



Simple comme
ALDI.



DURABILITÉ 2017

ALDI SUISSE AG

CHÈRES LECTRICES ET CHERS LECTEURS,

Avez-vous aujourd'hui déjà pensé à demain, au futur? Chez ALDI SUISSE, le principe «AUJOURD'HUI POUR DEMAIN» est vécu au quotidien: cela influence l'ensemble de notre activité entrepreneuriale. Nos principes de Corporate Responsibility soulignent notre conception de la responsabilité que nous portons dans nos domaines d'activité principaux. Ces principes forment un cadre contraignant pour nous et nos partenaires commerciaux.

Le document ALDI SUISSE présent portant sur le développement durable propose une rétrospective sur notre engagement en matière de durabilité en l'an 2017. Il se base sur le rapport international de développement durable du groupe ALDI SÜD et met en lumière les étapes et les défis importants dans les cinq domaines d'activités **clients, chaîne d'approvisionnement, collaborateurs, société et environnement**. Sur la route vers une entreprise durable, on ne rencontre pas uniquement des succès et des jalons, mais aussi des défis. Dans tous les domaines, nous nous posons régulièrement les questions suivantes: quelle responsabilité portons-nous déjà aujourd'hui en tant que commerçant de détail avec des chaînes d'approvisionnement globales? Quelle influence avons-nous sur

les processus des producteurs en amont? Quelles conséquences notre activité entrepreneuriale a-t-elle? Quelle est la prochaine étape à franchir pour un demain durable?

Nous apportons des réponses à ces questions à l'aide d'un ancrage stratégique et la formulation d'objectifs de développement durable concrets – qu'ils soient valables dans le monde entier pour l'ensemble du groupe ALDI SÜD ou qu'ils concernent concrètement la Suisse. Un élément central de notre travail de développement durable est la détermination des thèmes qui sont d'importance centrale pour notre entreprise et nos parties prenantes. À partir de cela, nous définissons des priorités pour l'entreprise afin de concevoir notre activité à l'avenir, de façon encore plus responsable et durable. La compréhension pour les thèmes de développement durable s'ancre toujours plus profondément dans notre réflexion et notre action dans tous les domaines de l'entreprise.

Nous vous souhaitons une découverte passionnante de notre engagement pour l'être humain, l'animal et l'environnement – AUJOURD'HUI POUR DEMAIN.



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'G. Helm'.

Günther Helm
CEO HOFER KG

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'T. Schuster'.

Timo Schuster
Directeur national ALDI SUISSE

SOMMAIRE



06 Stratégie – Agir avec responsabilité

08 Projets ALDI SUISSE

10 Clients

12 Chaîne d’approvisionnement

16 Collaborateurs

18 Société

20 Environnement

22 Labels

24 Filiales durables

A portrait of Fabienne Schürmann, a woman with long blonde hair, wearing a black blazer over a white top. She is smiling and looking towards the camera. The background is a blurred outdoor setting with greenery and a grey building.

« POUR ALDI SUISSE, UNE ACTIVITÉ RESPONSABLE, DURABLE SIGNIFIE LA GARANTIE DE LA PÉRENNITÉ ET DE LA CAPACITÉ D'INNOVATION EN LIEN AVEC LE SUCCÈS ÉCONOMIQUE. NOTRE BOUSSOLE SE COMPOSE D'OBJECTIFS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX. »

Fabienne Schürmann

Directrice Corporate Responsibility, ALDI SUISSE

AGIR AVEC RESPONSABILITÉ

Nous sommes convaincus que nous ne pouvons réussir qu'en agissant de façon responsable, car nos activités ont des conséquences sur le climat, l'environnement, les collaborateurs et la société.

ALDI SUISSE s'engage à respecter le principe d'une gouvernance d'entreprise responsable – Corporate Responsibility (CR). Pour cela, nous nous concentrons sur l'essentiel et sur l'efficacité qui en résulte. Cela signifie concrètement que nous

- analysons les conséquences de nos actions sur la société et l'environnement,
- identifions les thèmes et les possibilités d'action essentiels dans tous les processus pertinents liés à l'entreprise,
- définissons des objectifs quantifiables,
- planifions et mettons en œuvre des mesures efficaces,
- contrôlons leur application et les adaptons si nécessaire.

STRATÉGIE

Des stratégies internationales sont développées pour les cinq champs d'action: clients, chaîne d'approvisionnement, collaborateurs, société et environnement, pour assumer notre responsabilité. De plus, chaque organisation nationale met en place des activités CR propres qui peuvent, selon la réalité nationale, aller au-delà de ce qui a été défini au niveau international.

Comme fournisseur de différents produits, c'est une préoccupation fondamentale pour le groupe ALDI SÜD que les ressources soient utilisées de façon de plus en plus durable. Pour cela, nous évaluons quelles matières premières sont critiques au niveau de la production et quels risques ou quelles conséquences négatives s'en accompagnent. Pour les ressources essentielles, nous définissons une stratégie pour éviter le plus possible les conséquences négatives et garantir une disponibilité à long terme.

OBJECTIFS

Dans les stratégies pour l'implantation des principes CR dans les différents champs d'activités, les objectifs internationaux sont définis avec des indicateurs qui servent d'orientation au groupe ALDI SÜD. Les organisations nationales définissent leurs propres buts au-delà des objectifs internationaux.

ÉVALUATION

Chaque organisation nationale effectue une analyse et une évaluation des progrès au moins une fois par année et établit un rapport. Le regroupement des rapports de progression forme la base pour le rapport international.

Les données et les faits dans cette brochure sur l'état des activités de développement durable d'ALDI SUISSE se basent sur le rapport de développement durable du groupe ALDI SÜD. Le rapport international a été réalisé conformément aux Sustainability Reporting Standards de la Global Reporting Initiative (GRI), niveau d'application <Core>. Les seules exceptions concernent les indicateurs pour lesquels aucune donnée fiable n'a pu être collectée.



Vous pouvez télécharger le rapport international de développement durable et les principes CR sur aujourdhuipourdemain.ch ou sur cr.aldisouthgroup.com.

