



ALDI Nord  
RELATÓRIO INTERCALAR 2022







# CONTEÚDO

## 1. PREFÁCIO

## 2. ENTREVISTA

## 3. GESTÃO

1. ABORDAGEM DE SUSTENTABILIDADE
2. PARTES INTERESSADAS & REDES
3. *COMPLIANCE*

## 4. CLIENTE & PRODUTO

1. GAMAS DE PRODUTOS RESPONSÁVEIS
2. TRANSPARÊNCIA & COMUNICAÇÃO

## 5. CADEIA DE ABASTECIMENTO & RECURSOS

1. RESPONSABILIDADE AMBIENTAL NA CADEIA DE ABASTECIMENTO
2. RESPONSABILIDADE SOCIAL NA CADEIA DE ABASTECIMENTO

## 6. CLIMA & AMBIENTE

1. PROTEÇÃO CLIMÁTICA & AMBIENTAL

## 7. COLABORADORES & COMUNIDADE

1. EMPREGADOR ATRATIVO
2. COMPROMISSO SOCIAL

## 8. ANEXOS

### 1. INDICADORES

GESTÃO  
CLIENTE & PRODUTO  
CADEIA DE ABASTECIMENTO & RECURSOS  
CLIMA & AMBIENTE  
COLABORADORES & COMUNIDADE

### 2. SOBRE ESTE RELATÓRIO

### 3. FICHA TÉCNICA





# PREFÁCIO

## CARAS LEITORAS, CAROS LEITORES,

Numa altura de grandes desafios colocados pela crise energética, pela inflação e pela crescente pressão sobre os recursos, tornou-se mais importante do que nunca que as empresas adotem práticas sustentáveis que promovam a gestão ambiental e a responsabilidade social. Na qualidade de retalhista discount líder, operando em nove\* países europeus, estamos empenhados em contribuir para um futuro mais sustentável para todos. No presente Relatório Intercalar, procuramos apresentar um resumo abrangente dos nossos esforços em 2022 para promover a sustentabilidade em todas as áreas das nossas operações.

A crise energética é uma das questões mais prementes dos últimos anos e estamos determinados a mitigar os seus efeitos. Vemos a necessidade urgente de reduzir a nossa dependência dos combustíveis fósseis e de fazer a transição para fontes de energia renováveis, e orgulhamo-nos de ter feito progressos significativos neste domínio. Tomámos medidas adicionais para reduzir o nosso consumo de energia e a nossa pegada de carbono. Em 2022, aumentámos o número de sistemas fotovoltaicos e a utilização de energias renováveis nas nossas lojas e centros de distribuição. Isto permitiu-nos reduzir a nossa dependência de fontes de energia não renováveis em mais de 23%.

\* O grupo das empresas ALDI Nord decidiu retirar-se do mercado dinamarquês no final de 2022. Prevê-se que este processo esteja concluído no decurso de 2023. Para mais informações, consulte a secção 'Gestão'.

Em linha com o nosso compromisso com a sustentabilidade, damos grande importância ao conceito de economia circular. Reconhecemos que esta transição é crucial para minimizar os resíduos, conservar os recursos e reduzir o nosso impacto ambiental. Para promover ainda mais a economia circular, seguimos a nossa estratégia internacional de embalagens, lançada em 2020, e atualizámos a Diretriz Internacional de Reciclabilidade do ALDI. Esta diretriz recomenda soluções de embalagem aos compradores para diferentes mercados, facilita a avaliação da conformidade com os critérios de sustentabilidade e descreve os critérios para a otimização das embalagens. Já poupámos, por exemplo, mais de 80 000 toneladas de materiais de embalagem de 2020 a 2022, reduzindo ou eliminando embalagens.

Os nossos clientes sentiram os efeitos significativos da atual pressão inflacionista e do consequente aumento do custo de vida. Para nós, o nosso papel nesta crise é proporcionar o acesso a bens e serviços básicos a preços acessíveis. Como retalhistas discount, estamos empenhados em manter os preços baixos, promovendo simultaneamente a sustentabilidade em toda a nossa organização. Trabalhamos em estreita colaboração com os nossos fornecedores para garantir que os nossos produtos são adquiridos de forma responsável, fabricados de forma sustentável e entregues nas nossas lojas de forma eficiente e ambientalmente responsável. Estamos orgulhosos de todos os progressos que fizemos ao longo da nossa cadeia de valor em 2022,

embora ainda tenhamos muito trabalho pela frente para atingir os nossos objetivos. Estamos empenhados em prosseguir os nossos esforços para reduzir a nossa pegada de carbono, promover a redução de resíduos e colaborar com as nossas partes interessadas para alcançar um futuro mais sustentável.

Para nos ajudar a tomar boas decisões, encorajo-vos a escreverem-nos. Com o vosso contributo, perspectivas únicas e conhecimentos, podemos trabalhar em conjunto para enfrentar os desafios atuais e futuros.



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





## ENTREVISTA 'ECONOMIA CIRCULAR'

**“CONTINUAMOS A TRABALHAR EM TODOS OS NOSSOS OBJETIVOS, SEMPRE COM FOCO NA QUALIDADE, SEGURANÇA E MANUSEAMENTO.”**



Em 2022, o ALDI necessitou de cerca de 466 000 toneladas de diversos materiais para embalar produtos para o transporte e distribuição e para manter a qualidade adequada. Anika Roß e Arne Ringkowski lidaram com esta questão todos os dias para garantir que os recursos são utilizados da forma mais eficiente possível e tornar as embalagens das marcas próprias do ALDI Nord tão sustentáveis quanto possível. Anika Roß, Manager CR no Departamento CRQA no International Procurement, é responsável pela Estratégia Internacional para as Embalagens. Arne Ringkowski, Director Supply Chain Management Solutions for Reverse Logistics, é responsável pelas questões de gestão de resíduos na divisão de Supply Chain Management.

**Porque é que a Economia Circular é importante para o ALDI Nord?**

**Arne Ringkowski:** A nossa ambição é tornar os produtos sustentáveis acessíveis. Para que isso seja uma realidade, também precisamos de iniciativas para tornar todos os tipos de embalagens reutilizáveis ou recicláveis. As embalagens também têm de conter o máximo de conteúdo reciclado e temos de utilizar os recursos disponíveis de forma responsável. Além disso, temos de alinhar as exigências dos nossos clientes e cumprir as obrigações legais atuais e futuras, como o Regulamento Europeu sobre Embalagens e Resíduos de Embalagens (European Packaging and Packaging Waste Regulation – PPWR). A economia circular representa uma oportunidade significativa para o ALDI Nord gerir esta situação.

**“A nossa ambição é tornar os produtos sustentáveis acessíveis. Para que isso seja uma realidade, também precisamos de iniciativas para tornar todos os tipos de embalagens reutilizáveis ou recicláveis.”**

**Arne Ringkowski**

**Este tema está muito próximo da filosofia fundamental do ALDI Nord como retalhista discount, não é verdade?**

**Arne Ringkowski:** Sim, está absolutamente correto. Sempre que podemos simplesmente eliminar materiais de que não precisamos, gostaríamos de o fazer no espírito do nosso princípio de 'discount'. Se, por outro lado, forem necessários componentes de embalagem, temos de trabalhar em conjunto com os nossos departamentos de compras, fornecedores de marcas próprias, transformadores de embalagens e a indústria de reciclagem, de modo a identificar novas formas de colaboração e a melhorar as embalagens de uma ponta à outra.

**Que abordagem está o ALDI Nord a adotar para incorporar o tema da economia circular na sua atividade principal?**

**Arne Ringkowski:** Evitar é sempre o primeiro passo. Analisamos cada produto de marca própria e avaliamos onde podemos reduzir ou reutilizar o material de embalagem ao longo de toda a cadeia de abastecimento. Se for impossível evitar determinado material, por exemplo devido a questões de proteção ou de prazo de validade da embalagem do produto, a resposta certa pode ser uma nova conceção da embalagem. Ao fazê-lo, concentramo-nos na possibilidade de reciclagem, na utilização do plástico apropriado e no tamanho adequado da embalagem.

**As soluções de embalagem sustentáveis estão a tornar-se cada vez mais importantes. Como é que a abordagem da economia circular se relaciona com a Estratégia Internacional para as Embalagens do ALDI Nord?**





**Anika Roß:** Há muitos anos que lidamos com as nossas embalagens de marca própria e lançamos a nossa Estratégia Internacional de Embalagens no ALDI Nord em 2020. A nossa estratégia define as metas, tais como a utilização de 100 por cento de material reciclável ou 30 por cento de material reciclado nas embalagens de plástico das nossas marcas próprias até 2025. Estas metas podem ser alcançadas de forma eficaz com base numa abordagem de uma ponta à outra, incluindo princípios como repensar, substituir, reduzir, reutilizar e reciclar para cada produto. No entanto, também é claro que precisamos de expandir as metas existentes para cumprir os futuros requisitos regulamentares.

#### Que progressos estão a ser feitos pelo ALDI Nord nos países ALDI?

**Anika Roß:** Podemos estar muito satisfeitos com o atual status quo da Estratégia Internacional para as Embalagens. Tomámos várias medidas, como uma base de dados internacional para criar transparência para as embalagens em três níveis: embalagens primárias, secundárias (por exemplo, caixas de plástico reutilizáveis) e terciárias (por exemplo, paletes). Além disso, criámos uma diretriz global para definir a reciclabilidade no ALDI Nord e publicámos a diretriz em 2022. Já alcançámos uma redução de mais de 80 000 toneladas de materiais de embalagem na nossa cadeia de abastecimento de 2020 a 2022. Quase 70 por cento das nossas embalagens são atualmente recicláveis. As embalagens podem ser recicladas em matérias-primas secundárias de alta qualidade que são idealmente utilizadas novamente na produção de embalagens.

#### Pode dar um exemplo concreto?

**Anika Roß:** A base assenta sempre na transparência das especificações das embalagens. Conhecemos com exatidão os componentes e tipos de materiais das embalagens dos nossos produtos e os pontos problemáticos. Por exemplo, a embalagem de uma das nossas escovas de dentes foi um grande desafio, uma vez que anteriormente era constituída por cartão e um blister PET. Redesenhámos a embalagem do produto para ser mais simples e mudámo-la para uma caixa de cartão com uma pequena janela de visualização em celulose. Devido a esta ligeira alteração na embalagem do produto, conseguimos eliminar 15 toneladas de plástico por ano a nível internacional. A utilização da tampa de plástico foi descontinuada para muitos produtos na gama dos lacticínios e rapidamente notámos um elevado nível de aceitação por parte dos clientes. Com isso, o ALDI Nord reduziu a necessidade anual de 130 toneladas de plástico. Estas medidas são exemplos de embalagens de produtos sustentáveis e recicláveis.

#### Qual é a importância da cooperação com os fornecedores e outros parceiros da cadeia de abastecimento para alcançar esses êxitos?

**Arne Ringkowski:** Em comparação com a economia linear, a abordagem circular exige o envolvimento de múltiplos atores em toda a cadeia de abastecimento. Muitas vezes, temos de lidar com fluxos de resíduos mistos que contêm diferentes tipos de plástico e outros resíduos. A produção de matérias-primas secundárias de alta qualidade a partir destes resíduos é sempre um desafio. Estamos confiantes de que a criação e o teste de novos



NOVO

**“A base assenta sempre na transparência das especificações das embalagens. Conhecemos com exatidão os componentes e tipos de materiais das embalagens dos nossos produtos e os pontos problemáticos.”**

Anika Roß



ANTERIOR

modelos de colaboração com os nossos fornecedores e com os parceiros atuais e novos são fundamentais para alcançar um sucesso duradouro. Só trabalhando em conjunto poderemos encontrar a forma mais eficiente de redesenhar as embalagens e cumprir as nossas metas de materiais reciclados.

#### Onde é que ainda há trabalho a fazer?

**Anika Roß:** No geral, estamos no bom caminho – mas não há uma solução única para todos. No entanto, no que diz respeito à reciclabilidade, estamos dependentes das infraestruturas em cada país ALDI e estas são muito diversas. Atualmente, a falta de tecnologias necessárias e de quantidades suficientes de materiais reciclados de alta qualidade representam dois dos maiores desafios, particularmente no caso das embalagens de bens alimentares. Em todo o sortido, temos atualmente cerca de 15 por cento de material reciclado nas embalagens de plástico. Isto é um grande sucesso. No entanto, continuamos a trabalhar em todas as nossas metas, concentrando-nos sempre na qualidade, segurança e manuseamento. Fazemo-lo em parceria com os nossos fornecedores e os departamentos relevantes do ALDI Nord.

#### Quais são os próximos passos para a economia circular no ALDI Nord?

**Arne Ringkowski:** A pergunta tem duas dimensões. A curto e médio prazo, temos de seguir a nossa abordagem e continuar o nosso trabalho para atingir as metas da Estratégia Internacional para as Embalagens. Olhando para os próximos anos, estamos confiantes de que as atividades de promoção da economia circular ajudarão a impulsionar um modelo de negócio mais sustentável.





# GESTÃO

COMPORTAMENTOS  
ÉTICAMENTE  
CORRETOS E  
CONFORMES

REFORÇAR O  
DIÁLOGO COM  
AS PARTES  
INTERESSADAS

REVISÃO DA  
ESTRATÉGIA  
INTERNACIONAL CR

VIVER OS  
VALORES DA  
EMPRESA

MECANISMOS DE  
RECLAMAÇÃO

## GERIR SUSTENTABILIDADE

O nosso compromisso de sustentabilidade assenta em estratégias claras, numa conduta ética e cumpridora e em organizações eficientes. De modo a fazermos face aos atuais desafios, estamos a trabalhar intensamente em iniciativas e alianças específicas com as principais partes interessadas.





## ABORDAGEM DE SUSTENTABILIDADE

As empresas ALDI são retalhistas *discounter* de sucesso que operam em nove países europeus. Fazer compras no ALDI Nord tem de ser simples: com lojas acessíveis aos nossos clientes e produtos de alta qualidade ao mais baixo preço possível. Como as expectativas dos clientes mudam cada vez mais rapidamente, estamos em constante evolução para melhor satisfazer as exigências dos mesmos. Contudo, a nossa forma de fazer negócios nunca muda: simples, fiável e responsável. Isto significa que oferecemos produtos com uma boa relação qualidade/preço, que os clientes podem comprar sem peso na consciência.

No cerne das nossas gamas de produtos encontram-se os nossos produtos de marca própria, que perfazem 80% do nosso sortido. Produtos de marca selecionados completam a oferta. As nossas lojas oferecem uma média de cerca de 2000 produtos de 70 grupos de produtos. O sortido permanente é complementado por produtos promocionais alternadamente, que oferecemos até quatro vezes por semana. Estes incluem artigos como têxteis e calçado, eletrónica, artigos do lar, produtos de bricolage e de jardim, mas também produtos alimentares e produtos inovadores de start-ups.

As nossas decisões diárias têm impacto em toda a nossa cadeia de valor. Perante os desafios das alterações climáticas, dos recursos naturais limitados e da procura crescente e em constante mudança de produtos alimentares, atuar de forma sustentável enquanto *discounter* não é uma opção, mas sim uma abordagem estratégica.

O ALDI é o pioneiro da distribuição *discounter* e este modelo de negócio já segue princípios sustentáveis: trabalhar eficientemente, preservar recursos e concentrar-se em produtos essenciais. A nível empresarial, focamo-nos em questões altamente relevantes para as principais partes interessadas nos países ALDI, nas questões mais próximas do nosso negócio principal e em áreas nas quais o ALDI Nord pode exercer uma maior influência em termos de sustentabilidade. O sentido de responsabilidade dita todas as nossas ações, desde parcerias de cooperação de longo prazo com os nossos fornecedores e produtores, até ao nosso enfoque na satisfação e bem-estar do cliente, passando pela colaboração com grupos da comunidade e instituições de solidariedade social locais e internacionais.

### COMO ORGANIZAMOS CR

As empresas ALDI estão representadas em nove países europeus, com 59 empresas a operar juridicamente independentes. Ver também 'Sobre este relatório'. Na Alemanha, o ALDI Nord opera localmente através de empresas regionais juridicamente independentes, que em conjunto formam um grupo horizontalmente organizado de empresas de igual direito ("Gleichordnungskonzern"). A ALDI Einkauf SE & Co. oHG (ALDI Einkauf) é contratada por estas empresas regionais para fornecer vários serviços no setor da distribuição. Esta empresa é também a licenciadora da marca ALDI para as empresas ALDI juridicamente independentes que operam

nos países ALDI. Estes acordos asseguram um perfil de mercado uniforme.

O departamento internacional de CRQA faz parte da ALDI Einkauf, na Alemanha, e é responsável por temas abrangentes como a Política Internacional para a Igualdade de Género nas cadeias de abastecimento ALDI. A responsabilidade pela sustentabilidade recai sobre um dos Managing Directors da ALDI Einkauf. Além disso, existem estruturas nacionais de CRQA em cada país ALDI. Os diretores nacionais e internacionais de CRQA têm reuniões estratégicas a cada seis semanas. Todos os colaboradores CRQA estão em estreito contacto, por exemplo no âmbito dos "Expert Working Groups" (Grupos de Trabalho de Peritos), que visam intensificar a colaboração em temas específicos à sustentabilidade. Nas suas respetivas empresas, coordenam-se com colegas dos departamentos de compras, comunicação, entre outros. Os dois departamentos de CR da ALDI CR Support Asia Ltd. em Hong Kong e no Bangladesh fornecem apoio local ao estabelecimento de normas de CR na cadeia de abastecimento. Há um total de aproximadamente 200 colaboradores do ALDI envolvidos em CRQA.

O grupo empresarial ALDI Nord vai retirar-se da Dinamarca e no futuro irá concentrar-se apenas em mercados com oportunidades de crescimento sustentável. Já foi encontrado um comprador para a maior parte das lojas na Dinamarca. Segundo o acordo entre a ALDI Dinamarca e o comprador, cerca de 1600 dos aproximadamente 2800

colaboradores serão mantidos. Espera-se que a retirada seja concluída ao longo de 2023. Por isso, no que diz respeito a este relatório, a ALDI Dinamarca ainda se encontra abrangida.

### A NOSSA ESTRATÉGIA INTERNACIONAL DE CR

Empreendemos em 2022 uma revisão alargada da nossa Estratégia Internacional de CR. Começámos por redefinir os objetivos das nossas atividades de CR. A nossa prioridade é permanecer dentro do perímetro do nosso modelo de negócio *discounter*. As nossas medidas são, por isso, orientadas pelo objetivo "simples e significativo". Faremos futuramente a diferenciação entre tópicos básicos (*basic topics*) e tópicos específicos (*focus topics*).

Os *basic topics* prendem-se com os padrões fundamentais do sector, enquanto os *focus topics* podem ir além destes padrões e/ou diferenciar as nossas ações das dos nossos competidores, de forma a ir ao encontro das nossas responsabilidades e das novas exigências dos consumidores.

Como resultado da revisão estratégica, definimos oito focus topics:

- Direitos Humanos: Relações Justas com os Fornecedores; Trabalho Infantil, Trabalho Forçado, Igualdade de Género, Salários e Rendimentos Dignos
- Clima: Emissões de Gases com efeito de Estufa (CO<sub>2</sub>e)
- Ambiente: Desperdício Alimentar, Embalagens





## PROGRESSO RELATIVO AO PACTO GLOBAL DA ONU

A nossa estratégia de CR inclui, desde 2022, todas as estratégias especializadas disponíveis, como a Estratégia de Embalagens e a Estratégia Climática. A implementação da estratégia internacional de CR ficará concluída em 2023, inclusive a definição dos objetivos estratégicos, metas operacionais, medidas e facilitadores, com um roteiro claro. Dados os diferentes níveis de desenvolvimento de cada departamento individual, os objetivos e as medidas terão diferentes durações e, consequentemente, os anos associados a cada prazo também serão diferentes.

Tal como nos anos anteriores, gostaríamos de comunicar o nosso progresso no âmbito da nossa adesão ao United Nations Global Compact (UN GC) e reiterar o nosso apoio continuado. A partir deste ano o relatório de progresso será submetido utilizando um questionário *online* em vez de um documento separado. O nosso questionário e os nossos resultados podem ser consultados no nosso [perfil](#) no UNGC.

**Fizemos um resumo dos nossos objetivos nacionais e internacionais num documento PDF separado. Saiba mais sobre eles nos nossos Programas de CR.**



## MATERIALIDADE

Definir os aspetos nos quais temos de nos concentrar para o nosso trabalho quotidiano e para o relatório de sustentabilidade implica, da nossa parte, uma compreensão das preocupações das nossas partes interessadas e de onde o nosso impacto é mais significativo. Os conhecimentos que resultam do nosso processo de materialidade ajudam-nos nesta tarefa. Temos conduzido, desde 2015, análises alargadas de materialidade para identificar as questões prioritárias. A análise de materialidade mais recente foi realizada para o relatório anterior. Os resultados detalhados podem ser encontrados no [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#).

## PARTES INTERESSADAS & REDES

Na Agenda 2030, as Nações Unidas (ONU) sublinharam a importância de uma estreita cooperação entre as várias partes interessadas para a concretização dos ambiciosos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Os efeitos das questões que hoje nos preocupam estão a fazer-se sentir a nível global. Estamos atualmente a enfrentar desafios, tais como o impacto das alterações climáticas, as quantidades crescentes de resíduos, a degradação ambiental e a necessidade de melhorar as condições de vida nos países onde os nossos produtos são cultivados ou produzidos. Ao longo do ano a que se refere este relatório, redefinimos os nossos tópicos básicos (*basic topics*) e tópicos específicos

(*focus topics*), de modo a refletir e enfrentar os desafios identificados (ver a secção 'Abordagem de Sustentabilidade'). Abordaremos estes tópicos através da cooperação com grupos de interesse específicos e da construção de alianças com as principais partes interessadas, de modo a promover a sustentabilidade. O nosso objetivo é expandir e facilitar o diálogo com estes grupos e produzir uma mudança duradoura. Todas as nossas partes interessadas são convidadas a contactar-nos em qualquer altura sobre temas relacionados com a sustentabilidade no ALDI Nord. Envie-nos um e-mail para [cr-reporting@aldi-nord.de](mailto:cr-reporting@aldi-nord.de).

