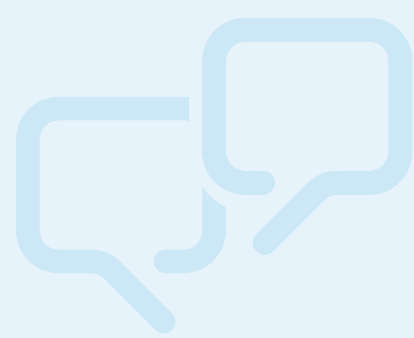




Nasze zaangażowanie na rzecz lepszego klimatu



Grupa Przedsiębiorstw ALDI Nord
Polityka klimatyczna





„Poprzez przystąpienie do UN Global Compact **ALDI Nord** opowiada się za przestrzeganiem uniwersalnych zasad odpowiedzialności przedsiębiorstwa, jak też aktywnie przyczynia się do bardziej sprawiedliwej i zrównoważonej przyszłości.

Kompleksowa, długofalowa dyskusja na temat wpływu przedsiębiorstwa na zmiany klimatyczne jest przy tym ważnym krokiem, by współkształtować zmiany i pozostać konkurencyjnym.“

Marcel Engel

Kierownik niemieckiego oddziału
Global Compact

Spis treści

03 PRZEDMOWA

04 STRATEGIA & CEL

05 BILANS KLIMATYCZNY

07 DZIAŁANIA

12 PERSPEKTYWA

13 OPINIA WERYFIKACYJNA

15 REDAKCJA & KONTAKT

PRZEDMOWA

STRATEGIA & CEL

BILANS KLIMATYCZNY

DZIAŁANIA

PERSPEKTYWA

OPINIA WERYFIKACYJNA

REDAKCJA & KONTAKT

Drodzy Czytelnicy,

marka ALDI, jak żadna inna, oznacza sukces zasad dyskontu. Jako dyskont wyróżnia nas to, że gospodarujemy szczególnie wydajnie istniejącymi zasobami. Dla nas oznacza to również, że nie zamierzamy zanadto wykorzystywać zasobów naszej planety, ponieważ są one podstawą naszej działalności handlowej. Tę podstawę chcemy zachować dla przyszłych pokoleń, dlatego dotrzymujemy słowa i intensywnie pracujemy na rzecz ochrony klimatu. Przy tym postępujemy jak prawdziwi handlowcy, czyli w sposób jaki znają od lat nasi klienci – „Prosto. Odpowiedzialnie. Niezawodnie.”

Postawiliśmy sobie za cel obniżenie do 2021 r. emisji gazów cieplarnianych w stosunku do 2015 r. Pracujemy nad osiągnięciem tego celu, mając jasny harmonogram. Przy pomocy innowacyjnych technologii poprawiamy efektywność naszych sklepów i centrów logistycznych. Jednocześnie optymalizujemy nasze procesy logistyczne oraz chłodnictwo. Więcej prądu z odnawialnych źródeł – to kolejny element naszej strategii klimatycznej. Ponadto stwarzamy warunki, by zakotwiczyć ochronę środowiska w naszych procesach handlowych. W ramach Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord ochrona klimatu jest prawdziwie wspólnym zadaniem, nad którym ściśle współpracujemy ze wszystkimi działami i krajami.

Dla naszych klientów ochrona klimatu odgrywa dużą rolę. Powinni oni mieć pewność, że w ALDI Nord mogą zrobić zakupy w sposób przyjazny dla klimatu. Stuszenie żądają od nas zrównoważonych działań, ponieważ tylko takie przedsiębiorstwo, które podczas transportu, logistyki oraz prowadzenia sklepu bierze pod uwagę ochronę klimatu, może w wiarygodny sposób oferować produkty. Również pracownicy ALDI oczekują, że Grupa Przedsiębiorstw będzie działać odpowiedzialnie. Podejmowane przez nas działania mają na celu podniesienie naszej atrakcyjności jako pracodawcy i są ważnym czynnikiem w walce o najlepsze talenty. Szczególnie miasta, gminy i wspólnoty żądają od przedsiębiorstw coraz większego zaangażowania na rzecz ochrony klimatu. Staramy się sprostać oczekiwaniom wszystkich grup interesariuszy.

Przykładem naszego zaangażowania było nasze przystąpienie w 2017 r. do Global Compact Narodów Zjednoczonych. Jest to najważniejsza inicjatywa na arenie międzynarodowej w odniesieniu do odpowiedzialnego zarządzania przedsiębiorstwem. Wspieramy wizję zrównoważonej gospodarki światowej i opowiadamy się za dziesięcioma uniwersalnymi zasadami Global Compact.

Rayk Mende

Dyrektor Corporate
Responsibility ALDI Einkauf
GmbH & Co. oHG



Rayk Mende
Dyrektor Corporate Responsibility
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

PRZEDMOWA

STRATEGIA & CEL

BILANS KLIMATYCZNY

DZIAŁANIA

PERSPEKTYWA

OPINIA WERYFIKACYJNA

REDAKCJA & KONTAKT

Co chcemy osiągnąć

ALDI Nord postawiło sobie jasny cel związany z ochroną klimatu. Zobowiązujemy się do obniżenia naszej emisji gazów cieplarnianych do 2021 r., o 40 procent w stosunku do 2015 r. – i to we wszystkich krajach Grupy Przedsiębiorstw. Ten cel dotyczy emisji, które sami wywołujemy w wyniku naszej działalności handlowej (emisja Scope 1 i Scope 2).

Powstają one przede wszystkim w wyniku prowadzenia naszych sklepów, centrów logistycznych oraz podczas transportu. W każdym kraju, w którym jesteśmy reprezentowani, ustaliliśmy indywidualne cele klimatyczne, specyficzne dla danego kraju. Wspólnie pracujemy nad tym, by osiągnąć nasz globalny cel do 2021 r.

Nasza strategia klimatyczna jest długoterminowa i obejmuje dwa priorytety:

- Dzięki poprawie efektywności oszczędzamy energię, czynniki chłodnicze i paliwo. Skupiamy się przy tym na tych obszarach, gdzie zużycie jest największe. W ten sposób obniżamy nie tylko naszą emisję gazów cieplarnianych, lecz także koszty produkcji. W chłodnictwie także obniżamy naszą emisję, zmniejszając ubytki w czynnikach chłodniczych (priorytet 1).
- Czerpiemy więcej prądu z energii odnawialnych (priorytet 2). Obejmuje to zarówno produkcję własną, jak też zakup prądu.

