objectif adaptée.

** Produits qui ne répondant pas au modèle de profil nutritionnel de l'OMS.

Clé

■ Nouveau
 ▶ En cours
 ■ Objectif atteint
 ∞ En continu
 ↻ Objectif en cours de révision
 ✕ Objectif supprimé



PROGRAMMES DE RSE 2022 – INTERNATIONAL (SUITE)

CLIENT ET PRODUIT

Description des objectifs et du périmètre	Situation en 2022 et prochaines étapes	ODD
<p>Élargissement de la gamme de produits végétariens et végétaliens</p> <p>Élargir les gammes de produits végétariens et végétaliens, avec une certification (e.g. le V-label) dans toutes les sociétés ALDI.</p>	<p>Objectif en cours de révision. En raison d'une réorientation stratégique.</p>	
<p>Intégration de 100 % des points de vente dans un partenariat visant à réduire le gaspillage alimentaire d'ici fin 2021*</p> <p>Intégrer 100 % des points de vente ALDI dans des coopérations (par exemple Tafel, Too Good to Go, Refood) afin de réduire le gaspillage alimentaire d'ici 2021. L'objectif est atteint si chaque magasin coopère régulièrement** avec un ou plusieurs partenaires.</p>	<p>Objectif partiellement atteint. L'objectif a été atteint au Portugal, au Danemark, en Pologne et en Allemagne. Dans les autres pays, l'objectif n'a pas été atteint à 100 % en raison de défis nationaux (notamment en termes d'infrastructure, expansion, priorités stratégiques). De nouvelles mesures visant à réduire davantage le gaspillage alimentaire dans nos magasins sont en cours d'évaluation.</p>	<p>12.3 17.6</p>
<p>Développement de gammes de produits régionaux dans chaque pays ALDI d'ici fin 2021</p> <p>Développement de gammes de produits régionaux dans chaque pays ALDI d'ici fin 2021, dans les catégories de produits concernées : fruits et légumes, produits laitiers, viandes et poissons frais.</p>	<p>Objectif supprimé. En raison d'une réorganisation interne, l'objectif a été retiré.</p>	
<p>Proposition d'ici fin 2024, de 100 % des alternatives végétariennes et végétaliennes (labellisés V-label/ Green Heart) contenant du soja aux produits laitiers, à la viande, au poisson et aux oeufs avec du soja européen et/ou certifié</p> <p>Les produits font partie du périmètre si le soja est un ingrédient principal et/ou majoritaire. Les protéines de soja texturées (TSP) sont également incluses dans le champ d'application. Les certifications et normes acceptées sont RTRS, Pro Terra, ISCC+, SFAP Non-Conversion, CRS, BFA, Danube/Europe Soy, Cargill Triple S, ADM Responsible Soy Standard, Bunge Pro S.</p>	<p>Projet en cours. 63.9 % des alternatives végétariennes et végétaliennes à la viande, au poisson et aux oeufs contenant du soja et labellisés V-label/ Green Heart contenaient du soja certifié et/ou européen à fin 2022.</p>	
<p>Compensation d'ici 2023 de l'ensemble des émissions en CO₂e, par les alternatives végétaliennes (avec le V-label) à la viande, au poisson et aux produits laitiers achetés par l'International Buying chez ALDI Nord</p> <p>Produits concernés : substituts végétaliens à la viande, au poisson et aux produits laitiers portant le V-Label achetés par l'International Buying. Les produits végétariens sont aussi inclus s'ils composent un assortiment mixte avec des produits végétaliens.</p>	<p>Objectif supprimé. Il a été décidé lors de discussions en interne de ne pas compenser toutes les émissions de CO₂e pour les produits achetés à l'étranger chez ALDI Nord.</p>	<p>12.2</p>

* À réviser pour une communication en 2024.

** Régulièrement signifie permettre la redistribution des surplus alimentaires aussi souvent que possible.

Clé



PROGRAMMES DE RSE 2022 – INTERNATIONAL (SUITE)

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES

	Description des objectifs et du périmètre		Situation en 2022 et prochaines étapes	ODD
100 % de fleurs et plantes certifiées	Assurer un suivi continu de la proportion des plantes et des fleurs certifiées durables (par exemple GLOBALG.A.P avec le module GRASP ou des normes alternatives) dans toutes les sociétés ALDI.		Projet en cours. La prochaine étape sera de se concentrer sur l'harmonisation de la procédure de suivi dans tous les pays afin d'obtenir des données plus fiables qui permettront une communication précise sur l'avancement de l'objectif.	12.2
Évaluation sociale de 100 % des producteurs de fruits et légumes*	Augmenter continuellement la part des fruits et légumes certifiés durables (par exemple : GLOBAL.G.A.P en combinaison avec GRASP ou des normes équivalentes) dans toutes les sociétés ALDI.		Projet en cours. La certification des fruits et légumes est une exigence interne pour nos fournisseurs pour les pays à risque moyen et élevé. Étant donné que nous acceptons, par exemple, GRASP, Rainforest Alliance, Fairtrade, nous pouvons considérer avoir déjà atteint 100 %. Les prochaines étapes sont centrées sur le suivi et la vérification de cette exigence. Pour ce faire, nous renforcerons le système de suivi d'ici à la fin de 2024.	
Développement des critères de bien-être animal	Développement de systèmes de contrôle et de certification ainsi que de nos propres normes relatives au bien-être animal dans toutes les sociétés ALDI, allant au-delà des exigences légales.		Objectif supprimé. Il s'avère difficile de comparer les standards de bien-être animal au niveau international.	
100 % de coton durable d'ici 2025	Utilisation de coton durable (par exemple GOTS, OCS, 100/blended, Fairtrade, coton recyclé, BCI ou CmiA) pour tous les textiles d'habillement et tout le linge de maison à base de coton dans toutes les sociétés ALDI d'ici fin 2025.		Projet en cours. 90.6 % de coton certifié durable à fin 2022, soit une augmentation de 8.6 points de pourcentage par rapport à l'année précédente.	12.2
Poursuite de la mise en place des évaluations des fournisseurs en matière de responsabilité sociétale d'entreprise	Déploiement d'évaluations sociétales des fournisseurs "Corporate Responsibility Supplier Evaluations" (CRSE) pour toutes les chaînes d'approvisionnement à haut risque d'ici 2027.		Projet en cours de révision. Sur la base de l'analyse des risques (à venir) dans la chaîne d'approvisionnement d'ALDI, l'extension du déploiement du CRSE à d'autres chaînes d'approvisionnement sera décidée en 2023.	8.8
Engagement à éliminer la déforestation et la conversion des écosystèmes naturels de nos chaînes d'approvisionnement prioritaires d'ici au 31 décembre 2030	Le périmètre inclut jusqu'à dix chaînes d'approvisionnement qui sont liées à la déforestation : l'huile de palme, le soja, le cacao, le café, le bois, les emballages issus du bois, la banane, le bœuf, la noix de coco, le sucre.**		Projet en cours. La viande de bœuf en provenance du Brésil a été exclue de nos chaînes d'approvisionnement en 2023. Prochaine étape : La canne à sucre et la noix de coco. La future législation européenne sur la déforestation ne couvre pas ces chaînes d'approvisionnement.	6.6
D'ici fin 2022, engagement à publier les noms et adresses des fournisseurs de premier rang de nos chaînes d'approvisionnement alimentaire à haut risque	Les fournisseurs de premier rang de nos chaînes d'approvisionnement alimentaire à haut risque, actives en 2021, sont concernés.		Objectif atteint. La liste actualisée en continu peut être consultée ici .	

