



**POSTĘPY  
2016**

Grupa Przedsiębiorstw ALDI Nord  
Raport ewaluacyjny

---



„Tylko ten, kto mierzy wyniki może stawać się lepszy. Niniejszy raport ewaluacyjny przedstawia nasze osiągnięcia w 2016 r.”

---

Rayk Mende

Dyrektor Działu CR  
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

## Spis treści

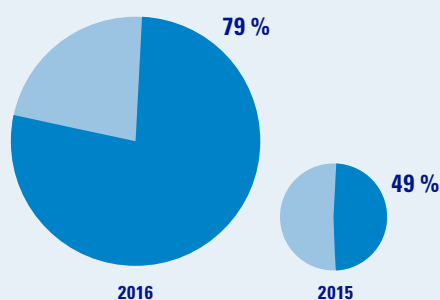
Na naszym słowie można polegać	3	Kluczowe wskaźniki	9	O niniejszym raporcie	30
Program CR	5	Strategia & Zarządzanie	9	Stopka redakcyjna & Kontakt	31
		Surowce & Łańcuch dostaw	11		
		Jakość	15		
		Klienci & Społeczeństwo	17		
		Pracownicy	20		
		Lokalizacje	25		

# Na naszym słowie można polegać

W rok po opublikowaniu naszego pierwszego raportu zrównoważonego rozwoju Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord informujemy Państwa o istotnych postępach w kwestii naszego zaangażowania w zrównoważony rozwój. Rozwój naszych wskaźników oraz aktualny stan naszego programu CR wykazują, iż na naszym słowie można polegać. Z powodzeniem pracujemy nad realizacją naszych celów i podejmujemy nowe wyzwania, by również w przyszłości działać w sposób odpowiedzialny.

## Cel zrealizowany

Oprócz naszych reklamówek z uszami oraz toreb wielokrotnego użytku wykonanych w przeważającej mierze z materiałów pochodzących z recyklingu oferujemy naszym klientom w Niemczech dodatkowe zrównoważone alternatywy w postaci nowych toreb bawełnianych, toreb wielokrotnego użytku z tworzywa sztucznego oraz toreb wykonanych z juty.

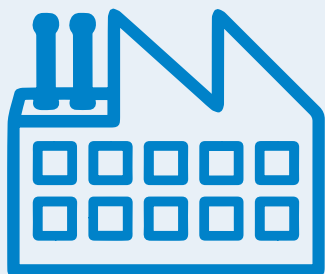


## Cel zrealizowany

Publikacja pierwszej międzynarodowej polityki zakupowej kawy.

Okolo  
**79**

procent zakupionych przez nas artykułów marki własnej posiadających w swoim składzie kakao zawierającego certyfikowany surowiec wyprodukowany w sposób zrównoważony. W 2015 r. udział ten wynosił 49 procent.



## Kolejne

**19**

zakładów produkcyjnych zostało włączonych do programu ALDI Factory Advancement (AFA) Project. Tym samym liczba zaangażowanych zakładów produkcyjnych w ciągu roku zwiększyła się z 20 do 39 zakładów produkcyjnych.



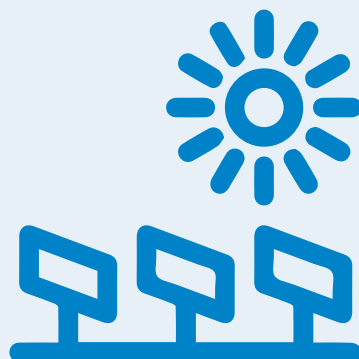
## Ponad

**64.000**

Od 2016 r. zatrudniamy w całej Grupie Przedsiębiorstw ponad 64.000 pracowników, to o 6.000 pracowników więcej aniżeli w 2015 r.

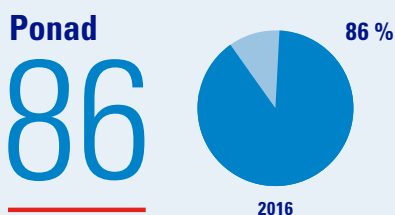


W naszym asortymencie w 2016 r. w całej Grupie Przedsiębiorstw znajdowało się 70 artykułów marki własnej posiadających certyfikat Fairtrade. Oznacza to o dwanaście artykułów więcej niż w roku 2015.



Okolo  
**16.000** MWh

Nasze instalacje fotowoltaiczne wyprodukowały w 2016 r. około 16.000 MWh prądu przyjaznego dla środowiska naturalnego. Wynik ten odpowiada rocznemu zużyciu 4.000 gospodarstw domowych i w stosunku do 2015 r. prawie się podwoił.



procent zastosowanego oleju palmowego do produkcji naszych artykułów marki własnej było fizycznie certyfikowane według standardu Okrągłego Stołu ds. Zrównoważonego Oleju Palmowego (Roundtable on Sustainable Palm Oil - RSPO). Wynik ten oznacza wzrost o prawie dziesięć procent w stosunku do roku poprzedniego.



### Cel zrealizowany

Publikacja pierwszej międzynarodowej polityki zakupowej herbaty.

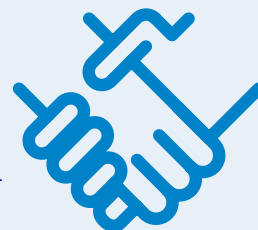


### Otwarcie

pierwszego sklepu posiadającego przyjazną dla środowiska instalację chłodniczą z czynnikiem chłodniczym CO<sub>2</sub>.

### Rozwój

fundacji ALDI Nord Stiftungs GmbH i jej międzynarodowego zadania polegającego na wspieraniu społecznego zaangażowania Grupy Przedsiębiorstw. Celem jest wspieranie rozwiązywania społecznych wyzwań.



Ponad  
**500**

W całej Grupie Przedsiębiorstw zaoferowaliśmy naszym klientom ponad 500 artykułów BIO. W 2015 r. było ich 433.

## Program CR



Obszar działania: odpowiedzialność w ramach łańcucha dostaw

Cel	Status	Termin celu	Zakres celu	Istotność celu
Wszystkie zakłady produkcyjne w krajach uznawanych przez BSCI za kraje ryzyka, które produkują artykuły Non-Food pod marką własną ALDI Nord, posiadają aktualny i wystarczający wynik audytu socjalnego (Business Social Compliance Initiative – BSCI).	→	2019	100 %	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW
Włączenie wybranych zakładów produkcyjnych wytwarzających artykuły Non-Food pod marką własną ALDI Nord do programu kwalifikacyjnego ALDI Factory Advancement (AFA) Project mającego na celu poprawę warunków pracy poprzez wspieranie dialogu pomiędzy pracownikami i menagerami w Bangladeszu.	↑	Cel realizowany sukcesywnie	Kontynuacja i rozszerzanie	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW
Utworzenie własnego procesu kontrolnego w Azji i sterowanie nim	→	2017	Ukończenie tworzenia procesu kontrolnego i przeprowadzanie kontroli	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW
Udokumentowanie ewaluacji socjalnej (GRASP lub porównywalnej) przez wszystkich producentów owoców i warzyw	→	2018	100 %	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW
Rezygnacja z określonych grup substancji w produkcji odzieży, tekstyliów domowych i obuwia marki własnej (ALDI Detox Commitment)	→	2020	100 %	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW
Stworzenie i opublikowanie międzynarodowej polityki zakupowej bawełny	→	2017	Polityka zakupowa	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW

↑ cel realizowany → proces w toku



## Obszar działania: odpowiedzialność w ramach łańcucha dostaw

Cel	Status	Termin celu	Zakres celu	Istotność celu
Stworzenie i opublikowanie międzynarodowej polityki zakupowej kawy	↑	2016	Polityka zakupowa	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW
Stworzenie i opublikowanie międzynarodowej polityki zakupowej drewna, tekstury, papieru	→	2017	Polityka zakupowa	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW
Zamiana na 100 % certyfikowany przez RSPO olej palmowy dla artykułów marki własnej w kategorii Food zawierających olej palmowy (Roundtable on Sustainable Palm Oil – RSPO)	→	2018	100 %	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW
Rozszerzenie Kodu Identyfikowalności ALDI (ATC) obok produktów mięsnych na artykuły marki własnej w asortymencie stałym i akcyjnym w dwóch kolejnych grupach towarowych, w tym ryby i produkty zawierające ryby	↑	2016	Dwie kolejne grupy towarowe	NIEMCY
Zamiana na certyfikowany surowiec (UTZ, Rainforest Alliance, Fairtrade) dla artykułów marki własnej zawierających istotny udział kakao w składzie w asortymencie stałym i akcyjnym w zdefiniowanym obszarze obowiązywania	→	2017	100 %	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW
Stworzenie i opublikowanie międzynarodowej polityki zakupowej herbaty	↑	2017	Polityka zakupowa	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW

