



**PROGRÈS
2016**

Groupe ALDI Nord
Rapport intermédiaire



« Seul celui qui mesure ses prestations peut s'améliorer. Ce rapport intermédiaire atteste des succès que nous avons remportés en 2016. »

Rayk Mende

Directeur du département CR
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

Sommaire

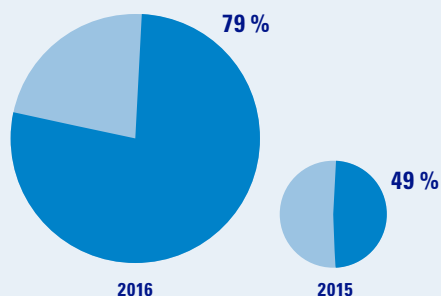
Vous pouvez nous prendre au mot	3	Chiffres clés	9	À propos	30
Programme CR	5	stratégie & management	9	Mentions légales & contact	31
		matières premières & chaîne d'approvisionnement	11		
		qualité	15		
		clients & société	17		
		collaborateurs	20		
		sites	25		

Vous pouvez nous prendre au mot

Un an après la publication du premier rapport de responsabilité sociale d'entreprise (RSE) du groupe ALDI Nord, nous vous informons des progrès majeurs de notre engagement en matière de RSE. Le développement de nos chiffres clés ainsi que l'état d'avancement de notre programme CR le prouvent : Vous pouvez nous prendre au mot ! Nous travaillons avec succès à la mise en œuvre de nos objectifs et relevons de nouveaux défis afin d'agir également de façon responsable à l'avenir.

Objectif accompli

Nous offrons non seulement des sacs et cabas réutilisables faits à partir de matériaux recyclés à nos clients en Allemagne, mais aussi des cabas en coton, en couleur et de jute en guise d'alternative.



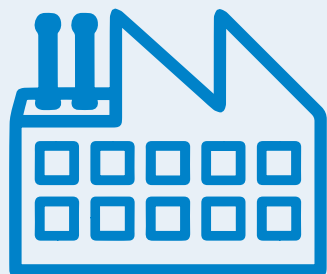
Objectif accompli

La première Politique Internationale d'Achat de Café a été publiée.

Environ

79

pourcent de nos articles de marque de distributeur achetés contenant du cacao contenaient du cacao durable certifié. En 2015, ce taux s'élevait encore à 49 pourcent uniquement.



Objectif accompli

19

sites de production supplémentaires ont été ajoutés au ALDI Factory Advancement (AFA) Project en 2016. En un an de temps, le nombre de sites de production impliqués a donc augmenté de 20 à 39 sites de production en 2016.



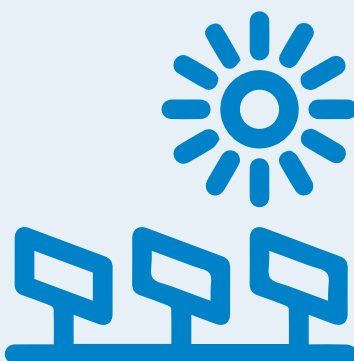
Plus de

64 000

collaborateurs travaillent dans le groupe entier depuis 2016 – cela revient donc à environ 6 000 collaborateurs en plus par rapport à l'année 2015.



70 articles de marque de distributeur certifiés Fairtrade se trouvaient dans notre assortiment en 2016, c.-à-d. douze articles de plus qu'en 2015.



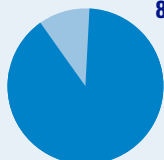
Environ

16 000 MWh

d'électricité verte a été produite par nos installations photovoltaïques en 2016. Cela correspond à la consommation annuelle de 4 000 maisons particulières et revient presque au double par rapport à 2015.

Plus de

86



86 %

2016

pourcent de l'huile de palme utilisée pour nos articles a été certifiée avec une traçabilité physique selon la norme de la table ronde pour une huile de palme durable (« Round Table on Sustainable Palmoil » – RSPO). Cela équivaut à une augmentation d'environ dix pourcent par rapport à l'année précédente.



Objectif accompli

La première Politique Internationale d'Achat de Thé a été publiée.

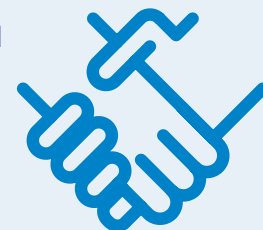


Le premier

magasin avec une installation frigorifique de CO₂ écologique a été mis en service.

Mise sur pied

de l'ALDI Nord Stiftungs GmbH ayant une mission internationale de promotion de l'engagement sociétal du groupe. L'objectif est de contribuer à la résolution des défis de la société civile.



Plus de

500

articles biologiques ont été proposés à nos clients sur le plan du groupe entier. En 2015, il s'agissait seulement de 433 articles.

Programme CR



Champ d'action 'Gestion responsable de la chaîne d'approvisionnement'

Objectif	Statut	Échéance	Cible	Pertinence
Tous les sites de production implantés dans des pays à risques selon le BSCI qui fabriquent des produits de marque de distributeur non alimentaires pour ALDI disposent d'un audit social valide et acceptable (« Business Social Compliance Initiative » – BSCI)	→	2019	100 %	GRUPE
Intégration de certains sites de production de produits de marque de distributeur non alimentaires dans le programme de formation « ALDI Factory Advancement » (AFA) pour l'amélioration des conditions de travail au Bangladesh par la promotion du dialogue entre les employés et les responsables	↑	en cours	Poursuite et élargissement	GRUPE
Mise en place et gestion de notre propre processus de contrôle en Asie	→	2017	Finalisation de la phase de tests et mise en place du processus	GRUPE
Justificatif d'évaluation des pratiques sociales (GRASP ou similaire) pour tous les producteurs (cultivateurs) de fruits et légumes	→	2018	100 %	GRUPE
Exclusion de certains groupes de substances dans la production d'articles de marque de distributeur des catégories de produits vêtements, linge de maison et chaussures (engagement Detox ALDI)	→	2020	100 %	GRUPE
Élaboration et publication d'une Politique Internationale d'Achat de Coton	→	2017	Politique d'achat	GRUPE

↑ Objectif atteint → Processus en cours



Champ d'action 'Gestion responsable de la chaîne d'approvisionnement'

Objectif	Statut	Échéance	Cible	Pertinence
Élaboration et publication d'une Politique Internationale d'Achat de Café	↑	2016	Politique d'achat	GROUPE
Élaboration et publication d'une Politique Internationale d'Achat pour le Bois, le Carton et le Papier	→	2017	Politique d'achat	GROUPE
Basculement vers 100 % d'huile de palme physique certifiée RSPO pour les articles de marque de distributeur alimentaires contenant de l'huile de palme (Table ronde pour une huile de palme durable – RSPO)	→	2018	100 %	GROUPE
Outre les produits à base de viande, élargissement de l'ALDI Transparency Code (ATC) aux articles de marque de distributeur des assortiments standards et ponctuels de deux groupes de marchandises supplémentaires, dont les produits de la mer	↑	2016	Deux groupes de marchandises supplémentaires	ALLEMAGNE
Basculement vers des matières premières certifiées (UTZ, Rainforest Alliance, Fairtrade) pour les articles de marque de distributeur des assortiments standards et ponctuels à forte teneur en cacao relevant du champ d'application défini	→	2017	100 %	GROUPE
Élaboration et publication d'une Politique Internationale d'Achat de Thé	↑	2017	Politique d'achat	GROUPE

