



Plus  
pour la vie.

# POLITIQUE DE PROTECTION DU CLIMAT

ALDI SUISSE





## 1. Nos responsabilités

Étant un discounter de poids sur le marché suisse, nous sommes conscients de nos responsabilités envers la population, les animaux et l'environnement. ALDI SUISSE est convaincu que la réussite économique durable ne peut être atteinte que si des défis mondiaux tels que le changement climatique sont relevés. Les conséquences écologiques et sociales du changement climatique, comme par exemple les conditions météorologiques extrêmes, l'élévation du niveau des mers, la fonte des glaciers, la pénurie en eau et la pénurie alimentaire ainsi que l'augmentation des inégalités sociales, requièrent un engagement de l'ensemble de la société pour la protection du climat.

La protection du climat joue un rôle central dans les efforts de durabilité d'ALDI SUISSE en tant qu'élément essentiel des principes de durabilité. ALDI SUISSE, qui fait partie du groupe ALDI SÜD, s'est fixé dans le cadre de l'initiative Science Based Targets des objectifs de protection du climat validés scientifiquement. Nous voulons réduire continuellement notre empreinte carbone et agir à long terme de manière climatiquement neutre. La présente politique climatique sert de directive à nous-mêmes comme à nos partenaires, afin d'adopter une orientation économique peu polluante et sous le signe de l'efficacité énergétique.

## 2. Principes et champ d'application

Nous travaillons essentiellement selon le principe «éviter, réduire, investir». L'application de notre engagement pour la protection du climat s'effectue en trois étapes:

-  Éviter les émissions de gaz à effet de serre, par exemple en utilisant à 100 % de l'électricité d'origine hydraulique et solaire suisse
-  Réduire les émissions de gaz à effet de serre, par exemple par des investissements continus dans des mesures d'efficacité et des technologies alternatives
-  Investir dans des mesures de protection du climat efficaces dans notre chaîne d'approvisionnement et dans la conception de l'assortiment.

Nos activités commerciales quotidiennes causent des émissions de gaz à effet de serre. Ainsi, la production, le transport, le stockage, la vente et l'utilisation de nos produits requièrent de l'énergie et les émissions de gaz à effet de serre en sont la conséquence. Dans ce cadre, on distingue les émissions directes et indirectes.

### Catégories d'émissions (scopes) selon le Greenhouse Gas Protocol

#### Émissions de scope 1: émissions directes

Émissions d'ALDI SUISSE générées au cours des processus opérationnels. Cela comprend la flotte de camions, la technique de réfrigération, le chauffage ainsi que nos véhicules de service.

