# LOKALNE PRODUKTY SPOŻYWCZE



# SPIS TREŚCI


**Nasz cel** ..... **3**

**Zakres** ..... **4**

**Lokalne produkty spożywcze – informacje ogólne i wyzwania** ..... **5**

**Definicje** ..... **6**

Czym są lokalne produkty spożywcze? ..... 6

Czym są „lokalne produkty spożywcze” w ALDI Nord? ..... 6

Unijne oznaczenia pochodzenia ..... 13

Produkty sezonowe ..... 14

**Cele i środki** ..... **14**

**Praktyki krajowe** ..... **15**

**Zakończenie** ..... **16**

# NASZ CEL

Nieodzownym elementem sukcesu gospodarczego jest odpowiedzialność społeczna i środowiskowa. Celem spółek Grupy ALDI Nord (dalej „ALDI Nord") jest stale przyczyniać się do zrównoważonego rozwoju wszędzie tam, gdzie spółki te prowadzą działalność.

Zrównoważone zakupy są dla nas jednym z podstawowych sposobów osiągania tego celu. Jako wiodąca sieć sprzedaży detalicznej nie stronimy od ciążącej na nas odpowiedzialności związanej z globalnymi łańcuchami dostaw i wykorzystaniem surowców. Spełniamy kryteria społeczne i ekologiczne zrównoważonego rozwoju na całej długości łańcucha dostaw, od pozyskiwania surowców do końcowych etapów produkcji.

W jasny sposób informujemy partnerów biznesowych o naszych wymaganiach i celach. Jeżeli nasze cele nie są osiągane, skupiamy się na dalszym rozwoju i wdrażaniu konkretnych rozwiązań, aby poprawić procesy produkcji we współpracy z naszymi partnerami. Współpracujemy jedynie z podmiotami, które działają w zgodzie z naszą polityką zakupową. Zastrzegamy sobie prawo do nakładania stosownych sankcji w zależności od sytuacji, nawet jeżeli skutkiem takiego działania jest zakończenie współpracy.

Według analizy przeprowadzonej w ramach Raportu dot. Rozwoju Zrównoważonego 2019 „rozwój linii produktów zrównoważonych"[1] został uznany za kwestię ważną zarówno dla ALDI Nord, jak również interesariuszy Grupy[2]. W oparciu o te informacje, a także wewnętrzne ekspertyzy, kwestia „nowoczesnego żywienia", którego częścią są „produkty lokalne", stała się ważną częścią naszej międzynarodowej strategii. Istotność tej kwestii uzasadniają badania wskazujące na to, że konsumenci preferują lokalne produkty[3, 4]. Poszerzając swoją ofertę lokalnych produktów spożywczych, ALDI Nord stara się rozwijać zrównoważony asortyment, aby przekształcić nasze zobowiązania w skuteczne działania. Jesteśmy świadomi ciążącej na nas odpowiedzialności oraz tego, jak szeroki jest zakres naszych działań. Promując produkty lokalne w naszych sklepach, chcemy komunikować ich wartości za pomocą etykiet w sposób przejrzysty dla klientów. Tym samym działamy w zgodzie z unijną strategią „Od Pola do Stołu". Ma ona na celu rozwój lokalnych systemów produkcji żywności, a przez to promowanie zrównoważonej diety. Jednocześnie pomagamy osiągać 12. Cel Zrównoważonego Rozwoju: „Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja: zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji"[6]. To tylko kilka z wielu działań, których się podejmujemy, by nasi klienci mogli w łatwy sposób i z czystym sumieniem robić u nas zakupy.