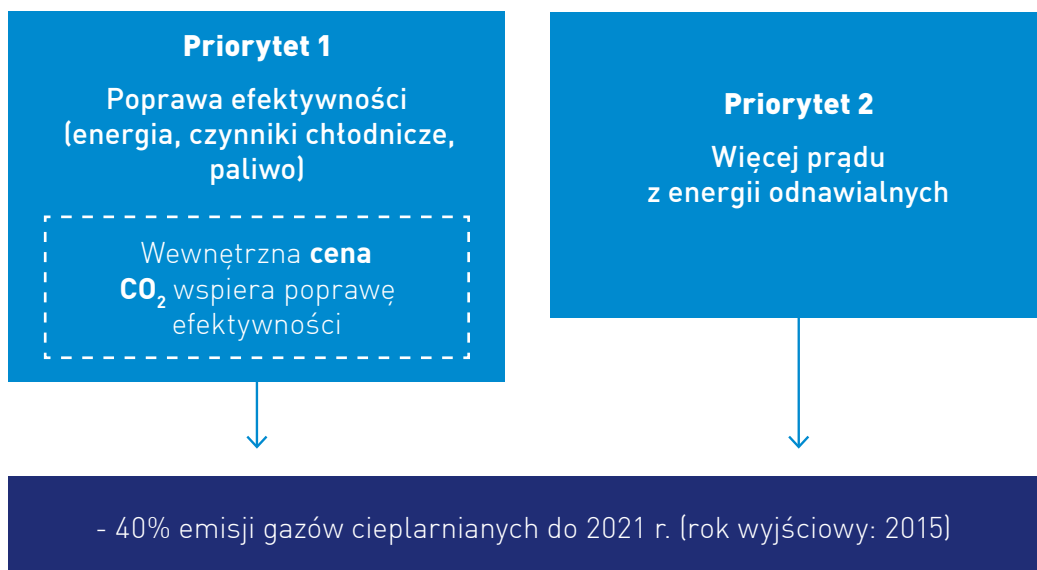
Aby ochrona klimatu była realizowana w całym przedsiębiorstwie, musi ona nabrać znaczenia ekonomicznego. Dlatego ustalamy w 2018 r. wewnętrzną cenę za tonę CO₂. Cena ta powinna być stosowana we wszystkich decyzjach inwestycyjnych istotnych dla emisji (patrz strona 11 „Procesy handlowe”). W ten sposób chcemy zakotwiczyć ochronę klimatu w naszych procesach handlowych.

Baza: bilans klimatyczny i analiza trendów

Abyśmy mogli efektywnie zmniejszać naszą emisję gazów cieplarnianych, musimy wiedzieć, gdzie powstają. Nasz bilans klimatyczny dzieli emisję gazów według źródeł i wskazuje nam założenia dla działań na rzecz ochrony klimatu (patrz strona 5 „Bilans klimatyczny”).

Samo to nie wystarcza jednak dla trwałości strategii. Równie ważne jest przewidywanie i szacowanie rozwoju przedsiębiorstwa, gdyż otwieranie nowych sklepów, wprowadzanie nowego wyposażenia technicznego lub wydłużanie godzin otwarcia mogą w przyszłości zwiększyć nasze zapotrzebowanie na energię, a przez to naszą emisję gazów cieplarnianych. Dlatego stawiamy w naszej strategii na więcej prądu z energii odnawialnych.

