

RELAZIONE SUI PROGRESSI ALLA SOSTENIBILITÀ

ANNO D'ESERCIZIO 2023



ALDI
SUISSE

Di più
per la vita.





OGGI PER DOMANI – LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ DI ALDI SUISSE

Il progresso? Per noi di ALDI SUISSE è soprattutto una questione di clima, ambiente, uomini e animali. Per questo ci adoperiamo senza sosta affinché la sostenibilità sia una condizione base in tutti i nostri settori aziendali. Il nostro obiettivo generale: **rendere la spesa più sostenibile alla portata di tutti.**

Oltre alle iniziative aziendali, motiviamo i nostri clienti e collaboratori ad impegnarsi per una maggiore sostenibilità nel quotidiano. In aggiunta agli obiettivi nazionali, con la nostra **strategia di sostenibilità globale** abbiamo creato una tabella di marcia per contribuire al progressivo sviluppo nel mondo del commercio.

Nella relazione 2023 sui progressi compiuti presentiamo gli obiettivi e i successi attualmente più importanti dei nostri **sei campi d'azione.**



→ Alla pagina sulla sostenibilità di ALDI SUISSE.
<https://www.aldi-suisse.ch/it/sostenibilita.html>

I NOSTRI CAMPI D'AZIONE

UNA PANORAMICA



TUTELA DI CLIMA E AMBIENTE

Poiché attribuiamo grande importanza alla tutela del clima e dell'ambiente ci concentriamo su una strategia olistica. Per proteggere il clima riduciamo le emissioni aziendali e promuoviamo l'energia rinnovabile. Inoltre, dal 2018 diminuiamo il consumo di risorse dei nostri prodotti con la missione im-ballo di ALDI. Allo stesso tempo combattiamo gli sprechi alimentari e operiamo affinché i prodotti siano sviluppati e fabbricati responsabilmente.

→ PER SAPERNE DI PIÙ SUL TEMA FOCALE

→ REQUISITI E OBIETTIVI



BENESSERE ANIMALE

I nostri obiettivi per un maggiore benessere degli animali includono l'espansione di prodotti provenienti da allevamenti particolarmente rispettosi degli animali con i programmi della Confederazione «Sistemi di stabulazione particolarmente rispettosi degli animali (SSRA)» e di prodotti importati che soddisfino almeno lo standard svizzero di benessere animale. La nostra linea BIO *retour aux sources* è un marchio pionieristico sinonimo di elevato benessere animale, ad esempio grazie all'allevamento privo di antibiotici.

→ PER SAPERNE DI PIÙ SUL TEMA FOCALE

→ REQUISITI E OBIETTIVI



PRODOTTI PIÙ SOSTENIBILI E CATENE DI FORNITURA

Vorremmo semplificare alla nostra clientela l'accesso a prodotti provenienti da una produzione ecologicamente o socialmente più responsabile. Ad esempio, stiamo ampliando costantemente il nostro assortimento di prodotti vegani e BIO.

→ PER SAPERNE DI PIÙ SUL TEMA FOCALE

→ REQUISITI E OBIETTIVI



DIRITTI UMANI

La tutela dei diritti umani è un aspetto centrale delle nostre pratiche d'acquisto. Valutiamo continuamente l'impatto delle nostre attività sulle condizioni di vita e di lavoro lungo la catena di fornitura e verificiamo regolarmente la conformità ai Principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani.

→ PER SAPERNE DI PIÙ SUL TEMA FOCALE

→ REQUISITI E OBIETTIVI



IMPEGNO SOCIALE

Al centro del nostro impegno ci sono la lotta alla povertà e l'aiuto ai bambini. Insieme a partner conosciuti ci impegniamo nell'aiuto delle famiglie svantaggiate e nel sostegno di bambini e adolescenti. Ci assumiamo la nostra responsabilità come azienda sostenendo con mezzi finanziari e donazioni di prodotti, per persone colpite da povertà, bambini e adolescenti

→ PER SAPERNE DI PIÙ SUL TEMA FOCALE

→ REQUISITI E OBIETTIVI



COLLABORATORI E COLLABORATRICI

Desideriamo continuare ad annoverarci tra i migliori datori di lavoro della Svizzera. A questo orientiamo la nostra struttura aziendale varia, aperta e valorizzante e creiamo un contesto adeguato. La nostra gestione della salute aziendale e i nostri programmi di formazione sono importanti quanto il feedback dei collaboratori e le misure per ottenere un migliore equilibrio tra lavoro e vita privata.

→ PER SAPERNE DI PIÙ SUL TEMA FOCALE

→ REQUISITI E OBIETTIVI



TUTELA DI CLIMA E AMBIENTE

Il nostro agire imprenditoriale ha una notevole incidenza sul clima e sull'ambiente. Pertanto riduciamo costantemente la nostra impronta ecologica e realizziamo iniziative per la tutela del clima. Ad esempio, collaboriamo con partner caritatevoli per ridurre gli sprechi alimentari, ci affidiamo alle energie rinnovabili e consentiamo ai nostri clienti di caricare i loro veicoli elettrici con elettricità verde.

TEMA FOCALE 1

PROMUOVERE IL FOOD SAVE

Nel maggio 2022 abbiamo firmato a Berna l'accordo intersettoriale sulla riduzione degli sprechi alimentari. Questo accordo è parte del piano d'azione federale. In tal modo ci impegniamo a dimezzare i rifiuti alimentari evitabili entro il 2030. Per raggiungere questo ambizioso obiettivo abbiamo già messo in atto diverse misure. Oltre a ridurre il prezzo degli alimenti poco prima che raggiungano la data di scadenza, collaboriamo anche con partner e organizzazioni caritatevoli. Il cibo invenduto può essere dato gratuitamente a tali organizzazioni per un ulteriore utilizzo.