#### Émissions de scope 2: émissions indirectes

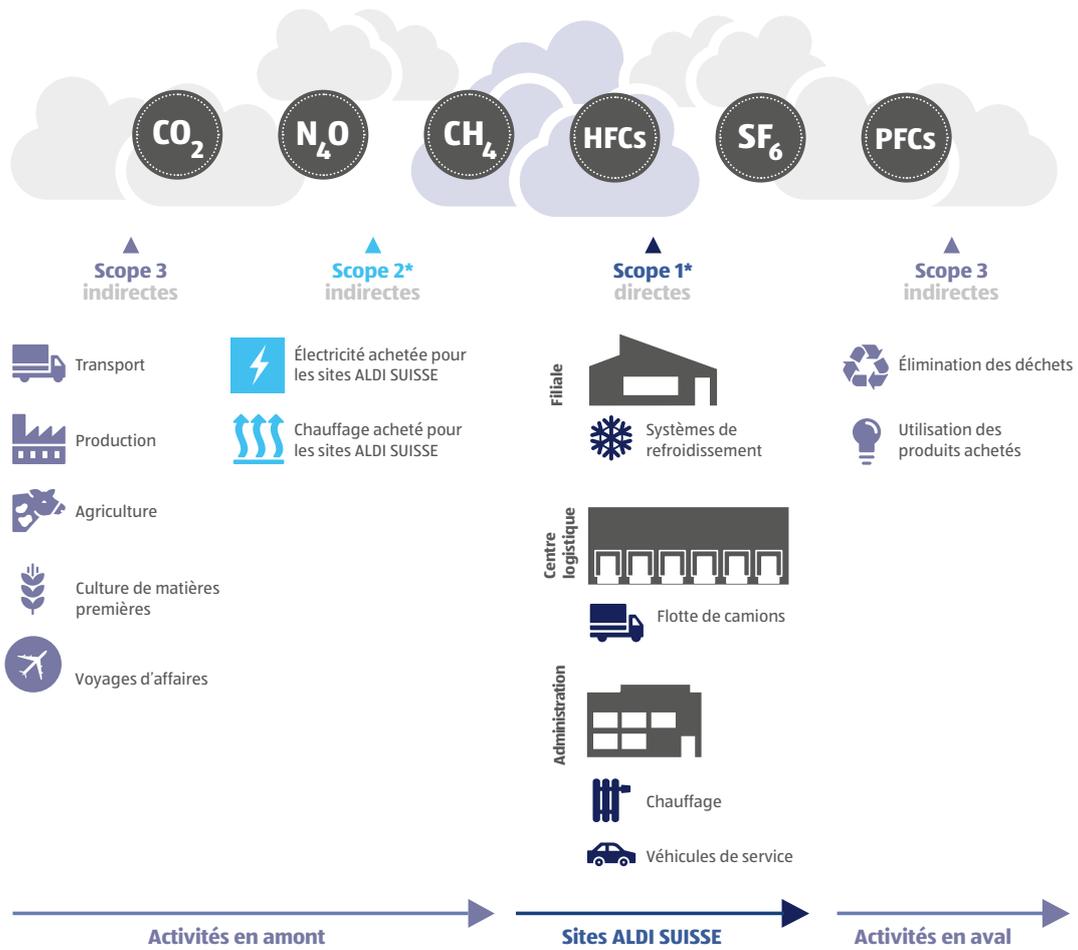
Les émissions générées par l'achat d'électricité et le recours au chauffage urbain.

#### Émissions de scope 3: émissions indirectes

Les émissions produites en dehors de nos propres processus opérationnels. Par exemple, les émissions dues à l'achat de matières premières et de matériaux, à la fabrication et à l'utilisation, à l'emballage, à l'élimination et au transport des produits par des entreprises de logistique tierces, ainsi qu'aux déplacements professionnels en avion et en train.



## Aperçu des émissions les plus pertinentes tout au long de la chaîne d'approvisionnement



\* Les émissions des scopes 1 et 2 sont systématiquement comptabilisées dans notre empreinte carbone. Tous les six gaz à effet de serre définis comme pertinents selon le protocole de Kyoto y sont pris en compte. Pour permettre une comparaison des émissions, celles-ci sont converties en équivalents CO<sub>2</sub> (CO<sub>2</sub>e).



### 3. Objectifs en matière de protection du climat et processus de surveillance

Le groupe d'entreprises ALDI SÜD est le premier discounter international à se fixer des objectifs climatiques validés scientifiquement et s'appliquant à toute l'entreprise, afin de réduire le réchauffement de la planète bien en dessous de deux degrés Celsius. Ces objectifs ont été examinés et confirmés par l'initiative «Science-Based Targets», SBTi, au moyen de critères scientifiques de trois ONG leader à l'échelle internationale et du Pacte mondial des Nations Unies. L'objectif du groupe d'entreprises ALDI SÜD: d'ici 2025, les émissions de gaz à effet de serre devraient baisser de 26 pour cent par rapport à 2016. L'objectif de 2020, à savoir une réduction de 30 % par rapport à 2012, a déjà été dépassé grâce aux mesures énumérées ci-dessous. Entre 2012 et 2019, 50 % des émissions de gaz à effet de serre, mesurées en équivalents CO<sub>2</sub> par mètre carré de surface de vente, ont été réduites.



#### Réduction des émissions de gaz à effet de serre liées à nos activités



L'objectif du groupe d'entreprises ALDI SÜD: **d'ici 2025, nous comptons réduire les émissions de gaz à effet de serre produites lors de nos opérations sur nos sites de 26 % par rapport à l'année 2016.** Nous nous rapprocherons ainsi de notre objectif, à savoir supprimer l'intégralité des émissions.

