



PROGRESSOS
2016

Grupo ALDI Nord
Relatório Intercalar



“Só quem mede o seu desempenho
pode melhorar. Este Relatório
Intercalar comprova os nossos
sucessos em 2016.”

Rayk Mende

Gerente de Corporate Responsibility
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

Índice

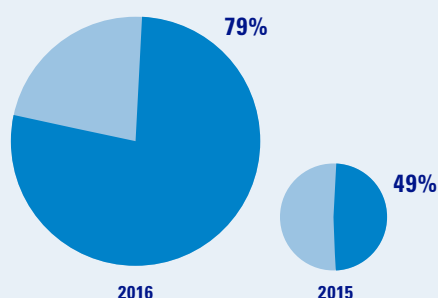
Cumprimos a nossa palavra	3	Indicadores	9	Sobre este Relatório	30
Programa CR	5	Estratégia & Gestão	9	Ficha Técnica & Contactos	31
		Matérias-Primas & Cadeia de Abastecimento	11		
		Qualidade	15		
		Clientes & Sociedade	17		
		Colaboradores	20		
		Localizações	25		

Cumprimos a nossa palavra

Um ano depois da publicação do primeiro Relatório de Sustentabilidade do grupo empresarial ALDI Nord, informamos sobre os principais progressos do nosso compromisso com a sustentabilidade. A evolução dos nossos indicadores bem como a situação atual do nosso programa CR comprovam: cumprimos com a nossa palavra. Trabalhamos com sucesso na implementação dos nossos objetivos e enfrentamos novos desafios para agir de forma sustentável também no futuro.

Objetivo atingido

Além dos sacos de plástico com asas e os sacos reutilizáveis produzidos com materiais recicláveis, oferecemos aos nossos clientes na Alemanha alternativas adicionais como sacos de algodão, de polipropileno coloridos ou de juta.



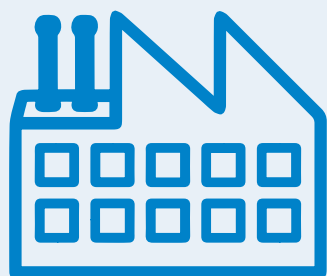
Objetivo atingido

Primeira Política Internacional de Compra de Café publicada.

Cerca de

79

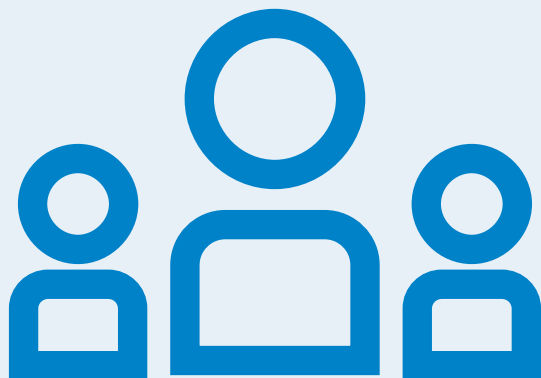
por cento dos nossos artigos de marca própria com cacau na sua composição continham cacau sustentável certificado. Em 2015, a proporção era de 49 por cento.



Objetivo atingido

19

Em 2016 mais 19 locais de produção foram integrados no projeto ALDI Factory Advancement (AFA). Desta forma, no espaço de um ano, o número de locais de produção participantes no AFA aumentou de 20 para um total de 39.



Mais de

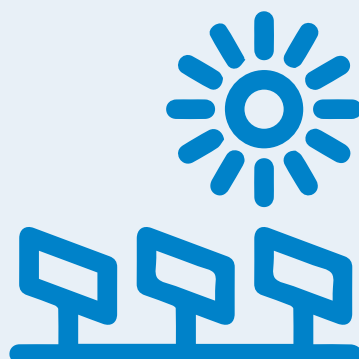
64 000

colaboradores trabalharam desde 2016 em todo o grupo empresarial – cerca de mais 6000 do que no ano de 2015.



70

Em todo o grupo empresarial comercializámos 70 artigos de marca própria com uma certificação Fairtrade. Mais 12 artigos do que em 2015.

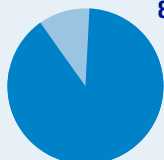


Cerca de
16 000 MWh

Os nossos sistemas fotovoltaicos produziram cerca de 16 000 MWh de energia elétrica em 2016. Tal corresponde a um consumo anual de 4000 agregados familiares – quase o dobro do valor do ano de 2015.

Mais de

86



86%

2016

por cento do óleo de palma utilizado na produção dos nossos produtos foi certificado pela norma da Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO). Isso corresponde a um aumento de cerca de 10 por cento face ao ano anterior.



Objetivo atingido

Primeira Política Internacional de Compra de Chá publicada.

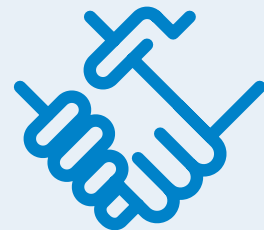


Primeira

Colocámos em funcionamento a primeira loja com um sistema de refrigeração ecológico à base de CO₂.

Constituição

da fundação ALDI Nord Stiftungs GmbH, que irá trabalhar internacionalmente a promoção do empenho social do grupo empresarial. O objetivo é contribuir para superar os desafios da sociedade.



Mais de

500

Em todo o grupo empresarial comercializámos mais de 500 produtos biológicos no nosso sortido. Em 2015 eram 443 artigos.

Programa CR



Área de Atuação Responsabilidade na Cadeia de Abastecimento

Objetivo	Situação	Data do objetivo	Concretização do objetivo	Relevância do objetivo
Todos os locais de produção situados nos países considerados de risco pela BSCI, em que são produzidos artigos <i>Non-Food</i> de marca própria para o ALDI Nord, dispõem de uma auditoria social adequada e válida (Business Social Compliance Initiative – BSCI)	→	2019	100%	GRUPO EMPRESARIAL
Integração de locais de produção selecionados, que fabricam artigos <i>Non-Food</i> de marca própria, no programa de qualificação ALDI Factory Advancement (AFA) Project, para melhorar as condições de trabalho através da promoção do diálogo entre trabalhadores e gerentes no Bangladesh	↑	Contínua	Continuação e Expansão	GRUPO EMPRESARIAL
Desenvolvimento e controlo de um processo de verificação próprio na Ásia	→	2017	Conclusão do processo de verificação e realização de auditorias	GRUPO EMPRESARIAL
Comprovativo de avaliação social (GRASP ou equivalente) de todos os produtores de frutas e legumes	→	2018	100%	GRUPO EMPRESARIAL
Renúncia a determinados grupos de substâncias na produção de artigos de marca própria nas categorias de vestuário, têxteis para o lar e calçado (Compromisso Detox ALDI)	→	2020	100%	GRUPO EMPRESARIAL
Elaboração e publicação de uma Política Internacional de Compra de Algodão	→	2017	Política de Compra	GRUPO EMPRESARIAL