[1] Raport dot. Rozwoju Zrównoważonego ALDI Nord 2019, str. 14.
[2] Znaczenie rozwoju linii produktów zrównoważonych dla ALDI Nord oraz interesariuszy znalazło również potwierdzenie w analizie przeprowadzonej w roku 2021.
[3] Zob. Gen Z is Talking. Are you Listening? (PwC 2020), str. 21.
[4] Zob. Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), str. 17 i n.
[5] Zob. Strategia „Od Pola do Stołu" (Unia Europejska 2020), str. 14.
[6] Zob. Cele Zrównoważonego Rozwoju (Organizacja Narodów Zjednoczonych).

# ZAKRES

Niniejsze wytyczne dotyczą artykułów spożywczych sprzedawanych przez ALDI Nord.

Nasze zobowiązanie skupia się na następujących grupach towarów:

- nabiał (w tym jaja),
- świeże mięso,
- owoce i warzywa.

Poszczególne spółki ALDI mogą określać dodatkowe „grupy towarów priorytetowych”.

Niniejsze wytyczne obowiązują do momentu publikacji zaktualizowanej wersji.

# LOKALNE PRODUKTY SPOŻYWCZE – INFORMACJE OGÓLNE I WYZWANIA

Zaledwie parę dekad temu większość produktów spożywczych była uprawiana, produkowana i przetwarzana w niewielkim oddaleniu od sklepów spożywczych, w których były one sprzedawane[7]. Wraz z nadejściem industrializacji i globalizacji normalnym stało się, że jedzenie sprowadzane jest z całego świata za pośrednictwem złożonych łańcuchów dostaw. Jednocześnie w świadomości ludzkiej coraz częściej pojawiają się kwestie środowiskowe, zdrowotne i etyczne, a konsumenci szukają produktów spożywczych o wyższej wartości. Pomimo postępującej urbanizacji społeczeństwa ludzie coraz bardziej tęsknią za tym, co znajome, naturalne, autentyczne i bezpieczne. Chcą wiedzieć, co spożywają, dlatego chcą być blisko źródeł swojego pożywienia[8, 9]. Dodatkowo pandemia Covid-19 w jeszcze większym stopniu zintensyfikowała dążenie do równowagi pomiędzy działalnością człowieka, naturą, systemami żywnościowymi oraz bioróżnorodnością.

Kolejnym powodem, dla którego konsumenci cenią sobie produkty lokalne, jest ich pozytywny wpływ na środowisko. Ponieważ transport tego typu produktów odbywa się na mniejszych dystansach, niż ma to miejsce w przypadku produktów wymagających złożonych, globalnych łańcuchów dostaw, wiążą się one z niższym poziomem emisji gazów cieplarnianych. Dlatego też konsumenci postrzegają kupowanie produktów lokalnych jako część proekologicznego stylu życia. Co więcej, transparentność względem pochodzenia danego produktu zwiększa zaufanie klienta co do jego jakości i świeżości. Znajome miejsce pochodzenia promuje identyfikowanie się z produktem przez konsumenta. Jednocześnie klienci chcą wspierać gospodarkę lokalną, miejscowych rolników i miejsca pracy[11].

Produkty lokalne ceni sobie aż 89% europejskich konsumentów[12]. Większość konsumentów jest również gotowa płacić za takie produkty wyższe ceny. Z drugiej jednak strony 47% konsumentów w Europie unika produktów lokalnych ze względu na zbyt wysoką cenę[13]. Właśnie w tej kwestii ALDI Nord jest w stanie coś zrobić: oferować świeże produkty najwyższej jakości po normalnych cenach, z których znane jest ALDI.

[7] Zob. 3 Ways to Define Local Food (Transparency-One 2016).
[8] Zob. Strategia „Od Pola do Stołu" (Unia Europejska 2020).
[9] Zob. Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), str. 27.
[10] Zob. Factsheet: From Farm to Fork (Unia Europejska 2020).
[11] Zob. Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), str. 26.
[12] Zob. Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), str. 22.
[13] Zob. Think local, act local! (L'Observatoire Cetelem 2019), str. 13.