Priorytety naszej strategii klimatycznej



PRZEDMOWA

STRATEGIA & CEL

BILANS KLIMATYCZNY

DZIAŁANIA

PERSPEKTYWA

OPINIA WERYFIKACYJNA

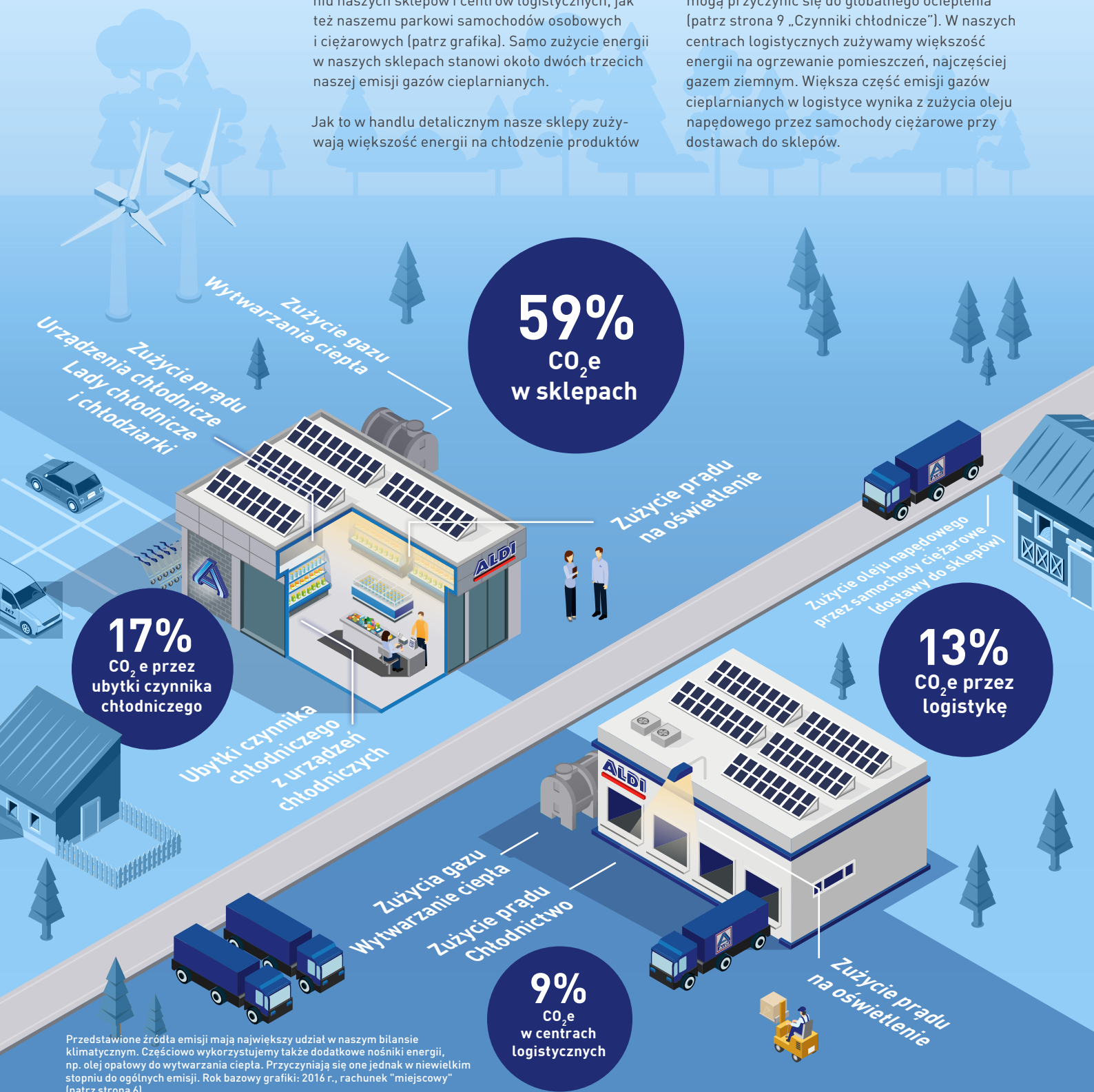
REDAKCJA & KONTAKT

Gdzie się znajdujemy

Bilans klimatyczny jest bazą naszej strategii, ponieważ pokazuje miejsca powstawania emisji gazów cieplarnianych. W tym celu rejestrujemy od 2014 r. całość zużycia energii i paliw, jak też tzw. ubytki czynnika chłodniczego, w całej Grupie Przedsiębiorstw ALDI Nord, we wszystkich dziewięciu krajach. Przyglądamy się prowadzeniu naszych sklepów i centrów logistycznych, jak też naszemu parkowi samochodów osobowych i ciężarowych (patrz grafika). Samo zużycie energii w naszych sklepach stanowi około dwóch trzecich naszej emisji gazów cieplarnianych.

Jak to w handlu detalicznym nasze sklepy zużywają większość energii na chłodzenie produktów

spożywczych, oświetlenie sal sprzedaży i ogrzewanie. Chłodzenie naszych produktów wymaga dodatkowo zastosowania czynników chłodniczych. Najczęściej stosowane czynniki chłodnicze w handlu produktami spożywczymi mają jednak wysoki potencjał, jeżeli chodzi o gazy cieplarniane. Jeżeli na skutek nieszczelności trafią one do atmosfery, mogą przyczynić się do globalnego ocieplenia (patrz strona 9 „Czynniki chłodnicze”). W naszych centrach logistycznych zużywamy większość energii na ogrzewanie pomieszczeń, najczęściej gazem ziemnym. Większa część emisji gazów cieplarnianych w logistyce wynika z zużycia oleju napędowego przez samochody ciężarowe przy dostawach do sklepów.



PRZEDMOWA

STRATEGIA & CEL

BILANS KLIMATYCZNY

DZIAŁANIA

PERSPEKTYWA

OPINIA WERYFIKACYJNA

REDAKCJA & KONTAKT

**Metoda:
wystandaryzowana i sprawdzona**

Nasz bilans klimatyczny jest sporządzany według uznanego na całym świecie standardu Greenhouse Gas (GHG) Protocol. Zaleca on wiążące ramy obliczania. Zewnętrzna kontrola, zgodnie ze standardami ISAE 3000 i ISAE 3410, zapewnia wysoką jakość danych (patrz strona 13 „Opinia weryfikacyjna”).

Zgodnie z protokołem GHG obliczamy emisję Scope-2 na podstawie zużycia prądu od 2016 r., z po-

działem na zależne od rynku lub miejsca **czynniki emisji**. Ponieważ zakup prądu z energii odnawialnych jest priorytetem naszej strategii, nasz cel do 2021 r. zakłada redukcję emisji Scope-2 metodą rachunku „rynkowego”.

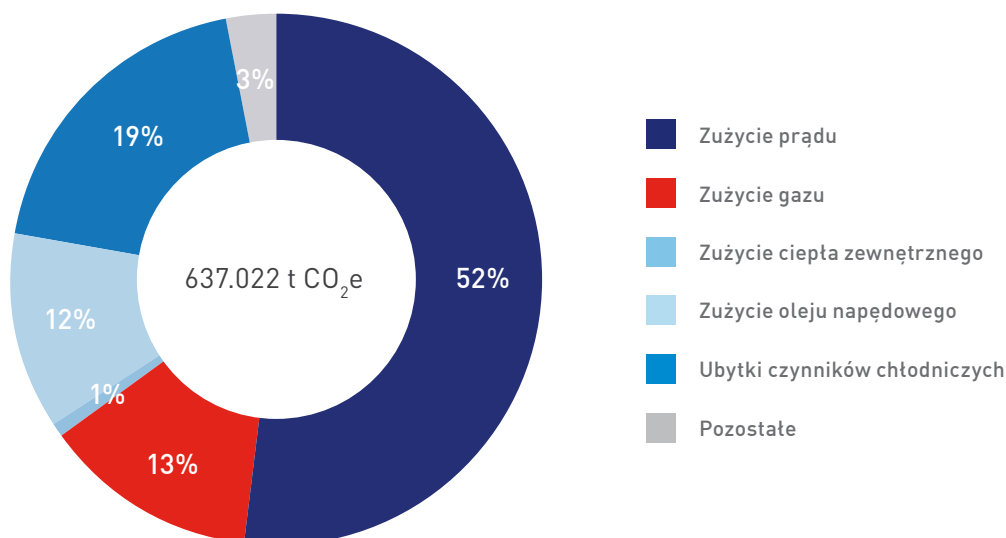
W roku 2015 – a więc w naszym „roku zerowym” w odniesieniu do naszego celu – emisja gazów cieplarnianych (Scope 1 i 2) wynosiła dla całej Grupy przedsiębiorstw 637.022 ton CO₂.