## VISÃO GERAL DAS PARTES INTERESSADAS E DO NOSSO ENVOLVIMENTO

Como parte do nosso processo de materialidade, analisamos regularmente quais os grupos de partes interessadas que são especialmente relevantes para nós. A análise mais recente foi a conduzida para o Relatório de Sustentabilidade de 2021. Os principais interessados são os nossos clientes, juntamente com os colaboradores ALDI, aos quais se seguem as organizações não governamentais (ONG), grupos e associações, fornecedores e parceiros comerciais. Aprendemos muito com o nosso diálogo direto e aberto com estes grupos. Além disso, mantemos contactos regulares com outros grupos, tais como residentes locais, membros dos meios de comunicação social e políticos.

O nosso tipo de ação varia conforme o assunto em questão, da simples participação ao desempenho de um papel ativo na administração. O [relatório 2021](#) inclui uma lista das organizações com as quais estamos envolvidos, juntamente com os nossos respetivos compromissos.

## COMPLIANCE

Simplicidade, Responsabilidade e Fiabilidade são os valores que orientam as nossas ações. Estamos empenhados em agir sempre de acordo com os nossos valores empresariais e a nunca arriscar incorrer em violações de conformidade. Esperamos também que todos os colaboradores e parceiros comerciais do ALDI atuem de forma responsável e fiável, respeitando todas as regras, políticas e acordos.

Está atualmente a ser desenvolvido um 'Código de Conduta' para o ALDI Nord, que incluirá todos os tópicos de 'Compliance'. Os Termos e Condições Gerais de Compras definem regras claras que regem a relação entre os fornecedores e as empresas ALDI. Está proibida a conduta anticoncorrencial por parte de fornecedores e fabricantes. Estão previstas sanções para potenciais violações, tais como a entrega tardia ou o incumprimento da entrega. Para assegurar que o ALDI Nord mantém as mesmas normas em todas as suas operações, os Termos e Condições Gerais de Compras também especificam os requisitos de conformidade para os parceiros contratuais. Se houver indícios fiáveis de





violação das regras, seja por um fornecedor ou por um colaborador ALDI, os responsáveis pela conformidade levarão a cabo uma investigação exaustiva.

## SISTEMAS DE GESTÃO DE CONFORMIDADE E DENÚNCIAS

O nosso Sistema de Gestão de Compliance (CMS - Compliance Management System) fornece aos colaboradores do ALDI diretrizes claras para assegurar um comportamento eticamente correto e respeitoso das regras. Está disponível internacionalmente para todas as empresas ALDI e foi concebido para ajudar os colaboradores ALDI a estarem sempre à altura dos valores fundamentais do ALDI. Os responsáveis nacionais de 'Compliance' ajudam a adaptar o CMS às necessidades de cada país. O CMS visa, acima de tudo, promover e garantir o sucesso do ALDI Nord a longo prazo, evitando ou mitigando qualquer dano ou risco.

Como parte do CMS, existem sistemas de denúncia de irregularidades que recolhem informação sobre violações de conformidade dentro do ALDI Nord. Quaisquer violações da lei aplicável e das regras internas podem ser comunicadas através destes canais, tanto indicando o nome próprio como anonimamente. Exemplos de violações denunciáveis incluem corrupção, concorrência desleal, comportamento antiético e incumprimento das normas ambientais. O incumprimento de normas sociais, tais como os direitos humanos e os regulamentos

em matéria de segurança no trabalho, também pode ser denunciado por esta via. Os sistemas de denúncia estão disponíveis nas [páginas web](#) de todos os países em qualquer altura, tanto para partes internas como externas. Em alguns países, como os Países Baixos, existem também sistemas de denúncia e outros canais que os colaboradores ALDI podem utilizar em casos de assédio sexual ou moral, discriminação, agressão ou violência. Na ALDI Espanha, incidentes deste tipo também podem ser reportados através de um sistema de denúncia de irregularidades.

Além disso, todos os responsáveis nacionais de conformidade utilizam uma ferramenta interna de gestão de casos para fins documentais. Em caso de investigação, os resultados, medidas e ações podem ser rastreados e comunicados aos seus Managing Directors.

O nosso objetivo é introduzir, em 2023, uma ferramenta de Gestão de Conformidade dos Parceiros Comerciais (Business Partner Compliance Management) para obtermos uma melhor visão dos nossos parceiros. Esta será uma ferramenta internacional utilizada para o rastreio inicial e contínuo de todos os parceiros de negócios quanto a riscos financeiros ou de conformidade. Poderá também fazer parte da aplicação da Lei sobre as obrigações em matéria de dever de diligência empresarial nas cadeias de abastecimento. Esta lei já vigora na Alemanha, enquanto a legislação a nível europeu está em desenvolvimento, entrando em vigor posteriormente.

## FORMAÇÃO PARA A CONFORMIDADE DESDE O INÍCIO

Fornecemos vários tipos de formação para sensibilizar todos os colaboradores ALDI para a importância da conformidade. Os novos colaboradores recebem formação sobre as principais políticas do ALDI Nord quando começam a trabalhar connosco. Na Alemanha e nos Países Baixos, os signatários autorizados e os managing directors em todos os departamentos da ALDI Einkauf também frequentam regularmente ações de formação, abrangendo uma vasta gama de temas críticos, tais como legislação antitrust, concorrência desleal, proteção do sigilo empresarial e prevenção da corrupção, bem como proteção de dados e segurança da informação. Formações semelhantes têm lugar a cada dois ou três anos nas empresas ALDI em todos os países. Aumentámos a comunicação sobre a conformidade nas páginas web de todos os países e participámos em eventos da indústria, tais como o "Bundeskongress Compliance" (Congresso Federal de Conformidade) na Alemanha.

## PROTEÇÃO FIÁVEL DE DADOS COMO REQUISITO FUNDAMENTAL

Encaramos a proteção fiável de dados como um pré-requisito essencial para todas as nossas atividades. As políticas das empresas ALDI relativas aos princípios gerais, objetivos e responsabilidades são concebidas para garantir uma segurança holística da informação e a proteção de dados, no respeito da lei, em todos os processos empresariais. Os colaboradores ALDI recebem formação regular sobre questões de segurança da informação e proteção de dados. Também são realizados cursos de proteção de

dados dirigidos a grupos-alvo específicos sobre, por exemplo, como fazer o tratamento dos dados dos funcionários ou clientes ou como reconhecer o *phishing*.





ECONOMIA  
CIRCULAR

REDUZIR O  
DESPERDÍCIO  
ALIMENTAR

CONSUMO  
RESPONSÁVEL

BEM-ESTAR  
ANIMAL

# CLIENTE & PRODUTO

ROTULAGEM  
TRANSPARENTE

## DAR VISIBILIDADE À SUSTENTABILIDADE

Um consumo seguro e responsável significa oferecer gamas de produtos em que os clientes possam confiar.





### Internacional

**67%**  
DAS NOSSAS EMBALAGENS  
DE MARCA PRÓPRIA SÃO  
RECICLÁVEIS (MÉDIA DO GRUPO)

e alcançámos uma poupança de cerca de 83 302 toneladas de material de embalagem desde que começámos a Estratégia Internacional das Embalagens.

### ALDI França

**MAIS DE 70%**  
DAS FRUTAS E LEGUMES  
BIOLÓGICOS SÃO AGORA  
VENDIDOS SEM  
EMBALAGEM DE PLÁSTICO

Com a alteração de embalagens de plástico como cuvetes, películas, redes, e fitas, para bandejas de cartão, redes de celulose, ou produtos a granel, mais de 70% das frutas e legumes biológicos são agora vendidos sem embalagem de plástico, poupando mais de 60 toneladas de plástico por ano.



**“Nós e os nossos produtores estamos empenhados em ter frutas e legumes neerlandeses mais sustentáveis, usando o rótulo independente ‘On the Way to PlanetProof’ para certificar a sustentabilidade na produção agrícola, utilização de energia, gestão de solos e águas e para as embalagens.”**

GYS DE JONG

Category Manager Frutas & Legumes, ALDI Países Baixos



**“Um dos momentos mais importantes da nossa participação no Encontro Anual do Pacto Português para os Plásticos\* foi apresentar todo o trabalho que fazemos para criar embalagens mais sustentáveis rumo a uma economia circular. Esforços coletivos fazem uma grande diferença.”**

RITA CRAVO

Manager Corporate Responsibility ALDI Portugal

## DESTAQUES 2022 CIRCULARIDADE. PRODUTOS SUSTENTÁVEIS.

### ALDI Bélgica

#### PRÉMIOS PESCA SUSTENTÁVEL MSC BÉLGICA – MELHOR SUPERMERCADO 2022

Sendo o supermercado com o maior volume de vendas de peixe e marisco com certificado MSC, a ALDI Bélgica ganhou este prémio pela sua clareza na estratégia de comunicação e fixação de objetivos, e pelo seu papel pioneiro na produção de atum certificado MSC.

#### PARCERIA COM A FAIRTRADE BÉLGICA

A ALDI Bélgica é uma das empresas que mais contribui para as vendas globais de produtos Fairtrade e do Prémio Fairtrade na Bélgica e é o principal retalhista de bananas, flores e vinho Fairtrade. O Fairtrade Premium é uma percentagem adicional, acrescentada ao preço do produtor definido pelos agricultores ou trabalhadores, que é usada para investir em projetos de educação ou desenvolvimento.

\* A plataforma de colaboração Pacto Português para os Plásticos promove o diálogo e a cooperação entre os seus membros (governo, produtores, retalhistas, etc.) para promover a Economia Circular em Portugal.





## GAMAS DE PRODUTOS RESPONSÁVEIS

Na qualidade de retalhista com atuação internacional, chegamos a milhões de pessoas de todas as idades, classes sociais e graus de escolaridade. O ALDI Nord visa aproveitar este potencial para contribuir positivamente para a sustentabilidade e permitir que todos os clientes consumam de forma responsável, sem peso na consciência e a preços acessíveis. No ALDI Nord estamos focados no desenvolvimento e na implementação de medidas para prevenir e reduzir o desperdício alimentar, e oferecer embalagens mais sustentáveis, duradouras, e recicláveis, de modo a promover uma economia circular.

A fim de oferecermos aos nossos clientes apenas produtos de alta qualidade, definimos processos abrangentes de garantia e gestão da qualidade ao longo de toda a cadeia de valor. Os nossos produtos de marca própria estão sujeitos a rigorosos padrões de qualidade, desenvolvidos em cooperação com os nossos fornecedores e departamentos de compras. O objetivo do ALDI Nord é sempre ir além dos requisitos legais e satisfazer as necessidades e os desejos dos nossos clientes. Rótulos independentes de qualidade e sustentabilidade desenvolvidos por organizações de consumidores ou ONG confirmam regularmente a excelente qualidade dos nossos produtos de marca própria.

Para mais informação acerca do modo como são organizadas as questões relativas à embalagem e ao desperdício alimentar, ver [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#).

## ADIANTAR-SE ÀS MUDANÇAS NA REGULAMENTAÇÃO

Em vez de esperar que a legislação seja aprovada, temos por objetivo identificar possíveis questões e desenvolvimentos políticos futuros e, sempre que possível, implementar mudanças antecipadamente. O CRQA e o departamento de *Public Affairs* monitorizam os desenvolvimentos regulamentares, tais como os requisitos em matéria de produtos e embalagens e requisitos fiscais, para poder prestar aconselhamento aos departamentos relevantes.

Para além das regulamentações que são desde já relevantes para a nossa atividade (ver o [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#)) estamos a preparar-nos para o novo [Regulamento Europeu de Embalagens e Resíduos de Embalagens](#) (EU Packaging & Packaging Waste Regulation – PPWR) que se espera que seja adotado em finais de 2024. Este regulamento exigirá transformações de longo alcance, incluindo quotas de reciclagem, quotas de embalagens reutilizáveis, e o desenvolvimento de rótulos à escala da UE.

## EMBALAGENS CIRCULARES

O ALDI Nord associa-se à opinião pública, aos governos e a outras empresas, na sua preocupação crescente com o volume cada vez mais elevado de resíduos de plásticos, especialmente em locais onde escasseiam as infraestruturas para a recolha, seleção, e reciclagem, que capacitam a gestão deste valioso recurso. Contudo, nenhum material

preserva a qualidade dos seus conteúdos como as embalagens de plástico, e estas podem ser, dependendo da sua composição, adaptáveis às exigências de uma economia circular. Embora consideremos os vários polímeros usados nas embalagens de plástico um recurso valioso para material reciclado, o nosso objetivo é usar o mínimo de material nas embalagens, tendo por base uma economia circular viável, salvaguardando ao mesmo tempo a segurança e qualidade dos produtos. Quando o uso de embalagens de plástico é inevitável, focamo-nos geralmente na sua reciclabilidade, embora isto coloque desafios significativos.

Na primavera de 2022, publicámos as nossas Diretrizes para a Reciclagem ALDI (ALDI International Recyclability Guideline), em colaboração com Instituto cyclos-HTP (CHI). É com prazer que anunciamos a primeira atualização da ALDI International Recyclability Guideline na qual se incluem os desenvolvimentos a nível do mercado e de regulamentação, bem como um Panorama de Aceitação global para cada um dos principais formatos de embalagem, permitindo ao ALDI aproveitar os recentes avanços nas infraestruturas de reciclagem e ser parte integrante da economia circular. A atualização também inclui tipos de embalagem adicionais que atualmente estão a ser considerados, e um resumo atualizado da ecomodulação existente nos países ALDI.

A nossa estratégia internacional para as embalagens, lançada em 2020, segue o princípio da economia circular e concentra-se em quatro áreas-chave:

- 1 Eficiência do material
- 2 Reciclabilidade
- 3 Utilização de material reciclado
- 4 Redução dos plásticos virgens

Definimos objetivos internacionais SMART nestas áreas, que podem ser consultados no nosso Programa CR. Já reduzimos a quantidade de plástico virgem nas embalagens dos nossos produtos de marca própria em 11%. Os nossos esforços para aumentar o uso de materiais reciclados já nos permitiram aumentar o uso de material reciclado nas embalagens dos nossos produtos de marca própria numa média de 15% no conjunto das empresas do grupo ALDI Nord.

Tentamos consistentemente aumentar a proporção de material reciclado nas nossas embalagens. Na Alemanha, por exemplo, mais de 90% do material de embalagem para as cápsulas 3 em 1 da nossa marca de detergente “Tandil” passou a ser feita, em 2023, a partir de materiais reciclados. O número de recipientes para frutas e legumes, e para pão e produtos de padaria em circulação em 2022, foi aumentado em cerca de 128.5 milhões. O nosso trabalho com os nossos fornecedores passa por evitar e reduzir sempre que possível as embalagens para frutas e legumes, utilizando menos plástico e/ou substituindo por papel certificado,





embalagens em cartão, papel de erva, ou outros materiais mais sustentáveis. Os nossos sistemas reutilizáveis para transporte e acondicionamento e as nossas caixas reutilizáveis, utilizadas na nossa gama de frutas e legumes, já pouparam milhões de caixas de cartão de uso único e toneladas de CO<sub>2</sub>e nos países ALDI.

Temos desenvolvido a nossa Base de Dados Internacional de Embalagens (International Packaging Database) de modo a garantir a rastreabilidade granular a nível dos componentes e dos materiais, para todos os países e para todas as tipologias de embalagens – primária (unidade de venda), secundária (unidade agrupada) e terciária (unidade de transporte).

Para mais informação sobre o processo de embalagens circulares no ALDI Nord, ver o nosso [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#).

## COMBATE AO DESPERDÍCIO ALIMENTAR

O desperdício alimentar é um desafio global que estamos determinados a enfrentar continuamente. A análise de materialidade de 2021 sublinha a importância da redução do desperdício alimentar para nós e para as nossas partes interessadas. O nosso objetivo é garantir uma disponibilidade otimizada de todos os produtos nas nossas prateleiras evitando ao mesmo tempo perdas e desperdícios alimentares – tanto nas nossas próprias operações como ao longo da cadeia de abastecimento, até aos nossos clientes. As empresas ALDI já implementaram, ao longo dos anos, várias medidas para minimizar perdas e desperdícios alimentares em todas as

áreas. Contudo, quando não é possível evitar sobras alimentares, e de acordo com a hierarquia do desperdício alimentar, a reutilização e a reciclagem desempenham um papel central na redução do desperdício alimentar.

Todas as nossas medidas, nomeadamente as cooperações com parceiros para reduzir o desperdício alimentar, podem ser vistas mais detalhadamente no nosso [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#).

## FAZENDO PRODUTOS MAIS SAUDÁVEIS – E MAIS ECONÓMICOS – ACESSÍVEIS A TODOS

Para além da redução de resíduos, os países ALDI concentram-se nas principais necessidades dos consumidores em matéria de alimentação, nutrição e saúde. A par do aumento preocupante da obesidade e de doenças não transmissíveis na população da UE em resultado de uma alimentação pouco saudável, assistimos a uma crescente sensibilização dos consumidores para um consumo responsável face às alterações climáticas. Assim acreditamos que uma alimentação saudável e sustentável deve ser possível e acessível a todos. Tornamos isto possível através da otimização contínua dos valores nutricionais dos nossos produtos e da expansão da nossa gama rotulada de produtos vegan/vegetarianos, regionais, nacionais e biológicos.

A origem dos produtos desempenha um papel cada vez mais importante nas preocupações ambientais e condições sociais de produção nos países de origem. Em 2022, as nossas gamas apresentavam 332 produtos certificados Fairtrade, um aumento de 13% a nível internacional em relação a 2021. Para além disso, as empresas ALDI ofereceram em 2022 um total de 1104 produtos de marca própria com o logótipo biológico da UE.

Contudo, a tensa situação económica global e a crescente inflação, causada em parte pela guerra na Ucrânia e pela pandemia da COVID-19, representam grandes desafios para a sociedade. Estamos conscientes que em tempos de crise os nossos clientes confiam em nós para uma oferta de produtos essenciais a preços acessíveis – fiéis aos nossos princípios de retalhistas *discounter*. De acordo com o World Economic Forum's Global Risk Report 2023, a crise do custo de vida vai ser dominante nos próximos dois anos e representa o maior risco global. Isto fortalece a nossa decisão de garantir que toda a gente tenha acesso a produtos de qualidade e sustentáveis.

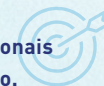
Para mais informação acerca dos nossos produtos sustentáveis, ver o nosso [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#).

## COMPROMISSO PARA UM MAIOR BEM-ESTAR ANIMAL: SATISFAZER A PROCURA DOS CLIENTES POR PRODUTOS MAIS ÉTICOS

Um tema-chave do debate público é o bem-estar animal nas cadeias de abastecimento alimentar e não-alimentar, utilizados para produtos como o couro ou os cosméticos. Muitos produtos de marca própria contêm matérias-primas de origem animal. Nos últimos anos, temos trabalhado com fornecedores no sentido de implementar em todo o ALDI Nord várias medidas que vão além dos requisitos legais, incluindo a proibição de produtos animais específicos, tais como lã de angorá ou peles verdadeiras.

A nossa Política Internacional de Compra de Bem-Estar Animal fornece um quadro vinculativo para as nossas atividades desde 2016. Em Junho de 2021, publicámos uma versão revista. A nível nacional, a maioria dos países adotou Políticas Nacionais de Compra de Bem-Estar Animal, sendo a Polónia a mais recente, com a adoção em Dezembro de 2022 da 'Posição Nacional sobre o Bem-Estar Animal'.

**Resumimos os nossos objetivos internacionais e nacionais num documento PDF separado. Saiba mais sobre eles no nosso Programa CR.**







## TRANSPARÊNCIA & COMUNICAÇÃO

Todos os anos, os consumidores fazem 1,2 mil milhões de compras nas nossas lojas. O nosso objetivo é promover um estilo de vida saudável e sustentável e permitir a um vasto segmento da sociedade consumir de forma acessível e responsável produtos que preservem os recursos naturais. O nosso objetivo é ajudar os consumidores a tomar decisões responsáveis e consciencializá-los para o consumo sustentável no longo prazo. A comunicação e a transparência são essenciais para atingir este objetivo.

Para mais pormenores sobre organização e diretrizes, ver o nosso [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#).

Como parte da estratégia 'Do Prado ao Prato', a Comissão Europeia está a rever a [informação sobre os géneros alimentícios prestada aos consumidores](#) (FIC – Food Information to Consumers) e visa uma rotulagem nutricional harmonizada obrigatória na frente da embalagem. Embora ainda esteja pendente a decisão da UE relativa à regulamentação harmonizada, já foi explicitamente declarado que a nova rotulagem terá em conta a experiência e os aspetos positivos do sistema em vigor. A nova regulamentação relativa à rotulagem irá seguramente abranger os aspetos nutricionais, incluirá uma revisão das regras relativas aos conceitos das datas de validade de “consumir até” e “consumir de preferência antes de”, e alargará a informação obrigatória sobre o país de origem. Já está em vigor em toda a UE um sistema de rotulagem

obrigatória do país de origem para certos produtos agrícolas, tais como frutas e legumes. A Regulamentação FIC pretende alargar a rotulagem de origem a produtos como laticínios, carne utilizada como ingrediente, arroz, e tomate em produtos processados. Espera-se para breve a apresentação da proposta, que abrangerá todos os países da UE.