* Suppression de la date limite "d'ici la fin de 2023", étant donné que cet objectif devrait déjà être atteint et que l'évaluation est en cours de vérification.

** Élargissement du périmètre.

Clé

Nouveau En cours Objectif atteint En continu Objectif en cours de révision Objectif supprimé



PROGRAMMES DE RSE 2022 – INTERNATIONAL (SUITE)

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES

CLIMAT ET ENVIRONNEMENT

	Description des objectifs et du périmètre	Situation en 2022 et prochaines étapes	ODD	
CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES	<p>Identification des impacts sur les droits de l'Homme et mise en place d'un reporting transparent conformément à notre stratégie de diligence raisonnable</p>	<p>Nous avons pour objectif de réaliser et de publier jusqu'à 12 études d'impact sur les droits humains (HRIA)* d'ici la fin de 2025, dont au moins une dans chaque chaîne d'approvisionnement à risque identifiée dans notre analyse de risque relative aux droits de l'Homme.</p>	<p>Projet en cours. Nous avons déjà réalisé 3 HRIA qui portent sur les chaînes d'approvisionnement suivantes : poissons et fruits de mer, thé d'Assam (Inde) et agrumes de Murcie et de Valence (Espagne). Nous poursuivrons avec de nouvelles HRIA en 2023.</p>	<p>8.8</p>
	<p>Introduction de mécanismes de plaintes répondant aux exigences des Principes directeurs des Nations Unies dans nos chaînes d'approvisionnement à risque d'ici 2025</p>	<p>Nous visons une couverture dans les niveaux sélectionnés identifiés dans notre analyse des risques de durabilité d'ici à 2025.</p>	<p>Projet en cours. Nous travaillons actuellement avec d'autres parties prenantes pour établir et renforcer les mécanismes de plaintes. Cet engagement comprend la participation au pilote Speak for Change d'amfori et au mécanisme de plaintes d'autres initiatives. Nous évaluons également d'autres initiatives, projets pilotes et outils pour étendre la couverture. Nos premières conclusions et des informations complémentaires sont disponibles ici, sous "4. Mécanisme de réclamation".</p>	<p>8.8</p>
	<p>100 % de transparence sur les intrants chimiques utilisés dans toutes les installations de production à process humide pour les produits ALDI d'ici 2024</p>	<p>L'objectif couvre toutes les installations de production à process humide dans les pays à risques pour la production de textiles et de chaussures ALDI.</p>	<p>Projet en cours. Les employés des installations de production par voie humide sont formés et familiarisés avec les nouveaux processus afin qu'ils puissent déclarer correctement les produits chimiques qu'ils utilisent.</p>	<p>3.9 6.3 12.4</p>
CLIMAT ET ENVIRONNEMENT	<p>55 % de réduction des émissions de gaz à effet de serre d'ici fin 2030 (sur la base de 2020)</p>	<p>Réduction de 55 % des émissions de gaz à effet de serre (Scope 1 & 2) dans toutes les sociétés ALDI d'ici fin 2030, par rapport à l'année de référence 2020 (science-based target).</p>	<p>Projet en cours. En 2022, les émissions de gaz à effet de serre de toutes les sociétés ALDI ont été réduites de 23.2 %, par rapport à l'année de référence 2020. L'effort s'est porté sur l'amélioration de l'efficacité et sur les sources d'énergie renouvelables.</p>	<p>7.2 7.3 13.3</p>
	<p>Mobilisation par ALDI Nord des fournisseurs stratégiques, qui sont responsables de 75 % des émissions de la chaîne d'approvisionnement, à se fixer des objectifs de réduction fondés sur des données scientifiques, d'ici 2024</p>	<p>Engager nos fournisseurs qui représentent au moins 75 % des émissions des biens et services achetés (Scope 3) à fixer leurs propres objectifs de réduction basés sur des données scientifiques d'ici 2024.</p>	<p>Projet en cours. En 2022, nous avons atteint 34 % de l'objectif.</p>	
	<p>Augmentation continue du nombre de points de vente ALDI équipés d'installations photovoltaïques</p>	<p>Tous les nouveaux magasins seront équipés de panneaux photovoltaïques. Ils seront installés dans tous les magasins où cela est techniquement possible et économiquement réalisable.</p>	<p>Projet en cours. Presque tous les nouveaux points de vente sont équipés de systèmes photovoltaïques (en Allemagne, 80 magasin équipés en 2022). L'étape suivante consiste à continuer à équiper les nouveaux bâtiments de systèmes photovoltaïques.</p>	<p>7.2 9.4</p>
	<p>Installation d'au moins 500 bornes de recharge rapide pour les véhicules électriques dans nos points de vente d'ici la fin de 2024</p>	<p>Installer au moins 500 bornes de recharge rapide (entre 50 et 150 kW) pour les véhicules électriques sur les parkings de nos magasins d'ici fin 2024 lorsque cela est techniquement possible et économiquement viable.</p>	<p>Nouvel objectif. Le projet sera lancé en 2023.</p>	<p>7.3</p>

* Une étude d'impact sur les droits de l'Homme (HRIA) est un processus qui permet de comprendre et d'identifier systématiquement la manière dont des activités spécifiques de la chaîne d'approvisionnement peuvent affecter les droits de l'Homme internationalement reconnus. Elle fournit des informations sur les principaux risques pour les droits de l'Homme et leurs causes profondes et inclut le point de vue des détenteurs de droits concernés.