Czynniki emisji

Metoda rachunku „miejscowego” definiuje dla każdego regionu geograficznego (np. kraju) przeciętne czynniki emisji, które są ustalane przez International Energy Agency. Dla metody rachunku „rynkowego” natomiast – o ile to możliwe – za podstawę bierze się indywidualne zużycie prądu przez dane przedsiębiorstwo, przy pomocy faktycznie powstającej emisji producenta energii. W tym wypadku zakup prądu z energii odnawialnej skutkuje obniżeniem emisji, natomiast przy emisjach wyliczonych metodą rachunku „miejscowego” nie jest on uwzględniany.

Bilans klimatyczny w roku wyjściowym 2015

Emisja gazów Scope 1 i 2 wyliczana metodą rachunku „rynkowego” proporcjonalnie wg źródeł (w procentach), jak też catkowicie (w tonach CO₂)

**PORTUGALIA I FRANCJA****Przede wszystkim energia słoneczna**

Już w 2015 r. ALDI Portugalia uruchomiło w jednym ze sklepów pierwszą instalację fotowoltaiczną. W 2016 r. zostały zbudowane kolejne instalacje, produkujące około 1.000 MWh prądu, a więc mniej więcej tyle, ile zużywa 250 gospodarstw jednorodzinnych rocznie. Inwestujemy dalej, do 2021 r. w Portugalii mają być zainstalowane urządzenia o mocy 5.000 kWp. Odpowiada to ponad 50 nowym instalacjom. Również we Francji stawiamy w przyszłości na energię słoneczną. Łącznie zaplanowano 120 instalacji – pierwsze w naszych francuskich sklepach. W następnych latach będziemy produkować prąd przy pomocy instalacji fotowoltaicznych w prawie wszystkich krajach, w których jesteśmy aktywni.



PRZEDMOWA

STRATEGIA & CEL

BILANS KLIMATYCZNY

DZIAŁANIA

PERSPEKTYWA

OPINIA WERYFIKACYJNA

REDAKCJA & KONTAKT

Co robimy

Jakimi działaniami możemy obniżyć nasze zużycie energii i zredukować ubytki czynnika chłodniczego? Jak możemy wytworzyć więcej własnej energii ze źródeł odnawialnych? Kwestie te były naszymi priorytetami podczas tworzenia naszej strategii klimatycznej. Od końca 2016 r. specjaliści z właściwych działów, grupy robocze oraz eksperci wielokrotnie spotykali się w ALDI Nord Deutschland (Corporate Responsibility – CR, nieruchomości i ekspansja, chłodnictwo, logistyka). Wspólnie ocenili już zrealizowane projekty na rzecz ochrony klimatu i przedyskutowali potencjalne nowe środki. To gremium fachowców towarzyszy, w dalszym ciągu, procesowi realizacji (patrz strona 11 „Procesy handlowe”).

Wynikiem ich analizy jest szeroki pakiet potencjalnych środków na rzecz ochrony klimatu (patrz

grafika). Spółki ALDI w poszczególnych krajach decydują w oparciu o indywidualne kryteria, przy pomocy jakich środków mogą osiągać cele klimatyczne danego kraju.

Sklepy: innowacyjna technologia obniża zużycie energii

Funkcjonowanie sklepów ma największy udział w emisji gazów cieplarnianych i osiąga wartość powyżej 59%. Jeden sklep zużywa rocznie – w zależności od wielkości i wyposażenia – około 150 do 250 MWh prądu. To odpowiada zużyciu energii przez około 40 do 60 przeciętnych gospodarstw jednorodzinnych. Warunek większej efektywności energetycznej tkwi w obszarach chłodzenia i oświetlenia. Te dwa obszary są odpowiedzialne za około 80 procent zużycia prądu.

Sklep

- Oświetlenie LED
- Projekt SyCool green
- Stosowanie odzyskiwania ciepła
- Wprowadzanie zarządzania energią
- Instalacje fotowoltaiczne
- Zakup prądu z energii odnawialnych

Chłodnictwo

- Systemy chłodzenia CO₂
- MobiLec i umowy odnośnie konserwacji
- Zamrażarki i nadbudówki z naturalnym czynnikiem chłodniczym propan (R290)
- Projekt ESyCool green
- Stosowanie odzyskiwania ciepła

Logistyka

- Alternatywne napędy
- Paliwa biologiczne
- Efektywna logistyka transportu

Centrum logistyczne

- Oświetlenie LED
- Oświetlenie dopasowane do potrzeb
- Wprowadzenie zarządzania energią
- Instalacje fotowoltaiczne
- Zakup prądu z energii odnawialnych

PRZEDMOWA

STRATEGIA & CEL

BILANS KLIMATYCZNY

DZIAŁANIA

PERSPEKTYWA

OPINIA WERYFIKACYJNA

REDAKCJA & KONTAKT

Okolo jednej czwartej zużycia prądu przez dany sklep przypada na oświetlenie powierzchni handlowej. Od 2016 r. we wszystkich krajach, w nowych sklepach, stosuje się oświetlenie LED. Zużywa ono do 50 procent mniej prądu niż nasze dotychczasowe oświetlenie. Od 2017 r. w większości krajów przerabiamy oświetlenie sal sprzedaży w istniejących sklepach na LED, włącznie z oświetleniem regałów chłodniczych i chłodziarek. LED posiada jeszcze inną zaletę – wytwarza mniej ciepła niż inny rodzaj oświetlenia, więc potrzeba również mniej prądu na chłodzenie. W naszych nowych sklepach okna sięgające do ziemi zapewniają dużą ilość światła słonecznego i zmniejszają przez to zapotrzebowanie na sztuczne oświetlenie. Jeżeli poza naszymi godzinami otwarcia w sklepach są wyłącznie pracownicy, redukujemy dodatkowo oświetlenie pomieszczeń handlowych do jednej trzeciej. W ten sposób dodatkowo oszczędzamy energię. Również do oświetlenia elementów zewnętrznych, parkingów, magazynów i bocznych pomieszczeń wykorzystujemy technologię LED.

Kolejnym obszarem zwiększania ochrony klimatu w naszych sklepach jest chłodnictwo. Wiele spośród naszych towarów jest chłodzonych lub głęboko mrożonych – są to procesy wymagające energii. Produkty głęboko mrożone są oferowane w zamrażarkach stojących, a w naszych nowych sklepach w nadbudówkach wiszących.

