



Semplicemente  
ALDI.



# SOSTENIBILITÀ 2017

ALDI SUISSE AG

# CARE LETTRICI, CARI LETTORI,

è vostra abitudine pensare oggi al domani, al futuro? ALDI SUISSE agisce OGGI PER DOMANI, un concetto che plasma la nostra intera attività commerciale. I nostri principi di Corporate Responsibility illustrano il concetto di responsabilità a noi proprio nei nostri campi di azione principali e costituiscono un quadro vincolante per noi e i nostri partner commerciali.

Il presente documento ALDI SUISSE offre una panoramica del nostro impegno a favore della sostenibilità nel 2017. Si basa sul rapporto internazionale sulla sostenibilità del gruppo aziendale ALDI SÜD e illustra le principali fasi di sviluppo e le sfide relative ai cinque campi di azione seguenti: **clienti, catena di fornitura, collaboratori, società e ambiente**. La strada verso un'azienda sostenibile non è però caratterizzata soltanto da successi e traguardi, ma anche da sfide. In ogni settore ci poniamo sempre le seguenti domande: in qualità di commerciante al dettaglio con catene di fornitura globali, che tipo di responsabilità abbiamo già oggi? Che tipo di influenza esercitiamo sui processi a monte dei produttori? Che conseguenze hanno le nostre attività commerciali? Quali sono i prossimi passi da compiere perché il domani sia davvero un domani sostenibile?

Per rispondere a queste domande ci serviamo di un piano strategico e formuliamo obiettivi di sostenibilità concreti, validi talvolta a livello internazionale per l'intero gruppo ALDI SÜD, altre volte soltanto per la Svizzera. Il nostro impegno per la sostenibilità si esplica soprattutto tramite la definizione di temi fondamentali per la nostra impresa e per i nostri stakeholder. Definiamo punti chiave che garantiranno alla nostra impresa di agire in futuro in modo quanto più possibile responsabile e sostenibile. L'attenzione ai temi legati alla sostenibilità risulta così sempre più ancorata al nostro modo di agire e al nostro pensiero aziendale.

Vi auguriamo una buona lettura, alla scoperta del nostro impegno per gli individui, gli animali e l'ambiente – OGGI PER DOMANI.



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**  
Country Managing Director  
di ALDI SUISSE

06 Strategia – Agire in modo responsabile

---

08 Progetti ALDI SUISSE

---

10 Clienti

---

12 Catena di fornitura

---

16 Collaboratori

---

18 Società

---

20 Ambiente

---

22 Label

---

24 Filiali sostenibili

---

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.

« PER ALDI SUISSE ADOTTARE UN ATTEGGIAMENTO RESPONSABILE E SOSTENIBILE SIGNIFICA GARANTIRE, ANCHE IN FUTURO, LA POSSIBILITÀ DI PROGREDIRE E INNOVARE OTTENENDO UN RISCANTRO ECONOMICO. LA NOSTRA AGENDA PREVEDE OBIETTIVI A LIVELLO SIA NAZIONALE CHE INTERNAZIONALE. »

**Fabienne Schürmann**

Responsabile del reparto Corporate Responsibility, ALDI SUISSE

# AGIRE IN MODO RESPONSABILE

**Siamo convinti che solamente un comportamento responsabile costituisca la chiave per un futuro di successo.**

**Questo perché le nostre azioni hanno ripercussioni importanti sul clima, sull'ambiente, sui collaboratori e sulla società.**

ALDI SUISSE segue il principio della gestione aziendale responsabile – Corporate Responsibility (CR). Ci concentriamo sull'essenziale e sull'efficacia che ne risulta. Sul piano concreto, quanto affermato significa che:

- ➔ osserviamo con attenzione le conseguenze delle nostre attività sulla società e sull'ambiente;
- ➔ identifichiamo le questioni più importanti e le linee di azione in tutti i processi aziendali importanti;
- ➔ stabiliamo obiettivi quantificabili;
- ➔ pianifichiamo misure efficaci e le attuiamo;
- ➔ verifichiamo il processo di attuazione e, qualora necessario, lo modifichiamo.

## STRATEGIA

Per i cinque campi d'azione clienti, catena di fornitura, collaboratori, società e ambiente stabiliamo strategie internazionali che siano adeguate alle nostre responsabilità. Ogni organizzazione nazionale conduce inoltre attività CR individuali che, a seconda delle caratteristiche del Paese in questione, possono discostarsi dalle linee fissate a livello internazionale.

Vista l'offerta di numerosi prodotti diversi, uno degli imperativi del gruppo ALDI SÜD è una gestione sempre più sostenibile delle risorse. In questo ambito ci occupiamo di analizzare le materie prime che presentano criticità durante la produzione ed eventuali rischi e conseguenze ad esse collegate. Per le risorse essenziali definiamo una strategia per evitare, nella misura del possibile, conseguenze negative e per assicurare una disponibilità delle risorse a lungo termine.

## OBIETTIVI

Nelle strategie per l'attuazione dei principi CR nei singoli campi d'azione, gli obiettivi internazionali presentano indicatori che svolgono il ruolo di quadro di riferimento per il gruppo ALDI SÜD. Inoltre le organizzazioni nazionali definiscono obiettivi specifici che si sommano a quelli internazionali.

## VALUTAZIONE

Almeno una volta all'anno tutte le organizzazioni nazionali verificano lo stato di avanzamento delle misure ed elaborano un rapporto. Il riassunto di queste relazioni costituisce la base per il rapporto internazionale.

Le informazioni e i dati relativi allo stato delle attività in materia di sostenibilità di ALDI SUISSE contenuti in questo documento si basano sul rapporto internazionale sulla sostenibilità del gruppo ALDI SÜD. Il rapporto internazionale è stato concepito conformemente ai Sustainability Reporting Standards della Global Reporting Initiative (GRI), livello di applicazione <Core>. Le uniche eccezioni sono rappresentate da indicatori per i quali non possono al momento essere rilevati dati affidabili.



Il rapporto internazionale sulla sostenibilità e i principi CR sono disponibili per il download al sito [oggiperedomani.ch](http://oggiperedomani.ch) o al sito [cr.aldisouthgroup.com](http://cr.aldisouthgroup.com).