↑ cel zrealizowany → proces w toku



## Obszar działania: oszczędzanie zasobów

Cel	Status	Termin celu	Zakres celu	Istotność celu
Wprowadzanie oświetlenia LED we wszystkich nowych sklepach (wewnątrz i na zewnątrz) oraz kontrolowanie wymiany starego oświetlenia na oświetlenie LED w istniejących sklepach i centrach logistycznych	→	2019 (i sukcesywnie)	100 %	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW
Zwiększenie udziału sklepów wyposażonych w instalacje fotowoltaiczne	→	Cel realizowany sukcesywnie	Kontynuacja i rozszerzanie	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW
Opracowanie koncepcji kontroli, analizy i redukcji emisji gazów cieplarnianych	→	2017	Projekt	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW
Opracowanie koncepcji wprowadzenia monitoringu energetycznego i systemu zarządzania energią	→	2017	Projekt	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW
Podwyższenie współczynnika wykorzystania energii pozyskanej samodzielnie za pomocą instalacji fotowoltaicznych w sklepach na potrzeby własne poprzez kombinację z koncepcjami wykorzystującymi dwusystemowe urządzenia chłodzące i grzewcze oraz układem instalacji fotowoltaicznych dostosowanych do zapotrzebowania	→	Cel realizowany sukcesywnie	Kontynuacja i rozszerzanie	NIEMCY
Sprawdzenie alternatywnych metod napędu do zastosowania w procesach logistycznych	→	2017	Sprawdzenie	NIEMCY
Wdrożenie całopowierzchniowego, cyfrowego systemu monitoringu systemów chłodzenia w celu uzyskania obniżenia emisji poprzez zoptymalizowane współczynniki szczelności i/ lub czynniki chłodnicze bardziej przyjazne dla środowiska	→	Cel realizowany sukcesywnie	100 %	NIEMCY
Stopniowe przestawienie wszystkich gotowych do podłączenia chłodziarek i zamrażarek na czynnik chłodniczy propan (R290) o bardzo niskim globalnym potencjale ocieplającym (Global Warming Potential - GWP)	→	Cel realizowany sukcesywnie	100 %	NIEMCY
Sprawdzenie wdrożenia alternatywnych zrównoważonych koncepcji toreb na zakupy	↑	2016	Sprawdzenie	NIEMCY



Obszar działania: zaangażowanie społeczne i



wspieranie dialogu

Cel	Status	Termin celu	Zakres celu	Istotność celu
Opracowanie projektów pilotażowych w zakresie zrównoważonej konsumpcji	→	2018	Projekt	NIEMCY
Wdrożenie instrukcji dotyczącej postępowania z żywnością nienadającą się już do sprzedaży w sklepach	→	2017	Sporządzenie i wdrożenie	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW
Rozszerzenie dialogu z istotnymi grupami interesariuszy	→	Cel realizowany sukcesywnie	Udział w inicjatywach branżowych	GRUPA PRZEDSIĘBIORSTW

↑ cel zrealizowany → proces w toku



# Strategia & Zarządzanie

KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Jako jeden z najlepiej prosperujących dyskontów w Europie jesteśmy świadomi wpływów naszej działalności. Reprezentujemy tradycyjne wartości kupieckie i działamy skupiając się na tym, co istotne. Również w przyszłości chcielibyśmy wyznaczać standardy w handlu detalicznym w sposób prosty, odpowiedzialny i niezawodny. Naszym celem jest dobro naszych klientów: powinni oni dokonywać u nas zakupów z czystym sumieniem.

## Artykuły i marki własne w asortymencie

Liczba artykułów i udział marek własnych w asortymencie stałym (w procentach)<sup>1</sup>

	2015		2016	
	Liczba artykułów	Udział marek własnych (w %)	Liczba artykułów	Udział marek własnych (w %)
Belgia/Luksemburg <sup>2</sup>	1.113	99,7	1.373	97,6
Dania	1.394	87,7	1.651	81,0
Niemcy	1.183	94,8	1.461	94,0
Francja	1.210	94,6	1.450	95,1
Holandia	1.238	97,7	1.437	94,2
Polska	1.339	88,6	1.700	86,8
Portugalia	1.477	92,3	1.505	85,3
Hiszpania	1.422	90,2	1.609	89,7
Grupa Przedsiębiorstw	1.297	92,9	1.523	90,2

<sup>1</sup> Wobec naszych dostawców definiujemy jasne wymagania dot. naszych marek własnych.

<sup>2</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

## Sklepy i pracownicy

Łączna liczba sklepów oraz (całkowita) liczba pracowników według płci i regionu na dzień 31.12.

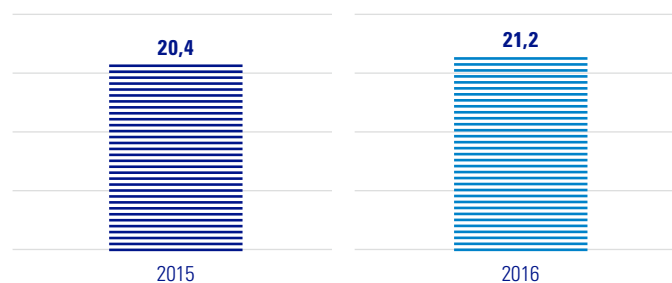
	2014 <sup>1</sup>		2015			2016		
	Liczba sklepów	Liczba pracowników	Liczba sklepów	Liczba pracowników	w tym kobiety	Liczba sklepów	Liczba pracowników	w tym kobiety
Belgia/Luksemburg <sup>2</sup>	460	6.116	461	6.256	4.452	457	6.412	4.455
Dania	227	1.985	220	2.037	1.051	222	2.184	1.128
Niemcy	2.387	29.568	2.339	31.429	22.521	2.298	35.215	25.405
Francja	908	6.947	899	7.420	4.533	891	8.243	5.204
Holandia	500	5.859	498	6.291	3.893	491	6.300	3.857
Polska	93	871	105	1.160	1.002	118	1.466	1.254
Portugalia	47	484	47	613	416	48	803	535
Hiszpania	245	2.463	260	2.973	1.889	264	3.456	2.174
Grupa Przedsiębiorstw	4.867	54.293	4.829	58.179	39.757	4.789	64.079	44.012

<sup>1</sup> Podział według płci jest możliwy dopiero od 2015 r.

<sup>2</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

## Obrót netto Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord

Całkowity obrót netto w roku obrotowym (w mld euro)



## Surowce & Łańcuch dostaw

KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Przejmujemy odpowiedzialność w obrębie naszego łańcucha dostaw. Niemal 90 procent naszych produktów jest produkowanych pod marką własną dla całej Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord. Umożliwia to nam realizowanie polityki zrównoważonego rozwoju bezpośrednio na poziomie produktu. Poprzez nasze polityki zakupowe i projekty definiujemy jasne wymagania dla naszych dostawców i producentów odnośnie standardów socjalnych i/lub ekologicznych wspierając zrównoważoną produkcję surowców.