Wymiana na bardziej efektywne modele daje duży potencjał oszczędności energii. Dla naszych sklepów w Niemczech kupowane są przykładowo zamrażarki z naturalnym czynnikiem chłodniczym (patrz strona 9 „Czynniki chłodnicze”). Dzięki sprężarkom i oświetleniu LED oszczędzają one, przy tej samej wielkości, do 35 procent prądu w porównaniu ze starszymi modelami.

Nie tylko w dziedzinie zamrażania, lecz również w chłodnictwie optymalizujemy nasze zużycie energii. W Niemczech od 2017 r. w większości nowych sklepów i po przebudowie stosuje się systemy chłodzenia CO₂. W przypadku urządzeń zintegrowanych CO₂ w nowych obiektach podłoga jest wykorzystywana do ogrzewania, podobnie jak w przypadku ogrzewania podłogowego. Dodatkowo urządzenia grzewcze i wentylacyjne są niepotrzebne lub redukowane. Z drugiej strony, zmniejsza się zużycie energii związane z wytwarzaniem ciepła. Urządzenia zintegrowane pozyskują ciepło, które powstaje przy uzyskiwaniu zimna – tak samo jak ciepło z powietrza wylotowego.

Nowa technologia jest uzupełniana przez zarządzanie danymi energetycznymi. W Niemczech wprowadziliśmy w 2017 r. we wszystkich naszych sklepach i centrach logistycznych system, który dostarcza aktualnych danych dot. zużycia prądu.

DANIA**Zamiana na LED**

W Danii wprowadziliśmy już we wszystkich magazynach oświetlenie LED. Dzięki temu oszczędzamy około 40 procent energii zużywanej na oświetlenie. To niemało, zwłaszcza gdy w naszych centrach logistycznych zużywamy nawet do 50 procent energii na oświetlenie.

**BELGIA****Magazynowanie chroniące klimat**

Na początku 2019 r. zostanie otwarte w belgijskim Turnhout nowe centrum logistyczne, w którym wszystko działa pod znakiem ochrony środowiska: tam łączy się między innymi oświetlenie LED z czujnikami ruchu, aby dodatkowo obniżyć zużycie energii. Chłodzenie następuje przy pomocy efektywnych systemów chłodzenia CO₂. Do ogrzewania stosuje się ponadto ogrzewanie podłogowe, które w zimie jest wspomagane przez ciepło wylotowe z chłodni.

PRZEDMOWA

STRATEGIA & CEL

BILANS KLIMATYCZNY

DZIAŁANIA

PERSPEKTYWA

OPINIA WERYFIKACYJNA

REDAKCJA & KONTAKT

Wskaźnik wycieku

Wskaźnik wycieku określa ilość wyciekającego czynnika chłodniczego (kg) w stosunku do ilości potrzebnej do napełnienia urządzenia (kg).



Pracujemy nad tym, by przerobić większość naszych centrów logistycznych na oświetlenie LED, dzięki czemu oczekujemy oszczędności do 3.000 ton emisji CO₂ rocznie.

Zautomatyzowana analiza danych stwarza nam możliwość szybkiego rozpoznania ewentualnych defektów, usuwania ich i przez to oszczędzania energii. W Holandii wprowadzimy w 2018 r. system zarządzania energią zgodnie z ISO 50001.

Czynniki chłodnicze: mniejsze ubytki i alternatywy chroniące klimat

Czynniki chłodnicze mogą trafić do atmosfery (wycieki) i przyczynić się do globalnego ocieplenia. Obecnie wycieków nie da się całkowicie uniknąć i mogą one wystąpić przede wszystkim przy eksploatacji regatów chłodzących. W 2016 r. około 17 procent naszej emisji powstało przez ubytek czynników chłodniczych, ponieważ wiele czynników chłodniczych to silnie działające gazy cieplarniane, jak choćby stosowany często w handlu produktami spożywczymi R404A.

Zmniejszenie tzw. [wskaźnika wycieku](#) jest ważnym elementem naszej strategii klimatycznej. Oprócz regularnych kontroli szczelności wprowadziliśmy w naszych niemieckich sklepach cyfrowy system monitoringu. Umożliwia on przez cyfrowe gromadzenie danych ich ocenę oraz szybki przegląd urządzeń chłodniczych. Emisję gazów cieplarnianych z powodu ubytków czynników chłodniczych, zmniejszyliśmy między rokiem 2015 a 2016 o 14.000 ton. We Francji i Holandii pracujemy obecnie nad wprowadzeniem systemu ogólnokrajowego.

Równocześnie zastępujemy dotychczasowe czynniki chłodnicze nieszkodliwymi dla klimatu alternatywami. Wszystkie chłodziarki i zamrażarki w Niemczech przestawiamy stopniowo na naturalny czynnik chłodniczy – propan (R290), który wykazuje bardzo niski potencjał jako gaz cieplarniany. W naszych nowych systemach chłodzenia CO₂ (patrz strona 7 „Sklepy”) stosuje się CO₂ jako czynnik chłodniczy.

Centra logistyczne: wydajne oświetlenie dopasowane do potrzeb

Również w centrach logistycznych oświetlenie jest odpowiedzialne za większą część zużycia prądu (do 50 procent). Technologia LED stwarza również tutaj duży potencjał. Dlatego planujemy w Niemczech i Belgii przerobienie na LED-y. Przez to oczekujemy rocznej oszczędności do 3.000 ton emisji CO₂. W Danii już teraz stosuje się w centrach logistycznych technologię LED.

Ponadto w centrach logistycznych ewaluujemy zastosowanie oświetlenia dopasowanego do potrzeb. Przez czujniki ruchu w pełni oświetla się tylko te części magazynu, w których się pracuje. Obok czujników ruchu zainstalowano też czujniki światła. Redukują one sztuczne oświetlenie w zależności od ilości wpadającego światła dziennego, co dodatkowo pozwala zaoszczędzić prąd.

Logistyka: badany potencjał alternatywnych napędów

Nasze towary muszą być przetransportowane z centrów logistycznych do sklepów. Transport realizujemy przeważnie sami. W 2016 r. około 13 procent naszej emisji gazów cieplarnianych pochodziło z logistyki. Zużycie oleju napędowego przez nasze samochody ciężarowe stanowi największą część emisji. Logistycznie nadal trudno jest zastąpić olej napędowy innym paliwem chroniącym klimat. Jednak obserwujemy zastosowanie alternatywnych paliw, w tym zastosowanie E-ciężarówek i pojazdów na gaz. Potencjał istnieje przede wszystkim w ruchu miejskim.