### ROTULAGEM DOS PRODUTOS

Usamos nos produtos rótulos que se explicam a si mesmos com [padrões de sustentabilidade acreditados e rótulos como o logótipo biológico da UE ou a certificação Fairtrade, de modo a criar transparência](#).

A extensão do Nutri-Score a todos os países ALDI representa um passo significativo para uma maior transparência. Os nossos clientes podem confiar no rótulo nutricional intuitivo e de fácil leitura, que os ajuda a fazer escolhas mais saudáveis. A rotulagem nutricional dos alimentos Nutri-Score é um dos rótulos nutricionais mais utilizados na UE. O rótulo da frente da embalagem mostra claramente a composição nutricional do produto com uma pontuação de cinco níveis de cor e letra, que denota o valor nutricional do produto. Isto permite aos clientes uma avaliação rápida e fácil do produto e efetuar uma comparação com itens semelhantes no mesmo grupo de produtos. O rótulo Nutri-Score é colocado na embalagem de certos produtos de marca própria, dependendo

dos requisitos legais em cada país. O nosso objetivo é rotular 100% dos nossos produtos de marca própria com o rótulo Nutri-Score até finais de 2024 em todos os países em que operamos. Este é um processo em andamento.

Temos um processo contínuo para rotular novos produtos alimentares vegetarianos e vegan com o rótulo V-Label, e todos os produtos não-alimentares relevantes com o Vegan Trademark para ajudar os nossos clientes a identificar diretamente estes produtos. Mais de 970 produtos em todos os países ALDI receberam o rótulo V-Label ou o Vegan Trademark em 2022, em comparação com cerca de 870 artigos em 2021.

O ALDI Transparency Code (ATC) fornece informação adicional acerca da origem dos nossos produtos. Os nossos clientes podem fazer uso dele para rastrear *online*, em qualquer altura, a origem de vários produtos. Isto leva o nosso compromisso para além da regulamentação legal neste domínio. Vamos alargar esta rotulagem a mais países e produtos.

O nosso objetivo é evitar tanto quanto possível o uso de microplásticos nos nossos produtos e prevenir a poluição das águas. Produtos cosméticos, de cuidado pessoal, detergentes, e produtos de limpeza, que não têm microplásticos na sua fórmula são rotulados “fórmula isenta de microplásticos” na Alemanha, Espanha, Países Baixos, Polónia e Portugal.

Para mais detalhes acerca da rotulagem dos nossos produtos, ver o [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#).

### MANTER OS CONSUMIDORES INFORMADOS

Para além dos nossos rótulos e políticas de produtos, utilizamos vários canais e formatos para informar os nossos clientes sobre os aspetos sociais e ambientais dos nossos produtos. Por exemplo, revistas de clientes, folhetos semanais e campanhas publicitárias centram-se frequentemente nos nossos produtos sustentáveis certificados. Um exemplo concreto é a 'Fecha de Extinción' (Data de Extinção) pela ALDI Espanha. Esta campanha chama a atenção para os efeitos das alterações climáticas nas culturas – que podem levar ao desaparecimento de alimentos como o café, o mel, ou o vinho – e o que a ALDI Espanha está a fazer para impedir que isto venha a acontecer. Para além disso, os nossos peritos do ALDI Nord participam com regularidade em acontecimentos especiais, painéis, e mesas redondas, para discutir tópicos de sustentabilidade, tais como a [ProVeg Incubator](#), a Anuga, e a associação Danube Soy.

**Resumimos os nossos objetivos internacionais e nacionais num documento PDF separado. Saiba mais sobre eles no nosso [Programa CR](#).**







RELAÇÕES  
JUSTAS COM OS  
FORNECEDORES

DILIGÊNCIA  
DEVIDA EM  
MATÉRIA DE  
DIREITOS  
HUMANOS

PROGRAMA  
DE SOCIAL  
COMPLIANCE

PROMOÇÃO DA  
IGUALDADE  
DE GÊNERO

# CADEIA DE ABASTECIMENTO & RECURSOS

PROTEÇÃO  
AMBIENTAL

## A NOSSA ABORDAGEM DE APROVISIONAMENTO

A nossa responsabilidade não começa nem termina nas nossas lojas. O nosso objetivo é fornecer aos nossos clientes provas transparentes da aquisição sustentável de produtos, para que possam comprar de consciência tranquila.





## ALDI Nord Alemanha

### CAFÉ DO ANO

Vendeu-se na Alemanha, no outono e inverno de 2022, o produto Kaffee des Jahres ("Café do Ano"). Continha uma percentagem de 70% de café do Brasil com a certificação Rainforest Alliance e, em particular destaque, 30% de café do nosso projeto de pequenos produtores na Colômbia.



**“O projeto de pequenos produtores mostrou como fazer pequenas mudanças para obter melhores resultados na qualidade do café. Com a formação e o apoio do ALDI, tenho agora o conhecimento e as ferramentas para ter um maior rendimento para a minha família.”**

**FLOR REINOSO**

é produtora de café desde 1995 e participou no nosso projeto



**“No ALDI Nord trabalhamos com o Acordo desde 2013 e estamos satisfeitos por alargar ao Paquistão este valioso trabalho. O Acordo é um pilar importante nos nossos esforços para promover os direitos humanos e levar a cabo uma efetiva diligência devida nos nossos países de produção. Com parceiros locais, sindicatos globais, e com os nossos parceiros, podemos promover a saúde e segurança de modo a fazer dos locais de produção no Paquistão locais de trabalho seguros.”**

**MARINA FUHRMANN**

Junior Manager International Procurement CRQA, ALDI Einkauf SE & Co. oHG

## DESTAQUES 2022 CAPACITAÇÃO DE PEQUENOS AGRICULTORES. SAÚDE E SEGURANÇA.

### International

#### ASSINATURA DO ACORDO SOBRE SAÚDE E SEGURANÇA NO PAQUISTÃO

O grupo de empresas ALDI Nord encontra-se entre os primeiros signatários do Acordo para a Saúde e Segurança na Indústria Têxtil e de Vestuário do Paquistão. Isto demonstra o nosso empenho na proteção dos direitos humanos e do dever de diligência efetiva nas cadeias de abastecimento deste importante país para a aquisição de vestuário e têxteis de lar na cadeia de abastecimento ALDI. O acordo do Paquistão é uma extensão do Acordo Internacional, um acordo juridicamente vinculativo entre marcas/retalhistas e sindicatos globais que inclui disposições para proteção da saúde e segurança dos trabalhadores, nomeadamente no que diz respeito a programas relativos a incêndios e segurança dos edifícios.







## RESPONSABILIDADE AMBIENTAL NA CADEIA DE ABASTECIMENTO

Enquanto empresa de retalho com atuação internacional, somos responsáveis pelos nossos produtos ao longo de toda a cadeia de valor, desde o cultivo das matérias-primas até à reciclagem e eliminação dos produtos não-recicláveis. Uma vez que muitos dos nossos mais de 2000 produtos provêm da agricultura, estamos cientes de que a crescente pressão sobre os ecossistemas tem um impacto sobre a disponibilidade das matérias-primas necessárias para os nossos produtos. Tendo em conta os recursos limitados, as alterações climáticas e a extinção de espécies, temos uma responsabilidade alargada, enquanto retalhista, de tornar a produção dos nossos produtos tão sustentável quanto possível.

Aperfeiçoamos e melhoramos continuamente os princípios orientadores definidos nas nossas políticas de compras nacionais e internacionais. As políticas internacionais dirigidas a recursos específicos abrangem o chá, o cacau, o café, o óleo de palma, flores e plantas, a madeira, e o algodão. A nossa declaração de posição sobre a desflorestação e políticas para os ecossistemas estabelece a forma como pretendemos abordar os riscos de desflorestação e conversão numa vasta gama de produtos nas nossas cadeias de abastecimento. Todas as nossas políticas e declarações de posição podem ser encontradas [aqui](#).

Em 2022, finalizámos a nossa Análise dos Riscos de Sustentabilidade (Sustainability Risk Analysis – SRA), sistemática e holística, incluindo riscos

humanos, ambientais e riscos relacionados com o bem-estar animal. A análise abrange as cadeias de abastecimento de todos os sortidos e concentra-se em todos os riscos acarretados pela nossa atividade empresarial ao longo da cadeia de abastecimento. O relatório final baseado na análise e os resultados serão publicados em 2023.

Para obter informação acerca do modo como abordamos e gerimos a nossa responsabilidade ambiental na cadeia de abastecimento, consulte o nosso [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#).

### PROTEGER O AMBIENTE ATRAVÉS DE APROVISIONAMENTO SUSTENTÁVEL

A base da produção de bens e serviços sustentáveis é a proteção ambiental adequada no sector da distribuição e nas cadeias de abastecimento, na qual se inclui a proteção fornecida pelo ALDI Nord. Em reconhecimento disto o ALDI Nord tem implementado várias iniciativas para reduzir o seu impacto ambiental e promover práticas sustentáveis. O nosso objetivo é promover a proteção do ambiente, incluindo biodiversidade, água, e solos, e contribuir para a criação de cadeias de abastecimento mais sustentáveis e resilientes, indo ao mesmo tempo ao encontro das exigências dos consumidores que dão prioridade à sustentabilidade e ao aprovisionamento ético. Entre as categorias de produtos mais relevantes no ALDI Nord estão as frutas e legumes.

### Frutas e legumes sustentáveis

Enfrentamos múltiplos desafios na gama de frutas e legumes. Cada cultura tem necessidades e impactos específicos, desde vastas necessidades de água durante o cultivo até ao controlo específico de pragas. A disponibilidade dos produtos depende das condições meteorológicas locais e da colheita daí resultante. O cultivo sustentável é crucial para assegurar a disponibilidade a longo prazo dos nossos variados sortidos de frutas e legumes. Em regiões onde escasseia a disponibilidade de água como em certas zonas de Espanha, definimos com a GLOBALG.A.P. SPRING requisitos mais rigorosos para proteger este recurso precioso e garantir que no futuro podemos continuar a obter de forma sustentável frutas e legumes no sul de Espanha.

O projeto 'Collective Water Stewardship Activity in Southern Spain' apoia esta abordagem, e que será explicado com mais detalhe na secção 'Uso responsável da água nas nossas cadeias de abastecimento'.

### Proteção das populações de peixe e marisco

Muitas populações naturais de peixes estão ameaçadas pela sobrepesca, métodos de pesca ilegais e más condições ambientais. A captura selvagem e a aquicultura precisam de mudar, a fim de proteger as populações e satisfazer a procura de pescado como fonte alimentar a longo prazo. Por esta razão, esforçamo-nos por tornar as cadeias de abastecimento e produção de peixe e de marisco mais sustentáveis.

Em meados de 2022 começámos a utilizar a ferramenta informática 'Metrics 2.0 IT' do Sustainable Fisheries Partnership (SFP). Esta ferramenta permite-nos recolher dados dos nossos fornecedores e avaliar a sustentabilidade do peixe e do marisco que compramos. Isto conduziu a um aumento da transparência da cadeia de abastecimento e permitiu-nos transmitir aos fornecedores informação relativa ao risco associado a cada pescaria. Podemos, além disso, ajudá-los a substituir pescarias com risco elevado. Isto teve impacto em 300 fornecedores e 600 produtos em 2022.

Para a certificação de peixe e marisco, confiamos principalmente no Aquaculture Stewardship Council (ASC), no GLOBALG.A.P e no logótipo biológico da UE para pescado de aquicultura, e no Marine Stewardship Council (MSC) para pescado de captura selvagem. Em 2022, a percentagem de recursos certificados de acordo com estas organizações era de 60% em todas as empresas ALDI (2021: 60%).

### Trabalhar rumo ao algodão sustentável

O nosso objetivo declarado é a conversão para 100% de algodão sustentável certificado no vestuário de marca própria e nos produtos têxteis de lar à base de algodão ou com teor de algodão, até ao final de 2025. Este objetivo aplica-se a todo o grupo de empresas ALDI Nord. A percentagem de algodão sustentável cresceu consideravelmente nos últimos anos. Em 2022 cerca de 91 % do algodão usado no





nosso vestuário de marca própria e nos produtos têxteis de lar era reciclado ou com certificado de sustentabilidade. Monitorizamos o progresso de forma contínua, com o departamento de compras a aumentar constantemente a percentagem de algodão sustentável, de modo a assegurar que estamos no bom caminho para atingir o nosso objetivo em 2025.

Para além do nosso objetivo relativo ao algodão, estamos neste momento a trabalhar com um prestador de serviços externo no desenvolvimento de uma estratégia alargada para as fibras (para outras fibras como as sintéticas e as fibras de celulose artificial), que inclui objetivos específicos e de longo-prazo, para uma maior utilização de fibras sustentáveis e recicladas. Isto permitir-nos-á oferecer uma gama ainda mais sustentável de vestuário e de têxteis de lar.

Também participámos em comparações setoriais, tal como a Materials Benchmark, da ONG Textile Exchange, sobre fibras têxteis, em 2022. Foi a sétima vez que participámos na análise comparativa, com mais de 320 empresas. Mantivemos com sucesso um lugar no 'Top 10 por Volume de Algodão Biológico' (quinto lugar) e ficámos em sexto lugar no 'Top 10 por Volume de Algodão Reciclado' no índice de algodão. Mantivemo-nos com sucesso no 'Top 10 por Volume de Penas Preferidas' (sexto lugar).

### O nosso objetivo de alcançar soja 100% livre de desflorestação

A procura de soja para ração animal e produtos alimentares é elevada, mas o cultivo de soja tem frequentemente um impacto negativo

nas florestas. Estes ecossistemas essenciais fornecem um habitat aos seres humanos, flora e fauna, atuam como um reservatório vital de água potável e têm um efeito moderador sobre o clima. As reservas florestais estão ameaçadas pelo cultivo de soja e óleo de palma, bem como pela produção de gado, desflorestação ilegal e exploração de florestas protegidas.

Para combater estes desafios, temos vindo a trabalhar na soja e na alimentação animal sustentáveis há já algum tempo. O nosso objetivo a longo prazo é ter 100% de soja livre de desflorestação utilizada indiretamente (alimentação animal) em produtos de marca própria nas categorias de carne fresca, congelada e transformada, laticínios, ovos e pescado de aquicultura até ao final de 2025. O objetivo para os nossos produtos vegan e vegetarianos à base de soja é incluir 100% de soja certificada e/ou soja de origem europeia até ao final de 2024. Neste momento 64% dos nossos produtos vegan e vegetarianos à base de soja já cumprem este requisito.

### Proteger o ambiente com o cultivo sustentável de óleo de palma

O óleo de palma é um recurso versátil utilizado numa vasta gama de produtos, desde a cobertura de bolos até aos detergentes. A palmeira dendém tem o fruto oleaginoso mais produtivo do mundo, tornando o óleo de palma difícil de substituir. Aumentámos em 2022 a transparência na nossa cadeia de abastecimento de óleo de palma ao nível do grupo de empresas aderindo à [Palm Oil Transparency Coalition \(POTC\)](#). Este grupo de 16 empresas trabalha no sentido de

assegurar que o seu fornecimento de óleo de palma é livre de desflorestação e exploração, e que todos os importadores na cadeia de abastecimento abordam esta questão em todas as suas operações e para todos os volumes, independentemente do estatuto de certificação. Em 2022, vinte importadores de óleo de palma com importância global, dentro das cadeias de abastecimento, foram inquiridos no que diz respeito às suas ambições, objetivos, progresso, e verificação empresariais. Cada importador recebeu uma classificação baseada nos dados que foram recolhidos no inquérito, com uma avaliação de desempenho comercial. Isto permitiu-nos trabalhar com os nossos fornecedores rumo ao nosso objetivo de desflorestação zero a nível comercial.

Todas as atividades de aquisição sustentáveis do ponto de vista ambiental que estão a decorrer, inclusive aquelas que não têm um relatório de progresso específico em 2022 são listadas no nosso [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#).

## USO RESPONSÁVEL DA ÁGUA NAS NOSSAS CADEIAS DE ABASTECIMENTO

Como empresa internacional de distribuição, reconhecemos que muitos produtos vendidos nas nossas lojas podem causar riscos relacionados com a água nos países de produção. As cadeias de valor de produtos agrícolas e têxteis estão entre as que mais água consomem – desde a extração de matérias-primas até à venda nas nossas lojas.<sup>1</sup> É por essa razão que o uso sustentável da água é uma questão importante para o ALDI Nord.

Somos por isso membros, desde 2022, do projeto 'Collective Water Stewardship Activity in Southern Spain' do Programa de Ação para Resíduos e Recursos [Waste and Resources Action Programme] (WRAP), uma importante instituição no domínio da sustentabilidade. O objetivo do projeto é reduzir a pressão sobre os recursos hídricos nesta região até 2030, um objetivo crítico para as frutas e legumes, como foi acima indicado. Esta participação complementa as nossas atuais medidas destinadas à utilização sustentável de água fresca nas nossas cadeias de abastecimento no sul de Espanha. O projeto inclui quatro campos de atuação:

- Melhorar o nosso entendimento dos riscos para a água e diagnosticar as ações necessárias a nível macro e local;
- Apoiar a gestão coletiva de água em vários locais prioritários específicos para melhorar o estado de qualidade da água;
- Reforço das normas de certificação;
- Defender uma melhor gestão da água.

<sup>1</sup> Jungmichel, Norbert, Christina Schampel and Daniel Weiss (2017): Atlas on Environmental Impacts – Supply Chains – Environmental Impacts and Hot Spots in the Supply Chain. Berlin/Hamburg: adelphi/Systain.





Para além de prevenir a pressão sobre os recursos hídricos, o ALDI Nord leva a cabo múltiplas iniciativas para prevenir a poluição química na produção. A testagem das águas residuais e a verificação do cumprimento dos valores que constam das diretrizes são cruciais para reduzir a poluição química na produção.

As Estações de Tratamento de Efluentes (Effluent Treatment Plants – ETP) são necessárias para purificar as águas residuais resultantes da produção e cumprir as leis e normas das agências ambientais. A nossa fase-piloto de auditoria a estas estações foi adiada devido às restrições de viagens na China relacionadas com a COVID-19, esperando-se que seja finalizada em meados de 2023. Nesta fase, vamos avaliar a informação sobre o desempenho e o uso continuado das ETPs ao longo da nossa cadeia de abastecimento no Bangladesh, na China, na Índia e no Paquistão. Estamos também a avaliar as vantagens destas auditorias. Os resultados irão determinar o potencial de uma extensão sistemática das auditorias às ETP em 2023.

Em 2022, bloqueámos 14 locais de produção devido à ausência de análises válidas de águas residuais e de lamas, a análises de águas residuais e de lamas não conformes, ou auditorias de gestão de químicos em falta. Quatro destes locais de produção conseguiram retificar as suas não-conformidades e já se encontram desbloqueadas. Todas elas remediaram os incumprimentos, apresentando uma nova análise conforme de águas residuais e de lamas. Dois locais de produção adicionais foram bloqueadas devido à eliminação não autorizada e à descarga ilegal de produtos químicos, águas residuais ou

lamas. Estes casos foram identificados no âmbito das ASAs (ALDI Sustainability Assessments).

A partir de 2024, todos os locais de produção com processos húmidos nas nossas cadeias de abastecimento de têxteis e calçado terão que utilizar as ferramentas de inventário químico 'The BHive™' or 'BVE3'. Terão de registar os seus inventários químicos durante o período de produção. Os inventários de produtos químicos terão de incluir todos os produtos químicos no seu stock. Todos os produtos químicos utilizados na produção para o ALDI deverão estar em conformidade com a Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC) Manufacturing Restricted Substance List (MRSL).

Para uma visão mais detalhada do nosso uso responsável de água, consulte o Relatório de Sustentabilidade de 2021.

**Resumimos os nossos objetivos internacionais e nacionais num documento PDF separado. Saiba mais sobre eles no nosso Programa CR.**

## RESPONSABILIDADE SOCIAL NA CADEIA DE ABASTECIMENTO

Cumprir a nossa responsabilidade social na cadeia de abastecimento é uma das nossas principais prioridades. Tal coaduna-se com as avaliações das nossas partes interessadas, que classificaram, na nossa mais recente análise de materialidade de 2021, as práticas responsáveis da cadeia de abastecimento (especialmente no tópico material "Direitos humanos e condições de trabalho") como um dos principais desafios que se colocam ao nosso desempenho futuro em matéria de sustentabilidade. A responsabilidade social na cadeia de abastecimento diz respeito à aquisição de produtos e matérias-primas de forma a respeitar os direitos humanos, proteger o ambiente, e garantir a subsistência. Os tópicos centrais que abordamos neste domínio incluem saúde e segurança, salários e horários de trabalho, salários de subsistência e rendimentos, trabalho infantil, discriminação, trabalho forçado e desigualdade de género. O nosso compromisso não se limita, contudo, a estes tópicos. Também queremos promover relações comerciais justas entre os fornecedores e os outros níveis a montante. A fim de cumprir com a nossa responsabilidade social, desenvolvemos um Processo de Dever de Diligência em matéria de Direitos Humanos, alinhando-nos pelos "Princípios Orientadores das Nações Unidas sobre Empresas e Direitos Humanos" (UNGP).

Para mais informação acerca da organização, enquadramento, políticas e regulações, ver o Relatório de Sustentabilidade de 2021.

## AVALIAÇÕES DE RISCOS EM MATÉRIA DE DIREITOS HUMANOS E DE CONFORMIDADE SOCIAL

Como não podemos abordar todas as questões ao mesmo tempo, realizamos continuamente avaliações para identificar e dar prioridade aos potenciais riscos nas nossas cadeias de abastecimento. Com base nestas avaliações, concentramo-nos nas cadeias de abastecimento, recursos, e questões de alta prioridade identificadas, e adotamos medidas específicas.