Nelle nostre filiali **riduciamo il prezzo di vendita** degli alimenti prossimi al raggiungimento della scadenza della data di conservabilità.

Doniamo gli alimenti invenduti che sono ancora in perfette condizioni e adatti al consumo a **organizzazioni caritatevoli**.

Educhiamo la nostra clientela alla **manipolazione accurata** degli alimenti attraverso varie **misure di sensibilizzazione**.



Sosteniamo il governo federale nell'attuazione del piano d'azione contro lo spreco alimentare per **dimezzare le perdite di cibo entro il 2030**.





TUTELA DI CLIMA E AMBIENTE

TEMA FOCALE 2

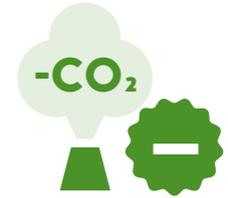
RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

In quanto parte del gruppo ALDI SÜD, siamo stati tra i primi dettaglianti di alimentari ad aderire già nel 2020 alla Science Based Targets Initiative e a impegnarsi per gli obiettivi dell'Accordo sul clima di Parigi.

Le consegne alle filiali rappresentano una percentuale significativa delle nostre emissioni dirette di gas serra. Per questo motivo attribuiamo particolare importanza alla riduzione delle emissioni nel settore della logistica. Siamo membri della Lean & Green Initiative dal 2023 e ci impegniamo a ridurre le nostre emissioni nella logistica almeno del 20% entro cinque anni. Stiamo perseguendo questo obiettivo con una serie di misure, come l'utilizzo di camion elettrici.

Oggi per domani! Con le nostre iniziative contribuiamo a proteggere l'ambiente di vita delle future generazioni.

Questo motto identifica tutti i temi di sostenibilità di ALDI SUISSE.



Siamo riusciti a ridurre le nostre **emissioni di gas serra aziendali in Svizzera** del

55%

tra il 2012 e il 2022 nonostante la crescita



74

I tetti delle filiali sono dotati di **impianti fotovoltaici.**

In collaborazione con GoFast stiamo **ampliando la nostra offerta di stazioni di ricarica elettrica.**

Entro il 2027 metteremo a disposizione stazioni di ricarica rapida in

150

filiali



PRODOTTI E CATENE DI FORNITURA PIÙ SOSTENIBILI

Perché tutti possano fare una spesa più sostenibile, i nostri acquisti di merce e la composizione dell'assortimento si basano su materie prime certificate e un'etichettatura trasparente, di modo da rendere più facile una decisione d'acquisto più sostenibile.

TEMA FOCALE

AMPLIAMENTO DELL'ASSORTIMENTO BIO

Riteniamo che potenziare e diffondere l'agricoltura biologica sia fondamentale per produrre cibo in modo più ecologico. Pertanto desideriamo contribuire alla trasformazione dell'agricoltura verso una maggiore produzione BIO. Per questo intratteniamo collaborazioni sicure e a lungo termine con fornitori BIO. Stiamo ampliando costantemente il nostro assortimento di prodotti BIO.

Con questi loghi è contrassegnato il variegato assortimento BIO dei nostri marchi propri.



Stiamo ampliando continuamente il nostro assortimento di **prodotti BIO** nel 2024 a **500*** articoli.

*distribuiti nell'anno come articoli standard di stagione o articoli in offerta

Obiettivo entro il 2025
Per i nostri prodotti tessili
puntiamo su
100%
cotone certificato.



Obiettivo entro il 2030
Escludiamo la Deforestazione lungo le nostre catene di fornitura.





BENESSERE DEGLI ANIMALI

Al fine di stabilire nuovi standard per l'agricoltura BIO e per il benessere degli animali, nel 2022 abbiamo introdotto il marchio di generi alimentari «retour aux sources». Il marchio proprio disponibile esclusivamente da ALDI SUISSE stabilisce elevati standard di trasparenza, benessere animale, alimentazione e salute degli animali che vanno oltre le linee guida svizzere relative al biologico.