**«Semplicità e responsabilità sono valori chiave di ALDI. Il nostro modello aziendale è semplice: qualità a prezzi convenienti, offerte trasparenti e processi efficienti. In tutte le aree del nostro operato ci assumiamo la responsabilità nei confronti dei clienti, dei partner commerciali, dei collaboratori, della società e dell'ambiente.»**

Estratto dai principi CR

# PROGETTI SOSTENIBILI, CON IL SUPPORTO DI ALDI SUISSE

In Svizzera come all'estero ci impegniamo a favore dell'ambiente e di buone condizioni di vita lungo la nostra catena di fornitura. Presentiamo qui alcuni dei progetti che sosteniamo:

## PARTECIPAZIONE DEI BAMBINI ALL'ORGANIZZAZIONE DEL COMUNE

**Progetto:** Comune amico dei bambini

**Partner:** UNICEF

**Paese:** Svizzera

**Inizio:** 2017

L'iniziativa «Comune amico dei bambini» è uno strumento a favore dei diritti dei bambini all'interno dei comuni e aiuta le amministrazioni a riservare maggiore attenzione ai più piccoli.

## SOSTEGNO ALLE FAMIGLIE COLPITE DALLA POVERTÀ

**Progetto:** fondo per il sostegno dei bambini della Caritas

**Partner:** Caritas Svizzera

**Paese:** Svizzera

**Inizio:** 2012

Il fondo per il sostegno dei bambini della Caritas Svizzera aiuta i bambini e i giovani più svantaggiati a uscire dalla spirale della povertà. ALDI SUISSE sostiene il succitato fondo, ad esempio, tramite la vendita di determinati prodotti durante il periodo natalizio.

## COLTIVAZIONE DI OLIO (DI SEMI) DI PALMA

**Progetto:** progetto piccoli agricoltori

**Partner:** Solidaridad

**Paese:** Costa d'Avorio

**Inizio:** 2017

Questo progetto per piccoli agricoltori a favore di una coltura di olio (di semi) di palma sostenibile si concentra sulla tutela delle foreste e su tecniche di coltivazione rispettose dell'ambiente.

## PROTEZIONE DELLE API NERE

**Progetto:** apicoltura bio con specie di api indigene

**Partner:** Istituto di ricerche dell'agricoltura biologica (FiBL)

**Paese:** Svizzera

**Inizio:** 2018

ALDI SUISSE sostiene questo progetto di ricerca, che cerca di indagare in che misura le specie di api indigene siano meglio adattate alle condizioni locali e biologiche rispetto alle varietà selezionate.

## INGRASSO AL PASCOLO BIO PER BOVINI

**Progetto:** bovini da pascolo bio

**Partner:** Istituto di ricerche dell'agricoltura biologica (FiBL)

**Paese:** Svizzera

**Inizio:** 2018

ALDI SUISSE avvia un progetto in collaborazione con il FiBL per la riduzione dell'impiego di antibiotici per l'ingrasso al pascolo e per un impiego sostenibile dei vitelli maschi di razza da latte.

## SOSTANZE NUTRITIVE PER I PIÙ PICCOLI

**Progetto:** Sprinkles

**Partner:** UNICEF

**Paese:** Malawi

**Inizio:** 2017

Al fine di contrastare il fenomeno della denutrizione, le madri ricevono una polvere ricca di sostanze nutritive da integrare nell'alimentazione dei figli.



MALAWI



MADAGASCAR

### PRODUZIONE DI CONCIME BIOLOGICO

**Progetto:** ridurre le quantità di rifiuti. Un progetto di tutela del clima certificato Gold Standard

**Partner:** myclimate

**Paese:** Nepal

**Inizio:** 2017

La quantità di rifiuti è un grave problema a Kathmandu, capitale del Nepal. Circa il 70% della spazzatura che finisce in discarica è composta da frutta e verdura. Grazie al progetto di compensazione delle emissioni di gas serra, tale percentuale viene trasformata in concime.

### CUCINARE GRAZIE ALLA BIOMASSA

**Progetto:** resti del mais al posto del carbone. Progetto per la tutela del clima certificato Gold Standard

**Partner:** myclimate

**Paese:** Cina

**Inizio:** 2017

In determinate zone della Cina vengono tuttora utilizzati legno e carbone per riscaldare e cucinare. Nell'ambito del progetto di compensazione di emissioni di gas serra, mettiamo a disposizione forni dotati di piani cottura alimentati con i resti del mais anziché da legno e carbone.

### PARTECIPAZIONE NELLE FABBRICHE TESSILI

**Progetto:** ALDI Factory Advancement Project (AFA Project)

**Partner:** 38 industrie tessili del Bangladesh

**Paese:** Bangladesh

**Inizio:** 2013

I due obiettivi dell'AFA Project sono il miglioramento delle condizioni di lavoro e la formazione di legami sociali solidi all'interno delle industrie. Il progetto si basa su un approccio cooperativo e orientato al dialogo.

### SISTEMI DI COTTURA ECO-FRIENDLY

**Progetto:** cucinare sfruttando l'energia solare. Un progetto di tutela del clima certificato Gold Standard

**Partner:** myclimate

**Paese:** Madagascar

**Inizio:** 2017

In Madagascar sistemi di cottura fotovoltaici o a basso consumo accessibili sostituiscono i forni a legna tradizionali. Questo progetto di compensazione delle emissioni di gas serra permette di ridurre il fabbisogno di legna e carbone.

### GAMBERETTI TIGRE SOSTENIBILI

**Progetto:** gamberi Black Tiger

**Partner:** ADA

**Paese:** India

**Inizio:** 2013

Questo progetto ha permesso di creare in India una catena di fornitura di gamberi Black Tiger con certificazione bio; un'iniziativa che ha portato a un notevole miglioramento delle condizioni ambientali e sociali dei piccoli agricoltori e delle relative famiglie.





