

ALDI Nord














Programmes de RSE 2019





DES OBJECTIFS CLAIRS ET MESURABLES

Dans le cadre de notre programme de RSE¹, nous fixons des objectifs clairs dans tous les domaines, y compris pour les axes principaux :

	Description des objectifs	Situation en 2019 et prochaines étapes	ODD
CLIENT ET PRODUIT	100% des matériaux certifiés durables et/ou recyclés pour tous les emballages de vente d'ici fin 2020	 Projet en cours. Voir Gamme de produits responsables.	  12.2 12.5 15.2
	100 % d'emballages recyclables, compostables ou réutilisables d'ici fin 2025	 Nouvel objectif. Voir Gamme de produits responsables.	 12.5 12.2
	15 % de réduction d'emballages d'ici fin 2025	 Nouvel objectif. Voir Gamme de produits responsables.	 12.5 12.2
	Sacs (ou filets) réutilisables pour les fruits et légumes	 Projet en cours. Projet pilote et déploiement en Allemagne en 2019. Voir aussi Gamme de produits responsables.	 12.5 12.2
	Suppression des sacs en plastique jetables (sauf les sacs pour les fruits et légumes) d'ici fin 2021	 Nouvel objectif.	 12.5 12.2
	Interdiction des produits en plastique à usage unique d'ici fin 2020	 Projet en cours. Les cotons-tiges ont été remplacés par une alternative durable. Voir aussi Gamme de produits responsables.	 12.5 12.2

¹ Chaque société ALDI peut définir ses propres objectifs qui peuvent aller au-delà de ceux fixés par ALDI Nord. Si des réglementations nationales d'un pays ALDI sont plus exigeantes que les objectifs publiés, la réglementation nationale prévaut et est appliquée dans le pays correspondant.

Clé

 Nouveau  En cours  Objectif atteint  En continu



CLIENT ET PRODUIT

Description des objectifs	Situation en 2019 et prochaines étapes	ODD
100% des fruits et légumes biologiques non emballés ou avec des emballages durables d'ici fin 2023	2023 Nouvel objectif.	12.5 12.2
Augmentation des articles vendus en vrac (sans emballages) dans la catégorie des fruits et légumes pour atteindre au moins 40 % d'ici fin 2025	2025 Nouvel objectif.	12.5 12.2
Suppression des intercalaires en plastique dans les caisses de transport d'ici fin 2021	2021 Nouvel objectif.	12.5 12.2
Optimiser la composition de 100 % des produits destinés aux enfants d'ici fin 2021	2021 Nouvel objectif. En 2017, ALDI Belgique a signé le Belgian Pledge, un engagement visant à interdire les publicités pour des produits néfastes pour la santé destinées aux enfants de moins de 12 ans. ALDI Pays-Bas a créé de nouvelles directives pour l'emballage des produits destinés aux enfants afin de garantir le respect des réglementations à venir. Voir Transparence et Communication.	12.2 12.5
Éviter le marketing sur les produits néfastes pour la santé et promouvoir des produits plus sains pour les enfants d'ici fin 2021.	2021 Nouvel objectif.	2.2
Lancer des marques de distributeur pour les produits destinés aux enfants d'ici fin 2021	2021 Nouvel objectif.	
Coopérer au moins avec un partenaire au niveau national ou international sur la gamme de produits destinés aux enfants d'ici fin 2021	2021 Nouvel objectif.	17.16
Amélioration de la composition nutritionnelle dans 100 % des catégories de produits sélectionnés d'ici fin 2022	2022 Nouvel objectif. Voir Gamme de produits responsables.	2.2



CLIENT ET PRODUIT

	Description des objectifs		Situation en 2019 et prochaines étapes	ODD		
Étendre l'étiquetage nutritionnel spécifique	Mise en place d'un étiquetage nutritionnel (par exemple Nutri-Score, The Keyhole) pour les produits à marque de distributeur.		Projet en cours. ALDI France étiquettera les premiers produits en 2020. ALDI Belgique commencera également à utiliser le Nutri-Score en 2020. ALDI Pays-Bas commencera la mise en place après la mi-2021. Voir Transparence et Communication.			2.2 12.8
Améliorer l'étiquetage et communiquer sur les valeurs ajoutées environnementales et sociales de nos produits	Améliorer l'étiquetage et communiquer sur les valeurs ajoutées durables du produit (environnementales et sociales), telles que le bien-être animal, les produits végétaliens, l'étiquetage nutritionnel spécifique et les projets sociaux.		Projet en cours.			12.8
Étendre l'assortiment bio	Identifier les produits manquants afin de compléter l'assortiment bio dans chaque pays ALDI et chaque groupe de produits.		Nouvel objectif. 1 178 produits en 2019 ; +15 % par rapport à l'année précédente. Voir Gammes des produits responsables.			
Étendre l'assortiment végétarien et végétalien	Élargir les gammes de produits végétariens et végétaliens, avec une certification (e.g le V-Label) dans toutes les sociétés ALDI.		Nouvel objectif. 494 produits en 2019 ; +82% par rapport à l'année précédente. Voir Gammes des produits responsables.			
Lancement d'une marque de distributeur pour les produits végétariens et végétaliens pour tous les nouveaux produits d'ici fin 2021	Introduction d'une marque de distributeur commune pour les produits végétariens et végétaliens (nouveaux produits) dans l'ensemble des pays ALDI d'ici fin 2021.		Nouvel objectif.			
Ajout d'un label sur 100 % des produits végétariens et végétaliens pour tous les nouveaux produits/achats à partir de 2021	Labellisation de 100 % des produits végétariens et végétaliens (V-label, Vegan Flower) pour tous les nouveaux produits référencés et achetés, avec un focus sur les articles non alimentaires, à partir de 2021.		Nouvel objectif.			
Augmentation des produits à base de viande portant le label ATC	Augmentation du nombre d'articles contenant de la viande porteurs de l'ALDI Transparency Code (ATC).		Objectif atteint. L'ATC était apposé sur 100 % de la viande fraîche chez ALDI Belgique, ALDI Nord Allemagne, ALDI Pays-Bas et ALDI Luxembourg dans les gammes de produits standard. Il est également utilisé sur les produits à base de viande chez ALDI France, ALDI Pologne, ALDI Portugal et ALDI Espagne.			
Mise en place de bonnes pratiques communes pour réduire le gaspillage alimentaire d'ici fin 2020	Mise en place de bonnes pratiques communes pour la gestion des invendus alimentaires dans les magasins ALDI d'ici fin 2020 (anciennement 2017).		Objectif non atteint. Il était prévu de publier de bonnes pratiques internationales sur la réduction du gaspillage alimentaire fin 2017. En raison des diverses exigences sous-jacentes des différents pays ALDI, le projet a été reporté jusqu'à nouvel ordre. Cependant, ce sujet reste important pour nous. C'est pourquoi l'objectif a été remplacé par les objectifs suivants.			

