

Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile 2010



Excellence is our Passion

Indice

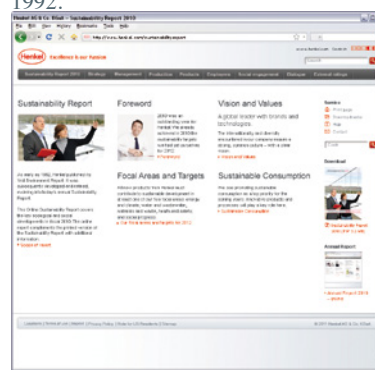
- 1 Editoriale
- 2 Henkel nel mondo
- 4 Valori e strategia di Sostenibilità
- 6 Standard e gestione
- 8 Gestione degli acquisti e dei fornitori
- 10 Produzione e logistica
- 14 Indicatori ambientali
- 16 La gestione della Sostenibilità
- 18 Detergenza
- 22 Cosmetica
- 26 Adesivi e Tecnologie
- 30 Personale
- 34 L'impegno sociale
- 36 Salute e sicurezza sul lavoro
- 37 Indicatori sociali
- 38 Il confronto con gli stakeholder
- 40 Rating esterni
Contatti, colophon e altre pubblicazioni

Ulteriori informazioni

In molti punti del Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile 2010 vi sono rimandi a ulteriori informazioni contenute nel Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile stesso **SR** (Sustainability Report), nel Rapporto Annuale **AR** (Annual Report), e sul nostro sito Web **Web**. Tutti i rimandi a contenuti del nostro sito Web sono numerati in ordine progressivo, con questa modalità:

Web www.henkel.com/sr2010 11.

L'indirizzo web di riferimento è www.henkel.com/sr2010. In questa pagina Web, nella colonna a destra, alla voce "Service" troverete una funzione di ricerca. Basta inserire il numero di riferimento appropriato e si accederà direttamente alle informazioni richieste. Dal sito è inoltre possibile scaricare tutti i Rapporti Ambientali e i Rapporti sullo Sviluppo Sostenibile pubblicati dal 1992.



www.henkel.com/sustainabilityreport

Copertina: uno dei nostri Valori recita: "Il cliente è al centro di tutte le nostre attività quotidiane". La costruzione di un impianto solare termico nella Spagna meridionale, frutto della collaborazione con Novatec Biosol, costituisce un esempio significativo di come Henkel risponde alle esigenze dei clienti.



Continua a pagina 26.

La nostra Vision

Leader globale con prodotti di marca e tecnologie.

I nostri Valori

Il **cliente** è al centro di tutte le nostre attività quotidiane.

Valorizziamo, stimoliamo e premiamo i nostri **collaboratori**.

Siamo orientati a un'eccellente performance **finanziaria** sostenibile.

Siamo impegnati a favore di una leadership orientata alla **Sostenibilità**.

Costruiamo il nostro futuro partendo dalle nostre radici di azienda **familiare**.

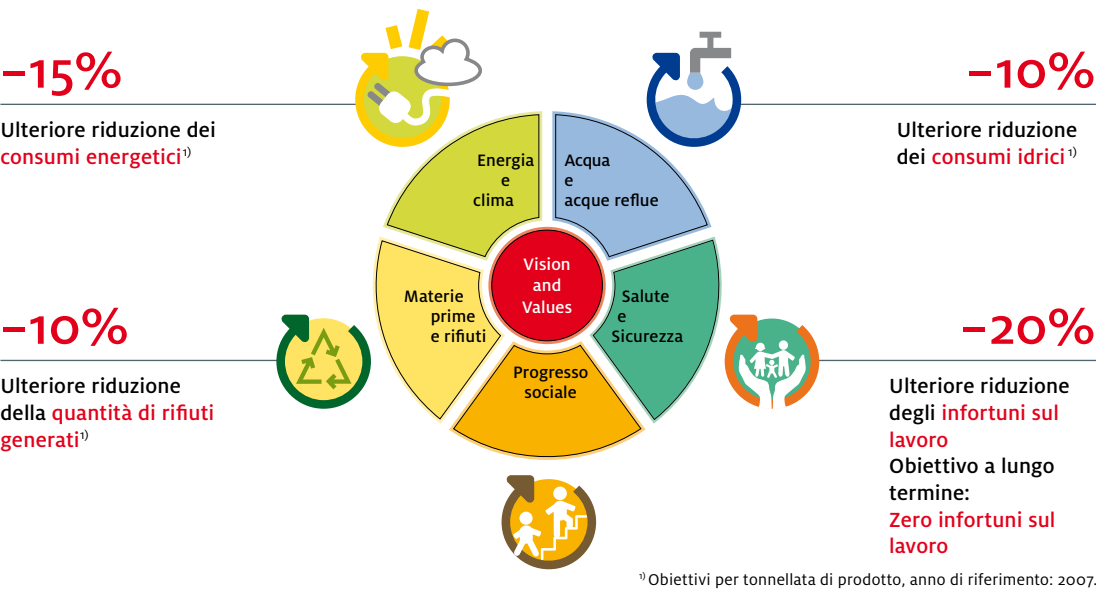
La nostra nuova Vision ci indica la direzione e la destinazione. Riflette la nostra aspirazione a essere i migliori in tutto ciò che facciamo. Esprime appieno la dimensione di "un'unica Henkel". La nostra Vision e i nostri nuovi Valori guidano le scelte e le decisioni quotidiane dei nostri dipendenti. I Valori sono densi di significato e parlano da soli.

Per saperne di più sui nostri Valori, consultare questo Rapporto **SR** alle pagg. 18, 22, 26 e 30 e il Rapporto Annuale 2010 **AR** alle pagg. 16 - 21.



Excellence is our Passion

I nostri ambiti di interesse prioritario nella Sostenibilità e gli obiettivi per il 2012



Altri capisaldi del nostro impegno:

Tutti i nuovi **prodotti** devono contribuire allo Sviluppo Sostenibile in almeno un ambito di interesse prioritario.

