



IL 2022 DI ALDI: CRESCITA, SOSTENIBILITÀ, CONVENIENZA E TANTI RICONOSCIMENTI

- *Raggiunto il traguardo delle 150 aperture e circa 3.000 collaboratori*
- *Il 2022 pietra miliare per la sostenibilità dell'azienda: climate neutrality e negozi "a impatto zero"*
- *Sostegno continuo alle campagne AIRC per la ricerca medico-scientifica e alle iniziative contro lo spreco con Banco Alimentare*

Verona, 18 gennaio 2023 – Il 2022 è stato un anno di risultati importanti per **ALDI**, parte del Gruppo ALDI SÜD, realtà multinazionale di riferimento della Grande Distribuzione Organizzata tra i principali operatori mondiali, che dal suo arrivo in Italia nel 2018 ha raggiunto e superato l'ambizioso traguardo delle 150 aperture sul territorio nazionale, a conferma dell'importanza strategica del Paese per il business dell'azienda.

L'impegno di offrire prodotti di qualità al prezzo più basso in sinergia con la costante valorizzazione dei collaboratori e l'attenzione alla sostenibilità hanno rappresentato i tre driver principali della strategia di sviluppo di ALDI nel 2022 e determinato un percorso di continua crescita ed evoluzione al fianco delle esigenze dei consumatori. Quest'anno ALDI ha tagliato il traguardo dei **150 negozi presenti in 6 regioni del Nord Italia** (Piemonte, Lombardia, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Trentino-Alto Adige ed Emilia-Romagna).

Un risultato importante raggiunto grazie all'impegno e alla dedizione di un organico efficiente che, in Italia, nel 2022, conta circa 3.000 collaboratori (+49% rispetto al 2020 e +23% rispetto al 2021). I collaboratori, che lavorano nella sede centrale, nei negozi e nei due poli logistici di Oppeano (VR) e di Landriano (PV), la cui età media stimata si aggira attorno ai 32 anni, hanno potuto beneficiare, nel corso del 2022, di oltre 5.800 ore di formazione erogate da ALDI (+15% rispetto al 2021).

ALDI considera la varietà e la diversità del proprio team un punto di forza da preservare e valorizzare a 360°. Tra i collaboratori ALDI, sono rappresentate **47 nazionalità differenti** e i lavoratori provenienti da paesi esteri rappresentano il **17% del totale**.

A conferma della forte attenzione che ALDI riserva alla parità dei diritti dei propri collaboratori, **il totale di occupazione femminile è del 65%**, ed è garantita l'equità salariale tra uomo e donna.

Grande attenzione, inoltre, è dedicata ai giovani: **il 59% degli assunti ha un'età inferiore ai 35 anni, mentre l'età media del Management, inclusi Manager e Area Manager è di circa 36 anni**.

Con oltre 1.000 nuove posizioni aperte nel 2022, il gruppo ha dato un'importante accelerazione al proprio piano di recruiting, a conferma dell'interesse dell'azienda verso un progetto di espansione costantemente improntato al futuro. La crescente attrattività dell'azienda è stata confermata anche dalle recenti certificazioni **"Most Attractive Employer 2022" di Universum** e il **"Company for Generation Z" di Radar Academy**. Due riconoscimenti che hanno premiato ALDI per la sua capacità di attrarre talenti e per l'attenzione che riserva alle nuove generazioni.