Clé

Nouveau En cours Objectif atteint En continu



CLIENT ET PRODUIT

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES

Description des objectifs	Situation en 2019 et prochaines étapes	ODD
<p>Intégrer 100 % des points de vente dans un partenariat visant à réduire le gaspillage alimentaire d'ici fin 2021</p> <p>Intégrer 100 % des points de vente ALDI dans des coopérations avec des associations afin de réduire le gaspillage alimentaire d'ici 2021 (par exemple Tafel, Too Good To Go, Refood).</p> <p>L'objectif est atteint si chaque magasin travaille régulièrement* avec un ou plusieurs partenaires.</p> <p>*« Régulièrement » signifie faire des dons aussi souvent que possible.</p>	<p>Nouvel objectif. 81 % des points de vente ont donné des produits alimentaires encore consommables en 2019, soit une augmentation de 4 points de pourcentage par rapport à l'année précédente.</p>	
<p>Proposer des articles issus des invendus ou des produits écartés des circuits de distribution alimentaires d'ici fin 2021</p> <p>Développer des produits conçus avec des invendus ou des produits écartés des circuits de distribution alimentaires et introduction d'au moins un produit dans des catégories de produits définies d'ici fin 2021 chez ALDI Nord.</p>	<p>Nouvel objectif.</p>	
<p>100% des produits nationaux sont identifiés par un label spécifique d'ici fin 2021</p> <p>100% des produits nationaux sont identifiés par un label spécifique, par exemple avec le drapeau national, d'ici fin 2021 pour tous les nouveaux produits référencés ou achetés dans les catégories de produits concernées : fruits et légumes, produits laitiers, viandes et poissons frais.</p>	<p>Nouvel objectif.</p>	12.8
<p>Développer des gammes de produits régionaux dans chaque pays ALDI d'ici fin 2021</p> <p>Développement de gammes de produits régionaux dans chaque pays ALDI d'ici fin 2021, dans les catégories de produits concernées : fruits et légumes, produits laitiers, viandes et poissons frais.</p>	<p>Nouvel objectif. En Allemagne, nous avons lancé la nouvelle marque propre EINFACH REGIONAL (« simplement régional ») en 2019. Voir Transparence et Communication.</p>	
<p>100 % de produits végétariens et végétaliens à base de soja sont durables d'ici fin 2021</p> <p>Transition de 100 % des produits végétariens et végétaliens à marque de distributeur à base de soja vers un soja d'origine européenne ou certifié et encouragement des alternatives au soja, e.g des produits à base de pois, d'ici fin 2021 chez ALDI Nord.</p>	<p>Nouvel objectif.</p>	
<p>100 % d'huile de palme certifiée RSPO d'ici fin 2019</p> <p>Transition vers une huile de palme physiquement certifiée RSPO pour tous les produits à marque de distributeur contenant de l'huile de palme (Table ronde sur l'huile de palme durable - RSPO) d'ici fin 2019 (anciennement 2018) chez ALDI Nord.</p>	<p>Objectif non atteint. 98,6% en 2019</p>	12.2 15.2
<p>Augmentation de la part de café certifié durable d'ici fin 2020</p> <p>Transition vers un café certifié durable (UTZ/Rainforest Alliance, Fairtrade, bio) pour certains produits à marque de distributeur d'ici fin 2020 chez ALDI Nord.</p>	<p>Projet en cours. 53 % en 2019 ; +2 points de pourcentage par rapport à l'année précédente.</p>	12.2
<p>40 % de l'assortiment de tisanes et infusions de fruits certifié durable d'ici fin 2020</p> <p>Augmenter à 40 % la part des produits certifiés durables (UEBT/UTZ, logo bio de l'UE, label Fairtrade ou UTZ/Rainforest Alliance Certified™) pour les tisanes et les infusions de fruits à marque de distributeur d'ici fin 2020 chez ALDI Nord.</p>	<p>Projet en cours. 37 % en 2019.</p>	12.2
<p>100 % de bois certifié durable d'ici fin 2020</p> <p>Transition de tous les produits en bois ou issus de bois vers des matériaux certifiés durables (FSC®, PEFC™, écolabel européen ou normes comparables) d'ici fin 2020 chez ALDI Nord.</p>	<p>Projet en cours. 88 % en 2019 ; + 11 points de pourcentage par rapport à l'année précédente.</p>	12.2 15.2