### Udział zakupionych artykułów rybnych certyfikowanych pod kątem zrównoważonego rozwoju

Udział zakupionych artykułów marki własnej, posiadających certyfikat MSC, ASC, GLOBALG.A.P. lub unijne logo produkcji ekologicznej w łącznej liczbie zakupionych artykułów rybnych (w procentach)

Pod koniec 2016 r. w całej Grupie Przedsiębiorstw 36 procent zakupionych artykułów rybnych posiadało jeden z wymienionych certyfikatów. Największy udział (około 63 procent) przypadł standardowi certyfikacyjnemu MSC, następnie GLOBALG.A.P. (około 20 procent) oraz certyfikacji ASC (około 18 procent), jak również artykułom z unijnym logo produkcji ekologicznej (około 3 procent).<sup>1</sup>

	2014	2015	2016
Belgia/Luksemburg <sup>2</sup>	25,0	32,4	56,0
Dania	39,1	56,9	59,4
Niemcy	53,4	70,6	66,9
Francja	19,3	17,9	22,2
Holandia	42,7	47,4	50,9
Polska	33,3	35,8	31,1
Portugalia	28,2	25,0	28,8
Hiszpania	10,9	10,9	10,0
Grupa Przedsiębiorstw	27,3	32,9	36,0

<sup>1</sup> Artykuły posiadające większą liczbę certyfikatów znaku jakości w podziale wyszczególnione są pod wszystkimi odnośnymi kategoriami, jednak w liczbie łącznej liczone są jako tylko jeden artykuł. Dlatego suma kategorii według podziału może wynieść więcej niż 100 procent.

<sup>2</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

## Udział jaj świeżych z certyfikatem KAT

Udział jaj świeżych z certyfikatem KAT w łącznej liczbie zakupionych jaj świeżych (w procentach)<sup>1</sup>

	2014	2015	2016
Belgia/Luksemburg <sup>2,3</sup>	9,1	86,0	80,0
Niemcy	100,0	100,0	100,0
Holandia	100,0	100,0	100,0
Polska	23,9	34,4	32,3
Grupa Przedsiębiorstw	97,8	97,6	96,6

<sup>1</sup> Certyfikat KAT nie ma zastosowania we wszystkich krajach. Dlatego wyszczególnione są tutaj jedynie te kraje, w których certyfikat ten ma zastosowanie.

<sup>2</sup> Z powodu błędnie podanych informacji, dane za rok 2015 zostały przez ALDI Nord w Belgii względnie w Luksemburgu skorygowane wstecz. W wyniku naniesionych poprawek wartość Grupy Przedsiębiorstw uległa zmianie.

<sup>3</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

## Udział certyfikowanego oleju palmowego

Udział oleju palmowego certyfikowanego przez RSPO wykorzystywanego do wytworzenia naszych produktów w kategorii Food i Non-Food (w procentach)<sup>1</sup>

	2014	2015	2016
Belgia/Luksemburg <sup>2</sup>	63,6	77,7	85,4
Dania <sup>3</sup>	n/d	30,1	91,0
Niemcy	87,7	86,7	90,0
Francja	52,7	66,5	82,2
Holandia	29,8	71,4	88,3
Polska	73,5	78,7	69,2
Portugalia	59,2	62,7	84,1
Hiszpania <sup>3</sup>	n/d	36,9	68,7
Grupa Przedsiębiorstw	71,7	76,8	86,7

<sup>1</sup> Dane opierają się częściowo na szacunkach i wyliczeniach prognostycznych.

<sup>2</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

<sup>3</sup> Dane dostępne dopiero od 2015 r. (n/d = dane niedostępne).

## Udział certyfikowanych artykułów zawierających kakao

Udział zakupionych artykułów marki własnej zawierających kakao certyfikowane pod kątem zrównoważonego rozwoju w łącznej liczbie zakupionych artykułów zawierających kakao (w procentach)

Do końca 2016 r. w całej Grupie Przedsiębiorstw zamieniliśmy 79 procent artykułów marki własnej zawierających kakao wyłącznie na surowiec certyfikowany. Największy udział (około 98 procent) przypadł standardowi certyfikacyjnemu UTZ, następnie Fairtrade (około 2 procent) oraz certyfikacji Rainforest Alliance (0,1 procent).

	2014	2015	2016
Belgia/Luksemburg <sup>1</sup>	8,7	20,0	77,0
Dania	40,9	73,5	89,6
Niemcy	56,8	77,0	90,1
Francja	20,0	23,9	90,9
Holandia	53,3	77,5	84,2
Polska	49,2	69,7	68,6
Portugalia	51,5	68,5	80,2
Hiszpania	36,1	55,4	70,3
Grupa Przedsiębiorstw	32,3	48,9	78,8

<sup>1</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

## Udział zakupionej kawy certyfikowanej i zweryfikowanej pod kątem zrównoważonego rozwoju

Udział zakupionej certyfikowanej bądź zweryfikowanej pod kątem zrównoważonego rozwoju kawy w całkowitej masie kawy zakupionej na wytworzenie artykułów marki własnej (w procentach)

Zostały wyróżnione cztery formy certyfikacji/weryfikacji: Fairtrade, unijne logo produkcji ekologicznej, 4C oraz UTZ. W 2016 r. około 20 procent zakupionej kawy było certyfikowanych bądź zweryfikowanych zgodnie z wymienionymi standardami zrównoważonego rozwoju. Największy udział (około 40 procent) przypadł weryfikacji 4C, następnie certyfikacji Fairtrade i unijnemu logo produkcji ekologicznej (około 20 procent) oraz certyfikacji UTZ (około 20 procent).

	2014	2015	2016
Belgia/Luksemburg <sup>1</sup>	5,0	5,6	6,9
Dania	5,6	7,6	9,5
Niemcy	15,6	18,6	30,5
Francja	3,4	3,1	6,0
Holandia	4,1	4,5	5,9
Polska	3,6	4,7	4,6
Portugalia	8,8	12,5	19,0
Hiszpania	11,6	15,1	30,0
Grupa Przedsiębiorstw	10,8	12,8	19,5

<sup>1</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

## Udział zakupionych artykułów zawierających surowce z certyfikatem FSC® lub PEFC

Udział zakupionych artykułów marki własnej wyprodukowanych z surowców z certyfikatem FSC® lub PEFC w łącznej liczbie zakupionych artykułów marki własnej zawierających w swoim składzie drewno, tekturę, papier (w procentach)

Zostały wyróżnione trzy formy certyfikacji: FSC® 100%, FSC® MIX i PEFC. W 2016 r. największy udział (około 50 procent) przypadł certyfikacji FSC® MIX, następnie certyfikacji FSC® 100% (około 26 procent), jak również certyfikacji PEFC (około 24 procent).

	2014	2015	2016
Belgia/Luksemburg <sup>1, 2</sup>	24,3	24,8	28,8
Dania	73,4	72,4	89,8
Niemcy	86,3	84,4	87,3
Francja	41,7	41,5	46,4
Holandia	51,8	54,3	58,4
Polska	60,4	59,4	60,6
Portugalia	66,2	60,2	68,7
Hiszpania	31,2	42,6	64,0
Grupa Przedsiębiorstw	39,1	41,3	53,1

<sup>1</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

<sup>2</sup> Dane za rok 2014 opierają się częściowo na szacunkach i wyliczeniach prognostycznych.

## Jakość

### KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Nasze zobowiązanie ofertowe „Wysoka jakość w dobrej cenie” przekonuje naszych klientów. Wszystkie produkty sprzedawane w ALDI Nord są badane pod kątem jakości i bezpieczeństwa. Duża ilość naszych produktów posiada znaki jakości przyznane przez niezależne instytuty badawcze. Jeżeli pomimo ścisłej kontroli stwierdzimy jeszcze wady jakościowe po rozpoczęciu sprzedaży, wszczynamy dalsze kontrole, aby na podstawie uzyskanych wyników podejmować kolejne działania.