↑ objetivo cumprido → processo contínuo



Área de Atuação Responsabilidade na Cadeia de Abastecimento

Objetivo	Situação	Data do objetivo	Concretização do objetivo	Relevância do objetivo
Elaboração e publicação de uma Política Internacional de Compra de Café	↑	2016	Política de Compra	GRUPO EMPRESARIAL
Elaboração e publicação de uma Política Internacional de Compra de Madeira, Cartão e Papel	→	2017	Política de Compra	GRUPO EMPRESARIAL
Conversão a 100 por cento para óleo de palma com certificação RSPO física para artigos <i>Food</i> de marca própria com óleo de palma na sua composição (Roundtable on Sustainable Palm Oil – RSPO)	→	2018	100%	GRUPO EMPRESARIAL
Expansão do ALDI Transparency Code (ATC) a duas categorias adicionais de artigos de marca própria do sortido permanente e de ação, entre as quais o pescado e artigos que o contenham	↑	2016	Acréscimo de duas categorias de produtos	ALEMANHA
Conversão para matéria-prima certificada (UTZ, Rainforest Alliance, Fairtrade) para artigos de marca própria e com teor substancial de cacau, do sortido permanente e de ação e dentro do âmbito de aplicação definido	→	2017	100%	GRUPO EMPRESARIAL
Elaboração e publicação de uma Política Internacional de Compra de Chá	↑	2017	Política de Compra	GRUPO EMPRESARIAL

↑ objetivo cumprido → processo contínuo



Área de Atuação Conservação de Recursos

Objetivo	Situação	Data do objetivo	Concretização do objetivo	Relevância do objetivo
Introdução de iluminação LED em todas as novas lojas (iluminação interior e exterior) e verificação da possibilidade de conversão para iluminação LED das lojas e centros logísticos já existentes	→	2019 (e contínua)	100%	GRUPO EMPRESARIAL
Incremento da proporção das lojas equipadas com instalações fotovoltaicas	→	Contínua	Continuação e expansão	GRUPO EMPRESARIAL
Desenvolvimento de procedimentos para medição, análise e redução de emissões de gases de efeito estufa	→	2017	Procedimento	GRUPO EMPRESARIAL
Desenvolvimento de procedimento para a introdução de um sistema de monitorização e de gestão de energia	→	2017	Procedimento	GRUPO EMPRESARIAL
Aumento da quota de utilização da energia gerada por instalações fotovoltaicas nas lojas, mediante a combinação de sistemas fechados de frio e de calor e um alinhamento adequado das instalações fotovoltaicas	→	Contínua	Continuação e expansão	ALEMANHA
Verificação de soluções alternativas de propulsão para utilização nos processos logísticos	→	2017	Verificação	ALEMANHA
Introdução de um sistema de monitorização digital e com cobertura territorial para sistemas de refrigeração, com o fim de reduzir as emissões via otimização das taxas de fuga nos aparelhos e/ ou utilização de fluidos refrigerantes amigos do ambiente	→	Contínua	100%	ALEMANHA
Adaptação gradual de todas as arcas de frio compactas e prontas para utilizar – para o fluido refrigerante propano (R290) com reduzido potencial de aquecimento global (Global Warming Potential – GWP)	→	Contínua	100%	ALEMANHA
Verificação da introdução de um novo conceito para sacos de transporte	↑	2016	Verificação	ALEMANHA



Área de Atuação Empenho Social & Promoção do Diálogo



Objetivo	Situação	Data do objetivo	Concretização do objetivo	Relevância do objetivo
Desenvolvimento de projetos-piloto para um consumo sustentável	→	2018	Projeto	ALEMANHA
Introdução nas lojas de uma diretiva relacionada com a gestão de bens alimentares que já não são comercializados	→	2017	Elaboração e introdução	GRUPO EMPRESARIAL
Intensificação do diálogo com as partes interessadas relevantes	→	Contínua	Participação em iniciativas do setor	GRUPO EMPRESARIAL

↑ objetivo cumprido → processo contínuo

Estratégia & Gestão

INDICADORES

Como uma das empresas de *discount* mais bem-sucedidas e poderosas na Europa temos consciência das consequências da nossa atividade comercial. Agimos seguindo valores tradicionais e o princípio de relevância. Também no futuro iremos implementar, de forma simples, responsável e fiável, normas no retalho. O nosso objetivo é o bem-estar dos nossos clientes: para que possam efetuar as suas compras em sã consciência.

Artigos e marcas próprias no sortido

Quantidade de artigos e percentagem de artigos de marca própria no sortido¹

	2015		2016	
	Qt. artigos	Percentagem marcas próprias	Qt. artigos	Percentagem marcas próprias
Bélgica/Luxemburgo ²	1113	99,7	1373	97,6
Dinamarca	1394	87,7	1651	81,0
Alemanha	1183	94,8	1461	94,0
França	1210	94,6	1450	95,1
Holanda	1238	97,7	1437	94,2
Polónia	1339	88,6	1700	86,8
Portugal	1477	92,3	1505	85,3
Espanha	1422	90,2	1609	89,7
Grupo empresarial	1297	92,9	1523	90,2

¹Perante os nossos fornecedores, definimos exigências claras para as nossas marcas próprias.

²Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

Lojas e colaboradores

Número total de lojas e colaboradores por sexo e região até 31.12.

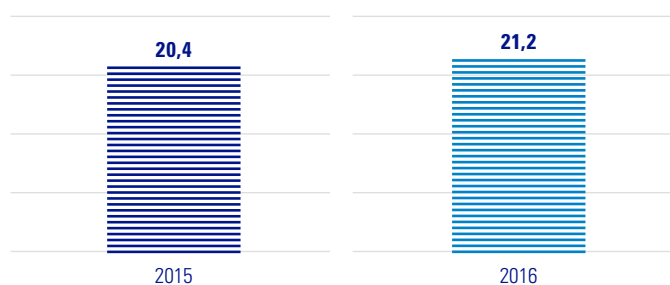
	2014 ¹		2015			2016		
	Número lojas	N.º colaboradores	Número lojas	N.º colaboradores	Destes, mulheres	Número lojas	N.º colaboradores	Destes, mulheres
Bélgica/Luxemburgo ²	460	6116	461	6256	4452	457	6412	4455
Dinamarca	227	1985	220	2037	1051	222	2184	1128
Alemanha	2387	29 568	2339	31 429	22 521	2298	35 215	25 405
França	908	6947	899	7420	4533	891	8243	5204
Holanda	500	5859	498	6291	3893	491	6300	3857
Polónia	93	871	105	1160	1002	118	1466	1254
Portugal	47	484	47	613	416	48	803	535
Espanha	245	2463	260	2973	1889	264	3456	2174
Grupo empresarial	4867	54 293	4829	58 179	39 757	4789	64 079	44 012

¹ A discriminação por sexo só é possível a partir de 2015.

² Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

Volume de negócios líquido do grupo empresarial ALDI Nord

Volume de negócios líquido total do exercício (em milhares de milhões de Euros)



Matérias-Primas & Cadeia de Abastecimento

INDICADORES

Nós assumimos a responsabilidade na cadeia de abastecimento. Aproximadamente 90 por cento dos nossos produtos são fabricados para o grupo empresarial ALDI Nord como marca própria. Isto permite-nos aplicar o conceito de sustentabilidade diretamente no produto. Com as nossas políticas de compra e projetos, definimos requisitos claros para os nossos fornecedores e fabricantes em termos de normas sociais e/ou ambientais e estamos empenhados no cultivo sustentável das matérias-primas.

Percentagem de artigos de pescado adquiridos com certificados de sustentabilidade

Percentagem de artigos de marca própria adquiridos com certificação MSC, ASC, GLOBALG.A.P. ou EU-Bio face ao total dos artigos de pescado

No final de 2016, aproximadamente 36 por cento de todos os artigos de pescado em todo o grupo empresarial estavam certificados por uma das normas de sustentabilidade anteriormente mencionadas. A maior parte recaiu na certificação MSC (cerca de 63 por cento), seguida de GLOBALG.A.P. (cerca de 20 por cento) e da certificação ASC (cerca de 18 por cento), bem como dos artigos com logótipo EU-Bio (cerca de três por cento).¹

	2014	2015	2016
Bélgica/Luxemburgo ²	25,0	32,4	56,0
Dinamarca	39,1	56,9	59,4
Alemanha	53,4	70,6	66,9
França	19,3	17,9	22,2
Holanda	42,7	47,4	50,9
Polónia	33,3	35,8	31,1
Portugal	28,2	25,0	28,8
Espanha	10,9	10,9	10,0
Grupo empresarial	27,3	32,9	36,0

¹ Os artigos certificados com diversos selos são contabilizados com todas as certificações que lhes dizem respeito, no entanto, para a contagem final contam como um único artigo. Por isso, a soma das repartições pode ficar acima dos 100 por cento.

² Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

Percentagem de ovos com certificação KAT

Percentagem de ovos com certificação KAT face à totalidade de ovos comprados¹

	2014	2015	2016
Bélgica/Luxemburgo ^{2,3}	9,1	86,0	80,0
Alemanha	100,0	100,0	100,0
Holanda	100,0	100,0	100,0
Polónia	23,9	34,4	32,3
Grupo empresarial	97,8	97,6	96,6

¹ A certificação KAT não é utilizada em todos os países. Por isso, aqui só foram enumerados os países que a utilizam.

² Os dados referentes ao ano de 2015 foram corrigidos retroativamente devido a um erro na introdução de dados pela ALDI Bélgica, ou seja, ALDI Luxemburgo. Devido a esta alteração o valor do grupo empresarial foi atualizado.

³ Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

Proporção de óleo de palma certificado

Proporção da quantidade total de óleo de palma utilizado para a produção dos nossos produtos alimentares e não alimentares, certificada em conformidade com o sistema físico de cadeia de abastecimento RSPO (em percentagem)¹

	2014	2015	2016
Bélgica/Luxemburgo ²	63,6	77,7	85,4
Dinamarca ³	n/a	30,1	91,0
Alemanha	87,7	86,7	90,0
França	52,7	66,5	82,2
Holanda	29,8	71,4	88,3
Polónia	73,5	78,7	69,2
Portugal	59,2	62,7	84,1
Espanha ³	n/a	36,9	68,7
Grupo empresarial	71,7	76,8	86,7

¹ Os dados estão em parte baseados em estimativas.

² Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

³ Os dados estão disponíveis só a partir de 2015 (n/a = não disponível).

Percentagem de artigos certificados com cacau na sua composição

Percentagem de artigos de marca própria com teor de cacau que contêm cacau sustentável certificado face ao total dos artigos com teor de cacau

Até ao final de 2016, convertemos em todo o grupo empresarial aproximadamente 79 por cento dos artigos de marca própria com teor de cacau por completo para matérias-primas certificadas. A maior parte recaiu na norma de certificação UTZ (cerca de 98 por cento), seguida da certificação Fairtrade (cerca de 2 por cento) e da certificação Rainforest Alliance (0,1 por cento).

	2014	2015	2016
Bélgica/Luxemburgo ¹	8,7	20,0	77,0
Dinamarca	40,9	73,5	89,6
Alemanha	56,8	77,0	90,1
França	20,0	23,9	90,9
Holanda	53,3	77,5	84,2
Polónia	49,2	69,7	68,6
Portugal	51,5	68,5	80,2
Espanha	36,1	55,4	70,3
Grupo empresarial	32,3	48,9	78,8

¹ Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

Percentagem de café sustentável certificado e verificado

Percentagem de compra de café sustentável certificado, ou verificado como sustentável, face ao peso total de café comprado para artigos de marca própria

Como normas de certificação e verificação foram analisadas: Fairtrade, o logótipo EU-Bio, 4C, Rainforest Alliance e UTZ. No total, aproximadamente 20 por cento do café comprado estava certificado, ou seja verificado, por uma norma de sustentabilidade. A maior parte recaiu na verificação 4C (cerca de 40 por cento), seguida da certificação Fairtrade, do logótipo EU-Bio (ambos com cerca de 20 por cento) e da certificação UTZ (cerca de 20 por cento).

	2014	2015	2016
Bélgica/Luxemburgo ¹	5,0	5,6	6,9
Dinamarca	5,6	7,6	9,5
Alemanha	15,6	18,6	30,5
França	3,4	3,1	6,0
Holanda	4,1	4,5	5,9
Polónia	3,6	4,7	4,6
Portugal	8,8	12,5	19,0
Espanha	11,6	15,1	30,0
Grupo empresarial	10,8	12,8	19,5

¹ Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

Percentagem de artigos com matérias-primas com certificação FSC® ou PEFC

Percentagem de artigos de marca própria que foram fabricados com matérias-primas com certificação FSC® ou PEFC, face à globalidade de artigos de marca própria com componentes de madeira, cartão ou papel

Como tipos de certificação foram considerados FSC® 100%, FSC® MIX e PEFC. A maior parte recaiu em 2016 na certificação FSC® MIX (cerca de 50 por cento), seguida da certificação FSC® 100% (cerca de 26 por cento) e da certificação PEFC (cerca de 24 por cento).

	2014	2015	2016
Bélgica/Luxemburgo ^{1, 2}	24,3	24,8	28,8
Dinamarca	73,4	72,4	89,8
Alemanha	86,3	84,4	87,3
França	41,7	41,5	46,4
Holanda	51,8	54,3	58,4
Polónia	60,4	59,4	60,6
Portugal	66,2	60,2	68,7
Espanha	31,2	42,6	64,0
Grupo empresarial	39,1	41,3	53,1

¹ Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

² Os dados referentes ao ano de 2014 baseiam-se, parcialmente, em extrapolações.