Clé

■ Nouveau
 ■ En cours
 ■ Objectif atteint
 ∞ En continu
 C Objectif en cours de révision
 X Objectif supprimé



ALDI BELGIQUE ET ALDI LUXEMBOURG

Description des objectifs et du périmètre

Situation en 2022 et prochaines étapes

ODD

CLIENT ET PRODUIT

50 % des emballages de boissons en PET fabriqués à partir de matériaux recyclés d'ici 2024

D'ici à fin 2021, 25 % de nos emballages de boissons en PET seront fabriqués à partir de PET recyclé. D'ici fin 2024, ce pourcentage sera de 50 %.



Projet en cours. Avec une moyenne de 20 % de rPET (PCR) ou 23 % de rPET (PCR et PIR) dans les bouteilles de boissons en PET.



12.2
12.5

Déploiement du filet réutilisable pour les fruits et légumes dans tous les magasins en Belgique et au Luxembourg en 2023

Sacs réutilisables pour les fruits et légumes.



Objectif atteint. Les filets réutilisables ont été introduits en Avril 2023.



12.2
12.5
15.2

Déploiement du sac réutilisable pour le pain et les viennoiseries dans tous les points de vente en Belgique et au Luxembourg en 2022

Sac réutilisable pour les produits de boulangerie.



Objectif atteint. Les sacs réutilisables ont été introduits en Avril 2023.



12.2
12.5

Labellisation de 1 000 produits à marques propres avec le Nutri-Score en Belgique et au Luxembourg en 2022

Produits de marques propres.



Objectif Atteint. 1 128 produits sous Nutri-Score en fin 2022.



2.2
12.8

D'ici fin 2022, 100 % de nos produits carnés porteront le code ATC ALDI

Étiquetage de tous les produits à marques propres contenant au moins 5 % de viande avec le code ATC (viande fraîche, viande en conserve, produits carnés, réfrigérés et congelés, et plats préparés).



Projet en cours. 94,4 % de nos produits carnés étaient étiquetés avec le Code de Transparence ALDI à la fin de l'année 2022. Cela représente une augmentation de 5 % par rapport à l'année précédente.

Augmentation de 23 % du nombre de magasins belges et luxembourgeois qui collaborent avec des œuvres caritatives ou des banques alimentaires et font des dons de nourriture sur une base hebdomadaire d'ici fin 2023 (fin 2022 : 297 magasins (67 %) - 366 magasins (80 %) prévus en 2023)

Magasins belges et luxembourgeois.



Nouvel objectif. 297 magasins (67 %) ont collaboré avec des œuvres caritatives ou des banques alimentaires et ont fait des dons alimentaires chaque semaine d'ici fin 2022.



12.3
17.6

Augmentation de 35 % du nombre de magasins belges et luxembourgeois équipés de panneaux solaires d'ici fin 2022 (année de référence 2021)

Augmenter continuellement la proportion de magasins ALDI équipés de systèmes photovoltaïques.



Objectif non atteint. Nous avons 127 magasins équipés de panneaux solaires (111 en 2021), soit une augmentation de 14 %.



7.3
9.4

Augmentation de 10 % du nombre de magasins équipés de la technologie de récupération de la chaleur d'ici à la fin 2022 (2021 : 141 magasins - environ 15 prévus en 2022)

Introduction de la technologie de récupération de la chaleur dans un plus grand nombre de magasins, permettant d'éliminer le gaz naturel et de réduire les émissions de CO₂.



Objectif atteint. 164 magasins sont équipés d'un système de récupération de chaleur (141 en 2021), soit une augmentation de 16 %.



7.3
9.5

Augmentation de 45 % du nombre de magasins équipés de la technologie de réfrigération au CO₂ d'ici à la fin de 2022. (2021 : 44 magasins - environ 20 prévus en 2022)

Introduction de la technologie de réfrigération au CO₂ dans un plus grand nombre de magasins, conduisant à l'élimination des réfrigérants synthétiques et à leur remplacement par des réfrigérants naturels, réduisant ainsi les émissions de CO₂.



Objectif atteint. 67 magasins sont équipés d'un système de récupération de chaleur (44 en 2021), soit une augmentation de 52 %.



7.3
9.6

Installation de 130 points de recharge électrique pour les véhicules sur les parkings des centres de distribution et du siège en Belgique en 2022

Introduction de stations de recharge électrique, entraînant une utilisation accrue des véhicules électriques et une réduction des émissions de CO₂.



Objectif atteint. Nous avons installé 130 bornes de recharge électrique.



7.3

CLIMAT ET ENVIRONNEMENT

Clé

■ Nouveau ■ En cours ■ Objectif atteint ∞ En continu 🔄 Objectif en cours de révision ✖ Objectif supprimé



ALDI FRANCE

Description des objectifs et du périmètre

Situation en 2022 et prochaines étapes

ODD

CLIENT ET PRODUIT

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES

CLIMAT ET ENVIRONNEMENT

96 %* des produits à base de viande avec le label ATC d'ici fin 2023**

Étiquetage de tous les produits de marques propres contenant au minimum 5% de viande avec l'ATC.



Projet en cours : 93,2 % de nos produits carnés étaient étiquetés avec le Code de Transparence ALDI à la fin de 2022, soit une augmentation de 17,2 % par rapport à l'année précédente.



12.2
12.5

100 % de pommes et de poires certifiées BEE FRIENDLY d'ici fin 2021

100 % des pommes et des poires européennes certifiées BEE FRIENDLY dans les points de vente en France d'ici fin 2021.



Objectif supprimé. En raison de la fin de notre partenariat avec BEE FRIENDLY, qui a été remplacé par un nouvel objectif de certification qui inclut une plus grande diversité au niveau des produits.



15.5

100 % de pommes / poires / abricots / pêches / nectarines certifiées VERGERS ECORESPONSABLES en provenance de France d'ici fin 2023

Pour les fruits d'origine France, la certification VERGERS ECORESPONSABLES signifie entre autres la préservation de la biodiversité, le biocontrôle et la gestion durable de l'eau. Pour plus d'informations, veuillez consulter le site <https://www.vergers-ecoresponsables.fr/fr/la-demarche>.



Nouvel objectif. En début de 2023 : Les pommes de France sont certifiées 100% VERGERS ECORESPONSABLES. Prochaines étapes : D'ici fin 2023, ajout des abricots, pêches, nectarines et poires originaires de France certifiés VERGERS ECORESPONSABLES.