Tutti i **dipendenti** devono ricevere una formazione e un aggiornamento continuo affinché siano adeguatamente qualificati per le mansioni svolte.

Tutti i principali **fornitori** devono soddisfare i nostri requisiti di etica aziendale.

Il Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile

Nel 1992 abbiamo pubblicato il nostro primo Rapporto Ambientale che negli anni abbiamo progressivamente arricchito in linea con il nostro impegno crescente fino all'attuale Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile (vedere retro copertina). **SR** Dal '92 è pubblicato con cadenza annuale. Insieme alla versione stampata del Rapporto Annuale e alla versione web del Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile e del Rapporto Annuale, costituisce un sistema di rendicontazione aziendale integrato. In molte parti di questo Rapporto vi sono rimandi a ulteriori informazioni contenute su altre pubblicazioni di Henkel.

Questo Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile illustra i principali progressi compiuti in campo ecologico e sociale nel 2010. Informazioni più dettagliate sono disponibili su Internet. Da quando, nel 2003 abbiamo aderito all'iniziativa Global Compact delle Nazioni Unite, il Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile confluisce nel Rapporto Annuale sui risultati raggiunti dalle aziende aderenti all'iniziativa. Il Rapporto affronta tutte le tematiche dello Sviluppo Sostenibile sulle quali si concentra l'impegno di

Henkel e i risultati del confronto continuo con un ampio orizzonte di stakeholders. Particolare attenzione è dedicata al dialogo con esperti di Sviluppo Sostenibile in campo internazionale, alle valutazioni di diverse agenzie di rating basate su parametri finanziari e di Sostenibilità nonché alle linee guida della Global Reporting Initiative (GRI, iniziativa globale di formulazione dei resoconti). L'indice dettagliato della GRI, con i relativi link, è disponibile su Internet. Il Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile prende in considerazione tutte le aziende incluse nel bilancio consolidato. Gli indicatori ambientali relativi alla produzione sono stati elaborati facendo riferimento ai dati di siti produttivi presenti in 57 Paesi e rappresentano oltre il 95% dell'intera produzione di Henkel nel mondo.

L'Azienda comunica in modo trasparente gli infortuni gravi sul lavoro che si verificano e le misure adottate per prevenirli. I dati relativi agli infortuni sul lavoro vengono registrati in base a parametri uniformi a livello globale e si riferiscono al 99% del personale Henkel. Gli indicatori sociali pubblicati si riferiscono al 99% dei nostri dipendenti.


www.henkel.com/corporatereport

Indice GRI:


www.henkel.com/sr2010 | 1

I nostri progressi nel 2010: obiettivi raggiunti in anticipo rispetto ai programmi

- Abbiamo diminuito i consumi energetici del 21%.
- Abbiamo risparmiato il 26% di acqua.
- L'impatto dei nostri rifiuti si è ridotto del 24%.
- Gli infortuni sul lavoro si sono ridotti del 29%.
- Abbiamo integrato le nostre aree di interesse prioritario nella Sostenibilità nel processo di innovazione.
- Tutti i dipendenti hanno ricevuto un'adeguata formazione per migliorare le loro competenze in base alle funzioni svolte, come concordato negli incontri di valutazione.
- Abbiamo inglobato i requisiti standard di Sostenibilità nel nostro processo di gestione dei fornitori.

Riconoscimenti esterni



Sustainability Award di Walmart

Per il secondo anno consecutivo Henkel ha ricevuto il Premio per la Sostenibilità assegnato dalla catena di distribuzione americana Walmart.



Miglior marchio per la Sostenibilità

Da oltre 134 anni i marchi di Henkel abbinano massima qualità e responsabilità nei confronti delle persone e dell'ambiente. Henkel ha ricevuto il premio Best Brands Award 2010 nella categoria speciale "Miglior marchio per la Sostenibilità secondo i Responsabili delle decisioni di acquisto".



Primi in classifica per la Sostenibilità

Per la quarta volta consecutiva Henkel è stata inclusa come leader di settore negli Indici Dow Jones di Sostenibilità DJSI World (indice mondiale) e DJSI Europe (indice europeo).



Miglior datore di lavoro

Il Corporate Research Foundation Institute ha collocato Henkel al primo posto nella classifica generale dove figura davanti a oltre 90 grandi aziende. Nell'analisi del 2010 sui migliori datori di lavoro in Germania, Henkel è stata elogiata per la sua strategia di gestione delle risorse umane.



Cari lettori,

il 2010 è stato un ottimo anno per Henkel. Ci siamo ulteriormente avvicinati agli obiettivi finanziari stabiliti per il 2012 e abbiamo anche centrato, in anticipo, gli obiettivi di Sostenibilità che ci eravamo prefissi di raggiungere nel 2012. I risultati eccellenti conseguiti nel campo della Sostenibilità sono stati confermati da numerosi rating esterni e attestano la validità della nostra strategia stimolandoci a fare ancora meglio in futuro. Ci stiamo impegnando a fondo per essere leader anche nello Sviluppo Sostenibile.

Stiamo affrontando sfide importanti a livello globale. La popolazione mondiale cresce ad un ritmo incessante, soprattutto nei Paesi emergenti. La maggiore disponibilità economica di questi Paesi sta modificando anche l'andamento dei consumi. Di conseguenza, nei prossimi decenni le risorse naturali saranno drasticamente erose. Rinunciare ai consumi e alla relativa qualità della vita non sarebbe realistico ma questi non possono compromettere le risorse naturali e generare un aumento delle emissioni inquinanti. Bisogna allora promuovere un consumo sostenibile. In quest'ottica risultano determinanti prodotti e processi innovativi. Tutti i nuovi prodotti Henkel contribuiscono allo Sviluppo Sostenibile in almeno uno dei cinque ambiti nei quali l'azienda ha concentrato il suo impegno: energia e clima; acqua e acque reflue; materiali e rifiuti; salute e sicurezza; progresso sociale.