↑ Objectif atteint → Processus en cours



Champ d'action 'Préservation des ressources'

Objectif	Statut	Échéance	Cible	Pertinence
Mise en place de l'éclairage LED sur tous les nouveaux points de vente (éclairage intérieur et extérieur) et suivi du passage des points de vente existants et des centres logistiques à l'éclairage LED	→	2019 (et continu)	100 %	GROUPE
Augmentation du nombre de points de vente équipés d'installations photovoltaïques	→	en cours	Poursuite et élargissement	GROUPE
Développement d'un concept pour la comptabilisation, l'analyse et la réduction des émissions de gaz à effet de serre	→	2017	Concept	GROUPE
Développement d'un concept pour la mise en place d'un système de suivi et de gestion énergétique	→	2017	Concept	GROUPE
Augmentation du taux d'utilisation de l'énergie produite via les installations photovoltaïques sur les points de vente grâce à la récupération de la chaleur produite par les groupes froids ainsi qu'une orientation des panneaux photovoltaïques en fonction des besoins	→	en cours	Poursuite et élargissement	ALLEMAGNE
Étude de systèmes d'alimentation alternatifs pour les processus logistiques	→	2017	Examen	ALLEMAGNE
Mise en place d'un système de suivi numérique généralisé pour les systèmes de refroidissement afin de réduire les émissions grâce à une optimisation des taux de fuite et/ou l'utilisation de gaz réfrigérants plus respectueux de l'environnement	→	en cours	100 %	ALLEMAGNE
Alimentation progressive de l'ensemble des réfrigérateurs et congélateurs en propane (R290) : un gaz réfrigérant à très faible potentiel de réchauffement planétaire (PRP)	→	en cours	100 %	ALLEMAGNE
Étude sur une gamme de sacs alternatifs plus durables	↑	2016	Examen	ALLEMAGNE



Champ d'action 'Engagement sociétal' &



'Promotion du dialogue'

Objectif	Statut	Échéance	Cible	Pertinence
Développement de projets pilotes pour une consommation durable	→	2018	Projet	ALLEMAGNE
Application d'une directive sur la gestion des produits alimentaires ne pouvant plus être vendus en points de vente	→	2017	Élaboration et application	GROUPE
Renforcement du dialogue avec les principaux interlocuteurs	→	en cours	Participation à des initiatives sectorielles	GROUPE

↑ Objectif atteint → Processus en cours

Stratégie & management

— CHIFFRES CLÉS

En tant que l'un des discounters européens les plus couronnés de succès et les plus performants, nous sommes conscients des répercussions de nos activités commerciales. Nous prônons des valeurs commerciales traditionnelles et agissons selon le principe d'importance. À l'avenir, nous continuerons à fixer des normes dans le commerce de détail, et ce, de façon simple, responsable et fiable, car le bien-être de nos clients est notre objectif : ils doivent pouvoir faire ses courses en toute conscience.

Articles et marques de distributeur dans l'assortiment

Nombre d'articles et part d'articles de marque de distributeur dans l'assortiment standard (en pourcent)¹

	2015		2016	
	Nombre d'articles	Part des marques de distributeur (en %)	Nombre d'articles	Part des marques de distributeur (en %)
Belgique/Luxembourg ²	1 113	99,7	1 373	97,6
Danemark	1 394	87,7	1 651	81,0
Allemagne	1 183	94,8	1 461	94,0
France	1 210	94,6	1 450	95,1
Pays-Bas	1 238	97,7	1 437	94,2
Pologne	1 339	88,6	1 700	86,8
Portugal	1 477	92,3	1 505	85,3
Espagne	1 422	90,2	1 609	89,7
Groupe	1 297	92,9	1 523	90,2

¹ A l'inverse des dites marques nationales, les marques de distributeur font l'objet d'exigences précises de notre part : c'est ainsi que nous pouvons exercer une influence sur la production.

² ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

Magasins et collaborateurs

Nombre total de magasins et nombre de collaborateurs (en nombre de personnes) par sexe et par région au jour de référence le 31/12

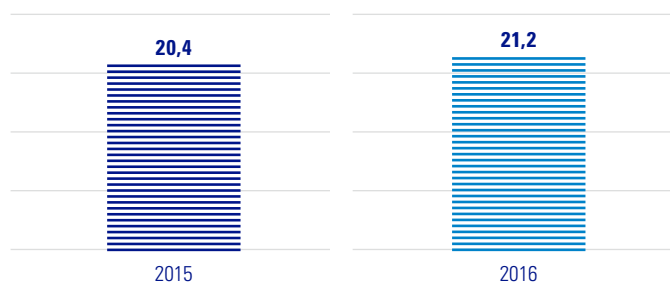
	2014 ¹		2015			2016		
	Nombre de magasins	Nombre de collaborateurs	Nombre de magasins	Nombre de collaborateurs	dont femmes	Nombre de magasins	Nombre de collaborateurs	dont femmes
Belgique/Luxembourg ²	460	6 116	461	6 256	4 452	457	6 412	4 455
Danemark	227	1 985	220	2 037	1 051	222	2 184	1 128
Allemagne	2 387	29 568	2 339	31 429	22 521	2 298	35 215	25 405
France	908	6 947	899	7 420	4 533	891	8 243	5 204
Pays-Bas	500	5 859	498	6 291	3 893	491	6 300	3 857
Pologne	93	871	105	1 160	1 002	118	1 466	1 254
Portugal	47	484	47	613	416	48	803	535
Espagne	245	2 463	260	2 973	1 889	264	3 456	2 174
Groupe	4 867	54 293	4 829	58 179	39 757	4 789	64 079	44 012

¹ La ventilation par sexe est possible uniquement à partir de 2015.

² ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

Chiffre d'affaires net du groupe ALDI Nord

Chiffre d'affaires total de l'exercice
(en milliards d'euros)



Matières premières & chaîne d'approvisionnement

— CHIFFRES CLÉS

Nous assumons nos responsabilités tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Environ 90 pourcent de nos articles sont fabriqués en tant que marque de distributeur pour le groupe ALDI Nord. Cela nous permet de mettre en œuvre la durabilité directement sur le produit. Grâce à nos politiques d'achat et à nos projets, nous définissons des exigences claires pour nos fournisseurs et producteurs en ce qui concerne les normes sociales et/ou écologiques et nous nous engageons pour la production plus durable de matières premières.