## Wycofanie produktów ze sprzedaży

Liczba artykułów oficjalnie wycofanych ze sprzedaży, w podziale na artykuły z grupy Food i Non-Food

	2014			2015			2016		
	Ogółem	Wycofanie ze sprzedaży – kategoria Food	Wycofanie ze sprzedaży – kategoria Non-Food	Ogółem	Wycofanie ze sprzedaży – kategoria Food	Wycofanie ze sprzedaży – kategoria Non-Food	Ogółem	Wycofanie ze sprzedaży – kategoria Food	Wycofanie ze sprzedaży – kategoria Non-Food
Belgia/Luksemburg <sup>1</sup>	4	4	–	3	3	–	1	1	–
Dania	4	3	1	2	2	–	3	3	–
Niemcy	2	2	–	5	1	4	10	10	–
Francja	3	3	–	14	12 <sup>2</sup>	2	23 <sup>3</sup>	22	1
Holandia	2	2	–	2	2	–	3	3	–
Polska	–	–	–	–	–	–	1	1	–
Portugalia	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Hiszpania	1	–	1	–	–	–	3	1	2
Grupa Przedsiębiorstw	16	14	2	26	20	6	44	41	3

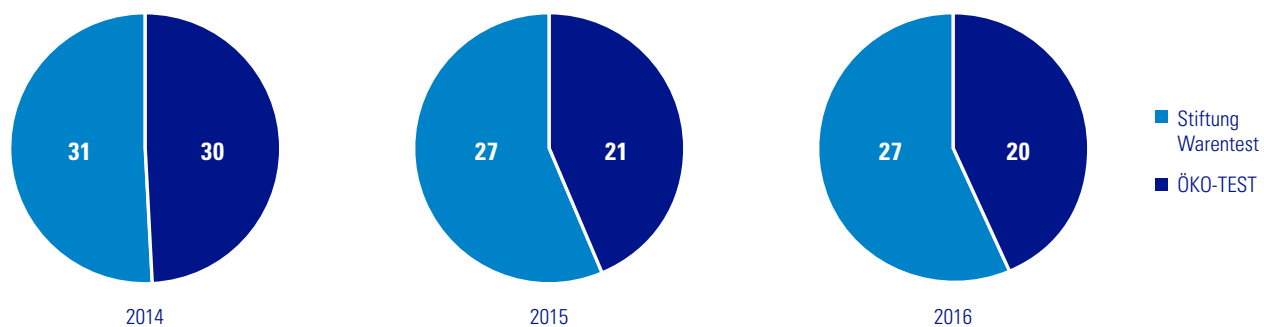
<sup>1</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

<sup>2</sup> Z tego sześć na podstawie błędnej deklaracji na opakowaniu.

<sup>3</sup> W 16 przypadkach chodziło o regionalne wycofanie ze sprzedaży, łącznie sześć razy dokonano wycofania ze sprzedaży na skutek błędnej deklaracji.

## Artykuły reklamowane w oparciu o wyniki testów Stiftung Warentest lub ÖKO-TEST

Liczba artykułów, do reklamy których zostały wykorzystane wyniki testów Stiftung Warentest lub magazynu konsumenckiego ÖKO-TEST<sup>1</sup>



<sup>1</sup>Wyróżnianie artykułów wynikami testów jest możliwe tylko w Niemczech, dlatego wyszczególnione dane odnoszą się tylko do Niemiec.



## Klienci & Społeczeństwo

KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Umożliwiamy naszym klientom świadomą konsumpcję. Systematycznie rozbudowujemy naszą ofertę produktów wytworzonych w sposób zrównoważony. Dzięki przejrzystemu oznakowaniu naszych produktów nasi klienci mogą w łatwy sposób rozpoznać, które z produktów np. pochodzą z ekologicznych upraw lub ze sprawiedliwego handlu, są wegetariańskie lub wegańskie lub nie zawierają substancji dodatkowych. Wiele naszych artykułów spożywczych nie nadających się już do sprzedaży, lecz jeszcze nadających się do spożycia, przekazujemy instytucjom charytatywnym. Ponadto w ramach działalności fundacji ALDI Nord Stiftungs GmbH wraz z partnerami, takimi jak Niemieckie Stowarzyszenie Pomocy Dzieciom (Deutsches Kinderhilfswerk) wnosimy swój wkład w rozwiązywanie społecznych problemów.

### Liczba artykułów BIO oraz z certyfikatem Fairtrade

Liczba artykułów marki własnej z unijnym logo produkcji ekologicznej oraz liczba zakupionych artykułów marki własnej z certyfikatem Fairtrade w asortymencie

	2014 <sup>1</sup>		2015		2016	
	Artykuły BIO	Artykuły z certyfikatem Fairtrade	Artykuły BIO	Artykuły z certyfikatem Fairtrade	Artykuły BIO	Artykuły z certyfikatem Fairtrade
Belgia/Luksemburg <sup>2</sup>	20	3	56	3	61	9
Dania	54	5	86	8	118	11
Niemcy	100	5	125	15	144	21
Francja	31	1	45	–	60	1
Holandia	33	3	66	37	114	41
Polska	5	–	9	1	10	1
Portugalia	41	2	60	7	77	12
Hiszpania	80	1	105	1	131	4
Grupa Przedsiębiorstw <sup>3</sup>	304	14	433	58	517	70

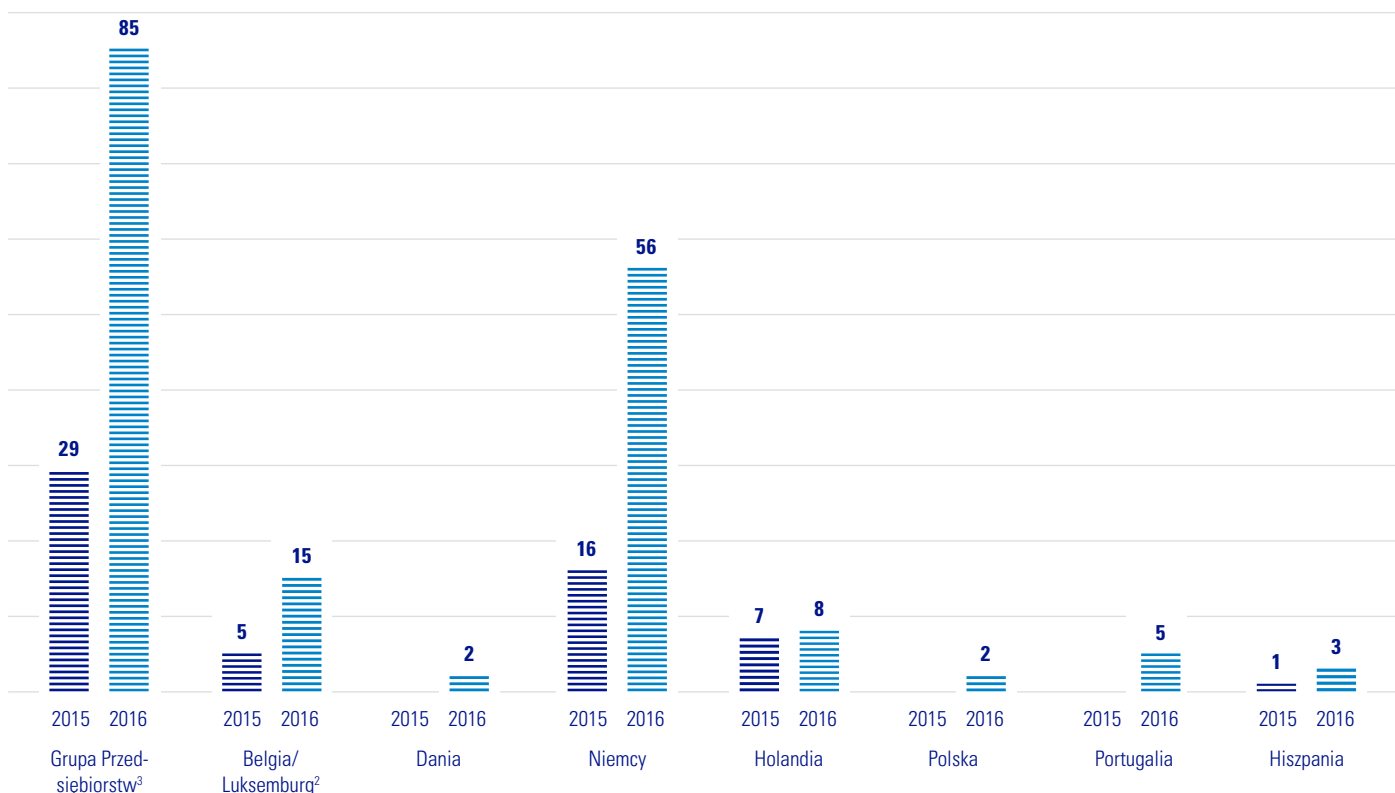
<sup>1</sup> Nie wszystkie kraje mają dostęp do danych dotyczących produktów zakupionych centralnie (za rok 2014).