Lo sviluppo di soluzioni sostenibili può nascere solo dalla collaborazione con i nostri partner industriali e commerciali oltre che con i nostri fornitori e consumatori. Cooperare lungo l'intera catena del valore e promuovere il consumo sostenibile sono tra le nostre priorità per il futuro. Se tutti faranno la loro parte, entro il 2030 saremo in grado di migliorare notevolmente le prestazioni dei nostri prodotti e nel contempo di ridurre sensibilmente il consumo di risorse e le emissioni. Il risultato sarà un aumento sostanziale di efficienza. Sulla base di questi obiettivi cerchiamo di instaurare un confronto costante con tutti gli stakeholders.

Ogni persona deve assumersi le sue responsabilità. La nostra Vision di essere "leader globale con prodotti di marca e tecnologie" deve essere condivisa da tutti i dipendenti Henkel. La Sostenibilità è uno dei nostri cinque valori aziendali che così recita: "Siamo impegnati a raggiungere una leadership orientata alla Sostenibilità." In Henkel operiamo con la convinzione che Sostenibilità e successo aziendale siano indissolubilmente legati.

Kasper Rorsted
Presidente del Comitato Direttivo

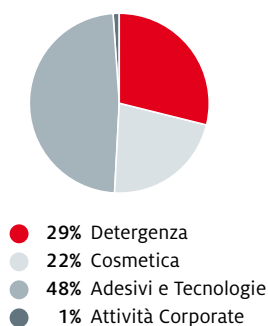
Henkel nel mondo

Che cosa facciamo

- Con siti di produzione in **57 Paesi**, promuoviamo lo sviluppo economico e tecnologico in qualità di datori di lavoro, acquirenti e investitori a livello locale.
- I **48.000 dipendenti** che fanno parte del nostro team globale sono responsabili nella loro sfera di azione, nell'Azienda e nella società.
- In tutto il mondo, i marchi e le tecnologie di Henkel apportano un contributo importante alla società nei cinque ambiti della Sostenibilità che consideriamo prioritari.



Fatturato per divisione



Attività Corporate = fatturato e servizi non assegnabili ai singoli settori di attività.

Sviluppo delle nostre attività

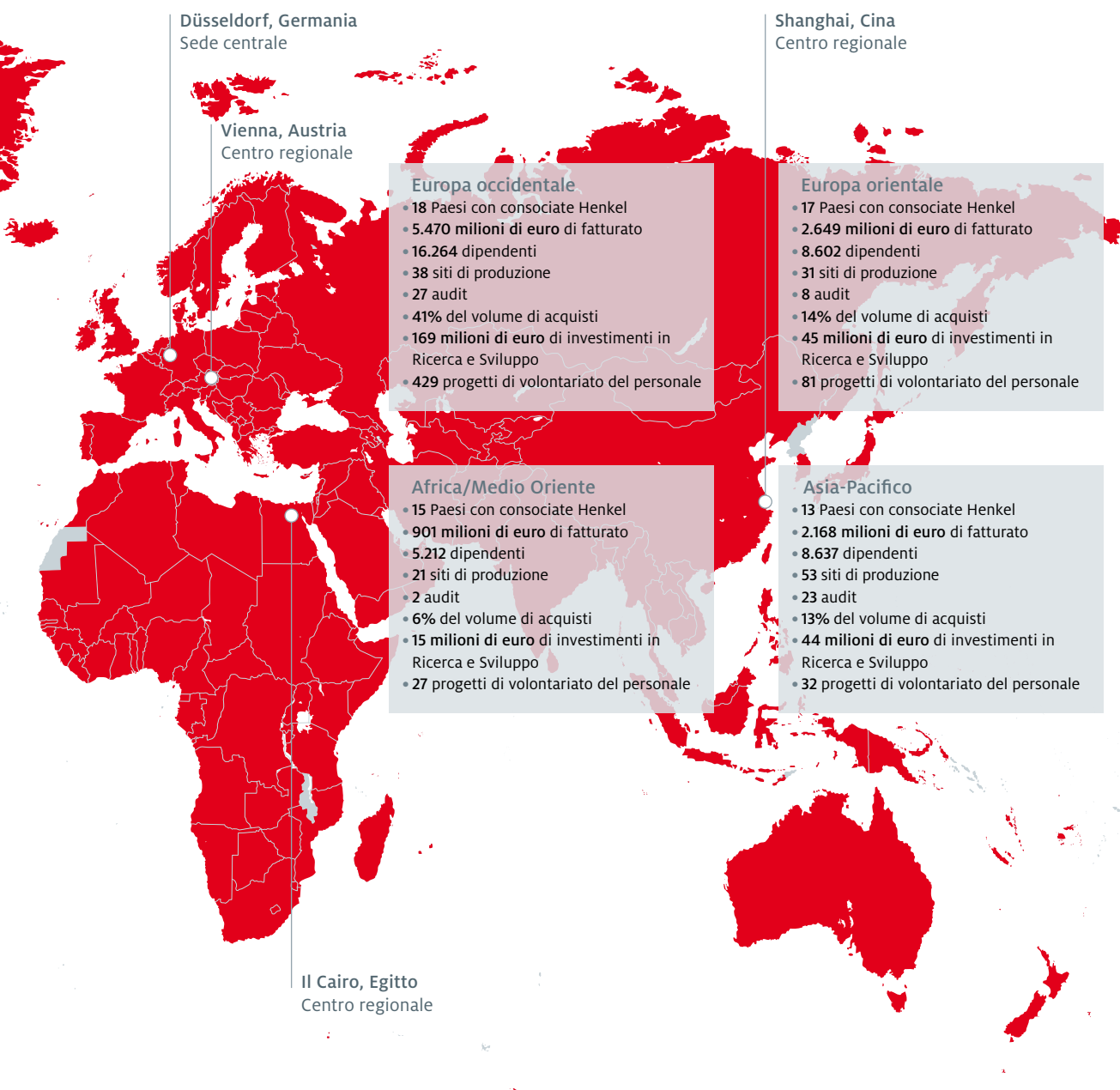
Nell'esercizio 2010, il fatturato di Henkel in tutto il mondo è stato pari a 15.092 milioni di euro di cui il 41% è stato generato nelle regioni in espansione dell'Europa orientale, dell'Africa e del Medio Oriente, dell'America Latina e dell'Asia (Giappone escluso). Il nostro obiettivo è incrementare questa percentuale fino al 45% entro il 2012. Circa il 53% dei dipendenti del nostro team globale lavora nei Paesi emergenti in cui oggi registriamo il 23% del nostro volume globale di acquisti. Anche in questi Paesi, dunque, rivestiamo un ruolo importante come datori di lavoro e partner economici locali.

