



ADVANCING  
SOCIALY RESPONSIBLE  
INVESTING

FORUM  
ETHIBEL

# Aldi

## Distributie

### België

**Aldi maakt deel uit van een Duitse keten die het licht zag in 1948 in Essen. Ze hebben een marktaandeel van 11.2%. Het is een hard discounter die gaat voor de laagste prijs en een minimale winkelinfrastructuur. Ze hebben een goed sociaal beleid in België. In het buitenland werden wel controverses vastgesteld. Ze hebben een beperkt milieubeleid vooral gericht op kostenbesparing in transport en afval. Hierover is geen communicatie naar de klanten toe. Ze gaan voor de laagste prijs en zetten druk op hun leveranciers. Aldi werkte mee aan het onderzoek.**

#### *Activiteiten*

Aldi is een distributeur van levensmiddelen die tot de hard discounters gerekend wordt. Hun circa 400 winkels ressorteren in België onder 7 ondernemingen met elk een hoofdkantoor en een distributiecentrum.

#### *Intern sociaal beleid*

Het bedrijf heeft een goed sociaal beleid. De CAO gaat verder dan deze van de sector (hospitalisatieverzekering,...). De contracten zijn gemiddeld in de sector en het bedrijf heeft een goede verstandhouding met de vakbonden. Binnen de winkels is er een werkrotatie (wie aan de kassa werkt staat ook in voor andere taken als rekken vullen, uitladen en schoonmaken) en mogelijkheid tot doorgroei. Ongeveer evenveel mannen als vrouwen zijn filiaalleider, maar bij het hoger management vindt men meer mannen. Er wordt rekening gehouden met de werknemers voor het opstellen van het uurrooster.

#### *Milieubeleid*

Er is geen uitgebouwd milieubeleid. Wel worden enkele maatregelen genomen, vooral op het vlak van transport (zuinig verbruik) en afval (bv. weinig reclamefolders, geen wegwerpzakjes). Aldi verkoopt geen biologische producten. Aldi communiceert niet over milieubeleid naar klanten toe.

#### *Extern sociaal beleid*

Er zijn geen gekende initiatieven rond extern sociaal beleid. Aldi verkoopt geen Fair Trade producten.

#### *Economisch beleid*

Aldi groeit sterk in België. Ze volgen als hard discounter een duidelijk concept van de laagste prijs en zetten hierdoor druk op leveranciers en onderaannemers. Ze hebben een eigen kwaliteitscontrole en zijn bereid de leveranciers meer te betalen in functie van de kwaliteit. Ze kopen veel Belgische producten aan, maar zullen voor buitenlandse producten kiezen indien deze lagere prijzen aanbieden.

#### *Disclaimer*

*Het onderzoek werd uitgevoerd volgens specifieke criteria en procedures. Deze tekst is enkel een korte samenvatting. De vaststellingen gelden voor de datum van het onderzoek. Dit is geen garantie voor het toekomstige beleid van het bedrijf.*