<sup>2</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

<sup>3</sup> Ze względu na to, że spółki zakupowe ALDI Nord kupują poszczególne artykuły również częściowo dla większej liczby krajów, łączna liczba zakupionych artykułów może być niższa aniżeli suma wynikająca z podziału na kraje.

## Oznakowane artykuły wegetariańskie i wegańskie

Liczba artykułów oznakowana jako wegetariańskie i/lub wegańskie w asortymencie<sup>1</sup>



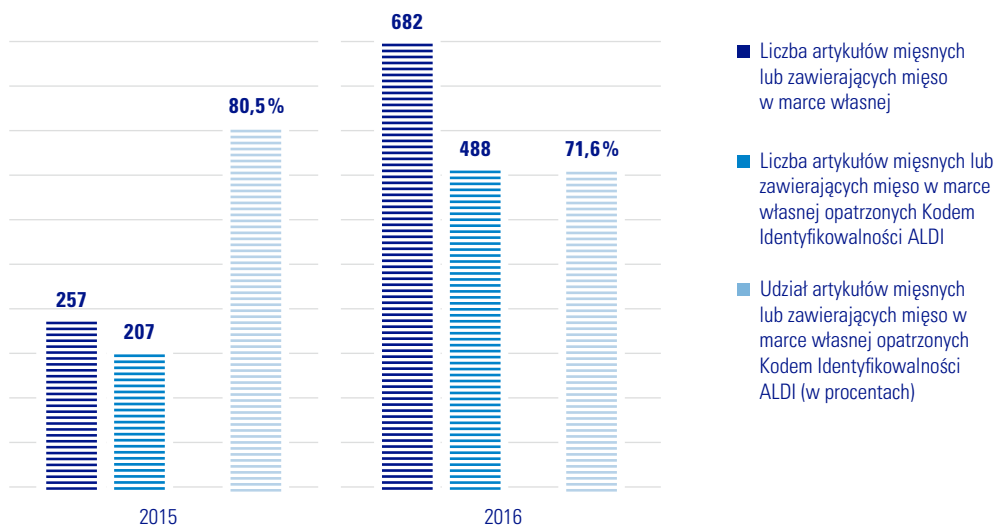
<sup>1</sup> Ze względu na to, że spółki zakupowe ALDI Nord kupują poszczególne artykuły również częściowo dla większej liczby krajów, łączna liczba zakupionych artykułów może być niższa niż suma wynikająca z podziału na kraje.

<sup>2</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

## Liczba i udział artykułów z Kodem Identyfikowalności ALDI

Liczba i udział artykułów mięsnych lub zawierających mięso w marce własnej w Niemczech opatrzonych kodem ATC (w procentach).

Metoda zbierania danych oraz baza danych zmieniła się w stosunku do roku poprzedniego.



- Liczba artykułów mięsnych lub zawierających mięso w marce własnej
- Liczba artykułów mięsnych lub zawierających mięso w marce własnej opatrzonych Kodem Identyfikowalności ALDI
- Udział artykułów mięsnych lub zawierających mięso w marce własnej opatrzonych Kodem Identyfikowalności ALDI (w procentach)

## Zbiórki żywności

Udział sklepów, które przekazują instytucjom charytatywnym artykuły spożywcze nienadające się do sprzedaży, lecz jeszcze nadające się do spożycia, w ogólnej liczbie sklepów (w procentach)

	2014	2015	2016
Belgia/Luksemburg <sup>1</sup>	100,0	100,0	100,0
Dania	–	3,6	3,6
Niemcy	89,4	98,1	99,1
Francja	–	–	–
Holandia	–	–	28,7
Polska	–	4,8	24,6
Portugalia	–	8,5	25,0
Hiszpania	60,4	76,5	75,4
Grupa Przedsiębiorstw	56,7	61,5	65,2

<sup>1</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

# Pracownicy

KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Okolo 64.000 naszych pracowników wnosi decydujący wkład w trwały sukces Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord. Uczciwość, otwartość i różnorodność kształtują nasze relacje. Szacunek oznacza dla nas bycie odpowiedzialnym i niezawodnym pracodawcą. Chcemy, by nasi pracownicy byli dumni z tego, że pracują dla ALDI Nord.

## Liczba pracowników według działów

Liczba pracowników według miejsca wykonywanej pracy i płci na dzień 31.12. (liczba całkowita)

	2014 <sup>1</sup>	2015		2016	
	Grupa Przedsiębiorstw	Grupa Przedsiębiorstw	w tym kobiety	Grupa Przedsiębiorstw	w tym kobiety
Sprzedaż	43.182	46.708	36.146	51.780	40.157
Magazyn	4.400	4.604	1.183	4.983	1.207
Logistyka	2.494	2.490	39	2.596	36
Administracja	1.970	2.215	1.950	2.401	2.105
Wyższy szczebel zarządzania	576	577	122	589	139
Niższy szczebel zarządzania	1.146	1.043	284	1.174	337
Pozostałe <sup>2</sup>	525	542	33	556	31
<b>Grupa Przedsiębiorstw</b>	<b>54.293</b>	<b>58.179</b>	<b>39.757</b>	<b>64.079</b>	<b>44.012</b>

<sup>1</sup> Podział według płci jest możliwy dopiero od 2015 r.

<sup>2</sup> Do tej kategorii zaliczają się między innymi pracownicy oddelegowani do Rady Zakładowej i technicy zakładowi.

## Udział kobiet na stanowiskach kierowniczych

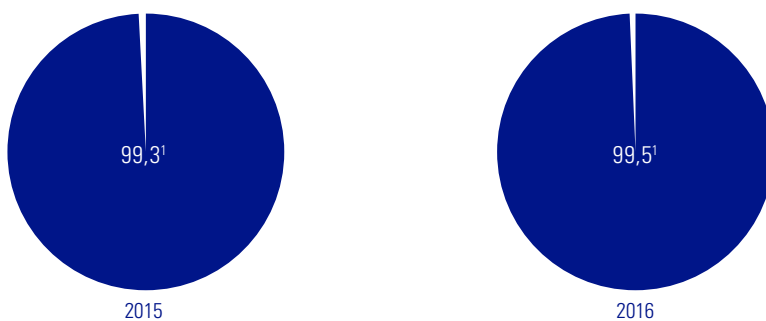
Udział kobiet pracujących na stanowiskach kierowniczych na dzień 31.12. (w procentach)

	2015	2016
Belgia/Luksemburg <sup>1</sup>	24,9	27,3
Dania	20,2	20,0
Niemcy	24,6	26,7
Francja	17,5	21,4
Holandia	15,1	16,3
Polska	38,6	40,3
Portugalia	43,2	45,2
Hiszpania	34,8	32,8
Grupa Przedsiębiorstw	23,8	25,8

<sup>1</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

## Udział pracowników objętych układami zbiorowymi pracy

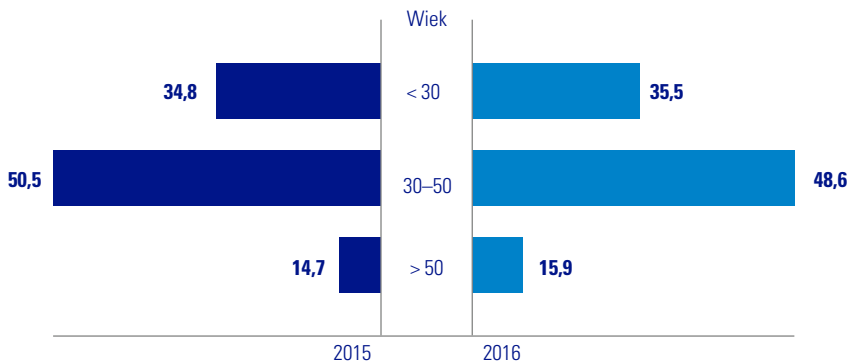
Udział pracowników objętych układami zbiorowymi pracy na dzień 31.12. (w procentach)



<sup>1</sup> Udział pracowników został obliczony z wyłączeniem Polski, ponieważ w Polsce nie są zawierane układy zbiorowe pracy.