Estas cadeias de abastecimento de alta prioridade foram identificadas através da condução de uma Análise de Risco de Sustentabilidade (Sustainability Risk Analysis – SRA), em conjunto com uma consultora independente. Este processo envolveu uma avaliação de todas as cadeias de abastecimento alimentares e não-alimentares do ALDI-Nord relativa aos possíveis riscos ambientais e de direitos humanos. Analisámos ao mesmo tempo a margem de manobra adequada para o ALDI Nord com base no volume de compras e outros fatores. Estes dados permitiram-nos identificar os nossos produtos e cadeias de abastecimento de alta prioridade. A análise de risco será regularmente atualizada.

Um outro instrumento na nossa caixa de ferramentas analítica são as Avaliações de Impacto nos Direitos Humanos (Human Rights Impact Assessments – HRIA). A metodologia que lhes é subjacente possibilita-nos um conhecimento detalhado das potenciais violações dos direitos humanos em cadeias de





abastecimento específicas. Estas avaliações aprofundadas permitem-nos responder imediatamente e tomar ações corretivas. O nosso objetivo é realizar até doze HRIA – pelo menos uma avaliação para cada cadeia de abastecimento de alto risco – e publicar os resultados até ao final de 2025. Os nossos três primeiros relatórios, sobre peixe e marisco (com enfoque no atum), citrinos de Espanha, e chá da Índia, pode ser consultado na nossa [subsecção de downloads](#).

Ambos os métodos de avaliação (SRA e HRIA) e respetivos resultados servem de alicerce a outras etapas estratégicas e mostram-nos onde e como concentrar os nossos esforços. Outras atividades, tais como auditorias e avaliações adicionais, são descritas abaixo.

## AVALIAÇÕES REALIZADAS E MONITORIZADAS PELO ALDI NORD

Os locais de produção de todas as categorias de produtos não alimentares e de categorias selecionadas de produtos alimentares, localizados em países de risco, têm de ser submetidos a auditorias realizadas por terceiros ou certificadas. Os locais de produção são verificados ainda na fase de negociação para identificar problemas e tomar medidas para os remediar. Em 2022, 97,7% dos locais de produção não-alimentares tinham uma auditoria realizada, ou um certificado emitido, por terceiros.

Para mais pormenores sobre o nosso Programa de *Social Compliance* e sobre auditorias

conduzidas por terceiros, ver o nosso [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#).

Devido às limitações inerentes às auditorias por terceiros, também monitorizamos e avaliamos o cumprimento dos nossos requisitos através das nossas próprias avaliações no local.

Avaliamos regularmente as condições de trabalho em locais de produção situadas em países de risco classificados pela amfori BSCI, através de avaliações de sustentabilidade abrangentes. Estas são conduzidas pelos nossos departamentos de CR em Hong Kong e Dhaka, e são apoiadas ou mesmo realizadas por um prestador de serviços externo. As antigas Avaliações Sociais ALDI (ALDI Social Assessments – ASA) e Avaliações de Produção ALDI (ALDI Producer Assessments – APA) eram bastante alinhadas e foram fundidas sob o nome de Avaliação de Sustentabilidade ALDI (ALDI Sustainability Assessments – ASA) em finais de 2022. A nova abordagem ASA cumpre os requisitos tanto para as cadeias de abastecimento alimentares como para as não alimentares, com um sistema unificado de avaliação que inclui para cada uma delas um módulo geral de direitos humanos e um módulo de cadeia de abastecimento, nas gamas 'calçado e têxteis', peixe e marisco' e 'frutas e legumes frescos'.

Em 2022 o ALDI Nord realizou 332 ASA, 265 em cadeias de abastecimento não-alimentares e 67 em cadeias de abastecimento alimentares. Devido às restrições de viagem associadas à COVID-19 ainda em vigor, muitas ASA tiveram de ser feitas à distância. O departamento

de CR de Hong-Kong realizou as avaliações por videoconferência, com as verificações no próprio local a serem feitas por prestadores de serviços locais. No total, 90% das avaliações realizadas pelo departamento de CR de Hong-Kong foram feitas à distância. As ASA que não foram conduzidas pelo departamento de CR de Hong-Kong foram na sua maioria realizadas, quando possível, no próprio local. Isto resultou num total de 47% de avaliações conduzidas em ambiente virtual.

Entre os locais de produção que foram avaliados, identificámos riscos graves em 75 não-alimentares, e 3 alimentares. Riscos graves representam desvios críticos em relação às nossas políticas e normas em áreas como a saúde e segurança no trabalho. 32 riscos graves não-alimentares e 2 alimentares foram já resolvidos pelos locais de produção, em colaboração com os nossos fornecedores (desde 31.03.2023).

Para a fase piloto da Avaliação CR de Fornecedores em 2022 relativa ao atum e ao camarão, realizámos as primeiras ASA na Tailândia, Vietname, Equador, e China, no próprio local e à distância.

Para mais pormenores sobre o processo de avaliação, consulte também o [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#).

## ALÉM DAS AUDITORIAS

Um dos nossos objetivos estratégicos é integrar a sustentabilidade mais consistentemente nas práticas de compra, refletindo o nosso compromisso com os direitos humanos nas nossas aquisições e exigindo uma abordagem colaborativa com os nossos fornecedores. Para tal, desenvolvemos a nossa Avaliação Anual da Responsabilidade Corporativa dos Fornecedores (Corporate Responsibility Supplier Evaluation – CRSE) de produtos alimentares e não-alimentares. O objetivo desta avaliação é incorporar o desempenho de sustentabilidade dos fornecedores nas nossas práticas de compra, para além das certificações e da realização de auditorias. Consolidámos e otimizámos a nossa abordagem com a realização de um piloto de CRSE à categoria 'Do it Yourself' (DIY) de 2021 a 2022. Também lançámos este programa para a gama de produtos de peixe e marisco (atum). Em 2023, os resultados da SRA foram a base para o planeamento de uma futura extensão a outras cadeias de abastecimento de alta prioridade – por exemplo, os citrinos – com o objetivo de estender a avaliação de fornecedores a todas as cadeias de abastecimento alimentar até 2027.





## DESENVOLVER CAPACIDADES LOCAIS NO BANGLADECHE

O ALDI Nord lançou, em Agosto de 2022, o Projeto de Sustentabilidade Industrial ALDI (ALDI Industry Sustainability Project – AISP), que está a ser realizado com a ONG Karmojibi Nari em doze locais de produção na região de Dhaka, no Bangladesh. O objetivo do projeto é duplo: melhorar os padrões sociais através da formação e capacitar os locais de produção de modo a que ofereçam centros de acolhimento infantis seguros e fiáveis. A componente de formação do projeto abrange questões como o recrutamento e os direitos dos trabalhadores, normas de saúde e segurança, violência de género e assédio, e capacitação das mulheres. O projeto promove os cuidados infantis nos locais de produção através da formação em otimização de gestão de sistemas de cuidados infantis, e da formação de cuidadores, por exemplo, em saúde e nutrição. Os resultados estão previstos para o fim do primeiro ano do projeto em Julho de 2023, com possível extensão a mais anos.

## ABORDAGEM À IGUALDADE DE GÉNERO

Estamos empenhados em eliminar a discriminação e em defender a igualdade dentro da nossa esfera de influência. Este compromisso é salientado pela assinatura dos 'Women's Empowerment Principles' bem como pelas nossas publicações Política Internacional de Igualdade de Género e Plano de Ação para a Igualdade de Género.

Na Política e no Plano de Ação, o ALDI sublinha a sua ambição de reforçar ainda mais os direitos das mulheres e de contribuir para a melhoria das condições de trabalho das mulheres nas suas cadeias de abastecimento globais. Como parte dos nossos esforços, publicámos um estudo de caso, 'Promovendo a Igualdade de Género nas Cadeias de Abastecimento' com a Global Compact Network Germany. Para além disso, participamos ativamente na parceria multilateral sobre saúde e segurança no trabalho sensível à dimensão de género ('Gendergerechte Gesundheit im Fokus') da associação FEMNET e. V. e do SÜDWIND Institute em colaboração com a Cividep na Índia e com o Centro dos Direitos Sindicais (TURC) na Indonésia. O objetivo do projeto é melhorar a saúde das pessoas que trabalham (na sua maior parte mulheres) na indústria do vestuário e do calçado na Índia e na Indonésia, que estão também expostas a riscos específicos, como a violência sexualizada no local de trabalho. O apoio do ALDI Nord irá focar-se nas atividades na Índia.

## ESTABELECEER MECANISMOS DE DENÚNCIA

Em 2021, teve início no Vietname o projeto-piloto do mecanismo de denúncias "*Speak for Change*" (Falar pela Mudança) da Amfori, no qual o ALDI Nord participa. O programa permite aos trabalhadores, comunidades e seus representantes ou denunciante ("whistleblowers") denunciar questões relacionadas com membros da amfori ou seus parceiros comerciais, que estejam a ocorrer ou das quais haja a perceção de estarem a ocorrer. O programa pretende ser um segundo passo, a ser utilizado se os mecanismos operacionais locais de denúncia (operational grievance mechanisms – OGM) não resolverem a questão. A seguir à conclusão com sucesso do projeto-piloto no Vietnã em 2022, o programa será estendido à Turquia, Bangladesh e Índia em 2023.

Muitos dos nossos produtos são fabricados em locais de produção têxtil no Bangladesh. Estamos sujeitos ao mecanismo de denúncias do Conselho para a Sustentabilidade RMG (RMG Sustainability Council – RSC), implementado anteriormente pelo Acordo Internacional sobre Saúde e Segurança na Indústria Têxtil e do Vestuário. Este mecanismo pode vir a ser disponibilizado para os locais de produção no Paquistão, para onde o acordo será a seguir estendido. O ALDI Nord assinou o novo Acordo sobre Saúde e Segurança na Indústria Têxtil e do Vestuário em Janeiro de 2023.

Consulte o Relatório de Sustentabilidade de 2021 para saber mais sobre a nossa abordagem e estratégia relativa aos mecanismos de denúncia.





## O NOSSO COMPROMISSO DE TRANSPARÊNCIA E DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO

Para além dos nossos próprios controlos internos, queremos também permitir aos nossos clientes e às ONG o rastreio das origens dos nossos produtos. Facilitámos este controlo começando a publicar o nome e a morada dos principais fornecedores ativos em cadeias de abastecimento alimentar de alta prioridade. Vamos continuar a adicionar entradas a esta lista na nossa página *web* com o objetivo de publicar informação relevante (incluindo nomes e moradas) relativas a seis cadeias de abastecimento de alta prioridade até 2027. A nível internacional, pretendemos publicar dados separados por género sobre três cadeias de abastecimento de alta prioridade. Estes dados serão recolhidos através das HRIA e de prestadores de serviços externos. Passo a passo, o nosso objetivo é tornar mais transparentes as nossas cadeias de abastecimento de alta prioridade.

Também publicamos informação sobre os nossos principais locais de produção para vestuário, têxteis de lar e calçado, a cada trimestre na nossa página *web* e na página *web* da [Open Supply Hub](#). Este inclui informações tais como os nomes dos nossos principais locais de produção, as suas moradas e o seu número aproximado de colaboradores. Este é um passo essencial no caminho para garantir a rastreabilidade dos nossos produtos e para respeitar o 'Transparency Pledge' definido por uma aliança de nove organizações de direitos humanos e sindicatos.

## RELAÇÕES COMERCIAIS JUSTAS: COMO CAPACITAMOS OS AGRICULTORES LOCAIS E PROMOVEMOS PROJETOS DE COMÉRCIO JUSTO

Estamos atualmente envolvidos em vários projetos e iniciativas que visam promover relações mais justas com os fornecedores, como por exemplo o nosso projeto de café na Colômbia (promovido pela [SKN Caribecafé](#)), cuja segunda fase terminou em outubro de 2022. Conseguimos até agora chegar a 1503 pequenos produtores de café e suas famílias (e, indiretamente, a mais 6000 produtores de café que são seus familiares e vizinhos). A taxa de participação feminina foi de 22%, que é superior à taxa média de participação em projetos comparáveis no setor do café na Colômbia. Isto foi possível devido à coordenação das sessões de formação com os produtores de café de forma a garantir que não coincidiam com compromissos profissionais ou familiares. Para além disso, os pais podiam trazer as suas crianças para as sessões de formação individuais, não necessitando assim de assistência com as crianças. Isto também ajudou a promover o interesse pelo cultivo do café junto da próxima geração. O projeto também promoveu a participação ativa das mulheres na formação, visitas às explorações de cultivo, visitas de estudo e atividades comunitárias. O foco foi sempre, direta ou indiretamente, em questões de autonomia, participação, capacitação, igualdade e não-discriminação, para todos os membros das famílias que cultivam café e dentro da comunidade. As mulheres foram encorajadas

a assumir papéis de liderança nas suas comunidades e a implementar boas práticas agrícolas no cultivo do café.

Os nossos outros projetos em curso, incluindo aqueles que não têm um relatório de progresso específico em 2022, são descritos no [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#).

**Resumimos os nossos objetivos internacionais e nacionais num documento PDF separado.**

**Saiba mais sobre eles no nosso [Programa CR](#).**







# CLIMA & AMBIENTE

## COMO OTIMIZAMOS OS NOSSOS PROCESSOS

Das lojas aos centros de distribuição e escritórios administrativos, onde quer que operemos, o nosso objetivo é reduzir de forma constante a quantidade de energia e recursos que consumimos. O nosso enfoque é a redução das emissões de CO<sub>2</sub>e. Este é o elemento mais evidente na Política de Proteção Climática do ALDI Nord.





## DESTAQUES 2022

### ELECTRICIDADE VERDE. NEUTRO EM CARBONO.



#### International

### MAIS 25% DE ELETRICIDADE VERDE

Ao comprar eletricidade verde poupámos mais de 314 430 toneladas de CO<sub>2</sub>e no grupo de empresas ALDI Nord em 2022, um aumento de 25% em comparação a 2021 (252 900 toneladas de CO<sub>2</sub>e).

#### COMPROMISSO COM O TCFD

O ALDI Nord reconhece que as alterações climáticas e a mudança rumo a economias de baixo carbono trazem consigo um conjunto de potenciais riscos e oportunidades. Em resultado começámos a adaptar os nossos procedimentos de gestão de risco de modo a cumprirem as recomendações do Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), refletindo a importância crescente deste enquadramento para as nossas partes interessadas. Esta iniciativa começou em 2023.



**“Instalámos mais de 37 434 painéis solares nos telhados das nossas lojas e centros de distribuição, gerando energia para consumo interno e para a rede, com sistemas PV em 188 dos nossos edifícios.**

**Em 2022 produzimos mais de 13 milhões de kWh para uso interno, um aumento de 134% em comparação com 2021”**

DAVID CARIM

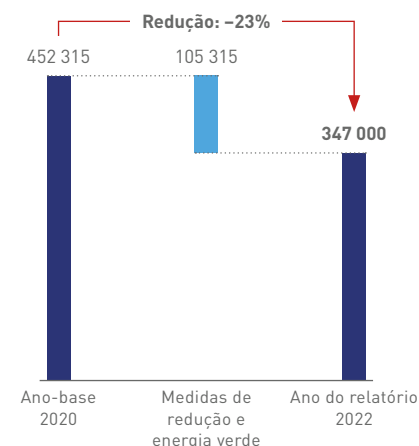
Managing Director Real Estate, ALDI Espanha

#### International

### NO CAMINHO CERTO

O ALDI Nord está empenhado em diminuir as suas emissões de gases com efeito de estufa (Âmbitos 1 & 2) em 55% até 2030 em relação aos níveis de 2020, como parte dos nossos esforços para cumprir a trajetória SBTi de 1,5°. Fizemos progressos notáveis em direção a esta meta, com uma redução de 23% nas nossas emissões em 2022, graças a várias medidas, tais como alargar o nosso uso de energias renováveis, otimizar operações logísticas, e aplicar medidas de eficiência energética nas nossas lojas e centros de distribuição. Continuamos empenhados em reduzir ainda mais a nossa pegada carbónica e trabalhar para um futuro sustentável.

### 1,5°C-SBT CAMINHO DE REDUÇÃO DO ALDI NORD



Nota: Valores em toneladas de CO<sub>2</sub>e.

#### ALDI Portugal

### EVENTO ALDI 100% NEUTRO EM CARBONO

A ALDI Portugal realizou em setembro de 2022 o seu primeiro evento neutro em carbono. Medimos a pegada carbónica do nosso evento empresarial “Sou ALDI”, e compensámos totalmente o seu equivalente em emissões de CO<sub>2</sub>e. 50% da pegada CO<sub>2</sub>e foi atribuída a um programa responsável de gestão florestal português, e os restantes 50% foram atribuídos a um projeto de produção de energia eólica na Índia.





## PROTEÇÃO CLIMÁTICA & AMBIENTAL

Fornecer aos nossos clientes produtos mais sustentáveis exige uma monitorização contínua de todas as nossas cadeias de valor e processos de trabalho. A proteção climática e ambiental nas nossas instalações e nos locais de produção dos nossos fornecedores desempenham um papel significativo nestas considerações. O enfoque na utilização eficiente de recursos faz parte do nosso ADN enquanto *discounter*. Estamos a responder às exigências de mudança dos consumidores, adotando sistemas modernos de gestão da eficiência, a par de um aperfeiçoamento da gestão dos nossos processos e da reciclagem (por exemplo, a instalação em alguns países do circuito de reciclagem garrafa-a-garrafa ('bottle-to-bottle recycling') nas garrafas descartáveis para bebidas não-alcoólicas). Este é o nosso contributo para a sustentabilidade futura do ALDI Nord e a nossa abordagem à gestão resiliente ao risco.

No nosso Relatório de Sustentabilidade de 2021 pode ficar a saber mais acerca da nossa abordagem à gestão da proteção climática e ambiental, o modo como organizamos esse tópico e a regulamentação aplicável.

### AS NOSSAS METAS CLIMÁTICAS

A nossa meta atual é reduzir as nossas emissões de gases com efeito de estufa (emissões de âmbito 1 e âmbito 2) em todo o grupo das empresas ALDI Nord em 55% até 2030, em comparação com os nossos níveis de 2020, de modo a estarmos alinhados com a meta de 1,5º da SBTi. Para mais informações sobre a nossa base de referência em 2020, consulte o nosso [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#). De acordo com os critérios da SBTi, se as emissões de âmbito 3 representarem pelo menos 40% das emissões totais da empresa (âmbitos 1-3), a organização deve estabelecer uma meta de âmbito 3. Uma vez que as emissões de âmbito 3 representam aproximadamente 99% das nossas emissões totais, identificámos e analisámos as sete categorias mais relevantes. Este exercício revelou que a maioria das emissões - 96% - estavam na Categoria 1 (bens e serviços adquiridos), como é habitual no setor da distribuição. Estas são emissões geradas pelos fornecedores das empresas ALDI, nos quais podemos exercer uma influência limitada. Estabelecemos contudo, em parceria com os nossos fornecedores, requisitos específicos, que avaliamos em conjunto. Foi por isso que fixámos uma meta relativa ao compromisso dos fornecedores ('Supplier Engagement Target'), que estabelece que 75% dos nossos fornecedores (com emissões na categoria de âmbito 3 "Bens e serviços adquiridos") se devem comprometer a fixar até 2024 os seus próprios objetivos de redução com base científica, de acordo com os requisitos da SBTi. Atingimos em 2022 42% do objetivo. Para cumprir os nossos

critérios, o fornecedor tem de ter um objetivo de base científica validado, comprometer-se com a SBTi, ou ter estabelecida uma meta de redução de base científica alinhada com os recursos da SBTi.

Estamos em estreito diálogo com os nossos parceiros e fornecedores mais importantes para reduzir as emissões de gases com efeito de estufa, oferecendo *webinars* gratuitos sobre os requisitos de contabilidade climática operacional e a definição de SBT. O ALDI Nord analisa continuamente o estado de implementação e progresso do compromisso climático dos fornecedores.

Como parte do desenvolvimento de objetivos no âmbito da SBTi, realizámos várias medidas nas nossas lojas, centros de distribuição e logística, e aumentámos o uso de energias renováveis. As medidas variam conforme os países. Conheça em detalhe as medidas no nosso [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#).

### DETERMINAÇÃO DA NOSSA PEGADA CLIMÁTICA

A nossa pegada de carbono é determinada de acordo com a norma internacionalmente reconhecida, estabelecida pelo Protocolo de Gases com Efeito de Estufa (GEE) que fornece um quadro vinculativo para a realização do cálculo. Uma vez que estabelecemos metas independentes para os âmbitos 1, 2 e 3, utilizamos duas pegadas de carbono separadas como base de referência para 2020. Em 2020, foi emitido um total de 27.164.502 toneladas de CO<sub>2</sub>e em todos os âmbitos. Mediremos o nosso progresso rumo aos nossos objetivos para 2030 em relação a esta base de referência. Para os âmbitos 1 e 2, foi emitido um total de 452 315 toneladas de CO<sub>2</sub>e em 2020. Foi emitido, em 2022 um total de 347.000 toneladas de CO<sub>2</sub>e para os âmbitos 1 e 2. Em comparação com a nossa base de referência já poupamos 23% dos 55% planeados.

As emissões do âmbito 3 representam a maior parte da pegada de carbono total de uma empresa de distribuição, como é comum neste setor. A quota de emissões de âmbito 3 do grupo de empresas ALDI Nord é de cerca de 99%. Os dados referentes às emissões do âmbito 3 ainda não estavam disponíveis à data do fecho da edição. No entanto, os mesmos serão publicados na nossa página *web* num futuro próximo. Mais informações sobre as categorias abrangidas e a nossa pegada de carbono no ano de referência de 2020 podem ser consultadas no [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#).





