



Plus  
pour la vie.

ALDI SUISSE

# Actualités sur le développement durable



Plus qu'une  
*promesse*



des actions en plus

## Collaborateurs

# Plus de 3'300

collaborateurs, dont 243 apprentis

76%

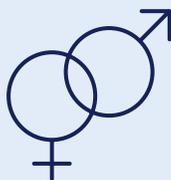
dans les filiales

12%

dans l'administration

12%

dans la logistique



69 % de femmes

31 % d'hommes

22 collaborateurs  
d'ALDI SUISSE en mission à  
l'étranger dans

# 7 pays

et sur

# 4 continents



# 70 apprentis

ont dirigé 4 filiales  
pendant une semaine

## Notre assortiment de produits

Environ **1'600** articles pour les besoins  
quotidiens

**5'500** articles en promotion complètent  
l'assortiment standard

90 % de marques exclusives

10 % de produits de marque



3 centres de distribution à  
Schwarzenbach (SG), Domdidier  
(FR) et Perlen (LU)

217 filiales  
12 nouvelles ouvertures

## Salaires minimum

# 4'386 CHF

(x 13)

Le salaire minimum le plus élevé  
dans le commerce de détail  
alimentaire suisse

## Savais-tu...

que

# 600'000 abeilles ALDI

ont élu domicile dans nos 3 ruches?

# AGIR DE MANIÈRE RESPONSABLE

ALDI SUISSE est consciente de sa responsabilité d'entreprise en tant que détaillant suisse. Sur le plan national comme international, nous misons sur des stratégies permettant d'assurer également des ressources aux générations futures.

ALDI SUISSE, entreprise du commerce de détail appartenant au groupe ALDI SÜD, s'est fortement développée sur le marché en Suisse et y a trouvé sa place. Exercer notre activité commerciale de manière responsable est la clé de notre réussite. C'est pourquoi nous nous efforçons de diriger l'entreprise selon une gouvernance responsable, inscrite dans nos principes Corporate Responsibility (CR).

## Interaction de l'engagement national et international en faveur du développement durable

Le département Corporate Responsibility International (CRI) analyse les développements futurs, met en lien et coordonne les thèmes stratégiques et opérationnels dans le domaine du développement durable. Il est en contact avec les parties prenantes internationales et représente les organisations nationales du groupe d'entreprises ALDI SÜD auprès des instances internationales et lors des initiatives de plusieurs parties prenantes, comme l'initiative BSCI. ALDI SUISSE

entretient également des relations au niveau national, par exemple avec le Réseau suisse pour le soja ou la Plate-forme suisse du cacao durable.

## Objectifs et évaluation

Dans le cadre des stratégies élaborées pour l'implantation des principes CR au sein des différents champs d'activités, des objectifs internationaux sont définis à l'aide d'indicateurs pour servir d'orientation au groupe ALDI SÜD. En plus des objectifs internationaux, ALDI SUISSE définit ses propres missions et développe des mesures efficaces ainsi que des activités CR au-delà des exigences définies au niveau international.

Les progrès accomplis sont contrôlés et évalués chaque année, puis communiqués au département CRI par toutes les organisations nationales. Le regroupement des rapports de succès forme la base pour le rapport international. Les données peuvent être téléchargées et consultées depuis la plate-forme

de développement durable d'ALDI SUISSE [aujourdhuipourdemain.ch](http://aujourdhuipourdemain.ch) ou sur le portail international CR [cr.aldisouthgroup.com](http://cr.aldisouthgroup.com).

## Agir efficacement avec des directives claires

Afin d'exercer notre activité commerciale de manière responsable, nous imposons également des lignes directrices contraignantes à nos collaborateurs ainsi qu'à nos partenaires commerciaux dans le cadre de notre Code de conduite, des directives et formations sur la conformité (Compliance) et d'autres mesures relatives au respect des normes. Grâce à ces exigences fermes qui nous sont propres en tant qu'entreprise responsable et durable, nous faisons aussi honneur à notre engagement vis-à-vis de la communauté et de la société suisse.



# CHÈRE LECTRICE, CHER LECTEUR

Agir durablement signifie penser à demain dès aujourd'hui. Je ne suis pas le seul à me préoccuper des questions actuelles sur l'économie durable et l'exploitation responsable des ressources mondiales; notre clientèle recherche également des produits fabriqués de manière responsable d'un point de vue social et environnemental, à un prix juste. Dans le cadre de notre initiative «AUJOURD'HUI POUR DEMAIN» en faveur du développement durable, nous assumons notre responsabilité de détaillant en toute connaissance de cause, au travers de notre collaboration avec les producteurs et fournisseurs. Nous voulons ainsi opérer des changements sur le long terme et ancrer fermement l'exercice d'une activité commerciale durable tout au long de la chaîne de valeur.

Dans ce rapport d'actualités sur le développement durable chez ALDI SUISSE, nous présentons nos réussites communes en matière de durabilité en 2019 et mettons en lumière les étapes de développement les plus importantes au niveau des cinq champs d'action que représentent les clients, la chaîne d'approvisionnement, les collaborateurs, la société et l'environnement. Nous avons connu des réussites significatives, en particulier dans les domaines de la protection du climat et de l'environnement, de la consommation responsable et de l'approvisionnement durable. Je suis fier que tous nos sites en Suisse fonctionnent de manière neutre sur le plan climatique et que nous ayons pu inaugurer la plus grande installation photovoltaïque continue de Suisse sur le toit du centre de distribution à Perlen (LU). Concernant les préoccupations de la société, nous avons aussi pu trouver de nouveaux partenaires précieux et nous joindre à des projets prometteurs pour le bien des personnes en situation d'urgence et pour de meilleures opportunités de formation pour les enfants et adolescents.

Il est évident que nous ne voulons pas nous reposer sur les succès remportés jusqu'ici, mais poursuivre les changements en faveur d'une plus grande durabilité grâce à notre stratégie d'entreprise.

Nous continuons pour cela à miser sur des mesures globales étroitement liées à notre activité principale. Par exemple, dans le cadre de la «Mission packaging d'ALDI», nous avons prévu de réduire de 25 pour cent l'utilisation de matériaux pour la fabrication des emballages des produits de nos marques propres disponibles exclusivement chez nous, d'ici 2025. De plus, nous souhaitons élargir encore davantage notre offre de produits bio, d'articles Fairtrade Max Havelaar et de produits alimentaires régionaux et saisonniers. Dans le domaine des produits non alimentaires, nous allons par exemple adapter notre assortiment de coton d'ici 2025 afin qu'il provienne uniquement de sources durables. Grâce à de nombreux autres objectifs, notre clientèle peut compter sur une meilleure transparence au niveau de nos produits et des aspects durables de notre engagement.

Dans cette brochure, vous trouverez toutes les informations importantes sur nos réussites en 2019 dans le domaine du développement durable. Je vous souhaite une bonne lecture.



Jérôme Meyer

Directeur national Suisse

# SOMMAIRE

Champs d'action .....	2
Projets d'ALDI SUISSE .....	4
Clients .....	6
Chaîne d'approvisionnement – Production .....	10
Chaîne d'approvisionnement – Matières premières .....	12
Chaîne d'approvisionnement – Approvisionnement responsable .....	14
Collaborateurs .....	16
Société .....	20
Environnement .....	24
Objectifs pour la chaîne d'approvisionnement et l'environnement .....	28
Aperçu des labels .....	30
Étapes clés .....	32



imprimé en  
**suisse**



**Climatiquement neutre**  
Imprimé  
ClimatePartner.com/11893-2009-1002

## Mentions légales

Septembre 2020  
ALDI SUISSE SA, CH-9536 Schwarzenbach  
Illustration: Büro Haerberli, CH-8003 Zurich  
Impression: Appenzeller Druckerei, CH-9100 Herisau

Plus qu'une  
orientation



la mise en œuvre en plus

## NOS CINQ CHAMPS D'ACTION

Exercer une activité commerciale durable a un impact considérable sur l'environnement, la clientèle, la chaîne d'approvisionnement, les collaborateurs et la société. L'orientation privilégiée et le cadre contraignant qui régit nos activités ainsi que celles de nos partenaires commerciaux s'étendent à ces cinq champs d'action.

