



ALDI publie son rapport RSE, gage de transparence sur ses engagements et poursuit ses actions en faveur du bien-être animal

Villepinte, le 6 août 2020 - ALDI annonce aujourd'hui la publication de son nouveau rapport RSE. Construit notamment à partir d'une enquête dans plusieurs pays menée auprès de 8 600 personnes intégrées à l'écosystème du Groupe, il identifie les questions clés pour notre enseigne et ses parties prenantes. Il répond à une ambition : permettre à nos clients de consommer de manière sûre et responsable.

En tant qu'entreprise internationale de commerce de détail, ALDI a conscience de l'impact environnemental et social de son activité. C'est pourquoi la responsabilité et le développement durable sont fermement ancrés dans l'ADN d'ALDI. Par conséquent, nous nous engageons dans plusieurs domaines : l'estime portée aux collaborateurs, la gestion responsable de la chaîne d'approvisionnement, la préservation des ressources, l'engagement sociétal et la promotion du dialogue.

Deux priorités pour ALDI

Ce rapport met en lumière les deux priorités d'ALDI :

- permettre à tous nos clients d'avoir accès à une offre de produits alimentaires de qualité, garants d'une alimentation saine et équilibrée ;
- réduire ou adapter les emballages de nos produits.

Ainsi, ALDI s'engage par exemple à améliorer la composition nutritionnelle de ses produits en marque propre, notamment pour tous les produits destinés aux enfants d'ici fin 2021.

De plus, d'ici fin 2025, 100 % des emballages de produits de marque propre seront recyclables, compostables ou réutilisables ; 100% des fruits et légumes biologiques vendus en 2023 seront vendus sans emballages ou avec un emballage durable, et 40% de notre gamme de fruits et légumes sera vendue sans emballage d'ici la fin 2025.



INFORMATION PRESSE

De nouvelles actions prises en faveur du bien-être animal

ALDI prend également d'autres engagements en faveur du bien-être animal. En plus des actions déjà menées, ALDI France annonce aujourd'hui l'adoption du *European Chicken Commitment* (ECC). D'ici 2026, l'ensemble de nos produits à base de poulet (produits bruts et élaborés, frais et surgelés, contenant plus de 50% de poulet) commercialisés en France sous nos marques propres respecteront les critères du ECC.

Cette charte prévoit notamment le respect de normes d'élevage des poulets plus strictes (plus faible densité d'élevage, lumière naturelle, meilleure qualité de l'air, etc.) et l'abandon des races à croissance rapide. L'enseigne ira plus loin et veillera à ce que 20 % au moins des volumes concernés proviennent d'élevages garantissant un accès au plein air ou à un jardin d'hiver aux animaux.

Aurélie DUFOUR, Responsable du Service Qualité & RSE ALDI France déclare à cette occasion : « *Ce rapport constitue une condition essentielle de la relation de confiance entre ALDI et ses parties prenantes. Je suis fière des progrès réalisés par ALDI France dans les domaines que nous avons identifiés et des nouveaux engagements ambitieux pris par notre enseigne. Nous sommes conscients de notre responsabilité et des attentes de nos consommateurs qui souhaitent avoir accès à des produits de qualité, au meilleur prix* »

À PROPOS D'ALDI

Fort de plus de 100 ans de tradition commerçante, ALDI Nord fait partie des acteurs majeurs du marché de la grande distribution en Europe. L'inventeur du discount s'engage chaque jour à offrir à ses clients la meilleure qualité au meilleur prix. Pour cela, ALDI s'appuie depuis son origine sur trois valeurs qui font son ADN - Simplicité, responsabilité et fiabilité - tout en s'engageant pour un avenir durable, au travers d'une politique RSE appliquée à l'ensemble du Groupe.

Présent en France depuis plus de 30 ans, le succès durable de l'enseigne est assuré par 9 000 collaborateurs. Le maillage d'ALDI sur le territoire est composé de 900 magasins pilotés par 13 sociétés régionales.

CONTACT PRESSE

Jean-Baptiste Ronzon – Tél. +33 (0)6 18 07 83 27 – jean-baptiste.ronzon@taddeo.fr