## RECOMENDAÇÕES TCFD

As alterações climáticas e a transição para uma economia de baixo carbono criam uma variedade de riscos e de oportunidades para o ALDI Nord. Começamos por isso em 2023 a alinhar os nossos processos de gestão de risco com as recomendações do Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), refletindo a sua importância crescente para as nossas partes interessadas.

### Preparação para o rastreio de cenários climáticos

No primeiro processo TCFD o enfoque do ALDI Nord será na identificação dos riscos e oportunidades associados às alterações climáticas. Peritos internos de vários departamentos irão reunir-se em *workshops* para discutir as recomendações do TCFD sobre riscos e oportunidades e identificar os impactos associados.

Tal como recomendado pelo TCFD, diferentes cenários climáticos serão aplicados: O cenário de 4º do Painel Intergovernamental sobre as Alterações Climáticas (Intergovernmental Panel on Climate Change – IPCC) identificará as condições climáticas alteradas e os fenómenos meteorológicos extremos, tais como a elevação do nível do mar ou inundações. Os riscos físicos associados constituiriam um risco para as infraestruturas de transporte e energia, edifícios, para os colaboradores do ALDI Nord e nos nossos fornecedores. O Zero Emission scenario (NZE) da International Energy Agency (IEA) será aplicado de modo a levar em conta

um cenário muito abaixo dos 2°C. Mostrando uma via para alcançar as zero emissões líquidas de CO<sub>2</sub>e, impulsionada principalmente por transformações energéticas, tecnológicas e na inovação. Este cenário identificará riscos e oportunidades de transição e os impactos associados para a nossa atividade. Estamos atualmente no processo de avaliar o nosso risco climático. Os resultados serão comunicados no próximo relatório.

## PROGRESSO E NOVAS MEDIDAS NAS NOSSAS LOJAS

Nos últimos anos já implementámos um grande número de medidas nas nossas lojas. Conheça mais detalhes no nosso Relatório de Sustentabilidade de 2021. Esta secção destaca os progressos realizados em 2022.

Muitas das nossas lojas e centros de distribuição estão equipados com sistemas fotovoltaicos (PV). Em 2022 estes sistemas tinham uma capacidade instalada de mais de 164 600 kWp e produziram mais de 146 000 MWh de eletricidade – teoricamente energia elétrica suficiente para 36 500 residências unifamiliares. Foi assumido um consumo anual de 4 000 kWh por residência como base para o cálculo. Pode encontrar mais informação acerca da situação atual de cada país na subsecção 'Energia renovável'.

Na sequência da escassez de energia causada pela crise energética, desenvolvemos medidas suplementares a serem implementadas nas lojas em todos os países ALDI. Os progressos preliminares e os resultados em termos de poupanças abaixo listados são referentes à Alemanha, mas esperamos um potencial de poupança semelhante noutros países.

### Instalação de portas nos móveis de frio de loja

- Situação atual: Já teve início a implementação e esta medida deverá estar concluída em todas as lojas no final de 2023.
- Poupança esperada de energia: aproximadamente 10% das necessidades de energia por loja (cerca de 25 000 kWh/ano).

### Desativação da iluminação nos móveis de padaria e vinhos

- Situação atual: implementada em todas as lojas

### Redução da iluminação para dois terços nas áreas de vendas

- Situação atual: em implementação

## LOGÍSTICA, FROTA, E CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO EFICIENTES

Transportamos mais de 31 milhões de lugares de euro-paletes entre os nossos 65 centros de distribuição e mais de 5400 lojas. Trabalhamos constantemente no sentido de tornar mais

eficiente esta enorme operação logística. Face ao aumento do nosso volume de negócios, abordamos esta questão sob três ângulos: tecnologia, eficiência e competência. Conceitos logísticos modernos ajudam-nos a agrupar os fluxos de mercadorias, a otimizar e a encurtar as rotas de transporte. Reduzem-se, assim, o número de viagens, gerando menos emissões. Pneus com baixa resistência ao rolamento e spoilers de tejadilho ajudam a reduzir o consumo de combustível. Além disso, certificamo-nos de que os camiões só saem dos nossos centros de distribuição com cargas úteis completas.

O nosso objetivo ao nível do grupo de estabelecer uma frota interna com emissões líquidas zero basear-se-á num teste de longo prazo realizado com dez camiões elétricos com bateria em quatro centros de distribuição na Alemanha em 2023. O objetivo é avaliar a utilização de camiões elétricos de bateria (BET) nas operações quotidianas e acumular experiência com esta tecnologia. O ALDI Nord vai lançar uma análise de custo e viabilidade para comparar diferentes tecnologias de emissão zero de modo a garantir que os resultados dos testes práticos possam ser usados em todos os lugares e países. O resultado desejado seria camiões sem emissões durante as operações – principalmente camiões elétricos cuja fonte de energia são baterias ou pilhas de combustível. Começaremos por expor a situação atual às empresas regionais,





focando-nos na estrutura de envio e na infraestrutura do local. O próximo passo será uma análise comparativa dos requisitos das várias tecnologias disponíveis.

Para além disto, temos plataformas de consolidação de logística externa para agrupar encomendas de menor dimensão e otimizar o uso de camiões em transportes internos para os centros de distribuição ALDI. Aumentámos, no ano a que se refere o relatório, o número de plataformas de consolidação de 17 para 18. Estas otimizações, contudo, ainda são consideradas emissões de âmbito 3.

## ENERGIA RENOVÁVEL: MAIS ELETRICIDADE VERDE PARA ALCANÇARMOS O NOSSO OBJETIVO

Como referido na secção sobre o progresso nas nossas lojas, os sistemas fotovoltaicos (PV) desempenham um papel importante na poupança de recursos e emissões. Poupámos cerca de 41 085 toneladas de emissões de CO<sub>2</sub>e em 2022 em todo o grupo de empresas ALDI Nord, com a expansão de sistemas fotovoltaicos nas lojas e nos centros de distribuição. 232 novos sistemas fotovoltaicos foram instalados dentro do grupo de empresas no ano de referência. Estes sistemas novos têm uma capacidade total instalada de cerca de 40 700 kWp. Saiba mais sobre a capacidade instalada dos sistemas fotovoltaicos em 2022 e a produção de eletricidade interna em 2022.

Utilizamos atualmente cerca de 72% da eletricidade gerada por energia solar para consumo próprio; o restante é inserido na rede elétrica. Continuamos a testar a eficácia da tecnologia de armazenamento que nos permitiria utilizar mais tarde a eletricidade gerada, conseguindo assim aumentar a quantidade de energia para consumo próprio.

Mesmo com sistemas fotovoltaicos adicionais, continuaremos a consumir nos próximos anos a maior parte da nossa eletricidade da rede. Adquirimos energia verde sempre que possível para compensar o défice. A ALDI Países Baixos converteu-se para energia totalmente renovável em 2015 e a ALDI Espanha seguiu o exemplo em 2018. A mudança na Bélgica foi concluída em 2020 e na Alemanha em 2021. O resultado foi uma poupança de mais de 314 430 toneladas de CO<sub>2</sub>e em 2022 em todo o grupo de empresas ALDI Nord.

A mudança para energias renováveis é o fator mais importante para alcançar os nossos SBT para os âmbitos 1 e 2. Até 2030, o mais tardar, todos os países devem utilizar 100% de energia renovável. Sempre que possível, as novas lojas são equipadas com painéis fotovoltaicos, independentemente de serem lojas próprias ou alugadas. Nem sempre é possível instalar um sistema fotovoltaico nas lojas, nomeadamente quando fazem parte de um complexo maior, por exemplo, um centro comercial.

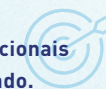
O nosso planeamento futuro inclui a intensificação das nossas discussões com os fornecedores para desenvolver medidas de descarbonização da cadeia de abastecimento. Para além disso continuaremos as discussões internas para desenvolver medidas que vão além do que é exigido pela SBTi. Estas medidas incluem projetos para aumentar a eficiência nas nossas lojas e para criar uma frota interna de camiões neutra em carbono. Comunicaremos o nosso progresso em publicações futuras.

## OS RESÍDUOS E A ÁGUA NOS NOSSOS PROCESSOS OPERACIONAIS

Na gestão de resíduos, seguimos a ordem de prioridade dos cinco processos: redução, reutilização, reciclagem, recuperação e eliminação. Evitamos resíduos utilizando sistemas reutilizáveis e duradouros na logística, tais como caixas de plástico reutilizáveis para frutas e legumes, padaria, ou carne pré-embalada e, na Alemanha, a nossa própria meia paleta de plástico ("Kunststoff Düsseldorfer Palette" ou KDP). Determinamos quais os materiais que podem ser reutilizados e promovemos a reciclagem de cada fluxo de resíduos recolhido separadamente no ALDI Nord, tal como o cartão e a película de plástico. A energia nos materiais que não podem ser reciclados é recuperada em incineradoras de resíduos após pré-tratamento.

O funcionamento de uma loja ALDI requer geralmente menos água por ano que um agregado familiar de quatro pessoas. Em 2022, utilizámos aproximadamente 1 176 894 metros cúbicos de água em todo o ALDI Nord, dos quais 989 610 metros cúbicos utilizados nas nossas lojas. Utilizamos engenharia tecnológica eficiente na poupança de água. Por exemplo, os fornos de autolimpeza (para padaria/pastelaria) são utilizados na maioria dos países ALDI, uma vez que podem ser lavados sem água. Também utilizamos equipamento de limpeza economizador de água, dotado de tecnologia de distribuição eficiente e produtos de limpeza biodegradáveis para reduzir a contaminação das águas residuais.

**Resumimos os nossos objetivos internacionais e nacionais num documento PDF separado. Saiba mais sobre eles no nosso [Programa CR](#).**







PLATAFORMA DE  
APRENDIZAGEM

INQUÉRITO AOS  
TRABALHADORES

APOIO A  
ORGANIZAÇÕES DE  
AJUDA LOCAL

NOVA MARCA  
DE  
EMPREGADOR

# COLABORADORES & COMUNIDADE

AJUDA EM CASO  
DE CATÁSTROFES

## O SUCESSO ASSENTE NO RESPEITO MÚTUO

O desempenho e o empenho dos colaboradores ALDI estão no cerne do nosso sucesso. A modernização dos processos de RH é uma parte significativa dos objetivos de motivação e apoio às equipas que trabalham arduamente.





**“Analisamos sistematicamente cada aspeto dos nossos processos, desde a produção até à atividade em loja, otimizando o nosso inventário com base na procura dos consumidores. Oferecemos 30% de desconto em produtos prestes a atingir a data de validade, e doamos os bens alimentares não vendidos, mas aptos para consumo, a nível local. Os nossos esforços ajudaram a ALDI Espanha a evitar 6595 toneladas de desperdício alimentar em 2022, das quais 5994 toneladas apenas através da medida de redução de preço em 30%.”**

VALENTÍN LUMBRERAS  
CEO ALDI Espanha

#### International

**92 000**  
COLABORADORES

Estamos orgulhosos que as nossas equipas tenham crescido até atingir quase 92 000 colaboradores, continuando a aumentar. Sentimo-nos honrados pelo esforço e dedicação dos nossos colaboradores, que são a base do nosso sucesso. À medida que continuamos a crescer, estamos empenhados em oferecer oportunidades de crescimento e desenvolvimento profissional.

**100**

#### PALETES DE BENS PARA AJUDAR

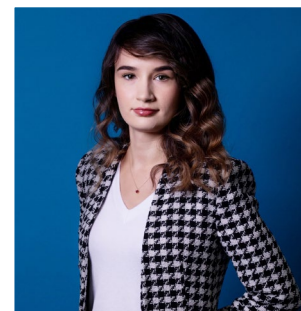
Enquanto distribuidor de bens essenciais, o ALDI Nord reconhece a importância da prestação de ajuda às pessoas que se encontram em necessidade. Estamos empenhados em oferecer ajuda de emergência a pessoas que enfrentam dificuldades. Por exemplo, em resposta ao sismo que atingiu a Turquia e a Síria, enviámos rapidamente para as áreas afetadas 100 paletes de bens urgentemente necessitados.

## DESTAQUES 2022 AJUDA HUMANITÁRIA. DONATIVOS. COMUNIDADE.

#### ALDI Países Baixos



Recebemos o certificado internacional Top Employer [Empregador de topo] depois de uma extensa e cuidadosa auditoria. Por exemplo, oferecemos a todos os empregados neerlandeses um *check-up* médico preventivo com um *coach* de saúde e bem-estar, para que tenham uma melhor compreensão da sua saúde, vitalidade, equilíbrio entre a vida profissional e a vida privada e potenciais riscos profissionais.



**“A ALDI Polónia procura estabelecer relações positivas com as comunidades locais e ser um vizinho que apoia. Para o conseguir colaboramos com os “heróis não celebrados”, organizações nacionais e locais que oferecem ajuda aos necessitados.”**

DARIA KOŁODZIEJ  
CR Manager ALDI Polónia





## EMPREGADOR ATRATIVO

O ALDI Nord enfrenta desafios como a elevada procura por novos colaboradores num mercado de trabalho competitivo e num momento de diversas mudanças processuais devido à atual transformação interna. Queremos encorajar todos os 91 800 colaboradores ALDI a abordarem o seu trabalho com paixão e empenho. Para tal, precisamos de uma mão-de-obra moderna, motivada e com espírito de equipa, bem como de um investimento contínuo no nosso pessoal e na nossa cultura. Foi neste espírito que foi tomada a decisão estratégica, no início de 2022, de renomear o departamento internacional de Recursos Humanos (RH) como Pessoas & Cultura (People & Culture), ficando os departamentos nacionais com a designação de Recursos Humanos (RH).

No nosso Relatório de Sustentabilidade de 2021 pode ficar a saber mais sobre a nossa abordagem às questões de gestão relativas aos colaboradores do ALDI, a nossa abordagem ao tópico, e as normas aplicáveis.

### ENFOQUES E DESAFIOS 2022

O enfoque do trabalho do departamento Pessoas & Cultura em 2022 incidiu na continuação da implementação de processos padrão, tais como diálogos com os colaboradores e formação profissional, mas também a digitalização e automatização de processos. O regresso ao local de trabalho e a introdução de um modelo de trabalho híbrido também fizeram parte da agenda em 2022. Por exemplo, partindo da experiência

acumulada em anos anteriores, a ALDI Einkauf ofereceu aos colaboradores dos serviços nacional e internacional um modelo de trabalho com 40% de trabalho à distância. Para além disso, a conclusão do Campus ALDI Nord no primeiro trimestre de 2022 em Essen trouxe consigo a transferência dos serviços internacionais da ALDI Einkauf em três locais para uma só localização central. Após a introdução de alguns temas padrão de RH no ALDI Nord nos anos mais recentes, continuámos a otimizar neste domínio enquanto nos preparamos para a sua introdução em mais países.

### Compreender melhor os nossos colaboradores: Inquérito aos Colaboradores 2022

O estabelecimento de uma cultura de *feedback* que resulte num desenvolvimento organizacional equilibrado e crie um melhor local de trabalho é prioritário numa abordagem de *discounter* centrada nas pessoas. Um inquérito aos colaboradores foi conduzido, em 2022, pela ALDI Espanha, ALDI Portugal, ALDI França, ALDI Bélgica, ALDI Polónia, ALDI Luxemburgo e ALDI Dinamarca, seguindo um programa da ALDI Einkauf na Alemanha. Cada país analisou os resultados de modo a identificar os pontos fortes e desafios, identificou medidas para abordar estes desafios e promover esses pontos fortes, e está atualmente a implementá-las. A ALDI Países Baixos já realizou o inquérito – em 2021 – e concentrou-se por isso em 2022 num inquérito sobre a liderança.

No nosso Relatório de Sustentabilidade de 2021 pode saber mais acerca sobre acerca da

comunicação interna com os colaboradores do ALDI, e sobre os canais que utilizamos.

### Recrutamento e integração de trabalhadores: capacitar os novos empregados desde o primeiro dia

A nova marca de empregador foi lançada entre o final de 2020 e 2022. Está agora disponível em todos os países ALDI. Fez-se acompanhar do lançamento de novos canais de comunicação de RH e de novas medidas de marketing de recrutamento. A marca de empregador visa dar aos candidatos uma visão realista da vida profissional no ALDI Nord e assegurar que existe compatibilidade entre as competências do candidato e a cultura empresarial. Os potenciais colaboradores podem encontrar informação em canais digitais, tais como páginas web de carreiras e redes sociais. As equipas de marca de empregador foram alargadas na maior parte dos países ALDI, de modo a aumentar a comunicação do empregador. Para além disso, desenvolvemos o conceito para um inquérito internacional à marca de empregador, de modo a permitir aos candidatos à procura de emprego uma avaliação das prioridades baseada em dados. O objetivo é concretizar este conceito em todos os países ALDI em 2023.

Tal como em anos anteriores, concentrámo-nos em aumentar a contratação nas nossas lojas no ano de referência. Aplicámos, com este propósito, uma ferramenta de pré-seleção automatizada para facilitar um processo de recrutamento acelerado mas efetivo, com uma experiência de candidatura autêntica. A ferramenta proporciona

aos candidatos uma visão do trabalho nas lojas ALDI durante o processo de candidatura, com recurso a vídeos de colaboradores e situações de trabalho. Também torna o processo de candidatura mais justo e equitativo, com uma tecnologia de pré-seleção previsível baseada apenas em qualificações e competências. A ALDI Países Baixos, ALDI Bélgica, ALDI Luxemburgo, ALDI Portugal, ALDI Polónia, ALDI França e algumas empresas ALDI na Alemanha já utilizam esta ferramenta, que será introduzida em 2023 nos outros países ALDI.

A Plataforma Tecnológica ALDI em Cracóvia, na Polónia, foi inaugurada em Março de 2022. O seu objetivo é conduzir a trajetória do grupo de empresas ALDI Nord rumo à digitalização, apoiar os colaboradores da ALDI Einkauf em Essen, e aumentar a possibilidade de atrair novos colaboradores num mercado de trabalho adicional. Já estão em curso planos para maximizar o potencial da Plataforma Tecnológica ALDI em 2023. A inauguração da Plataforma Tecnológica ALDI foi o momento de introduzir várias novas medidas de recrutamento e da marca do empregador para identificar novos colaboradores para a plataforma. Em 2022 o nosso enfoque foi no lançamento de processos de recrutamento, novos canais de comunicação, e campanhas de marca do empregador. Isto irá continuar em 2023.

Os eventos ALDI POWER Days foram, desde novembro de 2022, convertidos para abordagem simplificada e presencial para todos os novos colegas dos serviços internacionais no ALDI





Einkauf em Essen. Programas de integração semelhantes foram utilizados em todos os países ALDI. O ALDI Nord alargou a mais países em 2022 o conceito de Onboarding POWER, para ajudar os executivos a integrar os novos membros das suas equipas nos primeiros seis meses no ALDI Nord. Pode encontrar mais informação sobre estes programas no [Relatório de Sustentabilidade de 2021](#).

### Desenvolvimento profissional: diálogos com os colaboradores e oportunidades de aprendizagem

#### Diálogo com o colaborador e *Pool* de Talentos para promover o desenvolvimento de carreiras internacionais

Lançámos em 2021 o diálogo com o colaborador enquanto novo formato internacional para o ALDI Nord. Este processo estruturado permite aos colaboradores e aos seus supervisores fazerem avaliações e discutirem objetivos, desempenho, competências e desenvolvimento, de forma regular – pelo menos uma vez por ano. Tiveram lugar em 2022 diálogos para todos os colaboradores da ALDI Einkauf e empresas de serviço, e nas empresas regionais para executivos até ao nível de gestor de vendas. Uma ferramenta mais curta e mais simples para *feedback* de colaboradores – a conversa de *feedback* e colaboração – foi introduzida em todos os países em 2022. Isto permite *feedback* padronizado, baseado em Indicadores-Chave de Performance (KPI - Key Performance Indicators) claros e metas alcançadas, usando uma lista compacta de qualificações ALDI Nord que são avaliadas de acordo com um sistema de classificação simplificado. O enfoque no desenvolvimento

desta ferramenta ajudou o ALDI Nord a promover oportunidades de desenvolvimento internas.

Os diálogos estruturados entre colaboradores são analisados para identificar competências dos mesmos, objetivos de desenvolvimento, e necessidades. Este processo facilita uma seleção de colaboradores baseada em dados para as reservas de talentos – com base nos requisitos e necessidades próprios de cada país – e para a participação dos colaboradores nos programas de talentos. Os chamados '*Talent Pools*' estiveram disponíveis em 2022 em todos os países e nos serviços internacionais da ALDI Einkauf. A Polónia e a Espanha têm programas de talentos, estando planeadas extensões em ambos os países, e para os Países Baixos, em 2023. Para além disso, começaram em 2022 os primeiros '*Talent Pools*' internacionais, envolvendo colaboradores da Alemanha, Países Baixos, Polónia, Espanha, e dos serviços internacionais da ALDI Einkauf, com o propósito de apoiar o desenvolvimento internacional das suas carreiras.

Teve lugar pela primeira vez uma Conferência de Liderança para os Serviços Internacionais da ALDI Einkauf em Novembro de 2022, que deu início ao trabalho para a capacitação de colaboradores, que será um domínio chave de enfoque em 2023. Outros avanços de 2022 serão abaixo apresentados.