15.5

100 % des produits de marques propres étiquetés avec le Nutri-Score d'ici fin 2023

Étiquetage de tous les produits alimentaires de marques propres avec le Nutri-Score d'ici fin 2023.



Projet en cours : 91,3 % des produits étaient étiquetés avec le Nutri-Score à la fin de 2022.



2.2
12.8

70 %* des poissons et fruits de mer certifiés durables fin 2026****

70 % des poissons et fruits de mer peuvent être considérés comme durables s'ils sont certifiés ou proviennent de FIP/AIP et s'ils sont disponibles sur le marché (produits étiquetables).



Projet en cours. Nous avons atteint 57,5 % de poissons et fruits de mer certifiés durables fin 2022.



12.2
14.4

100 % des œufs en coquille et des œufs en tant qu'ingrédients proviennent d'animaux élevés hors cages d'ici fin 2025**

Tous les articles des catégories de produits ALDI contenant au minimum 1 % d'œufs.



Objectif partiellement atteint : 98,1 % de nos articles contenant des œufs proviennent d'élevages alternatifs aux cages et nous proposons 100 % d'œufs en coquille issus d'élevages alternatifs aux cages.

En 2026, tous nos produits de marques propres devront être conformes aux critères de « l'European Chicken Commitment » (ECC)

En 2026, tous nos produits à base de poulet (frais, transformés ou surgelés, contenant plus de 50 % de poulet) vendus en France sous nos marques propres respecteront les critères de l'European Chicken Commitment (ECC). De plus, d'ici 2026, 20% du volume de nos ventes de ces gammes de produits proviendront d'exploitations plein air ou garantissant un accès à l'extérieur.



Projet en cours. Aucun produit n'est conforme à tous les critères ECC. Les prochaines étapes en 2023-2024 consisteront à proposer un poulet entier répondant aux critères ECC.

Objectif d'équipement de 60 à 80 nouveaux magasins en 2022****

Installation de panneaux solaires sur les toits des nouveaux magasins.



Projet en cours : 58 installations ont été réalisées en 2022 et 88 installations sont prévues pour les nouveaux magasins en 2023. La décision a été prise d'équiper les magasins existants de systèmes photovoltaïques (70 à 100 magasins en 2023).



7.2
9.4

* Réduction du niveau de l'objectif en raison de fréquentes crises de pénurie d'ingrédients et de certains produits sur lesquels ALDI Nord n'est pas autorisé à apposer des logos.

** Année d'atteinte de l'objectif adaptée.

*** Réduction de la cible, car de nombreuses espèces ne sont actuellement pas disponibles sur le marché en tant que certifiées (par exemple, tous les céphalopodes, les crabes, les langoustes, les huîtres).

**** Objectif et année adaptés..

Clé

■ Nouveau ■ En cours ■ Objectif atteint ∞ En continu ↻ Objectif en cours de révision ✕ Objectif supprimé



ALDI NORD ALLEMAGNE

Description des objectifs et du périmètre

Situation en 2022 et prochaines étapes

ODD

CLIENT ET PRODUIT

30 % d'emballages en moins d'ici fin 2025

Réduction de 30 % du poids total des emballages des produits de marques propres en Allemagne proportionnellement aux ventes d'ici fin 2025 (année de référence 2015).



Projet en cours. 26 % d'économies dans les matériaux d'emballage en Allemagne à fin 2022.

12.2
12.5

Emballages 100 % recyclables d'ici la fin de l'année 2025*

100 % des emballages de nos produits de marques propres en Allemagne seront recyclables d'ici fin 2025.



Projet en cours. 72 % de nos emballages sont classés comme recyclables fin 2022.

12.2
12.5

Interdiction des microplastiques dans les produits cosmétiques d'ici fin 2022

Remplacement de tous les produits cosmétiques de marques propres en Allemagne contenant des microplastiques solides ou des plastiques synthétiques liquides par des alternatives respectueuses de l'environnement d'ici fin 2022.



Projet en cours. 82,6 % de nos produits de santé, de beauté et pour bébés, de nos lessives et de nos produits d'entretien sont fabriqués sans microplastiques.

12.2
12.5

Élargissement du périmètre d'étiquetage relatif au bien-être des animaux ('Haltungsform')

Intégration des produits contenant au minimum 50 % de viande ou de lait.



Projet en cours. L'étiquetage des produits carnés congelés et transformés est terminé. La prochaine étape est l'étiquetage des produits laitiers.



12.8

D'ici 2023, au moins 7 % des volumes totaux de bananes d'ALDI Nord proviendront de "Living Wage Banana" issus de l'Équateur

L'objectif fait partie du groupe de travail des fournisseurs allemands sur le projet GiZ - Living Income and Living Wages (revenu et salaire décents).



Projet en cours. Première phase de mise en œuvre avec Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH (Société allemande de coopération internationale GIZ) (évaluation des données, établissement de l'ordre du jour, intégration des objectifs dans les achats, établissement de rapports). L'objectif fait partie de l'initiative industrielle des détaillants allemands.

8.5
12.2

D'ici 2025, ALDI Nord vise à s'approvisionner en bananes Living Wage Banana pour au moins 50 % de son volume total de bananes

L'objectif fait partie du groupe de travail des fournisseurs allemands sur le projet GiZ - Living Income and Living Wages (revenu et salaire décents).



Projet en cours. Première phase de mise en œuvre avec Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH (Société allemande de coopération internationale GIZ) (évaluation des données, établissement de l'ordre du jour, intégration des objectifs dans les achats, établissement de rapports). L'objectif fait partie de l'initiative industrielle des détaillants allemands.

8.5
12.2

D'ici 2025, au moins 90 % des volumes de bananes ALDI Nord provenant de l'Équateur seront obtenus dans le cadre du programme "Living wage banana"

L'objectif fait partie du groupe de travail des fournisseurs allemands sur le projet GiZ - Living Income and Living Wages (revenu et salaire décents).



Projet en cours. Première phase de mise en œuvre avec Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH (Société allemande de coopération internationale GIZ) (évaluation des données, établissement de l'ordre du jour, intégration des objectifs dans les achats, établissement de rapports). L'objectif fait partie de l'initiative industrielle des détaillants allemands.

8.5
12.2

* Niveau et année de l'objectif adaptés.