Energie odnawialne: więcej zielonego prądu do 2021 r.

Mimo podjętych przez nas działań na rzecz wydajności liczymy się w przyszłych latach ze wzrostem zapotrzebowania na prąd w związku z pozytywnym rozwojem przedsiębiorstwa i nowymi otwarciem naszych sklepów.

**HISZPANIA**

Wszystko w czasie rzeczywistym

W Hiszpanii wykorzystujemy w 40 sklepach system zarządzania energią, przy pomocy którego rejestrujemy i oceniamy cyfrowo zużycie energii u głównych odbiorców, podobnie jak w naszym systemie w Niemczech. Mamy więc pod kontrolą zużycie w czasie rzeczywistym i możemy szybko usuwać defekty – to oszczędza energię i koszty. System w Hiszpanii obejmuje ponadto: cyfrowy system monitoringu wycieków do nadzorowania ubytków czynników chłodniczych.

PRZEDMOWA

STRATEGIA & CEL

BILANS KLIMATYCZNY

DZIAŁANIA

PERSPEKTYWA

OPINIA WERYFIKACYJNA

REDAKCJA & KONTAKT

Dlatego zwiększone zastosowanie prądu z energii odnawialnych jest kolejnym ważnym elementem naszej strategii klimatycznej. Prąd wytwarzamy częściowo sami ze źródeł odnawialnych.

Podczas produkcji własnej, stawiamy na energię słoneczną. Dachy licznych sklepów i centrów logistycznych są już wyposażone w instalacje fotowoltaiczne. W 2016 r. nasze instalacje miały już zainstalowaną moc powyżej 22.000 kWp i produkowały prawie 16.000 MWh prądu – tyle, ile 4.000 gospodarstw jednorodzinnych zużywa w ciągu roku. W ten sposób mogliśmy uniknąć emisji około 7.000 ton CO₂. Do 2021 r. chcemy, poprzez kolejne urządzenia, zainstalować dodatkową moc nominalną 50.000 kWp. Tylko we Francji zaplanowano 120 instalacji. Tym samym własne wytwarzanie prądu z energii słonecznej, stanie się ważnym filarem naszego zaopatrzenia w energię.

Obecnie zużywamy przemysłowo około 60 do 70 procent wytworzonego prądu, reszta jest przesyłana do sieci energetycznej. Zaplanowano zwiększenie udziału samodzielnie wykorzystywanej energii. W tym celu pilotujemy wprowadzanie technologii przechowywania, które umożliwią nam wykorzystanie wytworzonego prądu w późniejszym czasie. W Niemczech już trzy sklepy są pilotażowo wyposażone w zbiorniki lodu z projektu „ESyCool green” (patrz „Kompleksowa ochrona klimatu - od podłogi po dach”).

Mimo kolejnych instalacji fotowoltaicznych również w następnych latach będziemy ciągle pobierać większą część prądu z sieci. Aby osiągnąć nasz cel, planujemy według dzisiejszego stanu do 2021 r. pobierać więcej zielonego prądu. Obecnie pracujemy nad kryteriami jego zakupu. W ten sposób chcielibyśmy się przyczynić do rozwoju energii odnawialnych.

NIEMCY

Kompleksowa ochrona klimatu - „od podłogi po dach”

W trzech niemieckich sklepach testujemy obecnie innowacyjny system zaopatrywania naszych sklepów w zimno i ciepło. To wyraźnie obniża zużycie energii. Wykorzystujemy przy tym prąd z naszych instalacji fotowoltaicznych, aby napędzić pompy ciepła i zaopatrzyć sklepy w ciepło i zimno. Ponadto ciepło odprowadzone podczas chłodzenia jest odzyskiwane, również po to, by ogrzać budynek.

Nadmiar energii z instalacji fotowoltaicznych wykorzystujemy, by zamrozić wodę w zbiorniku lodu. Przez celowe zamrażanie i roztopianie wody w zbiorniku można oszczędzać energię i odzyskiwać ją w razie potrzeby. Innowacyjny projekt „ESyCool green” ustala nowe kryteria w handlu detalicznym produktami spożywczymi. Nasz partner projektu – Viessmann – otrzymał za to w lutym 2018 r. niemiecką nagrodę za innowację na rzecz klimatu i środowiska 2017 r. w kategorii innowacyjne procesy. Po zakończeniu fazy testowej zdecydujemy o dalszym wprowadzaniu.



W 2016 r. nasze instalacje fotowoltaiczne produkowały prawie 16.000 MWh prądu – tyle, ile 4.000 gospodarstw zużywa średnio rocznie. Chcemy zwiększać udział samodzielnie wytworzonego prądu!



PRZEDMOWA

STRATEGIA & CEL

BILANS KLIMATYCZNY

DZIAŁANIA

PERSPEKTYWA

OPINIA WERYFIKACYJNA

REDAKCJA & KONTAKT

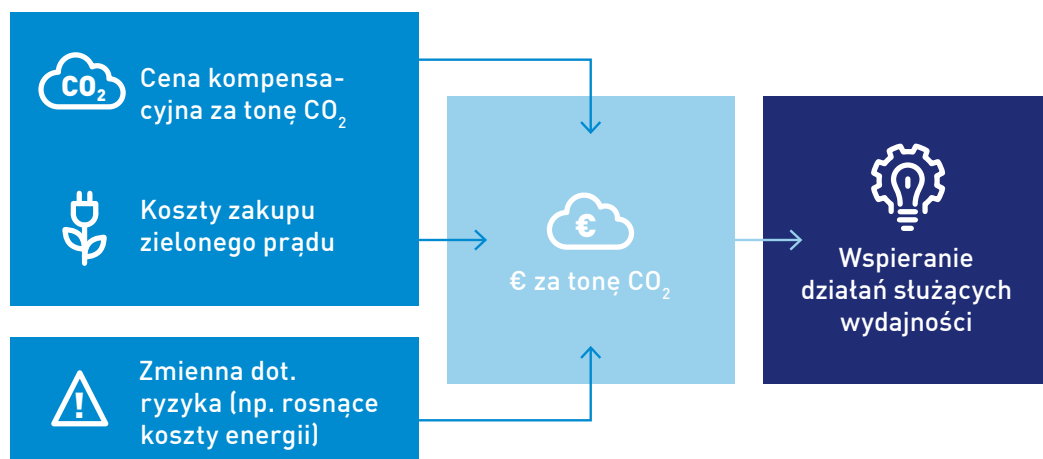
Procesy handlowe: zakotwiczenie ochrony klimatu w procesach handlowych