Valore aggiunto per la società

Il prospetto di ripartizione del valore aggiunto mostra che la maggior parte del fatturato generato è reimmessa nell'economia globale (vedere grafico a destra). La parte più consistente (il 57,6%) è stata destinata ai dipendenti sotto forma di salari e

benefit. Le amministrazioni centrali e locali hanno ricevuto il 10,5% sotto forma di imposte, il 5,4% del valore aggiunto è stato utilizzato per versare gli interessi ai creditori. Agli azionisti abbiamo corrisposto il 7,2% del fatturato sotto forma di dividendi. Il valore aggiunto non ripartito rimane disponibile per finanziare la crescita futura di Henkel.

Oltre a incidere sulle voci di retribuzioni e di imposte, le nostre divisioni e le relative attività di creazione di valore contribuiscono allo sviluppo regionale. Abbiamo siti di produzione in 57 Paesi e in qualità di datore di lavoro, acquirente e investitore a livello locale promuoviamo il progresso sociale ed economico. Mediante lo scambio di conoscenze e tecnologie, promuoviamo prassi aziendali responsabili da parte dei nostri circa 48.000 dipendenti e dei nostri clienti. Inoltre, sosteniamo attivamente l'attività di volontariato svolta dai dipendenti in ogni parte del mondo.

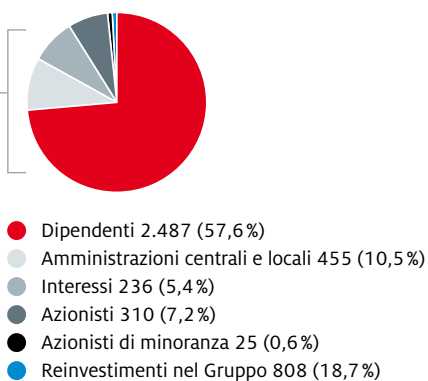


Prospetto di ripartizione del valore aggiunto 2010 in milioni di euro

Fatturato 15.092 (97,8%)
Altri proventi 339 (2,2%)
Totale fatturato/altri proventi 15.431 (100%)

Costo dei materiali 6.746 (43,7%)
Ammortamento/svalutazione di immobilizzazioni 475 (3,1%)
Altre spese 3.889 (25,2%)
Valore aggiunto 4.321 (28%)

di cui:



Per saperne di più sui
risultati finanziari:



Pagg. 47 - 49.

Valori e strategia di Sostenibilità

In che cosa crediamo e che cosa vogliamo raggiungere

I traguardi di Henkel
nella Sostenibilità



www.henkel.com/sr2010 | 2

Abbiamo raggiunto in anticipo
i nostri obiettivi di
Sostenibilità nel 2010:



Copertina interna.

Le nostre priorità strategiche:



Pag. 41 e 42.



www.henkel.com/sr2010 | 3

Cinque ambiti di interesse
prioritario



www.henkel.com/sr2010 | 4

La Sostenibilità è un valore dell'Azienda

Da decenni, obiettivo fondamentale di Henkel, espresso nella sua cultura aziendale e riflesso nei suoi valori, è contemperare crescita economica, tutela ambientale e Responsabilità Sociale. La ricerca della Sostenibilità, che rientra in una visione a lungo termine, ma è anche strategia di impresa concreta, accomuna tutte le nostre attività in ogni fase della catena del valore. Grazie all'impegno che da tanti anni approfondiamo nel campo dello Sviluppo Sostenibile, godiamo di una reputazione di leadership a livello globale e vogliamo continuare a perseguire risultati di eccellenza. Contiamo sul contributo dei 48.000 dipendenti che lavorano nel mondo secondo i principi dello Sviluppo Sostenibile. I nostri Valori aziendali guidano le nostre decisioni quotidiane e costituiscono le fondamenta di un successo aziendale solido e a lungo termine.

Contributo alle nostre priorità strategiche

Siamo convinti che le pratiche aziendali sostenibili contribuiranno all'attuazione delle nostre priorità strategiche e quindi alla crescita a lungo termine dell'Azienda. Per noi è estremamente importante che ogni nuovo prodotto coniughi un alto livello di qualità con la responsabilità nei confronti delle persone e dell'ambiente, il che si traduce in prodotti più efficienti e soluzioni tecnologiche più avanzate. Lo Sviluppo Sostenibile è quindi un fattore di innovazione decisivo che ci permetterà di sfruttare appieno il nostro potenziale di business. Grazie alla decennale esperienza nel campo dello Sviluppo Sostenibile, offriamo a clienti e consumatori soluzioni per il futuro e rivestiamo un ruolo di partner di primo piano. All'interno, le prassi aziendali responsabili rafforzano sia l'identificazione dei dipendenti con l'Azienda sia la loro motivazione.

I nostri ambiti di interesse e gli obiettivi per il 2012

Lungo la catena del valore, orientiamo sistematicamente tutte le attività aziendali alle priorità dello Sviluppo Sostenibile che abbiamo unificato in cinque ampie aree di interesse: energia e clima, acqua e acque reflue, materiali e rifiuti, salute e sicurezza, progresso sociale. Ci prefiggiamo miglioramenti in tutti e cinque questi ambiti grazie alle nostre attività e ai nostri prodotti.