Clé

■ Nouveau ■ En cours ■ Objectif atteint ∞ En continu 🔄 Objectif en cours de révision ✖ Objectif supprimé



ALDI NORD ALLEMAGNE (SUITE)

Description des objectifs et du périmètre

Situation en 2022 et prochaines étapes

ODD

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES

CLIMAT ET ENVIRONNEMENT

Déférencement de la viande fraîche avec le niveau d'élevage 1 d'ici 2025	Suppression de la liste des viandes fraîches, des charcuteries et des produits à base de viande réfrigérée de niveau d'élevage 1 jusqu'en 2025.		Projet en cours. 90 % des produits de charcuterie et de viande réfrigérée sont déjà de niveau 2 ou supérieur. Le statut de la viande est le même qu'en 2021.	
Le lait de consommation sera d'origine allemande d'ici fin 2024	L'objectif couvre le lait de consommation (frais et UHT).		Projet en cours. Le lait frais en provenance d'Allemagne (y compris le lait BIO) est déjà à 100 %. Certains produits UHT doivent encore être modifiés.	
40 % (parts de vente) du lait de consommation* avec un niveau d'élevage 3 et 4 d'ici fin 2023	L'objectif couvre le lait de consommation (frais et UHT).		Objectif atteint en 2022.	
Retirer de la liste tous les produits à base de lait de consommation* de niveau d'élevage 1 jusqu'en 2024	L'objectif couvre le lait de consommation (frais et UHT).		Projet en cours. La part du lait dans les niveaux 3 et 4 est déjà supérieure à 40 %.	
100 % (parts des ventes) de lait de consommation* avec des niveaux d'élevage 3 et 4 jusqu'en 2030	L'objectif couvre le lait de consommation (frais et UHT).		Projet en cours. La part du lait dans les niveaux 3 et 4 est déjà supérieure à 40 %.	
33 % (parts de vente) de viande fraîche** avec un niveau d'élevage 3 et 4 d'ici 2026	33 % (parts des ventes) de viande fraîche**, de charcuterie et de produits à base de viande réfrigérée*** avec un niveau d'élevage 3 et 4 jusqu'en 2026.		Projet en cours. 90 % de la charcuterie et des produits à base de viande sont déjà de niveau 2 ou plus. 15 % (part des ventes) de la viande fraîche sont de niveau 3 et 4.	
100 % (parts des ventes) de viande fraîche** avec des niveaux d'élevage 3 et 4 jusqu'en 2030	100 % (parts des ventes) de viande fraîche**, de charcuterie et de produits à base de viande réfrigérée*** avec un niveau d'élevage 3 et 4 jusqu'en 2030.		Projet en cours. 90 % de la charcuterie et des produits à base de viande sont déjà de niveau 2 ou plus. 15 % (part des ventes) de la viande fraîche sont de niveau 3 et 4.	
Augmentation du taux d'autoconsommation de l'énergie produite en interne	Augmentation du taux d'autoconsommation de l'énergie produite en interne par des systèmes photovoltaïques dans des magasins en Allemagne, grâce à des systèmes de refroidissement et de chauffage intégrés et à l'alignement des systèmes photovoltaïques en fonction de la demande.		Projet en cours. Un magasin test a été équipé d'un système de batterie. La prochaine étape consistera à équiper une vingtaine d'autres magasins pilotes de systèmes de batteries.	7.2 7.3
Équiper environ 150 magasins existants de systèmes photovoltaïques d'ici fin 2024	Équiper environ 150 magasins à toit plat existants de systèmes photovoltaïques d'ici fin 2024 ; équiper tous les magasins existants lorsque cela est techniquement possible.		Nouvel objectif. Les magasins ont été identifiés et l'accord-cadre pour l'équipement a été conclu. La prochaine étape consiste à équiper les magasins.	7.2 9.4

* Sur la base du chiffre d'affaires moyen d'ALDI en Allemagne pour le lait de consommation de marque propre (à l'exclusion des produits de marque et des spécialités internationales).

** Sur la base des ventes moyennes d'ALDI en Allemagne pour les principaux groupes d'élevage : bœuf, porc, poulet et dinde (à l'exclusion des spécialités (internationales) et des produits surgelés).

*** Basé sur les ventes moyennes d'ALDI en Allemagne de charcuterie, de viande réfrigérée, de saucisses, de jambon et de boulettes de viande de marque propre des principaux groupes d'élevage (bœuf, porc, poulet et dinde) (à l'exclusion des spécialités (internationales), des produits prêts à consommer et des produits surgelés).

Clé



ALDI PAYS-BAS

CLIENT ET PRODUIT

	Description des objectifs et du périmètre		Situation en 2022 et prochaines étapes		ODD	
	20 % d'emballages en moins d'ici fin 2025	Réduction de 20 % du poids total des emballages des produits de marques propres aux Pays-Bas d'ici fin 2025 (année de référence 2020).		Projet en cours. Nous nous efforçons de recevoir de meilleures données afin d'obtenir des chiffres fiables.		12.2 12.5
	Des emballages en plastique 100 % recyclables d'ici fin 2025	100 % des emballages de nos marques propres aux Pays-Bas seront recyclables d'ici fin 2025.		Projet en cours. Nous nous efforçons de recevoir de meilleures données afin d'obtenir des chiffres fiables.		12.2 12.5
	35 % du plastique utilisé sera recyclé d'ici fin 2025	35 % du plastique utilisé dans les emballages de nos produits de marques propres aux Pays-Bas sera recyclé d'ici 2025.		Projet en cours. Nous nous efforçons de recevoir de meilleures données afin d'obtenir des chiffres fiables.		12.2 12.5
	D'ici fin 2025, 95 % de nos matériaux d'emballage seront recyclables	95 % des emballages (primaires et secondaires) de nos produits de marques propres aux Pays-Bas seront recyclables d'ici fin 2025.		Projet en cours. Nous nous efforçons de recevoir de meilleures données afin d'obtenir des chiffres fiables.		12.2 12.5
	D'ici fin 2025, 100 % de nos emballages en papier/carton seront certifiés FSC®, PEFC™ et/ou issus de matériaux recyclés	D'ici fin 2025, 100 % des emballages primaires et secondaires en papier/carton de nos marques propres seront certifiés FSC®, PEFC™ et/ou issus de matériaux recyclés.		Projet en cours. Nous nous efforçons de recevoir de meilleures données afin d'obtenir des chiffres fiables.		12.2 12.5
	D'ici fin 2025, nous utiliserons 50 % de rPET dans les bouteilles et les barquettes en plastique et 25 % de PCR pour les autres emballages en plastique	D'ici fin 2025, nous utiliserons 50 % de rPET dans les bouteilles et les barquettes en plastique pour nos emballages de marques propres et 25 % de PCR pour les autres emballages en plastique.		Projet en cours. Nous nous efforçons de recevoir de meilleures données afin d'obtenir des chiffres fiables.		12.2 12.5

Clé



ALDI PAYS-BAS (SUITE)

Description des objectifs et du périmètre

Situation en 2022 et prochaines étapes

ODD

D'ici fin 2022, 100 % de nos matériaux d'emballage porteront un logo de recyclabilité

D'ici Fin 2022, 100 % des emballages primaires de nos marques propres porteront un logo de recyclabilité.