TEMA FOCALE

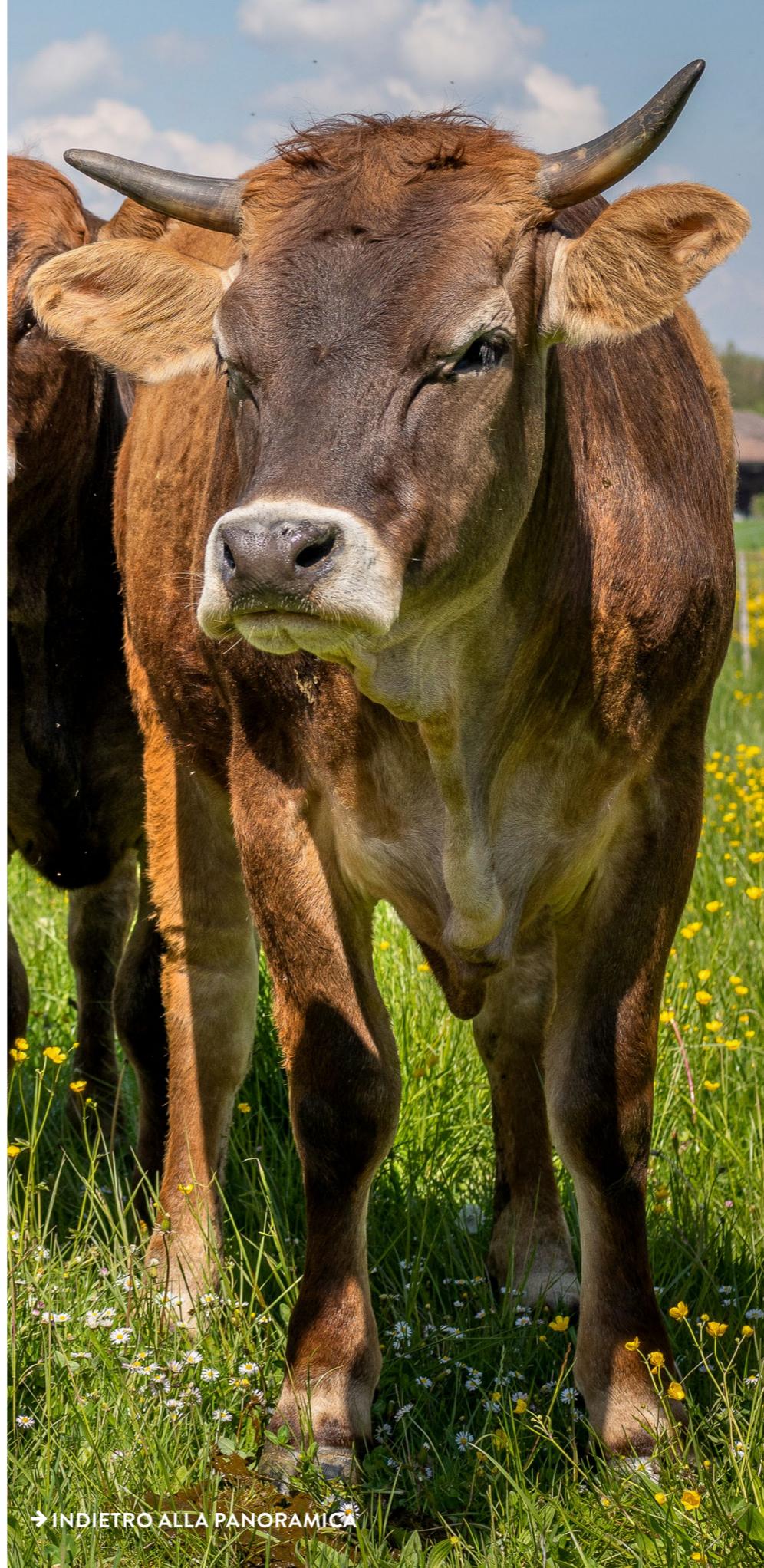
RETOUR AUX SOURCES



Con *retour aux sources*, in italiano «Ritorno alle origini», favoriamo un'agricoltura BIO orientata al futuro: sostenibile, trasparente e con valorizzazione regionale. Tutti i prodotti sono tracciabili dallo scaffale alle aziende agricole, passando per quelle di trasformazione. Questi sono anche valutati scientificamente in termini di sostenibilità e soddisfano le più severe linee guida sul benessere degli animali. Un obiettivo molto importante degli agricoltori biologici *retour aux sources* è quello di mantenere gli animali sani. Questo è l'unico modo per garantire alimenti BIO di altissima qualità. Per garantire ciò, iniziamo con un allevamento adeguato alla specie. Per le nostre mucche da latte, ad esempio, significa che vengono utilizzati solo mangimi non concentrati e da pascoli biologici locali, e che è obbligatorio il pascolo e la stabulazione libera. Inoltre, stiamo conducendo una campagna per permettere ai vitelli maschi di crescere nelle fattorie di nascita, in un progetto pionieristico unico nel suo genere.



Valutazione top per carne di manzo, uova e latte ricevuta dalla piattaforma essenmitherz.ch della Protezione Svizzera degli Animali (PSA).



L'assortimento retour aux sources comprende già circa

70

articoli e viene costantemente ampliato.



Tutti i prodotti animali di retour aux provengono da **allevamenti privi di antibiotici**.

Ulteriori informazioni sull'esclusivo marchio BIO:
retourauxsources.aldi-suisse.ch



IMPEGNO SOCIALE

Il nostro impegno sociale si esprime in progetti molteplici. Con i nostri partner UNICEF Svizzera e Liechtenstein e Caritas Svizzera, ci occupiamo soprattutto di aiuto ai bambini e lotta alla povertà. Inoltre, con myclimate e il progetto «Pionieri dell'energia e del clima 2.0» promuoviamo la formazione degli studenti delle scuole superiori sul tema del cambiamento climatico. Grazie alla collaborazione con Soccorso d'inverno Svizzera, persone colpite da povertà ricevono buoni d'acquisto di ALDI SUISSE. E con la campagna «Raccogliere insieme» in collaborazione con Table Suisse e Tavolino magico, le persone in difficoltà possono beneficiare di offerte di generi alimentari.

TEMA FOCALE

LOTTA ALLA POVERTÀ

La lotta alla povertà in Svizzera riveste per noi un'importanza particolare. Ogni anno non meno di CHF 100'000 vengono versati al «Fondo per le famiglie svizzere colpite o minacciate da povertà». In questo modo possono essere finanziati aiuti importanti come il pagamento delle spese mediche o la consulenza in materia di debito e legale. Inoltre, doniamo le rimanenze di indumenti al Centro di raccolta Caritas e gli articoli non food ai mercati Caritas. Grazie alla donazione di buoni per campi sportivi in collaborazione con ms sports, bambini e adolescenti possono godere di attività di tempo libero e non essere esclusi per motivi economici.



Nel 2023
La Settimana delle
Stelle e Comuni amici
dei bambini.

Nel 2023 il fondo di sviluppo di ALDI SUISSE ha donato un totale di CHF

30'203.-

a sei «Comuni amici dei bambini».



Donazioni di vestiario 2023

12'880 kg

di indumenti sono stati donati alla Caritas a favore di famiglie in difficoltà.





DIRITTI UMANI

Siamo convinti che il successo a lungo termine sia possibile soltanto se i diritti umani vengono riconosciuti e garantiti. Come gruppo aziendale operante a livello internazionale, ci assumiamo la responsabilità e ci impegniamo a migliorare le condizioni di vita e di lavoro lungo tutta la nostra catena di fornitura.