### Environnement

Les activités de notre entreprise ont des conséquences directes sur le climat et l'environnement. Nous assumons nos responsabilités non seulement dans le cadre de nos politiques d'achat, mais aussi de notre activité commerciale: de la construction et de l'exploitation de nos bâtiments à la gestion des matières recyclables, en passant par le transport des marchandises.

### Société

ALDI SUISSE est une composante de la société. Pour nous, assumer notre responsabilité signifie utiliser nos compétences et nos ressources pour apporter une contribution positive à la société au-delà de notre activité principale. Nous sommes engagés dans les domaines de la santé, de l'éducation et de l'écologie dans le but de contribuer au développement durable.



### Collaborateurs

Nos collaboratrices et collaborateurs sont la clé de notre réussite. Ce sont ceux qui s'investissent jour après jour pour l'entreprise. Nous responsabilisons nos collaborateurs, nous leur laissons la liberté d'action dont ils ont besoin pour prendre des décisions de manière autonome et nous les invitons à suivre des formations continues. En tant qu'employeur, nous nous engageons à proposer des modèles de travail à temps partiel, des postes modernes et sûrs ainsi qu'un salaire attractif.

### Clientèle

La sécurité, la santé et le bien-être de notre clientèle nous tiennent à cœur. Nous proposons non seulement des produits de bonne qualité au meilleur rapport qualité-prix possible, mais aussi un assortiment sélectionné comportant des alternatives durables orientées vers les besoins des clients. Nous permettons à nos clients de prendre des décisions d'achat en connaissance de cause en les informant de manière claire et transparente par l'intermédiaire de l'étiquetage et d'une communication directe.

### Chaîne d'approvisionnement

Des matières premières au produit fini dans la filiale, nous sommes attentifs à la prise en compte des critères de durabilité écologique et sociale ainsi qu'aux aspects du bien-être animal pour les produits d'origine animale. Avec nos fournisseurs, nous nous efforçons de renforcer la transparence et nous nous engageons pour cela à améliorer les conditions de travail et de vie tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

# Plus que des projets

Un aperçu de nos projets à l'échelle mondiale pour des améliorations écologiques, économiques ou sociales

l'aide sur place en plus

Suisse



Honduras



Honduras

## CAFÉ FAIRTRADE

Nous soutenons la culture du café en coopération avec Fairtrade et les réseaux locaux. Les petits producteurs sont formés pour faire face aux conséquences du changement climatique, afin d'élargir eux-mêmes les possibilités de transformation des matières premières et d'investir dans l'amélioration des structures et des processus des coopératives.  
*ALDI Coffee Project avec Fairtrade International, CLAC et CHPP depuis 2016*

Côte d'Ivoire



Malawi



Namibie



Madagascar

Namibie



## DU CHARBON DE BOIS À PARTIR DE BUISSONS ÉPINEUX

L'embroussaillage est l'un des problèmes écologiques les plus importants en Namibie et menace les moyens de subsistance des animaux et des personnes. Le charbon de bois certifié FSC est produit en Namibie dans le cadre de la lutte contre la brousse. Il est disponible dans les articles saisonniers d'ALDI SUISSE.  
*Projet charbon de bois d'ALDI avec FSC depuis 2019*

Bangladesh

## COGESTION DES USINES TEXTILES

Le projet ALDI Factory Advancement Project (AFAP) vise une amélioration durable des conditions de travail. Dans le cadre d'activités de projet s'étendant sur plusieurs années, les travailleurs et les managers apprennent à identifier les problèmes professionnels et à trouver ensemble des solutions qui répondent à leurs besoins mutuels.  
*AFAP pour 40 usines de textiles depuis 2013*

Côte d'Ivoire

## PLANTATION DE PALMIERS À HUILE

Ce projet de petits exploitants pour une culture plus durable des palmiers à huile en Côte d'Ivoire est axé sur la protection des forêts naturelles et sur des méthodes de culture respectueuses de l'environnement.  
*Avec Solidaridad depuis 2017*

## CULTURE DU CACAO

Avec Fairtrade, nous améliorons les conditions de vie et de travail des producteurs de cacao locaux grâce à des prix équitables, à l'accompagnement et à la formation.  
*Fairtrade Cocoa Project avec Fairtrade International depuis 2020*

Malawi

## SPRINKLES: DES NUTRI-MENTS POUR LES TOUT-PETITS

Pour lutter contre la malnutrition, les mères reçoivent une poudre avec des substances alimentaires essentielles à verser sur la nourriture de leurs enfants.  
*Avec l'UNICEF Suisse et Liechtenstein depuis 2017*

## PROPRETÉ DE L'EAU

Le Malawi est très fortement touché par les conséquences du changement climatique. L'UNICEF encourage l'installation de systèmes d'approvisionnement en eau alimentés par l'énergie solaire et résistants aux conditions climatiques, renforçant ainsi la résilience des communes face aux catastrophes naturelles.  
*Avec l'UNICEF Suisse et Liechtenstein depuis 2020*

Madagascar

## EAU POTABLE

Grâce à un approvisionnement en eau simple et peu coûteux utilisant des pompes solaires, il n'est plus nécessaire de faire bouillir l'eau quotidiennement et les populations évitent de tomber malades en raison de l'eau souillée provenant des points d'eau ouverts.  
*Projet de protection du climat certifié Gold Standard avec ClimatePartner depuis 2019*

## FOURS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

À Madagascar, les fours solaires ou à basse consommation abordables remplacent les fours à bois traditionnels. Grâce à ce projet, la consommation de bois et de charbon diminue, ce qui contribue à réduire les émissions de CO<sub>2</sub>.  
*Projet de protection du climat certifié Gold Standard avec myclimate depuis 2017*

Suisse

## SOUTIEN DES FAMILLES TOUCHÉES PAR LA PAUVRETÉ

Le «Fonds en faveur des familles menacées et frappées par la pauvreté en Suisse» aide des familles, enfants et adolescents à surmonter les obstacles financiers.  
*Avec Caritas Suisse depuis 2012*

## LES ENFANTS ONT LEUR MOT À DIRE DANS LA COMMUNE

L'initiative de l'UNICEF «Commune amie des enfants» aide les communes à faire des aménagements en accord avec les droits des enfants dans l'environnement immédiat de ces derniers, et leur permet ainsi de devenir plus accueillantes pour eux.  
*Avec l'UNICEF Suisse et Liechtenstein depuis 2017*

## APPRENDRE EN JOUANT

L'association a:primo s'engage dans toute la Suisse pour l'encouragement précoce des enfants d'âge préscolaire se trouvant dans un contexte de vulnérabilité sociale. Chaque enfant

en Suisse doit pouvoir exploiter son potentiel du mieux possible.  
*Avec l'association a:primo depuis 2018 pour l'apprentissage précoce et l'encouragement de la lecture*

## ENGRASSEMENT DES BŒUFS AU PÂTURAGE BIO

Avec l'Institut de recherche de l'agriculture biologique (FiBL), ALDI SUISSE lance un projet visant à réduire les antibiotiques lors de l'engraissement au pâturage et à utiliser les veaux mâles de race laitière de manière durable.  
*Avec le FiBL depuis 2018*

## SNOW&FREE

Les enfants doivent pouvoir bouger et grandir en bonne santé, en jouant et en s'amusant. Grâce au soutien d'ALDI SUISSE dans le cadre de cette initiative, les enfants prennent gratuitement goût aux sports d'hiver, avec forfait de ski, matériel ainsi que cours et encadrement inclus.  
*Initiative de sports d'hiver pour les enfants, lancée en 2005 par Bernhard Russi avec la fondation Cleven*

Plus que  
**des courses**

un geste  
responsable en plus



Près de  
**200**  
produits végétariens  
ou végans

Sensibilisation à l'**importance** d'une consommation d'énergie économique, au problème du **gaspillage alimentaire** et à l'élimination correcte des déchets organiques dans les ménages



Signature de la prolongation de la **Déclaration de Milan**, décision de réduire davantage le taux de **sucre** ajouté d'ici 2024 et élargissement de la Déclaration de Milan à d'autres groupes de denrées alimentaires ainsi qu'au **sel**



ALDI SUISSA se prononce en faveur d'une commercialisation responsable du tabac et des cigarettes électroniques en Suisse et signe **le Codex** de la communauté du commerce suisse en tabacs pour une **meilleure protection des mineurs**.