# DEFINICJE

Pojęcie „lokalne produkty spożywcze” nie doczekało się jeszcze definicji prawnej. Dlatego też istnieje mnóstwo interpretacji tego, jaki produkt może być uznany za regionalny lub lokalny.
W tym rozdziale zdefiniowane zostanie pojęcie lokalnych produktów spożywczych, a także zaprezentowany zostanie model definicji używany w ALDI Nord.

## CZYM SĄ LOKALNE PRODUKTY SPOŻYWCZE?

Główną cechą lokalnych produktów spożywczych jest ich pochodzenie geograficzne. W opinii Komisji Europejskiej „lokalny system żywnościowy to taki system, w którym produkty spożywcze są produkowane, przetwarzane i sprzedawane wewnątrz określonego obszaru geograficznego”[14]. Takim regionem może być naturalny obszar, autonomiczny region, jednostka federalna albo przestrzenna o szczególnej kulturze/historii.

Nie ma obowiązującej definicji, która określałaby minimalną zawartość składników pochodzenia regionalnego ani też promienia definiującego wielkość regionu. Produkty postrzegane jako regionalne mogą pochodzić z obszarów o promieniu od ok. 20 do 150 kilometrów.
W niektórych krajach europejskich produktem lokalnym może być jakikolwiek produkt krajowy[15].

## CZYM SĄ „LOKALNE PRODUKTY SPOŻYWCZE” W ALDI NORD?

Pojmowanie tego terminu różni się wśród konsumentów i sprzedawców. Dla ALDI Nord ważne jest, by w sposób transparentny i wiarygodny komunikować lokalność produktu w celu ułatwienia klientom robienia zakupów z czystym sumieniem. Czy dany produkt jest produktem lokalnej marki, z którą klienci bardziej identyfikują się w konkretnym regionie? Czy może pochodzi on od miejscowego rolnika, dzięki czemu pokonał on niewielki dystans, a jego zakup i spożycie wpisuje się w przyjazny dla środowiska styl życia?
W celu ujednolicenia definicji lokalnych produktów spożywczych w ALDI Nord oraz do celów jasnej komunikacji stworzony został Model Pięciokolumnowy zawierający definicje terminu „lokalny produkt spożywczy”.
Należy pamiętać, że jeżeli chodzi o oznakowanie i komunikowanie lokalności, znaczenie pierwszorzędne mają regulacje krajowe.

[14] Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics. (Komisja Europejska, 2013), str. 23.
[15] Zob. Think local, act local! (L’Observatoire Cetelem 2019), str. 20.

# LOKALNE PRODUKTY SPOŻYWCZE

**1 PRODUKTY REGIONALNE**

- Produkt jednoskładnikowy /pierwszy główny **składnik** pochodzi z danego regionu
- Regionalny **łańcuch dostaw** produktu jednoskładnikowego /pierwszego głównego składnika



**2 PRODUKTY KRAJOWE**

- Produkt jednoskładnikowy /pierwszy główny **składnik** pochodzi z danego kraju
- Krajowy **łańcuch dostaw** produktu jednoskładnikowego /pierwszego głównego składnika



**3 LOKALNE SPECJALNOŚCI**

- Przynajmniej jeden **składnik** pochodzi z danego kraju
- Przynajmniej jeden etap **łańcucha dostaw** ma miejsce w danym regionie



**4 LOKALNE MARKI**

- Brak wymagań dot. **składników**
- Zwykle jeden z etapów **łańcucha dostaw** ma miejsce w danym regionie



**5 LOKALNE DANIA I PRZEPISY**

- Brak wymagań dot. **składników lub łańcucha dostaw**



Ryc. 1. Pięciokolumnowy model lokalnych produktów spożywczych ALDI Nord: Informacje ogólne

Z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju ALDI Nord preferuje produkty regionalne i krajowe (kolumny: 1. i 2.) względem lokalnych specjalności i marek (kolumny: 3. i 4.), ponieważ te pierwsze w sposób bardziej całościowy przyczyniają się do wzrostu konsumpcji przyjaznej dla środowiska. Dlatego też skupiamy się na sprzedaży produktów regionalnych i krajowych. W przypadku krajów o ograniczonej ofercie produktów regionalnych nacisk kładziemy na produkty krajowe, a w następnej kolejności na lokalne specjalności i marki.