Qualidade

INDICADORES

A nossa promessa “Qualidade máxima – Preço mínimo” convence os nossos clientes. Todos os artigos comercializados no ALDI Nord são testados relativamente à qualidade e segurança. Muitos dos nossos produtos foram distinguidos com selos de qualidade, ou seja, marcas de qualidade atribuídas por institutos de teste independentes. Se apesar dos controlos rigorosos forem detetados defeitos de qualidade, serão iniciadas verificações adicionais para que sejam deduzidas dos resultados das mesmas as respetivas medidas.

Recolha de produtos com comunicação ao público

Percentagem de artigos recolhidos com comunicação ao público, repartidos por artigos *Food* e *Non-Food*

	2014			2015			2016		
	Total	Recolhas <i>Food</i>	Recolhas <i>Non-Food</i>	Total	Recolhas <i>Food</i>	Recolhas <i>Non-Food</i>	Total	Recolhas <i>Food</i>	Recolhas <i>Non-Food</i>
Bélgica/Luxemburgo ¹	4	4	–	3	3	–	1	1	–
Dinamarca	4	3	1	2	2	–	3	3	–
Alemanha	2	2	–	5	1	4	10	10	–
França	3	3	–	14	12 ²	2	23 ³	22	1
Holanda	2	2	–	2	2	–	3	3	–
Polónia	–	–	–	–	–	–	1	1	–
Portugal	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Espanha	1	–	1	–	–	–	3	1	2
Grupo empresarial	16	14	2	26	20	6	44	41	3

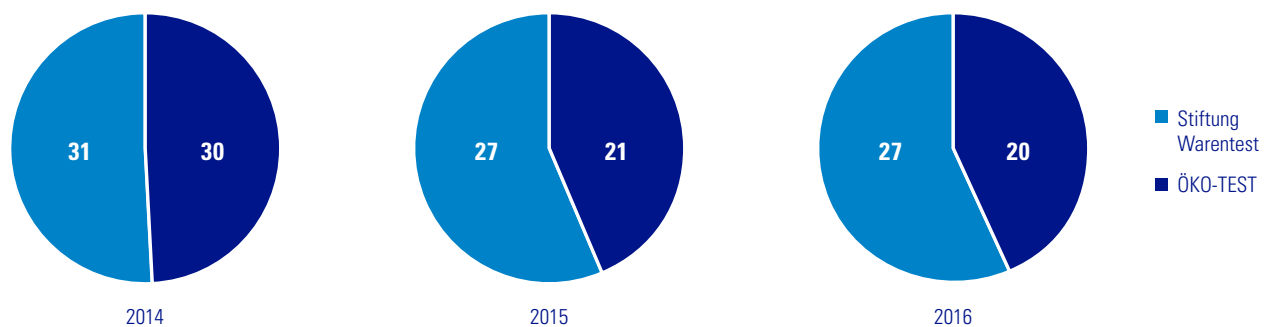
¹ Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver “Sobre este Relatório”, pág. 30).

² Das quais, seis por motivos de não conformidades na rotulagem.

³ Em 16 casos as recolhas foram recolhas regionais, e no total seis vezes as recolhas foram executadas por motivos de não conformidades na rotulagem.

Artigos publicitados com Stiftung Warentest ou ÖKO-TEST

Número de artigos publicitados com os resultados dos testes da Stiftung Warentest ou da ÖKO-TEST¹



¹ A identificação de artigos com os resultados dos testes só é possível na Alemanha, razão pela qual os dados só dizem respeito à Alemanha.

Clientes & Sociedade

INDICADORES

Possibilitamos aos nossos clientes um consumo consciente. A nossa oferta de produtos sustentáveis é constantemente ampliada. Graças à identificação clara dos produtos, os nossos clientes reconhecem, por exemplo, quais os produtos provenientes de um cultivo biológico ou do comércio justo, quais os produtos vegetarianos ou *vegan*, ou quais são isentos de aditivos. Muitos dos bens alimentares que já não são vendáveis mas ainda podem ser consumidos doamos a instituições de caridade. Além disso, contribuimos no âmbito da ALDI Nord Stiftungs GmbH – fundação do grupo empresarial ALDI Nord – com parceiros como o Deutsches Kinderhilfswerk (Fundo Alemão para a Infância) para a solução de desafios sociais.

Quantidade de artigos Bio e Fairtrade

Quantidade de artigos de marca própria com logótipo EU-Bio e quantidade de artigos de marca própria com certificação Fairtrade no sortido

	2014 ¹		2015		2016	
	Artigos Bio	Artigos Fairtrade	Artigos Bio	Artigos Fairtrade	Artigos Bio	Artigos Fairtrade
Bélgica/Luxemburgo ²	20	3	56	3	61	9
Dinamarca	54	5	86	8	118	11
Alemanha	100	5	125	15	144	21
França	31	1	45	–	60	1
Holanda	33	3	66	37	114	41
Polónia	5	–	9	1	10	1
Portugal	41	2	60	7	77	12
Espanha	80	1	105	1	131	4
Grupo empresarial ³	304	14	433	58	517	70

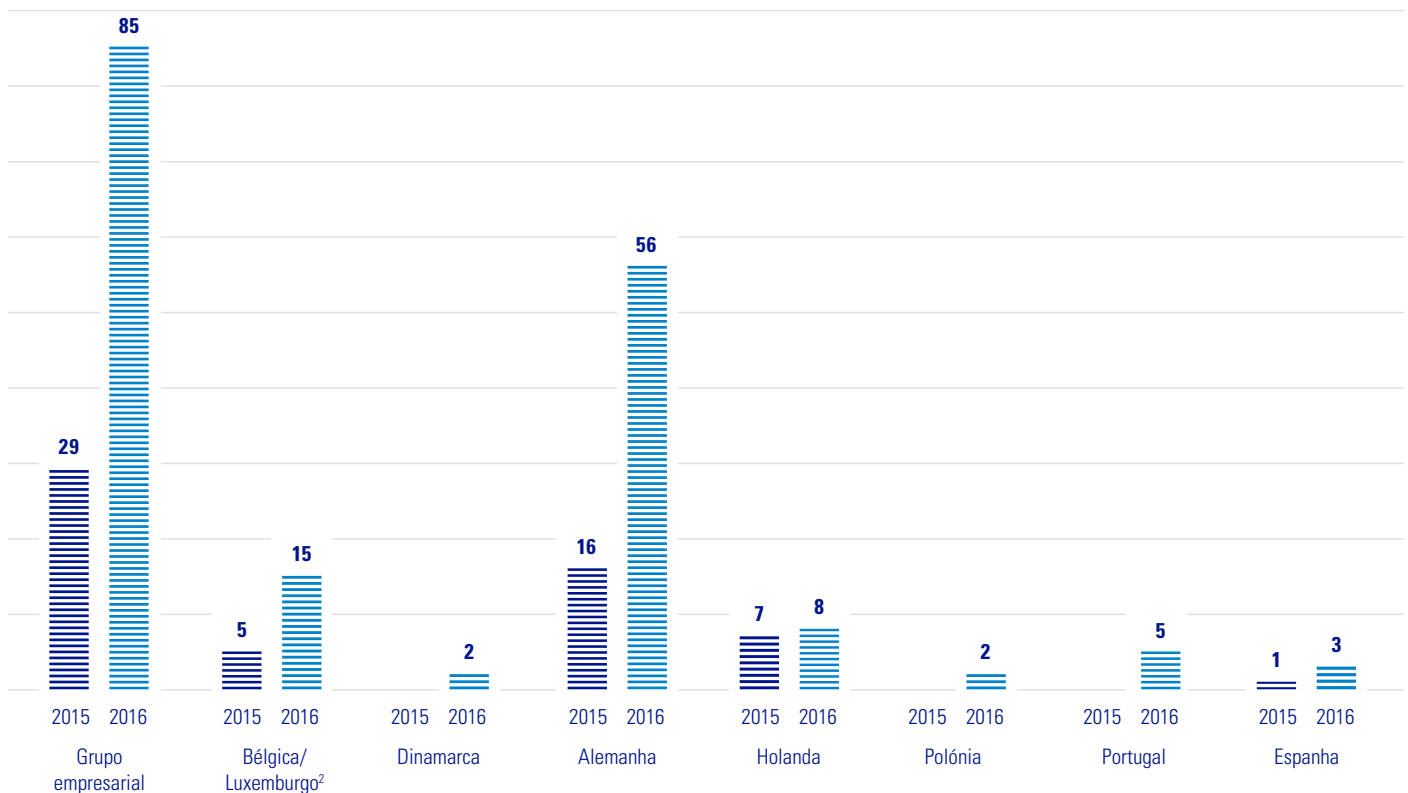
¹ Relativamente ao ano de 2014 não há dados disponíveis referentes aos artigos comprados centralmente para todos os países.

² Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

³ As centrais de compras do ALDI Nord por vezes compram alguns artigos também para outros países, e assim a soma total dos artigos comprados pode ser inferior à soma das repartições por países.

Artigos identificados como vegetarianos e *vegan*

Quantidade de artigos identificados como vegetarianos e/ou *vegan* no sortido¹



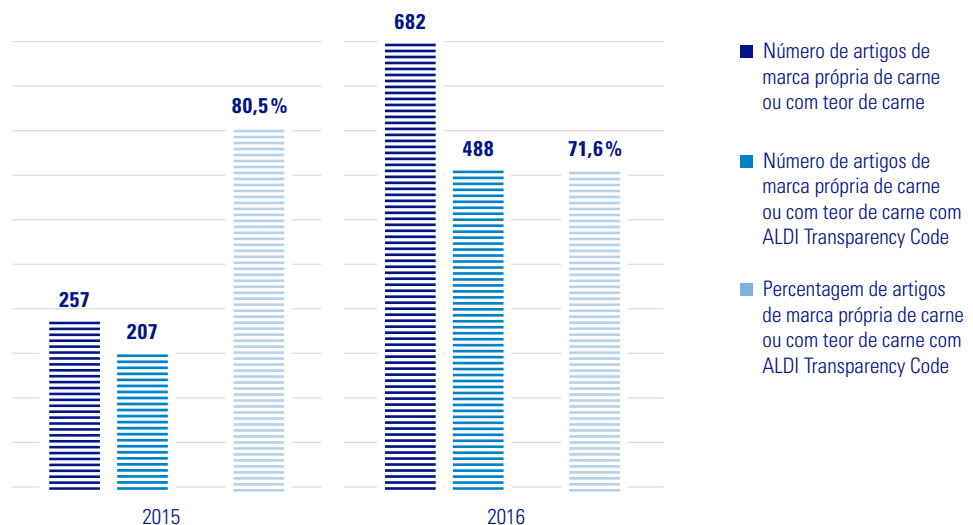
¹ As centrais de compras do ALDI Nord por vezes compram alguns artigos também para outros países, e assim a soma total dos artigos comprados pode ser inferior à soma das repartições por países.

² Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

Número e percentagem de artigos com o ALDI Transparency Code

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

O método de levantamento e a base de dados são diferentes do ano anterior.



- Número de artigos de marca própria de carne ou com teor de carne
- Número de artigos de marca própria de carne ou com teor de carne com ALDI Transparency Code
- Percentagem de artigos de marca própria de carne ou com teor de carne com ALDI Transparency Code

Doações de bens alimentares

Percentagem de lojas que doam bens alimentares não vendáveis a instituições de caridade face ao total de lojas

	2014	2015	2016
Bélgica/Luxemburgo ¹	100,0	100,0	100,0
Dinamarca	–	3,6	3,6
Alemanha	89,4	98,1	99,1
França	–	–	–
Holanda	–	–	28,7
Polónia	–	4,8	24,6
Portugal	–	8,5	25,0
Espanha	60,4	76,5	75,4
Grupo empresarial	56,7	61,5	65,2

¹ Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

Colaboradores

INDICADORES

Os nossos aproximadamente 64 000 colaboradores contribuem decisivamente para o sucesso contínuo do grupo empresarial ALDI Nord. Justiça, transparência e diversidade caracterizam o nosso dia-a-dia. Reconhecimento significa para nós ser um empregador responsável e fiável. Queremos que os nossos colaboradores se sintam orgulhosos em trabalhar no ALDI Nord.

Número de trabalhadores por departamento

Número de trabalhadores por área e sexo à data de 31.12.

	2014 ¹	2015		2016	
	Grupo empresarial	Grupo empresarial	Dos quais, do sexo feminino	Grupo empresarial	Dos quais, do sexo feminino
Vendas	43 182	46 708	36 146	51 780	40 157
Armazém	4400	4604	1183	4983	1207
Frota de camiões	2494	2490	39	2596	36
Administração	1970	2215	1950	2401	2105
Cargos de chefia superiores	576	577	122	589	139
Cargos de chefia inferiores	1146	1043	284	1174	337
Outros ²	525	542	33	556	31
Grupo empresarial	54 293	58 179	39 757	64 079	44 012

¹ Uma repartição por sexo só é possível a partir de 2015.

² A esta categoria pertencem, entre outros, os colaboradores da Comissão de trabalhadores, bem como os colaboradores do Departamento de Manutenção.

Percentagem de mulheres em posições de chefia

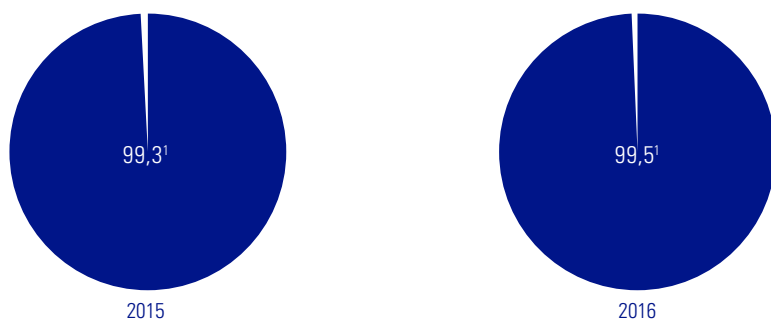
Percentagem de colaboradores do sexo feminino em posições de chefia à data de 31.12.