#### 3.1 Saisie périodique d'une empreinte carbone de l'entreprise

Les mesures de réduction des émissions de gaz à effet de serre requièrent un suivi permanent. Depuis 2012, nous, ainsi que tous les autres pays du groupe ALDI SÜD, calculons de manière récurrente une empreinte carbone internationale pour nos sites selon le Greenhouse Gas Protocol. Ce bilan climatique est vérifié par des experts externes selon la norme internationale ISAE 3410 (International Standard on Assurance Engagement). En 2016, nous avons publié pour la première fois notre empreinte carbone à l'échelle du groupe dans notre rapport CR international. Depuis 2016, les données des sites d'ALDI SUISSE sont saisies annuellement. Ce chiffre inclut toutes les émissions de scope 1 et de scope 2 de nos filiales, de nos centres logistiques et de nos sites administratifs. En outre, des émissions de scope 3 d'entreprises de logistique externes fournissant nos filiales sont prises en compte.



## 4. Mesures de protection du climat dans nos processus d'entreprise

### 4.1 Utilisation de l'électricité 100 % verte

Depuis le 01.01.2014, ALDI SUISSE ne se procure plus que de l'électricité verte issu de centrales hydrauliques suisses pour ses plus de 200 filiales, le siège et les trois centres de distribution. En 2020, la plus grande installation solaire continue de Suisse a été raccordée au réseau sur le toit du centre logistique de Perlen (LU). Sur une surface de 45 000 m<sup>2</sup>, plus de 20 000 panneaux produisent de l'énergie solaire. Cela correspond à la capacité de production de 6'460 kilowatts crête (kWc). En 2023, la plus grande installation solaire continue du canton de Saint-Gall a été ajoutée sur le toit du centre logistique de Schwarzenbach (SG), d'une surface de 25 000 mètres carrés. En outre, 74 filiales ont été équipées d'environ 45 000 panneaux photovoltaïques à la fin 2023. ALDI SUISSE utilisera l'électricité produite pour ses propres filiales ainsi que pour les bornes de recharge électrique mises à disposition des clients sur les parkings. Le surplus d'électricité produite sera transféré au réseau commun. Toutes les installations permettront de produire plus de 25 millions de kilowattheures d'électricité par an.

### 4.2 Optimisation continue

L'approvisionnement des filiales représente une part importante de nos émissions de gaz à effet de serre. La réduction des émissions dans la logistique fait donc l'objet d'une attention particulière. Depuis 2014 déjà, nos chauffeurs doivent notamment suivre une formation à la conduite économique et écologique (écoconduite). Afin de renforcer notre engagement en matière de logistique et de le valider en externe, nous sommes membres de l'initiative [Lean & Green](#) depuis 2023. Nous nous engageons ainsi à réduire nos émissions dans le domaine de la logistique d'au moins 20 % en cinq ans. Nous poursuivons cet objectif par le biais d'une multitude de mesures:

- Itinéraires optimisés dans la logistique.
- Utilisation de camions électriques et de carburants alternatifs.
- Optimisation continue de la capacité de transport des camions.
- Systèmes à chambres multiples dans la logistique, qui permettent le transport de marchandise congelée, réfrigérée et non réfrigérée dans un même camion.

Nous travaillons également en permanence à la réduction de nos émissions dans d'autres domaines.

- Optimisation des horaires d'aération et d'éclairage.
- Recours accru à un éclairage LED efficace. Les nouvelles filiales sont équipées exclusivement d'un éclairage LED.
- Utilisation de rayons réfrigérés et congélateurs efficaces.
- Utilisation de systèmes pour la récupération de chaleur de l'air évacué par les installations d'aération et de la chaleur résiduelle des systèmes de refroidissement pour réduire la demande d'énergie de chauffage.
- Construction d'installations spéciales de production combinée de chaud et de froid avec chauffage par le sol qui utilisent la chaleur résiduelle des systèmes de réfrigération et des fours pour chauffer la filiale.
- Utilisation de réfrigérant plus respectueux du climat comme l'ammoniac, le propane ou le CO<sub>2</sub>. Ces agents réfrigérants sont bien plus respectueux du climat que les agents aux HFC conventionnels. Le froid industriel des nouvelles filiales est entièrement généré à partir d'agents réfrigérants naturels.
- Promotion de la mobilité électrique grâce à l'élargissement du réseau de bornes de recharge de nos filiales.