TEMA FOCALE

ATTENZIONE AI DIRITTI UMANI LUNGO LE NOSTRE CATENE DI FORNITURA

Vogliamo sfruttare il nostro potere d'acquisto per migliorare la situazione dei diritti umani lungo le catene di fornitura. La nostra strategia in materia di diritti umani si fonda sui Principi guida su imprese e diritti umani delle Nazioni Unite (UNGP). Tra i tanti, ci siamo prefissati anche l'obiettivo di migliorare costantemente la trasparenza nelle nostre catene di fornitori. Entro il 2025 eseguiremo un totale di 12 Human Rights Impact Assessments per valutare l'impatto negativo sui diritti umani. Inoltre, ci impegniamo in collaborazioni con fornitori, organizzazioni non governative, governi e altre aziende al dettaglio e sensibilizziamo l'opinione pubblica su questo tema.

Valutiamo continuamente gli impatti effettivi e potenziali delle nostre azioni in materia di diritti umani lungo le nostre complesse catene di fornitura.



Tutti i principali siti di produzione delle filiere ad alto rischio devono essere sottoposti a un valido audit sociale da parte di società terze indipendenti.



Integrazione di fornitori nelle catene di fornitura con alta priorità nella nostra valutazione della sostenibilità degli stessi.





COLLABORATORI E COLLABORATRICI



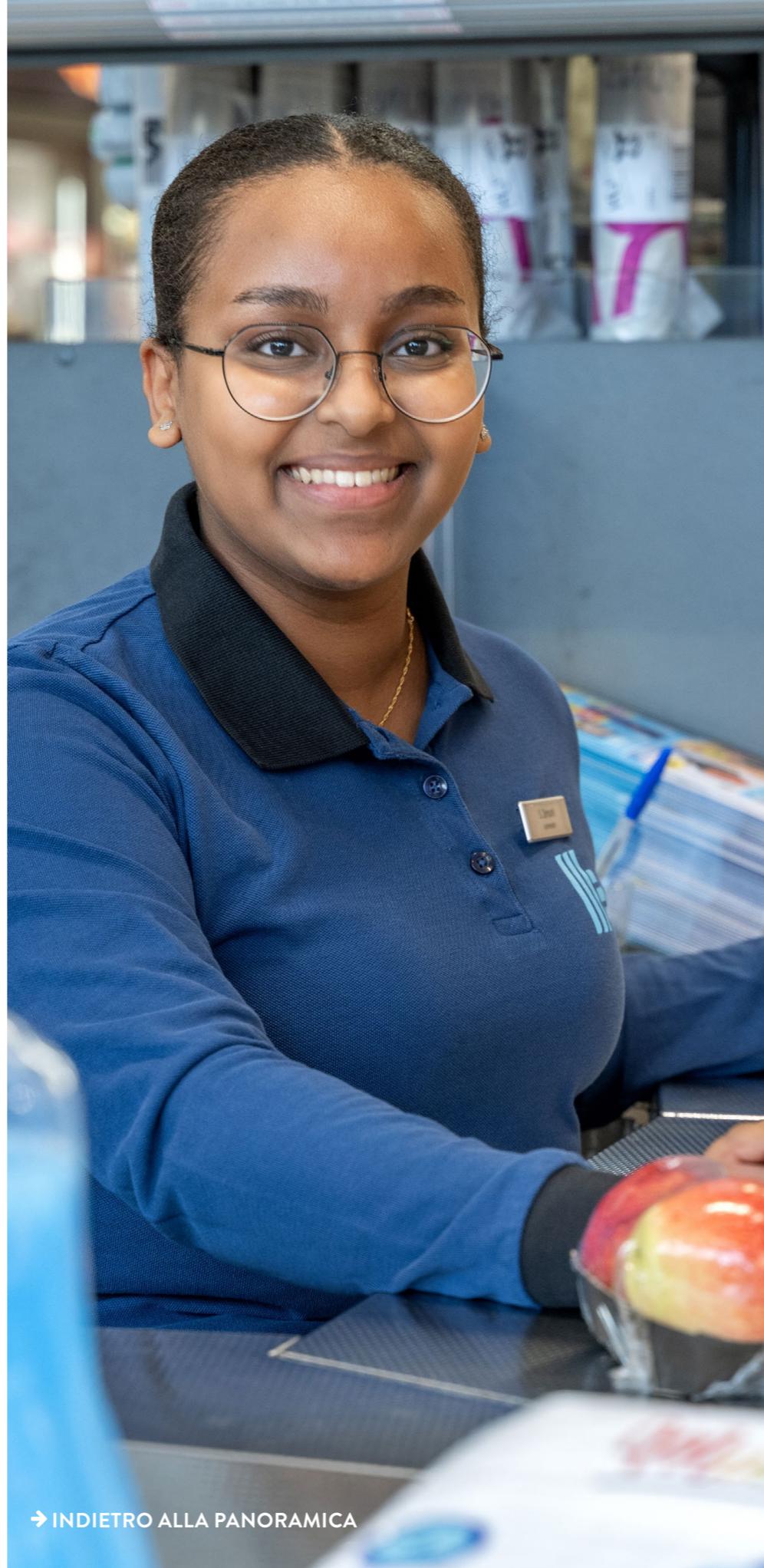
Come realizziamo una struttura aziendale moderna? Incentivando il potenziale dei nostri collaboratori e collaboratrici e creando con i nostri valori e comportamenti un team altamente efficiente.

TEMA FOCALE

BUON DATORE DI LAVORO

Ottimizziamo continuamente le nostre condizioni quadro per annoverarci tra i datori di lavoro migliori. Spaziamo dalla cura della salute in azienda ai colloqui regolari di feedback e ai sondaggi tra i collaboratori, fino al sostegno in base alle esigenze e al perfezionamento. Pluralità, uguaglianza, rispetto e lavoro di squadra sono importanti per noi e caratterizzano la nostra struttura aziendale.