Clé
 ■ Nouveau ■ En cours ■ Objectif atteint ∞ En continu



CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES

Description des objectifs	Situation en 2019 et prochaines étapes	ODD
<p>100 % de coton certifié durable d'ici fin 2025</p> <p>Utilisation de coton durable (par exemple GOTS, OCS 100/ blended, Fairtrade, coton recyclé, BCI, CmiA) pour tous les textiles d'habillement et tout le linge de maison dans toutes les sociétés ALDI d'ici fin 2025.</p>	<p>Projet en cours. Publication de la Politique internationale d'achat de coton en 2020 ; 36 % en 2019 ; +3 points de pourcentage par rapport à l'année précédente.</p>	<p>12.2</p>
<p>100 % de fleurs et plantes certifiées durables</p> <p>Accroissement continu de la part de plantes et de fleurs certifiées durables (par exemple GLOBALG.A.P. complétée du module GRASP ou autres normes équivalentes) dans toutes les sociétés ALDI. (La date cible a été supprimée.)</p>	<p>Projet en cours. Voir Responsabilité sociale dans la chaîne d'approvisionnement.</p>	<p>12.2</p>
<p>Évaluation sociale de tous les producteurs de fruits et légumes</p> <p>Accroissement continu de la part de fruits et légumes certifiés durables (par exemple GLOBALG.A.P. complétée du module GRASP ou autres normes équivalentes) dans toutes les sociétés ALDI. (La date cible a été supprimée.)</p>	<p>Projet en cours. Voir Responsabilité sociale dans la chaîne d'approvisionnement.</p>	
<p>Renforcement de nos actions pour le bien-être animal</p> <p>Développement de systèmes de contrôle et de certification ainsi que de nos propres normes relatives au bien-être animal dans toutes les sociétés ALDI, allant au-delà des exigences légales.</p>	<p>Projet en cours. Des efforts soutenus ont été déployés pour améliorer encore le niveau de bien-être animal à grande échelle en 2019.</p>	
<p>Interdiction de certaines substances chimiques définies en 2020</p> <p>Interdiction de groupes spécifiques de substances chimiques dans la fabrication de produits à marque de distributeur, dans les catégories du textile d'habillement, du linge de maison et des chaussures, d'ici fin 2020 (engagement ALDI Detox), en cours dans tous les pays ALDI.</p>	<p>Projet en cours. Il est évident que l'industrie n'atteindra pas ses engagements au titre du Detox Commitment en 2020. À la suite de l'adoption de la feuille de route, plusieurs rapports d'avancement et un rapport final ont été publiés. Les difficultés étant toutefois importantes, le travail avec les partenaires de la chaîne d'approvisionnement sera poursuivi pour améliorer la gestion des substances chimiques dans les années à venir et pour atteindre les objectifs définis.</p> <p>Après la fin de l'engagement ALDI Detox, un processus d'amélioration continue sera mis en place afin de tendre vers l'élimination progressive des substances chimiques dangereuses dans les chaînes d'approvisionnement. À cette fin, les processus d'ajustements de ces efforts permettant de prendre des mesures plus efficaces et fondées sur les risques seront évalués afin de mieux aligner les activités au sein de l'industrie.</p>	<p>3.9 6.3 12.4</p>
<p>Participation à des initiatives sectorielles</p> <p>Renforcement du dialogue avec les principaux groupes de parties prenantes, notamment par la participation à des initiatives sectorielles dans tous les pays ALDI (cf rapport RSE 2017).</p>	<p>Projet en cours. Voir Parties prenantes et réseaux et Responsabilité sociale dans la chaîne d'approvisionnement.</p>	<p>17.16</p>

Clé
 Nouveau En cours Objectif atteint En continu



CLIMAT ET ENVIRONNEMENT

COLLABORATEURS ET ENGAGEMENT SOCIÉTAL

Description des objectifs		Situation en 2019 et prochaines étapes		ODD		
CLIMAT ET ENVIRONNEMENT	40 % de réduction des émissions de gaz à effet de serre d'ici fin 2021	Réduction de 40 % des émissions de gaz à effet de serre dans toutes les sociétés ALDI d'ici fin 2021, par rapport à l'année de référence 2015.		Projet en cours. 15,5 % de réduction des émissions de gaz à effet de serre en 2019, par rapport à l'année de référence 2015. L'accent a été mis sur l'amélioration de l'efficacité. Au cours de la prochaine étape, d'autres mesures d'efficacité seront planifiées et mises en œuvre en mettant davantage l'accent sur l'énergie verte/l'écologie.		7.2 7.3 13.3
	Installation de panneaux photovoltaïques dans les points de vente	Augmenter continuellement la proportion des points de vente ALDI équipés d'installations photovoltaïques.		Projet en cours. 581 magasins sont équipés de systèmes photovoltaïques ; +39 % par rapport à l'année précédente.		7.2 9.4
	Éclairage LED dans tous les nouveaux points de vente d'ici fin 2019	Mise en place d'éclairage LED dans tous les nouveaux magasins ALDI (éclairage intérieur et extérieur) d'ici fin 2019.		Objectif partiellement atteint. La technologie d'éclairage LED est installée dans les nouveaux magasins de tous les pays depuis 2016. Nous poursuivons ce déploiement pour l'éclairage extérieur.		8.4 9.4
	Éclairage LED dans les points de vente existants	Étude de la conversion des points de vente ALDI existants à l'éclairage LED.		Projet en cours. Les progrès de la conversion seront poursuivis : ALDI Belgique et ALDI Portugal sont sur le point d'atteindre cet objectif. Chez ALDI Danemark, l'éclairage de tous les points de vente a déjà été converti à l'éclairage LED.		8.4 9.4
	Éclairage LED dans les centres logistiques	Étude de la conversion des centres logistiques ALDI à l'éclairage LED.		Projet en cours. La transition est déjà achevée en Belgique, au Danemark et en Espagne. Le passage aux LED est prévu dans les centres de distribution en Allemagne, en Pologne et aux Pays-Bas.		8.4 9.4
COLLABORATEURS ET ENGAGEMENT SOCIÉTAL	Programme de formation au management d'ici fin 2020	Élaboration d'un concept de programme de formation pour améliorer les compétences des managers dans tous les pays ALDI d'ici fin 2020.		Objectif atteint. L'ALDI Academy a été fondée en 2019 pour concevoir un certain nombre de programmes de formation en Allemagne, et sera adoptée par les autres pays.		4.4
	Renforcement du dialogue avec les employés d'ici fin 2020	Mise en place de nouveaux canaux de communication pour impliquer les employés ALDI de toutes les sociétés ALDI, parallèlement à d'autres méthodes, d'ici fin 2020.		Objectif atteint. L'accent est mis sur les ateliers et les événements, ainsi que sur les magazines des employés ALDI, la newsletter RSE, les affiches et les brochures.		