« LA MAGGIOR PARTE DEI NOSTRI ARTICOLI VIENE PRODOTTA PER NOI: SONO QUELLI CHE DEFINIAMO A MARCHIO PROPRIO. IN QUESTO CASO ESERCITIAMO NOTEVOLE INFLUENZA SULLA LORO CONFIGURAZIONE E PRODUZIONE IN MATERIA DI SOSTENIBILITÀ, COMPOSIZIONE, INGREDIENTI E CONDIZIONI DI PRODUZIONE. »

**Frank Bényi**

Buyer, ALDI SUISSE

# FOCUS SUL CLIENTE

**Ogni giorno i nostri clienti ripongono fiducia nella nostra promessa: buona qualità a prezzi convenienti. La nostra visione di qualità globale comprende la sicurezza, la salute e il benessere dei consumatori come anche una produzione responsabile nei confronti dell'ambiente e della società.**

ALDI SUISSE ha implementato un sistema di sicurezza e di quality management i cui standard sono spesso più elevati di quelli richiesti dalle disposizioni legislative. Offriamo un numero crescente di articoli che promuovono uno stile di vita sano, che tengono in considerazione eventuali necessità alimentari e che vengono prodotti in modo sostenibile. Nel 2016 è stata varata una strategia nazionale di cui stiamo procedendo all'attuazione.

Parte di suddetta strategia prevede la fornitura ai clienti di informazioni relative a vari temi che promuovono uno stile di vita sano e che permettono un'alimentazione consapevole ed equilibrata a prezzi convenienti. Tramite diversi canali informativi, come la Settimana ALDI e il nostro sito internet, sensibilizziamo la nostra clientela in materia di alimentazione equilibrata.

- 
 Nel quadro della strategia nazionale, nella primavera del 2017 ALDI SUISSE ha avviato un'analisi dell'intero assortimento di generi alimentari volto a migliorarne il profilo nutrizionale.
- 
 In qualità di partner dell'iniziativa actionsanté, ALDI SUISSE ha promesso di ridurre gradualmente la quantità di zuccheri aggiunti nei prodotti a marchio proprio appartenenti alle categorie di yogurt e cereali acquistati a livello nazionale.
- 
 Già nel 2017 abbiamo potuto offrire ai nostri clienti oltre 200 prodotti vegetariani e alternative vegane. Inoltre, grazie ai nostri prodotti enjoy free!, permettiamo ai clienti con intolleranze al lattosio e al glutine di evitare, per quanto possibile, di dover limitare la loro scelta alimentare.

## I NOSTRI OBIETTIVI:

- ➔ miglioramento costante delle caratteristiche nutritivo-fisiologiche dei nostri prodotti, soprattutto in materia di un'adeguata riduzione del contenuto di sale, zucchero ed energia;
- ➔ entro fine 2018: riduzione della quantità di zuccheri aggiunti in tutti i prodotti a marchio proprio appartenenti alle categorie yogurt e cereali acquistati a livello nazionale;
- ➔ ampliamento costante della gamma di prodotti bio accessibili, dei prodotti regionali, nonché dei prodotti in collaborazione con organizzazioni come Fairtrade Max Havelaar o Rainforest Alliance;
- ➔ sostegno delle decisioni di acquisto dei nostri clienti tramite un'etichettatura trasparente dei prodotti.

## L'INIZIATIVA PER UNO STILE DI VITA SANO



L'iniziativa svizzera actionsanté è promossa dall'Ufficio federale della sicurezza alimentare e di veterinaria (USAV) e dall'Ufficio federale della sanità pubblica (UFSP). Attraverso le promesse d'azione volontarie delle aziende, actionsanté mira a modificare le condizioni quadro, affinché la scelta più salutare sia anche la più semplice.

« APPREZZO MOLTO IL FATTO CHE CON ALDI SUISSE  
SIA POSSIBILE INSTAURARE UNA  
COLLABORAZIONE TRASPARENTE E A LUNGO  
TERMINE. QUANDO SI PARLA DI PRODUZIONE NON  
CI SI RIFERISCE UNICAMENTE ALLA QUALITÀ  
E ALLA QUANTITÀ, MA CI SI CONCENTRA  
ANCHE SEMPRE DI PIÙ SULLE MODALITÀ  
IN CUI AVVIENE UNA PRODUZIONE  
CONSAPEVOLE E SOSTENIBILE. »

### **Hans Graf**

Produttore, Feldhofgemüse Oberriet



# IMPIEGO RESPONSABILE DELLE RISORSE

«Desideriamo fare in modo che la produzione di prodotti sostenibili diventi un concetto ovvio. Lungo la catena di fornitura, dall'approvvigionamento di materie prime fino al processo di produzione finale, teniamo conto di criteri sostenibili ecologici e sociali e del benessere degli animali».

Estratto dai principi CR

Raramente la coltivazione, l'allevamento nonché l'estrazione e la lavorazione delle materie prime per i nostri prodotti non hanno alcuna ripercussione sull'ambiente, sul clima e sugli esseri umani. Dal momento che il nostro assortimento diventa sempre più sostenibile, ALDI SUISSSE si impegna, in collaborazione con i suoi partner, a favore di migliori condizioni di produzione.

Prestiamo particolare attenzione a risorse problematiche come legno, olio di (semi di) palma, caffè, cacao pesce e frutti di mare, uova, soia e tè. A tal fine sono state stabilite politiche d'acquisto con disposizioni relative al nostro assortimento.

Tutte le nostre uova fresche e le uova utilizzate per la lavorazione dei nostri prodotti provengono da allevamenti bio, all'aperto o a terra.

Il 97% degli articoli di pesce e di origine animale marina provengono da fonti gestite in maniera responsabile, verificate da esperti esterni. Inoltre promuoviamo sempre più spesso miglioramenti di articoli contenenti pesce e animali marini.

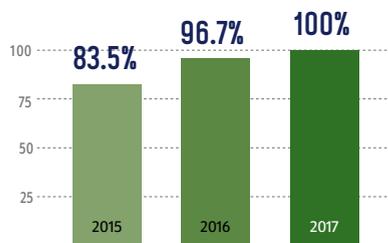
✓ Per quanto concerne i prodotti con una quantità di cacao superiore al 10%, nel 2017 abbiamo completato il passaggio a materie prime prodotte in maniera sostenibile.



## 82.4%

Percentuale di caffè prodotto in modo sostenibile\* considerata la quantità totale di caffè (t)

\*(Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance, controllo CAS, Bio)



Percentuale degli articoli con cacao certificato tra i prodotti con contenuto di cacao superiore al 10%

Dal 2016 ALDI SUISSSE è membro fondatore della Rete svizzera per la soia. Inoltre dal 2011, tramite il gruppo ALDI SÜD, sediamo al tavolo della Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO).

✓ Dalla fine del 2015, l'olio di (semi di) palma contenuto nei nostri articoli food dispone della certificazione RSPO.