Seminari e corsi di formazione contribuiscono al perfezionamento professionale e personale.



Equal Pay:

una realtà per noi scontata.

I nostri collaboratori Vendita ricevono lo **stipendio minimo mensile** più alto nel settore del commercio al dettaglio in Svizzera.



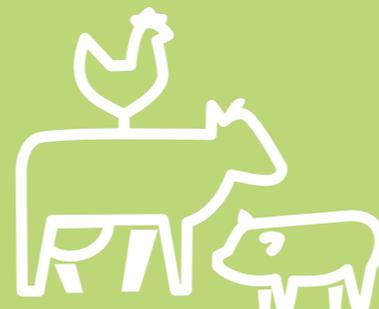
Orario flessibile e home office facilitano il work-life balance.



Ai neo-papà concediamo **4 settimane** e alle mamme **18 settimane** di congedo parentale a **stipendio pieno**.

REQUISITI E OBIETTIVI

TUTTE LE CIFRE SONO AGGIORNATE AL 31.12.2023



TUTELA DI CLIMA E AMBIENTE REQUISITI E OBIETTIVI



LA MISSIONE ALDI IM-BALLO



- ✓ Laddove possibile, applichiamo a tutti gli imballaggi dei prodotti di marchi propri i **pittogrammi svizzeri di riciclaggio** e informiamo i nostri clienti delle ottimizzazioni di imballaggio introdotte con **ALDI missione IM-BALLO**.
- ✓ Dall'ingresso sul mercato non offriamo **sacchetti di plastica monouso alle casse**.
- ✓ Risparmiamo oltre **100 tonnellate di materiale d'imballaggio** all'anno (vetro, carta, plastica, ecc.), di cui **14 tonnellate** grazie all'eliminazione dei coperchi a risvolto.

OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Puntiamo a ridurre il materiale di imballaggio standard dei prodotti dei marchi propri del 15% rispetto al 2020 e in rapporto alle vendite.	■ ■ □	2025
Tutti gli imballaggi in plastica di marchi propri dovranno essere costituiti in media da almeno il 30% di materiale riciclabile.	■ □ □	2025
Il 100% degli imballaggi dei prodotti di marchi propri dovranno essere riciclabili.	■ ■ □	2025
Utilizziamo sempre più imballaggi di trasporto riutilizzabili invece di cartoni.	∞	continua

TUTELA DEL CLIMA



- ✓ Tra il 2012 e il 2022 abbiamo ridotto le emissioni aziendali del **55%**
- ✓ Convalida dell'obiettivo climatico internazionale da parte della **Science Based Targets Initiative 2020**.
- ✓ Utilizzo del **100% di energia idroelettrica svizzera e di energia solare di produzione propria** per le nostre filiali e per i centri logistici dal 2014.

OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
I fornitori responsabili del 75% delle emissioni della nostra catena di fornitura devono fissarsi obiettivi conformi alla Science Based Targets Initiative.	■ ■ □	2024
Tutte le filiali ALDI SUISSE vengono dotate di impianti frigoriferi a CO ₂ ecologici.	∞	continua
Dotiamo tutte le filiali idonee di impianti fotovoltaici.	∞	continua
Ampliamo l'infrastruttura per le colonnine di ricarica elettrica.	∞	continua
Realizziamo progetti di riduzione delle emissioni di gas serra dell'azienda.	■ □ □	2025

SVILUPPO E PRODUZIONE RESPONSABILE DEI PRODOTTI



OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Verifichiamo l'efficienza della gestione dei prodotti chimici di tutti gli stabilimenti di produzione di abbigliamento, tessuti per la casa e calzature.	∞	continua

BIODIVERSITÀ E ACQUA



OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
I nostri prodotti ortofrutticoli più venduti, provenienti da regioni critiche dal punto di vista idrico, sono certificati secondo standard esterni di gestione dell'acqua (GLOBAL G.A.P. SPRING e altri).	■ ■ □	2023
Stiamo sostenendo un progetto di gestione sostenibile dell'acqua nel sud della Spagna che promuove misure collettive a livello di bacino idrografico.	∞	continua

DEFORESTAZIONE E TUTELA DELLE FORESTE



- ✓ Dal 2018, nel quadro dei **Collective Soy Reportings (CSR)**, determiniamo l'**impronta della soia**.
- ✓ Il nostro assortimento di prodotti e articoli promozionali con componenti in legno, carta o cellulosa sono certificati secondo gli standard **FSC®** o **PEFC**.

OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Utilizziamo soia più sostenibile nei mangimi per uova in guscio, pollame, carne di manzo e suina. Lo garantiamo rispettando gli standard o utilizzando soia proveniente da regioni in cui non viene praticata la deforestazione per la coltivazione della soia, come ad es. l'Europa.	∞	continua
Escluderemo la deforestazione dalle nostre catene di fornitura con priorità elevata:		
• utilizzando soia certificata o proveniente da origini a basso rischio	■ ■ □	2030
• attraverso l'utilizzo di olio di palma certificato (RSPO)	■ ■ □	2030
• attraverso l'utilizzo di legno certificato (FSC/PEFC)	■ ■ □	2030
• utilizzando manzo originario da zone libere da deforestazione	■ ■ □	2030

SPRECO ALIMENTARE



- ✓ **Collaboriamo con enti caritativi** (ad es. Table Suisse) per donazioni di merce ancora idonea al consumo.
- ✓ Dal 2021 sensibilizziamo la clientela con il messaggio «Data minima di conservabilità superata? Spesso mi conservo più a lungo.» e ci opponiamo allo spreco di cibo nelle famiglie.
- ✓ Facciamo parte del **Gruppo di lavoro sul commercio all'ingrosso e al dettaglio** per ridurre gli sprechi alimentari nell'ambito del piano d'azione del Consiglio Federale contro lo spreco di cibo e ci impegniamo in varie misure come la raccolta di dati sullo spreco alimentare.

OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Il 100% delle nostre filiali ha almeno una cooperazione con un ente caritativo per ridurre gli scarti alimentari (ad es. con Table Suisse).	■ ■ ■	fine 2023*
Riduciamo il prezzo dei prodotti poco prima che raggiungano la data di conservabilità per evitare gli sprechi alimentari.	∞	continua
Riduciamo le rimanenze di alimentari e gli scarti aziendali: il 90% di questi rifiuti deve essere incanalato in metodi di riciclaggio più sostenibili (ad esempio, il biogas).	■ ■ □	2030

■ □ □ iniziato ■ ■ □ in corso ■ ■ ■ realizzato ∞ continuo concluso con successo



PRODOTTI PIÙ SOSTENIBILI E CATENE DI FORNITURA REQUISITI E OBIETTIVI



TRASPARENZA NELLA CATENA DI FORNITURA



- ✓ Rendiamo pubblici i nostri principali fornitori di banane, ananas, caffè, noci, pesce e frutti di mare.
- ✓ Rendiamo pubblici tutti i principali stabilimenti di produzione di prodotti tessili e calzature.

PRODOTTI BIO



- ✓ Nel 2023 avevamo oltre 500 articoli BIO distribuiti nell'assortimento standard, stagionale o promozionale.
- ✓ Da ALDI SUISSE è possibile fare una spesa settimanale completa di qualità BIO.
- ✓ Nel 2022 introduzione e ampliamento del marchio BIO esclusivo ALDI BIO retour aux sources con uno degli standard più elevati di produzione BIO.

OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Stiamo ampliando costantemente il nostro assortimento BIO.	∞	continua
Stiamo aumentando la nostra quota di fatturato BIO.	∞	continua

ALIMENTAZIONE CONSAPEVOLE



- ✓ Dal 2019 riduciamo lo zucchero aggiunto nello yogurt e nei cereali per colazione nel quadro della «Dichiarazione di Milano» dell'Ufficio federale per la sicurezza alimentare; dal 2023 la riduzione interesserà anche le bibite, le bevande a base di latte e la ricotta.

OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Ottimizziamo le ricette dei marchi propri riducendo lo zucchero aggiunto.	∞	continua

PRODOTTI VEGANI / VEGETARIANI



- ✓ Il nostro assortimento vegano permanente viene integrato con promozioni regolari di note marche vegane.
- ✓ Per la quarta volta consecutiva abbiamo partecipato a gennaio al Veganuary e incoraggiato i nostri clienti a iniziare il nuovo anno in modo vegano.

OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Arricchiamo il nostro assortimento vegano/vegetariano (anche inserendo l'etichetta V o il marchio Vegan).	∞	continua
Arricchiamo il nostro assortimento vegano (anche inserendo l'etichetta V o il marchio Vegan).	∞	continua

CLASSIFICAZIONE NUTRI-SCORE



- ✓ Dal 2019 i tre marchi propri di ALDI SUISSE Fresh Cut, Good Choice e Maître Boulanger sono stati registrati per l'utilizzo del Nutri-Score.

ACQUISTI PIÙ SOSTENIBILI

- ✓ Da 12 anni siamo partner del commercio equo e solidale e ci stiamo concentrando sempre di più su prodotti e materie prime certificati FAIRTRADE nel nostro assortimento.
- ✓ Implementazione del PROGETTO ROSE FAIRTRADE per dare ai lavoratori del settore floreale l'accesso a un'energia pulita ed efficiente.

OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
PESCE: il 100% dei nostri prodotti ittici e dei frutti di mare proviene da fonti responsabili.	■■■□	2025
COTONE: il cotone utilizzato nei nostri prodotti tessili è certificato al 100% (Global Organic Textile Standard, Organic Content Standard, Cotton made in Africa, Better Cotton).	■■■□	2025
LEGNO: per tutti i prodotti di legno o a base di legno utilizziamo legno certificato al 100% o materiale riciclato.	■■■□	2025
LEGNO: per gli imballaggi primari utilizziamo esclusivamente legno certificato o materiale riciclato.	■■■□	2020
OLIO DI PALMA: utilizziamo olio di palma con certificazione RSPO al 100% (Non Food).	■■■■	2019
OLIO DI PALMA: gli articoli BIO di marchi propri sono privi di olio di palma al 100%.	■■■□	2025
CACAO: il 100% degli articoli di marchi propri contenenti cacao sono certificati a partire da una percentuale di cacao >1% (Fairtrade, Programma Fairtrade per le materie prime - Cacao, o Rainforest Alliance).	■■■□	2020
CACAO: impiego esclusivo di cacao con certificazione Fairtrade in gruppi di merce selezionati e marchi propri (es. cioccolate Moser Roth, cereali, dolci stagionali e crema alle nocciole).	■■■□	2024
CAFFÈ: il 100% del nostro caffè grezzo è certificato (Fairtrade, Rainforest Alliance).	■■■■	2023
TÈ: il 100% del tè nero, verde e rooibos è certificato (Fairtrade o Rainforest Alliance).	■■■■	2019
TISANE: il 100% delle nostre tisane alla frutta e alle erbe è certificato.	■■■□	2024
FRUTTA E VERDURA: il 100% delle banane e ananas a marchio proprio è certificato (Rainforest Alliance o Fairtrade).	■■■□	2022
FRUTTA E VERDURA: il 100% dei nostri produttori di frutta e verdura nei Paesi a rischio e in Italia e Spagna è valutato per i marchi propri conformemente a GLOBAL G.A.P. GRASP o a un altro standard sociale riconosciuto.	■■■□	2023
FIORI E PIANTE: il 100% dei nostri fiori e piante provenienti da Paesi a rischio è valutato conformemente a GLOBAL G.A.P. GRASP o a un altro standard sociale riconosciuto.	■■■□	2019
TERRICCI IN SACCHI: terricci per fiori e semina privi di torba al 100%.	■■■■	2021
SUCCO D'ARANCIA: succhi di arancia certificati al 100%.	■■■□	2025
IN GENERALE: eseguiamo un monitoraggio continuo del raggiungimento degli obiettivi negli acquisti.	∞	continua