Ochrona klimatu wymaga współpracy i wiedzy różnych działów. Przy tym należy zagwarantować, że możemy reagować szybko i elastycznie na rozwój technologiczny i warunki polityczne. Dlatego zapewniamy regularną wymianę doświadczeń wszystkich uczestniczących ekspertów. Dla efektywnej kontroli regularnie monitorujemy postępy w projekcie i bilans klimatyczny całej Grupy Przedsiębiorstw. Są one oceniane przez Dział CR i analizowane przez powołane w tym celu gremium fachowców. Jeżeli jakieś rozwiązanie nie przynosi efektów, dyskutuje się nad nowymi.

O naszych postępach w realizacji celu klimatycznego, regularnie informujemy wewnątrz przedsiębiorstwa, a także poza nim.

Aby zakotwiczyć ochronę klimatu jeszcze mocniej w naszych procesach handlowych, ustaliśmy w 2018 r. wewnętrzną cenę CO₂. Składa się ona z oczekiwanych kosztów zakupu zielonego prądu i możliwej ceny kompensacyjnej za tonę CO₂; dodatkowo uwzględnia ona zmienną związaną z ryzykiem – przykładowo rosnące w przyszłości koszty energii (patrz rysunek). Koszty te powinny zostać doliczone podczas każdej decyzji dotyczącej inwestycji, która ma wpływ na emisję gazów cieplarnianych Grupy Przedsiębiorstw. Celem są dodatkowe bodźce dla efektywnych energetycznie i chroniących klimat inwestycji.

Nasza cena CO₂



HOLANDIA

Oranje stawia na zielone

W 2015 r. Holandia przeszła całkowicie na zielony prąd. W 2016 r. mogliśmy tam w ten sposób zaoszczędzić 38.000 ton CO₂¹.

¹ W porównaniu do przeciętnej holenderskiej mieszanki energetycznej, według International Energy Agency.

PRZEDMOWA

STRATEGIA & CEL

BILANS KLIMATYCZNY

DZIAŁANIA

PERSPEKTYWA

OPINIA WERYFIKACYJNA

REDAKCJA & KONTAKT

Co będzie dalej

W ostatnich latach osiągnęliśmy już wiele w dziedzinie ochrony klimatu. Przy pomocy naszej strategii klimatycznej, stworzyliśmy podstawy do rozwijania naszych działań. Będziemy konsekwentnie realizować przedstawione tu środki i rozwijać je dalej. Przy tym będziemy w dalszym ciągu poszukiwać innowacyjnych rozwiązań, które pomogą nam w osiągnięciu naszego celu.

O naszych postępach, również w przyszłości, będziemy jasno informować, czyli „Prosto. Odpowiedzialnie. Niezawodnie.”



PRZEDMOWA

STRATEGIA & CEL

BILANS KLIMATYCZNY

DZIAŁANIA

PERSPEKTYWA

OPINIA WERYFIKACYJNA

REDAKCJA & KONTAKT

Zaświadczenie niezależnego rewidenta



FLOTTMEYER • STEGHAUS + PARTNER
WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT • STEUERBERATUNGSGESELLSCHAFT

DO ALDI EINKAUF GMBH & CO. OHG

Zlecono nam przeprowadzenie niezależnej kontroli w zakresie ekonomii przedsiębiorstwa w celu uzyskania ograniczonej pewności odnośnie danych z raportu ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG (dalej zwanej „spółką”) dla Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord (dalej zwanej „przedsiębiorstwem”) pt. „Polityka klimatyczna Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord” (dalej zwanego „raportem”) za rok 2015 (rok wyjściowy) oraz za rok 2016.

Rzetelność analizy i przedstawienie zaprezentowanej w raporcie strategii klimatycznej w zgodzie z kryteriami raportu, łącznie z identyfikacją ważnych tematów, spoczywa na zarządzie spółki. Naszym zadaniem jest sporządzenie opinii na temat strategii klimatycznej podanej w raporcie w formie tego zaświadczenia.

PRZEDMIOT ZLECENIA

Spółka wykorzystuje do rejestracji emisji gazów cieplarnianych protokół Greenhouse Gas Protocol (w skrócie GHG). Według niego bilansowanie musi obejmować przynajmniej całość emisji, która podlega bezpośredniemu wpływowi przedsiębiorstwa [Scope-1 i Scope-2].

Spółka rozwinęła w tym celu wewnętrzny przewodnik, jak też model rozwoju w celu redukcji emisji gazów cieplarnianych.

Zaplanowaliśmy i przeprowadziliśmy naszą kontrolę tak, by z ograniczoną pewnością móc wykluczyć, że następujące źródła i wskaźniki oraz związane z nimi cele nie są przedstawione w zgodzie z kryteriami raportu:

- Status celu klimatycznego – emisja gazów cieplarnianych w tonach CO₂e
- Źródła emisji
- Zmiany źródeł emisji
- Źródła emisji ujęte w raporcie
- Zużycie prądu i energii cieplnej w MWh
- Zużycie oleju napędowego w litrach
- Ubytki czynników chłodniczych (wycieki) w kilogramach
- Stosowanie przeliczania i czynników emisji

RODZAJ I ZAKRES BADANIA EKONOMICZNEGO

Badanie ekonomiczne przeprowadziliśmy International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised), jak też ISAE 3410 „Assurance Engagement on Greenhouse Gas Statement”, wydanych przez International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB). Standardy te wymagają, abyśmy przestrzegali obowiązków zawodowych i planowali oraz realizowali zlecenie z uwzględnieniem zasad istotności w taki sposób, by oddać naszą ocenę z ograniczoną pewnością.

W przypadku badania ekonomicznego dla uzyskania ograniczonej pewności przeprowadzone działania kontrolne są mniej obszerne w porównaniu z badaniem dla uzyskania wystarczającej pewności, więc w ten sposób uzyskuje się mniejszą pewność.