Sécurité complète et normes de qualité élevées pour tous les produits grâce aux tests effectués par des laboratoires indépendants



**Les informations indiquées sur les produits**, comme les valeurs nutritionnelles, les labels, les pictogrammes relatifs à l'élimination des matériaux d'emballage, ainsi que les premiers codes couleurs «Nutri-Score», assurent plus de **transparence et permettent aux consommateurs de choisir en connaissance de cause**.



**Idées de recettes** pour des repas équilibrés

En apprendre davantage sur l'origine des produits grâce au portail «**Check your Product**»

- Poisson et fruits de mer
- Viande
- Fruits «Iss Reif»
- Nature Suisse
- Soja **NOUVEAU**
- Textiles **NOUVEAU**



# NOTRE CLIENTÈLE AU CENTRE DE L'ATTENTION

Chaque jour, notre clientèle se fie à notre promesse: une bonne qualité au meilleur prix. Pour nous, la qualité se résume en quelques mots: sécurité, santé et bien-être des consommateurs grâce à des produits et des processus de fabrication respectueux de l'environnement et de la société.



## Marketing responsable

Afin d'assumer notre responsabilité envers notre clientèle, nous nous appuyons sur un engagement volontaire allant au-delà des exigences légales. Nous définissons nos propres principes et mesures pour la publicité et la vente des produits alimentaires et non alimentaires. La protection des enfants et des adolescents nous tient particulièrement à cœur, elle nous sert de référence dans le cadre de la conception et de l'utilisation de nos supports publicitaires.

## Photos publicitaires

- ✓ Nous représentons les enfants uniquement dans le cadre de la promotion de produits sains.
- ✓ Nos supports publicitaires reflètent la diversité de notre clientèle, en évitant tout stéréotype de genre et autres préjugés.

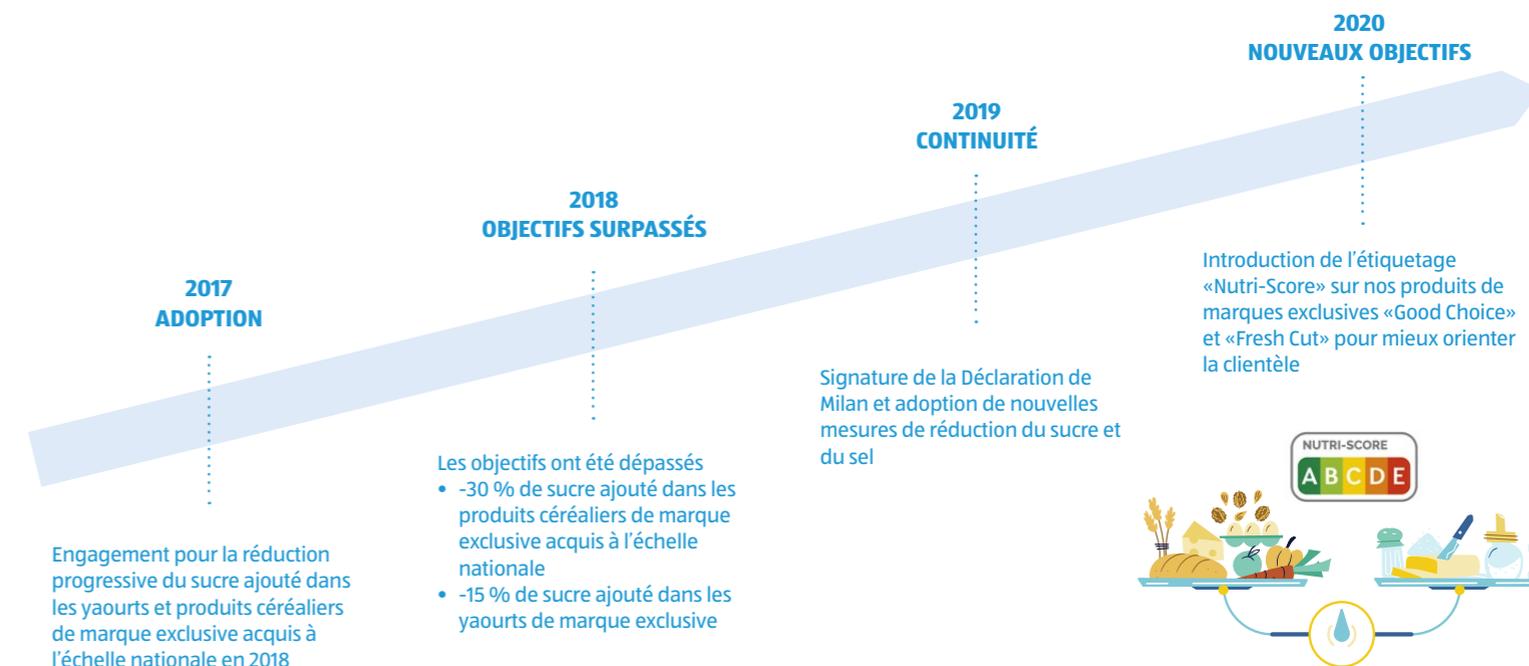
## Promotion de l'alcool et du tabac

- ✓ Nous faisons en sorte que les produits alcoolisés ne soient pas présentés sur les mêmes espaces publicitaires que les produits destinés aux enfants.
- ✓ Nous renonçons volontairement à faire la promotion du tabac et des cigarettes électroniques.

## Proposition d'alternatives plus saines

Nous pensons qu'une alimentation consciente et équilibrée devrait également être possible à un prix raisonnable, c'est pourquoi nous lançons régulièrement des campagnes d'informations et proposons un assortiment alternatif pour un mode de vie sain.

- ✓ Chaque semaine, les fruits et légumes sont mis en avant dans la publicité.
- ✓ Nous proposons régulièrement des alternatives végétariennes ou véganes ainsi que des produits alimentaires avec des recettes améliorées.



- ✓ Notre offre de produits bio ne cesse de s'élargir et nous maintenons des prix justes.
- ✓ Pour une alimentation équilibrée, nous élaborons des recettes en collaboration avec des nutritionnistes.
- ✓ Nous faisons en sorte que les produits soient étiquetés de manière claire et transparente pour permettre à nos clients de choisir en connaissance de cause.

## Seconde phase du partenariat avec actionsanté

Nous développons continuellement des produits dont les propriétés nutritionnelles ont été améliorées, qui favorisent un mode de vie sain ou qui répondent à des besoins nutritionnels spécifiques et ont été fabriqués de manière durable. Une analyse de l'ensemble de l'assortiment alimentaire a été menée en 2017 pour œuvrer à l'amélioration des profils nutritionnels dans le cadre de la stratégie nationale. En tant que partenaire d'actionsanté, ALDI SUISSE se sent obligée d'agir en s'engageant selon la devise «Make the healthy choice, the easy choice».

Nous appliquons des mesures afin que notre clientèle se sente mieux informée et puisse se nourrir de manière équilibrée, saine et variée grâce à l'assortiment d'ALDI SUISSE.

## ACTIONSANTÉ



L'initiative suisse actionsanté est soutenue par l'Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires (OSAV). Grâce à l'obtention de promesses volontaires de la part des entreprises, actionsanté espère pouvoir modifier les conditions-cadres afin que les choix alimentaires se portent plus facilement sur des produits plus sains.

Des informations approfondies sur la qualité de nos produits sont disponibles sur [aujourdhuipourdemain.ch](http://aujourdhuipourdemain.ch)

Plus qu'une  
production  
d'articles

un geste  
responsable en plus

Engagement Detox pour les textiles et produits en cuir:  
interdiction de



11 groupes de  
substances chimiques

De plus:

97%

de nos sites de production de textiles et de cuir ont obtenu des résultats valides après analyse des boues et des eaux usées.