Fin dagli anni '80, elaborando i "Principi e obiettivi di tutela ambientale e di sicurezza" ci impegnavamo a promuovere la salute e la sicurezza sul lavoro, a salvaguardare le risorse e a ridurre le emissioni. In base ai progressi conseguiti fino al 2007, abbiamo identificato nuovi obiettivi aziendali per il 2012. Grazie al notevole impegno dei nostri dipendenti, abbiamo raggiunto gli obiettivi stabiliti per i nostri siti di produzione già nel 2010. Siamo convinti che anche i progressi nell'uso efficiente delle risorse e nel contenimento dei costi contribuiranno in modo rilevante alla realizzazione degli obiettivi finanziari stabiliti per il 2012. Nel contempo, abbiamo cominciato già a definire i nuovi obiettivi di Sostenibilità per i prossimi anni.

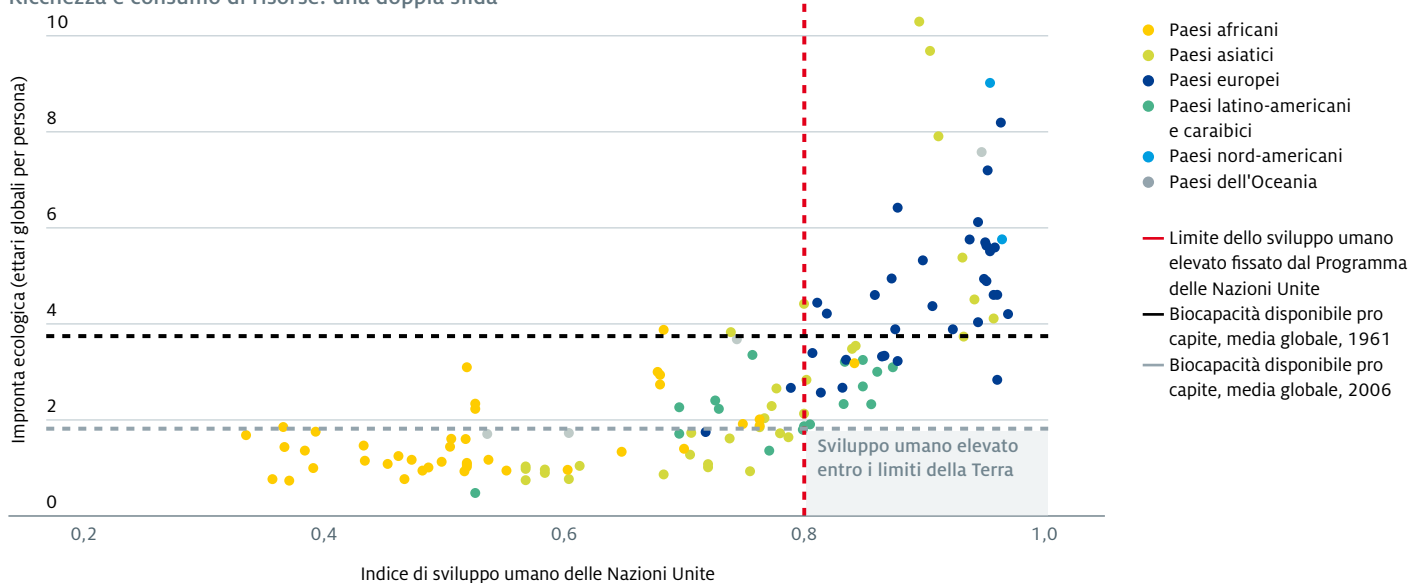
Raccogliamo le sfide globali

La crescita della popolazione mondiale, l'incremento del tenore di vita e dei consumi e il relativo impiego di risorse pongono sempre più numerose sfide per lo Sviluppo Sostenibile. In tutto il mondo è necessario svincolare la crescita e la qualità della vita dal consumo di risorse e dalle emissioni. Siamo ben consapevoli di questa sfida e ne teniamo conto nella elaborazione della nostra strategia di impresa. Il nostro contributo come azienda si traduce nello sviluppo di prodotti e processi innovativi che consumano meno risorse offrendo prestazioni di pari livello o superiori. Questo obiettivo

**"Siamo impegnati a
favore di una leadership
orientata alla
Sostenibilità".**

Forniamo prodotti, tecnologie e processi che salvaguardano la sicurezza e la salute dei nostri dipendenti, l'ambiente e la qualità della vita nelle comunità in cui operiamo.

Ricchezza e consumo di risorse: una doppia sfida



Il grafico illustra la posizione di diversi Paesi in base a due parametri: l'Indice di Sviluppo Umano delle Nazioni Unite e l'impronta ecologica. La sfida per la popolazione dei Paesi sull'asse orizzontale è migliorare la qualità della vita senza incrementare il consumo di risorse. La popolazione dei Paesi sull'asse verticale deve impegnarsi per ridurre il consumo di risorse senza abbassare il proprio tenore di vita. Poiché rinunciare alla qualità della vita e ai consumi non è un'ipotesi realistica in nessuno dei due casi, l'innovazione diventa indispensabile per ridurre il consumo di risorse e rispettare i limiti ecologici del pianeta.

© Global Footprint Network 2009. Dati ricavati da: Global Footprint Network National Footprint Accounts, 2009; Rapporto sullo Sviluppo Umano pubblicato per il Programma per lo Sviluppo delle Nazioni Unite (UNDP), 2009.

richiede un'azione concertata e la responsabilità di tutti gli anelli dell'intera catena del valore, dai fornitori di materie prime agli utilizzatori finali.