«La simplicité et la responsabilité sont des valeurs centrales d'ALDI. Notre modèle d'entreprise est simple: proposer des produits de qualité au meilleur prix avec des offres honnêtes et grâce à des procédés efficaces. Dans toutes nos actions, nous prenons nos responsabilités envers nos clients, nos partenaires commerciaux, nos collaborateurs, la société et l'environnement.»

Citation tirée des principes CR

PROJETS DURABLES SOUTENUS PAR ALDI SUISSE

Nous nous engageons en Suisse et dans le monde entier pour de bonnes conditions de vie tout au long de la chaîne d'approvisionnement et pour l'environnement. Nous présentons ici une sélection de projets que nous soutenons:

LES ENFANTS ONT LEUR VOIX DANS L'AMÉNAGEMENT COMMUNAL

Projet: Des communes amies des enfants
Partenaires: UNICEF
Pays: Suisse
Lancement: 2017

L'initiative «Commune amie des enfants» est un instrument pour l'application des droits des enfants au niveau communal et soutient les communes dans leurs efforts pour un environnement plus accueillant pour les enfants.

ASSISTANCE AUX FAMILLES EN SITUATION DE PAUVRETÉ

Projet: Fonds d'aide à l'enfance Caritas
Partenaires: Caritas Suisse
Pays: Suisse
Lancement: 2012

Le fonds d'aide à l'enfance de Caritas en Suisse aide les enfants et adolescents défavorisés à sortir de la spirale de la pauvreté. ALDI SUISSE soutient par exemple le fonds grâce à la vente de produits spécialement choisis à Noël.

PLANTATION D'HUILE DE PALME (PALMISTE) DURABLE

Projet: projet de petits agriculteurs
Partenaires: Solidaridad
Pays: Côte d'Ivoire
Lancement: 2017

Ce projet de petits agriculteurs pour une plantation d'huile de palme (palmiste) durable en Côte d'Ivoire se concentre sur la protection des forêts naturelles et sur des méthodes de plantation respectueuses de l'environnement.

SAUVEGARDE DE L'ABEILLE NOIRE

Projet: exploitation apicole bio avec la race d'abeilles locale
Partenaires: Institut de recherche de l'agriculture biologique (FiBL)
Pays: Suisse
Lancement: 2018

ALDI SUISSE soutient le projet de recherche qui étudie dans quelle mesure les races d'abeilles locales sont mieux adaptées aux conditions locales et biologiques que les races sélectionnées.

ENGRAISSEMENT AU PÂTURAGE BIO POUR LES BŒUFS

Projet: bœuf de pâturage bio
Partenaires: Institut de recherche de l'agriculture biologique (FiBL)
Pays: Suisse
Lancement: 2018

ALDI SUISSE initie avec le FiBL un projet de réduction des antibiotiques lors de l'engraissement au pâturage et pour la valorisation de la viande des veaux masculins de race laitière.

SUBSTANCES NUTRITIVES POUR LES TOUT-PETITS

Projet: Sprinkles
Partenaires: UNICEF
Pays: Malawi
Lancement: 2017

Pour lutter contre la malnutrition, les mères reçoivent une poudre avec des substances nutritives essentielles qui est versée sur la nourriture de leurs enfants.



SUISSE



CÔTE D'IVOIRE



MALAWI



MADAGASCAR

PRODUCTION D'ENGRAIS BIOLOGIQUE

Projet: réduire les montagnes de déchets, projet de protection du climat certifié Gold Standard

Partenaires: myclimate

Pays: Népal

Lancement: 2017

Les montagnes de déchets représentent un important problème dans la capitale du Népal Katmandou. Près de 70 % des déchets finissant dans les décharges proviennent de fruits et légumes. Ceux-ci sont transformés en engrais grâce au projet de compensation de nos émissions de gaz à effet de serre.

UTILISATION DE LA BIOMASSE POUR CUISINER

Projet: déchets de maïs à la place du charbon, projet de protection du climat certifié Gold Standard

Partenaires: myclimate

Pays: Chine

Lancement: 2017

Dans certaines régions de Chine, le bois et le charbon sont encore utilisés pour le chauffage et la cuisine. Le projet de compensation de nos émissions de gaz à effet de serre met à disposition des fourneaux abordables avec emplacements de cuisson qui fonctionnent avec les résidus de maïs à la place du bois et du charbon.

PARTICIPATION DANS LES USINES DE TEXTILES

Projet: ALDI Factory Advancement Project (projet AFA)

Partenaires: 38 usines de textiles au Bangladesh

Pays: Bangladesh

Lancement: 2013

Le projet AFA vise non seulement l'amélioration des conditions de travail mais aussi l'établissement de relations sociales acceptables dans les usines. Il repose sur une approche coopérative, orientée vers le dialogue.



BANGLADESH

NÉPAL

INDE



RÉCHAUDS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

Projet: cuire avec l'énergie solaire, projet de protection du climat certifié Gold Standard

Partenaires: myclimate

Pays: Madagascar

Lancement: 2017

Des fours solaires ou à basse consommation abordables remplacent les fours traditionnels à bois à Madagascar. Ainsi, moins de bois et de charbon sont nécessaires grâce à ce projet de compensation de nos émissions de gaz à effet de serre.

CREVETTES TIGER DURABLES

Projet: crevettes Black Tiger

Partenaires: ADA

Pays: Inde

Lancement: 2013

Avec ce projet, une chaîne d'approvisionnement de crevettes Black Tiger certifiée bio a été mise en place en Inde. Grâce à cela, l'environnement et les conditions de vie se sont améliorés pour les petits agriculteurs et leurs familles.