	2015	2016
Bélgica/Luxemburgo ¹	24,9	27,3
Dinamarca	20,2	20,0
Alemanha	24,6	26,7
França	17,5	21,4
Holanda	15,1	16,3
Polónia	38,6	40,3
Portugal	43,2	45,2
Espanha	34,8	32,8
Grupo empresarial	23,8	25,8

¹ Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

Percentagem de colaboradores que estavam abrangidos por acordos coletivos

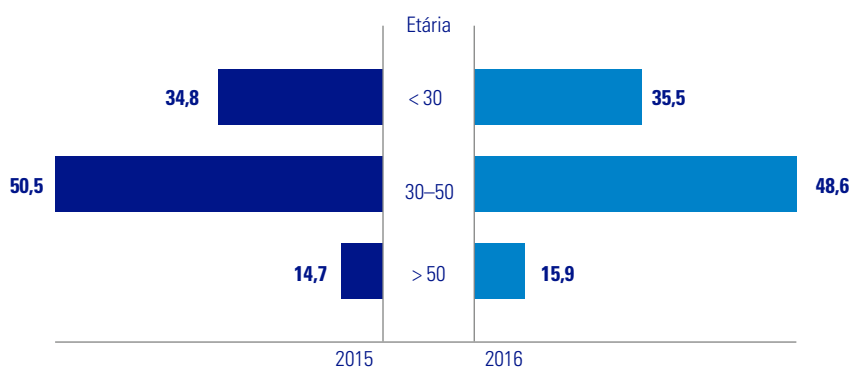
Percentagem de colaboradores que estavam abrangidos por acordos coletivos até ao dia 31.12.



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

Colaboradores por faixa etária

Percentagem de colaboradores por faixa etária à data de 31.12.



Colaboradores por tipo de período de trabalho

Número de colaboradores por tipo de período de trabalho e sexo à data de 31.12.

	2014 ¹		2015				2016			
	Tempo inteiro	Tempo parcial	Tempo inteiro	Dos quais, do sexo feminino	Tempo parcial	Dos quais, do sexo feminino	Tempo inteiro	Dos quais, do sexo feminino	Tempo parcial	Dos quais, do sexo feminino
Bélgica/Luxemburgo ²	1997	4119	2021	877	4235	3575	2117	903	4295	3552
Dinamarca	1059	926	1048	468	989	583	1074	468	1110	660
Alemanha	7646	21 922	7267	3125	24 162	19 396	7258	2977	27 957	22 428
França	4794	2153	5184	2504	2236	2029	5474	2722	2769	2482
Holanda	1645	4214	1639	324	4652	3569	1622	317	4678	3540
Polónia	272	599	473	337	687	665	809	617	657	637
Portugal	161	323	230	94	383	322	265	144	538	391
Espanha	1033	1430	1220	611	1753	1278	1407	718	2049	1456
Grupo empresarial	18 607	35 686	19 082	8340	39 097	31 417	20 026	8866	44 053	35 146

¹ Uma repartição por sexo só é possível a partir de 2015.

² Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

Antiguidade

Antiguidade média dos colaboradores (em anos)

	2014	2015	2016
Bélgica/Luxemburgo ¹	11	12	12
Dinamarca	4	4	4
Alemanha	10	10	10
França	6	6	6
Holanda	10	10	10
Polónia	4	3	3
Portugal	3	3	2
Espanha	4	3	3
Grupo empresarial	7	6	6

¹ Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

Número de alunos de cursos profissionais e estudantes do ensino dual

Número de alunos de cursos profissionais e estudantes do ensino dual à data de 31.12.

O modelo de formação profissional de acordo com o modelo alemão não é utilizado em todos os países, por isso os dados restringem-se ao número de alunos de cursos profissionais na Alemanha, Dinamarca e França. O sistema utilizado na Holanda e em Espanha não foi de momento contemplado para a recolha de dados, uma vez que os modelos de formação não são idênticos. Na Alemanha é adicionalmente oferecido um curso superior do ensino dual.

	2014		2015		2016	
	Alunos de cursos profissionais	Estudantes do ensino dual	Alunos de cursos profissionais	Estudantes do ensino dual	Alunos de cursos profissionais	Estudantes do ensino dual
Dinamarca	54	–	53	–	52	–
Alemanha	2330	117	2014	92	1757	99
França	187	–	241	–	194	–
Total	2571	117	2308	92	2003	99

Percentagem de colaboradores por contrato de trabalho

Percentagem de colaboradores por contrato de trabalho e sexo à data de 31.12.

	2015				2016			
	A prazo	Dos quais, do sexo feminino	Permanente	Dos quais, do sexo feminino	A prazo	Dos quais, do sexo feminino	Permanente	Dos quais, do sexo feminino
Bélgica/Luxemburgo ¹	9,6	64,3	90,4	68,2	9,2	62,9	90,8	75,7
Dinamarca	1,5	65,5	98,5	51,9	0,2	60,0	99,8	52,3
Alemanha	15,5	67,1	84,5	72,1	21,7	68,6	78,3	71,2
França	10,8	62,8	89,2	64,3	10,2	64,9	89,8	65,4
Holanda	32,8	59,7	67,2	63,6	30,9	57,7	69,1	63,6
Polónia	61,1	86,6	38,9	85,0	60,8	86,3	39,2	83,7
Portugal	58,0	69,9	42,0	69,1	58,2	67,2	41,8	68,7
Espanha	4,9	51,4	95,1	63,3	5,3	48,1	94,7	63,5
Grupo empresarial	16,5	66,3	83,5	68,7	19,7	67,3	80,3	69,1

¹ Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

Localizações

INDICADORES

Iremos reduzir os impactos resultantes da nossa atividade empresarial sobre o clima e o ambiente. No foco está a otimização de consumos de energia, dos processos logísticos e das embalagens, bem como a gestão de resíduos. A análise de variados indicadores – de emissões de gases de estufa, passando pelo volume de resíduos até às quantidades utilizadas dos materiais de embalagens – ajuda na identificação de potenciais de melhoria.

Consumo direto de energia

Consumo direto de energia em edifícios e na logística, repartido por países (em MWh)¹

A maior parte do consumo de energia direto deve-se à utilização de gás natural para gerar calor, bem como ao gasóleo como combustível utilizado na logística. O consumo global aumentou ligeiramente relativamente a 2015. Isto deve-se principalmente a um maior consumo de gás natural devido a um inverno mais rigoroso em alguns países, bem como a um aumento ligeiro do consumo de combustível utilizado na logística.

	2014	2015 ²	2016
Bélgica/Luxemburgo ³	99 607	108 941	109 576
Dinamarca	18 309	20 962	20 692
Alemanha	370 237	386 112	402 431
França	142 110	149 429	143 479
Holanda	76 905	84 156	86 055
Polónia	9092	12 896	14 905
Portugal	989	1013	1084
Espanha	4199	4177	4449
Grupo empresarial	721 448	767 686	782 671

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

² Devido a comunicações complementares para o ano de 2015 foram efetuadas atualizações face ao relatório do ano anterior.

³ Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

Consumo direto de energia por fontes

Consumo direto de energia em edifícios e na logística, repartido por fontes de energia (em MWh)¹

	2015 ²	2016
Gás natural	418 129	429 621
Fuelóleo	27 589	25 321
Biogás	154	89
Gasóleo (incl. geradores a gasóleo)	321 314	327 163
Gasolina	66	26
GPL	434	451

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

² Devido a comunicações complementares para o ano de 2015 foram efetuadas atualizações face ao relatório do ano anterior.

Consumo indireto de energia

Consumo de energia elétrica e energia térmica (em MWh)¹

O consumo de energia elétrica nas nossas localizações, com quase 940 GWh, é o responsável pela maior parte da necessidade energética. Em relação ao ano anterior, registou-se apenas um aumento ligeiro de cerca de um por cento. O aumento deve-se em parte a períodos de operação mais alargados, bem como à colocação de móveis de frio adicionais e fornos nas lojas.

	2014			2015 ²			2016		
	Total	Energia elétrica	Energia térmica à distância	Total	Energia elétrica	Energia térmica à distância	Total	Energia elétrica	Energia térmica à distância
Bélgica/Luxemburgo ³	87 581	87 581	–	88 411	88 411	–	89 559	89 559	–
Dinamarca	49 605	38 758	10 847	50 569	39 659	10 910	51 141	39 739	11 402
Alemanha	456 809	441 748	15 061	451 014	433 393	17 621	463 361	445 897	17 464
França	157 429	157 429	–	177 762	177 762	–	167 805	167 805	–
Holanda	75 566	74 831	735	79 780	78 779	1001	82 177	81 077	1100
Polónia	13 671	12 444	1227	17 394	16 110	1284	20 429	18 606	1823
Portugal	12 479	12 479	–	14 113	14 113	–	14 884	14 884	–
Espanha	67 928	67 928	–	79 694	79 694	–	79 070	79 070	–
Grupo empresarial	921 068	893 198	27 870	958 737	927 921	30 816	968 426	936 637	31 789

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

² Devido a comunicações complementares para o ano de 2015 foram efetuadas atualizações face ao relatório do ano anterior.

³ Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver “Sobre este Relatório”, pág. 30).

Emissão de gases com efeito de estufa Scope 1 e 2

Emissões de gases com efeito de estufa Scope 1 e 2 (em toneladas equivalentes de CO₂)

As emissões de gases com efeito de estufa foram apuradas com base no consumo de energia e combustível, bem como 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 Scope 2 resultantes do consumo de energia elétrica é feito pela primeira vez com base nos fatores de emissões locais e para o mercado. Enquanto o método baseado nas emissões locais se baseia nos fatores para uma determinada região geográfica (por exemplo, um país), os fatores baseados nos mercados utilizam – quando possível – a composição individual das fontes de energia e as emissões reais do respetivo fornecedor de energia. O cálculo das emissões de gases com efeito de estufa baseiam-se em fatores da International Energy Agency (IEA).

	2014		2015 ¹			2016		
	Scope 1 ²	Scope 2 ³	Scope 1 ²	Scope 2 ³ "baseado no local"	Scope 2 ³ "baseado no setor"	Scope 1 ²	Scope 2 ³ "baseado no local"	Scope 2 ³ "baseado no setor"
Bélgica/Luxemburgo ⁴	37 536	17 673	42 096	17 782	15 781	40 328	18 656	13 246
Dinamarca	9963	13 546	11 104	13 241	8973	10 466	11 372	10 914
Alemanha	113 483	268 214	120 089	214 793	262 533	110 178	211 664	38 301
França	67 917	9603	74 861	11 350	2666	75 277	6863	6276
Holanda	46 780	27 262	31 253	35 044	72	29 802	38 393	143
Polónia	2174	10 134	3940	12 866	13 488	5501	14 688	15 185
Portugal	1382	3781	1529	3964	6180	2817	3793	4 334
Espanha	5596	19 748	12 239	19 467	30 218	11 811	20 096	26 774
Grupo empresarial	284 831	369 961	297 111	328 507	339 911	286 180	325 525	115 173

¹ Devido a comunicações complementares para o ano de 2015 foram efetuadas atualizações face ao relatório do ano anterior.

² Scope 1: emissões de consumo de energia direto em edifícios, consumo de combustível na logística e perda de fluidos refrigerantes.

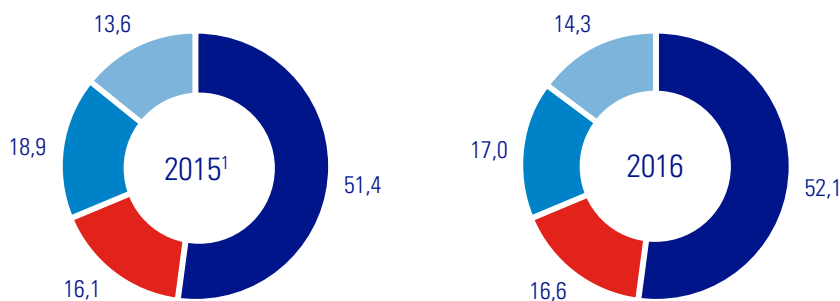
³ Scope 2: emissões de consumo de energia elétrica e energia térmica à distância, a partir de 2015 repartidas por emissões locais e do setor.

⁴ Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver "Sobre este Relatório", pág. 30).

Emissões de gases com efeito de estufa Scope 1 e 2 por fontes 2015 & 2016

Quantidade total de gases com efeito de estufa do Scope 1 e 2 proporcionalmente por fontes (em percentagem, com base nas emissões locais)

■ Energia elétrica ■ Aquecimento
■ Fluidos refrigerantes ■ Logística



¹ Devido a comunicações complementares para o ano de 2015 foram efetuadas atualizações face ao relatório do ano anterior.

Quantidade de veículos

Quantidade de veículos até 31.12. por tipo de veículo

	2014			2015			2016		
	N.º de veículos pesados	N.º de veículos ligeiros	Outros veículos ¹	N.º de veículos pesados	N.º de veículos ligeiros	Outros veículos ¹	N.º de veículos pesados	N.º de veículos ligeiros	Outros veículos ¹
Bélgica/Luxemburgo ²	213	180	7	217	185	8	219	211	8
Dinamarca	55	86	5	56	89	5	56	92	5
Alemanha	914	850	73	909	909	74	880	969	75
França	236	310	27	238	314	23	234	349	25
Holanda	201	184	8	200	188	8	189	201	8
Polónia	–	65	2	–	64	2	–	82	2
Portugal	–	37	1	–	41	1	–	47	1
Espanha	–	144	–	–	159	–	–	170	2
Grupo empresarial	1619	1856	123	1620	1949	121	1578	2121	126

¹ Destes fazem parte empilhadores e veículos a GPL.

² Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver “Sobre este Relatório”, pág. 30).