Clé



ALDI BELGIQUE ET ALDI LUXEMBOURG

Progrès dans la réalisation des objectifs nationaux 2019

	Description des objectifs	Situation en 2019 et prochaines étapes	ODD	
CLIENT ET PRODUIT	10 % d'emballages en moins d'ici fin 2025	Réduire le poids des emballages de la gamme permanente en marque de distributeur, en Belgique et au Luxembourg de 10 % d'ici fin 2025 (année de référence : 2015)	Projet en cours. Lancement de la Mission Emballage ALDI en 2019.	12.2 12.5
	99 % d'emballages recyclables d'ici fin 2023	99 % du volume des gammes de produits permanents belges et luxembourgeoises recyclables d'ici fin 2023	Projet en cours.	12.2 12.5
	Matériaux de substitution pour les plastiques à usage unique	Recherche de matériaux ou produits de substitution pour les plastiques à usage unique en cours en Belgique et au Luxembourg	Nouvel objectif.	12.2 12.5
	Optimisation continue de la composition nutritionnelle des produits	Renforcement des efforts déployés en Belgique et au Luxembourg pour augmenter la teneur en fibres et réduire la teneur en sel, en matières grasses et en sucre des produits à marque de distributeur	Objectif partiellement atteint. Chaque année, des produits supplémentaires sont évalués et adaptés.	2.2
	100 % de roses certifiées Fairtrade d'ici fin 2018	Toutes les roses vendues dans les magasins belges et luxembourgeois doivent être certifiées Fairtrade d'ici fin 2018	Objectif atteint.	12.2
	ATC sur tous les produits à base de viande d'ici fin 2020	Extension du Code de transparence ALDI (ATC) pour les produits de marque de distributeur à toutes les viandes et tous les produits contenant de la viande en Belgique et au Luxembourg d'ici fin 2020	Objectif atteint pour toutes les viandes fraîches et les produits à base de viande. L'objectif devrait être atteint pour les plats préparés d'ici la fin de l'année 2020.	
	30 % de produits végétariens en plus en 2020	30 % de produits végétariens en plus dans les magasins belges et luxembourgeois en 2020 (année de référence : 2019)	Nouvel objectif. Fin 2019, 37 produits végétariens/végétaliens.	
	Introduction du Nutri-Score et déploiement d'ici fin 2021	Introduction du Nutri-Score en 2020 et déploiement en Belgique et au Luxembourg d'ici fin 2021	Nouvel objectif.	2.2 12.8
	Promotion des produits locaux en 2019	Élaborer des directives pour l'achat de produits agricoles belges locaux en 2019	Objectif atteint	
	Partenariat avec les banques alimentaires belges en 2019	Lancer un partenariat avec les banques alimentaires belges pour réduire davantage le gaspillage alimentaire en 2019	Objectif atteint. Créé en 2019 et poursuivi en 2020.	12.3 12.5
Réglementation du marketing destiné aux enfants en 2019	Élaborer des directives pour le marketing destiné aux enfants en Belgique en 2019	Objectif atteint		

Clé



ALDI BELGIQUE ET ALDI LUXEMBOURG

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES

CLIMAT ET ENVIRONNEMENT

COLLABORATEURS ET ENGAGEMENT SOCIÉTAL

Description des objectifs	Situation en 2019 et prochaines étapes	ODD
100 % de bois, papier et carton certifiés dans les emballages des produits d'ici fin 2019	2019 Objectif partiellement atteint. Fin 2019, objectif atteint à 97 %.	12.2
50 % de café certifié durable d'ici fin 2020	2020 Objectif atteint. 54 % fin 2019.	12.2
100 % de produits de la mer certifiés d'ici fin 2018	2018 Objectif atteint.	12.2 14.4
Foie gras sans gavage d'ici fin 2019	2019 Objectif atteint.	
Actualiser la politique nationale sur le bien-être animal d'ici fin 2019	2019 Objectif atteint.	
Bacs de recyclage pour les ampoules électriques dans tous les magasins en 2019	2019 Objectif atteint. En 2019, tous les magasins belges ont été équipés d'un bac de recyclage pour les ampoules électriques.	12.2 12.5
Centre de distribution certifié « Exceptionnel » selon la méthode BREEAM en 2019	2019 Objectif atteint. Le nouveau centre logistique à Turnhout est le centre le plus durable de Belgique.	9.4
100 % d'énergie verte d'ici fin 2020	2020 Nouvel objectif.	7.2
Augmentation de 30 % du nombre de magasins équipés de panneaux solaires d'ici fin 2020	2020 Nouvel objectif. 65 fin 2019.	7.2
Utilisation de réfrigérants naturels en 2020	2020 Projet en cours.	12.4
Politique de mobilité pour les employés d'ici fin 2020	2020 Nouvel objectif.	
Action caritative nationale annuelle	∞ Projet en cours. Le premier événement a eu lieu en 2019.	