## 1 PRODUKTY REGIONALNE

- Produkt jednoskładnikowy /pierwszy główny **składnik** pochodzi z danego regionu
- Regionalny **łańcuch dostaw** produktu jednoskładnikowego /pierwszego głównego składnika



**Kolumna 1.** zawiera produkty pochodzące z określonego regionu[16]. Jeżeli dany produkt jest produktem jednoskładnikowym, np. owocem lub warzywem, to musi pochodzić w całości z danego regionu, a wszystkie etapy jego łańcucha dostaw – tzn. hodowla, przetwarzanie, pakowanie oraz dystrybucja (jeżeli dotyczy), a w przypadku mięsa narodziny, hodowla, ubój i przetwarzanie danego zwierzęcia – muszą mieć miejsce w danym regionie. Jeżeli produkt jest produktem wieloskładnikowym, np. kiełbasą z dodatkiem czosnku, to pierwszy główny składnik (mięso wieprzowe) oraz, jeżeli to możliwe, również i składnik dodający wartości[17] (czosnek) muszą pochodzić w całości z danego regionu, a ich łańcuch dostaw również musi być regionalny. Przynajmniej 51% wagi produktu muszą stanowić surowce pochodzenia regionalnego, pozyskane w ramach regionalnych łańcuchów dostaw.

[16] Regiony muszą zostać zdefiniowane indywidualnie przez odpowiednie spółki ALDI.
[17] Składnik dodający wartości to taki składnik, który nadaje produktowi jego tożsamość, np. jeżeli występuje on w nazwie produktu, nawet jeżeli jego zawartość w samym produkcie nie jest wysoka.

## 2 PRODUKTY KRAJOWE

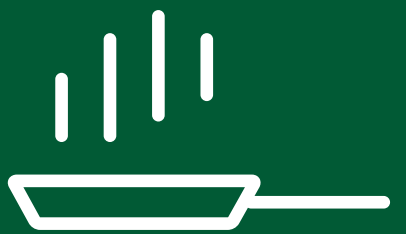
- Produkt jednoskładnikowy /pierwszy główny **składnik** pochodzi z danego kraju
- Krajowy **łańcuch dostaw** produktu jednoskładnikowego /pierwszego głównego składnika



**Kolumna 2.** zawiera artykuły pochodzenia krajowego. Surowiec użyty w produkcji produktu jednoskładnikowego musi pochodzić w całości z danego kraju, to samo tyczy się wszystkich etapów jego łańcucha dostaw. Jeżeli to drugie jest niemożliwe (np. z powodu braku surowców lub mocy przerobowych), jeden z etapów łańcucha może odbywać się w sąsiadującym kraju. Uprawa/hodowla musi jednak odbywać się w danym kraju. Jeżeli produkt jest produktem wieloskładnikowym, np. jogurtem truskawkowym, pierwszy główny składnik (jogurt) oraz, o ile to możliwe, również i składnik dodający wartości (truskawki), muszą pochodzić w całości z danego kraju, a ich łańcuch dostaw również musi przebiegać w całości w tym kraju. W przypadku produktów wieloskładnikowych jeden z etapów łańcucha dostaw również może mieć miejsce w kraju sąsiadującym, ale etapem tym nie może być uprawa/hodowla. Przynajmniej 51% wagi produktu muszą stanowić surowce pochodzenia krajowego, pozyskane w ramach krajowych łańcuchów dostaw.