Comunicato stampa

Michael Gscheidlinger, Country Managing Director Italia di ALDI, sottolinea: *“L’Italia è un territorio chiave per il successo di ALDI e ci ha permesso di raggiungere risultati importanti a dispetto delle difficoltà degli ultimi anni, tra pandemia e scenari conflittuali tra Russia e Ucraina, aggravati dai rincari dei costi energetici e delle materie prime. Siamo lieti che la nostra presenza sul territorio possa rappresentare uno stimolo per il consumatore e un punto di riferimento affidabile per una spesa conveniente. L’attenzione alle esigenze dei clienti e le responsabilità a favore dell’ambiente ci guideranno anche nel 2023. Continueremo a consolidare la nostra offerta discount per essere punto di riferimento di qualità per i clienti italiani”.*

PREZZO ALDI, GARANZIA DI QUALITÀ E CONVENIENZA AL FIANCO DEI CONSUMATORI

L’espansione dell’ultimo anno ha confermato anche per l’Italia il successo del **“PREZZO ALDI”**, espressione della qualità **Made in Italy al prezzo più basso** rappresentata da **circa 130 referenze di frutta e verdura e 30 marche private**. Una promessa di convenienza riconosciuta per il quinto anno consecutivo dall’indagine di **Altroconsumo** che ha premiato ALDI come **Discount Salvaprezzo in Italia - Prodotti più economici**, resa ancora più importante dai recenti scenari dell’inflazione che hanno determinato un generalizzato interesse nei confronti del canale discount.

Un’attenzione che si riflette anche nello **store concept** appositamente realizzato per il mercato italiano. Ciascun punto vendita offre un’esperienza di acquisto sempre più “smart” con un assortimento compatto e completo, organizzato in modo efficace e intuitivo per ottimizzare il tempo della spesa.

2022: UN ANNO DI PREZIOSI RICONOSCIMENTI

Fin dal suo arrivo in Italia, la qualità dell’offerta ALDI è stata premiata con importanti riconoscimenti: con il **traguardo di 15 awards e sigilli** ottenuti in ambito discount, prodotto, per le policy di HR e per la Vision2030 che fa della sostenibilità il suo principale punto di forza, il 2022 si è attestato come **l’anno più premiato di sempre**.

“Il 2022 è stato incredibile! Siamo ora un discount pluripremiato in Italia. Accanto ai sigilli di Altroconsumo che ci ha riconosciuti come “Discount preferito dai Consumatori” e “Discount Salvaprezzo in Italia. Prodotti più economici”, siamo stati eletti “Insegna dell’anno 2022 - 2023” nella categoria “Supermercati Convenienti” e “Migliore Insegna 2023” nella categoria “Discount”. Risultati che, accanto a quelli ricevuti in ambito HR e sostenibilità, ci rendono orgogliosi del lavoro che stiamo portando avanti in Italia. Il nostro approccio al lavoro, al servizio, alle comunità rende ALDI una realtà a cui guardare, un esempio anche per altre organizzazioni. Il patto di fiducia e consenso che abbiamo costruito in questi anni con i consumatori italiani speriamo sia confermato ed ampliato nel 2023” commenta **Michael Gscheidlinger, Country Managing Director Italia di ALDI**.



Comunicato stampa

ALDI PER L'AMBIENTE: IL RAGGIUNGIMENTO DELLA CLIMATE NEUTRALITY E LO SVILUPPO DI UNO STORE CONCEPT ALL'INSEGNA DELL'EFFICIENZA ENERGETICA

L'impegno di ALDI per l'ambiente ha toccato una milestone significativa nel 2022: il **raggiungimento della neutralità climatica**. Fin dal suo ingresso in Italia nel 2018, ALDI ha costantemente lavorato per migliorare le proprie best practices a livello ambientale e sociale per non produrre alcun impatto sul clima grazie a politiche di riduzione dei consumi energetici, sino all'abbattimento e alla compensazione delle proprie emissioni residue di gas a effetto serra.