Un impegno condiviso

Vi è un legame inscindibile tra successo aziendale, i nostri clienti dell'industria, i rivenditori al dettaglio e i consumatori. Questo legame deve estendersi anche al campo dello Sviluppo Sostenibile. Ecco perché operiamo in stretta collaborazione con i nostri partner in ogni fase della catena del valore. Promuovere il consumo sostenibile è per noi una responsabilità prioritaria negli anni a venire. In quest'ottica non si richiede solo lo sviluppo di prodotti adeguati ma anche un sostegno a livello politico e la collaborazione dei consumatori. Perciò siamo costantemente impegnati in un'attività di

sensibilizzazione a tutti i livelli nell'ambito di associazioni, gruppi di lavoro e conferenze, dialogando con i rappresentanti politici e le organizzazioni non governative e promuovendo un'informazione capillare sui prodotti. Inoltre, essendoci riconosciuta una grande esperienza, partecipiamo in qualità di partner a importanti iniziative nazionali e internazionali.

Dialogo con gli stakeholder

Consideriamo il dialogo con gli stakeholder un'opportunità preziosa per individuare in anticipo le esigenze dei diversi mercati e per tracciare la direzione delle nostre attività. Il confronto continuo ci arricchisce di nuove idee che confluiscono nello sviluppo e nella elaborazione della nostra strategia di impresa.

SR

Pag. 38 e 39.

Standard e gestione

Come radichiamo i principi di Sostenibilità nella nostra organizzazione

Vision e Valori,
Codici e Standard:



www.henkel.com/sr2010 | 5

Henkel e il Global Compact
delle Nazioni Unite:



www.henkel.com/sr2010 | 6

Organizzazione
per la Sostenibilità



In qualità di organo decisionale centrale guidato dal Presidente del Comitato Direttivo, il Comitato per lo Sviluppo Sostenibile dirige le attività mondiali di Henkel sulla Sostenibilità. I suoi membri rappresentano le divisioni e tutte le funzioni aziendali.



www.henkel.com/sr2010 | 7

Standard uniformi a livello globale

Partendo dalla nostra Vision e dai Valori, abbiamo formulato norme di comportamento vincolanti a livello globale enunciate in una serie di codici e standard che valgono per tutti i dipendenti in tutti i settori aziendali e i contesti culturali in cui operiamo. Il Codice di Comportamento, che contiene i principi aziendali, è stato arricchito da linee guida che disciplinano le situazioni implicanti conflitti d'interesse nell'attività aziendale, come per esempio il ricevimento di doni/omaggi. Il Codice per il Lavoro di Gruppo e la Gestione dei Collaboratori fornisce le linee di condotta per il personale manageriale e non manageriale a tutti i livelli. Il Codice aziendale di Sviluppo Sostenibile descrive i nostri principi e le nostre aspettative in merito alle prassi aziendali sostenibili e alla Responsabilità Sociale d'Impresa traducendoli in una serie di standard riguardanti non solo la sicurezza, la salute e l'ambiente ma anche la Responsabilità Sociale. Nel 2010 abbiamo introdotto la norma sulla rappresentanza degli interessi negli Affari Pubblici. Nei suoi Codici e standard, Henkel recepisce anche i principi del Global Compact delle Nazioni Unite.

Responsabilità chiare e precise

L'applicazione dei nostri codici e standard è supportata da sistemi di gestione integrati e da una struttura organizzativa che definisce con chiarezza le responsabilità. La responsabilità generale della strategia di Sviluppo Sostenibile spetta al Comitato Direttivo di Henkel. Il Comitato per lo Sviluppo Sostenibile, i cui membri provengono da tutti i settori dell'Azienda, dirige le nostre attività nel campo della Sostenibilità.

Il Responsabile della Compliance sovrintende l'applicazione dei Codici e degli standard e ne promuove il costante aggiornamento. Inoltre, controlla l'applicazione dei requisiti interni ed esterni. Nel suo lavoro è affiancato dal Comitato interdisciplinare per la Compliance e i Rischi, dal Corporate Internal Audit e da una cinquantina di responsabili della compliance a livello locale in tutto il mondo. Dal 2009 il nostro responsabile per la protezione dei dati fa parte dell'organizzazione di Henkel per la compliance. Insieme, questo team coordina il flusso di informazioni e supporta i dipendenti nell'attuazione dei requisiti, per esempio, attraverso corsi di formazione specifici

organizzati per risolvere problematiche locali. Il Responsabile della Compliance riferisce le violazioni, oltre alle misure prese per contrastarle, direttamente al Presidente del Comitato Direttivo.

Compliance come attività di gestione

Poiché operiamo a livello mondiale, i nostri dipendenti si confrontano con diversi sistemi giuridici e di valori. Molti di loro lavorano in Paesi in cui, secondo indagini condotte da organismi come Transparency International, sussiste un elevato rischio di corruzione. Henkel si oppone in maniera risoluta alla violazione di leggi e normative e vieta le prassi aziendali scorrette. Per impartire regole di comportamento chiare ai dipendenti e soprattutto per evitare qualsiasi conflitto di interessi nella attività lavorativa quotidiana, la nostra formazione sulla compliance prevede corsi e iniziative di comunicazione mirata. Le problematiche relative alla compliance vengono affrontate in modo approfondito fin dal seminario ufficiale di benvenuto ai nuovi manager e sono state incluse in tutti i seminari della Henkel Global Academy. Un contributo di informazione viene anche dalle newsletter indirizzate a specifici target di lettori e dagli articoli contenuti nei notiziari aziendali.



A novembre 2010 alcuni rappresentanti del management locale e i responsabili della compliance hanno partecipato a un workshop di due giorni svoltosi a Chennai, India. Era l'ultimo di una serie di workshop di formazione organizzati nel corso del 2010 cui hanno partecipato complessivamente 220 dipendenti di tutto il mondo che rivestono responsabilità nell'area della compliance.