## 5. Mesures en matière de protection du climat dans la chaîne d'approvisionnement et au niveau des produits

Dans le cadre de l'initiative Science Based Targets, nous, en tant que membre du groupe d'entreprise ALDI SÜD, allons plus loin dans nos efforts de protection du climat: conscients du fait que dans la pratique, une grande partie des émissions de gaz à effet de serre est produite hors des sites de l'entreprise, lors du traitement des matières premières et des produits et entre autres chez les fournisseurs, nous nous sommes engagés à impliquer les fournisseurs les plus importants sur le plan climatique. Tous les fournisseurs responsables de 75 pour cent des émissions totales liées aux produits du groupe d'entreprises ALDI SÜD en font partie. Ceux-ci sont tenus de se fixer d'ici fin 2024 leurs propres objectifs visant à réduire les émissions en question, ces objectifs devant reposer sur des bases scientifiques.

Par ailleurs, en collaboration avec nos prestataires de service, partenaires, clientes et clients et d'autres parties prenantes, nous cherchons continuellement des possibilités d'optimiser les processus pertinents sur le plan climatique en dehors de nos propres processus opérationnels. Pour ce faire, nous avons recours à des mesures sélectionnées.



### Réduction des émissions de gaz à effet de serre tout au long de notre chaîne d'approvisionnement



Dans le cadre de la stratégie internationale en matière de climat, le groupe ALDI SÜD s'engage à impliquer les **fournisseurs les plus importants sur le plan climatique**. Les fournisseurs du groupe qui sont responsables de 75 % des émissions en lien avec les produits sont encouragés à fixer leurs **propres** objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre validés scientifiquement (**«Science Based Targets»**) **d'ici 2024**.



## 5.1 Politiques d'achat avec une contribution positive à la protection du climat

La protection des forêts tropicales, des sol tourbeux et des marais joue un rôle important dans la protection du climat, car ces écosystèmes stockent une grande quantité de CO<sub>2</sub>. À travers la culture et l'utilisation de matières premières telles que l'huile de palme et le bois, ces habitats naturels sont mis en danger. Par conséquent, nos politiques d'achat tiennent compte de ce danger. Elles contiennent des directives sur l'origine et l'extraction de matières premières utilisées lors de la production d'articles d'ALDI SUISSE. À l'heure actuelle déjà et conformément à notre politique d'achat concernant l'huile de palme, 100 pour cent de l'huile de palme des articles alimentaires de nos marques propres porte le label de la RSPO. En ce qui concerne les domaines du papier et du bois, notre objectif est de n'avoir recours plus qu'aux matières premières provenant de la sylviculture durable et aux matériaux recyclés pour les articles de nos marques propres.

## 5.2 Une offre de produits ménageant le climat

### Assortiment de produits véganes et végétariens:

L'alimentation végane ou végétarienne a une valeur ajoutée particulière pour l'environnement. En effet, la production génère comparativement moins de CO<sub>2</sub> nuisible au climat. Actuellement, ALDI SUISSE dispose déjà d'un total d'environ 200 articles signalés comme végans ou végétariens. De la pâte à tartiner végane aux jus de fruits en passant par les alternatives végétales à la viande et au lait: ALDI SUISSE continue à développer l'assortiment végétarien et végan. Outre les produits biologiques de haute qualité BIO, les chaînes d'approvisionnement régionales et les matières premières durables y jouent un rôle important.