#### Oportunidades de aprendizagem para o desenvolvimento da carreira dos colaboradores

A formação e desenvolvimento sistemático são elementos-chave para assegurar o sucesso contínuo do ALDI Nord. Continuamos a proporcionar *coaching* de liderança e formação sobre cultura de *feedback*, bem como programas para promover a liderança situacional e a participação ativa dos colaboradores.

Estamos a trabalhar para oferecer amplas oportunidades de aprendizagem para todos os grupos alvo, incluindo cursos de formação em sala de aula e *online*, bem como módulos de *e-learning*.

Em Outubro de 2022, lançámos uma plataforma de aprendizagem para colaboradores com dispositivos da empresa, a trabalhar nos Serviços Internacionais e na maior parte das empresas de serviço. Faz parte dos nossos planos disponibilizá-la em 2023 para as empresas regionais alemãs. A plataforma oferece acesso flexível a conteúdos de aprendizagem sobre questões como 'Tecnologia & Desenvolvimento' e 'Liderança & Negócio'.

A nossa plataforma representa uma solução eficiente em termos de custos, de rápida instalação, que cobre lacunas na aprendizagem identificadas, para construir as competências de que a organização necessita para enfrentar adequadamente os desafios atuais e futuros. Oferece percursos de aprendizagem selecionados com o propósito de melhorar competências genéricas e funcionais, apoiando uma cultura de autoaprendizagem e o desenvolvimento de uma organização em processo de aprendizagem.

#### Garantia de condições de trabalho justas e equitativas para todos os colaboradores ALDI

O ALDI Nord promove a igualdade de oportunidades através de uma vasta gama de perfis de emprego, baseados no nosso modelo de competências ALDI Nord que descreve as competências mais importantes e as aplica a todos os colaboradores ALDI. Oferecemos também oportunidades de desenvolvimento para colaboradores acabados de ingressar, ou num cargo de gestão, bem como modelos atrativos de organização do tempo de trabalho. Rejeitamos todas as formas de discriminação. O equilíbrio entre a vida pessoal e profissional é uma questão-chave de futuro para as empresas ALDI, e já oferecemos cerca de 58 000 oportunidades de emprego a tempo parcial, bem como de trabalho à distância. Continuaremos a expandir estas oportunidades em 2023.

Nos nove países europeus em que as empresas ALDI operam trabalham pessoas de 133 países. Todos os colaboradores ALDI têm as mesmas oportunidades, independentemente do sexo, idade, filiação religiosa ou visão do mundo, identidade de género e orientação sexual, origem, ou incapacidade física.





Em 2022, as mulheres representavam cerca de 65% da mão-de-obra total (2021: 65%). A proporção de mulheres empregadas em cargos de gestão era de 34% no ano de referência (2021: 34%) e cerca de metade das nossas lojas são geridas por mulheres. Ao assinar os Women's Empowerment Principles das Nações Unidas em março de 2021, reafirmámos publicamente o nosso compromisso para com uma maior igualdade de género no nosso grupo de empresas e ao longo das nossas cadeias de abastecimento internacionais. Em todo o grupo de empresas ALDI Nord, oferecemos relações laborais de longo prazo, com salários e condições de emprego justas. A maioria dos contratos de trabalho oferecidos pelas empresas ALDI são efetivos (cerca de 80% em 2022). Todos os colaboradores ALDI são remunerados de forma justa, de acordo com o seu desempenho.

Pode ler mais acerca das medidas que aplicamos para melhorar a segurança e saúde dos colaboradores ALDI no nosso Relatório de Sustentabilidade de 2021.

**Resumimos os nossos objetivos internacionais e nacionais num documento PDF separado. Saiba mais sobre eles no nosso Programa CR.**

## COMPROMISSO SOCIAL

Somos um retalhista de bens essenciais. Asseguramos todos os dias que milhões de consumidores têm acesso a produtos frescos, de alta qualidade, com uma excelente relação preço/qualidade, tornando os bens essenciais acessíveis a todos – simples e rapidamente. Queremos garantir que toda a gente pode satisfazer as necessidades básicas na sua vida quotidiana.

É por esta razão que, para além da nossa atividade principal, oferecemos ajuda onde houver pessoas que não conseguem satisfazer as suas necessidades básicas, ou onde o fornecimento de bens essenciais não está garantido.

Concentramo-nos em:

- saúde no trabalho, lazer e condições de trabalho
- alimentação saudável e exercício
- infraestruturas públicas
- educação
- incêndios, desastres naturais e proteção civil

Ajudamos através daquilo que fazemos melhor, baseados nos princípios *discounter*: de forma prática, sustentada em factos e simples. Para além do apoio financeiro, ajudamos com o nosso empenho pessoal de modo a produzir o máximo efeito possível.

Descrevemos, nesta secção, o compromisso social do grupo de empresas. Ofereceremos uma atualização sobre o progresso dos respetivos projetos nacionais no Relatório de Sustentabilidade de 2023. Para mais informações sobre o modo como abordamos o nosso compromisso social, como organizamos os nossos esforços, e que diretrizes aplicamos, consulte o nosso Relatório de Sustentabilidade de 2021.

### ALDI NORD: ASSISTÊNCIA A CATÁSTROFES – SIMPLES E RAPIDAMENTE

A Europa e as suas regiões fronteiriças vivem em estado de emergência desde 2022 com a Guerra na Ucrânia, e em Fevereiro de 2023 com o sismo devastador na Turquia e na Síria. Enquanto distribuidor de bens essenciais, o ALDI Nord acredita que devemos mitigar as necessidades das pessoas afetadas, e é nosso firme objetivo oferecer às pessoas necessitadas ajuda de emergência com bens essenciais. Nas regiões afetadas pelo sismo havia – e continua a haver – falta de bens essenciais. O ALDI Nord enviou ajuda rápida em Fevereiro de 2023, enviando

para a área cerca de 100 paletes de bens de emergência. Só foi possível ultrapassar este desafio logístico devido à estreita cooperação com parceiros altamente qualificados. O ALDI Nord tem estado também envolvido na ajuda às pessoas necessitadas na Ucrânia. As empresas regionais ALDI de todos os países ALDI receberam um orçamento especial de 500.000 euros para apoiarem organizações de ajuda locais, por exemplo oferecendo bens alimentares ou roupas. Em resultado disso, associações de ajuda locais podem ajudar refugiados ou oferecer ajuda humanitária na Ucrânia. Para além disso, a ALDI Polónia montou um programa de apoio interno para os colaboradores ucranianos afetados e desenvolveu um programa de assistência aos refugiados.

**Resumimos os nossos objetivos internacionais e nacionais num documento PDF separado. Saiba mais sobre eles no nosso Programa CR.**







# ANEXOS

## NUM RELANCE: OS PORMENORES

O perfil do relatório e os seus indicadores são integralmente apresentados em formato compacto no anexo. Poderá encontrar *online* uma visão geral de todos os indicadores de desempenho do ALDI Nord.

### INDICADORES

---

#### GESTÃO

---

#### CLIENTE & PRODUTO

---

#### CADEIA DE ABASTECIMENTO & RECURSOS

---

#### CLIMA & AMBIENTE

---

#### COLABORADORES & COMUNIDADE

---

### SOBRE ESTE RELATÓRIO

---

#### FICHA TÉCNICA

---





## GESTÃO

### ARTIGOS E MARCAS PRÓPRIAS NO SORTIDO

Número de artigos e proporção de produtos de marca própria no sortido permanente (em %)

	2020		2021		2022	
	Número de artigos	Proporção de marca própria (em %)	Número de artigos	Proporção de marca própria (em %)	Número de artigos	Proporção de marca própria (em %)
Bélgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	1594	90,0	1652	89,2	1711	91,6
Dinamarca	1624	65,3	1700	65,4	1700	65,4
França	1775	88,4	2165	87,7	2407	83,8
Alemanha	1579	79,4	1728	79,0	1866	85,4
Países Baixos	1947	90,5	1957	90,6	1934	93,1
Polónia	1991	48,7	1898	56,2	1809	56,9
Portugal	2016	84,4	2144	82,4	2094	83,3
Espanha	2472	85,8	2806	83,4	2648	79,8
<b>ALDI Nord</b>	<b>1875</b>	<b>79,1</b>	<b>2006</b>	<b>79,7</b>	<b>2021</b>	<b>80,2</b>

<sup>1</sup> Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver ["Sobre este relatório"](#)).

### VOLUME DE NEGÓCIOS LÍQUIDO DAS EMPRESAS ALDI

Volume de negócios no ano comercial (em mil milhões euros)



### LOJAS E COLABORADORES

Número total de lojas ALDI e número total de colaboradores ALDI por sexo e região na data de referência de 31 de dezembro

	2020			2021			2022		
	Número de lojas	Número de colaboradores	dos quais, mulheres	Número de lojas	Número de colaboradores	dos quais, mulheres	Número de lojas	Número de colaboradores	dos quais, mulheres
Bélgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	456	7589	5406	458	8046	5784	465	8479	6068
Dinamarca	184	2594	1195	189	2920	1389	188	2607	1209
França	885	10 158	6628	1309	16 428	10 337	1321	15 756	9539
Alemanha	2210	38 860	26 517	2223	37 899	25 411	2201	40 047	26 778
Países Baixos	493	10 104	5994	487	9562 <sup>2</sup>	5604 <sup>2</sup>	488	10 805	6232
Polónia	157	3471 <sup>2</sup>	2812	201	3679 <sup>2</sup>	3000 <sup>2</sup>	251	4701	3771
Portugal	83	2239	1544	105	2422	1611	122	2860	1849
Espanha	328	5457 <sup>2</sup>	3466	357	5939	3808	394	6544	4378
<b>ALDI Nord</b>	<b>4796</b>	<b>80 472</b>	<b>53 571</b>	<b>5329</b>	<b>86 895</b>	<b>56 982</b>	<b>5430</b>	<b>91 799</b>	<b>59 824</b>

<sup>1</sup> Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver ["Sobre este relatório"](#)).

<sup>2</sup> O valor foi corrigido em relação à informação publicada no relatório do ano anterior.





## CLIENTE & PRODUTO

### SACOS DE COMPRA

Número de sacos de compra vendidos/  
disponibilizados (em 1000)

	2020			2021			2022		
	Total <sup>1</sup>	Sacos não-reutilizáveis <sup>2</sup>	Sacos reutilizáveis <sup>3</sup>	Total <sup>1</sup>	Sacos não-reutilizáveis <sup>2</sup>	Sacos reutilizáveis <sup>3</sup>	Total <sup>1</sup>	Sacos não-reutilizáveis <sup>2</sup>	Sacos reutilizáveis <sup>3</sup>
Bélgica/Luxemburgo <sup>4</sup>	5220	–	5220	4088	–	4088	5495	1706	3788
Dinamarca	3845	2329	1556	2532	7	2525	2153	–	2153
França	15 982	11 998	3984	18 537	10 737	7800	26 991 <sup>5</sup>	16 248	10 741
Alemanha	20 860	–	20 860	22 286	–	22 286	25 710	8346	17 364
Países Baixos	4958	1	4957	5045	1	5044	5429	1272	4156
Polónia	7479	7154	324 <sup>4</sup>	9575	9181	394	1676	–	1676
Portugal	6239	5535	704	7124	6218	906	6025	4127	1898
Espanha	25 541	24 391	1150	28 722	27 707	1015	25 724	11 269	14 455
<b>ALDI Nord</b>	<b>90 124</b>	<b>51 408</b>	<b>38 755</b>	<b>97 909</b>	<b>53 851</b>	<b>44 058</b>	<b>99 203</b>	<b>42 968</b>	<b>56 231</b>

- 1 O número total de sacos não-reutilizáveis e reutilizáveis podem diferir devido a arredondamentos.
- 2 Sacos não-reutilizáveis: incluem sacos de utilização única de papel e de plástico.
- 3 Sacos reutilizáveis: incluem, entre outros, sacos de algodão, de juta, sacos coloridos, sacos de compra permanente, sacos para congelados e caixas de plástico. A partir de 2020 também incluem sacos de plástico reutilizáveis e mochila "OGATA" e a partir de 2022 também os sacos reutilizáveis para frutas e legumes e pão e pasteleria.
- 4 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').
- 5 O aumento acentuado dos sacos vendidos/doados deve-se à abertura de novas lojas ALDI em França, em 2022.
- 6 O valor para 2020 foi corrigido em relação à informação publicada no relatório do ano anterior.

### PRODUTOS BIOLÓGICOS E FAIRTRADE

Número de produtos de marca própria  
com logótipo bio da UE e número de  
produtos de marca própria adquiridos  
com certificação Fairtrade no sortido  
permanente e de ação<sup>1</sup>

O grupo de empresas ALDI Nord teve em conta a situação económica atual, bem como a alteração do comportamento dos clientes e adaptou o seu sortido em conformidade, reduzindo a ênfase nos produtos biológicos. Em consequência, registou-se uma diminuição do número de produtos biológicos em comparação com o ano anterior.

	2020		2021		2022	
	Produtos biológicos	Produtos Fairtrade	Produtos biológicos	Produtos Fairtrade	Produtos biológicos	Produtos Fairtrade
Bélgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	112	27	189	32	158	41
Dinamarca	234	61	243	41	314	15
França	256	40	221	31	156	27
Alemanha	379	174	371	201	280	186
Países Baixos	106	75	83	69	40	71
Polónia	84	86	32	70	35	56
Portugal	271	92	228	80	288	76
Espanha	314	69	295	65	320	75
<b>ALDI Nord</b>	<b>1290</b>	<b>269</b>	<b>1378</b>	<b>294</b>	<b>1104</b>	<b>332</b>

- 1 Devido a certos produtos serem adquiridos conjuntamente para vários países do grupo, o número total de produtos pode ser inferior ao total das repartições por país.
- 2 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').





DOAÇÕES DE BENS ALIMENTARES

Número de lojas que doam bens alimentares não vendáveis, mas que ainda podem ser consumidos e doados a instituições de solidariedade social em percentagem do número total de lojas

De forma a evitar o desperdício, planeamos os nossos fornecimentos de forma consciente. Eventuais excedentes devem ser doados, na medida do possível. No entanto, nem sempre estão disponíveis parceiros em todos os locais que possam aceitar as doações de bens alimentares.

	2020	2021	2022
Bélgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	61,0	65,9	79,1
Dinamarca	61,2	28,4 <sup>2</sup>	26,6
França	55,7	50,0	47,1
Alemanha	97,6	97,4	97,9
Países Baixos	86,4	78,7	80,0
Polónia	92,7	96,2	93,5
Portugal	100,0	100,0	100,0
Espanha	56,1	66,7	69,5
ALDI Nord	80,9	76,7	77,6

1 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').

2 Em 2021, 28,4 por cento das lojas na Dinamarca realizavam doações alimentares (devido a uma diminuição acentuada dos parceiros de doação). Em 2022, os números mantiveram-se estáveis em comparação com o ano anterior. No entanto, 100 por cento das lojas na Dinamarca tinham uma parceria com a Too Good To Go para evitar o desperdício alimentar.

PRODUTOS COM RÓTULO VEGETARIANO E VEGAN

Número de bens alimentares e não alimentares de marca própria rotulados como vegetarianos e/ou vegan no sortido permanente e de ação<sup>1</sup>

Além dos produtos rotulados, o ALDI Nord oferece uma ampla variedade de artigos vegetarianos e/ou vegan não rotulados

	2020	2021	2022
Bélgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	57	70	120
Dinamarca	58	62	62 <sup>3</sup>
França	35	25	26
Alemanha	385	421	456
Países Baixos	76	115	95
Polónia	96	84	64
Portugal	126	114	164
Espanha	139	202	198
ALDI Nord	684	872	975

1 Devido a certos produtos serem adquiridos conjuntamente para vários países do grupo, o número total de produtos pode ser inferior ao total das repartições por país.

2 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').

3 ALDI Dinamarca apresenta os mesmos dados para 2022 e para 2021, uma vez que o grupo empresarial ALDI Nord decidiu retirar-se do mercado dinamarquês no final de 2022. Prevê-se que este processo esteja concluído no decorrer do ano de 2023.

OVOS FRESCOS PROVENIENTES DE GALINHAS POEDEIRAS CRIADAS SEM GAIOLAS

Proporção de ovos frescos de marca própria provenientes de galinhas poedeiras criadas sem gaiolas no total de ovos frescos de marca própria adquiridos (em percentagem)<sup>1</sup>

	2020	2021	2022
Bélgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	100,0	100,0	100,0
Dinamarca	100,0	100,0	100,0 <sup>3</sup>
França	54,6	100,0	100,0
Alemanha	100,0	100,0	100,0
Países Baixos	100,0	100,0	100,0
Polónia	36,8	100,0	100,0
Portugal	100,0	100,0	100,0
Espanha	100,0	100,0	100,0
ALDI Nord	96,1	100,0	100,0

1 A certificação KAT já não é comunicada separadamente, uma vez que a certificação KAT foi alcançada a 100% em todos os países.

2 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').

3 ALDI Dinamarca apresenta os mesmos dados para 2022 e para 2021, uma vez que o grupo empresarial ALDI Nord decidiu retirar-se do mercado dinamarquês no final de 2022. Prevê-se que este processo esteja concluído no decorrer do ano de 2023.

ARTIGOS DE MARCA PRÓPRIA COM OVOS PROVENIENTES DE GALINHAS POEDEIRAS CRIADAS SEM GAIOLAS

Proporção de artigos de marca própria com teor substancial de ovos provenientes de galinhas poedeiras criadas sem gaiolas no total de todos os artigos no sortido permanente e de ação (em %)<sup>1</sup>

	2020	2021	2022
Bélgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	99,7 <sup>3</sup>	100,0	98,2 <sup>4</sup>
Dinamarca	100,0	100,0	100,0 <sup>5</sup>
França	79,3	93,4	98,1
Alemanha	99,5	99,9	99,8
Países Baixos	100,0	100,0	100,0
Polónia	49,7	40,8	73,6
Portugal	62,9	43,0	44,1
Espanha	64,4	56,0	56,3
ALDI Nord	80,1	79,1	94,0

1 Os dados foram reportados, pela primeira vez, em 2020. O método do cálculo foi alterado no ano de 2021 em comparação com o ano anterior pelo que uma comparação dos dados do ano de referência com os dados do ano anterior é limitada.

2 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').

3 Dados referem-se apenas à ALDI Bélgica.

4 Números em 2022 desceram para a ALDI Bélgica/Luxemburgo em comparação com o ano de 2021 devido ao sortido local.

5 A ALDI Dinamarca apresenta os mesmos dados para 2022 e para 2021, uma vez que o grupo empresarial ALDI Nord decidiu retirar-se do mercado dinamarquês no final de 2022. Prevê-se que este processo esteja concluído no decorrer do ano de 2023.





## RECOLHA DE PRODUTOS COM COMUNICAÇÃO AO PÚBLICO

Número de artigos recolhidos com comunicação ao público, repartidos por artigos alimentares e não alimentares

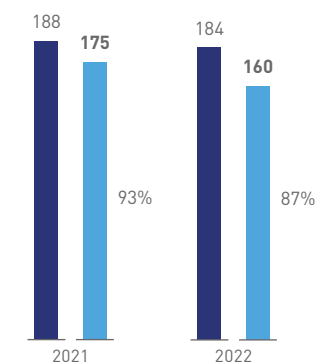
	2020			2021			2022		
	Total	Recolhas alimentares	Recolhas Não-alimentares	Total	Recolhas alimentares	Recolhas Não-alimentares	Total	Recolhas alimentares	Recolhas Não-alimentares
Bélgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	8	8	–	20	18	2	17	16	1
Dinamarca	3	2	1	12	10	2	6	3	3
França	18	15	3	55	51	4	30	27	3
Alemanha	13	12	1	8	6	2	8	4	4
Países Baixos	5	5	–	6	5	1	6	5	1
Polónia	11	10	1	1	1	–	3	2	1
Portugal	1	1	–	4	2	2	3	1	2
Espanha	9	7	2	14	11	3	18	16	2
<b>ALDI Nord</b>	<b>68</b>	<b>60</b>	<b>8</b>	<b>120</b>	<b>104</b>	<b>16</b>	<b>91</b>	<b>74</b>	<b>17</b>

<sup>1</sup> Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver [Sobre este relatório](#)).

## ARTIGOS COM O ALDI TRANSPARENCY CODE (PESCADO NA ALEMANHA)

Número e percentagem de artigos de pescado de marca própria comercializados na Alemanha e identificados com o ALDI Transparency Code (ATC)

Nos próximos anos, os dados serão complementados e internacionalizados devido à introdução do ATC noutras categorias e noutros países.



■ Número de artigos de pescado ou artigos com pescado (marca própria)  
■ Número de artigos de pescado ou artigos com pescado (marca própria) com código ATC

## PRODUTOS COM O ALDI TRANSPARENCY CODE (CARNE)

Número e percentagem de artigos de marca própria de carne ou com teor de carne identificados com o ALDI Transparency Code (ATC)

	2020			2021			2022		
	Total	Artigos com ATC	Proporção ATC (em %)	Total	Artigos com ATC	Proporção ATC (em %)	Total	Artigos com ATC	Proporção ATC (em %)
Bélgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	389	342	88,3	415	371	89,4	411	388	94,4
Dinamarca	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
França	606	368	60,7	645	490	76,0	735	685	93,2
Alemanha	781	717	91,8	918	863	94,0	811	752	92,7
Países Baixos	466	113	24,2	541	121	22,4	411	145	35,3
Polónia	381	19	5,0	110	20	18,2	99	–	–
Portugal	286	72	25,2	261	92	35,2	224	92	41,1
Espanha	265	8	3,0	399	7	1,8	348	1	0,3
<b>ALDI Nord</b>	<b>3174</b>	<b>1621</b>	<b>51,1</b>	<b>3289</b>	<b>1964</b>	<b>59,7</b>	<b>3039</b>	<b>2063</b>	<b>67,9</b>

<sup>1</sup> Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver [Sobre este relatório](#)).