« LA MAJORITÉ DE NOS PRODUITS SONT PRODUITS POUR NOUS - CE SONT NOS MARQUES PROPRES. AINSI, NOUS AVONS UNE GRANDE INFLUENCE SUR LA CONCEPTION ET LA PRODUCTION EN CE QUI CONCERNE LE DÉVELOPPEMENT DURABLE, LA COMPOSITION, LES INGRÉDIENTS OU LES CONDITIONS DE PRODUCTION. »

Frank Bényi

Acheteur, ALDI SUISSE

METTRE L'ACCENT SUR LES CLIENTS

Tous les jours, notre clientèle se fie à notre promesse: de la bonne qualité pour le meilleur des prix. Notre approche globale de la qualité comprend la sécurité, la santé et le bien-être des consommateurs ainsi que des produits et des processus de fabrication respectueux de l'environnement et des aspects sociaux.

ALDI SUISSE a mis en place un système de management de sécurité et de qualité dont les standards sont souvent plus élevés que les normes légales. Nous proposons de plus en plus de produits qui soutiennent un mode de vie sain, qui prennent en compte des besoins d'alimentation particuliers et qui sont fabriqués de façon durable. Nous avons adopté en 2016 une stratégie nationale à cet effet que nous appliquons successivement.

Un élément de cette stratégie est de proposer aux clientes et aux clients des informations thématiques sur un mode de vie sain ainsi que de permettre une alimentation saine et consciente à des prix abordables. Nous sensibilisons nos clientes et nos clients au sujet de l'alimentation saine par différents moyens d'information comme le prospectus Semaine ALDI ou notre site web.

- ✓ Au début de l'année 2017, ALDI SUISSE a débuté une analyse de l'ensemble de l'assortiment Food pour initier des améliorations des profils nutritionnels dans le cadre de la stratégie nationale.
- ✓ En tant que partenaire de l'initiative actionsanté, ALDI SUISSE a déposé une promesse d'action pour la réduction progressive du sucre ajouté dans les yogourts et les céréales de marques propres achetés au niveau national.
- ✓ En 2017, nous avons pu proposer à nos clients plus de 200 alternatives végétariennes et végétaliennes. De plus, nous permettons avec nos produits enjoy free! aux personnes souffrant d'intolérance au lactose et au gluten de limiter le plus possible les contraintes dans leur alimentation.

CE À QUOI NOUS ASPIRONS

- ➔ Amélioration continue des propriétés nutritives de nos produits, particulièrement en ce qui concerne la réduction de la teneur en sel, sucre et énergie.
- ➔ D'ici fin 2018, réduction de cinq pour cent en moyenne de la teneur en sucre ajouté dans tous les yogourts et céréales de marques propres acquis au niveau national.
- ➔ Développement continu de l'offre de produits bio abordables, de produits régionaux ainsi que de produits en collaboration avec des organisations comme Fairtrade Max Havelaar ou Rainforest Alliance.
- ➔ Soutien de la décision d'achat de notre clientèle grâce à un étiquetage compréhensible des produits.

L'INITIATIVE POUR UN MODE DE VIE SAIN



L'initiative suisse actionsanté est portée par l'Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires (OSAV) et par l'Office fédéral de la santé publique (OFSP). Grâce à l'obtention de promesses volontaires de la part des entreprises, actionsanté espère pouvoir modifier les conditions cadres de telle sorte que le choix des produits alimentaires sains soit facilité.

« J'APPRÉCIE BEAUCOUP QU'UNE COLLABORATION JUSTE ET À LONG TERME SOIT POSSIBLE AVEC ALDI SUISSE. SOUS LE TERME «PRODUCTION», IL N'EST PAS SEULEMENT QUESTION DE QUALITÉ ET DE QUANTITÉ, MAIS DE PLUS EN PLUS DU «COMMENT» DURABLE ET RESPONSABLE LORS DE LA FABRICATION. »

Hans Graf

Producteur, Feldhofgemüse Oberriet



GESTION RESPONSABLE DES RESSOURCES

«**Nous souhaitons faire en sorte que les produits fabriqués dans le cadre du développement durable ne soient plus une exception, mais un fait évident pour tous. Des critères de durabilité écologiques et sociaux ainsi que le principe du bien-être des animaux encadrent notre chaîne d’approvisionnement, de l’acquisition des matières premières au procédé final de production.**»

Citation tirée des principes CR

La culture de plantes, l'élevage d'animaux et l'extraction tout comme la transformation de matières premières pour nos produits ne restent souvent pas sans conséquences pour l'environnement, le climat et l'être humain. Comme nous concevons notre assortiment de façon toujours plus durable, ALDI SUISSE s'engage avec ses partenaires commerciaux pour de meilleures conditions de production.

Nous fixons principalement notre attention sur les ressources particulièrement critiques comme le bois, l'huile de palme (palmiste), le café, le cacao, le poisson et les fruits de mer, les œufs, le soja ainsi que le thé. Pour cela, des politiques d'achat avec des directives concernant notre assortiment ont été établies.

Pour tous nos œufs frais et nos produits à base d'œufs, nous misons sur l'élevage au sol, en plein air ou bio.

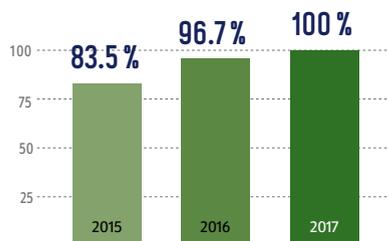
Déjà 97 % de nos produits issus de la pêche ou de la mer proviennent de sources responsables vérifiées par des experts externes. De plus, nous encourageons davantage l'amélioration des articles contenant des composants de poisson ou d'animaux marins.

✓ Pour les articles à base de cacao avec une part de cacao supérieure à 10 %, nous avons pu entièrement passer à une matière première produite de façon durable pour 2017.



82.4%

Part de café durable* sur l'ensemble de la quantité de café (t)
*(Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance, vérifié CAS, bio)



Part d'articles avec du cacao certifié pour les produits avec une part de cacao de > 10 %

Depuis 2016, ALDI SUISSE est membre fondateur du réseau suisse pour le soja. Nous sommes de plus représentés par le groupe ALDI SÜD dans la Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) depuis 2011.

✓ Depuis fin 2015, l'huile de palme (palmiste) contenue dans nos produits alimentaires est certifiée RSPO.