Part d'articles à base de produits de la mer certifiés durables achetés

Part d'articles de marque de distributeur achetés porteurs de la certification MSC, ASC, GLOBALG.A.P. ou du label environnemental européen par rapport au nombre total d'articles à base de poisson achetés (en pourcent)

Fin 2016, environ 36 pourcent des produits de la mer achetés au niveau du groupe étaient certifiés selon l'une des normes de durabilité précitées. La plus grande part est certifiée selon la norme MSC (environ 63 pourcent), suivie de la norme GLOBALG.A.P. (environ 20 pourcent) et de la norme ASC (environ 18 pourcent) ainsi que des articles munis du label biologique européen (environ trois pourcent).¹

	2014	2015	2016
Belgique/Luxembourg ²	25,0	32,4	56,0
Danemark	39,1	56,9	59,4
Allemagne	53,4	70,6	66,9
France	19,3	17,9	22,2
Pays-Bas	42,7	47,4	50,9
Pologne	33,3	35,8	31,1
Portugal	28,2	25,0	28,8
Espagne	10,9	10,9	10,0
Groupe	27,3	32,9	36,0

¹ Les articles munis de plusieurs labels de certification ont été saisis pour chaque type de certification correspondant. Cependant, ils ont été comptabilisés comme un seul article au total. La somme des articles ventilés peut donc s'élever à plus de 100 pourcent.

² ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

Part des œufs certifiés KAT

Part des œufs certifiés KAT par rapport au nombre total d'œufs achetés (en pourcent)¹

	2014	2015	2016
Belgique/Luxembourg ^{2, 3}	9,1	86,0	80,0
Allemagne	100,0	100,0	100,0
Pays-Bas	100,0	100,0	100,0
Pologne	23,9	34,4	32,3
Groupe	97,8	97,6	96,6

¹ La certification KAT n'est pas utilisée dans tous les pays. Par conséquent, seuls les pays dans lesquels elle est mise en place sont représentés ici.

² Les données pour l'année 2015 ont dû être corrigées par après suite à une erreur de saisie.

³ ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

Part d'huile de palme certifiée

Part de la quantité totale d'huile de palme utilisée pour la fabrication de nos produits alimentaires et non alimentaires certifiée selon l'un des systèmes de chaîne d'approvisionnement physique de la RSPO (en pourcent)¹

	2014	2015	2016
Belgique/Luxembourg ²	63,6	77,7	85,4
Danemark ³	ND	30,1	91,0
Allemagne	87,7	86,7	90,0
France	52,7	66,5	82,2
Pays-Bas	29,8	71,4	88,3
Pologne	73,5	78,7	69,2
Portugal	59,2	62,7	84,1
Espagne ³	ND	36,9	68,7
Groupe	71,7	76,8	86,7

¹ Les données sont partiellement basées sur des extrapolations.

² ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

³ Données disponibles uniquement à partir de 2015 (ND = non disponible).

Part d'articles à base de cacao certifié

Part d'articles de marque de distributeur à base de cacao achetés contenant du cacao certifié durable par rapport au nombre total d'article à base de cacao achetés (en pourcent)

À la fin de l'année 2016, environ 79 pourcent des articles de marque de distributeur à base de cacao à l'échelle du groupe étaient exclusivement fabriqués à partir de matières premières certifiées. La plupart des articles étaient certifiés UTZ (environ 98 pourcent), suivie de la certification Fairtrade (environ 2 pourcent) et Rainforest Alliance (0,1 pourcent).

	2014	2015	2016
Belgique/Luxembourg ¹	8,7	20,0	77,0
Danemark	40,9	73,5	89,6
Allemagne	56,8	77,0	90,1
France	20,0	23,9	90,9
Pays-Bas	53,3	77,5	84,2
Pologne	49,2	69,7	68,6
Portugal	51,5	68,5	80,2
Espagne	36,1	55,4	70,3
Groupe	32,3	48,9	78,8

¹ ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

Part de café certifié et vérifié durable acheté

Part de café certifié et vérifié durable acheté par rapport au poids total de café acheté pour les articles de marque de distributeur (en pourcent)

Fairtrade, le label biologique européen, 4C, Rainforest Alliance et UTZ ont été ventilés comme types de vérification. Au total, environ 20 pourcent du café acheté en 2016 était certifié ou vérifié par l'un des labels susmentionnés. La plupart des articles étaient vérifiés 4C (environ 40 pourcent), suivie de la certification Fairtrade, du label biologique européen (respectivement environ 20 pourcent) et de la certification UTZ (environ 20 pourcent).

	2014	2015	2016
Belgique/Luxembourg ¹	5,0	5,6	6,9
Danemark	5,6	7,6	9,5
Allemagne	15,6	18,6	30,5
France	3,4	3,1	6,0
Pays-Bas	4,1	4,5	5,9
Pologne	3,6	4,7	4,6
Portugal	8,8	12,5	19,0
Espagne	11,6	15,1	30,0
Groupe	10,8	12,8	19,5

¹ ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

Part des articles achetés fabriqués à partir de matières premières certifiées FSC® ou PEFC

Part d'articles de marque de distributeur achetés fabriqués à partir de matières premières certifiées FSC® ou PEFC par rapport au nombre total d'articles de marque de distributeurs achetés comportant du bois, en carton ou en papier, ventilés selon le type de certification (en pourcent)

Les types de certification étaient les suivants : FSC® 100%, FSC® MIX et PEFC. La plupart des articles en 2016 étaient certifiés FSC® MIX (environ 50 pourcent), suivie de la certification FSC® 100% (environ 26 pourcent) ainsi que de la certification PEFC (environ 24 pourcent).

	2014	2015	2016
Belgique/Luxembourg ^{1, 2}	24,3	24,8	28,8
Danemark	73,4	72,4	89,8
Allemagne	86,3	84,4	87,3
France	41,7	41,5	46,4
Pays-Bas	51,8	54,3	58,4
Pologne	60,4	59,4	60,6
Portugal	66,2	60,2	68,7
Espagne	31,2	42,6	64,0
Groupe	39,1	41,3	53,1

¹ ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

² Les données 2014 sont en partie basées sur des estimations.

Qualité

CHIFFRES CLÉS

Notre promesse « Qualité supérieure – Prix bas » convainc nos clients. La qualité et la sécurité des produits que nous offrons chez ALDI sont vérifiées. Bon nombre de ces produits sont certifiés par des instances de contrôle indépendantes au moyen de labels ou de signes de qualité. Si, malgré nos contrôles rigoureux, nous constatons des failles au niveau de la qualité après la date de mise en vente, des contrôles supplémentaires sont exécutés afin de prendre les mesures adéquates en fonction des résultats.