Objectif partiellement atteint. Nous nous efforçons de recevoir de meilleures données afin d'obtenir des chiffres fiables.

12.2
12.5

50 % de chaque groupe de produits appartient à la catégorie la plus saine et 10 % au maximum à la catégorie la moins saine d'ici fin 2030 (NAPV)*

Réduction du sel, du sucre et des matières grasses dans les produits de marques propres de notre assortiment standard. Pour chaque groupe de produits, il existe quatre catégories dans lesquelles ils peuvent être classés (de 1 à 4, 1 étant le plus sain et 4 le moins sain).



Projet en cours. L'objectif fait partie des engagements de la branche néerlandaise (Nationaal Preventieakkoord).



2.2

Étiquetage à 100 % avec *Beter Leven*, *On the Way to PlanetProof* ou une norme équivalente en matière de bien-être animal pour les produits alimentaires d'origine animale

Transition des produits aux Pays-Bas contenant des ressources d'origine animale, ou des ressources animales transformées, vers les critères du label de durabilité 1 étoile *Beter Leven* ou équivalent (norme minimale).

Produits animaux concernés : poulet frais, porc frais, charcuterie, œufs, produits laitiers frais (lait, yaourt, etc), fromage.

Rapport % sur le niveau de # SKUs



Projet en cours.

Fromage : 13% des fromages néerlandais sont certifiés *On the Way to PlanetProof*

Œufs : 100 % des œufs frais sont certifiés *Beter Leven* (1, 2 ou 3 étoiles *Beter Leven*).

Produits laitiers frais : 48 % des produits laitiers frais sont certifiés *On the Way to PlanetProof* ou Bio.

Charcuterie : 71 % des articles de charcuterie sont certifiés *Beter Leven* 1 étoile.

Porc frais : 92 % de tous les articles sont certifiés *Beter Leven* 1 étoile.

Poulet frais : 28 % de tous les articles de poulet frais sont certifiés *Beter Leven* 1 étoile.



12.8

En 2025, le volume des ventes de produits sains dans notre assortiment standard (marque propre et marque de fournisseur) passera à 40 %

En 2025, le volume de vente des produits sains dans notre assortiment standard (marque propre et marque de fournisseur) est passera à 40 %. (année de référence 2022).



Nouvel objectif. Nous avons atteint un volume de vente de 22 % de produits sains dans notre assortiment standard fin 2022.

En 2025, au moins 25 % des offres de notre tract sont saines (= conformes aux lignes directrices néerlandaises de la "Wheel of five")

D'ici 2025, au moins 25 % des offres de notre tract sont saines (= conformes aux directives néerlandaises de la "Wheel of five").



Nouvel objectif. Au cours des semaines standards, le pourcentage moyen de produits répondant aux exigences de la "Wheel of five" est de 22 %.



2.2

* Objectif révisé.

Clé

Nouveau En cours Objectif atteint En continu Objectif en cours de révision Objectif supprimé



ALDI PAYS-BAS (SUITE)

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES

CLIMAT ET ENVIRONNEMENT

COLLABORATEURS ET ENGAGEMENT SOCIÉTÉ

Description des objectifs et du périmètre

Situation en 2022 et prochaines étapes

ODD

<p>Nous proposons à nos clients une gamme de fleurs et de plantes conformes au marché en matière de durabilité sociale et environnementale</p>	<p>En 2025, toutes les fleurs et plantes vendues chez ALDI Pays-Bas seront certifiées selon le panier de "the Floriculture Sustainability Initiative 2025".</p>		<p>Nouvel objectif. En 2022, nous avons atteint 36 % pour les fleurs et 91 % pour les plantes, contre 52 % pour les fleurs et 88 % pour les plantes en 2021.</p>	<p>12.2</p>
<p>En 2025, le soja contenu dans tous les articles de marques propres concernés devra être exempt de déforestation et de conversion, avec une date butoir fixée au 1er janvier 2020</p>	<p>Produits contenant plus de 95 % de soja, viande fraîche (boeuf, porc, poulet, poisson), oeufs et produits laitiers (produits contenant plus de 95 % de produits laitiers ou d'oeufs).</p>		<p>Nouvel objectif. Nous nous efforçons de recueillir des données plus fiables auprès des fournisseurs.</p>	<p>15.2</p>
<p>En 2030, les activités commerciales de la grande distribution des Pays-Bas seront neutres en CO₂ (objectif principal du plan sectoriel néerlandais).</p>	<p>D'ici fin 2030, les émissions de scope 1 et scope 2 liées à nos opérations commerciales (et de celles des autres distributeurs concurrents) seront neutres en CO₂.</p>		<p>Nouvel objectif. L'objectif fait partie du plan sectoriel climat néerlandais (<i>Dutch Sector Climate Plan</i>). Il n'y a pas eu de suivi en 2022 sur les données 2021 (première année du plan sectoriel).</p>	<p>7.2 7.3 13.3</p>
<p>En 2025, amélioration de l'efficacité énergétique de 50 % par rapport à 1995 (sous-objectif du plan sectoriel néerlandais)</p>	<p>En 2025, le secteur néerlandais de la grande distribution a pour objectif d'atteindre une amélioration de l'efficacité énergétique de 50 % par rapport à 1995.</p>		<p>Nouvel objectif. L'objectif fait partie du plan sectoriel climat néerlandais (<i>Dutch Sector Climate Plan</i>). Il n'y a pas eu de suivi en 2022 sur les données 2021 (première année du plan sectoriel). Le résultat de 2020 pour l'ensemble du secteur était de 43,3 % ; le résultat pour ALDI était de 51,5 %.</p>	<p>7.3</p>
<p>En 2030, l'utilisation du gaz naturel doit être réduite à un maximum de 5 % (sous-objectif du plan sectoriel néerlandais)</p>	<p>En 2030, le secteur néerlandais de la grande distribution doit avoir réduit l'utilisation du gaz naturel à max. 5 % de la consommation totale d'énergie.</p>		<p>Nouvel objectif. L'objectif fait partie du plan sectoriel climat néerlandais (<i>Dutch Sector Climate Plan</i>). Il n'y a pas eu de suivi en 2022 sur les données 2021 (première année du plan sectoriel).</p>	<p>7.2</p>
<p>En 2030, utilisation exclusive de réfrigérants naturels; (sous objectif du plan néerlandais)</p>	<p>En 2030, le secteur néerlandais de la grande distribution n'utilisera que des réfrigérants naturels.</p>		<p>Nouvel objectif. L'objectif fait partie du plan sectoriel climat néerlandais (<i>Dutch Sector Climate Plan</i>). Il n'y a pas eu de suivi en 2022 sur les données 2021 (première année du plan sectoriel).</p>	<p>7.3 9.4</p>
<p>Les énergies complémentaires proviennent de sources renouvelables (dans la mesure du possible). (sous-objectif du plan sectoriel néerlandais)</p>	<p>D'ici à la fin de l'année 2030, les énergies complémentaires proviennent de sources renouvelables (dans la mesure du possible)</p>		<p>Nouvel objectif. L'objectif fait partie du plan sectoriel climat néerlandais (<i>Dutch Sector Climate Plan</i>). Nous avons augmenté le nombre points de vente et de centres de distribution équipés de systèmes photovoltaïques. Nous avons également acheté de l'électricité 100 % verte (EU Wind).</p>	<p>7.2</p>
<p>Sensibilisation à la santé auprès des clients, des collaborateurs et dans la société</p>	<p>Nous proposons une gamme fiable de produits savoureux, sains et de la meilleure qualité à un prix abordable. Grâce à des interventions efficaces, nous contribuons à la santé de nos collaborateurs et de la société.</p>		<p>Projet en cours. Nous avons travaillé sur des campagnes axées sur une alimentation saine visant trois catégories d'âge, dont l'un est encore en cours. Dans le cadre du programme RH global sur ce sujet, nous avons réalisé des contrôles de prévention médicale pour tous les collaborateurs, entre autres mesures.</p>	<p>3.4</p>