Clé Nouveau En cours Objectif atteint En continu



ALDI DANEMARK

Progrès dans la réalisation des objectifs nationaux 2019

Description des objectifs

Situation en 2019 et prochaines étapes

ODD

CLIENT ET PRODUIT

100 % d'emballages recyclables d'ici fin 2025

Augmenter la recyclabilité des emballages des produits danois à marque de distributeur : utilisation à 100 % de matériaux d'emballage recyclables, réutilisables ou compostables d'ici fin 2025



Nouvel objectif.
 ■ Début de l'évaluation environnementale des emballages en 2020
 ■ Mise en œuvre d'une procédure standard pour la collecte de données sur les emballages pour les nouveaux produits
 ■ Fait partie d'une évaluation internationale des possibilités de partage de données avec d'autres pays ALDI



12.5
12.2

15 % d'emballages en moins d'ici fin 2025

D'ici fin 2025, réduction de 15 % du poids total (en kg) d'emballages au Danemark (année de référence : 2020)



Nouvel objectif. Objectif supplémentaire une fois l'objectif de recyclage atteint. Statut provisoire : les couverts, les pailles, les gobelets et les assiettes en plastique à usage unique ont déjà été éliminés. Utilisation accrue de plastique recyclé dans les emballages.



12.5
12.2

50 produits végétaliens/végétariens d'ici fin 2021

Fin 2021, la gamme de produits végétaliens ou végétariens au Danemark est passée à au moins 50 produits.



Objectif atteint. Fin 2019, 68 produits étiquetés végétaliens/végétariens en vente (2017 : 14).

Mise en place d'un programme de dons de denrées alimentaires d'ici fin 2020

D'ici fin 2020, tous les magasins danois devront avoir mis en place un programme de gestion du gaspillage alimentaire, par exemple la vente de « sacs magiques » de produits alimentaires destinés à être jetés, via un partenaire externe ou un don de nourriture à des organisations sociales.



Nouvel objectif. En 2019, 73 % de nos magasins ont donné des produits alimentaires régulièrement ou occasionnellement.



12.3
12.5

80 % de gaspillage alimentaire en moins d'ici fin 2030

-/-



Nouvel objectif. Mesure encore en cours d'élaboration.



12.3
12.5

Interdiction des œufs de batterie en 2018

Mettre fin à la vente d'œufs de batterie au Danemark, à la fois pour les œufs coquilles et les œufs entrant dans la composition de produits transformés, en 2018



Objectif atteint en 2019.

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES

100 % de bois certifié d'ici fin 2020

D'ici fin 2020, 100 % des produits de marque de distributeur en bois ou à base de bois au Danemark devront être durables et certifiés



Projet en cours. Fin 2019, 94,5 % des produits en bois ou à base de bois étaient certifiés.



15.2
12.2

100 % de soja certifié pour certains produits de marque de distributeur d'ici fin 2025

Notre objectif est d'utiliser 100 % de soja durable, directement et indirectement, dans nos produits de marque de distributeur dans les catégories de la viande fraîche, des produits laitiers, y compris les œufs, et des produits surgelés et réfrigérés contenant de la viande d'ici fin 2025. Dans un premier temps, nous allons compenser la quantité de soja en 2020 en achetant des crédits de la Table ronde sur le soja responsable (RTRS).



Nouvel objectif.
 ■ Rejoindre l'Alliance danoise pour un soja responsable 2019
 ■ Travailler avec les fournisseurs pour garantir une production de soja sans déforestation

CLIMAT ET ENVIRONNEMENT

100 % « vert » d'ici fin 2021

Achat de 100 % d'électricité verte d'ici fin 2021



Projet en cours :
 ■ 11 panneaux solaires
 ■ 3 % d'électricité verte provenant de panneaux photovoltaïques
 ■ 0 % achetés directement



7.2

Clé

Nouveau En cours Objectif atteint En continu



ALDI FRANCE

Progrès dans la réalisation des objectifs nationaux 2019

	Description des objectifs		Situation en 2019 et prochaines étapes	ODD	
CLIENT ET PRODUIT	100 % des produits à base de viande portent le logo ATC d'ici fin 2020	Extension du ALDI Transparency Code (ATC) aux produits de marque de distributeur vendus en France qui contiennent au moins 3 % de viande d'ici fin 2020	2020	Projet en cours. 53 % en 2019.	
	100 % de pommes et de poires certifiées BEE FRIENDLY d'ici fin 2021	100 % de pommes et de poires européennes certifiées BEE FRIENDLY dans les magasins français d'ici fin 2021	2021	Projet en cours. 10 % (en volume) des pommes vendues en 2019 avaient le label BEE FRIENDLY et 3 % des poires.	15.5
	100 références de fruits et légumes d'ici fin 2019	Élargissement des gammes de fruits et légumes dans les magasins français d'ici fin 2019	2018	Objectif atteint. 100 références de fruits et légumes en 2018 ; 105 en 2019.	2.2
CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES	100 % de cacao certifié d'ici fin 2020	Passage au cacao certifié (UTZ, Fairtrade, Rainforest Alliance et bio) pour tous les produits à marque de distributeur d'ici fin 2020	2020	Projet en cours. 94 % en 2019.	12.2
	75 % des produits de la mer certifiés durables d'ici fin 2019	Conversion de 75 % des produits de la mer de marque de distributeur en France en produits certifiés durables d'ici fin 2019	2019	Objectif non atteint. 49 % atteint en 2019. Poursuite de l'objectif en 2020*.	12.2 14.4
	Interdiction des œufs de batterie à partir de 2020	<ul style="list-style-type: none"> Mettre fin à l'utilisation des œufs issus d'élevage en cage pour les produits transformés d'ici fin 2020. Mettre fin à la vente des œufs issus d'élevage en cage (œufs coquilles) en France d'ici fin 2025. 	2020	Projet en cours.	
CLIMAT ET ENVIRONNEMENT	120 systèmes photovoltaïques d'ici fin 2021	Mise en place de 120 installations photovoltaïques sur de nouveaux magasins en France d'ici fin 2021	2021	Projet en cours. 41 systèmes photovoltaïques sont déjà installés.	7.2 9.4

* 66% de nos poissons sont déjà certifiés pêche ou élevage durable (MSC, ASC, GlobalGAP, bio, Dolphin Safe, Pavillon France, Label Rouge, Friend of the Sea, IGP)