Le **cuir** acheté pour les composants principaux provient exclusivement de **tanneries certifiées** par le Leather Working Group

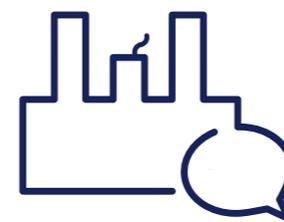


Audit (amfori BSCI ou SMETA) ou certification (SA 8000) valides effectués par des experts indépendants sur les sites de production pertinents dans le cadre du «**Social Monitoring Program d'ALDI**» pour garantir le respect des normes écologiques et sociales

Produits  
non alimentaires  
100%

Conserves  
100%

Mise en œuvre du projet **ALDI  
Factory Advancement Project**  
dans les sites de production  
pertinents au Bangladesh



Adoption de la déclaration de principe relative au respect des

droits de l'homme

et de la

directive contre le travail  
des enfants



# Plus que des matières premières

un geste responsable en plus



100 %  
du café brut



provient de fermes certifiées Fairtrade ou UTZ.

Œufs frais  
100 %  
certifiés

Œufs utilisés dans  
les préparations  
100 %  
issus de poules élevées  
hors cage

83 %

de nos produits non alimentaires comprenant un élément en bois ou en papier sont certifiés FSC®, PEFC ou se composent à 100 % de matériaux recyclés.



98 %  
des produits à base  
de cacao

utilisés dans les chocolats, pâtisseries, confiseries saisonnières ainsi que dans les produits avec une teneur en cacao de plus de 10 % sont issus de cacao répondant aux normes Fairtrade, UTZ ou Rainforest Alliance.

Traçabilité sans faille  
de tous les articles composés de matières premières d'origine animale, et ce, depuis leurs origines auprès du fournisseur



Huile de palme  
et de palmiste

Certification RSPO de tous les produits issus du palmier à huile

Alimentaire 100 %  
Non alimentaire 100 %



100 %  
de nos thés verts,  
blancs et noirs sont  
certifiés Fairtrade ou UTZ.



100 %

de notre assortiment de poissons et fruits de mer provient de sources responsables.

# METTRE L'ACCENT SUR UN APPROVISIONNEMENT DURABLE

Nous nous engageons pour le respect des droits de l'homme ainsi que pour l'amélioration des conditions de travail et de vie tout au long de notre chaîne d'approvisionnement. Nous veillons à ce que nos produits soient élaborés de manière durable.

## Collaboration étroite avec les fournisseurs et les producteurs

Tout au long de notre chaîne d'approvisionnement mondiale, de l'extraction des matières premières au processus de production final, nous prenons en compte les critères sociaux et écologiques. Avec nos partenaires commerciaux, nous travaillons afin d'améliorer la transparence et nous attendons d'eux qu'ils se conforment aux normes sociales et environnementales, notamment aux «normes sociales dans le domaine de la production» d'ALDI.

Nous contrôlons particulièrement les conditions de production dans les pays où le respect de ces normes n'est pas encore évident. Dans ces pays, nous souhaitons contribuer à l'amélioration des conditions de travail et à la protection de l'environnement. Pour cela, nous dialoguons continuellement avec nos partenaires, nous mettons des projets en œuvre conjointement et nous supervisons les activités afin de nous assurer que les exigences imposées dans tous les sites de production d'ALDI sont bien remplies et respectées.

## L'exemple des textiles

La majeure partie de nos vêtements et textiles ménagers est produite en Asie. Nous travaillons continuellement à l'amélioration des processus de fabrication de ces produits, afin de les rendre plus respec-



Amélioration des conditions de travail grâce à l'inspection régulière de nos usines

tueux de l'environnement et socialement acceptables. Nous ne nous intéressons pas uniquement à l'amélioration des conditions de travail sur les sites de production, nous contrôlons également les étapes de notre chaîne d'approvisionnement, de la production du coton à l'enoblissement des textiles, en passant par la filature et la teinture. En 2016, nous nous étions déjà impliqués dans l'engagement Detox de Greenpeace et avons retiré volontairement 11 groupes de substances chimiques de nos textiles et articles en cuir. D'ici 2025 au plus tard, le coton de nos vêtements et textiles ménagers sera exclusivement issu de sources certifiées.

Nos bureaux en Asie au Bangladesh et à Hong Kong contrôlent régulièrement que les exigences CR et nos conditions sociales sont bien respectées dans les sites de production implantés sur place.



La recherche commune de solutions favorise l'engagement et l'estime de soi

*J'ai pris conscience que mon opinion et mes idées étaient importantes pour le développement de mon usine. Nous avons appris que tous les problèmes et les conflits survenant au sein de l'usine pouvaient se résoudre par la communication et le dialogue.*



Rabeya, ouvrière dans une usine participant au projet AFA

## Bangladesh: le projet «ALDI FACTORY ADVANCEMENT»

Avec le projet «ALDI FACTORY ADVANCEMENT» (AFA), le groupe ALDI SUD a mis au point avec ALDI NORD un instrument qui permet d'accompagner le changement au sein des usines de vêtements au Bangladesh.

Depuis le lancement du projet en 2013, les employés et les managers mettent au point des solutions durables pour l'amélioration des conditions de travail dans les usines de vêtements. La mise en œuvre de ce projet montre:

- ✓ que la collaboration sur le lieu de travail permet de trouver des solutions durables,
- ✓ qu'une communication efficace favorise les comportements coopératifs et l'entente mutuelle,
- ✓ qu'en mettant à profit le potentiel des collaborateurs, les usines évoluent de manière positive,
- ✓ que la productivité et la qualité progressent.

De 2016 à 2019, le projet «AFA Project PLUS» a permis de répondre au besoin urgent des collaboratrices de l'usine concernant la prise en charge sérieuse de leurs enfants pendant les heures de travail. Nous collaborons avec les organisations non gouvernementales locales pour soutenir la formation continue des tuteurs, du personnel de direction dans les structures de garde des jeunes enfants, du personnel soignant et des parents employés à l'usine.

- ✓ **85'000** collaborateurs et cadres de **40** usines au Bangladesh
- ✓ **16** usines impliquées dans le projet AFA Project Plus avec une prise en charge des enfants

## PROJETS RELATIFS À LA PRODUCTION DES MATIÈRES PREMIÈRES

D'autres informations relatives aux «normes sociales dans le domaine de la production», à l'engagement Detox, au «Projet AFA», concernant tous les projets en lien avec la production des matières premières, ainsi que des statistiques sur la chaîne d'approvisionnement, les matières premières et le bien-être animal à l'échelle internationale sont disponibles sur [cr.aldisouthgroup.com](http://cr.aldisouthgroup.com) et sur la plate-forme de développement durable d'ALDI SUISSE [aujourdhuipourdemain.ch](http://aujourdhuipourdemain.ch)



Plus qu'une  
**coopération**

un geste  
responsable en plus



Plus de

**4'000**

jours de formation initiale et continue au sein de l'académie ALDI SUISSE ainsi que des **offres personnalisées** pour encourager le développement des talents et la progression, comme des cours de langue ou des formations continues externes

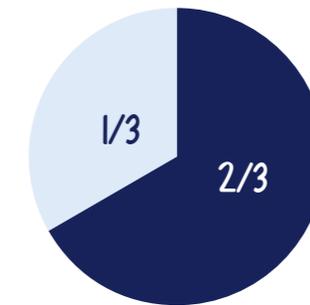
Des fruits et légumes, du café, du thé et de l'eau gratuits pour prendre une **collation saine** sur le lieu de travail



Allongement du congé paternité  
**de 2 à 4 semaines**

Prévoyance professionnelle avec la **caisse de pension ALDI SUISSE:**

2/3 des cotisations des employés (hors cadres) sont financés par ALDI SUISSE



**Équilibre entre travail et vie privée grâce à des horaires flexibles**

**Collecte de dons du sang** et prise en charge des frais relatifs à l'inscription des collaborateurs pour le **don de cellules souches**



**Enquêtes** régulières auprès des collaborateurs



afin d'améliorer continuellement l'environnement professionnel et l'atmosphère de travail

# NOS COLLABORATEURS SONT AU CŒUR DE NOS PRÉOCCUPATIONS



Pendant une semaine, les apprentis prennent les rênes dans nos filiales des apprentis.

