



ALDI avanza en su compromiso por el fomento de la compra consciente y responsable

- ALDI publica su [Memoria de Sostenibilidad de seguimiento 2020](#), donde destaca su compromiso con el origen y la calidad de los productos, la apuesta por envases sostenibles y el uso de tecnología avanzada para minimizar el impacto en el medioambiente
- La compañía ha implementado importantes medidas para la reducción del plástico con el objetivo de que en 2025 el 100% de los envases de sus productos de marca propia sean reutilizables, reciclables o compostables

Sant Cugat del Vallès, 15 de julio de 2020-. ALDI avanza en su compromiso por el fomento de la compra consciente y responsable entre sus clientes, según se observa en la última edición de su [Memoria de Sostenibilidad de Seguimiento 2020](#) que el grupo de empresas ALDI Nord acaba de publicar y que recoge los objetivos y los logros de la compañía en materia de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de todas las empresas del grupo. En concreto, centra su estrategia en **hacer más sostenible toda su cadena de valor** a través de **la apuesta por los envases sostenibles y el uso de tecnología avanzada** que permita minimizar el impacto en el medioambiente, así como su **compromiso por incluir en su surtido productos y alimentos saludables, sostenibles y de calidad**.

Envases cada vez más sostenibles y fomentar la economía circular

Como parte de la cadena de valor en el sector retail, ALDI contribuye al desarrollo de envases más sostenibles y al establecimiento de una economía circular funcional para los envases. El objetivo es **implementar sistemáticamente mejoras en los envases de marca propia de acuerdo con los principios de reducir, reutilizar y reciclar**. El principio de la compañía es utilizar la menor cantidad posible de material de embalaje, siempre que se pueda garantizar la seguridad y la calidad del producto.

Durante 2020, en España, ALDI ahorró más de 375 toneladas de plástico (en 2019 fueron 1.100 gracias a la activación de importantes medidas para conseguir reducciones drásticas de plástico en el surtido). El objetivo para 2025 es que **el 100% de los envases de productos de marca propia sean reutilizables, reciclables o compostables**, y que se reduzca en un 15% el material y en un 20% el plástico virgen de los envases. Algunas de las medidas que ALDI está aplicando consisten en el rediseño de los envases, con opciones reutilizables o *refill*, la optimización del uso de materiales, la apuesta por el plástico reciclado y la elección de opciones más fácilmente reciclables, como el vidrio o el cartón.



Eficiencia energética para mitigar el impacto sobre el medioambiente

ALDI también trabaja para mitigar su impacto sobre el medioambiente a través de la compra exclusiva de energía verde y de la utilización de otras medidas, como la instalación de **iluminación LED, de placas solares y de sistemas de domótica**, entre otras. Desde 2016, todos los nuevos establecimientos de ALDI utilizan iluminación LED. A día de hoy, son más de 170 tiendas las que usan este sistema y más de 120 los nuevos supermercados equipados con domótica. La compañía, además, cuenta con **52 supermercados en España con placas fotovoltaicas** (con una capacidad instalada de 3.384 kWp) y tiene previsto ampliar la cifra en los próximos años.

La compañía también fomenta el uso de **CO₂ como refrigerante natural** en sus nuevos establecimientos, una alternativa más sostenible y eficiente que otras opciones disponibles en el mercado. Gracias a este conjunto de medidas, la cadena de supermercados ha conseguido reducir sus emisiones de efecto invernadero en un 80% desde 2015, superando su objetivo de reducirlas al menos en un 50% hasta finales del 2021. En este sentido, la compañía está actualmente definiendo nuevos objetivos para seguir avanzando con esta política.

Compromiso con el origen y la calidad de los productos

ALDI trabaja para promover un estilo de vida saludable y sostenible ofreciendo opciones asequibles y de calidad. Con este objetivo, la compañía promueve la compra consciente a través de un etiquetado claro del producto mediante el uso de certificaciones y etiquetas de sostenibilidad reconocidos. En concreto, ALDI tuvo a lo largo de 2020 **314 productos ecológicos en su surtido y 69 artículos con certificación Fairtrade de Comercio Justo**. Además, **el 37,8% del pescado y marisco, el 98,7% del cacao, el 71,2% del café y el 61,5% del té cuentan con certificados de sostenibilidad**. Desde 2018, ALDI ofrece el 100% de sus huevos frescos libres de jaula y tiene el compromiso de que el 100% de sus productos procesados que contengan huevo también lo sean en 2025 (actualmente el porcentaje es del 64,4%).

Los avances en materia de sostenibilidad por parte de la compañía se han reflejado igualmente en los productos no alimentarios. Por ejemplo, **el 68,7% de los textiles de ALDI están elaborados con algodón sostenible certificado, al igual que cuentan con certificado de sostenibilidad el 97,5% de los juguetes y otros artículos de madera o derivados**. El objetivo es alcanzar el 100% de los productos certificados en esta última categoría en el corto plazo y para textil, está previsto en 2025.

Ver la Memoria de Sostenibilidad de seguimiento 2020 de ALDI Nord completa [AQUÍ](#)

Sobre ALDI

ALDI es una de las principales cadenas de supermercados de España, con un modelo de negocio basado en el descuento. La entrada de ALDI en el mercado español se produjo en 2002 y actualmente cuenta con más de 340 tiendas y más de 5.500 empleados. ALDI orienta su actividad en ofrecer productos de alta calidad al mejor precio, que obtiene comprando



a los mejores proveedores locales, estatales e internacionales, y mediante sus marcas propias, como El Mercado, El Horno, Special, La Tabla, Esselt, Milsani, GutBio, Biocura o Mildeen, entre otras.

El grupo de empresas ALDI Nord es una de las cadenas de alimentación más importantes del mundo. El discounter centra todos sus esfuerzos en ofrecer productos básicos de calidad al mejor precio a clientes de nueve países europeos. La clave del éxito continuado de ALDI Nord Group son sus más de 77.000 colaboradores y colaboradoras de Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Portugal y España.

Para más información: www.aldi.es

Contacto para medios de comunicación:

Cristina Vilà - 687 695 710 - aldi@llorenteycuenca.com

Oriol Aguilar - 606 64 18 34 - aldi@llorenteycuenca.com