Clé

■ Nouveau
 ■ En cours
 ■ Objectif atteint
 ∞ En continu
 C Objectif en cours de révision
 X Objectif supprimé



ALDI POLOGNE

	Description des objectifs et du périmètre		Situation en 2022 et prochaines étapes	ODD	
CLIENT ET PRODUIT	Dons alimentaires dans tous les points de vente d'ici fin 2020	100 % des points de vente polonais feront dons des aliments ne pouvant plus être commercialisés mais encore consommables à des associations caritatives d'ici fin 2020.		Projet en cours. Pour 2022, nous sommes à 93,5 %, en raison d'un certain nombre de nouvelles ouvertures. Nous continuons à signer de nouvelles conventions de don.	 2.1 12.3
	100 % des produits de marques propres étiquetés avec des symboles de tri des déchets sur les emballages nouveaux et modifiés	Optimisation de l'emballage des produits de marques propres et augmentation du nombre de symboles de recyclage sur les produits lancés sur le marché.		Projet en cours. Toutes les étiquettes acceptées par la direction de la marque sont dotées de symboles de tri. Nous souhaitons poursuivre cette tendance dans les années à venir.	 12.2 12.5 12.8
	Élimination progressive des œufs en cage d'ici 2025 (œufs frais et produits contenant des œufs)	Élimination progressive des œufs de poules élevées en cage d'ici 2025 (œufs en coquilles et ovoproduits).		Objectif partiellement atteint. 73,6 % de nos ovoproduits sont issus d'œufs de poules élevées hors cage, et nous proposons 100 % d'œufs coquille provenant de poules élevées hors cage.	
COLLABORATEURS ET ENGAGEMENT SOCIÉTAL	100 % de nos nouveaux collaborateurs participent à un programme d'intégration complet	Un programme de formation complet pour les personnes qui commencent à travailler, comprenant une présentation de tous les services de l'entreprise et la fourniture d'un kit de bienvenue aux nouveaux collaborateurs. Le programme est conçu pour soutenir les nouveaux collaborateurs et faciliter leur entrée dans l'entreprise.		Projet en cours. Le projet est mis en œuvre conformément au plan.	 4.4

Clé

Nouveau En cours Objectif atteint En continu Objectif en cours de révision Objectif supprimé



ALDI PORTUGAL

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES

CLIMAT ET ENVIRONNEMENT

Description des objectifs et du périmètre

Situation en 2022 et prochaines étapes

ODD

100 % du merlu certifié durable d'ici fin 2022

Tous les produits de merlu emballés de marques propres (produits congelés) au Portugal devraient être certifiés MSC d'ici fin 2022.



Objectif atteint.



12.2
14.4

Installation de systèmes photovoltaïques sur 40 points de ventes existants d'ici 2025

Installer des systèmes photovoltaïques sur les toits de magasins existants afin d'améliorer l'efficacité énergétique et d'augmenter la part d'énergie verte dans nos magasins.



Projet en cours. Aucune installation en 2022. 5 à 10 magasins existants seront équipés de panneaux en 2023.



7.2
9.4

Clé

■ Nouveau
 ■ En cours
 ■ Objectif atteint
 ∞ En continu
 ↻ Objectif en cours de révision
 ✕ Objectif supprimé