## Pracownicy według grup wiekowych

Udział pracowników według grup wiekowych na dzień 31.12. (w procentach)



## Pracownicy według rodzaju zatrudnienia

Liczba pracowników według rodzaju zatrudnienia i płci na dzień 31.12. (liczba całkowita)

	2014 <sup>1</sup>		2015				2016			
	Pełny etat	Niepełny wymiar godzin	Pełny etat	w tym kobiety	Niepełny wymiar godzin	w tym kobiety	Pełny etat	w tym kobiety	Niepełny wymiar godzin	w tym kobiety
Belgia/Luksemburg <sup>2</sup>	1.997	4.119	2.021	877	4.235	3.575	2.117	903	4.295	3.552
Dania	1.059	926	1.048	468	989	583	1.074	468	1.110	660
Niemcy	7.646	21.922	7.267	3.125	24.162	19.396	7.258	2.977	27.957	22.428
Francja	4.794	2.153	5.184	2.504	2.236	2.029	5.474	2.722	2.769	2.482
Holandia	1.645	4.214	1.639	324	4.652	3.569	1.622	317	4.678	3.540
Polska	272	599	473	337	687	665	809	617	657	637
Portugalia	161	323	230	94	383	322	265	144	538	391
Hiszpania	1.033	1.430	1.220	611	1.753	1.278	1.407	718	2.049	1.456
Grupa Przedsiębiorstw	18.607	35.686	19.082	8.340	39.097	31.417	20.026	8.866	44.053	35.146

<sup>1</sup> Podział według płci jest możliwy dopiero od 2015 r.

<sup>2</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

## Staż pracy

Średni staż pracy pracowników (w latach)

	2014	2015	2016
Belgia/Luksemburg <sup>1</sup>	11	12	12
Dania	4	4	4
Niemcy	10	10	10
Francja	6	6	6
Holandia	10	10	10
Polska	4	3	3
Portugalia	3	3	2
Hiszpania	4	3	3
Grupa Przedsiębiorstw	7	6	6

<sup>1</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

## Liczba stażystów i studentów uczących się w systemie dualnym

Liczba stażystów i studentów uczących się w systemie dualnym na dzień 31.12.

Nie we wszystkich krajach stosowany jest model kształcenia zawodowego według niemieckiego wzorca, dlatego przedstawione dane na temat liczby stażystów ograniczają się do Danii, Niemiec i Francji. System obowiązujący w Holandii i Hiszpanii obecnie nie jest uwzględniany przy mierzeniu wskaźników, ponieważ te modele kształcenia nie są identyczne. W Niemczech dodatkowo istnieje możliwość studiowania w systemie dualnym.

	2014		2015		2016	
	Stażysty	Studenci studiujący w systemie dualnym	Stażysty	Studenci studiujący w systemie dualnym	Stażysty	Studenci studiujący w systemie dualnym
Dania	54	–	53	–	52	–
Niemcy	2.330	117	2.014	92	1.757	99
Francja	187	–	241	–	194	–
Ogółem	2.571	117	2.308	92	2.003	99

## Udział pracowników według rodzaju umowy o pracę

Udział pracowników według rodzaju umowy o pracę i płci na dzień 31.12. (w procentach)

	2015				2016			
	na czas określony	w tym kobiety	na czas nieokreślony	w tym kobiety	na czas określony	w tym kobiety	na czas nieokreślony	w tym kobiety
Belgia/Luksemburg <sup>1</sup>	9,6	64,3	90,4	68,2	9,2	62,9	90,8	75,7
Dania	1,5	65,5	98,5	51,9	0,2	60,0	99,8	52,3
Niemcy	15,5	67,1	84,5	72,1	21,7	68,6	78,3	71,2
Francja	10,8	62,8	89,2	64,3	10,2	64,9	89,8	65,4
Holandia	32,8	59,7	67,2	63,6	30,9	57,7	69,1	63,6
Polska	61,1	86,6	38,9	85,0	60,8	86,3	39,2	83,7
Portugalia	58,0	69,9	42,0	69,1	58,2	67,2	41,8	68,7
Hiszpania	4,9	51,4	95,1	63,3	5,3	48,1	94,7	63,5
Grupa Przedsiębiorstw	16,5	66,3	83,5	68,7	19,7	67,3	80,3	69,1

<sup>1</sup>W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).



## Lokalizacje

KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zmniejszymy skutki naszej działalności biznesowej na klimat i środowisko naturalne. W tym obszarze skupiamy się głównie na optymalizacji zużycia energii, procesów logistycznych oraz opakowań, jak również zarządzaniu odpadami. Analiza różnorodnych wskaźników – od emisji gazów cieplarnianych poprzez ilość wytwarzanych odpadów aż po ilość zastosowanych materiałów opakowaniowych – pozwala nam zidentyfikować dalsze obszary wymagające modyfikacji.

## Bezpośrednie zużycie energii

Bezpośrednie zużycie energii w budynkach i logistyce, w podziale na kraje (w MWh)<sup>1</sup>

Największa część bezpośredniego zużycia energii generowana jest przez korzystanie z gazu ziemnego do wytwarzania ciepła oraz z oleju napędowego jako paliwa w logistyce. Całkowite zużycie nieznacznie wzrosło w porównaniu z rokiem 2015. Przyczyną tego jest głównie zwiększone zużycie gazu ziemnego w związku z surowszą zimą w niektórych krajach oraz niewielki wzrost zużycia paliw napędowych w logistyce.

	2014	2015 <sup>2</sup>	2016
Belgia/Luksemburg <sup>3</sup>	99.607	108.941	109.576
Dania	18.309	20.962	20.692
Niemcy	370.237	386.112	402.431
Francja	142.110	149.429	143.479
Holandia	76.905	84.156	86.055
Polska	9.092	12.896	14.905
Portugalia	989	1.013	1.084
Hiszpania	4.199	4.177	4.449
Grupa Przedsiębiorstw	721.448	767.686	782.671

<sup>1</sup> Dane opierają się częściowo na szacunkach i wyliczeniach prognostycznych.

<sup>2</sup> Z powodu uzupełnienia zgłoszeń za rok 2015, dane należało częściowo dopasować w stosunku do raportu z roku poprzedniego.

<sup>3</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

## Bezpośrednie zużycie energii według źródeł

Bezpośrednie zużycie energii w budynkach i w logistyce, w podziale na nośniki energii (w MWh)<sup>1</sup>

	2015 <sup>2</sup>	2016
Gaz ziemny	418.129	429.621
Olej opałowy	27.589	25.321
Biogaz	154	89
Olej napędowy (wraz z napędem generatorów)	321.314	327.163
Benzyna	66	26
Gaz płynny	434	451

<sup>1</sup> Dane opierają się częściowo na szacunkach i wyliczeniach prognostycznych.

<sup>2</sup> Z powodu uzupełnienia zgłoszeń za rok 2015, dane należało częściowo dopasować w stosunku do raportu z roku poprzedniego.

## Pośrednie zużycie energii

Zużycie prądu i ciepła z sieci ciepłowniczej (w MWh)<sup>1</sup>

Zużycie prądu w naszych lokalizacjach wynoszące niecałe 940 GWh odpowiada za największą część zapotrzebowania na energię. W porównaniu do poprzedniego roku wzrosło ono nieznacznie o jeden procent. Ten wzrost wynika między innymi z wydłużenia godzin otwarć sklepów oraz wyposażenia ich w dodatkowe zamrażarki i automaty piekarnicze.