Rappels de produits

Nombre de rappels, ventilés entre les articles alimentaires et non alimentaires

	2014			2015			2016		
	Total	Rappels de produits alimentaires	Rappels de produits non alimentaires	Total	Rappels de produits alimentaires	Rappels de produits non alimentaires	Total	Rappels de produits alimentaires	Rappels de produits non alimentaires
Belgique/Luxembourg ¹	4	4	–	3	3	–	1	1	–
Danemark	4	3	1	2	2	–	3	3	–
Allemagne	2	2	–	5	1	4	10	10	–
France	3	3	–	14	12 ²	2	23 ³	22	1
Pays-Bas	2	2	–	2	2	–	3	3	–
Pologne	–	–	–	–	–	–	1	1	–
Portugal	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Espagne	1	–	1	–	–	–	3	1	2
Groupe	16	14	2	26	20	6	44	41	3

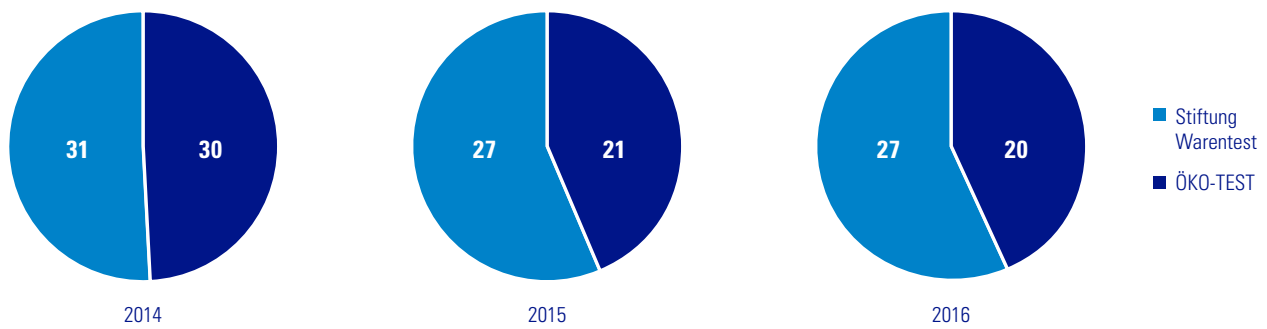
¹ ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

² Dont six en raison d'un problème d'étiquetage.

³ Dans 16 cas, il s'agissait de rappels régionaux et dans 6 cas, il s'agit de rappels suite à des erreurs d'étiquetage.

Articles porteurs de la notation Stiftung Warentest ou ÖKO-TEST

Nombre d'articles porteurs du résultat de test de la Stiftung Warentest ou de l'ÖKO-TEST¹



¹ La comptabilisation des articles à l'aide des résultats de tests est possible uniquement en Allemagne. Les données concernent donc uniquement l'Allemagne.

Clients & société

CHIFFRES CLÉS

Nous permettons une consommation responsable à nos clients. Nous élargissons sans cesse notre offre de produits plus durables. Grâce à un étiquetage transparent, les produits issus de l'agriculture biologique ou du commerce équitable, les produits végétariens, végétaliens ou sans additifs sont par exemple facilement identifiables par nos clients. Nous faisons don à des organisations caritatives de bon nombre de nos denrées alimentaires encore consommables, mais ne pouvant plus être vendues. De plus, nous contribuons à relever les défis sociétaux dans le cadre de l'ALDI Nord Stiftungs GmbH, et ce, en collaboration avec des partenaires tels que le 'Deutsches Kinderhilfswerk'.

Nombre d'articles issus de l'agriculture biologique et issus du commerce équitable

Nombre d'articles de marque de distributeur porteurs du label biologique européen et nombre d'articles de marque de distributeur achetés certifiés Fairtrade dans l'assortiment

	2014 ¹		2015		2016	
	Articles biologiques	Articles Fairtrade	Articles biologiques	Articles Fairtrade	Articles biologiques	Articles Fairtrade
Belgique/Luxembourg ²	20	3	56	3	61	9
Danemark	54	5	86	8	118	11
Allemagne	100	5	125	15	144	21
France	31	1	45	–	60	1
Pays-Bas	33	3	66	37	114	41
Pologne	5	–	9	1	10	1
Portugal	41	2	60	7	77	12
Espagne	80	1	105	1	131	4
Groupe ³	304	14	433	58	517	70

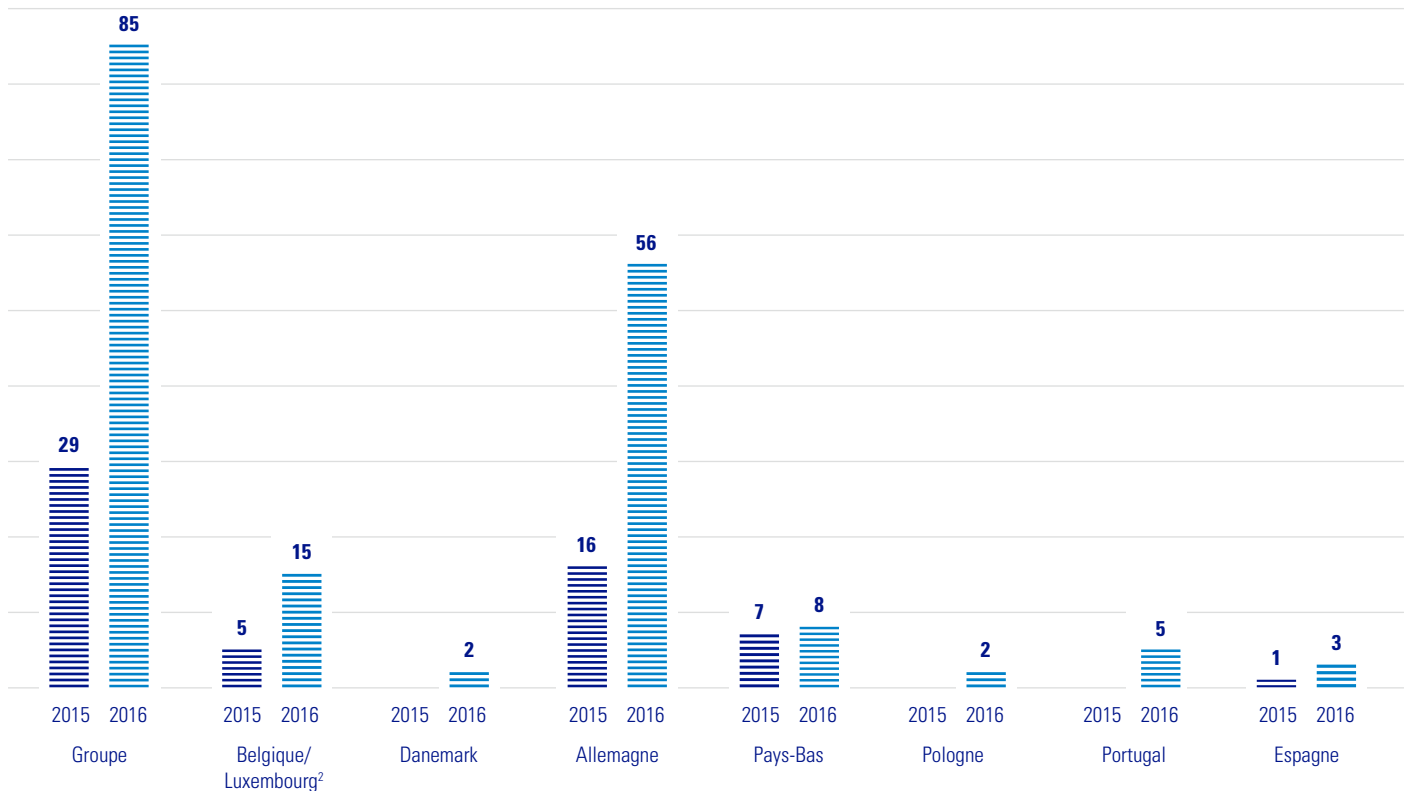
¹ Pour l'année 2014, le nombre d'articles achetés de manière centralisée n'est pas disponible pour tous les pays.

² ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

³ Étant donné que certains articles sont achetés pour plusieurs pays, le nombre total d'articles achetés peut être inférieur à la somme des ventilations.

Nombre et part d'articles végétariens et végétaliens

Nombre d'articles certifiés végétariens et/ou végétaliens dans l'assortiment¹



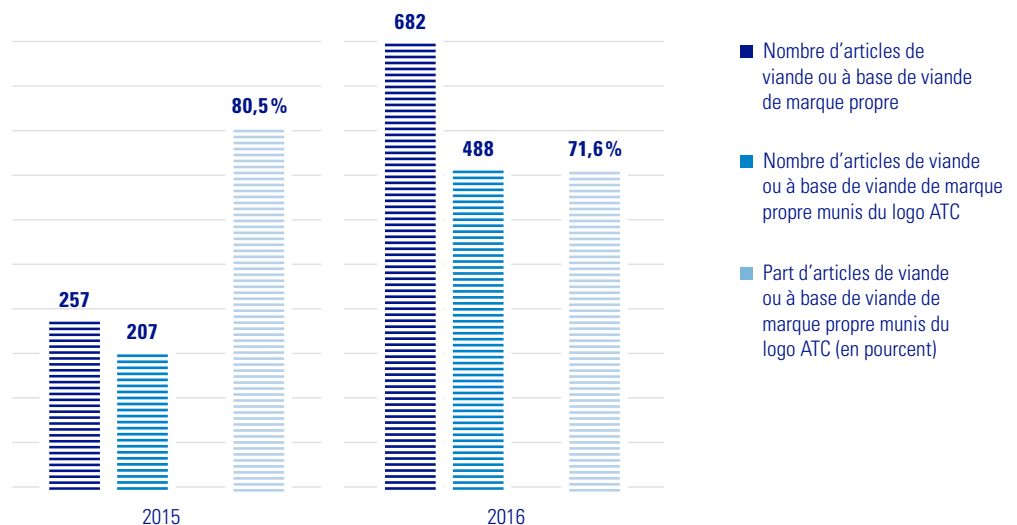
¹ Étant donné que certains articles sont achetés pour plusieurs pays, le nombre total d'articles achetés peut être inférieur à la somme des ventilations.

² ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

Nombre et part d'articles porteurs du logo ATC

Nombre et part d'articles de viande ou à base de viande de marque de distributeur en Allemagne munis du logo ATC (ALDI Transparency Code).

La méthode de saisie et la base de données ont changé par rapport à l'année précédente.



- Nombre d'articles de viande ou à base de viande de marque propre
- Nombre d'articles de viande ou à base de viande de marque propre munis du logo ATC
- Part d'articles de viande ou à base de viande de marque propre munis du logo ATC (en pourcent)

Dons de denrées alimentaires

Part des magasins faisant don des denrées alimentaires ne pouvant plus être vendues à des organisations caritatives par rapport au nombre total de magasins (en pourcent)

	2014	2015	2016
Belgique/Luxembourg ¹	100,0	100,0	100,0
Danemark	–	3,6	3,6
Allemagne	89,4	98,1	99,1
France	–	–	–
Pays-Bas	–	–	28,7
Pologne	–	4,8	24,6
Portugal	–	8,5	25,0
Espagne	60,4	76,5	75,4
Groupe	56,7	61,5	65,2

¹ ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

Collaborateurs

CHIFFRES CLÉS

Environ 64 000 collaborateurs contribuent de façon décisive au succès persistant du groupe ALDI Nord. L'équité, l'ouverture et la diversité conditionnent notre comportement à l'égard de nos collègues. Pour nous, l'estime de nos employés signifie que nous devons être un employeur responsable et fiable. Nous souhaitons que nos collaborateurs soient fiers de travailler chez ALDI.

Nombre de collaborateurs par secteur

Nombre de collaborateurs par domaine de travail et par sexe au jour de référence le 31/12 (en nombre de personnes)

	2014 ¹	2015		2016	
	Groupe	Groupe	Dont femmes	Groupe	Dont femmes
Vente	43 182	46 708	36 146	51 780	40 157
Entrepôt	4 400	4 604	1 183	4 983	1 207
Transport	2 494	2 490	39	2 596	36
Bureaux	1 970	2 215	1 950	2 401	2 105
Postes d'encadrement supérieur	576	577	122	589	139
Postes d'encadrement de premier niveau	1 146	1 043	284	1 174	337
Autres ²	525	542	33	556	31
Groupe	54 293	58 179	39 757	64 079	44 012

¹ La ventilation par sexe est possible uniquement à partir de 2015.

² Cette catégorie comprend notamment les collaborateurs exemptés au titre du comité d'entreprise ainsi que les artisans.

Part de femmes occupant des postes de direction

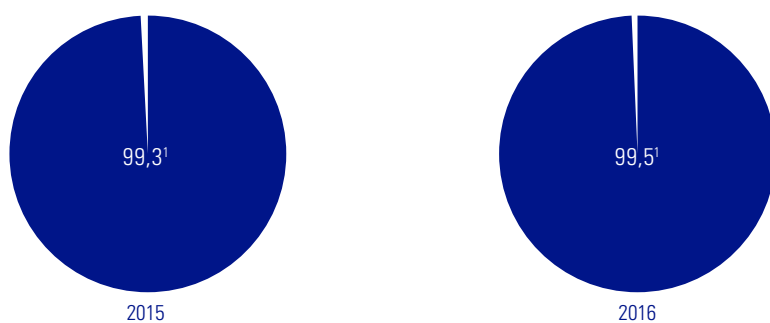
Part de femmes occupant des postes de direction au jour de référence le 31/12 (en pourcent)

	2015	2016
Belgique/Luxembourg ¹	24,9	27,3
Danemark	20,2	20,0
Allemagne	24,6	26,7
France	17,5	21,4
Pays-Bas	15,1	16,3
Pologne	38,6	40,3
Portugal	43,2	45,2
Espagne	34,8	32,8
Groupe	23,8	25,8

¹ ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

Part des collaborateurs couverts par des conventions collectives

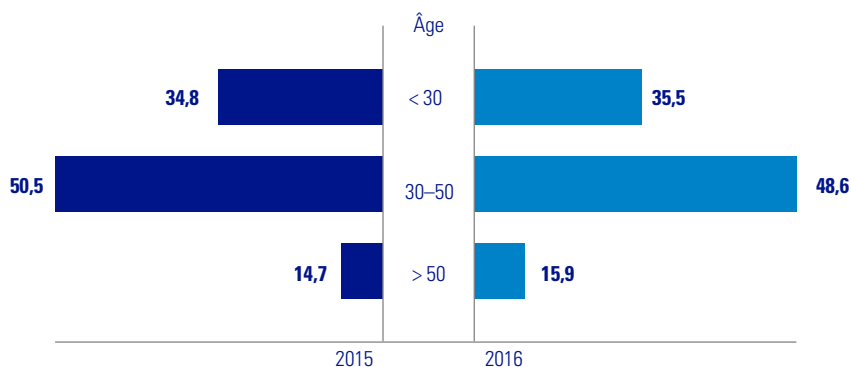
Part des collaborateurs couverts par des conventions collectives au jour de référence le 31/12 (en pourcent)



¹ La part des collaborateurs a été calculée hors Pologne puisqu'aucune convention collective n'y est conclue.