Ci assicuriamo inoltre che tutti gli articoli a marchio proprio in legno o contenenti parti in legno, nonché gli articoli di carta e i materiali di imballaggio ricavati dal legno, come, ad esempio il cartone, provengano da fonti sostenibili.

✓ Il 100% dei nostri articoli di carta e, dal 2011, tutti i nostri materiali pubblicitari sono fabbricati con materiali riciclati certificati. L'81.40% del nostro assortimento proviene già da fonti sostenibili.

## I NOSTRI OBIETTIVI:

- ➔ entro la fine del 2020 i nostri prodotti a marchio proprio conterranno il 100% di componenti di legno e di carta certificati o provenienti da materiale riciclato;
- ➔ entro la fine del 2018 il 100% del caffè grezzo verrà ottenuto da fonti certificate;
- ➔ dalla fine del 2018 i prodotti non-food a marchio proprio conterranno esclusivamente olio di (semi di) palma certificato. La copertura delle frazioni e dei derivati non certificati avverrà tramite Book and Claim;
- ➔ entro la fine del 2020 tutti gli articoli del reparto pesce/animali marini refrigerati, congelati, freschi e conservati proverranno da fonti gestite in maniera responsabile.



« I TRAINING NELL'AMBITO DELL'AFA PROJECT MI HANNO INSEGNATO A DISCUTERE I PROBLEMI DIRETTAMENTE CON LA DIREZIONE. ANCHE IL DIALOGO TRA COLLABORATORI E MANAGER CI HA PERMESSO DI FARE ENORMI PASSI AVANTI. I FENOMENI DISCRIMINATORI SONO NOTEVOLMENTE DIMINUITI E SONO STATA UNA DELLE PRIME DONNE DELLA FABBRICA AD ESSERE PROMOSSA CAPOSQUADRA. »

**Ambia**

Caposquadra e membro del team AFA Project,  
Raiyan Knit Composite Ltd.

# FOCUS SULLA PRODUZIONE SOCIALMENTE RESPONSABILE

**Nel quadro dei nostri programmi di social monitoring, verifichiamo le condizioni di lavoro e gli standard sociali negli impianti di produzione lungo la nostra catena di fornitura.**

I requisiti dei prodotti e dei fornitori sono riassunti negli «Standard sociali nella produzione ALDI» e in altre disposizioni specifiche. Con l'ausilio di controlli adeguati, audit e formazioni, vogliamo assicurarci che i nostri fornitori siano in grado di soddisfare i requisiti del caso.

Nel 2017 il gruppo ALDI SÜD ha iniziato a consolidare a livello mondiale l'acquisto di prodotti tessili e a intensificare il dialogo con i fornitori. Di conseguenza il numero degli impianti di produzione utilizzati dai fornitori del settore tessile è diminuito del 31%. In questo modo i nostri fornitori possono sfruttare maggiormente gli impianti di produzione, così da velocizzare il rendimento degli investimenti per il miglioramento delle condizioni lavorative e ambientali.

**«Siamo un partner onesto e affidabile per i nostri fornitori. Insieme a loro e ad altri operatori ci impegniamo per migliorare le condizioni di vita e di lavoro lungo la catena di fornitura. Formuliamo le nostre aspettative in modo chiaro nei confronti dei nostri fornitori e dei nostri partner commerciali. In collaborazione con i nostri fornitori lavoriamo per rendere la catena di fornitura più trasparente e per apportare continui miglioramenti».**

Estratto dai principi CR

✓ Al fine di minimizzare i rischi relativi alle condizioni di produzione nello spazio asiatico e per garantire il rispetto dei nostri standard elevati, dal 2012 il gruppo ALDI SÜD dispone di un'unità di Corporate Responsibility (CR Unit Asia) a Hong Kong e, dal 2017, di un'altra in Bangladesh.

La CR Unit Asia si occupa soprattutto del controllo dei siti di produzione e dell'attività CR dei nostri fornitori. La CR Unit, su mandato delle organizzazioni nazionali e del reparto Acquisti internazionale, conduce controlli relativi alle condizioni di lavoro durante la produzione e verifica l'attuazione degli standard sociali e ambientali.

L'ALDI Factory Advancement Project (Progetto AFA), condotto in collaborazione con ALDI Nord, sostiene una gestione aziendale basata sulla fiducia e la cooperazione tra i collaboratori e la direzione aziendale e sulla formazione.

✓ Nel quadro del Detox Commitment stipulato con l'organizzazione di tutela ambientale Greenpeace, nel 2015 il gruppo ALDI SÜD si è impegnato a rinunciare entro il 2020 all'impiego di sostanze chimiche pericolose nella produzione tessile e calzaturiera.



Conformemente ai nostri programmi per la verifica e il miglioramento degli standard sociali (Social-Monitoring-Programme [SMP]), nel 2017 tutti i 53 impianti di produzione degli articoli non-food che già rientravano nell'SMP hanno ricevuto un audit positivo.

## I NOSTRI OBIETTIVI:

- ➔ miglioramento della trasparenza delle pratiche CR dei fornitori tramite l'introduzione di una valutazione sistematica a partire dal 2017;
- ➔ rinuncia a undici gruppi di sostanze chimiche nel quadro del Detox Commitment nella produzione tessile e calzaturiera entro il 2020.

« DA ALDI SUISSE PARI OPPORTUNITÀ,  
RISPETTO E LEALTÀ SONO MOLTO  
PIÙ DI SEMPLICI PAROLE. IL NOSTRO  
LAVORO È IMPORTANTE E VIENE  
APPREZZATO, CIÒ CI RENDE CONTENTI  
E ORGOGLIOSI. »

**Danijela Malinovic**

Collaboratrice del reparto Preparazione merci, ALDI SUISSE



# I COLLABORATORI SONO AL CENTRO DELLA NOSTRA AZIENDA

**Nel reparto Vendite o in quello Acquisti, nel settore Logistica o nell'Amministrazione: in ogni caso una stretta collaborazione è la chiave verso il successo. ALDI SUISSE promuove offerte complete per la formazione e la formazione continua dei suoi collaboratori.**

I nostri valori aziendali sono caratterizzati da rispetto, lealtà e una collaborazione basata sulla fiducia, ma sono anche orientati al risultato. I nostri collaboratori beneficiano di posti di lavoro sicuri, di un salario attrattivo e di formazioni iniziali e continue individuali e mirate. A parità di posizione lavorativa, uomini e donne hanno uguali opportunità e dispongono dunque delle stesse possibilità di avanzamento. La quota di collaboratrici ammonta al 65,6%.