## CADEIA DE ABASTECIMENTO & RECURSOS

### ARTIGOS DE PESCAÇO SUSTENTÁVEIS CERTIFICADOS

Proporção de artigos de marca própria certificados pelo MSC, ASC, GLOBALG.A.P. ou com o logótipo biológico (UE), em comparação com o número total de produtos de pescaço, discriminado por norma de [apenas online](#) (em %)

Em 2022, cerca de 60% dos nossos artigos de pescaço de marca própria foram certificados com uma das seguintes normas de sustentabilidade: a maior parte recebeu a norma de certificação MSC (cerca de 62%), seguida da certificação ASC (cerca de 29%), da certificação GLOBALG.A.P. (cerca de 12%) e produtos com o logótipo biológico da UE (cerca de 3%).

	2020	2021	2022
Bélgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	74,3	76,8	81,4
Dinamarca	88,9	71,6	71,6 <sup>2</sup>
França	54,1	57,2	57,5
Alemanha	85,8	83,9	78,4
Países Baixos	80,6	73,7	74,4
Polónia	42,2	73,5	54,0
Portugal	51,0	49,5	43,6
Espanha	37,8	29,9	24,9
<b>ALDI Nord</b>	<b>60,0</b>	<b>59,8</b>	<b>60,3</b>

<sup>1</sup> Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver [‘Sobre este relatório’](#)).

<sup>2</sup> ALDI Dinamarca apresenta os mesmos dados para 2022 e para 2021, uma vez que o grupo empresarial ALDI Nord decidiu retirar-se do mercado dinamarquês no final de 2022. Prevê-se que este processo esteja concluído no decorrer do ano de 2023.

### ALGODÃO SUSTENTÁVEL CERTIFICADO

Proporção de algodão sustentável no volume total de algodão nas gamas vestuário e têxteis para o lar do sortido permanente e de ação, discriminados por norma de certificação [apenas online](#) (em %)

	2020	2021	2022
Bélgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	74,7	88,9	91,2
Dinamarca	63,7	88,9	93,6
França	52,1	71,9	74,1
Alemanha	64,9	85,1	92,4
Países Baixos	49,5	69,3	89,2
Polónia	64,8	89,3	93,3
Portugal	76,4	89,4	92,3
Espanha	68,7	65,0	95,8
<b>ALDI Nord</b>	<b>64,1</b>	<b>82,0</b>	<b>90,6</b>

<sup>1</sup> Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de (ver [‘Sobre este relatório’](#)).

### ARTIGOS COM CERTIFICAÇÃO FSC® - OU PEFC™

Número de artigos de marca própria com recursos certificados pelo FSC® ou PEFC™, como percentagem do número total de artigos de marca própria no sortido permanente e de ação com elementos de madeira, cartão, papel e viscoso à base de celulose e tecido de fibras, assim como bambu, discriminados por norma de certificação [apenas online](#) (em %)

FSC® 100%, FSC® MIX e PEFC™ são considerados normas de certificação. Em 2022, a maior proporção corresponde à certificação FSC® 100% (cerca de 50%), seguida pela certificação FSC® MIX (cerca de 36%) e certificação PEFC™ (cerca de 14%).

	2020	2021	2022
Bélgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	97,2	94,3	97,0
Dinamarca	95,0	92,5	93,2 <sup>2</sup>
França	92,6	87,9	89,2
Alemanha	95,2	94,2	94,1
Países Baixos	90,7	86,3	87,7
Polónia	89,8	94,0	89,9
Portugal	96,7	95,2	93,3
Espanha	97,5	97,9	96,0
<b>ALDI Nord</b>	<b>93,2</b>	<b>92,6</b>	<b>92,1</b>

<sup>1</sup> Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver [‘Sobre este relatório’](#)).

<sup>2</sup> A ALDI Dinamarca apresenta os mesmos dados para 2022 e para 2021, uma vez que o grupo empresarial ALDI Nord decidiu retirar-se do mercado dinamarquês no final de 2022. Prevê-se que este processo esteja concluído no decorrer do ano de 2023.





## ÓLEO DE PALMA CERTIFICADO

Proporção da quantidade total de óleo de palma usado para a produção dos nossos produtos alimentares e não-alimentares do sortido permanente e de ação, certificados em conformidade com um sistema físico da cadeia de abastecimento RSPO (em %)

	2020	2021	2022		
	Total	Total	Total	Food	Non-Food
Bélgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Dinamarca	90,1	99,9	99,9 <sup>2</sup>	99,9 <sup>2</sup>	100,0 <sup>2</sup>
França	99,9	99,2	95,0	99,5	89,9
Alemanha	100,0	99,7	98,8	99,9	93,7
Países Baixos	100,0	100,0	98,6	98,6	98,7
Polónia	99,5	99,5	86,0	82,1	99,3
Portugal	99,7	92,1	92,7	97,1	62,6
Espanha	87,6	77,2	73,7	95,8	21,4
<b>ALDI Nord</b>	<b>99,3</b>	<b>98,1</b>	<b>95,9</b>	<b>98,9</b>	<b>85,9</b>

<sup>1</sup> Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de (ver 'Sobre este relatório').

<sup>2</sup> A ALDI Dinamarca apresenta os mesmos dados para 2022 e para 2021, uma vez que o grupo empresarial ALDI Nord decidiu retirar-se do mercado dinamarquês no final de 2022. Prevê-se que este processo esteja concluído no decorrer do ano de 2023.

<sup>3</sup> Os valores desviam-se do ano anterior porque, devido à guerra na Ucrânia, o fornecimento com óleo de girassol/colza foi interrompido e substituído por fornecimento de óleo de palma. Devido à falta de tempo, os fornecedores não conseguiram garantir a certificação de todas as quantidades de óleo de palma utilizadas.

## ALDI SUSTAINABILITY ASSESSMENTS (ASAs)

	2020	2021	2022
<b>ALDI Sustainability Assessments (não-alimentar)</b>			
Número total de ALDI Sustainability Assessments	307	263	262
Percentagem de ASAs nos quais foram detetados riscos graves, em relação ao número total de ASAs efetuados	19,2	26,6	28,6
Percentagem de ASAs nos quais a correção dos riscos graves foi concluída	n/a	n/a	40,0

<b>ALDI Sustainability Assessments (alimentar)</b>			
Número total de ALDI Sustainability Assessments	n/a	n/a	64
Percentagem de ASAs nos quais foram detetados riscos graves, em relação ao número total de ASAs efetuados	n/a	n/a	4,7
Percentagem de ASAs nos quais a correção dos riscos graves foi concluída	n/a	n/a	100

## ENVIRONMENTAL COMPLIANCE

	2020	2021	2022
Número de locais de produção com processos em húmido localizados em países de risco	409	360	359
Percentagem dos locais de produção com processos em húmido reportados com análises de águas e lamas residuais válidas e em conformidades ou com inventário químico	97,9 <sup>1</sup>	93,1 <sup>1</sup>	92,0

<sup>1</sup> Para os anos 2020 e 2021, os locais de produção com processos húmidos apenas foram verificados quanto a análises válidas e conformes de águas e lamas residuais.

## RÁCIO DAS AUDITORIAS EM LOCAIS DE PRODUÇÃO DE ARTIGOS NÃO-ALIMENTARES EM PAÍSES DE RISCO

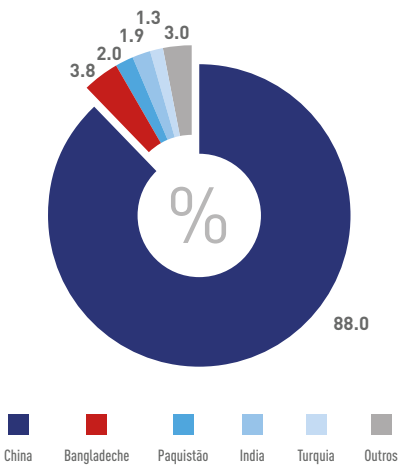
	2021	2022
ALDI Nord (em %)	100	97,7





LOCAIS DE PRODUÇÃO DOS GRUPOS DE PRODUTOS NÃO-ALIMENTARES POR PAÍS

Percentagem de locais de produção contratados para artigos não-alimentares por país produtor



CACAU SUSTENTÁVEL CERTIFICADO

Percentagem do cacau sustentável certificado, em proporção do peso total de todo o cacau adquirido para artigos de marca própria do sortido permanente e de ação, discriminado por norma de certificação apenas online (em %)

Em 2022, cerca de 99% do peso total dos produtos de marca própria com teor de cacau era cacau sustentável certificado. A maior percentagem com a norma de certificação UTZ/Rainforest Alliance (76%), seguida da Fairtrade (cerca de 24%).

	2020	2021	2022
Bélgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	100,0	100,0	99,8
Dinamarca	97,5	96,6	96,6 <sup>2</sup>
França	93,5	97,7	98,8
Alemanha	99,9	99,1	99,4
Países Baixos	98,4	99,5	99,1
Polónia	99,2	98,5	98,8
Portugal	92,1	97,5	99,1
Espanha	98,7	94,6	97,6
ALDI Nord	99,7	98,7	99,1

1 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').

2 A ALDI Dinamarca apresenta os mesmos dados para 2022 e para 2021, uma vez que o grupo empresarial ALDI Nord decidiu retirar-se do mercado dinamarquês no final de 2022. Prevê-se que este processo esteja concluído no decorrer do ano de 2023.

CHÁ SUSTENTÁVEL CERTIFICADO

Percentagem do chá sustentável certificado em proporção do peso total de todo o chá adquirido para artigos de marca própria do sortido permanente e de ação, discriminado por norma de certificação, apenas online (em %)<sup>1</sup>

Em 2022, cerca de 89% dos nossos produtos de chá de marca própria foram certificados com uma das seguintes normas de sustentabilidade: Fairtrade, UTZ/Rainforest Alliance, EU Bio. A maior percentagem com a norma de certificação UTZ/Rainforest Alliance (cerca de 98%), seguida do logótipo biológico da UE (cerca de 2%) e Fairtrade & EU Bio (cerca de 1%).

	2020	2021	2022
Bélgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	70,1	83,0	94,6
Dinamarca	78,9	60,8	60,8 <sup>3</sup>
França	67,4	70,9	68,5
Alemanha	67,3	70,9	72,6
Países Baixos	73,9	88,3	94,8
Polónia	62,8	75,1	40,6 <sup>4</sup>
Portugal	62,1	61,2	64,2
Espanha	61,5	62,1	61,7
ALDI Nord	67,9	72,4	69,4

1 Os dados abrangem produtos de marca própria com teor de chá (artigos que contenham produtos provenientes da planta de chá, como chá preto e chá verde), bem como artigos de marca própria que contenham infusões (como de ervas e de frutas).

2 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').

3 A ALDI Dinamarca apresenta os mesmos dados para 2022 e para 2021, uma vez que o grupo empresarial ALDI Nord decidiu retirar-se do mercado dinamarquês no final de 2022. Prevê-se que este processo esteja concluído no decorrer do ano de 2023.

4 Devido a mudanças na gama de produtos, aquisições e uma alteração na procura, a percentagem das quantidades certificadas diminuiu em comparação com o ano anterior.

Café sustentável certificado

Percentagem do café sustentável certificado em proporção do peso total de todo o café adquirido para artigos de marca própria do sortido permanente e de ação, apenas online (em %)

Em 2022, cerca de 80% do café de marca própria adquirido foi certificado em conformidade com uma das seguintes normas de sustentabilidade: Fairtrade, UTZ/Rainforest Alliance e o logótipo biológico da EU. A maior percentagem com a norma de certificação UTZ/Rainforest Alliance (cerca de 96% (UTZ: cerca de 27% e Rainforest Alliance cerca de 69%)), seguida da Fairtrade e do logótipo biológico da UE (cerca de 4%).

	2020	2021	2022
Bélgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	57,0	60,3	61,4
Dinamarca	85,7	85,1	85,1 <sup>2</sup>
França	57,7	60,2	61,5
Alemanha	49,5	51,6	54,5
Países Baixos	63,6	65,4	97,4
Polónia	46,5	56,7	46,5
Portugal	69,4	77,6	45,3 <sup>3</sup>
Espanha	71,2	70,6	49,7 <sup>3</sup>
ALDI Nord	54,8	57,5	79,4

1 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').

2 A ALDI Dinamarca apresenta os mesmos dados para 2022 e para 2021, uma vez que o grupo empresarial ALDI Nord decidiu retirar-se do mercado dinamarquês no final de 2022. Prevê-se que este processo esteja concluído no decorrer do ano de 2023.

3 Devido à situação atual do mercado e da procura, a ALDI Portugal e a ALDI Espanha compraram menos café certificado no ano em análise.





## CONSUMO DIRETO DE ENERGIA

Consumo direto de energia em edifícios e na logística por país (em MWh)<sup>1</sup>

	2020	2021	2022
Bélgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	108 069	111 337	101 925
Dinamarca	18 828	20 480	20 187
França	134 064	154 377	170 837
Alemanha	386 987	392 879 <sup>3</sup>	369 297
Países Baixos	77 286	78 543	64 077
Polónia	23 649	28 717	35 046
Portugal	2015	2730	3188
Espanha	5267	5747	6843
<b>ALDI Nord</b>	<b>756 165</b>	<b>795 137</b>	<b>771 400</b>

1 Os dados baseiam-se parcialmente em estimativas e extrapolações.

2 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').

3 Os dados referentes ao ano de 2021 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

## CLIMA & AMBIENTE

### CONSUMO DIRETO DE ENERGIA POR FONTE

Consumo direto de energia em edifícios e na logística por fonte de energia (em MWh)<sup>1</sup>

	2020	2021	2022
Gás	384 773	424 155 <sup>2</sup>	408 055
Fuelóleo	25 425	22 416 <sup>2</sup>	22 685
Biogás	799	1430 <sup>2</sup>	1217
Gasóleo (incl. geradores a gasóleo)	344 053	345 363 <sup>2</sup>	376 859
Gasolina	713	1341 <sup>2</sup>	3170
GPL	402	433	408

1 Os dados baseiam-se parcialmente em estimativas e extrapolações.

2 Os dados referentes ao ano de 2021 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

## CONSUMO DE ÁGUA

Consumo de água (em metros cúbicos)<sup>1</sup>

O aumento ligeiro do consumo em todos os países em 2022 deve-se, entre outros, a abertura de novas lojas, fugas de maiores dimensões, aumento de uso de água para cumprimento de medidas de prevenção COVID-19, bem como a irrigação dos telhados devido aos sensores de alarme dos sistemas de refrigeração.

	2020	2021	2022
Bélgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	55 991	61 101	58 173
Dinamarca	15 418	16 729	16 891
França	186 900	282 930	375 105 <sup>3</sup>
Alemanha	271 369	253 060	263 313
Países Baixos	65 601	59 287	60 219
Polónia	33 478	27 886	117 401 <sup>3</sup>
Portugal	96 104	93 003	113 026
Espanha	132 780	152 139	171 340
<b>ALDI Nord</b>	<b>857 642</b>	<b>946 135</b>	<b>1 175 469</b>

1 Os dados baseiam-se parcialmente em estimativas e extrapolações.

2 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').

3 Devido ao forte crescimento do número de lojas em França e na Polónia, o consumo de água também aumentou significativamente.

## CONSUMO INDIRETO DE ENERGIA

Consumo de eletricidade e energia térmica à distância (em MWh)<sup>1</sup>

O consumo de energia elétrica nas nossas localizações, com quase 1 318 650 MWh, é o responsável pela maior parte da necessidade energética. Em relação ao ano anterior, registou-se um aumento de cerca de 6,5%. Este aumento deve-se a vários fatores, entre outros, a abertura de novas lojas e o aumento das construções.

	2020			2021			2022		
	Total <sup>2</sup>	Eletricidade	Energia térmica à distância	Total <sup>2</sup>	Eletricidade	Energia térmica à distância	Total <sup>2</sup>	Eletricidade	Energia térmica à distância
Bélgica/Luxemburgo <sup>3</sup>	103 126	103 126	–	102 674	102 674	–	101 130	101 130	–
Dinamarca	51 465	39 700	11 765	45 919	39 289	6630	48 080	41 450	6630
França	218 076	207 287	10 789	311 187	296 133	15 054	344 261	328 917	15 344
Alemanha	503 570	483 730	19 840	514 077	493 071	21 005	537 500	514 671	22 829
Países Baixos	108 000	107 185	815	104 409	103 784	625	107 402	106 798	605
Polónia	35 291	30 880	4411	45 180	38 522	6658	55 742	46 797	8945
Portugal	23 577	23 577	–	30 989	30 989	–	37 453	37 453	–
Espanha	123 203	123 203	–	135 066	135 066	–	141 436	141 436	–
<b>ALDI Nord</b>	<b>1 166 308</b>	<b>1 118 688</b>	<b>47 620</b>	<b>1 289 500</b>	<b>1 239 527</b>	<b>49 973</b>	<b>1 373 004</b>	<b>1 318 650</b>	<b>55 354</b>

1 Os dados baseiam-se parcialmente em estimativas e extrapolações.

2 Desvio dos totais devido aos arredondamentos.

3 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').





CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA RENOVÁVEL  
E NÃO-RENOVÁVEL (EM MWH)

	2021 <sup>1,2</sup>	2022
Consumo total de energia	2 084 637	2 144 404
de fontes renováveis <sup>3</sup>	904 056	962 157
de fontes não-renováveis	1 180 581	1 182 247
Eletricidade	1 239 527	1 318 672
de fontes renováveis	902 626	960 940
externo <sup>4</sup>	834 877	903 160
Consumo da produção das próprias instalações fotovoltaicas	67 749	104 577
de fontes não-renováveis	336 902	357 710

1 Desvio dos totais devido aos arredondamentos  
2 Devido a diferentes métodos de cálculo, os valores para 2020 e 2021 foram corrigidos em relação à informação publicada no relatório do ano anterior.  
3 Incluindo garantias de origem, contratos de energia verde, produção interna nas instalações fotovoltaicas e aquisição de biogás.  
4 Incluindo garantias de origem e contratos de energia verde.

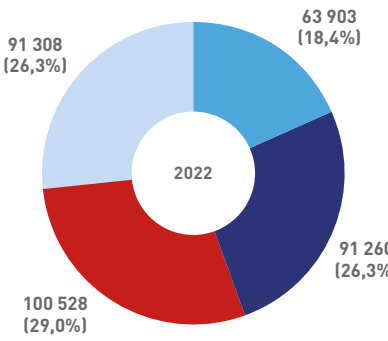
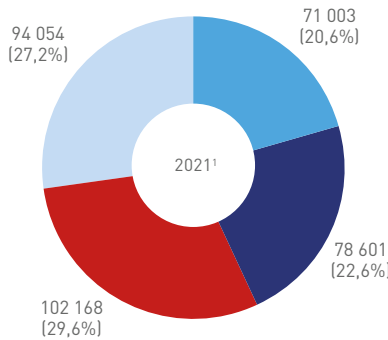
POUPANÇAS EM EMISSÕES  
DE GEE ESPECÍFICAS

Poupanças obtidas na soma das emissões  
dos âmbitos 1 e 2 a partir de 2022, em comparação com as emissões dos  
âmbitos 1 e 2 no ano de referência de 2020 (em toneladas CO<sub>2</sub>e)

	2020		2022		
	Âmbito 1	Âmbito 2 'baseado no mercado'	Âmbito 1	Âmbito 2 'baseado no mercado'	%
ALDI Nord	252 345	199 972	270 999	76 001	-23,3

EMISSIONES DE GASES  
COM EFEITO DE ESTUFA  
ÂMBITO 1 E 2, POR FONTES

Quantidade total de gases com efeito de estufa  
Âmbito 1 e 2 por fontes (em toneladas CO<sub>2</sub>e e  
em percentagem, baseado nas emissões  
'baseado no mercado')



Energia elétrica, inclusive frota automóvel

Fluidos refrigerantes

Aquecimento

Logística

1 Os dados referentes ao ano de 2021 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

EMISSIONES DE GASES COM  
EFEITO DE ESTUFA  
ÂMBITO 1 E 2

Emissões de gases com efeito de estufa  
Âmbito 1 e 2 (em toneladas de CO<sub>2</sub>e)

As emissões de gases com efeito de estufa foram apuradas com base no consumo de energia e combustível e nas perdas de fluidos refrigerantes. O cálculo obedece aos requisitos do Protocolo Greenhouse Gas (GHG), utilizando os fatores de emissões DEFRA ou GEMIS para as emissões respeitantes a abastecimento de energia térmica à distância. Conforme o Protocolo GHG, o cálculo das emissões Âmbito-2, resultantes do consumo de energia, foi efetuado, em 2019, pela primeira vez em separado e com base nos fatores de emissões baseados no local e no mercado. Enquanto no método baseado no local são considerados fatores para uma determinada região geográfica (por exemplo um país), para o método baseado no mercado são consideradas, desde que seja possível, as emissões do fornecedor de energia e da mistura individual de tipos de energia de uma empresa. O cálculo das emissões de gases com efeito de estufa baseadas no local baseia-se nos fatores da International Energy Agency (IEA).