	2014			2015 <sup>2</sup>			2016		
	Ogółem	Prąd	Ciepło z sieci ciepłowniczej	Ogółem	Prąd	Ciepło z sieci ciepłowniczej	Ogółem	Prąd	Ciepło z sieci ciepłowniczej
Belgia/Luksemburg <sup>3</sup>	87.581	87.581	–	88.411	88.411	–	89.559	89.559	–
Dania	49.605	38.758	10.847	50.569	39.659	10.910	51.141	39.739	11.402
Niemcy	456.809	441.748	15.061	451.014	433.393	17.621	463.361	445.897	17.464
Francja	157.429	157.429	–	177.762	177.762	–	167.805	167.805	–
Holandia	75.566	74.831	735	79.780	78.779	1.001	82.177	81.077	1.100
Polska	13.671	12.444	1.227	17.394	16.110	1.284	20.429	18.606	1.823
Portugalia	12.479	12.479	–	14.113	14.113	–	14.884	14.884	–
Hiszpania	67.928	67.928	–	79.694	79.694	–	79.070	79.070	–
Grupa Przedsiębiorstw	921.068	893.198	27.870	958.737	927.921	30.816	968.426	936.637	31.789

<sup>1</sup> Dane opierają się częściowo na szacunkach i wyliczeniach prognostycznych.

<sup>2</sup> Z powodu uzupełnienia zgłoszeń za rok 2015, dane należało częściowo dopasować w stosunku do raportu z roku poprzedniego.

<sup>3</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

## Emisja gazów cieplarnianych z zakresów 1 i 2 (Scope 1 i 2)

Emisja gazów cieplarnianych z zakresów 1 i 2 (Scope 1 i 2) (w tonach ekwiwalentu CO<sub>2</sub>)

Emisje gazów cieplarnianych zostały określone na podstawie zużycia energii i paliw napędowych oraz strat czynników chłodniczych. Obliczenie zostało przeprowadzone zgodnie z wymogami Protokołu Gazów Cieplarnianych (Greenhouse Gas (GHP) Protocol) z zastosowaniem współczynników emisji DEFRA względnie GEMIS dla emisji związanych z zakupem energii cieplnej z sieci ciepłowniczej. Zgodnie z protokołem GHG (GHG Protocol) należy oddzielnie wyliczać emisje zużycia prądu z zakresu 2 (Scope 2) w podziale na emisje czynnika „miejscowego” i „rynkowego”. Podczas, gdy metoda rachunku „miejscowego” opiera się tylko na czynnikach danego regionu geograficznego (np. kraju), to o ile to możliwe dla czynników „rynkowych” stosuje się indywidualną mieszankę prądu danego przedsiębiorstwa na podstawie faktycznie powstałych emisji danego producenta energii. Obliczenie emisji gazów cieplarnianych według metody „miejscowej” dokonuje się na podstawie czynników Międzynarodowej Agencji Energetycznej (International Energy Agency - IEA).

	2014		2015 <sup>1</sup>			2016		
	Zakres 1 <sup>2</sup>	Zakres 2 <sup>3</sup>	Zakres 1 <sup>2</sup>	Zakres 2 <sup>3</sup> „miejscowy”	Zakres 2 <sup>3</sup> „rynkowy”	Zakres 1 <sup>2</sup>	Zakres 2 <sup>3</sup> „miejscowy”	Zakres 2 <sup>3</sup> „rynkowy”
Belgia/Luksemburg <sup>4</sup>	37.536	17.673	42.096	17.782	15.781	40.328	18.656	13.246
Dania	9.963	13.546	11.104	13.241	8.973	10.466	11.372	10.914
Niemcy	113.483	268.214	120.089	214.793	262.533	110.178	211.664	38.301
Francja	67.917	9.603	74.861	11.350	2.666	75.277	6.863	6.276
Holandia	46.780	27.262	31.253	35.044	72	29.802	38.393	143
Polska	2.174	10.134	3.940	12.866	13.488	5.501	14.688	15.185
Portugalia	1.382	3.781	1.529	3.964	6.180	2.817	3.793	4.334
Hiszpania	5.596	19.748	12.239	19.467	30.218	11.811	20.096	26.774
Grupa Przedsiębiorstw	284.831	369.961	297.111	328.507	339.911	286.180	325.525	115.173

<sup>1</sup> Z powodu uzupełnienia zgłoszeń za rok 2015, dane należało częściowo dopasować w stosunku do raportu z roku poprzedniego.

<sup>2</sup> Zakres 1: Emisje z bezpośredniego zużycia energii przez budynki, zużycie paliwa przez logistykę oraz straty czynnika chłodniczego.

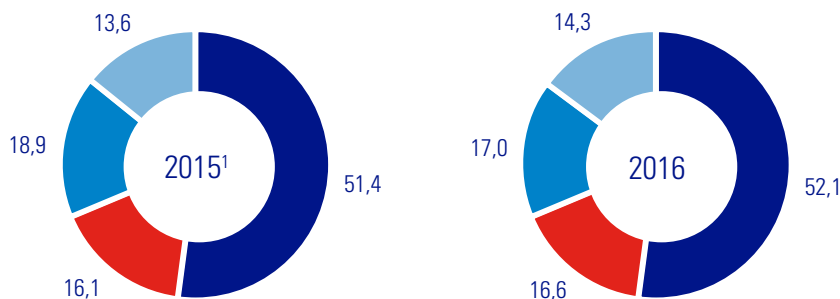
<sup>3</sup> Zakres 2: Emisje z zużycia prądu oraz zużycia ciepła z sieci ciepłowniczej według podziału na emisje „miejscowe” i „rynkowe”.

<sup>4</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

## Emisje gazów cieplarnianych z zakresów 1 i 2 (Scope 1 i 2) według źródeł 2015 & 2016

Całkowita ilość emisji gazów cieplarnianych z zakresów 1 i 2 w odniesieniu do źródeł (w procentach, na podstawie panujących emisji miejscowych)

■ Prąd  
■ Energia grzewcza  
■ Czynniki chłodnicze  
■ Logistyka



<sup>1</sup> Z powodu uzupełnienia zgłoszeń za rok 2015, dane należało częściowo dopasować w stosunku do raportu z roku poprzedniego.

## Liczba pojazdów

Liczba pojazdów na dzień 31.12. według rodzaju pojazdu

	2014			2015			2016		
	Liczba samochodów ciężarowych	Liczba samochodów osobowych	Pozostałe pojazdy <sup>1</sup>	Liczba samochodów ciężarowych	Liczba samochodów osobowych	Pozostałe pojazdy <sup>1</sup>	Liczba samochodów ciężarowych	Liczba samochodów osobowych	Pozostałe pojazdy <sup>1</sup>
Belgia/Luksemburg <sup>2</sup>	213	180	7	217	185	8	219	211	8
Dania	55	86	5	56	89	5	56	92	5
Niemcy	914	850	73	909	909	74	880	969	75
Francja	236	310	27	238	314	23	234	349	25
Holandia	201	184	8	200	188	8	189	201	8
Polska	–	65	2	–	64	2	–	82	2
Portugalia	–	37	1	–	41	1	–	47	1
Hiszpania	–	144	–	–	159	–	–	170	2
Grupa Przedsiębiorstw	1.619	1.856	123	1.620	1.949	121	1.578	2.121	126

<sup>1</sup> Do tej grupy zaliczają się wózki jezdniowe i pojazdy z napędem gazowym.

<sup>2</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

## Zużycie paliw napędowych

Zużycie paliw napędowych przez samochody ciężarowe, osobowe i pozostałe pojazdy (w litrach względnie w kilogramach gazu napędowego)

	2014			2015			2016		
	Olej napędowy <sup>1</sup> (l)	Benzyna (l)	Gaz (kg)	Olej napędowy <sup>1</sup> (l)	Benzyna (l)	Gaz (kg)	Olej napędowy <sup>1</sup> (l)	Benzyna (l)	Gaz (kg)
Belgia/Luksemburg <sup>2</sup>	3.991.141	–	–	4.215.607	–	–	4.322.031	–	–
Dania	1.428.007	304	924	1.513.990	–	913	1.480.176	595	330
Niemcy	16.346.023	9.856	20.435	16.335.662	7.368	21.365	16.863.778	2.266	21.270
Francja	5.640.054	–	10.498	5.858.537	–	9.737	5.730.617	–	9.828
Holandia <sup>3</sup>	3.553.070	–	–	3.626.422	–	–	3.687.240	–	–
Polska	148.367	–	781	144.629	–	1.386	158.452	–	567
Portugalia	98.623	–	400	100.883	–	600	108.132	–	500
Hiszpania	406.376	–	–	404.581	–	–	415.182	–	2.828
Grupa Przedsiębiorstw	31.611.661	10.160	33.038	32.200.311	7.368	34.001	32.765.608	2.861	35.323

<sup>1</sup> Łącznie z zużyciem oleju opałowego do napędu silników agregatów chłodniczych (poza obszarem Niemiec).

