



SAJTÓKÖZLEMÉNY

Rangos szakmai elismerést nyertek az ALDI vállalati felelősségvállalási projektjei

Biatorbágy, 2019.12.20. – Két kategóriában is elnyerte az ALDI a Magyar Üzleti Felelősség Díjat, valamint a Trade Magazin különdíjazottja is lett.

Az önkéntes, 2 éves védjegyhasználati programmal rendelkező Magyar Üzleti Felelősség Díjra pályázó cégek és szervezetek közül a Közös ügyek – Közös felelősség kategóriában nyert az ALDI az „Óvjuk a természetet, használjunk kevesebb vizet!” projekttel, illetve a Felelős együttműködés kategóriában a „Rajongunk a méhecskéért!” kampányát díjazta a zsűri.

Az ALDI felelős vállalatként folyamatosan keresi azokat a területeket és fejleszti azokat a megoldásokat, amellyel csökkenteni tudja az ökológiai lábnyomát. Az erőforrások felelősségteljes használatánál elengedhetetlen vizeink fokozott védelme. Ehhez az ALDI olyan vállalati és beszerzési politikát alakított ki, amely a teljes beszerzési lánc mentén kiemelt figyelmet szentel a szociális és környezetvédelmi normáknak. Ezt a cég a vállalati felelősségvállalási (CR) alapelveiben is megfogalmazta, amely kötelező cselekvési keretet jelent munkavállalói és üzleti partnerei számára. A 2019. március 24-én indult „Óvjuk a természetet, használjunk kevesebb vizet!” kampányával a víz fontosságára hívta fel a vállalat a partnereket, a munkatársakat és természetesen a vásárlók figyelmét. Az aktivitás keretében az ALDI a WWF Magyarország LIFE projektjét támogatja a következő 3 éven át. A biomonitoring program keretében az Ó-Dráva holtág elégtelen vízellátásának rehabilitációja utáni eredményeket elemzik, dokumentálják. Emellett a cég elkötelezett, hogy a jövőben a beszerzési politikájának körét bővítse és szállítói felé a felelősségteljes vízhasználatra vonatkozó elvárásokat fogalmazzon meg.

Az ALDI 2016-ban határozta el, hogy egyedi kampányt indít a méhek védelmében. Ehhez öt méhcsaládnak (kb. 60.000 méhecske) otthont adó méhecskeházat épített fel a biatorbágyi központban. A projektben résztvevő méhek szakszerű gondozását az ALDI saját profi méhésze végzi. A kampány nem titkolt célja, hogy a cég a partnerei és vásárlói figyelmét is felhívja arra, hogy milyen hasznos állatok a méhek, mennyire fontos a megóvásuk, hiszen ha kihalnának, az komoly problémát okozna. A cég emellett együttműködik a Soproni Egyetem Kooperációs Kutatási Központjával és egy hosszú távú biomonitoring projekt keretében méri fel és elemzi a környezet állapotát a méhek segítségével.

Az ALDI felelős vállalatként továbbra is azon dolgozik, hogy a fenntarthatóság és a környezetvédelem területén optimalizálja a folyamatait, éppen ezért keresi az újabb és újabb megoldásokat, alternatívákat, amelyek segítenek a környezeti terhelés csökkentésében, és hozzájárulnak a környezet megóvásához.

Az ALDI-ről

Az ALDI a diszkont filozófia megalkotójaként kiváló minőségű élelmiszereket és non-food termékeket biztosít vásárlói számára a lehető legkedvezőbb áron. Az ALDI Magyarország Élelmiszer Bt. 2008-ban nyitotta meg hálózatának első áruházát Magyarországon, jelenleg országszerte 144 üzlettel van jelen a magyar kiskereskedelemben és több mint 3600 főt foglalkoztat. A vállalat ALDI UTAZÁS márkanév alatt egyéni és csoportos utazások, szállások széles körét kínálja online platformon, továbbá öt üzletének parkolójában diszkont benzinkutakat üzemeltet. Az ALDI mind a biatorbágyi logisztikai központjának, mind pedig boltjainak teljes áramszolgáltatását zöldárammal biztosítja, továbbá klímavédelmi projektek támogatásával ellentételezi az operatív működéséből származó üvegházhatású-gázkibocsátását, így karbonsemleges működésű. A vállalatról bővebb információ a www.aldi.hu honlapon található.



SAJTÓKÖZLEMÉNY

Sajtókapcsolat

Pákolicz Attila

Solutions Communications Kft.

Telefon: 36 70 634 88 76

E-mail: a.pakolicz@solutionscom.hu / sajto@aldi.hu