Que ce soit à la vente ou à l'achat, à la logistique ou à l'administration, l'entente, la confiance et l'équilibre entre travail et vie privée sont les clés du succès. Nos collaborateurs profitent de conditions d'emploi plus avantageuses que la moyenne, de modèles de temps de travail flexibles, de formations initiales et continues orientées vers les objectifs ainsi que du développement du système de gestion de la santé en entreprise.

## Une culture d'entreprise en mutation

Notre culture d'entreprise repose sur le respect, l'équité et la coopération basée sur la confiance. Les équipes interdisciplinaires de l'administration collaborent sur des projets interservices pour concevoir des mises en pratique marquantes. Le passage au tutoiement respectueux dans l'ensemble du monde ALDI est la suite logique du tournant culturel positif opéré au sein de l'entreprise.

## «Ensemble. En bonne santé.» pour plus de bien-être sur le lieu de travail

Les collaborateurs ne sont pas toujours motivés et en bonne santé. Les tâches quotidiennes demandent beaucoup d'énergie. C'est pourquoi le développement du système de gestion de la santé en entreprise



Apprendre à bien se nourrir au travail avec un cours de cuisine



Faire de l'exercice pour changer de la routine professionnelle et rester en bonne santé

met l'accent sur l'importance d'un bon équilibre entre travail et vie privée et soutient les collaborateurs qui se trouvent dans une situation personnelle difficile.

- ✓ Protection des salariés au sein de l'entreprise en abordant des thèmes tels que **la sécurité au travail, la médecine du travail et la prévoyance santé** dans le cadre, par exemple, d'une initiation détaillée des nouveaux collaborateurs, de **formations sur la sécurité** ou d'informations continues
- ✓ **Promotion de la santé en entreprise** avec des mesures permettant par exemple de faire de l'exercice et en proposant des options de restauration saines, des postes de travail ergonomiques ou des formations sur la gestion du stress au quotidien dans les filiales et la logistique.
- ✓ **Management d'intégration professionnelle** après une absence prolongée pour des raisons de santé, avec conseils et accompagnement

## Motiver grâce aux formations initiales et continues

Notre académie ALDI SUISSE propose divers séminaires et formations destinés à favoriser l'évolution et à valoriser le potentiel de nos collaborateurs. Nous finançons également les besoins individuels en offrant différentes opportunités, comme des cours de langue, des formations continues professionnelles ou externes.

## Accompagnement et soutien de nos apprentis

Nos apprentis sont également intégrés au sein de l'équipe dès leur premier jour, que ce soit dans la vente, l'administration, l'informatique ou la logistique. Ils assument rapidement des responsabilités et évoluent dans le monde du commerce grâce à un encadrement rigoureux. Régulièrement, les apprentis des trois régions linguistiques se réunissent en petits groupes, accompagnés par un responsable de formation, pour discuter et travailler sur des thèmes pertinents. Au cours de leur dernière année, les apprentis du secteur de la vente vivent un grand moment au sein de la filiale des apprentis. Les activités quotidiennes de quatre filiales au sein des diverses régions suisses sont entièrement dirigées par les futurs employés du commerce de détail. Les apprentis démontrent leurs capacités avec beaucoup de passion et de fierté et reçoivent de nombreuses félicitations de la part de la clientèle enthousiaste.

### EN SAVOIR PLUS

Des informations approfondies au sujet d'ALDI SUISSE et des offres d'emploi sont disponibles sur [jobs.aldi.ch](https://jobs.aldi.ch)

Plus qu'un  
soutien



un geste  
responsable en plus

## Don

de  
**35 tonnes de textiles et  
5 tonnes d'articles non alimentaires**  
à la centrale de vêtements  
et aux épiceries Caritas

265'000  
francs | ♥

105'000 francs

issus de la vente d'articles d'hygiène dentaire signalés ont été reversés au Fonds Caritas en faveur des familles menacées et frappées par la pauvreté en Suisse pour financer:

- **54 demandes** de prise en charge des frais dentaires, des cours de sport et de musique, l'accompagnement quotidien, etc.
- **1/3** est investi dans le conseil des familles en matière d'endettement et de droits

160'000 francs

reversés à l'UNICEF, issus de diverses activités de collecte de dons:

- **Plus grande équipe d'entreprise** lors de l'événement caritatif Cycling for Children à Uster (ZH)
- **Boîtes de collecte** installées dans toutes les filiales
- **Sacs réutilisables UNICEF**
- **Pommes UNICEF**



## 100'000 francs

au profit de la collaboration avec la **Table Suisse** et **Table couvre-toi** ainsi que pour la distribution de produits alimentaires supplémentaires aux institutions sociales et aux personnes touchées par la pauvreté en Suisse



Nouvelle coopération avec  
**l'association  
Buy Food with Plastic**

Soutien financier pour la sensibilisation à l'utilisation du plastique dans le cadre d'un projet écologique et social au Nicaragua et au Ghana et d'un travail de sensibilisation en Suisse

## 98%

des filiales donnent les produits alimentaires invendus à des organisations caritatives, agriculteurs ou parcs animaliers



Les **5 premiers conteneurs** ont été installés à travers toute la Suisse devant des filiales sélectionnées, pour collecter des vêtements en faveur de Caritas

**2'000** dîners distribués gratuitement pour fêter les «30 ans de la Convention relative aux droits de l'enfant» à Berne

## 622

projets régionaux ont été soutenus financièrement dans toute la Suisse

En partenariat avec a:primo

## 57 livres

relatifs à la qualité, à la gentillesse envers les enfants, à l'encouragement précoce de l'égalité des droits et d'autres thèmes multiculturels ont été évalués

# UN ENGAGEMENT QUI VIENT DU CŒUR

416'040 francs | 

de dons d'argent et de produits, montant de l'aide accordée en 2019

ALDI SUISSE fait partie intégrante de la société et s'engage pour les familles et les enfants. En organisant diverses collectes de fonds et en soutenant les projets de différentes organisations, nous aidons les personnes dans le besoin.

Nous concentrons avant tout nos actions dans les domaines de l'aide d'urgence, de la santé et de l'alimentation ainsi que dans des projets agricoles durables. Nous ciblons les personnes en grande difficulté par le biais des organisations sociales actives au niveau national. C'est pourquoi nous travaillons en collaboration avec des organisations sélectionnées comme Caritas Suisse, UNICEF Suisse et Liechtenstein, la Croix-Rouge suisse ou Buy Food with Plastic. Nous permettons à nos organisations partenaires à l'échelle nationale de faire connaître leurs demandes et leurs offres auprès de la clientèle d'ALDI SUISSE via nos plates-formes. Les sociétés régionales d'ALDI SUISSE soutiennent également les associations, les écoles et les organisations caritatives des environs.

## Permettre aux familles de partir en vacances

En Suisse, la pauvreté est généralement invisible et peu évoquée. Environ un tiers du «Fonds en faveur des familles menacées et frappées par la pauvreté en Suisse» est alloué aux services de soutien proposés par Caritas Suisse dans le cadre du conseil juridique en matière de dettes. Par l'intermédiaire des organisations régionales d'accompagnement social de Caritas, les deux tiers restants vont aux familles rencontrant des difficultés financières, comme celle d'Anna\*. Anna vit avec sa mère, qui l'élève seule, dans un appartement trois pièces. La

mère travaille à temps partiel et doit donc assumer les frais relatifs à l'entretien d'une voiture, indispensable en raison des horaires de travail irréguliers planifiés jusque tard le soir. Des frais qu'il faut couvrir. À l'automne 2019, l'école d'Anna organise un camp scolaire d'une semaine. La petite fille aurait bien aimé participer aux côtés des autres enfants. Mais sa mère ne pouvait pas assumer une telle dépense. La facture du dentiste s'élevant à 1200 francs n'a pas encore été réglée. Depuis des années, la petite famille ne peut pas se permettre de partir en vacances. Il était d'autant plus important pour la mère que sa fille puisse participer au camp avec les autres enfants. Grâce au soutien financier, Anna a pu se rendre au camp et prendre part à la vie sociale.