<sup>2</sup> W celu uproszczenia podane dane dot. prawnie niezależnych spółek Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord z Belgii i Luksemburgu zostały podsumowane (patrz „Informacje o niniejszym raporcie” strona 30).

<sup>3</sup> Z powodu uzupełnienia zgłoszeń za rok 2015 w zakresie zużycia oleju napędowego, dane należało częściowo doposażyć w stosunku do raportu z roku poprzedniego.

## Ilość wytwarzanych odpadów

Ilość wytwarzanych odpadów według rodzaju odpadu (w tonach)<sup>1</sup>

Ilość odpadów w Niemczech w stosunku do 2015 r. nieznacznie wzrosła, przy czym największa część wytwarzanych przez nas odpadów przypada na odpady opakowaniowe. Odpady niebezpieczne w ilości 414 ton stanowią jedynie około 0,2 procenta całkowitej masy odpadów. Do takich odpadów należy przede wszystkim zużyty olej, filtry olejowe, akumulatory pojazdów i świetlówki zawierające rtęć.

	2014	2015	2016
	Niemcy	Niemcy	Niemcy
Odpady niebezpieczne	490	493	414
Papier/tektura/karton	426	432	450
Odpady komunalne <sup>2</sup>	20.006	22.129	22.320
Odpady z produkcji i przetwarzania żywności <sup>3</sup>	6.859	8.173	11.102
Odpady opakowaniowe	156.461	156.580	161.290
w tym folia/tworzywa sztuczne	3.966	3.986	3.578
w tym tektura/papier	121.024	121.331	125.174
w tym PET	31.471	31.264	32.538
Zużyte urządzenia	39	70	56
Całkowita ilość odpadów	184.281	187.877	195.632

<sup>1</sup> Dane opierają się częściowo na szacunkach i wyliczeniach prognostycznych.

<sup>2</sup> Odpady przemysłowe. Do tego zaliczają się między innymi odpady nienadające się do powtórnego wykorzystania, zapakowane produkty spożywcze, odpady wielkogabarytowe, drewno i złom metali.

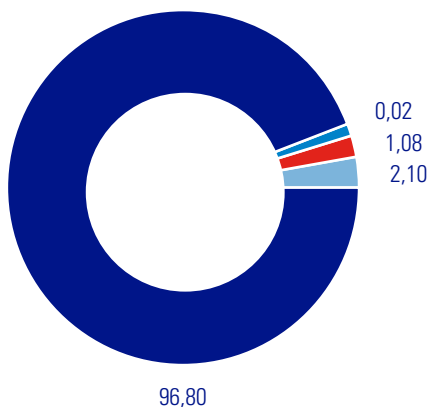
<sup>3</sup> Do tej grupy zaliczają się odpady powstające w związku z prowadzeniem stołówki oraz wypiekami własnymi produktów typu „bake-off”.

## Udziały odpadów według metod ich przetwarzania

Udziały odpadów według sposobu ich utylizacji w Niemczech (w procentach)<sup>1</sup>

W 2016 r. największą liczbę (około 99 procent) wszystkich odpadów stanowiły odpady przekazywane do odzysku, względnie recyklingu.

- Odzysk i recykling<sup>2</sup>
- Składowanie
- Spalanie (spalanie masowe)
- Kompostowanie



<sup>1</sup> Przyporządkowanie do sposobów usuwania częściowo opiera się na szacunkach bądź wyliczeniach prognozowych.

<sup>2</sup> Łącznie ze spalaniem w celu odzysku energii.

## O niniejszym raporcie

W niniejszym raporcie ewaluacyjnym informujemy wewnętrzne i zewnętrzne grupy naszych interesariuszy w sposób transparentny o postępach w kwestii zrównoważonego rozwoju Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord. Kolejny, szczegółowy raport zrównoważonego rozwoju zostanie opublikowany prawdopodobnie w 2018 r.

### Wydawca

Marka ALDI jest symbolem dobrze prosperującej sieci dyskontowej. Marka ta jest używana przez rodzinne powiązanie Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord i ALDI SÜD. W ramach Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord właścicielem marki ALDI jest spółka ALDI Einkauf.

Wydawcą raportu jest spółka ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG, Essen (zwana dalej: ALDI Einkauf). Wspólnikami spółki ALDI Einkauf są spółki ALDI GmbH & Co. KGs, które w Niemczech tworzą koncern równorzędny. Zagraniczne spółki ALDI są licencjobiorcami spółki ALDI Einkauf. Wszystkie te prawnie niezależnie przedsiębiorstwa tworzą Grupę Przedsiębiorstw ALDI Nord, która jest przedmiotem raportu. Różnice w przypadku poszczególnych wskaźników lub treści zostały odpowiednio wykazane. Zakup towarów dla ALDI Luksemburg realizuje właściwy w tym zakresie dział zakupów i logistyki należący do ALDI Belgia. ALDI Luksemburg i ALDI Belgia to wprawdzie spółki niezależne pod względem prawnym, jednak dla uproszczenia w niniejszym raporcie są one przedstawiane łącznie. Okres sprawozdawczy obejmuje czas od 1 stycznia do 31 grudnia 2016 r. Zamknięcie wydania nastąpiło 31.03.2017 r.

Raport jest dostępny w formacie PDF w kilku innych językach. W celu zapewnienia lepszej czytelności tekstu zrezygnowaliśmy z podwójnego nazewnictwa różnicującego płeć oraz z prezentowania formy prawnej.

Wszystkie treści raportu zostały zamieszczane na naszej platformie [www.cr-aldinord.com](http://www.cr-aldinord.com). Można tam znaleźć dokumenty do pobrania i dodatkowe objaśnienia.

# Stopka redakcyjna & Kontakt

## WYDAWCA

ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG  
Eckenbergstraße 16 A  
45307 Essen (Niemcy)

## ZAMKNIĘCIE WYDANIA

31 marca 2017

## KONCEPCJA/REDAKCJA/PROJEKT

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg (Niemcy)

## OSOBA ODPOWIEDZIALNA

Rayk Mende  
Dyrektor Działu CR  
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

## ZARZĄDZANIE PROJEKTEM

Dr Christina Fries-Henrich  
Kierownik Działu CR  
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

## KONTAKT

cr-grk@aldi-nord.de

Wszystkim kolegom oraz innym zaangażowanym osobom, które współpracowały przy tworzeniu tego raportu, składamy podziękowania za udzielone wsparcie.

Aktualny raport jest dostępny również w kilku innych językach. W przypadku odstępstw od wersji niemieckiej obowiązuje zasadniczo wersja niemiecka.

## Raport ewaluacyjny Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord

Raport o działaniach Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord w zakresie zrównoważonego rozwoju wraz z informacjami uzupełniającymi oraz możliwością pobierania dokumentów można znaleźć również na stronie



[www.cr-aldinord.com](http://www.cr-aldinord.com)

Raport ewaluacyjny dostępny jest również w następujących wersjach językowych:

niemiecki  
duński  
angielski  
francuski  
francuski (BE)  
niderlandzki  
niderlandzki (BE)  
portugalski  
hiszpański

## Wykluczenie odpowiedzialności

Niniejszy raport zawiera wypowiedzi odnoszące się do przyszłego rozwoju Grupy Przedsiębiorstw ALDI Nord. Wypowiedzi te stanowią oceny dokonane w oparciu o informacje dostępne ALDI Nord w obecnej chwili. Rzeczywisty rozwój sytuacji może odbiegać od obecnych ocen. W związku z tym Grupa Przedsiębiorstw ALDI Nord nie może odpowiadać za treści zawarte w raporcie.



[www.cr-aldinord.com](http://www.cr-aldinord.com)