Collaborateurs par tranche d'âge

Part de collaborateurs par tranche d'âge au jour de référence le 31/12 (en pourcent)



Collaborateurs par type d'emploi

Nombre de collaborateurs par type d'emploi et par sexe au jour de référence le 31/12 (en nombre de personnes)

	2014 ¹		2015			2016				
	Temps complet	Temps partiel	Temps complet	Dont femmes	Temps partiel	Dont femmes	Temps complet	Dont femmes	Temps partiel	Dont femmes
Belgique/ Luxembourg ²	1 997	4 119	2 021	877	4 235	3 575	2 117	903	4 295	3 552
Danemark	1 059	926	1 048	468	989	583	1 074	468	1 110	660
Allemagne	7 646	21 922	7 267	3 125	24 162	19 396	7 258	2 977	27 957	22 428
France	4 794	2 153	5 184	2 504	2 236	2 029	5 474	2 722	2 769	2 482
Pays-Bas	1 645	4 214	1 639	324	4 652	3 569	1 622	317	4 678	3 540
Pologne	272	599	473	337	687	665	809	617	657	637
Portugal	161	323	230	94	383	322	265	144	538	391
Espagne	1 033	1 430	1 220	611	1 753	1 278	1 407	718	2 049	1 456
Groupe	18 607	35 686	19 082	8 340	39 097	31 417	20 026	8 866	44 053	35 146

¹ La ventilation par sexe est possible uniquement à partir de 2015.

² ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

Ancienneté

Ancienneté moyenne des collaborateurs (en années)

	2014	2015	2016
Belgique/Luxembourg ¹	11	12	12
Danemark	4	4	4
Allemagne	10	10	10
France	6	6	6
Pays-Bas	10	10	10
Pologne	4	3	3
Portugal	3	3	2
Espagne	4	3	3
Groupe	7	6	6

¹ ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

Nombre d'apprentis et d'étudiants en alternance

Nombre d'apprentis et d'étudiants en alternance au jour de référence le 31/12

Le modèle de formation appliqué en Allemagne n'est pas utilisé dans tous les pays. Les données relatives au nombre d'apprentis sont donc limitées à l'Allemagne, au Danemark et à la France. Le système utilisé aux Pays-Bas et en Espagne n'est pas pris en compte pour l'établissement des indicateurs puisque les modèles de formation ne sont pas identiques. En Allemagne, nous proposons en outre des formations en alternance.

	2014		2015		2016	
	Apprentis	Étudiants en alternance	Apprentis	Étudiants en alternance	Apprentis	Étudiants en alternance
Danemark	54	–	53	–	52	–
Allemagne	2 330	117	2 014	92	1 757	99
France	187	–	241	–	194	–
Total	2 571	117	2 308	92	2 003	99

Part de collaborateurs selon le contrat de travail

Part de collaborateurs selon le contrat de travail et le sexe au jour de référence le 31/12 (en pourcent)

	2015				2016			
	CDD ¹	Dont femmes	CDI ²	Dont femmes	CDD ¹	Dont femmes	CDI ²	Dont femmes
Belgique/Luxembourg ³	9,6	64,3	90,4	68,2	9,2	62,9	90,8	75,7
Danemark	1,5	65,5	98,5	51,9	0,2	60,0	99,8	52,3
Allemagne	15,5	67,1	84,5	72,1	21,7	68,6	78,3	71,2
France	10,8	62,8	89,2	64,3	10,2	64,9	89,8	65,4
Pays-Bas	32,8	59,7	67,2	63,6	30,9	57,7	69,1	63,6
Pologne	61,1	86,6	38,9	85,0	60,8	86,3	39,2	83,7
Portugal	58,0	69,9	42,0	69,1	58,2	67,2	41,8	68,7
Espagne	4,9	51,4	95,1	63,3	5,3	48,1	94,7	63,5
Groupe	16,5	66,3	83,5	68,7	19,7	67,3	80,3	69,1

¹ CDD = contrat à durée déterminée

² CDI = contrat de travail à durée indéterminée

³ ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

Sites

CHIFFRES CLÉS

Nous réduisons les répercussions de nos activités commerciales sur le climat et l'environnement. L'effort portera sur l'optimisation de la consommation d'énergie, des processus logistiques et du conditionnement ainsi que sur la gestion des déchets. L'évaluation de divers chiffres clés – allant des émissions de gaz à effet de serre à la quantité de matériaux de conditionnement utilisés en passant par le volume des déchets – nous aide à identifier d'autres opportunités d'amélioration.

Consommation d'énergie directe

Consommation d'énergie directe dans les bâtiments et la logistique (en MWh)¹

La majeure partie de la consommation d'énergie directe est liée à l'utilisation de gaz naturel pour la production de chaleur et à l'utilisation de diesel en tant que carburant en logistique. La consommation totale a légèrement augmenté par rapport à 2015. Cela est notamment lié à une consommation accrue de gaz naturel en raison d'un hiver plus rigoureux dans certains pays ainsi qu'à une légère augmentation de l'utilisation de carburant en logistique.

	2014	2015 ²	2016
Belgique/Luxembourg ³	99 607	108 941	109 576
Danemark	18 309	20 962	20 692
Allemagne	370 237	386 112	402 431
France	142 110	149 429	143 479
Pays-Bas	76 905	84 156	86 055
Pologne	9 092	12 896	14 905
Portugal	989	1 013	1 084
Espagne	4 199	4 177	4 449
Groupe	721 448	767 686	782 671

¹ Les données reposent partiellement sur des estimations et des extrapolations.

² Certaines données pour l'année 2015 ont été notifiées par après, ce qui explique la différence entre les chiffres mentionnés dans le présent rapport et le rapport précédent.

³ ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

Consommation d'énergie directe par source

Consommation d'énergie directe dans les bâtiments et la logistique, ventilée selon les sources d'énergie (en MWh)¹

	2015 ²	2016
Gaz naturel	418 129	429 621
Fuel	27 589	25 321
Biogaz	154	89
Diesel (y compris groupes électrogènes diesel)	321 314	327 163
Essence	66	26
Gaz de pétrole liquéfié	434	451

¹ Les données reposent partiellement sur des estimations et des extrapolations.

² Certaines données pour l'année 2015 ont été notifiées par après, ce qui explique la différence entre les chiffres mentionnés dans le présent rapport et le rapport précédent.

Consommation d'énergie indirecte

Consommation d'électricité et de chauffage urbain (en MWh)¹

La consommation d'électricité de nos sites représente la majeure partie de nos besoins énergétiques avec presque 940 GWh. Avec environ un pourcent d'évolution, elle n'a que très peu augmenté par rapport à l'année précédente. Cette hausse découle notamment des heures d'ouverture prolongées et de l'équipement des magasins avec des rayons frais et des fours automatiques supplémentaires.