	2020			2021			2022		
	Âmbito 1 <sup>1</sup>	Âmbito 2 <sup>2,3</sup> 'baseado no local'	Âmbito 2 <sup>2</sup> 'baseado no mercado'	Âmbito 1 <sup>1</sup>	Âmbito 2 <sup>2,3</sup> 'baseado no local'	Âmbito 2 <sup>2</sup> 'baseado no mercado'	Âmbito 1 <sup>1</sup>	Âmbito 2 <sup>2,3</sup> 'baseado no local'	Âmbito 2 <sup>2</sup> 'baseado no mercado'
Bélgica/Luxemburgo <sup>4</sup>	35 606	20 566	-	35 929	16 948	-	31 662	16 425	-
Dinamarca	7434	8164	16 243	9161	4627	15 660	5018	4725	16 477
França	50 257	13 284	9325	66 905 <sup>5</sup>	15 932	29 585	84 291	16 906	14 124
Alemanha	109 997	199 211	140 970	100 430 <sup>5</sup>	176 089	5338	89 104	166 742	8159
Países Baixos	26 248	44 888	106	27 878	38 419	81	38 303	32 417	78
Polónia	6756	24 584	28 754	8020	29 755	24 405	9010	34 700	26 937
Portugal	2398	7000	4576	3596	7357	6188	2381	6944	10 226
Espanha	13 647	31 971	-	12 110 <sup>5</sup>	26 905	-	12 372	21 795	-
ALDI Nord	252 343	349 668	199 972	264 029	316 032	81 257	270 999	300 655	76 001

1 Âmbito 1: emissões de consumo de energia direto em edifícios, consumo de combustível na logística e perda de fluidos refrigerantes.  
2 Âmbito 2: Âmbito 2: emissões de consumo de energia eléctrica e de energia térmica à distância adquiridas, repartidas por emissões baseadas na localização e no mercado.  
3 Os fatores de emissão para o cálculo das emissões do consumo de eletricidade foram atualizados de CO<sub>2</sub> para CO<sub>2</sub>e.  
4 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de (ver 'Sobre este relatório').  
5 Os dados referentes ao ano de 2021 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.





CONSUMO DE COMBUSTÍVEL

Consumo de combustível dos pesados, ligeiros e outros veículos (em litros ou quilogramas de GPL)

	2020			2021			2022		
	Gasóleo (l)	Gasolina (l)	GPL (kg)	Gasóleo (l)	Gasolina (l)	GPL (kg)	Gasóleo (l)	Gasolina (l)	GPL (kg)
Bélgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	4 483 859	–	–	4 540 886	–	–	4 026 950	15 137	–
Dinamarca	1 400 522	1902	22	1 398 342	3219	11	1 313 050	1518	10
França	6 532 423	3906	9844	6 384 557 <sup>3</sup>	12 133	11 933	6 765 681 <sup>4</sup>	11 850 <sup>4</sup>	10 663
Alemanha	17 348 437	43	19 209	16 635 519	1035	19 194	15 841 748	105 874	18 026
Países Baixos	3 559 980	57 633	–	3 552 829	123 880	–	3 250 071	200 477	–
Polónia	337 123	15 581	–	415 431	8261	–	414 530	13 357	–
Portugal	201 038	–	66	273 110	–	66	286 754	–	264
Espanha	471 979	–	2228	517 146	–	2659	498 831	–	2984
ALDI Nord	34 335 361	79 065	31 369	33 472 021	148 527	33 863	32 397 616	348 213	31 947

1 Inclusive consumo de fuelóleo para a operação de motores de refrigeração (fora da Alemanha).  
2 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').  
3 Os dados referentes ao ano de 2021 foram corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.  
4 O valor é parcialmente baseado nos valores do ano anterior.

QUANTIDADE DE RESÍDUOS

Quantidade de resíduos, por tipo de resíduo (em toneladas)<sup>1</sup>

Os resíduos de papel e cartão representam a maior parte do nosso volume de resíduos. Os resíduos perigosos, que ascendem a 541 toneladas, representaram apenas 0,1% do volume total de resíduos. Isto inclui óleo usado, filtros de óleo, baterias de automóveis e lâmpadas fluorescentes que contêm mercúrio. Os dados foram levantados desde 2020, incluindo os da ALDI Polónia a partir de 2021. Nos anos anteriores, os dados foram levantados e reportados apenas para as empresas do ALDI Nord Alemanha.

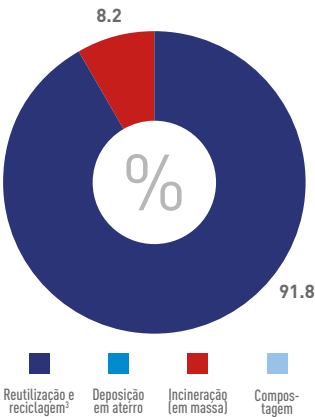
	2020	2021	2022 <sup>2</sup>							
	Total	Total	Quantidade total de resíduos	dos quais resíduos perigosos	Papel/ cartão	Resíduos urbanos	Outros resíduos industriais <sup>3</sup>	Equipamentos eletrónicos e elétricos usados	Resíduos de plástico	Pilhas usadas de uso doméstico
Bélgica/Luxemburgo <sup>4</sup>	39 860	33 415	36 480	105	24 806	3068	7387	n/a	1115	n/a
Dinamarca <sup>5</sup>	8918	8797	10 420	n/a	6590	1342	2488	n/a	n/a	n/a
França	35 744	47 048	47 195	114	36 563	3912	4753	40	1778	36
Alemanha	239 237	215 096	214 891	254	114 753	19 552	50 848	93	28 443	947
Países Baixos	38 179	39 084	44 525	47	19 238	5281	17 539	n/a	2378	41
Polónia	n/a	13 753	13 091	4	6845	1586	4139	16	484	16
Portugal	4413	6051	6224	17	4908	378	700	11	202	6
Espanha	15 990	17 998	19 648	n/a	15 013	2060	1837	n/a	739	n/a
ALDI Nord	382 340	381 241	392 472	541	228 716	37 179	89 691	160	35 139	1047

n/a = Dados não disponíveis  
1 Os dados baseiam-se parcialmente em estimativas e extrapolações.  
2 A atribuição de resíduos nem sempre é definida claramente, pelo que as quantidades das categorias podem flutuar anualmente.  
3 Resíduos industriais. Destes fazem parte "lixo residual", resíduos de grande dimensão, madeira e sucata metálica.  
4 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').  
5 Dados apenas para lojas e logística, excluindo a administração central.

RESÍDUOS POR TIPO DE ELIMINAÇÃO

Quantidades de resíduos na Alemanha proporcionalmente, por tipo de eliminação (em%)<sup>1,2</sup>

Com cerca de 92%, a maioria dos resíduos não perigosos foi valorizada ou reciclada (incluindo compostagem) em 2022.



1 A imputação por tipos de eliminação baseia-se parcialmente em extrapolações.  
2 Os dados serão levantados, quando possível, a nível internacional nos próximos anos.  
3 Inclusive incineração para recuperação de energia.





## COLABORADORES & COMUNIDADE

### COLABORADORES POR DEPARTAMENTO

Número de  
colaboradores ALDI  
por departamento e  
género, na data de  
referência de 31 de  
dezembro

	2020 <sup>1</sup>		2021 <sup>1</sup>		2022	
	ALDI Nord	dos quais mulheres	ALDI Nord	dos quais mulheres	ALDI Nord	dos quais mulheres
Vendas	63 733	47 659	69 160	50 713	72 811	53 134
Armazém	6521	1530	6857	1597	7696	1747
Frota de camiões	2845	86	2743	61	2685	105
Administração	4361	3249	5221	3597	5742	3831
Cargos de chefia superior	924	290	876	276	821	262
Cargos de chefia intermédia	2002	721	1866	679	1851	667
Outros <sup>2</sup>	124	27	172	64	193	78
<b>ALDI Nord</b>	<b>80 510</b>	<b>53 562</b>	<b>86 895</b>	<b>56 982</b>	<b>91 799</b>	<b>59 824</b>

1 Os dados referentes ao ano de 2020 e 2021 foram parcialmente corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior devido a alteração de dados para a ALDI Países Baixos e a ALDI Polónia.

2 A esta categoria pertencem os colaboradores da Comissão de Trabalhadores e os colaboradores do Departamento de Manutenção.

### COLABORADORES POR REGIME DE TRABALHO

Número de  
colaboradores  
ALDI por regime de  
trabalho e género na  
data de referência  
31 de dezembro

	2020				2021				2022			
	Tempo inteiro	dos quais mulheres	Tempo parcial	dos quais mulheres	Tempo inteiro	dos quais mulheres	Tempo parcial	dos quais mulheres	Tempo inteiro	dos quais mulheres	Tempo parcial	dos quais mulheres
Bélgica/Luxemburgo <sup>1,2</sup>	3551	2101	4505	3772	3278	1710	4768	4074	3500	1844	4979	4224
Dinamarca	1090	405	1504	790	971	370	1949	1019	705	249	1902	960
França	6111	3277	4047	3351	11 105	6059	5323	4278	10 830	5608	4926	3931
Alemanha	8163	3351	30 697	23 166	8588	3508	29 311	21 892	8779	3669	31 268	23 109
Países Baixos	2073	473	8031	5521	1969	468	7593	5136	2131	531	8674	5701
Polónia	2700	2187	637	585	2983	2363	696	637	3975	3109	726	662
Portugal	634	341	1605	1203	761	402	1661	1209	889	483	1971	1366
Espanha	2238	1148	3225	2318	2485	1276	3454	2532	2365	1440	3908	2938
<b>ALDI Nord</b>	<b>23 463</b>	<b>11 911</b>	<b>54 251</b>	<b>40 706</b>	<b>32 118</b>	<b>16 156</b>	<b>54 777</b>	<b>40 788</b>	<b>33 445</b>	<b>16 933</b>	<b>58 354</b>	<b>42 891</b>

1 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').

2 Os valores para 2021 foram corrigidos em relação à informação publicada no relatório do ano anterior.

3 Os dados referentes ao ano de 2020 e 2021 foram parcialmente corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.

### MULHERES EM CARGOS DE CHEFIA

Proporção de colaboradores do sexo feminino  
em cargos de chefia, na data de 31 de dezembro  
(em%)

	2020	2021	2022
Bélgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	37,4	37,1	36,9
Dinamarca	35,3	32,9	36,0
França	37,3	35,6	37,1
Alemanha	30,3	30,8	30,2
Países Baixos	24,5	28,1	25,0
Polónia <sup>2</sup>	35,7	33,6	32,7
Portugal	37,4	41,2	40,2
Espanha	39,2	41,0	41,5
<b>ALDI Nord<sup>2</sup></b>	<b>33,4</b>	<b>34,0</b>	<b>34,0</b>

1 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').

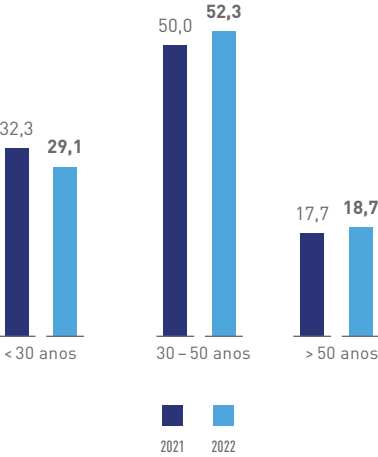
2 Os dados referentes ao ano de 2020 e 2021 foram parcialmente corrigidos em comparação com a informação publicada no relatório anterior.





COLABORADORES POR FAIXA ETÁRIA

Proporção de colaboradores ALDI por faixa etária, na data de referência de 31 de dezembro



NÚMERO DE ALUNOS DE CURSOS PROFISSIONAIS E ESTUDANTES DO ENSINO DUAL

Número de alunos de cursos profissionais e estudantes do ensino dual<sup>1</sup>

O modelo de formação profissional baseado no modelo alemão não é aplicado em todos os países, pelo que os valores só são comparáveis até certo ponto.

	2020		2021		2022	
	Alunos de cursos profissionais	Estudantes do ensino dual	Alunos de cursos profissionais	Estudantes do ensino dual	Alunos de cursos profissionais	Estudantes do ensino dual
Bélgica/Luxemburgo <sup>2</sup>	–	–	–	–	3	–
Dinamarca	40	–	50	–	n/a <sup>3</sup>	n/a <sup>3</sup>
França	199	–	285	2	410	–
Alemanha	1688	196	1565	159	1900	168
Países Baixos	53	–	119	–	159	–
Polónia	–	–	–	–	31	–
Portugal	–	–	–	–	–	–
Espanha <sup>2</sup>	16	1	10	1	4	3
ALDI Nord	1996	197	2029	162	2507	171

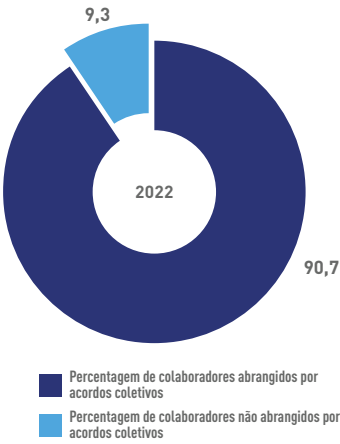
1 Ao contrário do anos anteriores, desde 2022, o número de aprendizes e de estudantes do ensino dual é contabilizado ao longo do ano - e não apenas na data de referência de 31 de dezembro.

2 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver 'Sobre este relatório').

3 Os dados relativos à ALDI Dinamarca não estavam disponíveis, uma vez que o grupo empresarial ALDI Nord decidiu retirar-se do mercado dinamarquês no final de 2022. Prevê-se que este processo esteja concluído no decurso de 2023.

COLABORADORES ABRANGIDOS POR ACORDOS COLETIVOS

Percentagem de colaboradores ALDI abrangidos por acordos coletivos na data de referência de 31 de dezembro (em %)<sup>1</sup>



1 A percentagem de colaboradores não considerou a ALDI Polónia, dado que nesse país não há acordos coletivos.





## COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO DE TRABALHO

Percentagem de  
colaboradores ALDI  
por tipo contrato de  
trabalho e género, na  
data de referência de  
31 de dezembro

	2020				2021				2022			
	a termo certo	dos quais mulheres	sem termo	dos quais mulheres	a termo certo	dos quais mulheres	sem termo	dos quais mulheres	a termo certo	dos quais mulheres	sem termo	dos quais mulheres
Bélgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	14,7	62,3	85,3	65,2	11,1	59,0	88,9	72,9	5,9	53,7	94,1	72,7
Dinamarca <sup>2</sup>	16,4	46,4	83,6	48,8	16,5	16,1	83,5	53,8	16,1	16,2	83,9	53,2
França	10,3	64,2	89,7	64,4	11,7	65,0	88,3	60,9	12,4	62,0	87,6	62,4
Alemanha	16,8	59,1	83,2	70,0	17,3	57,5	82,7	69,8	17,0	57,8	83,0	70,0
Países Baixos <sup>3</sup>	30,6	57,1	69,4	60,6	35,7	55,9	64,2	61,1	42,7	54,4	57,3	60,9
Polónia	53,3	80,7	46,7	79,2	46,1	80,9	53,9	82,1	44,5	77,1	55,5	82,1
Portugal	58,2	67,2	41,8	67,6	44,3	63,3	55,7	69,1	47,6	62,4	52,4	66,7
Espanha <sup>4</sup>	7,4	53,0	92,6	65,2	5,7	69,6	94,3	65,0	3,2	79,2	96,7	66,6
<b>ALDI Nord</b>	<b>20,8</b>	<b>63,8</b>	<b>79,2</b>	<b>67,1</b>	<b>18,9</b>	<b>60,0</b>	<b>81,1</b>	<b>63,7</b>	<b>19,6</b>	<b>60,4</b>	<b>80,4</b>	<b>68,1</b>

1 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver ["Sobre este relatório"](#)).

2 A ALDI Dinamarca apresenta os mesmos dados para 2022 e para 2021, uma vez que o grupo empresarial ALDI Nord decidiu retirar-se do mercado dinamarquês no final de 2022. Prevê-se que este processo esteja concluído no decorrer do ano de 2023.

3 Os valores da ALDI Países Baixos para 2021 foram corrigidos em comparação com as informações publicadas no relatório do ano anterior.

4 Os valores da ALDI Espanha para 2020 e 2021 foram corrigidos em comparação com as informações publicadas no relatório do ano anterior.

## AUSÊNCIAS POR DOENÇA

Ausências por doença com direito à  
remuneração (em %)

	2020	2021	2022
Bélgica/Luxemburgo <sup>1</sup>	9,6	3,7	3,4
Dinamarca	3,2	2,7	1,8
França	7,0	7,0	7,6
Alemanha	4,8	5,0	6,2
Países Baixos <sup>3</sup>	4,8	6,0	5,0
Polónia	5,0	8,0	4,0
Portugal <sup>2</sup>	n/a	n/a	n/a
Espanha	5,0	5,8	7,2
<b>ALDI Nord</b>	<b>5,9</b>	<b>4,8</b>	<b>4,4</b>

1 Os dados referentes às empresas juridicamente independentes ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados para fins de simplificação (ver ["Sobre este relatório"](#)).

2 Em Portugal, sem ausências por doença com direito à remuneração normal (n/a = não disponível).





## SOBRE ESTE RELATÓRIO

Este é o quarto Relatório Intercalar do Grupo de Empresas ALDI Nord. A publicação deste relatório representa o cumprimento da nossa promessa de disponibilizar regularmente às nossas partes interessadas internas e externas informação transparente relativa às nossas medidas e objetivos materiais. Este relatório dirige-se principalmente aos consumidores, colaboradores, organizações não-governamentais, fornecedores e parceiros comerciais, bem como às partes interessadas do domínio público.

### Estrutura e conteúdo

No nosso Relatório Intercalar de 2022 queremos mostrar às nossas partes interessadas porque é que abordamos e comunicamos acerca das questões selecionadas numa perspetiva de sustentabilidade. As páginas introdutórias de cada secção servem de ponto de partida para entrar nas questões abordadas no relatório. Começamos por explicar o ponto em que estamos em matéria de sustentabilidade e aquilo que esperamos alcançar no futuro. O relatório está apenas disponível *online* em formato PDF compacto [LINK Landing page Interim Report 2022]. As comunicações nacionais de sustentabilidade nas páginas nacionais individuais complementam o relatório, tornando as questões de sustentabilidade ainda mais tangíveis.

### Período em análise e ciclo de publicação

O período abrangido pelo relatório vai de 1 de janeiro até 31 de dezembro de 2022. Tomámos em consideração os acontecimentos significativos ocorridos até ao fecho da redação a 31 de março de 2023. O ALDI Nord publica um relatório de sustentabilidade abrangente de dois em dois anos. No período intercalar, como é o caso de 2022, publicamos um relatório de sustentabilidade intercalar de atualização, com estatísticas e desenvolvimentos relevantes. A publicação do próximo relatório de sustentabilidade está prevista para 2024.

### Âmbito do relatório e editora

A editora do relatório é a ALDI Einkauf SE & Co. oHG, Essen (referida daqui por diante como ALDI Einkauf). O âmbito do relatório é o grupo de empresas ALDI Nord.

Na Alemanha o grupo de empresas ALDI Nord é constituído por um conjunto de empresas juridicamente independentes com a estrutura jurídica de "GmbH & Co. KG" e "SE & Co. KG" (sociedade em comandita com responsabilidade limitada ou com uma sociedade europeia como sócio comanditado), que juntas formam um grupo de empresas de igual direito ('Gleichordnungskonzern'). As empresas ALDI estrangeiras juridicamente independentes são licenciadas da marca ALDI concedida pela ALDI Einkauf, pelo que, no âmbito deste relatório, fazem parte do grupo ALDI Nord.

Eventuais desvios em alguns indicadores ou conteúdos são assinalados em conformidade. A compra de produtos para a ALDI Luxemburgo decorre através do Departamento de Logística e Compras da ALDI Bélgica. No entanto, a ALDI Luxemburgo e a ALDI Bélgica são sociedades juridicamente independentes, as quais, por motivo de simplificação são, por norma, apresentadas de forma combinada neste relatório. Os serviços *online* tais como viagens, fotografia, música e serviços de telemóvel, entrega de flores, jogos *online*, livros eletrónicos e entrega de encomendas *online* não fazem parte do relatório de sustentabilidade.





# FICHA TÉCNICA

## EDITORA

### ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Eckenbergstraße 16B  
45307 Essen  
Alemanha

## RESPONSÁVEL

### Timo Dietz

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

### Christoph Georgius

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

## GESTÃO DO PROJETO

### 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

## CONTACTO

[cr-reporting@aldi-nord.de](mailto:cr-reporting@aldi-nord.de)

## CONCEITO/ EDIÇÃO / DESIGN

Stakeholder Reporting GmbH & Co. KG, Hamburg

## CRÉDITOS FOTOGRÁFICOS

iStock: andresr, ID da imagem de arquivo:  
538898788, Capítulo “Cadeia de abastecimento e Recursos”

## FECHE DE EDIÇÃO

31 Março 2023

## PUBLICAÇÃO

Junho de 2023

Queremos agradecer a todos os colegas, especialmente ao **Florian Dembele** e à **Julia Rose**, e a todas as partes envolvidas que uniram esforços para desenvolver este relatório.

### Idioma do relatório

O relatório está disponível em PDF em inglês e noutras línguas. Em caso de desvio entre as versões, prevalecerá o documento em inglês. No interesse da legibilidade, a estrutura jurídica das empresas não é especificada. No relatório apenas é utilizada a forma masculina, com todos os géneros a serem referidos de igual forma.

O Relatório Intercalar de 2022 (PDF) está disponível nas seguintes línguas: Inglês, Francês, Alemão, Português, Espanhol.

### Exclusão de responsabilidade

Este relatório contém afirmações que dizem respeito ao desenvolvimento futuro do ALDI Nord. Estas afirmações dizem respeito a avaliações que foram feitas com base nas informações disponíveis ao ALDI Nord à data presente. Os desenvolvimentos reais poderão divergir das avaliações atuais. O grupo empresarial ALDI Nord não pode, por conseguinte, responsabilizar-se pelas mesmas.