PRZEDMOWA

STRATEGIA & CEL

BILANS KLIMATYCZNY

DZIAŁANIA

PERSPEKTYWA

OPINIA WERYFIKACYJNA

REDAKCJA & KONTAKT

Wybór czynności kontrolnych następuje według uznania rewidenta.

W ramach badania ekonomicznego przeprowadziliśmy, między innymi następujące czynności odnośnie strategii, celów i wskaźników:

- ocena i oszacowanie stosowanych wewnętrznych kryteriów przedsiębiorstwa na rzecz badania unikania emisji gazów cieplarnianych, jak też procesów sporządzania, analizy i agregacji danych pod kątem ich dokumentowania
- ankietowanie pracowników działu Corporate Responsibility spółki, którzy operacyjnie odpowiadają za poszczególne dane, jak też tworzenie klimatycznej
- ocena koncepcji implementacji systemów i procesów celu stwierdzenia, przetwarzania i kontroli danych i wskaźników zawartych w zakresie kontroli, łącznie z konsolidacją danych
- klasyfikacja i sprawdzenie modelu
- kontrola czynników stosowanych do obliczania rozwoju emisji na podstawie próbek losowych
- odwiedzanie wybranych spółek na miejscu w celu oceny danych źródłowych, jak też koncepcji i implementacji procesów walidacji na płaszczyźnie regionalnej
- kontrola istotnego zużycia na podstawie próbek losowych
- kontrola rejestrowania danych za 2016 r. i uporządkowania danych za rok wyjściowy 2015
- wrywkowa kontrola wyliczonej emisji Scope-1 i Scope-2 za lata 2015 i 2016
- ocena całości danych i wskaźników polityki klimatycznej

OCENA

Na podstawie naszej kontroli ekonomicznej w celu uzyskania ograniczonej pewności nie poznaliśmy żadnych stanów rzeczy, które spowodowałyby uznanie, że przedstawiona w rozprawie „Polityka klimatyczna Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord” za rok 2015 i 2016 strategia klimatyczna, nie została sporządzona pod wszystkimi istotnymi względami w zgodzie z kryteriami protokołu GHG-Protocol (istotność, kompletność, konsystencja i dokładność).

PRZEZNACZENIE ZAŚWIADCZENIA

Zaświadczenie to przygotowujemy na podstawie zlecenia otrzymanego od spółki. Kontrola ekonomiczna dla uzyskania ograniczonej pewności została przeprowadzona dla celów spółki, a zaświadczenie jest przeznaczone tylko do jej poinformowania o wyniku audytu przedsiębiorstwa. Zaświadczenie nie jest przeznaczone do tego, by podmioty trzecie podejmowały na jej podstawie decyzje (majątkowe). Odpowiadamy jedynie wobec spółki. Nie ponosimy żadnej odpowiedzialności wobec osób trzecich.

Essen, dnia 31 maja 2018 r.

F l o t t m e y e r · S t e g h a u s + P a r t n e r

Spółka biegłych rewidentów · Spółka doradców podatkowych

Ruth Beerbaum
Biegły rewident

Christian Bruun
Biegły rewident

PRZEDMOWA

STRATEGIA & CEL

BILANS KLIMATYCZNY

DZIAŁANIA

PERSPEKTYWA

OPINIA WERYFIKACYJNA

REDAKCJA & KONTAKT

Redakcja & Kontakt

WYDAWCA

ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG
Eckenbergstraße 16A
45307 Essen (Niemcy)

OSOBA ODPOWIEDZIALNA

Rayk Mende
Dyrektor Działu Corporate Responsibility
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

ZARZĄDZANIE PROJEKTEM

Dr. Nora Verfürth
Kierownik Działu Corporate Responsibility
w pionie Człowiek / Klimat & Środowisko
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

Marcela Nitschke
Manager Działu Corporate Responsibility
w pionie Człowiek / Klimat & Środowisko
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

Judith Hochköppler
Manager Działu Corporate Responsibility
w pionie Człowiek / Klimat & Środowisko
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

PUBLIKACJA

Lipiec 2018

KONTAKT

cr@aldi-nord.de

KONCEPCJA/REDAKCJA/PROJEKT

Stakeholder Reporting GmbH,
Hamburg (Niemcy)

Wskaźniki klimatyczne Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord

Aktualne wskaźniki
znajdą Państwo
na cr-aldinord.com,
bilans klimatyczny za rok
2016 w raporcie ewalu-
acyjnym na cr-aldinord.com/2016/zwi-schenbe-richt/kennzahlen. W lipcu
2018 r. ukazał się raport
zrównoważonego rozwoju
za rok 2017 Grupy Przed-
siębiorstw ALDI Nord.

Wszystkim kolegom oraz innym zaangażowanym osobom, które współpracowały przy tworzeniu strategii i tego raportu, składamy podziękowania za udzielone wsparcie.

Aktualny raport jest dostępny również w języku niemieckim i angielskim. W razie rozbieżności wiążąca jest wersja niemiecka. Dla łatwiejszego czytania rezygnujemy z podwójnych określeń dotyczących ptci, jak też z pełnego podawania form prawnych.

PRZEDMIOT RAPORTU

Wydawcą raportu jest ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG, Essen (dalej zwana: ALDI Einkauf). Wspólnikami ALDI Einkauf są w szczególności ALDI GmbH & Co. KGs, które w Niemczech tworzą koncern łączyący niezależne przedsiębiorstwa. Zagraniczne spółki ALDI są licencjobiorcami spółki ALDI Einkauf. Te prawnie samodzielne przedsiębiorstwa tworzą Grupę Przedsiębiorstw ALDI Nord, która jest przedmiotem tego raportu.

WYKLUCZENIE ODPOWIEDZIALNOŚCI

Niniejszy raport zawiera wypowiedzi odnoszące się do przyszłego rozwoju Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord. Wypowiedzi te stanowią oceny dokonane w oparciu o informacje dostępne ALDI Nord w chwili obecnej. Rzeczywisty rozwój sytuacji może odbiegać od obecnych ocen. W związku z tym spółki Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord nie mogą odpowiadać za treści zawarte w raporcie.



aldi-nord.de/klima



aldi-nord.de/klima