ALDI ESPAGNE

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES

CLIMAT ET ENVIRONNEMENT

Description des objectifs et du périmètre

Situation en 2022 et prochaines étapes

ODD

<p>40 % de poissons et fruits de mer certifiés durables d'ici fin 2025*</p>	<p>40 % des poissons et fruits de mer certifiés (MSC pour les pêcheries sauvages et ASC, logo biologique de l'UE ou GLOBALG.A.P pour l'aquaculture) d'ici fin 2025.</p>		<p>Projet en cours. Nous avons atteint 24,9 % de poissons et de fruits de mer certifiés durables d'ici fin 2022.</p>	<p>12.2 14.4</p>
<p>75 % des vins espagnols proviennent d'exploitations viticoles durables d'ici fin 2023</p>	<p>75 % des vins espagnols AOP/IGP proviennent d'exploitations viticoles durables (SWfCP, SBTi, ISO 14064 ou autres) d'ici fin 2023.</p>		<p>Nouvel objectif. Statut 2022 : 50 % des vins espagnols AOP/IGP proviennent d'exploitations viticoles durables.</p>	<p>12.2</p>
<p>Obtenir la certification en matière de construction durable (BREEAM) pour un centre logistique en 2022</p>	<p>Obtenir la certification BREEAM (en termes de durabilité et d'efficacité énergétique), avec au moins la qualification Excellence, dans le nouveau centre logistique de Gran Canaria (Îles Canaries) en 2022.</p>		<p>Objectif partiellement atteint. Nous avons déjà envoyé près de 80 % de la documentation pour obtenir la certification BREEAM pour le centre logistique de Gran Canaria. Au cours de l'année 2023, nous obtiendrons la certification BREEAM pour les nouveaux centres logistiques de Mirando del Ebro et Sagunto, ainsi que pour les centres logistiques en cours d'agrandissement (Dos Hermanas et Masquefa).</p>	<p>7.2 9.4</p>
<p>Installation de systèmes photovoltaïques dans les points de vente d'ici fin 2023*</p>	<p>Augmenter le nombre de magasins ALDI équipés d'un système photovoltaïque en mettant en place ces systèmes dans 25 magasins supplémentaires en Espagne au cours de l'année 2023**.</p>		<p>Objectif atteint. Plus de 70 magasins équipés de systèmes photovoltaïques en 2022. Nouvel objectif pour 2023 : Installation de systèmes photovoltaïques dans 25 magasins supplémentaires.</p>	<p>7.3 9.4</p>
<p>Installation de systèmes photovoltaïques dans les centres logistiques d'ici fin 2022</p>	<p>Installer des systèmes photovoltaïques dans les nouveaux centres logistiques (600 kWp) et dans les centres existants en cours d'expansion (1 200 kWp) d'ici fin 2022.</p>		<p>Objectif atteint. Le système photovoltaïque a été mis en service au cours du premier trimestre 2023.</p>	<p>7.3 9.4</p>
<p>Réfrigérants naturels pour les systèmes de réfrigération dans tous les nouveaux points de vente et tous les nouveaux centres logistiques ouverts en 2023, ainsi que dans les centres logistiques en cours d'agrandissement en 2023*</p>	<p>Utilisation du CO₂ comme réfrigérant dans tous les nouveaux magasins ouverts en 2023, conduisant à l'élimination des réfrigérants synthétiques (avec un PRP plus élevé). Utilisation de réfrigérants naturels (CO₂, NH₃) dans tous les nouveaux centres logistiques ouverts en 2023 et dans les centres existants faisant l'objet d'une expansion en 2023).**</p>		<p>Objectif atteint. Tous les nouveaux magasins, le centre logistique ouvert en 2022 (Gran Canaria) et les centres logistiques en cours d'agrandissement (Dos Hermanas et Masquefa) utilisent des réfrigérants naturels pour les systèmes de réfrigération. Nouvel objectif pour 2023 : Tous les nouveaux magasins et centres logistiques (Miranda del Ebro et Sagunto) ouverts en 2023 utiliseront des réfrigérants naturels. Les centres logistiques en cours d'agrandissement changeront les fluides frigorigènes des systèmes de réfrigération (Pinto et Tenerife).</p>	<p>7.3 9.4</p>
<p>100 % d'électricité verte d'ici fin 2021</p>	<p>Achat de 100 % d'électricité verte pour les magasins, les centres de distribution et les bureaux d'ici fin 2022.</p>		<p>Objectif atteint. Toute l'énergie consommée en 2022 était verte.</p>	<p>7.3</p>

* Objectif et année cible adaptés.

** Niveau cible adapté.

Clé

■ Nouveau
 ■ En cours
 ■ Objectif atteint
 ∞ En continu
 ↻ Objectif en cours de révision
 ✕ Objectif supprimé



ALDI ESPAGNE (SUITE)

CLIMAT ET ENVIRONNEMENT

EMPLOYEES & COMMUNITY

Description des objectifs et du périmètre

Situation en 2022 et prochaines étapes

ODD

Mise en place d'un système de contrôle énergétique et domotique dans les magasins ouverts en 2023 et dans les points de vente existants*

Mise en place d'un système de contrôle énergétique et domotique dans tous les nouveaux magasins ouverts au cours de l'année 2023.**



Objectif atteint. Tous les magasins ouverts en 2022 sont équipés d'un système de contrôle domotique, ainsi que 31 magasins existants.

Nouvel objectif pour 2023 : Mise en place d'un système de contrôle énergétique et domotique dans tous les nouveaux magasins ouverts au cours de l'année 2023.



9.4

Promotion du programme "FP Dual Program" par de nouvelles conventions et l'augmentation du nombre de participants en 2023*

Établir de nouveaux accords et augmenter le nombre de participants au programme dual du PC en 2023 avec l'objectif d'engager un minimum de 20 étudiants chaque année.**



Objectif partiellement atteint. Nous avons actuellement cinq étudiants en deuxième année (dans le département des ventes) et deux étudiants en première année (dans les départements de la chaîne d'approvisionnement et des ventes).



4.4

Mise en place du programme ALDI Eemplea

Programme de formation de plus de 60 jeunes en vue de leur embauche en 2023.



Nouvel objectif. Sur les 60 personnes formées, 5 ont été recrutées.



4.4

* Année d'atteinte de l'objectif adaptée.

** Niveau cible adapté.

Clé

Nouveau En cours Objectif atteint En continu Objectif en cours de révision Objectif supprimé



IMPRESSION & CONTACT

ÉDITEUR

ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Eckenbergstraße 16B
45307 Essen
Allemagne

RESPONSABLE

Timo Dietz

Managing Director
International Procurement CRQA
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Christoph Georgius

Senior Director
International Procurement Excellence
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

GESTION DE PROJET

Judith Hochköppler

Teamlead Reporting
International Procurement CRQA
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Anika Hinzmann

Manager Reporting
International Procurement CRQA
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Damian Winter

Manager Reporting
International Procurement CRQA
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Denise Hellmann

Specialist Reporting
International Procurement CRQA
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

CONTACT

cr-reporting@aldi-nord.de

CONCEPT/RÉDACTION/DESIGN

[Stakeholder Reporting GmbH & Co. KG](#), Hamburg

DATE LIMITE DE RÉDACTION

31 Mars 2023

PUBLICATION

Juin 2023

Exclusion de responsabilité

Le présent rapport contient des déclarations sur les évolutions futures d'ALDI Nord. Ces déclarations constituent des estimations établies sur la base des informations dont ALDI Nord a disposé. Les développements effectifs peuvent s'écarter des prévisions. ALDI Nord décline par conséquent toute responsabilité quant à de telles déclarations.