Clé

Nouveau En cours Objectif atteint En continu



ALDI NORD ALLEMAGNE

Progrès dans la réalisation des objectifs nationaux 2019

	Description des objectifs	Situation en 2019 et prochaines étapes	ODD	
CLIENT ET PRODUIT	30 % d'emballages en moins d'ici fin 2025	Réduction de 30 % du poids total des emballages de produits de marque de distributeur en Allemagne (proportionnellement aux ventes) d'ici fin 2025 (année de référence : 2015)	2025 Projet en cours. 14,6 % de réduction d'emballage à fin 2019, en comparaison avec 2015	12.2 12.5
	100 % d'emballages recyclables d'ici fin 2022	100 % des emballages de nos produits de marque de distributeur en Allemagne recyclables d'ici fin 2022	2022 Projet en cours. Selon une première enquête, environ deux tiers de nos emballages sont déjà classés comme recyclables.	12.2 12.5
	Interdiction des produits en plastique à usage unique à partir de début 2019	Mettre fin à la vente de plastiques à usage unique dans nos produits de marque de distributeur ou dans les gammes spéciales telles que les assiettes, les gobelets, les pailles et les cotons-tiges (hors pailles sur les emballages de boisson) en Allemagne à partir de début 2019	2019 Objectif atteint.	12.2 12.5
	Interdiction des microplastiques dans les produits cosmétiques d'ici fin 2022	Remplacement de tous les produits cosmétiques de marque de distributeur contenant des microplastiques solides ou des plastiques de synthèse liquides en Allemagne par des alternatives écoresponsables d'ici fin 2022	2022 Projet en cours. Depuis 2014, élimination progressive des microplastiques dans les cosmétiques, les produits d'hygiène personnelle et les lessives, 2019 : 180 produits sans microplastiques solides ou plastiques de synthèse liquides chez ALDI.	12.4 14.1
	Expansion de la de marque de distributeur respectueuse du bien-être animal Fair & Gut d'ici fin 2020	Élargissement de l'offre de produits frais à base de volaille de la marque propre respectueuse du bien-être animal Fair & Gut en Allemagne d'ici fin 2020	2020 Objectif atteint. En 2018, nous avons commercialisé six produits frais à base de volaille sous notre marque Fair & Gut. Entre-temps, Fair & Gut a été étendue à la viande fraîche (porc et poulet), à la charcuterie, aux œufs et aux produits laitiers. À l'avenir, nous envisageons d'étendre la gamme à d'autres régions, car les produits ne sont pas encore disponibles dans toutes les sociétés régionales en Allemagne.	
	Extension du système d'étiquetage relatif au bien-être animal (« Haltungsform »)	Extension du système d'étiquetage relatif au bien-être animal (« Haltungsform ») à d'autres produits et groupes de produits en Allemagne	∞ Nouvel objectif.	12.8
	Retrait des produits à base de viande fraîche avec « Haltungsform » 1	Retrait des produits à base de viande fraîche avec « Haltungsform » 1 dans les magasins allemands et augmentation de la proportion de produits à base de viande fraîche de marque de distributeur avec « Haltungsform » 2, 3 ou 4	∞ Projet en cours. La majorité de nos produits sont actuellement étiquetés « Haltungsform » 1 et 2. Avec la poursuite de notre engagement dans l'initiative pour le bien-être animal (Initiative Tierwohl), le « Haltungsform » 2 sera sensiblement augmenté à la mi-2021.	
	Expansion de l'ATC d'ici fin 2019	Mise en place du ALDI Transparency Code (ATC) en Allemagne pour les produits de marque de distributeur dans au moins un groupe de produits et augmentation du nombre de produits de la pêche et de produits contenant du poisson avec ATC d'ici fin 2019	2019 Objectif atteint. Mis en place dans la catégorie « textiles » ; 190 produits de la mer achetés dont 112 avec l'ATC fin 2019, soit 59 % de produits couverts	

Clé



ALDI NORD ALLEMAGNE

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT
ET RESSOURCES

CLIMAT ET ENVIRONNEMENT

Description des objectifs	Situation en 2019 et prochaines étapes	ODD
Arrêt de l'élimination de poussins dans la production d'œufs coquilles d'ici fin 2022	Transition progressive de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement pour les œufs coquilles issus d'élevage au sol, en plein air et biologique dans toute l'Allemagne d'ici fin 2022, pour mettre fin à l'élimination des poussins mâles dans la production d'œufs coquilles	Nouvel objectif. Des œufs provenant du projet « Bruderhahn » sont déjà proposés sous notre marque de distributeur « Henne & Hahn » depuis 2017.
50 % de café certifié durable d'ici fin 2020	Passage sur du café certifié durable (UTZ/Rainforest Alliance, Fairtrade, bio) pour certains produits de marque de distributeur en Allemagne	Projet en cours. 47 % en 2019.
Augmenter le taux d'utilisation de l'énergie produite en interne	Augmenter le taux d'utilisation de l'énergie produite en interne par les installations photovoltaïques dans les magasins en Allemagne, en les combinant avec des concepts de systèmes intégrés de refroidissement et de chauffage, et en adaptant les systèmes photovoltaïques à la consommation du magasin.	Projet en cours. Le taux de consommation de l'énergie produite pour 2019 est de 69,9 % (69,6 % en 2018).
Utilisation à 100 % du propane comme réfrigérant	Passage progressif de tous les réfrigérateurs et congélateurs en Allemagne au propane (R290), un réfrigérant à très faible potentiel de réchauffement global (PRG)	Objectif atteint.