## 3 LOKALNE SPECJALNOŚCI

- Przynajmniej jeden **składnik** pochodzi z danego kraju
- Przynajmniej jeden etap **łańcucha dostaw** ma miejsce w danym regionie



**Kolumna 3.** zawiera produkty będące lokalnymi specjalnościami. Cechują je tradycyjne receptury i metody produkcji. W przypadku produktów z kolumny 3. przynajmniej jeden etap łańcucha dostaw ma miejsce w danym regionie. Dodatkowo jeden składnik, najlepiej składnik główny lub dodający wartości, musi pochodzić z danego kraju, np. ser francuski produkowany w Alpach Francuskich (Rhône-Alpes) zgodnie z tradycyjną, regionalną recepturą, z wykorzystaniem francuskiego mleka.

## 4 LOKALNE MARKI

- Brak wymagań dot. **składników**
- Zwykle jeden z etapów **łańcucha dostaw** ma miejsce w danym regionie



Produkty w **kolumnie 4.** to lokalne marki. Oznacza to, że nie są to marki własne ALDI Nord, a marki „zewnętrzne". Nie podlegają one żadnym wymaganiom względem pochodzenia składników lub etapów łańcucha dostaw, ale w wielu przypadkach ich produkcja ma miejsce w danym regionie. Produkty te są postrzegane jako regionalne – np. piwo z pobliskiego browaru – oraz często służą identyfikowaniu się klientów z ich regionem, ale ani składniki, ani etapy łańcucha dostaw nie są związane z konkretnym regionem lub krajem.

## 5 LOKALNE DANIA I PRZEPISY

- Brak wymagań dot. **składników lub łańcucha dostaw**



**Kolumna 5.** dotyczy produktów o wyjątkowym smaku lub produkowanych na bazie receptury preferowanej przez mieszkańców danego regionu. Z tego też powodu mogą one być przez tych klientów postrzegane jako lokalne. Łańcuchy dostaw mogą jednak przebiegać poza granicami ich kraju, a ich składniki mogą mieć dowolne pochodzenie, dlatego też tego typu produkty nie mają jednoznacznie pozytywnego wpływu na środowisko.

Przedstawiony model stanowi podstawę przyszłych działań w obszarze lokalnych produktów spożywczych. Z jednej strony dostarcza on informacji na temat różnych form lokalnych produktów spożywczych, a także wspólnej wykładni pojęć używanych w spółkach ALDI. Z drugiej strony stanowi on dla ALDI Nord środek klasyfikacji produktów lokalnych oraz bazę do wyznaczania KPI. Co więcej, jednym z głównych celów niniejszych wytycznych jest zestrojenie środków komunikacji ALDI Nord z Modelem Pięciokolumnowym Lokalnych Produktów Spożywczych ALDI Nord w celu zapewnienia spójności komunikacji skupionej wokół lokalnych produktów spożywczych, a także zagwarantowania transparentności i wiarygodności w oczach klientów.

Oznacza to, że aspekty lokalne produktów w kolumnach: 1., 2. i 3. muszą być komunikowane z naciskiem na pochodzenie składników tych produktów oraz lokalność ich łańcucha dostaw, podczas gdy aspekt lokalny produktów z kolumn: 4. i 5. musi być komunikowany z naciskiem na preferencje konsumentów względem marki lub receptury. W ten sposób staramy się w jasny sposób komunikować wartość dodaną, jaką jest lokalność, oraz unikać wprowadzania klientów w błąd.

## UNIJNE OZNACZENIA POCHODZENIA

Nasze etykiety czasami zawierają również oznaczenia pochodzenia stosowane przez Unię Europejską. Wyróżnia się trzy oznaczenia jakości, które wskazują na cechy szczególne produktu związane z jego pochodzeniem geograficznym, tradycyjnym składem lub metodami produkcji.




**Chroniona Nazwa Pochodzenia (ChNP)**
Produkcja, przetwarzanie i przygotowanie odbywa się na określonym obszarze.
Produkt ma właściwości lub cechy wyjątkowe dla tego obszaru.