### Réduction de la tourbe:

La tourbe est la terre des marais asséchés. La tourbe est un produit naturel qui ne se reforme que très lentement, environ 1 mm de tourbe se forme chaque année. Pour extraire la tourbe, les marais sont drainés, détruisant ainsi des habitats précieux pour les espèces végétales et animales. Les marais forment un écosystème unique pour les espèces qui ne se trouvent que dans ces biotopes. ALDI SUISSE est cosignataire de deux déclarations d'intention entre les acteurs de la branche et l'Office fédéral de l'environnement. Le premier protocole d'accord vise à utiliser moins de 5 % de tourbe sur l'ensemble des ventes de terreaux en sac. Un objectif que nous avons atteint en 2020. Depuis 2021, nous ne proposons plus que des terreaux en sac 100 % sans tourbe. En été 2022, nous avons signé un autre protocole d'accord visant à réduire l'utilisation de tourbe dans la production de légumes et d'herbes aromatiques.

### Transport de fruits et légumes à émissions de CO<sub>2</sub> réduites:

Depuis 2023, les fruits et légumes ne sont plus importés par avion, alors que nous avons déjà renoncé au transport aérien de fruits en 2022. La plupart de nos fruits exotiques est transporté en Europe en bateau. En renonçant totalement au transport par avion, nous économisons chaque année environ 5000 tonnes de CO<sub>2</sub>.



### 5.3 Promotion de l'économie circulaire et réduction du gaspillage alimentaire



#### Mission packaging:

Avec la «Mission packaging ALDI: Réduire. Réutiliser. Recycler.» ALDI SUISSE se fixe des objectifs ambitieux: d'ici 2025, la quantité d'emballages de marques propres standard doit être réduite de 30 %, 100 % de nos emballages de marques propres doivent être recyclables et les emballages plastiques de marques propres doivent contenir au moins 30 % de matériaux recyclés. Par ailleurs, nous travaillons avec les acteurs du secteur afin de promouvoir l'économie circulaire dans les emballages.

#### Gaspillage alimentaire:

Notre première priorité est d'éviter les déchets alimentaires grâce à une manipulation consciencieuse et à un stockage correct. Dans les opérations des filiales comme dans la logistique, une gestion bien pensée veille à ce que les aliments parviennent aux consommatrices et consommateurs aussi intacts et frais que possible. En cas d'excédents alimentaires restés invendus, ceux-ci sont en premier lieu donnés à des tiers et utilisés de manière pertinente avant de devoir être éliminés, ce qui fait plutôt figure d'exception. ALDI SUISSE est aussi partenaire de l'initiative nationale suisse «SAVE FOOD, FIGHT WASTE.» Il s'agit d'un signal clair pour sauver les produits alimentaires. Vous trouverez plus d'informations à ce sujet dans notre [politique de prévention des pertes alimentaires](#).

#### Recyclage:

S'engager pour le recyclage tout en ménageant les ressources signifie s'engager pour la protection du climat. Toutes nos filiales récupèrent les bouteilles en PET, piles, ampoules, ainsi que les appareils électriques et électroniques pour les faire recycler. ALDI SUISSE entretient en outre sur l'ensemble du territoire un système de collecte des bouteilles en plastique (par exemple de shampoing, de lait, de produits de lessive et de nettoyage, etc.)

### 5.4 Sensibilisation à la protection du climat grâce à la communication

Nous réalisons notre engagement en faveur du développement durable selon la devise «Aujourd'hui pour demain» via nos canaux de communication pour les clientes et clients. Dans ce cadre, nous les sensibilisons aux thèmes environnementaux et sociaux. Cela comprend entre autres la protection du climat selon la devise «Plus pour le climat».

ALDI SUISSE est partenaire de promotion du projet «Pionniers de l'énergie et du climat 2.0» en collaboration avec myclimate. Il s'agit d'un projet d'éducation à l'environnement à l'échelle de la Suisse qui offre aux classes la possibilité d'aborder les thèmes du climat, de l'énergie et de la durabilité. L'objectif est d'activer les élèves participants par rapport aux thèmes abordés et de leur donner les moyens de participer consciemment à la construction de leur avenir. Avec l'ensemble de la classe, ils doivent en outre planifier et mettre en œuvre un projet concret dans leur environnement, qui permette d'économiser de l'énergie ou de réduire les émissions de CO<sub>2</sub>.

## 6. Évaluation régulière

Les mesures susmentionnées sont développées de manière continue et sont complétées le cas échéant. C'est de cette manière seulement que nous pouvons exercer nos activités commerciales sous le signe de la responsabilité et du respect du climat.