Pour tous les articles de marque propre en bois ou avec des composants en bois ainsi que pour le papier et pour les emballages à base de bois, comme par exemple le carton, nous attachons une grande importance à une provenance de sources durables.

✓ 100 % du papier ainsi que tous nos supports publicitaires, depuis 2011, sont produits avec des matériaux certifiés ou recyclés. Déjà 81.40 % de l'ensemble de notre assortiment provient de sources durables.

CE À QUOI NOUS ASPIRONS

- ➔ D'ici fin 2020, 100 % des composants de bois et de papiers que nous utilisons pour nos produits propres seront certifiés ou issus du recyclage.
- ➔ D'ici fin 2018, 100 % du café vert proviendra de sources certifiées.
- ➔ Dès fin 2018, uniquement de l'huile de palme (palmiste) certifiée sera utilisée dans les articles de marque propre Non Food. Jusqu'à nouvel ordre, la couverture des fractions et dérivés non certifiés s'effectue à l'aide de Book and Claim.
- ➔ D'ici fin 2020, tous les articles poissons et animaux marins des domaines rayon frais, rayon surgelé, poisson frais et conserve proviendront de sources exploitées de façon responsable.



« À TRAVERS LES ENTRAÎNEMENTS DANS LE CADRE DU PROJET AFA, J'AI PU APPRENDRE À RÉGLER MES PROBLÈMES DIRECTEMENT AVEC LE MANAGEMENT. LES ÉCHANGES ENTRE EMPLOYÉS ET MANAGERS NOUS ONT ÉGALEMENT TRÈS AVANCÉS: PAR EXEMPLE LA DISCRIMINATION A ÉTÉ RÉDUITE ET J'AI ÉTÉ LA PREMIÈRE FEMME À POUVOIR ACCÉDER À UN POSTE DE CHEFFE D'ÉQUIPE. »

Ambia

Cheffe d'équipe & membre de l'AFA Project-Team,
Raiyan Knit Composite Ltd.

METTRE L'ACCENT SUR UNE PRODUCTION SOCIALEMENT RESPONSABLE

Nous vérifions les conditions de travail et les standards sociaux dans les sites de production tout au long de notre chaîne d'approvisionnement dans le cadre de nos programmes de Social Monitoring.

Les exigences pour les produits et les fournisseurs sont résumées dans les «standards sociaux ALDI pour la production» et dans d'autres directives spécifiques. Avec l'aide de contrôles adaptés et d'audits ainsi que des formations, nous voulons garantir que nos fournisseurs soient en mesure de répondre à ces exigences.

En 2017, le groupe ALDI SÜD a commencé à consolider l'achat de textiles dans le monde entier et à intensifier les discussions avec les fournisseurs. Par la suite, le nombre de sites de production utilisés par des fournisseurs dans ce domaine a été réduit de 31%. Nos fournisseurs peuvent ainsi mieux utiliser les capacités des sites de production afin que les investissements pour améliorer les conditions environnementales et de travail soient rentables plus rapidement.

«Nous sommes pour nos fournisseurs un partenaire juste et fiable. C'est avec eux et d'autres acteurs que nous nous engageons pour de meilleures conditions de travail et de vie tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Ce que nous attendons de nos fournisseurs et partenaires est clair. Avec nos fournisseurs, nous nous efforçons d'accroître la transparence de la chaîne d'approvisionnement et d'opérer constamment à de nouvelles améliorations.»

Citation tirée des principes CR

✓ Pour minimiser les risques en ce qui concerne les conditions de production en Asie et garantir nos exigences élevées, le groupe ALDI SÜD entretient depuis 2012 un bureau Corporate Responsibility (CR Unit Asia) à Hong Kong et depuis 2017 un autre bureau au Bangladesh.

L'accent de la CR Unit Asia est mis sur la vérification des sites de production et de la performance CR de nos fournisseurs. Sur ordre des organisations nationales et de la centrale d'achat internationale, la CR Unit effectue des contrôles des conditions de travail dans la production et vérifie l'application des standards sociaux et environnementaux.

Le ALDI Factory Advancement Project (projet AFA) est effectué en coopération avec ALDI Nord et soutient un management de fabrique qui se fonde sur la confiance, sur la collaboration entre les ouvriers et la direction ainsi que sur la formation.

✓ En 2015, le groupe ALDI SÜD s'est engagé dans le cadre du Detox Commitment auprès de l'organisation environnementale Greenpeace à éliminer toutes les substances chimiques dangereuses dans la production de textiles et de chaussures d'ici 2020.



Selon nos programmes de vérification et d'amélioration des standards sociaux («Social-Monitoring-Programme», [SMP]), tous les 53 sites de production des articles Non Food déjà intégrés dans le SMP affichent en 2017 un audit valable.

CE À QUOI NOUS ASPIRONS

- ➔ Amélioration de la transparence de la performance Corporate Responsibility de nos fournisseurs en introduisant une évaluation systématique à partir de 2017.
- ➔ Renoncement à onze groupes de substances chimiques dans le cadre du Detox Commitment dans la production de textiles et de chaussures jusqu'en 2020.

« CHEZ ALDI SUISSE, L'ACCENT EST MIS SUR L'ÉGALITÉ, LE RESPECT ET L'ÉQUITÉ. NOTRE TRAVAIL EST IMPORTANT ET EST APPRÉCIÉ, CELA SATISFAIT ET REND FIER. »

Danijela Malinovic

Collaboratrice mise à disposition des marchandises dépôt, ALDI SUISSE



NOS COLLABORATEURS ONT UNE PLACE CENTRALE DANS NOTRE ENTREPRISE

Que ce soit à la vente ou à l'achat, à la logistique ou à l'administration – une forte collaboration est la clef du succès. ALDI SUISSE soutient les collaborateurs avec une large offre de formations initiales et continues.

Nos valeurs d'entreprise sont marquées par le respect, l'équité et une collaboration basée sur la confiance, mais montrent également une forte orientation vers la performance. Nos collaborateurs profitent de places de travail sûres, d'un salaire attractif et de formations initiales et continues individuelles et faites dans un but précis. Les femmes et les hommes sont, pour des tâches identiques, sur un pied d'égalité et ont les mêmes chances de développement. En tout, la part de femmes est de 65.6 %.