 Dal 2009 conduciamo regolarmente sondaggi tra i dipendenti per verificare il loro grado di soddisfazione. Dall'ultimo sondaggio tenutosi nell'ottobre 2016 sono emersi punti tematici per un miglioramento della soddisfazione dei collaboratori: le misure adottate di conseguenza sono già in fase di attuazione. Nel 2017 sono stati raggiunti i traguardi quali: congedo di paternità aumentato a 10 giorni, formazione assistita a tutti i livelli, adattamento del peso dei cartoni per il relativo impiego nel settore Logistica e nel reparto Vendite, creazione di una piattaforma di carpooling.

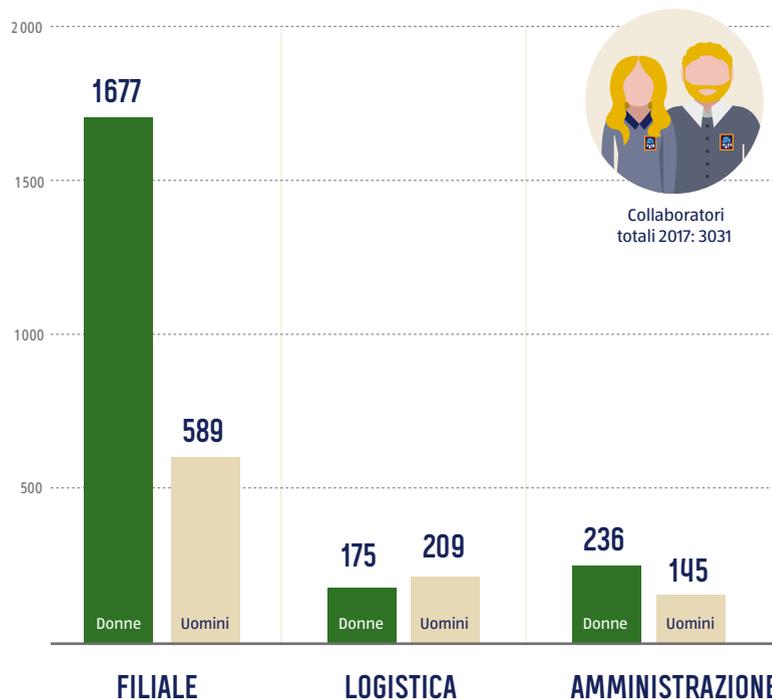
Ai collaboratori vengono offerti regolarmente corsi di aggiornamento che permettono loro di essere sempre a conoscenza delle norme giuridiche attuali. In questo modo possono attenersi alle disposizioni legali e ai regolamenti interni nella loro routine lavorativa. La frequenza e la durata delle formazioni viene determinata in base alle effettive necessità dei vari reparti. Ad esempio, oggetto delle formazioni dei collaboratori del reparto Acquisti può essere il diritto dei cartelli. I responsabili del personale ricevono le informazioni necessarie per il sostegno da fornire ai collaboratori. Offriamo anche corsi di aggiornamento individuali che permettono un corretto utilizzo dei dati dei clienti.

 Nel 2017 sono state completamente rivisitate le modalità di insegnamento e di trasmissione del sapere per i nuovi collaboratori nel settore del commercio al dettaglio. I nuovi addetti alla vendita al dettaglio imparano a conoscere le mansioni del settore Vendite e del Servizio clienti

nelle cosiddette «filiali di formazione». Sono suddivisi in piccoli gruppi e seguono un corso tenuto da un Gerente di filiale esperto. Durante l'ultimo anno di formazione, gli apprendisti dimostrano quanto hanno imparato in una filiale gestita autonomamente da loro.

## I NOSTRI OBIETTIVI:

- ➔ ampliamento del management per la salute aziendale;
- ➔ ampliamento delle offerte di formazione e formazione continua per tutti i collaboratori.



Collaboratori ALDI SUISSE 2017 per area di impiego

« IMPEGNAMI PER CHI È IN DIFFICOLTÀ, MOSTRARMICI SOLIDALE: ECCO COS'È IMPORTANTE PER ME. È APPREZZABILE LA DECISIONE DI ALDI SUISSE DI IMPEGNARSI PER LA SOCIETÀ, AD ESEMPIO TRAMITE INIZIATIVE A FAVORE DELL'AMPLIAMENTO DEL REGISTRO SVIZZERO DEI DONATORI DI CELLULE STAMINALI DEL SANGUE. »

**Nina Sonderegger**

Responsabile marketing donazioni  
di cellule staminali del sangue,  
Trasfusione CRS Svizzera SA



# CI METTIAMO IL CUORE

**ALDI SUISSE è parte della società ed è a fianco di chi si trova in difficoltà. Tramite diverse donazioni e fornendo il nostro sostegno a vari progetti, aiutiamo le persone bisognose.**

A livello nazionale, ALDI SUISSE collabora con diverse organizzazioni sociali come Caritas Svizzera e UNICEF. Il nostro sostegno è indirizzato soprattutto ai settori emergenza, salute, alimentazione e agricoltura sostenibile. La vendita di prodotti indicati con un contrassegno speciale, il cui ricavato va ai nostri partner sociali, ci permette non soltanto di mettere a disposizione ulteriori donazioni, ma offre anche visibilità alle nostre organizzazioni partner presso i nostri clienti, che vengono così a conoscenza della loro offerta e della loro mission. Inoltre le società regionali ALDI SUISSE sostengono associazioni, scuole e organizzazioni di beneficenza locali.

**CHF 418 189.-**  
**DONAZIONI DI DENARO E PRODOTTI,**  
**CONTRIBUTI 2017**

Tutte le nostre attività sono orientate a un impegno mirato e sostenibile per il bene della società. Oltre alle donazioni di denaro forniamo anche altre forme di sostegno. Ad esempio i nostri partner sociali possono avvalersi delle conoscenze e dell'esperienza dei nostri collaboratori. ALDI SUISSE fornisce inoltre il proprio sostegno per questioni relative allo sviluppo e al management dell'organizzazione.