\*Nom connu au service régional de consultation sociale de Caritas

## Soutien en faveur des familles frappées et menacées par la pauvreté en Suisse

(en CHF)

**CARITAS** Schweiz  
Suisse  
Svizzera  
Svizra

2019: vente de divers articles identifiés par le logo Caritas et don d'ALDI SUISSE

105'000 francs | 



Les conseils financiers proposés par Caritas rendent toute la famille plus forte.



Une «Commune amie des enfants» prend les plus jeunes au sérieux.

### EN SAVOIR PLUS

Des informations au sujet de nos partenaires et de leurs produits sont disponibles sur [aujourdhuipourdemain.ch](http://aujourdhuipourdemain.ch)

## Programmes de l'UNICEF en Suisse et au Malawi en faveur des enfants

(en CHF)



2019: vente de divers articles identifiés par le logo UNICEF et don d'ALDI SUISSE

160'000 francs | 

## Faire participer les enfants au sein de la commune

L'initiative «Commune amie des enfants» a pour objectif de faire en sorte que la Convention des Nations Unies relative aux droits de l'enfant soit systématiquement appliquée à l'échelle communale. Les enfants doivent pouvoir évoluer et s'épanouir au mieux en Suisse. Le label «Commune amie des enfants» profite en premier lieu aux enfants et aux adolescents. Les communes identifient leurs besoins et s'en servent de base pour élaborer un plan d'action détaillé, afin d'apporter des améliorations adaptées aux enfants à l'échelle de la commune. Les enfants arrivent ainsi à se faire entendre et s'impliquent activement dans la vie communale. ALDI SUISSE soutient ces initiatives à l'aide d'un fonds permettant de soutenir les communes qui s'efforcent d'obtenir le label de l'UNICEF et qui organisent des ateliers auxquels participent des enfants et des adolescents. Des passages pour piétons sécurisés, des voies cyclables élargies, des aires de jeux conçues par et pour les enfants sont aménagés et des conseils d'enfants et d'adolescent se forment pour ouvrir le dialogue avec le conseil municipal.

# Plus qu'une simple réduction

un geste responsable en plus



## 100%

des sites ALDI SUISSE sont **neutres sur le plan climatique** grâce à la compensation des émissions de l'entreprise en collaboration avec la fondation environnementale suisse myclimate.

## 47% de réduction

des émissions de gaz à effet de serre par mètre carré de surface de vente entre 2012 et 2018

**Une logistique** bien pensée avec récupération de la marchandise auprès des fournisseurs sur le chemin du retour après l'approvisionnement des filiales.



**100 %** de l'électricité est fournie par l'énergie hydraulique suisse ou les installations de panneaux photovoltaïques sur les toitures d'ALDI SUISSE

Partenaire d'or des Energydays 2019 et vente **exclusive** d'ampoules LED dans notre assortiment



Objectif de réduction de la mission packaging ALDI

25 % d'emballages en moins pour les produits de nos marques exclusives d'ici fin 2025

Vente de **produits en plastique jetables** comme les couverts ou les cotons-tiges **arrêtée** depuis 2019



Plus de 3'800 kg de plastique en moins

grâce à la suppression des couvercles notamment sur les pots de demi-crème acidulée, de crème fraîche et de skyr

## 2019

**Membre à part entière** de «PET Recycling Schweiz», pour le recyclage des bouteilles en cycle fermé dans toute la Suisse

**Membre fondateur** de l'«Allianz Design for Recycling», pour que les emballages soient conçus de manière à être recyclés

**Membre fondateur** de «PRISMA», afin que les emballages recyclables puissent également être recyclés un jour

# DES OBJECTIFS FORTS POUR LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

«Réduire avant de compenser»: notre objectif est de minimiser continuellement l'empreinte écologique de notre activité entrepreneuriale. À cette fin, nous réduisons notre production de gaz à effet de serre et nous compensons les émissions que nous ne pouvons pas éviter. Afin d'identifier et de mettre en œuvre des mesures, nous travaillons en étroite collaboration avec d'autres entreprises du secteur dans le cadre d'initiatives impliquant diverses parties prenantes et nous dialoguons avec les fournisseurs.

## Empreinte carbone d'ALDI SUISSE

(en kilogrammes de CO<sub>2</sub> par m<sup>2</sup> de surface de vente pour l'étendue 1 et l'étendue 2)



## Électricité verte, neutralité climatique et techniques de construction à la pointe de la modernité

Notre stratégie internationale en matière de climat est axée sur la réduction systématique de notre consommation d'énergie, l'utilisation d'énergies renouvelables et d'agents réfrigérants non polluants ainsi que sur l'introduction de concepts logistiques modernes:

- ✓ Électricité fournie exclusivement par
  - l'énergie hydraulique suisse
  - les installations photovoltaïques sur le toit du centre de distribution de Perlen et d'environ 80 filiales
- ✓ Récupération de la chaleur produite par les dispositifs de refroidissement
- ✓ Large utilisation de la chaleur perdue de nos fours de la PANETERIA pour le chauffage
- ✓ Technologie de réfrigération moderne avec les agents réfrigérants naturels de nos congélateurs
- ✓ Éclairage de nos filiales avec la technologie LED
- ✓ Planification des trajets logistiques de la manière la plus efficace possible selon le principe du relais

## Neutralité climatique grâce à la compensation des émissions de CO<sub>2</sub>

Les sites d'ALDI SUISSE présentent un bilan climatique neutre depuis 2017 grâce à la compensation. Nous compensons les émissions de CO<sub>2</sub> qui ne peuvent pas être évitées pour le moment en soutenant des projets de lutte contre le changement climatique certifiés selon la norme Gold Standard, en collaboration avec la fondation suisse myclimate.

## Objectifs ambitieux concernant les emballages

Pour protéger l'environnement, la «Mission packaging d'ALDI» a été mise en place au niveau international selon la devise «Réduire. Réutiliser. Recycler.». Dans cette optique, nous veillons à «utiliser le moins d'emballage possible, c'est-à-dire uniquement lorsque cela

est nécessaire pour éviter le gaspillage alimentaire». Nous travaillons avec les fournisseurs sur l'optimisation écologique et, dans le cadre de «l'Allianz Design for Recycling Plastics», avec l'ensemble de la chaîne de valeur des emballages pour concevoir des emballages qui se recyclent mieux. Et parce que la recyclabilité des emballages est la condition préalable à leur réutilisation, mais qu'il faut également des systèmes de collecte et de recyclage, nous participons en outre de manière active à l'initiative sectorielle «d'économie circulaire PRISMA».

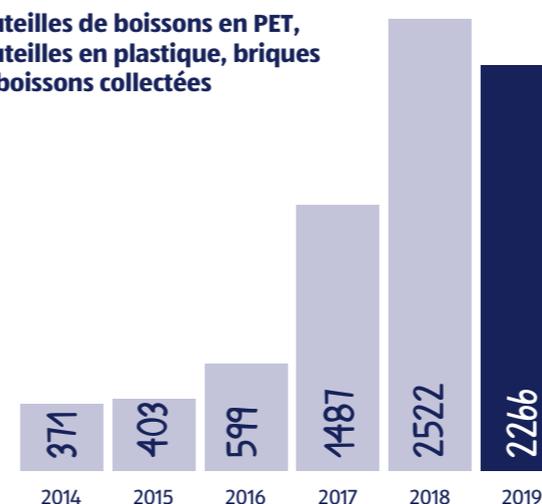
## De la gestion des matériaux recyclables issus des collectes de bouteilles en plastique au suivi du gaspillage alimentaire

ALDI SUISSE contrôle l'ensemble des fractions de matériaux recyclables produites. Sur cette base, des projets nationaux sont ensuite élaborés afin de garantir que la gestion des matériaux recyclables est la plus durable possible.