✓ Pour vérifier la satisfaction de nos collaborateurs, des enquêtes sont menées régulièrement auprès des employés depuis 2009. Lors de la dernière enquête auprès des employés en octobre 2016, les thématiques liées à l'amélioration de la satisfaction des collaborateurs ont été évaluées. Les mesures en résultant sont en cours de mise en œuvre. En 2017, les améliorations suivantes ont par exemple pu être mises en place: prolongation du congé paternité à 10 jours, formation accompagnée à tous les niveaux, coordination des poids des cartons pour le maniement dans la logistique et à la vente ou plate-forme de covoiturage.

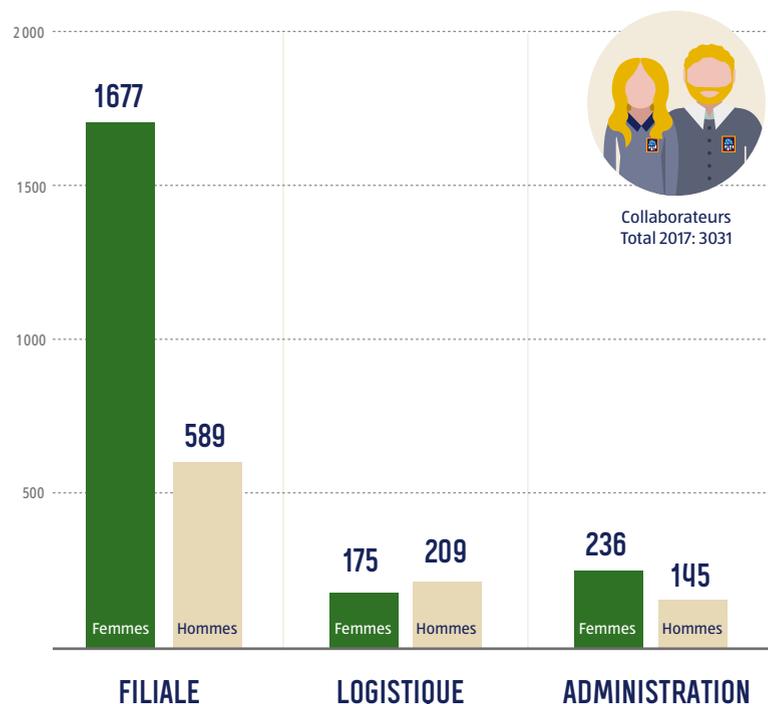
Afin que nos collaborateurs puissent appliquer les prescriptions légales et les règlements internes dans leur quotidien au travail, ils reçoivent régulièrement, lors de formations continues, les informations légales actuelles. La fréquence et l'ampleur des formations dépendent des besoins dans les différents domaines. Objet des formations pour les collaborateurs à l'achat est par exemple le droit des cartels. Les responsables de collaborateurs reçoivent le savoir nécessaire pour l'encouragement des collaborateurs. Nous effectuons des formations individuelles sur l'utilisation correcte des données des clients.

✓ En 2017, l'apprentissage et la transmission des connaissances pour la nouvelle génération dans le commerce au détail ont été reconçus. Dans des filiales dites de formation, les futurs gestionnaires en commerce de détail apprennent en petits groupes sous la direction d'un gérant de filiale expé-

menté ce qui est important dans la vente et dans le service aux clients. Pendant la dernière année d'apprentissage, les apprentis montrent ce qu'ils ont appris dans une filiale qu'ils gèrent de façon entièrement autonome.

CE À QUOI NOUS ASPIRONS

- Développement du management santé interne à l'entreprise.
- Développement des offres de formation initiale et continue pour tous les collaborateurs.



Collaborateurs ALDI SUISSE selon le domaine d'occupation en 2017

« S'ENGAGER DE FAÇON SOLIDAIRE
POUR LES PERSONNES DANS
LE BESOIN, C'EST IMPORTANT POUR
MOI. C'EST BIEN QU'ALDI SUISSE
S'ENGAGE EN FAVEUR DE LA SOCIÉTÉ,
PAR EXEMPLE AVEC LES ACTIONS
POUR LE DÉVELOPPEMENT
DU REGISTRE SUISSE POUR LES
DONNEURS DE CELLULES SOUCHES
SANGUINES. »

Nina Sonderegger

Responsable marketing donneurs de cellules
souches sanguines, Transfusion CRS Suisse AG



UN ENGAGEMENT DU CŒUR

ALDI SUISSE fait partie de la société et s'engage aussi pour les personnes dans le besoin. Celles-ci obtiennent de l'aide grâce à différentes collectes de dons et au soutien de projets.

ALDI SUISSE collabore au niveau national avec des organisations sociales comme par exemple Caritas Suisse ou l'UNICEF. Notre soutien va principalement aux domaines de l'aide d'urgence, de la santé et de l'alimentation ainsi que de l'agriculture durable. Avec des actions de vente de produits avec un marquage spécial en faveur de nos partenaires sociaux, nous n'obtenons pas seulement des dons supplémentaires, mais nous permettons en même temps à nos organisations partenaires de faire connaître leurs préoccupations et leur offre auprès des clients d'ALDI SUISSE. Les sociétés régionales ALDI SUISSE soutiennent également des associations, des écoles et des organisations caritatives dans les environs proches.

CHF 418 189.- DONS FINANCIERS ET DE PRODUITS, MONTANTS DE SOUTIEN OCTROYÉS 2017

Toutes nos activités suivent le principe de s'engager de façon ciblée et durable dans l'intérêt de la société. Outre les dons financiers, nous combinons différents types de soutien. Nos partenaires sociaux peuvent par exemple faire appel au savoir et à l'expérience de nos collaborateurs. En outre, ALDI SUISSE apporte aussi son soutien dans les thèmes développement et management d'organisation.