## PROCEDURA NEL CASO DI COOPERAZIONI BASATE SU PRODOTTI



## COOPERAZIONI, PARTNER 2017

<b>UNICEF Svizzera</b>	Donazioni ricavate dalla vendita di prodotti con contrassegni speciali a favore del programma alimentare dell'UNICEF «Sprinkles» in Malawi e del progetto «Comune amico dei bambini» in Svizzera.
<b>Jeder Rappen zählt, Coeur à Coeur, Ogni centesimo conta</b>	Ricavato di vendita e raccolta fondi a favore di offerte formative per bambini e giovani.
<b>Caritas Svizzera</b>	Ricavato di vendita del periodo natalizio a favore del fondo per il sostegno dei bambini della Caritas.
<b>Trasfusione CRS Svizzera</b>	Campagna per la donazione di sangue da parte dei collaboratori, sostegno alla campagna internazionale «Missing Type», donazioni di denaro per l'ampliamento del Registro svizzero per i donatori di cellule staminali del sangue.
<b>Società svizzera di nutrizione (SSN)</b>	Donazioni di denaro e di merce per il concorso estivo della SSN relativo al tema dell'alimentazione equilibrata, gustosa e sostenibile.

## I NOSTRI OBIETTIVI:

- identificazione di problemi sociali e collaborazione attiva per trovare una soluzione;
- iniziative e partenariati a lungo termine con alta efficacia sociale;
- rafforzamento dei partenariati con banche alimentari per la distribuzione di beni alimentari o prodotti tessili.



« COME IMPRESA NON ESERCITIAMO UN'INFLUENZA SU CLIMA E AMBIENTE SOLAMENTE ATTRAVERSO UN'ATTENTA POLITICA CLIMATICA E D'ACQUISTO, MA ANCHE TRAMITE LA PIANIFICAZIONE DEI NOSTRI PROGETTI EDILIZI. AD ESEMPIO IMPIEGHIAMO TECNOLOGIE MODERNE PER RIDURRE COSTANTEMENTE IL CONSUMO ENERGETICO DI FILIALI E MAGAZZINI. »

**Paul Koppe**

Collaboratore sistemi tecnici, ALDI SUISSE

# TRAGUARDI IMPORTANTI PER LA TUTELA AMBIENTALE

**Tutela del clima, riduzione dei rifiuti e costruzioni rispettose dell'ambiente: sono tematiche fondamentali delle nostre attività per la tutela ambientale. In questo modo ALDI SUISSE riesce a ridurre costantemente l'impronta ecologica aziendale.**

Per ALDI SUISSE è particolarmente importante il principio «ridurre prima di compensare». Le emissioni di CO<sub>2</sub> al momento inevitabili vengono compensate tramite il sostegno di importanti progetti di tutela del clima conformi al Gold Standard in cooperazione con la fondazione ambientale svizzera myclimate (pagine 8/9). Il consumo energetico è costantemente tenuto sotto controllo e ottimizzato, così da permettere ad ALDI SUISSE un'ulteriore riduzione della sua impronta di CO<sub>2</sub>.

✓ ALDI SUISSE ha raggiunto e superato già nel 2014 l'obiettivo CR del gruppo che prevedeva una riduzione delle emissioni di gas serra del 30% tra il 2012 e il 2020. Un obiettivo raggiunto soprattutto grazie a una riduzione dei consumi, ad ammodernamenti e tramite un approvvigionamento energetico da energia idrica svizzera. Da gennaio 2017 tutte le sedi ALDI SUISSE sono neutrali sotto il profilo climatico con myclimate; in alcuni casi vengono tenute in considerazione anche le emissioni dello Scope 3.

Nel 2017 il 95% delle filiali ALDI SUISSE è stato dotato di un sistema per il recupero del calore disperso degli impianti di refrigerazione. L'utilizzo del calore disperso dei nostri forni della PANETTERIA per il riscaldamento è già ampiamente in atto. Inoltre l'impiego di refrigeranti eco-friendly e di lampade LED più efficienti contribuiscono ad un'ulteriore riduzione dei consumi. Il numero delle filiali dotate di tecnologie sostenibili è in costante aumento. In collaborazione con i nostri fornitori ampliamo l'assortimento di prodotti neutrali dal punto di vista climatico.

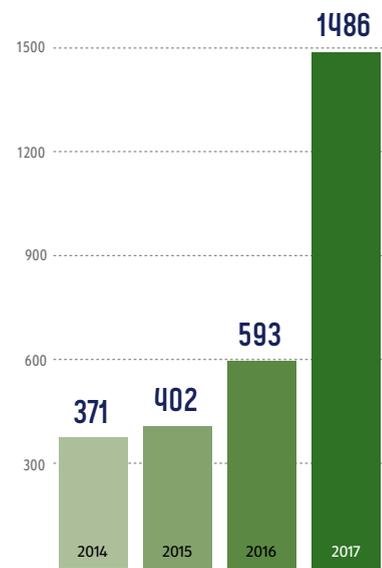
✓ Il leitmotiv che funge da principio per la gestione dei rifiuti di ALDI SUISSE recita: «minimizzare, recuperare e riciclare». Nel 2017 ALDI SUISSE è stato il primo commerciante al dettaglio svizzero ad aver introdotto su tutto il territorio un sistema di riciclaggio per cartoni per bevande e bottiglie di plastica; contenitori che vengono riadoperati come risorse secondarie. Sempre più spesso le rimanenze alimentari delle filiali vengono donate a banchi alimentari, aziende agricole, impianti a gas bio e allevamenti.

Vengono gettate tra i rifiuti solamente quando tali possibilità non sono praticabili.



Impronta di carbonio 2017 in corso di rilevamento

Impronta di carbonio ALDI SUISSE per Scope 1 e Scope 2 [kg CO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup> di superficie di vendita]



Bottiglie in PET, bottiglie di plastica cartoni per bevande riciclati [t/a]

## I NOSTRI OBIETTIVI:

- ➔ refrigeranti 100% naturali nelle nuove filiali;
- ➔ successivamente all'introduzione su tutto il territorio di lampade LED negli scaffali refrigerati, ampliamento del numero di nuove filiali con illuminazione a LED;
- ➔ (ri)configurazione delle confezioni dei prodotti secondo il principio «minimizzare, recuperare e riciclare»;
- ➔ minimizzare i rifiuti alimentari tramite la donazione di alimenti e uno sfruttamento energetico dei rifiuti organici.