Per la posizione che ricoprono in azienda, i nostri manager devono rappresentare un esempio per il personale. Solo se i dirigenti si comportano in maniera impeccabile dal punto di vista etico e giuridico, la compliance si trasforma da complesso burocratico di norme e regolamenti in una guida concreta per le azioni di tutti i dipendenti. Il Corporate Internal Audit organizza corsi di formazione periodici affinché i dirigenti di livello più alto acquisiscano familiarità con gli standard di Henkel. Anche l'e-learning è uno strumento utilizzato sempre più di frequente per affrontare numerosi temi e simulare i processi decisionali quotidiani. Periodicamente organizziamo corsi di formazione in tutte le aree in cui la legislazione antitrust riveste particolare importanza, come il marketing, le vendite e la distribuzione. Quasi tutti i dipendenti Henkel che lavorano in questi settori hanno già partecipato a uno o più corsi di legislazione antitrust. Nel 2010 altri 830 dipendenti di tutto il mondo hanno seguito personalmente seminari specifici e 3.300 hanno partecipato a corsi di formazione on-line.

 www.henkel.com/sr2010 | 8

Risultati del nostro programma di audit

Per verificare l'applicazione dei nostri codici e standard rivestono un ruolo importante gli audit periodici condotti presso i siti di produzione e le sedi amministrative oltre a quelli che sempre più di frequente estendiamo anche ai fornitori e alla logistica. Gli audit sono uno strumento utile per individuare eventuali problematiche e i possibili miglioramenti e per contribuire allo scambio di conoscenze ed esperienze. Nel 2010 abbiamo svolto 78 audit presso i nostri siti. Nel corso delle ispezioni, sono state concordate complessivamente circa 2.314 iniziative con il personale delle funzioni Contabilità e Risorse Umane, Acquisti, Vendite/Distribuzione, Marketing, Sistemi Informativi e Produzione, per migliorare ulteriormente la sicurezza e l'efficienza dei processi e dei flussi di lavoro. Presso 35 siti sono stati eseguiti audit integrati sulla sicurezza, salute e tutela ambientale (SHE) con conseguente adozione di 602 misure correttive vincolanti. Nel 2010 il programma di audit per mantenere i nostri standard sociali è stato condotto presso 13 siti Henkel in Argentina, Brasile, Cile, Cina, Colombia, Egitto, India, Giappone, Perù, Taiwan, Ucraina, Stati Uniti e Venezuela. In due dei siti ispezionati sono state rilevate violazioni della normativa sul lavoro e carenze nel rilevamento dei tempi. In casi particolari sono state

"Siamo convinti che solo un'attività di impresa condotta con onestà sia una buona attività. I nostri codici e standard sono vincolanti per tutti i dipendenti in tutti i siti così come per i nostri fornitori e gli altri partner aziendali. I nostri manager ricoprono un ruolo particolare: devono dare l'esempio comportandosi in modo irreprensibile sotto il profilo etico e giuridico. Solo così la compliance diventerà un riferimento per l'attività quotidiana di tutti i dipendenti".

prospettate possibilità di miglioramento nella comunicazione e nell'attività di rendicontazione. In qualche caso, per esempio, i nostri standard sociali risultavano non sempre direttamente accessibili a tutti i dipendenti in tutti i siti. In generale, in molte regioni i requisiti essenziali contenuti nei nostri Standard Sociali, per esempio l'età lavorativa minima e l'istituzione di una rappresentanza del personale, sono disciplinati anche dalla normativa locale.

Hotline per la compliance

Dal 2007, oltre ai nostri canali interni dedicati a segnalazioni e reclami, il personale ha a disposizione una hotline per le questioni deontologiche alla quale segnalare gravi violazioni dei nostri Codici e standard. La hotline è gestita da un fornitore esterno indipendente ed è disponibile in 73 Paesi. In particolare, deve essere attivata quando non si riescono a chiarire i problemi direttamente con il dipendente interessato o con un responsabile. Dalle valutazioni condotte periodicamente emerge tuttavia che pochissimi reclami vengono trasmessi tramite la hotline: tuttora vengono utilizzati molto più spesso i canali di segnalazione interni preesistenti.

Nessuna concessione per chi viola i regolamenti

Una condotta scorretta non può mai fare gli interessi dell'Azienda perché compromette la concorrenza leale e danneggia la nostra affidabilità e reputazione. Inoltre, i nostri dipendenti attribuiscono grande importanza a un contesto aziendale irreprensibile sotto il profilo etico. Ci opponiamo con decisione alle violazioni della legge, dei codici e delle normative. Se necessario, adottiamo opportune misure disciplinari. Nel 2010, 26 dipendenti hanno ricevuto delle diffide scritte e 62 contratti sono stati rescissi.



Dirk-Stephan Koedijk
Membro del Comitato
per lo Sviluppo Sostenibile
per la Compliance di Henkel.

L'intervista completa
a Dirk-Stephan Koedijk
è disponibile al seguente
indirizzo:



www.henkel.com/sr2010 | 9

Nel 2010 il **100%**
del management ai più alti
livelli ha nuovamente
completato il nostro corso di
formazione on-line sulla
compliance.

Corporate governance

Nel nostro Rapporto
Annuale e su Internet
forniamo informazioni
complete su Corporate
governance e compliance,
oltre alla Relazione sulle
remunerazioni del
Comitato Direttivo.



Pagg. 26 - 39.



www.henkel.com/sr2010 | 10

Gestione degli acquisti e dei fornitori

Come esercitiamo la nostra responsabilità nella supply chain

Cosa ci attendiamo dai nostri fornitori e partner aziendali

Le aziende che operano a livello globale come Henkel devono assumersi la responsabilità della loro supply chain in tutto il mondo. Pertanto, quando selezioniamo i fornitori e gli altri partner li valutiamo anche secondo i nostri criteri di Sostenibilità e di Responsabilità Sociale d'Impresa avendo come riferimento la nostra normativa per gli acquisti valida a livello globale e gli standard di sicurezza, salute e tutela ambientale (SHE) formulati nel 1997.

Un programma di formazione mondiale garantisce che i requisiti di Sostenibilità richiesti ai fornitori siano assimilati e applicati dai nostri addetti agli acquisti.