DÉROULEMENT LORS DE COOPÉRATION SUR UN PRODUIT



PARTENARIATS, COOPÉRATIONS 2017

UNICEF Suisse	Dons obtenus grâce à la vente de produits avec un marquage spécial et versés au programme de nutrition UNICEF «Sprinkles» au Malawi et aux «Communes amies des enfants» en Suisse.
Jeder Rappen zählt, Cœur à Cœur, Ogni centesimo conta	Bénéfice de la vente et action de récolte pour des offres éducatives pour enfants et adolescents.
Caritas Suisse	Bénéfice de la vente de Noël pour le fonds d'aide à l'enfance de Caritas.
Transfusion CRS Suisse	Don du sang par les collaborateurs, soutien de la campagne internationale «Missing Type», don financier pour le développement du registre suisse pour les donneurs de cellules souches sanguines.
Société Suisse de Nutrition SSN	Don financier et matériel pour le concours d'été de la SSN sur les thèmes nutrition équilibrée, savoureuse et durable.

CE À QUOI NOUS ASPIRONS

- Identification des problèmes de société et collaboration active à leur résolution.
- Initiatives et partenariats à long terme avec un impact sociétal important.
- Renforcement du partenariat avec les associations de distribution d'aliments et de produits textiles.

A man with short brown hair, wearing a blue zip-up jacket with the ALDI SUISSE logo on the left chest, is smiling and looking towards the camera. He is holding a blue folder with both hands. The background is a blurred industrial setting with green machinery and metal structures.

« COMME ENTREPRISE, NOUS N'AVONS PAS SEULEMENT UNE INFLUENCE SUR LE CLIMAT ET L'ENVIRONNEMENT GRÂCE À UNE POLITIQUE D'ACHATS ET UNE POLITIQUE CLIMATIQUE ATTENTIVES, MAIS AUSSI LORS DE LA PLANIFICATION DE NOS PROJETS DE CONSTRUCTION. NOUS DÉPLOYONS PAR EXEMPLE DES ÉQUIPEMENTS TECHNIQUES MODERNES POUR RÉDUIRE CONTINUUELLEMENT LA CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE DES FILIALES ET DE NOS ENTREPÔTS. »

Paul Koppe

Collaborateur technicien, ALDI SUISSE

DES OBJECTIFS FORTS POUR LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

Protéger le climat, éviter les déchets et construire tout en préservant l'environnement: ces thèmes sont au centre de nos activités pour la protection de l'environnement. Grâce à cela, ALDI SUISSE réussit à minimiser continuellement l'empreinte écologique de son action entrepreneuriale.

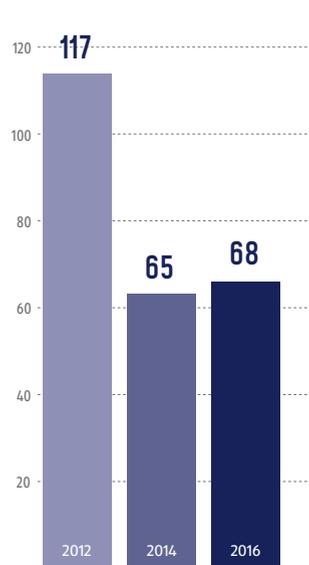
Le principe «réduire avant de compenser» est important aux yeux d'ALDI SUISSE. Les émissions de CO₂ qui ne peuvent pas être évitées actuellement sont compensées par le biais de projets de protection du climat de grande qualité selon le Gold Standard en collaboration avec la fondation suisse de protection du climat myclimate (à la page 8/9). La consommation d'énergie est surveillée et optimisée en continu afin qu'ALDI SUISSE puisse continuer à réduire son empreinte CO₂.

✓ L'objectif CR du groupe entier de réduire les émissions de gaz à effet de serre de 30 % entre 2012 et 2020 a déjà été dépassé par ALDI SUISSE en 2014. Cela a été atteint principalement grâce à des réductions de consommation, des modernisations et l'utilisation d'énergie provenant de centrales hydrauliques suisses. Depuis janvier 2017, tous les sites d'ALDI SUISSE sont climatiquement neutres avec myclimate et prennent également partiellement en compte les émissions scope 3.

En 2017, 95 % des filiales ALDI SUISSE ont été équipées d'un système permettant la récupération de la chaleur perdue, produite par les installations de refroidissement. L'utilisation de la chaleur perdue de nos fours de la PANETERIA pour le chauffage a déjà été mise en place dans la plus grande mesure du possible. De plus, l'utilisation de réfrigérants préservant le climat et d'un éclairage LED efficace contribuent à d'autres réductions. Les filiales seront équipées les unes après les autres d'une technologie durable. En collaboration avec nos fournisseurs, nous développons notre assortiment de produits à impact climatique neutre.

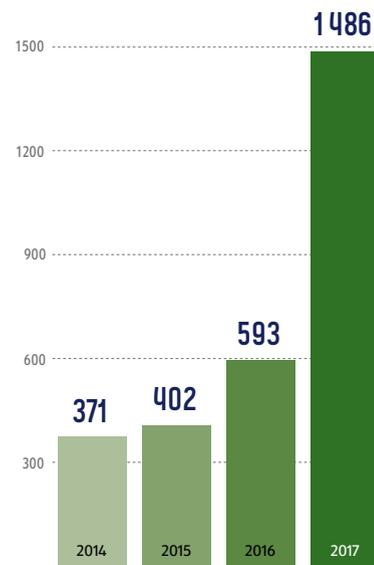
✓ «Éviter, réutiliser, recycler» est le leitmotiv du management des déchets d'ALDI SUISSE. En 2017, nous étions le premier commerçant de détail suisse à reprendre les briques à boisson et les bouteilles en plastique dans tout le pays. Ces emballages vides sont recyclés comme ressource secondaire. Les restes alimentaires des filiales sont majoritairement remis aux associations de distribution de denrées alimentaires, exploitations agricoles ou élevages d'animaux ainsi qu'aux installations de

biogaz. Les déchets ne sont éliminés de façon classique qu'une fois toutes ces possibilités épuisées.