# LABEL PER ORIENTARSI VERSO ACQUISTI SOSTENIBILI

I label svolgono un ruolo importante nel processo d'acquisto: forniscono informazioni relative a provenienza, aspetti ambientali, tipo di coltivazione, criteri di protezione degli animali o condizioni di lavoro sociali.



## ASC

Il label dell'Aquaculture Stewardship Council (ASC) contrassegna pesce e frutti di mare provenienti da acquaculture rispettose dell'ambiente e socialmente responsabili.

[asc-aqua.org](http://asc-aqua.org)



## MSC

Il label blu del Marine Stewardship Council (MSC) certifica i prodotti ittici provenienti da una pesca sostenibile e rispettosa dell'ambiente.

[msc.org](http://msc.org)



## FSC®

Il label dell'Organisation Forest Stewardship Council® contrassegna prodotti in legno provenienti da foreste gestite in maniera responsabile.

[fsc-schweiz.ch](http://fsc-schweiz.ch)



## PEFC

Il programma PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes) è volto a preservare le foreste e promuoverne lo sfruttamento sostenibile.

[pefc.ch](http://pefc.ch)



## UTZ

Il programma UTZ sostiene gli agricoltori nella coltivazione sostenibile, sociale ed ecocompatibile di materie prime come caffè, cacao o tè.

[utz.org](http://utz.org)



## RAINFOREST ALLIANCE CERTIFIED™

Questo sigillo identifica materie prime provenienti da fattorie sostenibili attente agli aspetti sociali, ecologici ed economici.

[rainforest-alliance.de](http://rainforest-alliance.de)



### NATURE SUISSE

Label di ALDI SUISSE che contrassegna articoli prodotti seguendo gli standard della produzione integrata.  
[naturesuisse.ch](http://naturesuisse.ch)



### FAIRTRADE MAX HAVELAAR®

Questo label garantisce prezzi minimi stabili, premi per progetti di collaborazione, relazioni commerciali a lungo termine e colture rispettose dell'ambiente.  
[maxhavelaar.ch](http://maxhavelaar.ch)



### NATURE SUISSE BIO

Label di ALDI SUISSE che contrassegna prodotti bio provenienti da agricoltura biologica svizzera.  
[naturesuisse.ch](http://naturesuisse.ch)



### STANDARD 100 BY OEKO-TEX®

Il label contrassegna prodotti tessili per cui istituti indipendenti hanno verificato l'assenza di residui di sostanze chimiche proibite dalla legge e nocive per la salute.  
[oeko-tex.com](http://oeko-tex.com)



### NATURE ACTIVE BIO

Questo label contrassegna prodotti e generi alimentari conformi ai criteri delle norme giuridiche UE in materia di agricoltura ecologica.  
[oekolandbau.de/bio-siegel](http://oekolandbau.de/bio-siegel)  
[naturesuisse.ch](http://naturesuisse.ch)



### V-LABEL

Il V-Label è un marchio protetto riconosciuto a livello internazionale che contrassegna prodotti vegetariani e vegani. È uno strumento semplice e sicuro di cui i consumatori possono usufruire durante il processo d'acquisto.  
[v-label.eu](http://v-label.eu)

# FILIALI SOSTENIBILI

Il nostro concetto per le nuove filiali ALDI SUISSE combina diversi aspetti della sostenibilità con un approccio rispettoso dell'ambiente.

Elettricità verde al 100% proveniente da energia idroelettrica svizzera

Tecnologia LED a basso consumo energetico per l'illuminazione della filiale

Refrigerazione con refrigeranti al 100% naturali e rispettosi del clima

Climatizzazione della filiale con refrigeranti naturali

CO<sub>2</sub>

Compensazione delle restanti emissioni di CO<sub>2</sub> tramite myclimate

Riscaldamento della filiale utilizzando esclusivamente il calore disperso della PANETTERIA e degli impianti di refrigerazione

Controllo e ottimizzazione costanti del consumo energetico complessivo

Stazioni di ricarica gratuite (60 min.) per le auto elettriche dei clienti

Stazioni di riciclaggio per cartoni per bevande e bottiglie di plastica

# I NOSTRI 5 CAMPI D'AZIONE

ALDI SÜD ha stabilito già nel 2010 i principi CR per il gruppo, che sono stati rielaborati per l'ultima volta nel 2015. Sono pilastri che ci permettono di difendere il nostro concetto di responsabilità nei cinque campi d'azione clienti,

catena di fornitura, collaboratori, società e ambiente. Tali principi rappresentano inoltre un prezioso strumento di orientamento e un quadro di riferimento vincolante per ALDI SUISSE e per i nostri partner commerciali.

## AMBIENTE

La nostra attività imprenditoriale ha una notevole incidenza sul clima e l'ambiente. Siamo responsabili non soltanto della nostra politica d'acquisto ma anche dei nostri progetti edilizi e dell'utilizzo degli edifici fino al trasporto merci.

## CLIENTI

Ai nostri clienti promettiamo qualità a prezzi convenienti. Ne prendiamo in considerazione le esigenze e instauriamo con loro uno scambio di opinioni. Offriamo un assortimento selezionato e ben studiato. La nostra responsabilità riguarda anche la scelta mirata dei prodotti per il fabbisogno quotidiano.

## SOCIETÀ

ALDI SUISSE fa parte della società. Per noi «responsabilità» significa fare tesoro delle nostre conoscenze e delle nostre risorse e fornire un contributo sociale positivo che vada oltre la nostra attività principale.

## CATENA DI FORNITURA

Il successo a lungo termine della nostra attività aziendale richiede da parte nostra una politica d'acquisto sostenibile. Ci assumiamo le nostre responsabilità nelle catene di fornitura globali e per un impiego sostenibile delle risorse.

## COLLABORATORI

I nostri collaboratori sono la chiave del nostro successo. Sono loro che plasmano ALDI SUISSE giorno dopo giorno e che ci distinguono dalla concorrenza.