Consumo de combustível

Consumo de combustível de pesados, ligeiros e outros veículos (em litros ou quilogramas de agente propulsor)

	2014			2015			2016		
	Gasóleo ¹ (l)	Gasolina (l)	GPL (kg)	Gasóleo ¹ (l)	Gasolina (l)	GPL (kg)	Gasóleo ¹ (l)	Gasolina (l)	GPL (kg)
Bélgica/Luxemburgo ²	3 991 141	–	–	4 215 607	–	–	4 322 031	–	–
Dinamarca	1 428 007	304	924	1 513 990	–	913	1 480 176	595	330
Alemanha	16 346 023	9856	20 435	16 335 662	7368	21 365	16 863 778	2266	21 270
França	5 640 054	–	10 498	5 858 537	–	9737	5 730 617	–	9828
Holanda ³	3 553 070	–	–	3 626 422	–	–	3 687 240	–	–
Polónia	148 367	–	781	144 629	–	1386	158 452	–	567
Portugal	98 623	–	400	100 883	–	600	108 132	–	500
Espanha	406 376	–	–	404 581	–	–	415 182	–	2828
Grupo empresarial	31 611 661	10 160	33 038	32 200 311	7368	34 001	32 765 608	2861	35 323

¹ Inclusive consumo de fuelóleo para a operação de motores de refrigeração (fora da Alemanha).

² Para uma maior simplificação, os dados referentes às sociedades juridicamente independentes do grupo empresarial ALDI Nord na Bélgica e no Luxemburgo foram agregados (ver “Sobre este Relatório”, pág. 30).

³ Devido a comunicações complementares para o ano de 2015 foram efetuadas atualizações face ao relatório do ano anterior.

Produção de resíduos

Produção de resíduos por tipo de resíduo (em toneladas)¹

Na Alemanha, a quantidade de resíduos tem-se mantido constante face a 2015, e a maior parte da nossa produção de resíduos deve-se a resíduos de embalagens. Os resíduos perigosos, com 414 toneladas, representam apenas cerca de 0,2 por cento da quantidade total de resíduos. Destes fazem parte sobretudo óleos usados, filtros de óleo, baterias de automóveis e lâmpadas fluorescentes, que contêm mercúrio.

	2014	2015	2016
	Alemanha	Alemanha	Alemanha
Resíduos perigosos	490	493	414
Papel/Cartão/Cartolina	426	432	450
Resíduos urbanos ²	20 006	22 129	22 320
Resíduos provenientes da produção e transformação de produtos alimentares ³	6859	8173	11 102
Resíduos de embalagens	156 461	156 580	161 290
dos quais, películas/plásticos	3966	3986	3578
dos quais, cartão/papel	121 024	121 331	125 174
dos quais, PET	31 471	31 264	32 538
Equipamentos usados	39	70	56
Quantidade total de resíduos	184 281	187 877	195 632

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

² Resíduos industriais. Destes fazem parte, entre outros, "lixo residual", bens alimentares embalados, resíduos de grande dimensão, madeira e sucata metálica.

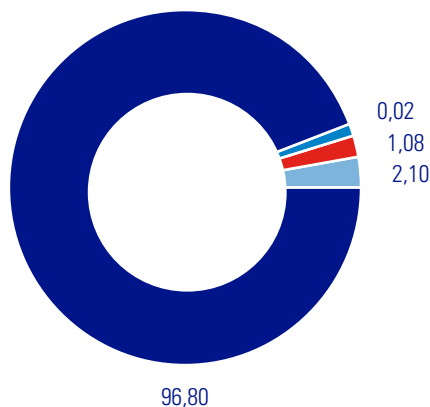
³ Destes fazem parte resíduos do funcionamento das cantinas e produtos "Bake-Off".

Quantidade de resíduos por tipo de reciclagem

Quantidade de resíduos em proporção por tipo de eliminação na Alemanha (em percentagem)¹

Com 99 por cento, a maior parte dos resíduos não perigosos foi encaminhada no ano de 2016 à reutilização, ou seja, reciclagem.

■ Reutilização e reciclagem² ■ Deposição em aterro
 ■ Incineração (incineração em massa) ■ Compostagem



¹ A imputação por tipos de eliminação baseia-se parcialmente em estimativas ou extrapolações.

² Inclusive incineração para recuperação de energia.

Sobre este Relatório

Com o presente Relatório Intercalar informamos as nossas partes interessadas internas e externas, de forma transparente, sobre os progressos do grupo empresarial ALDI Nord em termos de sustentabilidade. O próximo Relatório de Sustentabilidade completo será presumivelmente publicado no ano de 2018.

A editora

A marca ALDI representa um retalhista de *discount* bem-sucedido. A marca é utilizada pelos grupos empresariais ALDI Nord e ALDI SÜD, unidos por laços familiares. No grupo empresarial ALDI Nord, a ALDI Einkauf é a detentora da marca ALDI.

A editora do relatório é a ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG, Essen (a seguir designada por ALDI Einkauf). As sócias da ALDI Einkauf são principalmente as ALDI GmbH & Co. KGs, que, na Alemanha, constituem um grupo empresarial ("Gleichordnungskonzern", de acordo com o direito alemão), ou seja, um conjunto de sociedades regionais juridicamente independentes. As sociedades estrangeiras da ALDI são licenciadas da marca ALDI. Todas estas empresas juridicamente independentes formam o grupo empresarial ALDI Nord, que é o objeto do relatório. 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 resumidamente neste relatório. O relatório abrange o período de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2016. O fecho da edição foi a 31 de março de 2017.

O relatório está disponível como ficheiro PDF em alemão e noutras línguas. Em prol de uma melhor legibilidade, prescindimos da dupla denominação relativa ao género bem como da legitimação da natureza jurídica.

Todos os conteúdos do relatório impresso estão também disponíveis na nossa nova plataforma www.cr-aldinord.com. Aí encontram-se documentos para *download* e informações adicionais explicativas.

Ficha Técnica & Contactos

EDITORA

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

FECHO DE EDIÇÃO

31 de março de 2017

CONCEITO/EDIÇÃO/DESIGN

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg

RESPONSÁVEL

Dr. Rayk Mende
Gerente de Corporate Responsibility
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

GESTÃO DO PROJETO

Doutora Christina Fries-Henrich
Gestora do Departamento CR
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

CONTACTO

cr-grk@aldi-nord.de

Agradecemos o apoio de todos os colegas e demais partes envolvidas que contribuíram para a elaboração deste relatório.

O relatório atual também está disponível noutras línguas. Em caso de divergências relativamente à versão alemã, prevalece a versão alemã.

Relatório Intercalar do grupo empresarial ALDI Nord

O relatório sobre as atividades de sustentabilidade do grupo empresarial ALDI Nord com informações adicionais e documentos para *download* também está disponível em



www.cr-aldinord.com

O Relatório Intercalar está disponível nas seguintes línguas:

Alemão
Dinamarquês
Espanhol
Francês
Francês (B)
Neerlandês
Neerlandês (B)
Inglês
Polaco

Exclusão de responsabilidade

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



www.cr-aldinord.com