Empreinte carbone 2017 en cours d'établissement

Empreinte carbone d'ALDI SUISSE pour scope 1 et scope 2 [kg CO₂e/m² de surface de vente]



Bouteilles PET, bouteilles en plastique, briques à boisson recyclées [t/a]

CE À QUOI NOUS ASPIRONS

- ➔ Agents réfrigérants 100 % naturels dans les nouvelles filiales.
- ➔ Après le recours généralisé aux LED dans les rayons réfrigérés, construction de nouvelles filiales avec éclairage LED.
- ➔ Conception (modification) des emballages selon le principe «Éviter, réutiliser, recycler».
- ➔ Réduction des déchets alimentaires à travers le don de denrées alimentaires et la revalorisation énergétique des déchets biologiques.

BOUSSOLE DES LABELS POUR DES ACHATS DURABLES

Les labels sont un bon outil de décision pour l'achat. Les produits durables peuvent ainsi donner des renseignements sur l'origine, les aspects environnementaux, les pratiques de culture, les critères de protection des animaux ou les conditions de travail sociales.



ASC

Le label de l'Aquaculture Stewardship Council (ASC) distingue le poisson et les fruits de mer issus de l'aquaculture respectueuse de l'environnement et socialement responsable.

asc-aqua.org



MSC

Le label bleu du Marine Stewardship Council (MSC) garantit une pêche sensibilisée à l'environnement et durable.

msc.org



FSC®

Le label de l'Organisation Forest Stewardship Council® distingue les produits de bois issus d'exploitation forestière responsable.

fsc-suisse.ch



PEFC

Le Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes s'engage pour l'exploitation durable et la préservation des forêts.

pefc.ch



UTZ

Le programme UTZ soutient les paysans pour une culture durable, sociale et écologique de matières premières comme le café, le cacao ou le thé.

utz.org



RAINFORREST ALLIANCE CERTIFIED™

Le label garantit des matières premières obtenues dans des fermes qui pratiquent une culture durable respectant des aspects sociaux, environnementaux et économiques.

rainforest-alliance.org/lang/fr



NATURE SUISSE

Marque propre d'ALDI SUISSE qui distingue les produits fabriqués selon les normes de la production intégrée.

naturesuisse.ch



FAIRTRADE MAX HAVELAAR®

Le label garantit des prix minimums stables, des primes pour des projets communs, des relations commerciales à long terme et une culture préservant l'environnement.

maxhavelaar.ch



NATURE SUISSE BIO

Marque propre d'ALDI SUISSE qui distingue les produits bio issus de l'agriculture biologique suisse.

naturesuisse.ch



STANDARD 100 BY OEKO-TEX®

Le label distingue les produits textiles sur lesquels l'absence de résidus de substances toxiques et de substances chimiques nocives a été vérifiée par des instituts indépendants.

oeko-tex.com



NATURE ACTIVE BIO

Ce label distingue les produits et aliments qui remplissent les critères des lois de l'UE pour l'agriculture écologique.

oekolandbau.de/bio-siegel
naturesuisse.ch



V-LABEL

Le V-Label est une marque reconnue dans le monde entier et protégée qui distingue les produits végétariens et végétaliens. Il sert d'orientation simple et sûre pour les courses quotidiennes des consommateurs.

v-label.eu

FILIALES DURABLES

Notre concept de magasin pour toutes les nouvelles constructions d'ALDI SUISSE réunit différents aspects du développement durable dans une approche écologique.

100 % de courant vert issu de centrales hydrauliques suisses

Technologie LED économe en énergie pour l'éclairage des filiales

Technologie de réfrigération avec 100 % d'agents réfrigérants naturels et respectueux du climat

Climatisation de la filiale avec un agent réfrigérant naturel

CO₂

Compensation des émissions de CO₂ restantes grâce à myclimate

Chauffage de la filiale exclusivement par le biais de chaleur résiduelle provenant de la PANETTERIA et des systèmes de refroidissement des produits

Surveillance constante et optimisation de l'ensemble des dispositifs consommateurs d'énergie

Recharge gratuite (60 min) aux bornes de recharges pour les voitures électriques des clients

Stations de recyclage avec collecte de briques à boisson et de bouteilles en plastique

NOS CINQ CHAMPS D'ACTION

Déjà en 2010, ALDI SÜD a adopté des principes CR valables dans tout le groupe, lesquels ont été modifiés en 2015 pour la dernière fois. Avec eux, nous communiquons notre compréhension de la responsabilité dans les cinq champs

d'action clients, chaîne d'approvisionnement, collaborateurs, société et environnement. Ils offrent en même temps une orientation précieuse et un cadre d'action contraignant pour ALDI SUISSE et nos partenaires commerciaux.

ENVIRONNEMENT

Notre activité entrepreneuriale a des conséquences sur le climat et l'environnement. Nous assumons notre responsabilité – non seulement pour notre politique d'achat, mais aussi pour nos constructions et pour l'utilisation des bâtiments jusqu'au transport des marchandises.

CLIENTS

Nous promettons à nos clientes et clients la qualité au meilleur prix. Pour cela, nous nous orientons à leurs besoins et apprécions l'échange avec eux. Nous proposons un assortiment sélectionné et mûrement réfléchi. Notre responsabilité se situe dans le choix ciblé de produits couvrant les besoins quotidiens.

SOCIÉTÉ

ALDI SUISSE est une composante de la société. Pour nous, être responsable signifie apporter une contribution positive à la société à l'aide de nos compétences et ressources au-delà de notre activité commerciale.

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Le succès à long terme de notre activité entrepreneuriale requiert une politique d'achat durable. Nous assumons notre responsabilité dans les chaînes d'approvisionnement globales et dans l'utilisation durable des ressources.

COLLABORATEURS

Nos collaboratrices et nos collaborateurs sont la clé de notre réussite. Ce sont eux qui font vivre ALDI SUISSE jour après jour et qui nous différencient de nos concurrents.