	2014			2015 ²			2016		
	Total	Électricité	Chauffage urbain	Total	Électricité	Chauffage urbain	Total	Électricité	Chauffage urbain
Belgique/Luxembourg ³	87 581	87 581	–	88 411	88 411	–	89 559	89 559	–
Danemark	49 605	38 758	10 847	50 569	39 659	10 910	51 141	39 739	11 402
Allemagne	456 809	441 748	15 061	451 014	433 393	17 621	463 361	445 897	17 464
France	157 429	157 429	–	177 762	177 762	–	167 805	167 805	–
Pays-Bas	75 566	74 831	735	79 780	78 779	1 001	82 177	81 077	1 100
Pologne	13 671	12 444	1 227	17 394	16 110	1 284	20 429	18 606	1 823
Portugal	12 479	12 479	–	14 113	14 113	–	14 884	14 884	–
Espagne	67 928	67 928	–	79 694	79 694	–	79 070	79 070	–
Groupe	921 068	893 198	27 870	958 737	927 921	30 816	968 426	936 637	31 789

¹ Les données reposent partiellement sur des estimations et des extrapolations.

² Certaines données pour l'année 2015 ont été notifiées par après, ce qui explique la différence entre les chiffres mentionnés dans le présent rapport et le rapport précédent.

³ ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

Émissions de gaz à effet de serre scope 1 et 2

Émissions de gaz à effet de serre scope 1 et 2 (en tonnes équivalent CO₂)

Les émissions de gaz à effet de serre ont été calculées sur la base de la consommation d'énergie et de carburant ainsi que sur la base des pertes de gaz réfrigérant. Le calcul est effectué selon les exigences du Greenhouse Gas (GHG) Protocol (protocole sur les gaz à effet de serre) à l'aide du facteur d'émission DEFRA ou GEMIS pour les émissions liées au chauffage urbain. Selon le protocole GHG, un calcul séparé des émissions scope 2 issues de la consommation d'énergie selon des facteurs d'émission basés sur le lieu et sur le marché a lieu d'abord. Tandis que la méthode s'appuyant sur le lieu dévoile les facteurs pour une certaine région géographique (par exemple un pays), le mélange de courant individuel d'une entreprise par le biais de la constitution réelle d'émissions est -si possible- utilisé pour les facteurs basés sur le marché. Le calcul des émissions de gaz à effet de serre basés sur le lieu s'appuie sur les facteurs de l'International Energy Agency (IEA).

	2014		2015 ¹			2016		
	Scope 1 ²	Scope 2 ³	Scope 1 ²	Scope 2 ³ « basé sur le lieu »	Scope 2 ³ « basé sur le marché »	Scope 1 ²	Scope 2 ³ « basé sur le lieu »	Scope 2 ³ « basé sur le marché »
Belgique/Luxembourg ⁴	37 536	17 673	42 096	17 782	15 781	40 328	18 656	13 246
Danemark	9 963	13 546	11 104	13 241	8 973	10 466	11 372	10 914
Allemagne	113 483	268 214	120 089	214 793	262 533	110 178	211 664	38 301
France	67 917	9 603	74 861	11 350	2 666	75 277	6 863	6 276
Pays-Bas	46 780	27 262	31 253	35 044	72	29 802	38 393	143
Pologne	2 174	10 134	3 940	12 866	13 488	5 501	14 688	15 185
Portugal	1 382	3 781	1 529	3 964	6 180	2 817	3 793	4 334
Espagne	5 596	19 748	12 239	19 467	30 218	11 811	20 096	26 774
Groupe	284 831	369 961	297 111	328 507	339 911	286 180	325 525	115 173

¹ Certaines données pour l'année 2015 ont été notifiées par après, ce qui explique la différence entre les chiffres mentionnés dans le présent rapport et le rapport précédent.

² Scope 1 : émissions liées à la consommation d'énergie directe des bâtiments, à la consommation de carburant en logistique et aux pertes de gaz réfrigérant.

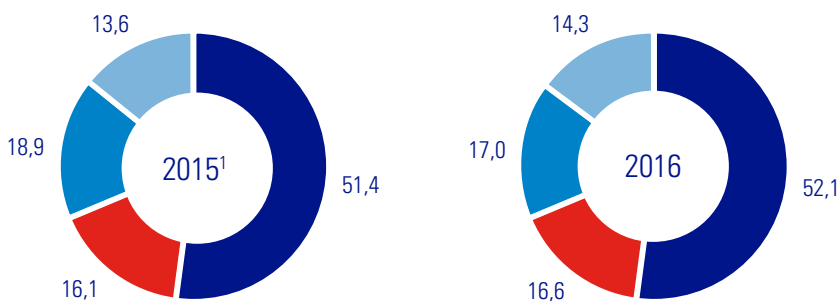
³ Scope 2 : émissions liées à la consommation électrique et de chauffage urbain, ventilées en émissions basées sur le lieu et en émissions basées sur le marché à partir de 2015.

⁴ ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

Émissions de gaz à effet de serre scope 1 et 2 par source 2015 & 2016

Émissions totales de gaz à effet de serre scope 1 et 2 selon les sources (en pourcent, sur base d'émissions basées sur le lieu)

- Électricité
- Chauffage
- Gaz réfrigérants
- Logistique



¹ Certaines données pour l'année 2015 ont été notifiées par après, ce qui explique la différence entre les chiffres mentionnés dans le présent rapport et le rapport précédent.

Nombre de véhicules

Nombre de véhicules par type de véhicule au jour de référence le 31/12

	2014			2015			2016		
	Nombre de camions	Nombre de voitures	Autres véhicules ¹	Nombre de camions	Nombre de voitures	Autres véhicules ¹	Nombre de camions	Nombre de voitures	Autres véhicules ¹
Belgique/Luxembourg ²	213	180	7	217	185	8	219	211	8
Danemark	55	86	5	56	89	5	56	92	5
Allemagne	914	850	73	909	909	74	880	969	75
France	236	310	27	238	314	23	234	349	25
Pays-Bas	201	184	8	200	188	8	189	201	8
Pologne	–	65	2	–	64	2	–	82	2
Portugal	–	37	1	–	41	1	–	47	1
Espagne	–	144	–	–	159	–	–	170	2
Groupe	1 619	1 856	123	1 620	1 949	121	1 578	2 121	126

¹ Cette catégorie comprend notamment les engins de manutention et les véhicules dotés d'un système de propulsion à gaz.

² ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

Consommation de carburant

Consommation de carburant des camions, voitures et autres véhicules (en litres et en kilos de gaz carburant)

	2014			2015			2016		
	Diesel ¹ (l)	Essence (l)	Gaz carburant (kg)	Diesel ¹ (l)	Essence (l)	Gaz carburant (kg)	Diesel ¹ (l)	Essence (l)	Gaz carburant (kg)
Belgique/Luxembourg ²	3 991 141	–	–	4 215 607	–	–	4 322 031	–	–
Danemark	1 428 007	304	924	1 513 990	–	913	1 480 176	595	330
Allemagne	16 346 023	9 856	20 435	16 335 662	7 368	21 365	16 863 778	2 266	21 270
France	5 640 054	–	10 498	5 858 537	–	9 737	5 730 617	–	9 828
Pays-Bas ³	3 553 070	–	–	3 626 422	–	–	3 687 240	–	–
Pologne	148 367	–	781	144 629	–	1 386	158 452	–	567
Portugal	98 623	–	400	100 883	–	600	108 132	–	500
Espagne	406 376	–	–	404 581	–	–	415 182	–	2 828
Groupe	31 611 661	10 160	33 038	32 200 311	7 368	34 001	32 765 608	2 861	35 323

¹ Y compris la consommation de fuel pour le fonctionnement de moteurs frigorifiques (hors Allemagne).

² ALDI Belgique et ALDI Luxembourg sont deux sociétés juridiquement indépendantes (voir « À propos » page 30).

³ Certaines données pour l'année 2015 ont été notifiées par après, ce qui explique la différence entre les chiffres clés mentionnés dans le présent rapport et le rapport précédent.

Production de déchets

Production de déchets selon le type de déchets (en tonnes)¹

La quantité de déchets produite en Allemagne a légèrement augmenté par rapport à 2015. La majeure partie de notre production de déchets est liée aux déchets de conditionnement. Avec 414 tonnes, les déchets dangereux représentent seulement environ 0,2 pourcent de la quantité totale des déchets. Ceux-ci comprennent principalement les huiles usagées, les filtres à huile, les batteries de véhicules et les tubes fluorescents contenant du mercure.

	2014	2015	2016
	Allemagne	Allemagne	Allemagne
Déchets dangereux	490	493	414
Papier/carton	426	432	450
Déchets urbains ²	20 006	22 129	22 320
Déchets issus de la fabrication et de la transformation de denrées alimentaires ³	6 859	8 173	11 102
Déchets de conditionnement	156 461	156 580	161 290
Dont films/matières plastiques	3 966	3 986	3 578
Dont carton/papier	121 024	121 331	125 174
Dont PET	31 471	31 264	32 538
Appareils usagés	39	70	56
Quantité totale de déchets	184 281	187 877	195 632

¹ Les données reposent partiellement sur des estimations et des extrapolations.

² Déchets urbains. Ceux-ci comprennent notamment les déchets résiduels, les denrées alimentaires emballées, les déchets encombrants, les bois et les déchets métalliques.

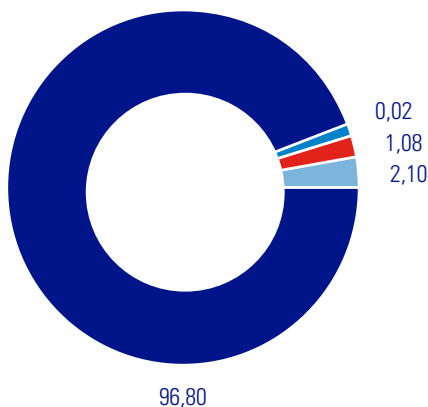
³ Cette catégorie englobe les déchets issus des cantines et des produits cuits en magasin (bake-off).

Quantités de déchets par méthode de recyclage

Quantité de déchets en Allemagne selon la méthode d'élimination (en pourcent)¹

Environ 99 pourcent, c.-à-d. la plupart des déchets non dangereux, ont été valorisés/recyclés en 2016.

- Valorisation et recyclage²
- Mise en décharge
- Incinération (incinération en masse)
- Compostage



¹ Le classement par méthode d'élimination repose partiellement sur des estimations et des extrapolations.

² Y compris incinération avec valorisation énergétique.

À propos

Grâce au présent rapport intermédiaire, nous informons nos interlocuteurs internes et externes de façon transparente sur l'évolution en matière du développement durable du groupe ALDI Nord. La publication du prochain rapport RSE est prévue pour 2018.

La société émettrice

La marque ALDI est synonyme de commerce de discount couronné de succès. Cette marque est utilisée par les groupes ALDI Nord et ALDI SÜD qui ont un lien familial. En ce qui concerne le groupe ALDI Nord, ALDI Einkauf est titulaire de la marque ALDI.

La société émettrice du rapport est ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG, dont le siège est situé à Essen (ci-après dénommée « ALDI Einkauf »). Les sociétés d'ALDI Einkauf revêtent notamment la forme de centrales ALDI GmbH & Co. oHG, qui forment un groupe horizontal en Allemagne. Les sociétés ALDI étrangères sont bénéficiaires de la licence ALDI. L'ensemble de ces sociétés juridiquement indépendantes forme le groupe ALDI Nord qui est l'objet du présent rapport. Les différences de certains chiffres clés ou contenus sont dûment signalées. L'achat et la distribution de produits pour ALDI Luxembourg est réalisé par les services Achats et Logistique d'ALDI Belgique. ALDI Luxembourg et ALDI Belgique sont néanmoins des sociétés juridiquement indépendantes. Dans ce rapport, elles sont souvent rassemblées pour en faciliter la rédaction et la lisibilité. La période du rapport s'étend du 1er janvier 2016 au 31 décembre 2016. La clôture de la rédaction a eu lieu le 31 mars 2017.

Le rapport est disponible sous format PDF en allemand et dans d'autres langues. Pour une meilleure lisibilité, nous avons renoncé à la distinction des genres et à l'indication de formes juridiques.

Vous pouvez consulter l'ensemble du contenu de ce rapport sur notre plateforme www.cr-aldinord.com. Vous y trouverez des documents à télécharger ainsi que des informations supplémentaires.

Mentions légales & contact

SOCIÉTÉ ÉMETTRICE

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

CLÔTURE DE LA RÉDACTION

31 mars 2017

CONCEPT / RÉDACTION / GRAPHISME

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg (Allemagne)

RESPONSABLE

Rayk Mende
Directeur du département CR
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

GESTION DE PROJETS

Dr. Christina Fries-Henrich
Responsable du département CR
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

CONTACT

cr-grk@aldi-nord.de

Rapport intermédiaire du groupe ALDI Nord

Vous pouvez également consulter le rapport RSE du groupe ALDI Nord ainsi que des informations complémentaires et des possibilités de téléchargement de documents à l'adresse :



www.cr-aldinord.com

Le rapport intermédiaire est aussi disponible dans les langues suivantes :

Allemand
Anglais
Danois
Espagnol
Français
Néerlandais
Néerlandais (BE)
Polonais
Portugais

Nous remercions tous les collaborateurs et tous les autres participants ayant contribué à l'élaboration du présent rapport.

Veillez noter que ce document est disponible dans d'autres langues. Seule la version en langue allemande fait foi.

Exclusion de responsabilité

Le présent rapport contient des déclarations qui se rapportent à l'évolution future du groupe ALDI Nord. Ces déclarations constituent des estimations établies sur la base des informations dont ALDI Nord dispose actuellement. L'évolution réelle peut différer des estimations actuelles. Le groupe ALDI Nord décline par conséquent toute responsabilité quant à ces déclarations.



www.cr-aldinord.com