



4 ANNI DI ALDI ITALIA. PERSONE, COMUNITÀ, AMBIENTE: TUTTI GLI INDICATORI DELLA CRESCITA E IL NUOVO TRAGUARDO DELLA NEUTRALITÀ CLIMATICA

- *L'azienda conferma tutte le promesse di crescita, sostegno all'economia e occupazione: 140 negozi, 2 poli logistici, oltre 2.400 collaboratori*
- *La qualità e convenienza del "PREZZO ALDI" premiano l'azienda come "Discount Preferito dai consumatori"*
- *Ambiente, persone e impegno sociale: traguardi raggiunti e nuovi obiettivi*

Verona, 25 maggio 2022 – ALDI, parte del Gruppo ALDI SÜD, realtà multinazionale di riferimento della Grande Distribuzione Organizzata tra i più importanti operatori mondiali, **celebra il quarto compleanno in Italia**. Un percorso di successi costruiti su valori come **affidabilità, convenienza, qualità, freschezza, sostenibilità e responsabilità**, che hanno portato l'azienda a diventare un nuovo punto di riferimento per i consumatori italiani, per l'economia e per l'occupazione del Paese.

LA NUOVA SPESA PREMIATA DAI CONSUMATORI ITALIANI CREA VALORE SUL TERRITORIO

Fin dal suo arrivo in Italia nel 2018, ALDI ha offerto una nuova esperienza di spesa pensata per il consumatore italiano attorno alla promessa del **"PREZZO ALDI"**: la garanzia della massima qualità al migliore prezzo, con un assortimento compatto, ma completo, Made in Italy e attento alla sostenibilità, per rispondere a ogni esigenza. **1.800 prodotti, 30 marche, 130 referenze di frutta e verdura e circa l'80% dei prodotti alimentari di provenienza italiana**: sono questi numeri la forza del successo di ALDI tra i consumatori italiani confermato da Altroconsumo, che ha premiato l'azienda come *Discount Salvaprezzo in Italia - Prodotti più economici* nel 2021 per il quarto anno consecutivo e *Discount Preferito dai consumatori* nel 2022.

Dalle prime inaugurazioni nel marzo 2018, ALDI ha creato una **rete di 140 negozi presenti in 6 regioni del Nord-Italia** (Piemonte, Lombardia, Veneto, Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia ed Emilia-Romagna). Sono **oltre 2.400 i collaboratori dell'azienda in Italia, con una crescita del 20% solo nel 2021**.

Michael Gscheidlinger, Country Managing Director Italia di ALDI, commenta: *"Questi quattro anni sono stati un viaggio entusiasmante. Guardando indietro vediamo sfide importanti e inaspettate ed una realtà che si è presentata e progressivamente affermata in Italia. L'impegno dei nostri collaboratori e le solide relazioni che abbiamo costruito con i nostri fornitori sono al cuore della nostra crescita. Abbiamo deciso di valorizzare il patrimonio enogastronomico italiano rendendolo accessibile a tutti i nostri clienti grazie alla convenienza del 'PREZZO ALDI'. L'Italia è un paese speciale, anche per l'impegno sul fronte della sostenibilità che stiamo realizzando, per continuare a sviluppare servizi, prodotti, business responsabili e a sostegno delle comunità"*.

La crescita di ALDI in Italia è accompagnata da un forte impegno nella valorizzazione delle persone: il 76% dei collaboratori è assunto a tempo indeterminato, il 57% ha aderito a contratti part-time,



Comunicato stampa

l'occupazione femminile ha superato il 64%, con una quota di manager donne pari al 40%, e il 60% degli assunti ha meno di 35 anni. La crescita in ALDI è garantita da percorsi di empowerment professionale ad hoc attraverso ALDI Accademia e a costanti investimenti in formazione, con oltre 67.500 ore erogate nel 2021. Il posizionamento di valore che ALDI sta progressivamente conquistando sul mercato italiano è confermato anche dalla certificazione di *Most Attractive Employer 2021* di Universum Global, che ha premiato l'azienda per due anni consecutivi tra le realtà più attrattive per gli studenti universitari e i professionisti italiani.

L'IMPEGNO PER IL TERRITORIO E LE COMUNITÀ ATTRAVERSO LE PARTNERSHIP

La forte connotazione tricolore dell'offerta rappresenta una delle ragioni del successo di ALDI in Italia. Una scelta consapevole intrapresa fin dal principio instaurando **collaborazioni a lungo termine con fornitori italiani e regionali**, per valorizzare le eccellenze del patrimonio enogastronomico del Belpaese. Il sostegno al Made in Italy si sviluppa anche all'estero grazie alla spinta all'esportazione in collaborazione con ALDI Global Sourcing Italy, la società di servizi italiana che supporta tutti i Paesi del Gruppo aziendale ALDI SÜD.