*Gli obiettivi si applicano ai prodotti a marchio proprio

■■■□ iniziato ■■■□ in corso ■■■■ realizzato ∞ continuo concluso con successo



BENESSERE DEGLI ANIMALI REQUISITI E OBIETTIVI



ATTUAZIONE DELLE STRATEGIE PER IL BENESSERE DEGLI ANIMALI

- ✓ L'80% del nostro assortimento standard e stagionale di carne fresca proviene dalla Svizzera.
- ✓ Ampliamento attivo dell'offerta di prodotti di origine animale provenienti da aziende che dimostrano di rispettare standard più rigidi di quelli previsti dalla legge.
- ✓ Tutte le nostre uova in guscio sono certificate Suisse Garantie, retour aux sources, Nature Suisse o KAT.

OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Manzo, maiale e vitello 100% svizzeri nell'assortimento standard di carne fresca	■■■	2023
Per la carne fresca di tacchino (anche importata), requisito minimo BTS.	■■■	2021
Manzo, maiale e vitello 100% svizzeri nell'assortimento standard di prodotti surgelati.	■■■	2023
Il 100% della carne d'agnello nell'assortimento fresco proviene da allevamento al pascolo	■■■	2023
Esclusione dell'alimentazione forzata o gavage per la carne d'oca e anatra.	∞	continua
I prodotti in lana merino sono garantiti mulesing free.	∞	continua
Per i prodotti con piumino accettiamo esclusivamente piumino certificato «Responsible Down Standard» oppure «Downpass Traceability Standard».	∞	continua

ATTUAZIONE DI RETOUR AUX SOURCES



- ✓ Tutte le aziende si sottopongono ad una valutazione di sostenibilità; i risultati sono accessibili e trasparenti.
- ✓ Tracciabilità garantita fino alle fattorie.
- ✓ Allevamento privo di antibiotici per latte, uova e pollame.
- ✓ Feed no Food: nelle aziende di produzione del latte non si usano soia, mais o cereali.
- ✓ Pascoli e spazi all'aperto per vitelli e vacche da latte.
- ✓ Programma speciale di allevamento dei vitelli allo scopo di allevare i vitelli all'interno dello stesso nostro progetto in cui sono nati.
- ✓ I pulcini maschi vengono allevati secondo lo standard BIO.
- ✓ 12% delle superfici dedicate alla biodiversità nelle aziende di produzione di latte e uova.

OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Allevamento privo di antibiotici per tutti i prodotti di origine animale <i>retour aux sources</i> .	■■■	2023
Estensione del marchio <i>retour aux sources</i> a pane, frutta e verdura.	■■■	2024
Sui pascoli delle ovaiole presenza di arbusti e alberi locali che forniscono ombra e riparo naturale. Il numero deve essere raddoppiato.	■□□	2026

■□□ iniziato ■■■ in corso ■■■ realizzato ∞ continuo concluso con successo



IMPEGNO SOCIALE REQUISITI E OBIETTIVI

- ✓ Dal 2012 siamo impegnati con la Caritas Svizzera nella lotta alla povertà in Svizzera. Con diverse donazioni versiamo ogni anno non meno di CHF 100'000 al «Fondo per le famiglie svizzere colpite o minacciate da povertà».
- ✓ Inoltre, sosteniamo i progetti di associazioni e organizzazioni regionali con circa CHF 100'000.- all'anno. L'attenzione è rivolta alla promozione dello sport infantile e giovanile, ad esempio attraverso la sponsorizzazione delle maglie.
- ✓ Dal 2017 siamo partner di UNICEF Svizzera e Liechtenstein. Sosteniamo progetti nazionali per promuovere Comuni amici dei bambini con almeno CHF 80'000.- all'anno e forniamo aiuti internazionali per i bambini.
- ✓ Ogni anno doniamo CHF 100'000.- alla fondazione Table Suisse e CHF 50'000.- all'organizzazione Tavolino magico per la lotta alla povertà e l'eliminazione degli sprechi alimentari.

SOSTEGNO ALLE ORGANIZZAZIONI NO PROFIT



OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Sosteniamo a lungo termine le organizzazioni no profit con il gruppo «persone colpite dalla povertà» e «bambini e adolescenti».	∞	continua

IMPATTO SOCIALE



- Sosteniamo programmi di lotta alla povertà, aiuto all'infanzia e formazione per un totale di CHF 400'000.- all'anno, oltre alle donazioni di prodotti e oggetti.
- ✓ Programmi per la lotta alla povertà di famiglie in Svizzera con la Caritas Svizzera dal 2012.
- ✓ Programmi di sostegno ai Comuni amici dei bambini in Svizzera con UNICEF Svizzera e Liechtenstein dal 2017.
- ✓ Programmi di alimentazione e tutela delle acque a favore dei bambini in Malawi con UNICEF Svizzera e Liechtenstein dal 2017.
- ✓ Programmi di lotta alla povertà e agli sprechi alimentari con la fondazione Table Suisse e Tavolino magico dal 2019.
- ✓ Programma di formazione «Pionieri dell'energia e del clima 2.0» con la fondazione myclimate dal 2022.