- ✓ Points de collecte des bouteilles de boissons en PET et des bouteilles plastiques généralisés partout en Suisse
- ✓ Accord de coopération avec Table couvre-toi et la Table suisse ainsi qu'avec les agriculteurs locaux pour la distribution gratuite de produits alimentaires
- ✓ Approvisionnement généralisé des usines de production de biogaz avec les excédents alimentaires qui ne peuvent plus être donnés ou utilisés pour l'alimentation animale en raison de réglementations légales, afin de recycler les aliments restants

## Bouteilles de boissons en PET, bouteilles en plastique, briques de boissons collectées

(t/a)



## PRISMA: plus que du recyclage



Simone Alabor, Prisma  
prisma-Innovation.ch

En Suisse, nous produisons plus de 700 kg de déchets par personne et par an. Seule la moitié de ces déchets est recyclée, le reste est incinéré. Avec ALDI SUISSE et d'autres entreprises engagées, nous recherchons ensemble des solutions afin de développer une économie circulaire autour des emballages.

## Allianz Design for Recycling: solutions d'emballage durables



Raymond Schelker, Allianz Design for Recycling  
circular-economy.swiss/allianz

De nombreux emballages en plastique en circulation ne peuvent pas être recyclés ou nécessitent pour cela un investissement technique et financier considérable. Au sein d'Allianz, les fabricants d'emballages, les détaillants comme ALDI SUISSE et les entreprises de recyclage définissent ensemble la manière dont les emballages en plastique doivent être conçus et fabriqués pour mieux les recycler.

## EN SAVOIR PLUS

D'autres informations et statistiques au sujet des mesures prises en faveur du climat et de l'environnement à l'échelle internationale sont disponibles sur [cr.aldisouthgroup.com](http://cr.aldisouthgroup.com) et sur la plate-forme de développement durable d'ALDI SUISSE [aujourdhuipourdemain.ch](http://aujourdhuipourdemain.ch)

# SUR LA VOIE DU SUCCÈS GRÂCE À DES OBJECTIFS CLAIRS

		● Objectifs internationaux ○ Objectifs nationaux ○ Labels/Certifications	Atteinte des objectifs avant fin	Dernière actualisation Fin 2019
<b>Vente de produits durables</b>	Outil d'analyse pour évaluer le montant des ventes de produits durables	○	2021	En cours
<b>Poisson et fruits de mer</b>	Issus à 100 % de sources responsables, aucune vente d'espèces menacées	● MSC, ASC, GlobalG.A.P., Bio, évaluation WWF: JAUNE, VERT	2020	✓
<b>Œufs</b>	Issus à 100 % de poules élevées hors cage	○ Bio, production intégrée (PI), Suisse Garantie, agroVet, KAT	2017 (national)	✓
<b>Cacao</b>	Certifié à 100 % pour l'ensemble des chocolats, pâtisseries, confiseries saisonnières et pour tous les articles avec une teneur en cacao ≥10 %	● Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance	2016	98 %
	Certification de tous les articles contenant du cacao	○	2020	88 %
<b>Café</b>	100 % du café brut proviennent de sources certifiées	○ Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance	2020	✓
<b>Thé</b>	100 % des thés rooibos proviennent de sources certifiées	○ Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance	2017	aucun article en 2019
	100 % des thés blancs, noirs et verts proviennent de sources certifiées	○ Exceptions: NATURE SUISSE BIO, NATURE SUISSE, Suisse Garantie et thés instantanés	2018	✓
	50 % des thés aux fruits et aux plantes proviennent de sources certifiées	○	2019	✓ Objectifs dépassés: 59 %
<b>Huile de palme</b>	Produits alimentaires: l'huile de palme provient à 100 % de sources certifiées	● Mass Balance, Segregation, Identity Preserved	Produits alimentaires: 2015	✓
	Produits bio: 100 % sans huile de palme	○	2018	✓
<b>Bois</b>	100 % des articles non alimentaires en bois ou à base de papier proviennent de sources responsables	● FSC, PEFC, recyclage à 100 %	2020	83 %

		● Objectifs internationaux ○ Objectifs nationaux ○ Labels/Certifications	Atteinte des objectifs avant fin	Dernière actualisation Fin 2019
<b>Fruits et légumes</b>	Renoncement généralisé au transport aérien, compensation des émissions pour les exceptions	○	2019	✓
<b>Fleurs et plantes</b>	Certification GlobalG.A.P pour la chaîne d'approvisionnement et certification sociale supplémentaire	○ GlobalG.A.P. Chain of Custody et GlobalG.A.P. Module GRASP, alternatives reconnues conformément à la politique d'achat	2019	Analyse en cours
<b>Tourbe</b>	Terreau en sac sans tourbe (part de 5 % maximum autorisée sur le volume total)	○	2020	✓
<b>Normes sociales dans le domaine de la production</b>	100 % des articles non alimentaires et des conserves produits dans des pays à risque proviennent exclusivement de sites de production ayant fait l'objet d'un audit ou d'une certification valide (conformément au Social Monitoring Program d'ALDI)	● Audit BSCI ou SMETA valide pour les sites de production et affiliés, SA 8000	Produits non alimentaires: 2017 Conserves: 2018	Produits non alimentaires: ✓ Conserves: ✓
<b>Ampoules</b>	100 % d'ampoules LED dans notre assortiment	○	2017	✓
<b>Coton</b>	100 % des vêtements et textiles ménagers proviennent de sources certifiées	● Fairtrade, Global Organic Textile Standard (GOTS), Organic Content Standard (OCS), Cotton made in Africa (CmiA), Better Cotton Initiative (BCI)	2025	Analyse d'ici fin 2020
<b>Emballage</b>	Réduction du poids total des emballages de 25 %	○	2025	Analyse d'ici fin 2020
	100 % des emballages à base de bois (par ex. carton ou papier) sont issus d'exploitations forestières durables ou sont fabriqués à partir de 70 % de matériaux recyclés au minimum	○	2020	49 %
<b>Installations photovoltaïques et électricité verte</b>	L'électricité verte est issue à 100 % des centrales hydrauliques suisses ou de centrales solaires	○	2014	✓
	Installation photovoltaïque sur le toit du centre de distribution à Perlen	○	2019	✓
	Installations photovoltaïques dans toutes les filiales autonomes après vérification de la faisabilité et accord	○	2021	13
<b>Émissions de CO<sub>2</sub> liées au transport aérien et aux activités de l'entreprise</b>	Compensation des émissions de CO <sub>2</sub> à 100 %	●	2017	✓

# PLUS QU'UN POINT DE REPÈRE

Les labels sont un bon outil de décision pour l'achat. Les produits durables peuvent donner des renseignements sur l'origine, les aspects environnementaux, les modes de culture utilisés, les critères de protection des animaux ou les conditions de travail en tenant compte de la réalité sociale.



## ASC

Le label de l'Aquaculture Stewardship Council (ASC) identifie les poissons et fruits de mer issus d'un élevage respectueux de l'environnement et socialement responsable.  
[asc-aqua.org](http://asc-aqua.org)



## CmiA

Cotton made in Africa (CmiA) est une norme reconnue à l'échelle internationale pour le coton durable en provenance d'Afrique. Elle intervient en faveur de la protection contrôlée de l'environnement et afin d'obtenir de meilleures conditions de vie et de travail pour les petits exploitants africains. Une initiative de la Aid by Trade Foundation.  
[cottonmadeinfrica.org](http://cottonmadeinfrica.org)



## Produits bio de l'UE

Cette norme régit la production de produits agricoles biologiques ainsi que l'alimentation, la détention et l'abattage des animaux au sein de l'Union européenne.  
[oekolandbau.de/en/bio-siegel/](http://oekolandbau.de/en/bio-siegel/)



## Fairtrade Max Havelaar

En achetant des produits ayant obtenu le label Fairtrade Max Havelaar, les consommateurs permettent aux familles de petits producteurs et aux employés dans les pays en développement d'obtenir de meilleurs revenus ainsi que de bonnes conditions de travail. Ils bénéficient de prix stables ainsi que d'une prime Fairtrade et de conseils sur place. Le label pour produits noir indique que le produit contient exclusivement des ingrédients Fairtrade. Le label blanc est utilisé pour indiquer quel ingrédient du produit est certifié selon les critères Fairtrade.  
[maxhavelaar.ch](http://maxhavelaar.ch)



La marque de la gestion forestière responsable  
FSC® N001545

## FSC®

Le label de l'organisation «Forest Stewardship Council®» (FSC) identifie les produits en bois issus d'une exploitation forestière responsable.  
[fsc-suisse.ch](http://fsc-suisse.ch)