Dall'apertura nel 2021 del **primo punto vendita a emissioni zero di Moniga del Garda (BS)**, che risponde al **nuovo standard di prototipo costruttivo**, il più alto livello di efficienza energetica dell'azienda, ALDI ha proseguito il suo percorso verso la sostenibilità prevedendo l'inaugurazione di altri store dalle prestazioni energetiche efficienti. Lo store concept adottato presenta, infatti, consumi energetici inferiori di oltre il 15% rispetto alla media degli altri negozi. Lo sviluppo di un'espansione sempre più attenta alla sostenibilità. Rispetto al 2018, i consumi energetici si sono ridotti del 7%. La presenza di 86 impianti fotovoltaici ha permesso, nel 2022, di produrre 4,5 milioni di kWh di energia green e di diminuire le emissioni di CO₂ di 2.383 tonnellate.

Dal suo ingresso nel mercato italiano, nel marzo 2018, sono stati prodotti oltre 11,2 milioni di kWh di energia da fonte solare fotovoltaica, con una riduzione di 6.038 tonnellate di anidride carbonica nell'ambiente.

Attraverso la collaborazione con **ClimatePartner**, leader nella protezione del clima a livello internazionale, ALDI ha compensato oltre **11.000 tonnellate di gas a effetto serra** con il finanziamento di quattro progetti di compensazione del carbonio focalizzati sull'utilizzo delle energie rinnovabili, come quella eolica e solare, e sulla protezione delle foreste. Le iniziative coinvolgono i paesi particolarmente colpiti dagli effetti del cambiamento climatico come Cina, India e Brasile, portando un beneficio alle comunità locali.

Ambiziosi sono gli obiettivi aziendali per gli anni a venire: entro il 2025 ALDI si impegnerà nel ridurre del 26% le emissioni di gas serra (rispetto al 2016) dovute alle attività operative quotidiane, ed entro il 2024 incoraggerà i suoi fornitori strategici a fissare obiettivi di riduzione delle loro emissioni.

L'attenzione alla salvaguardia dell'ambiente passa, inoltre, anche da un confezionamento responsabile come quello portato avanti nell'ambito del progetto di ottimizzazione dei materiali delle confezioni "**ALDI, Missione Im-Ballo!**": a oggi sono 57 gli articoli in assortimento con packaging privi di materie plastiche, in materiali riciclati o riciclabili, tra cui quelli nati dalla partnership con Plastic Bank® e realizzati al 100% con rifiuti di plastica recuperati dagli oceani.

L'impegno e le iniziative portate avanti a favore di un futuro ecosostenibile sono parte integrante del progetto "**Oggi per domani**", l'iniziativa di sostenibilità di ALDI Italia che da cinque anni mira a perseguire una crescita aziendale etica e responsabile a 360°.

ALDI AL FIANCO DELLA RICERCA SCIENTIFICA E DEI PIÙ FRAGILI

In un anno reso particolarmente complesso dalle nuove fasi dell'emergenza sanitaria e dagli scenari inflazionistici determinati dal conflitto Russia-Ucraina, ALDI ha tenuto fede ai propri obiettivi di corporate responsibility rinnovando anche per il 2022 la partnership con **Fondazione Banco Alimentare Onlus** a sostegno della 26^a Giornata Nazionale della Colletta Alimentare. Un'iniziativa che dal 2018 ha sostenuto i più fragili con la donazione di oltre 1.600 tonnellate di prodotti attraverso l'attivazione delle donazioni nelle filiali ALDI e oltre 113 tonnellate provenienti dalle



Comunicato stampa

donazioni dei clienti durante le precedenti edizioni della Giornata Nazionale della Colletta Alimentare, per un totale di quasi 3.5 milioni di pasti.

Un impegno confermato anche dal sostegno dell'azienda a supporto della ricerca medico-scientifica: oltre alla partnership con **Fondazione AIRC** per le campagne "Arance Rosse per la Ricerca" e "Nastro Rosa", con donazioni per oltre 175.000 euro dal 2018, nel 2022 ALDI ha preso parte anche al progetto educativo "Io Vivo Sano" di **Fondazione Umberto Veronesi**, 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.

Il sostegno alle comunità locali rappresenterà, dunque, anche per il 2023, uno dei pilastri della crescita di ALDI in Italia.

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