∞ continuo

DIRITTI UMANI REQUISITI E OBIETTIVI

TRASPARENZA NELLA CATENA DI FORNITURA



- ✓ Nel 2023 abbiamo aggiornato la nostra **Politica di obblighi di diligenza in materia di diritti umani e ambiente**.
- ✓ Conduciamo regolarmente delle **Analisi di rischio** dei nostri fornitori.
- ✓ Comuniciamo in modo trasparente le nostre misure per la **Lotta al lavoro minorile in conformità con la legislazione svizzera**.

OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Eseguiamo 12 Human Rights Impact Assessments (HRIS) per valutare le conseguenze sul piano dei diritti umani nelle nostre catene di fornitura con priorità elevata.	■ ■ □	2025
Miglioriamo la trasparenza delle catene di fornitura con priorità elevata:	∞	continua

TUTELA DEI DIRITTI UMANI DEI LAVORATORI



OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
I nostri requisiti di sostenibilità sono orientati ai Principi guida su imprese e diritti umani delle Nazioni Unite.	∞	continua
Stiamo migliorando il sistema di reclami esistente per i nostri collaboratori.	∞	continua
Stiamo lavorando a una strategia per creare meccanismi di reclamo efficaci lungo la nostra catena di fornitura. Nell'ambito di questa strategia, stiamo valutando la possibilità di stringere partnership per ampliare la nostra copertura.	∞	continua
Nelle nostre catene di fornitura implementiamo progetti e programmi di formazione con priorità elevata per ridurre/prevenire conseguenze critiche sui diritti umani e sugli aspetti ambientali.	∞	continua

IMPEGNO PER I DIRITTI UMANI



OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Rafforziamo le collaborazioni in essere e ne stabiliamo di nuove lungo la nostra catena di fornitura con priorità elevata.	∞	continua
Sensibilizziamo ulteriormente l'opinione pubblica sul rispetto dei diritti umani.	∞	continua

RESPONSABILITÀ NELLE PRATICHE D'ACQUISTO



OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Miglioriamo costantemente le nostre pratiche di acquisto per alcune catene di fornitura selezionate ad alta priorità.	∞	continua
Includiamo le nostre catene di fornitura ad alta priorità nella valutazione della sostenibilità dei fornitori.	∞	continua
Costruire relazioni a lungo termine con partner commerciali strategici, che ottengono un buon punteggio in termini di sostenibilità e aumento degli acquisti di partner commerciali con rating A e B.	∞	continua
I principali stabilimenti produttivi per tutti i gruppi di merce Non Food e gruppi di merce FOOD selezionati che si trovano in territori a forte rischio soddisfano uno standard sociale indipendente (ad es. Sedex, amofri BSCI).	∞	continua

■ □ □ iniziato ■ ■ □ in corso ■ ■ ■ realizzato ∞ continuo

COLLABORATORI E COLLABORATRICI REQUISITI E OBIETTIVI



- ✓ Siamo un **datore di lavoro moderno e responsabile** con condizioni generali attraenti, ad es. contratti di lavoro prevalentemente a tempo indeterminato, salari sopra la media, gratifica natalizia e pensione aziendale.
- ✓ Per noi la **diversità è un punto di forza** e favoriamo una struttura aziendale diversificata, aperta e valorizzante.
- ✓ Il **99% dei nostri collaboratori ha un contratto di lavoro a tempo indeterminato (febbraio 2023)**.

DATORI DI LAVORO D'ELEZIONE



OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Il nostro obiettivo generale: desideriamo continuare a far parte dei migliori datori di lavoro.	∞	continua

WORK-LIFE BALANCE



- ✓ Sono possibili **periodi sabbatici, ferie non retribuite, part-time per un work-life balance migliore**.

OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Sosteniamo la conciliabilità tra lavoro e famiglia e il work-life balance, ad es. con orari flessibili e modelli di part-time, possibilità di home office e offerte di lavoro mobile.	∞	continua

CURA DELLA SALUTE IN AZIENDA



- Nell'ambito della cura della salute in azienda abbiamo tantissime offerte interessanti per la prevenzione e la tutela della salute. L'offerta va da frutta e verdura gratuite a eventi sportivi e di squadra, offerte nell'ambito del fitness e corsi interni.

OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Nell'ambito della cura della salute in azienda abbiamo tantissime offerte interessanti per la prevenzione e la tutela della salute. L'offerta va da frutta e verdura gratuite a eventi sportivi e di squadra, offerte nell'ambito del fitness e corsi interni.	∞	continua

STRUTTURA AZIENDALE



- Verifichiamo con regolarità lo sviluppo della nostra struttura aziendale e ne deriviamo obiettivi strategici.

OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Verifichiamo con regolarità lo sviluppo della nostra struttura aziendale e ne deriviamo obiettivi strategici.	∞	continua

CORSI DI AGGIORNAMENTO



- Incentiviamo lo sviluppo personale e professionale dei nostri collaboratori e delle collaboratrici mediante l'Accademia ALDI SUISE (corsi di formazione, workshop, e-learning, ecc.).

OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Incentiviamo lo sviluppo personale e professionale dei nostri collaboratori e delle collaboratrici mediante l'Accademia ALDI SUISE (corsi di formazione, workshop, e-learning, ecc.).	∞	continua

SODDISFAZIONE DEI COLLABORATORI



- ✓ **Rafforzamento dello spirito collegiale e della dinamica di gruppo con feste estive, natalizie ed eventi che si svolgono regolarmente.**

OBIETTIVI	STATO	REALIZZAZIONE
Monitoriamo regolarmente la soddisfazione dei collaboratori mediante sondaggi e colloqui di feedback.	∞	continua

NOTA EDITORIALE



EDITORE:

ALDI SUISSE AG
Niederstettenstrasse 3
9536 Schwarzenbach

STATO:

agosto 2024

Salvo diversa indicazione, tutti i dati e le cifre sono aggiornate al 31.12.2023.



→ [INDIETRO ALLA PANORAMICA](#)