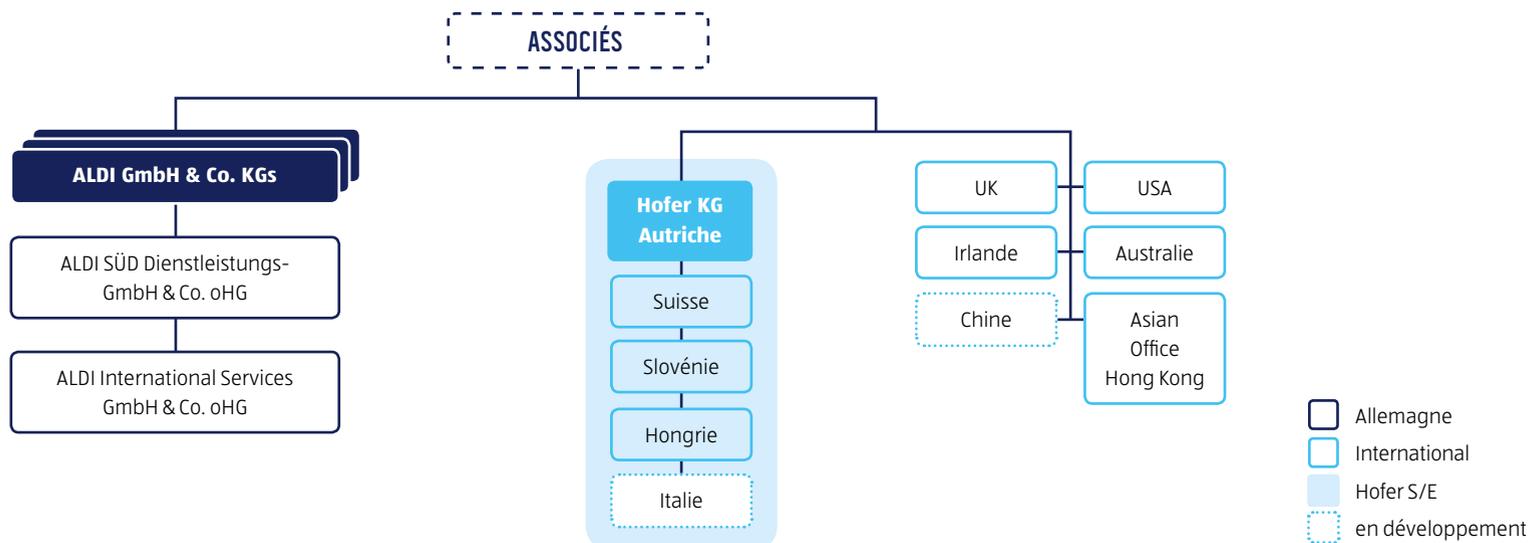
Pour plus d'informations, consultez notre site web: www.aujourd'hui pour demain.ch
Vous trouverez le rapport international complet sur: cr.aldisouthgroup.com

SIMPLE COMME ALDI. SIMPLEMENT ACHETER DE MANIÈRE RESPONSABLE.

ALDI SUISSE est conscient de sa responsabilité entrepreneuriale comme commerçant de détail. Aux niveaux international et national, nous misons sur des stratégies durables afin de garantir le maintien de nos ressources pour les générations futures.

L'entreprise de commerce de détail ALDI SUISSE est devenue une marque forte en Suisse et indissociable du marché. Afin d'être le plus proche possible de nos clientes et de nos clients, le nombre des filiales a constamment augmenté au cours des dernières années. En 2005, ALDI SUISSE ouvrait ses quatre premières filiales en Suisse, fin 2017, l'entreprise comp-

tait environ 3000 collaborateurs. Dans plus de 190 filiales, ce sont près de 1 500 articles de l'assortiment standard qui sont proposés et complétés chaque semaine par des articles en action différents toutes les semaines. Après environ treize années d'expansion en Suisse, ALDI SUISSE dispose d'une clientèle satisfaite et fidèle.



Pour la planification et la conduite de la stratégie de développement durable internationale ainsi que pour la mise en œuvre des mesures, toutes les organisations nationales ont mis en place des départements Corporate Responsibility (CR) nationaux qui sont responsables d'une grande partie des activités CR.

Pour les questions dépassant le cadre national, le département Corporate Responsibility international (CRI) est un partenaire central pour chaque organisation nationale. Le CRI analyse les développements fu-

turs, rassemble et coordonne les thèmes stratégiques et opérationnels dans le domaine du développement durable. De plus, ce département élabore des propositions pour la coordination stratégique des activités et conduit le processus interne de rapport ainsi que la communication CR externe au niveau du groupe. Le CRI maintient le contact avec les parties prenantes internationales et représente les organisations nationales du groupe ALDI SÜD auprès des instances internationales et des initiatives multipartites.

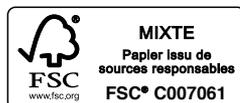
MENTIONS LÉGALES

Date de parution juillet 2018 | **Éditeur** ALDI SUISSE AG, Niederstettenstrasse 3, 9536 Schwarzenbach | **Résponsable du contenu** ALDI SUISSE AG, 9536 Schwarzenbach | **Mise en page / Layout / Photographie** KA BOOM Kommunikationsagentur AG, 9200 Gossau | **Impression** Sprüngli Druck AG, 5612 Villmergen | **Tirage** 10 000 exemplaires | **Papier et impression** FSC® certified, impression climatiquement neutre

Les données et les faits dans cette brochure sur l'état des activités de développement durable d'ALDI SUISSE se basent sur le rapport de développement durable du groupe ALDI SÜD. Le rapport international a été réalisé conformément aux Sustainability Reporting Standards de la Global Reporting Initiative (GRI), niveau d'application <Core>. Les seules exceptions concernent les indicateurs pour lesquels aucune donnée fiable n'a pu être collectée.



Vous pouvez télécharger le rapport international de développement durable et les principes CR sur aujourd'hui pour demain.ch ou sur cr.aldisouthgroup.com.



printed in
switzerland

Swiss Climate
climate neutral
printing



aujourdhuipourdemain.ch