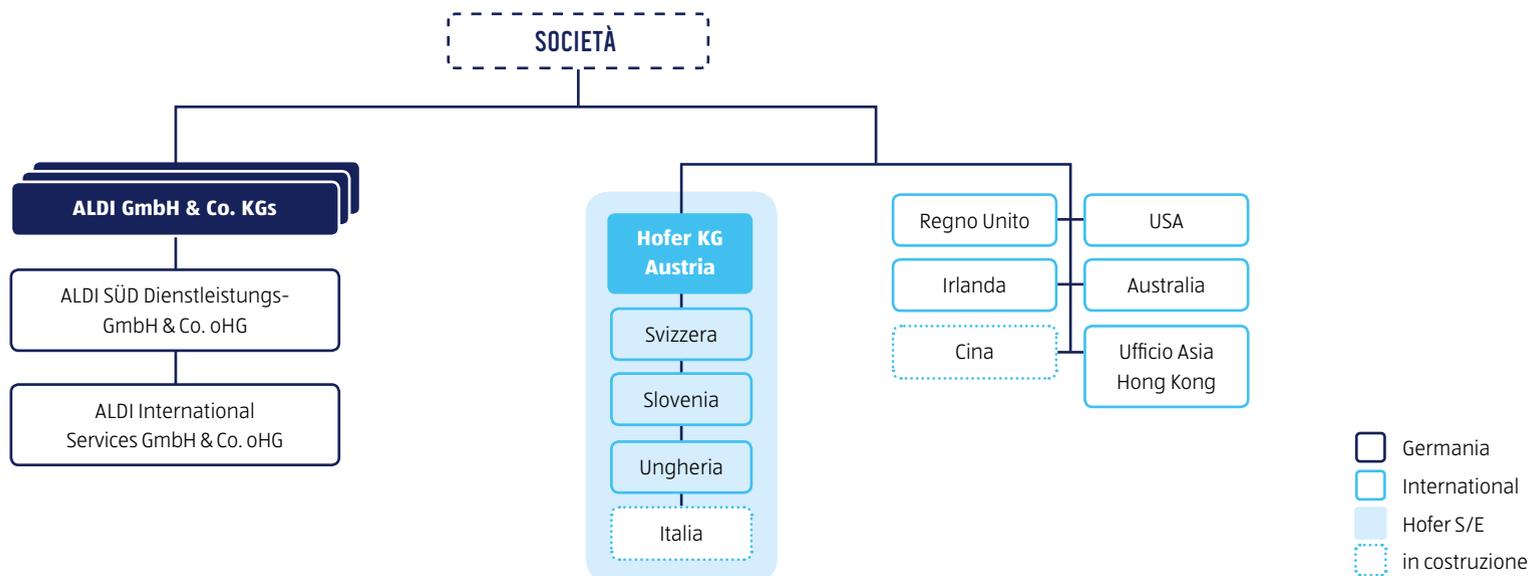
Ulteriori informazioni sono disponibili al sito [oggiperedomani.ch](http://oggiperedomani.ch)  
Rapporto internazionale completo disponibile al sito [cr.aldisouthgroup.com](http://cr.aldisouthgroup.com)

# SEMPLICEMENTE ALDI. SEMPLICEMENTE UNA SPESA CONSAPEVOLE.

**In qualità di commerciante al dettaglio, ALDI SUISSE è ben consapevole della propria responsabilità d'impresa. Sia sul piano nazionale che internazionale, ci impegniamo a favore di strategie di sostenibilità che garantiscano che le risorse di oggi siano disponibili anche domani.**

L'azienda di commercio al dettaglio ALDI SUISSE è diventata un marchio importante in Svizzera ed è ora parte integrante del mercato. Per essere sempre più vicini ai clienti, negli ultimi anni il numero delle nostre filiali è notevolmente cresciuto. Nel 2005 ALDI SUISSE apriva le sue prime quattro filiali in Svizzera.

Alla fine del 2017 l'azienda impiegava oltre 3000 collaboratori. Nelle oltre 190 filiali propone 1500 articoli dell'assortimento standard, che viene arricchito da articoli promozionali diversi ogni settimana. Dopo circa tredici anni di espansione sul mercato svizzero, ALDI SUISSE vanta una cerchia di clienti soddisfatti e fedeli.



Al fine di permettere la pianificazione e il controllo della strategia di sostenibilità internazionale e per attuare le relative misure, tutte le organizzazioni nazionali hanno creato reparti di Corporate Responsibility (CR) che si occupano soprattutto di attività CR.

Per le questioni internazionali esiste il reparto di Corporate Responsibility internazionale (CRI), partner fondamentale per le organizzazioni a livello nazionale. Il CRI analizza gli sviluppi futuri e coordina questioni

strategiche e operative in materia di sostenibilità. Il succitato reparto elabora inoltre proposte di coerenza strategica delle attività e gestisce il processo di rendicontazione interno nonché le unità Comunicazione CR esterne a livello di gruppo. Il reparto CRI cura anche i rapporti con gli stakeholder internazionali e rappresenta le organizzazioni nazionali del gruppo ALDI SÜD nelle commissioni internazionali e nelle iniziative multistakeholder.

## NOTA EDITORIALE

**Pubblicazione** luglio 2018 | **Editore, redattore** ALDI SUISSE AG, Niederstettenstrasse 3, 9536 Schwarzenbach | **Responsabile contenuto** ALDI SUISSE AG, 9536 Schwarzenbach | **Impaginazione / Layout / Fotografia** KA BOOM Kommunikationsagentur AG, 9200 Gossau | **Produzione grafica** Sprüngli Druck AG, 5612 Villmergen | **Tiratura** 10 000 copie | **Carta e stampa** FSC® certified, stampa neutrale sotto il profilo climatico

Le informazioni e i dati relativi allo stato delle attività in materia di sostenibilità di ALDI SUISSE contenuti in questo documento si basano sul rapporto internazionale sulla sostenibilità del gruppo ALDI SÜD. Il rapporto internazionale è stato concepito conformemente ai Sustainability Reporting Standards della Global Reporting Initiative (GRI), livello di applicazione <Core>. Le uniche eccezioni sono rappresentate da indicatori per i quali non possono al momento essere rilevati dati affidabili.



Il rapporto internazionale sulla sostenibilità e i principi CR sono disponibili per il download al sito [oggiperdomani.ch](http://oggiperdomani.ch) o al sito [cr.aldisouthgroup.com](http://cr.aldisouthgroup.com).



printed in  
switzerland

Swiss Climate  
climatenatural  
printing



[oggiperedomani.ch](http://oggiperedomani.ch)