## Label GGN

Le label GGN défend une agriculture et une aquaculture responsables. Les produits signalés par ce label ont été contrôlés de manière indépendante et proviennent de fermes certifiées selon le référentiel GLOBALG.A.P. Ces fermes répondent notamment aux exigences en matière de sécurité alimentaire, de protection de l'environnement et des animaux ainsi qu'à divers critères sociaux. Grâce au numéro GNN à 13 chiffres, les consommateurs peuvent retracer de manière transparente la manière dont leur produit a été fabriqué.  
[ggn.org](http://ggn.org)



## GOTS

La certification «Global Organic Textile Standard» (GOTS) garantit le respect des normes sociales et environnementales tout au long de l'ensemble de la chaîne de production textile. Seuls les produits textiles composés d'au moins 70 % de fibres naturelles produites de manière biologique peuvent être certifiés conformément à la norme GOTS.  
[global-standard.org](http://global-standard.org)



## MSC

Le label bleu du Marine Stewardship Council (MSC) défend une pêche durable et respectueuse de l'environnement. L'objectif est de préserver les stocks de poissons pour les générations futures et de récompenser le travail des pêcheurs aux pratiques durables.  
[msc.org](http://msc.org)



## NATURE ACTIVE BIO

Ce label identifie les produits et denrées alimentaires qui satisfont aux critères des dispositions légales de l'UE en matière d'agriculture écologique.  
[naturesuisse.ch](http://naturesuisse.ch)



## NATURE SUISSE

Label des marques exclusives d'ALDI SUISSE qui distingue les produits fabriqués selon les normes de la production intégrée.  
[naturesuisse.ch](http://naturesuisse.ch)



## NATURE SUISSE BIO

Label des marques exclusives d'ALDI SUISSE qui distingue les produits bio issus de l'agriculture biologique suisse.  
[naturesuisse.ch](http://naturesuisse.ch)



## Organic Content Standard 100/blended

Les normes Organic Content Standard 100 (OCS 100) et Organic Content Standard blended (OCS blended) permettent aux entreprises de connaître la proportion de matériaux écologiques dans les textiles.



## PEFC

Le Programme de reconnaissance des certifications forestières (PEFC) promeut la protection et l'exploitation écologique, économique et socialement durable des forêts. La certification garantit que le bois utilisé dans le produit provient de forêts exploitées durablement, du recyclage et de sources contrôlées. L'ensemble des processus de fabrication des produits est contrôlé par des experts indépendants.  
[pefc.ch](http://pefc.ch)



## STANDARD 100 by OEKO-TEX®

Le label distingue les textiles contrôlés par des instituts indépendants afin de déceler les substances interdites et nocives pour la santé et ainsi garantir leur sécurité du point de vue de l'écologie humaine.  
[oeko-tex.com](http://oeko-tex.com)



## Suisse Garantie

L'objectif de cette marque de garantie est de favoriser les produits issus de l'agriculture suisse.  
[suissegarantie.ch](http://suissegarantie.ch)



## UTZ / RAINFOREST ALLIANCE CERTIFIED™

Rainforest Alliance et UTZ s'associent à l'avenir sous le nom Rainforest Alliance. L'organisation continue de soutenir les petits producteurs et les fermes avec des formations, pour les aider à améliorer leurs récoltes et leur assurer des revenus. Une attention particulière est également accordée à la rentabilité durable ainsi qu'à la culture d'un large éventail de matières premières compatible avec la société et l'environnement, notamment dans les régions tropicales.  
[rainforest-alliance.org/lang/fr](http://rainforest-alliance.org/lang/fr)

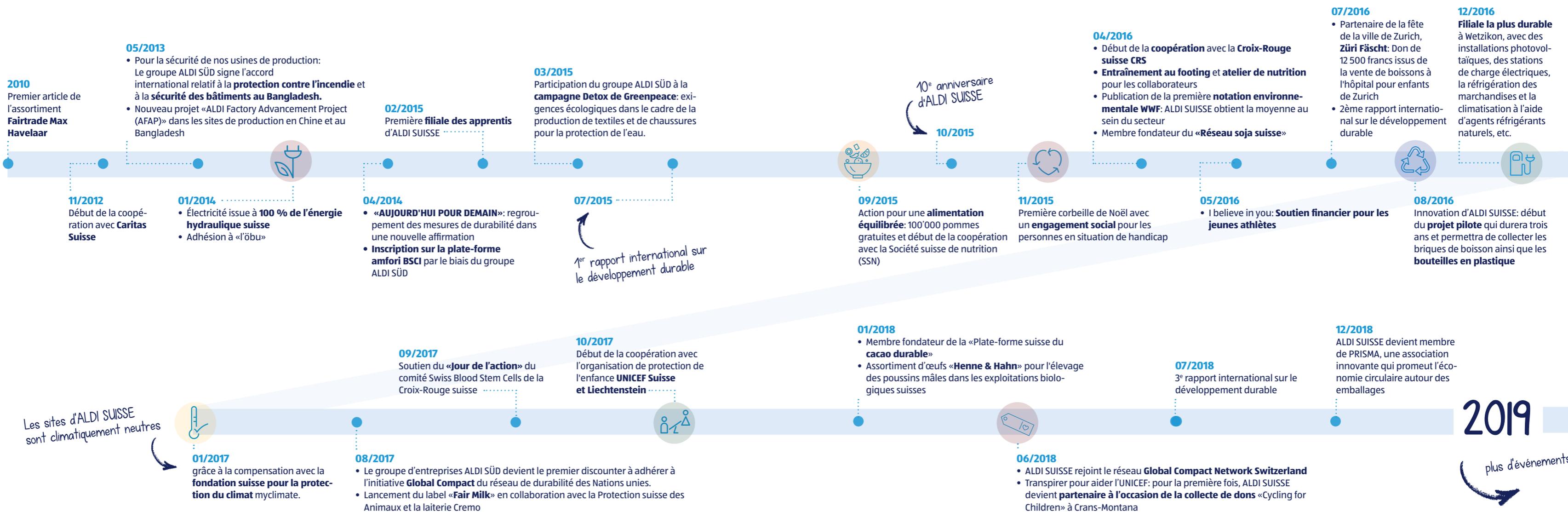


## V-Label

Avec ce label protégé et reconnu à l'échelle internationale permettant de reconnaître les produits végétariens et végétariens, les consommateurs peuvent se repérer de manière fiable lors de leurs achats quotidiens.  
[v-label.eu](http://v-label.eu)



# EN SUISSE DEPUIS 15 ANS: NOS ÉTAPES CLÉS EN MATIÈRE DE DURABILITÉ



# Événements en 2019

01/2019

- Développement du **système de gestion de la santé interne à l'entreprise** pour les collaborateurs d'ALDI SUISSE
- Début de la **Mission packaging d'ALDI** à l'échelle internationale «Réduire. Réutiliser. Recycler.».
- Signature du «Codex de la Communauté du commerce suisse en tabacs pour une meilleure protection des mineurs»

06/2019

Participation à l'**événement caritatif de l'UNICEF** «Cycling for Children»

Signature de la prolongation de la Déclaration de Milan

08/2019

03/2019

200<sup>e</sup> filiale ALDI SUISSE

04/2019

La 2<sup>e</sup> notation environnementale **WWF** montre une forte progression, en particulier dans la catégorie de l'environnement

07/2019

**Partenaire de la Züri Fäscht**: Allocation d'une partie des bénéfices provenant de la vente de boissons à la fondation de l'hôpital pour enfants de Zurich: 12'605 francs

09/2019

Membre fondateur de l'«Allianz Design for Recycling», pour des **solutions d'emballage avec une meilleure recyclabilité**

11/2019

- **Doublement de la durée du congé paternité** pour l'étendre à 4 semaines
- Signature du partenariat avec la «**Table suisse**» et «**Table couvre-toi**»

Nous continuons à poursuivre nos objectifs en matière de développement durable!

2020

10/2019

- Membre à part entière de **PET Recycling Schweiz**
- Début de la construction de l'**installation photovoltaïque** sur le toit du centre de distribution de Perlen

12/2019

Retrait de la vente de tous les produits en plastique jetables