ALDI PAYS-BAS

Progrès dans la réalisation des objectifs nationaux 2019

CLIENT ET PRODUIT

Description des objectifs	Situation en 2019 et prochaines étapes	ODD
20 % d'emballages en plastique en moins d'ici fin 2025	Réduction de 20 % du poids total des emballages en plastique des produits de marque de distributeur aux Pays-Bas d'ici fin 2025 (année de référence : 2017)	Projet en cours. Depuis 2019, nous ne vendons plus d'assiettes, de gobelets ni de cotons-tiges en plastique jetable.
100 % d'emballages en plastique recyclables d'ici fin 2025	100 % des emballages de nos produits de marque de distributeur aux Pays-Bas recyclables d'ici fin 2025	Projet en cours. Projets mis en place avec les fournisseurs pour améliorer la recyclabilité.
Utilisation de 35 % de plastique recyclé d'ici fin 2025	Utilisation de 35 % de plastique recyclé pour les emballages de nos produits de marque de distributeur aux Pays-Bas d'ici fin 2025	Projet en cours. Augmentation des emballages de produits contenant des matériaux recyclés, davantage de projets en cours.
Concepts de sachets alternatifs d'ici fin 2020	Tous les magasins qui vendent des fruits et légumes en vrac aux Pays-Bas doivent proposer des sachets à usage unique biosourcés et des sachets réutilisables d'ici fin 2020	Projet en cours. La phase de préparation interne a débuté.

Clé



ALDI PAYS-BAS

Description des objectifs

Situation en 2019 et prochaines étapes

ODD

Réduction de la teneur en sel et en sucre

Renforcement des efforts déployés aux Pays-Bas pour réduire la teneur en sel et en sucre de produits de marque de distributeur supplémentaires



Projet en cours. En 2019, nous nous sommes concentrés sur la réduction de la quantité de sel dans les snacks salés apéritifs, les produits à base de viande fraîche et les petits pains salés, et sur la réduction de la teneur en sel et en matières grasses des plats préparés.



2.2

Label PlanetProof pour 100 % des fruits et légumes néerlandais d'ici fin 2019

Étiquetage de tous les fruits et légumes cultivés aux Pays-Bas avec le label de développement durable PlanetProof d'ici fin 2019



Objectif non atteint. Nous nous efforçons d'atteindre nos objectifs en 2020 et avons déjà atteint 80 % fin 2019. Au cours de l'année, nous avons ajouté de plus en plus de fruits et légumes PlanetProof, tels que des pommes, des poires, des champignons et des tomates.

12.8
12.2

Pas de marketing sur les produits néfastes pour la santé auprès des enfants d'ici fin 2020

Pas de marketing sur les produits néfastes pour la santé auprès des enfants aux Pays-Bas d'ici fin 2020



Projet en cours : les gestionnaires de catégories ont été informés et le marketing sur les emballages de produits destinés aux enfants a été modifié en conséquence.

Label Beter Leven pour 100 % des produits d'origine animale

Aux Pays-Bas, pour les produits contenant des ingrédients d'origine animale (transformés ou non) passage aux critères du label de développement durable Beter Leven une étoile (norme minimale)



Projet en cours. En 2019, nous avons élargi nos gammes de produits à base de viande ayant le label Beter Leven.



12.8

100 % de poulet conforme aux critères de bien-être animal ALDI Kip ou au label Beter Leven en 2019

En 2019, tous les poulets frais et les produits à base de viande de poulet (hors produits halals) aux Pays-Bas provenaient de poulets élevés selon les critères de bien-être animal ALDI Kip ou Beter Leven.



Objectif atteint (tous les produits sauf un).

Extension des produits à base de viande avec ATC

Aux Pays-Bas, étendre le ALDI Transparency Code (ATC) pour les produits à marque de distributeur à la charcuterie.



Projet en cours. En 2019, nous avons commencé à travailler, avec les fournisseurs, pour étendre le Code de transparence ALDI à la charcuterie. En 2020, nous attendons les premiers produits avec ATC.

Point de collecte des piles, des lampes et des petits appareils électriques d'ici fin 2019

Tous les magasins néerlandais doivent disposer d'un point de collecte de recyclage (« inzamelmeubel ») pour les piles et les petits appareils électriques d'ici fin 2019.



Objectif atteint.



12.5

Mise en place d'un système de gestion de l'énergie d'ici fin 2018

Certification ISO 50001 à l'échelle nationale d'ici fin 2018



Reporté jusqu'à nouvel ordre.

7.3
8.4

Sensibilisation aux questions de santé

Poursuite et renforcement des efforts déployés aux Pays-Bas pour sensibiliser les clients et les collaborateurs aux questions de santé



Projet en cours. En 2019, l'accent a été mis sur la promotion d'une alimentation saine auprès des enfants, par exemple en travaillant avec une classe d'écoliers pour recueillir leur opinion pour nos magasins et en faisant don de pain pour la semaine de la Nationaal Schoolontbijt.



3.4

Clé

Nouveau En cours Objectif atteint En continu



ALDI POLOGNE

Progrès dans la réalisation des objectifs nationaux 2019

	Description des objectifs	Situation en 2019 et prochaines étapes	ODD
CHAÎNE CLIENT ET PRODUIT D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES COLLABORATEURS ET ENGAGEMENT SOCIÉTAL	Stratégie d'emballage d'ici fin 2020	Publication de la Stratégie d'emballage nationale polonaise d'ici fin 2020 	 12.2 12.5
	Dons alimentaires dans tous les magasins d'ici fin 2020	100 % des magasins polonais donneront des aliments non commercialisables mais encore consommables à des associations d'ici fin 2020 	 2.1 12.3
	Politique nationale d'achats respectueux du bien-être animal d'ici fin 2020	Publication de la Politique nationale polonaise d'achats respectueux du bien-être animal d'ici fin 2020 	
	Programme de formation au management en 2019	Élaboration d'un concept de programme de formation en Pologne pour améliorer les compétences des managers en 2019 	Objectif atteint. ■ Création de l'ALDI Academy pour tous les collaborateurs d'ALDI en 2019 ■ Programme de développement pour l'équipe de direction ■ Programme de formation pour accroître les compétences (prestataires de formation internes et externes) 4.4 Focus 2020 – Formation sur les marchés – 100 % des directeurs de magasin, minimum 50 % des directeurs adjoints de magasin, minimum 30-50 % des employés (magasins)