Responsabilità e cooperazione sono le parole chiave che definiscono **l'impegno di ALDI per le comunità locali**. Dal suo ingresso in Italia l'azienda ha devoluto oltre 1.300 tonnellate di prodotti a **Fondazione Banco Alimentare Onlus** e donato più di 150 mila euro a **Fondazione AIRC** a sostegno della ricerca medico-scientifica, finanziando due borse di ricerca sul tumore al seno. A queste due partnership si è aggiunta nel 2022 quella con **Fondazione Umberto Veronesi** per il progetto educativo "Io Vivo Sano" rivolto alle scuole primarie e secondarie di I e II grado con l'obiettivo di promuovere corretti stili di vita tra le nuove generazioni e favorire scelte responsabili in materia di salute.

LA VISION PER LA SOSTENIBILITÀ E IL TRAGUARDO RAGGIUNTO DELLA CLIMATE NEUTRALITY

L'espansione di ALDI sul territorio è stata accompagnata da una forte attenzione alla sostenibilità, facendo dell'efficientamento energetico uno dei pilastri della propria strategia per l'ambiente. **Certificata ISO 50001** dal 2019, l'azienda ha installato presso i punti vendita 87 impianti fotovoltaici, con un'estensione pari a 5,20 campi da calcio, che dal 2018 hanno prodotto oltre 7,56 milioni di kWh di energia, evitando l'emissione di oltre 4.000 tonnellate di CO₂ in atmosfera. Grazie all'implementazione di tecnologie all'avanguardia, come l'illuminazione a LED e banchi frigo di ultima generazione, l'azienda ha ridotto i consumi energetici dei propri negozi del 6,5% da marzo 2018.

Le best practices attuate in questi anni hanno consentito all'azienda di raggiungere nel 2021 una milestone significativa: **l'apertura del primo negozio a emissioni zero di CO₂ a Moniga del Garda (BS)**, le cui caratteristiche rispondono al nuovo prototipo costruttivo e al più alto livello di efficienza energetica dell'azienda. Lo store concept, che presenta consumi energetici inferiori di oltre il 15% rispetto alla media degli altri negozi, **sarà replicato nel 2022 e nel 2023 con l'apertura di altri punti vendita con le medesime caratteristiche**.

Questi risultati hanno permesso all'azienda di celebrare il quarto anniversario in Italia mettendo a segno un grande traguardo: **il raggiungimento della climate neutrality**. Questo obiettivo si inserisce all'interno della strategia internazionale 2030 "Zero Carbon" del Gruppo ALDI SÜD per la riduzione del riscaldamento globale ed è diventato realtà anche grazie alla partnership con ClimatePartner, per la realizzazione di progetti di compensazione di CO₂.

Nell'ambito della Vision 2030, la strategia internazionale di Corporate Responsibility del gruppo, ALDI ha rafforzato in questi anni anche il proprio **impegno per la riduzione dei materiali di imballaggio e**



Comunicato stampa

l'aumento del tasso di riciclabilità. Con il progetto "ALDI, MISSIONE IM-BALLO! Ridurre. Riutilizzare. Riciclare", l'azienda rispetto al 2018 ha ottimizzato gli imballi di molti articoli in assortimento ed è diventato **il primo retailer italiano a utilizzare la Social Plastic®**, realizzata al 100% da rifiuti di plastica destinati a inquinare l'oceano, per i packaging di una selezione di prodotti ortofrutticoli.

Valorizzazione delle risorse, delle persone e dei territori attraverso il sostegno all'economia e all'occupazione nel Paese e l'impegno per la sostenibilità: i principi che hanno definito il percorso di ALDI in questi quattro anni sono la solida base per il suo costante sviluppo nel futuro.

A PROPOSITO DI ALDI

Dal 2018 ALDI è presente in Italia con una sede operativa a Verona, due centri di distribuzione - a Oppeano (VR) e Landriano (PV) - e una rete in espansione di punti vendita sul territorio nazionale. Fa parte del Gruppo ALDI SÜD, realtà di riferimento della Grande Distribuzione Organizzata a livello internazionale, presente con oltre 6.600 punti vendita in 11 Paesi e 4 continenti. Grazie ai suoi oltre 156.000 collaboratori in tutto il mondo, l'azienda offre ogni giorno un'accurata scelta di prodotti selezionati che uniscono qualità e convenienza e si impegna per garantire una produzione sostenibile e rispettosa dell'ambiente. Per ulteriori informazioni, visitare il sito ufficiale: www.aldi.it

Ufficio stampa ALDI

ufficio.stampa@ALDI.it

Tel. 02.624119.11