**Chronione Oznaczenie Geograficzne (ChOG)**
Przynajmniej jeden etap produkcji, przetwarzania lub przygotowania ma miejsce w danym regionie.
Produkt ma właściwości lub cechy wyjątkowe dla tego regionu.




**Gwarantowana Tradycyjna Specjalność (GTS)**
Ani pochodzenie surowców, ani miejsce produkcji nie jest związane z danym regionem.
Cechą relewantną jest tradycyjna receptura lub metoda produkcji.

W UE obowiązują reguły dotyczące stosowania wspomnianych znaków. Użycie znaku wymaga zatwierdzenia nazwy produktu na szczeblu unijnym i włączenie go do rejestru produktów spożywczych[18].

### PRODUKTY SEZONOWE

Aspekt regionalny związany jest z aspektem sezonowości szczególnie w przypadku owoców i warzyw. Produkty sezonowe to produkty, które są kupowane i spożywane niedługo po czasie ich zbioru, w kraju, w którym dana spółka ALDI prowadzi działalność (z wyjątkiem terytoriów zamorskich[19]). Wychodzą one naprzeciw potrzebom klientów związanym ze świeższą żywnością z mniejszym śladem węglowym, np. dzięki krótszym dystansom w porównaniu z transportowaniem towarów zza oceanu. Nie oznacza to jednak, że kupowanie produktów lokalnych zawsze wiąże się z mniejszym śladem węglowym. W przypadku produktów lokalnych sprzedawanych poza sezonem, tj. wymagających przechowywania w niskich temperaturach, ślad węglowy odpowiednio się zwiększa. To pokazuje, że umożliwianie przyjaznej środowiskowo konsumpcji wymaga brania pod uwagę nie tylko aspektu lokalnego produktu, ale również i aspektu sezonowego.

# CELE I ŚRODKI

Na przestrzeni lat ALDI Nord wdrożyło wiele rozwiązań skupionych wokół lokalnych produktów spożywczych. Staramy się oferować naszym klientom stały asortyment wysokiej jakości, smacznych produktów lokalnych. Celem jest pokazanie, że żywność lokalna i sezonowa jest łatwo dostępna i nie jest czymś skomplikowanym. Nasze działania staramy się łączyć z jasnymi środkami komunikacji. Dodatkowo korzystając z łatwo rozpoznawalnych oznaczeń pochodzenia i etykiet, pomagamy naszym klientom w prostym i niezawodnym identyfikowaniu miejsca pochodzenia produktu. Atrakcyjna gama produktów lokalnych może również pomóc wyróżnić ALDI Nord na tle konkurencji. Naszym celem jest zaspokajać wszystkie podstawowe potrzeby żywieniowe klientów ALDI oraz w autentyczny sposób wspierać lokalne i krajowe produkty i rolnictwo. Cel ten osiągamy poprzez lepsze oznakowanie i komunikowanie lokalności produktów, kładąc szczególny nacisk na lepsze oznakowanie produktów krajowych, jak również zwiększanie zakresu produktów lokalnych tam, gdzie wpasowuje się to w nasz model dyskontowy. Te cele i środki opisane zostały również w naszym Raporcie Śródrocznym dot. Rozwoju Zrównoważonego z 2020 roku[20].

[18] Zob. Cele unijnych systemów jakości (Komisja Europejska).
[19] Zob. Why Eat Seasonally? (seasonalfoodguide.org 2021).
[20] Zob. ALDI Nord Raport Śródroczny dot. Rozwoju Zrównoważonego z 2020.

# PRAKTYKI KRAJOWE

Lokalność produktów jest ważną cechą dla klientów ALDI. Produkty regionalne i krajowe, a także lokalne specjalności, marki i tradycyjne receptury mają duże znaczenie w krajach, w których spółki ALDI prowadzą działalność.