ALDI PORTUGAL

Progrès dans la réalisation des objectifs nationaux 2019

CHAÎNE
D'APPROVISIONNEMENT
CLIENT ET
PRODUIT
ET RESSOURCES

Description des objectifs	Situation en 2019 et prochaines étapes	ODD
Certification MSC pour toute la morue d'ici fin 2018	Passage à la certification MSC pour tous les produits à base de poisson séché (morue) au Portugal d'ici fin 2018	Objectif atteint.
Dons alimentaires dans tous les magasins d'ici fin 2018	Donner des aliments non commercialisables mais encore consommables dans tous les magasins du Portugal, pour lutter contre le gaspillage alimentaire, d'ici fin 2018	Objectif atteint.
Interdiction des œufs de batterie à partir de 2020	Mettre fin à la vente d'œufs de batterie (œufs coquilles) au Portugal d'ici fin 2020	Objectif atteint en 2020. Depuis janvier 2020, nous ne vendons plus d'œufs (coquilles) de poules élevées en batterie.

ALDI ESPAGNE

Progrès dans la réalisation des objectifs nationaux 2019

CLIENT ET
PRODUIT

Description des objectifs	Situation en 2019 et prochaines étapes	ODD
100 % d'emballages recyclables, compostables ou réutilisables d'ici fin 2025	100 % des emballages de nos produits de marque de distributeur en Espagne recyclables d'ici fin 2025	Nouvel objectif. Certaines mesures ont déjà été élaborées en 2019 : <ul style="list-style-type: none"> ■ Optimisation continue des emballages dans plusieurs groupes de produits. ■ Intégration de pictogrammes de recyclage sur les étiquettes et symboles triangulaires des matériaux d'emballage en plastique en 2019
20 % de plastique en moins dans les emballages et les produits d'ici 2025	Réduction de 20 % du poids total des emballages en plastique des produits de marque de distributeur et de la quantité de plastique dans les produits en Espagne d'ici la fin de l'année 2025 (année de référence : 2019)	Nouvel objectif. Certaines mesures ont déjà été élaborées en 2019 : <ul style="list-style-type: none"> ■ Optimisation continue des emballages dans plusieurs groupes de produits ■ Interdiction des produits en plastique à usage unique ■ Plus de produits en vrac ■ Nouvelles recharges

Clé



ALDI ESPAGNE

Description des objectifs

Situation en 2019 et prochaines étapes

ODD

CLIENT ET PRODUIT

Promotion des sacs réutilisables

Promotion des sacs réutilisables



Nouvel objectif. Certaines mesures ont déjà été élaborées en 2019 :

- Remplacement des matériaux dans les sacs existants (100 % recyclés, résistance min. 50 µm)
- Élargissement des gammes de sacs réutilisables : sac en coton

12.5
12.2

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET RESSOURCES

Étiquetage de tous les produits sans gluten et sans lactose d'ici fin 2018

Étiquetage de tous les produits sans gluten et sans lactose en Espagne, sur la base d'organismes de certification reconnus (ELS ou Adilac) d'ici fin 2018



Objectif partiellement atteint.

- En 2019, 81 produits étaient certifiés Adilac (49 % du total) et 58 produits étaient certifiés ELS (88 % du total).



2.2

Politique nationale d'achats respectueux du bien-être animal d'ici fin 2018

Préparation et publication de la Politique nationale espagnole d'achats respectueux du bien-être animal d'ici fin 2018



Objectif partiellement atteint. D'autres avancées sont prévues pour 2020.

Mesures proposées d'ici fin 2019, pour une plus grande visibilité auprès des clients :

- 34 produits avec certification Welfair™ (tous les poulets non transformés, tout le lait classique, tous les œufs sauf bio)
- Tout le lait frais certifié issu d'animaux nourris au pâturage et Welfair™
- 59 produits de la pêche avec certification (MSC, ASC, BIO)

CLIMAT ET ENVIRONNEMENT

Réduction de 50 % des émissions d'équivalent CO₂ d'ici fin 2021Réduction de 50 % de nos émissions d'équivalent CO₂ d'ici fin 2021 grâce à la mise en œuvre de plusieurs mesures : électricité verte, systèmes d'éclairage LED, panneaux solaires, entre autres

Objectif atteint. Depuis 2018, ALDI Espagne achète 100 % d'électricité verte (magasins, entrepôts et bureaux). Nous avons installé des panneaux solaires et des systèmes d'éclairage LED dans les magasins et les centres logistiques et nous avons poursuivi le déploiement d'un système de gestion de l'énergie.

7.2
7.3

Clé

■ Nouveau ■ En cours ■ Objectif atteint ∞ En continu



IMPRESSION ET CONTACT

RÉDACTEUR EN CHEF

ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

Eckenbergstraße 16A
45307 Essen

RESPONSABLE

Rolf Buyle

Directeur général des achats internationaux
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

GESTION DE PROJET

Dr. Nora Verfürth

Directrice Corporate Responsibility Quality Assurance (CRQA) International
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

Judith Hochköppler

Responsable Corporate Responsibility Quality Assurance (CRQA) International
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

Daria Kurczyk

Spécialiste Corporate Responsibility Quality Assurance (CRQA) International
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

CONTACT GRI 102-53

cr-reporting@aldi-nord.de

CONCEPT/RÉDACTION/DESIGN

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg

DATE LIMITE DE RÉDACTION

31 mars 2020

Exclusion de responsabilité

Le présent rapport contient des déclarations qui se rapportent à l'évolution future des sociétés du groupe ALDI Nord. Ces déclarations constituent des estimations établies sur la base des informations dont ALDI Nord dispose actuellement. L'évolution réelle peut différer des estimations actuelles. Les entreprises du groupe ALDI Nord déclinent par conséquent toute responsabilité quant à ces déclarations.