Przykładowo **ALDI Belgia** zaprojektowało oznaczenie używane w przypadku świeżego mięsa, jajek, produktów mlecznych, owoców i warzyw, potwierdzające ich belgijskie pochodzenie. Świeże mięso (w tym wieprzowina, wołowina i kurczaki) oraz 96% mleka (w tym pełnotłuste, półtłuste, odtłuszczone i smakowe) sprzedawanego w ALDI Belgia pochodzi z Belgii. Inne oznaczenia stosowane do komunikowania krajowego pochodzenia to np. logo „DANSK" używane w **ALDI Dania**, znak „PRODUKT POLSKI" używany przez **ALDI Polska**, „SOU PORTUGUÊS" używany przez ALDI Portugalia oraz „ORIGEN ESPAÑA" używane przez **ALDI Hiszpania**. **ALDI Francja** stosuje znak „Pays Gourmand", który nie tylko wymaga, by dostawcy używali receptur uważanych za tradycyjne, prowadzili działalność w regionie, z którego dana receptura pochodzi lub regionu z nim sąsiadującego oraz by główne składniki pochodziły z Francji, ale również, by unikali oni składników takich jak olej palmowy i sztuczne barwniki. W ALDI Francja 99% świeżego i mrożonego mięsa pochodzi z Francji, podobnie jak 100% jaj i mleka (w butelkach i kartonach). Produkty mleczne takie jak jogurty i sery również wytwarzanie są głównie na bazie francuskiego mleka. ALDI Nord Niemcy używa znaku „Qualität aus DEUTSCHLAND", a w przypadku owoców i warzyw znaku „Ernte aus DEUTSCHLAND" w celu komunikowania krajowego pochodzenia. Dodatkowo **ALDI Nord Niemcy** korzysta z własnego znaku „EINFACH REGIONAL" w przypadku produktów regionalnych, a w przypadku niektórych produktów również z niezależnego znaku „Regionalfenster". Ten drugi jasno wskazuje na pochodzenie składników produktu, miejsce ich przetwarzania oraz miejsce, w którym produkt był pakowany. W **ALDI Holandia** duża część produktów mlecznych pochodzi z Holandii, podobnie jak wieprzowina, owoce, warzywa i inne rośliny, a także 100% jaj. Większość hodowli drobiu również zlokalizowana jest tym kraju.

# ZAKOŃCZENIE

Zakup lokalnych produktów spożywczych odgrywa w ALDI Nord ważną rolę. Dbamy o to, by udostępniać naszym klientom atrakcyjne linie lokalnych produktów. Jesteśmy świadomi naszej odpowiedzialności za wspieranie regionalnych i krajowych producentów, a także za wywieranie pozytywnego wpływu na środowisko dzięki krótszym trasom w transporcie.

Odnieśliśmy już pierwsze sukcesy, które zachęcają nas to do dalszego poszerzania oferty lokalnej w priorytetowych grupach towarów, oraz komunikowania tego w sposób transparentny. Dlatego też stale rozwijamy rozwiązania opisane w niniejszym dokumencie.

Działanie w sposób odpowiedzialny jest po prostu częścią naszej codzienności.

**ZREDAGOWANE PRZEZ**
ALDI Einkauf SE & Co. oHG
Eckenbergstraße 16A
45307 Essen

**STAN NA**
Styczeń 2022

Więcej informacji na temat naszych działań skupionych wokół społecznej odpowiedzialności biznesu znajdziesz na:
https://www.aldi-nord.de/nachhaltigkeitsbericht/2020/downloads.html

**KONTAKT**
https://www.aldi.pl/narzedzia/kontakt.html

**WERSJE JĘZYKOWE**
Niniejsze wytyczne dostępne są w formie dokumentu PDF w języku angielskim oraz w innych językach. W przypadku różnic pomiędzy wersjami znaczenie nadrzędne ma wersja angielska. W celu zwiększenia czytelności uniknięto szczegółowego przedstawienia struktury prawnej spółek.