Mercati d'acquisto mondiali

Oggi abbiamo rapporti con fornitori e partner in 131 Paesi. Circa l'80% del nostro volume di acquisti proviene da Paesi membri dell'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico). Si registra una sempre maggiore apertura da parte di Henkel verso i nuovi mercati in Paesi che non fanno parte dell'OCSE. Anche ai fornitori di quei Paesi richiediamo il rispetto dei medesimi requisiti.

La valutazione dei nostri fornitori si basa su importanti indicatori commerciali e operativi e prende in considerazione anche le prestazioni di Sostenibilità e i rischi per l'ambiente e la salute.

Valutazione della Sostenibilità per i nuovi fornitori

Un sistema di registrazione informatico uniforme a livello globale determina i nostri requisiti di Sostenibilità in forma standardizzata nei processi di gestione dei fornitori. Con pochi passaggi, per ciascun fornitore viene creato un profilo. In tal modo documentiamo il riconoscimento del codice fornitori e analizziamo i risultati dell'autovalutazione del fornitore.

Strumenti di valutazione dei fornitori



Strumenti di valutazione dei fornitori, la situazione nel 2010

Il nostro processo di valutazione dei fornitori si avvale di quattro strumenti: codici fornitori, autovalutazioni, ispezioni e ulteriore sviluppo (vedere grafico sopra).

• **Codici fornitori:** il Codice di Comportamento intersettoriale di BME (Associazione tedesca per la gestione dei materiali, gli acquisti e la logistica) è il nostro codice fornitori valido a livello globale. Henkel nel 2009 ha sottoscritto l'iniziativa di BME che si basa sui dieci principi del Global Compact delle Nazioni Unite ed è quindi utilizzabile a livello internazionale.

Il codice BME funge da riferimento per i rapporti contrattuali con i nostri principali fornitori. Ciò implica che questi riconoscano il codice intersettoriale di BME – e quindi i principi del Global Compact – o che hanno adottato un proprio codice di comportamento. Lo stesso discorso vale per tutti i nuovi fornitori che desiderano instaurare un rapporto contrattuale con Henkel (vedere riquadro "Verifica della Sostenibilità").

• **Autovalutazioni:** continuiamo a sviluppare una strategia di autovalutazione dei fornitori in base a questionari specifici che ribadiscono le nostre aspettative in tema di sicurezza, salute, ambiente, qualità, diritti umani, personale e lotta alla corru-

Codici fornitori



Henkel ha firmato il Codice di Comportamento intersettoriale di BME (Associazione tedesca per la gestione dei materiali, gli acquisti e la logistica).



www.bme.de

Per saperne di più sulle valutazioni di Sostenibilità per i fornitori:



www.henkel.com/sr2010 | 11

zione. Nel 2010 ci siamo dedicati alla nuova valutazione dei fornitori più importanti di materie prime e materiali per imballaggi oltre che dei partner aziendali per le telecomunicazioni e i materiali tecnici. Nel complesso, i fornitori e i partner valutati nel 2010 sono risultati in linea con i nostri standard di etica aziendale. In un solo caso, invece, abbiamo rescisso il rapporto con il fornitore che non risultava in linea con i nostri standard ambientali.

- **Ispezioni e valutazione dei rischi:** l'espansione costante del programma di audit per la nostra supply chain sarà una delle principali direzioni del nostro impegno nei prossimi anni. Dedicheremo maggiore attenzione ai Paesi in cui, secondo gli istituti di ricerca internazionali, si registrano livelli di rischio più elevati e ai fornitori di beni e servizi che presentano un potenziale di rischio particolare per la nostra Azienda. In tal modo, anno dopo anno, incrementeremo la percentuale di fornitori sottoposti a audit secondo i nostri criteri di Sostenibilità.

- **Ulteriore sviluppo:** nella valutazione dei nostri fornitori non prendiamo in considerazione soltanto le loro attuali prestazioni di Sostenibilità e Responsabilità Sociale. Puntiamo invece a collaborare con loro per migliorare la Sostenibilità nella

Obiettivo: analisi dei mercati "a rischio"

I nostri adesivi e le paste di saldatura per l'industria elettronica contengono metalli, prevalentemente argento, rame e stagno, che li rendono elettroconduttivi. In alcuni Paesi, spesso l'estrazione di questi metalli implica conflitti militari e violazioni dei diritti umani. Nel 2010 abbiamo effettuato una valutazione dei nostri fornitori diretti di metalli richiedendo loro di esibire prove documentate che non avessero acquistato o lavorato metalli provenienti da Paesi "a rischio". Negli Stati Uniti e in altri Paesi stiamo collaborando intensamente con associazioni del settore elettronico per definire un processo di auditing ufficiale per i fornitori di metalli.

"La varietà delle Divisioni di Henkel pone richieste specifiche alla nostra organizzazione di acquisti. In tutto il mondo acquistiamo un ampio ventaglio di prodotti e servizi in numerosi Paesi e mercati. Gli strumenti più importanti per esercitare la nostra responsabilità sui mercati di acquisto mondiali sono specifiche chiare per la selezione dei fornitori e corsi di formazione per i nostri addetti agli acquisti."

supply chain, per esempio attraverso lo scambio di informazioni e la formazione continua sul miglioramento dei processi, l'efficienza delle risorse e gli standard ambientali e sociali. Nell'ambito di un progetto pilota, abbiamo cominciato a includere i principali fornitori di materie prime nel nostro sistema di rendicontazione che registra i dati ambientali più significativi. Per un riscontro puntuale di queste informazioni, operiamo a stretto contatto con i fornitori e miglioriamo continuamente la qualità e la trasparenza dei dati.

Specifiche per l'acquisto di olio di palma e olio di palmisto

Per contribuire alla produzione responsabile di olio di palma e olio di palmisto, fin dal 2003 partecipiamo alla Tavola Rotonda sull'olio di palma sostenibile (RSPO). In particolare, promuoviamo lo sviluppo di specifici modelli di marketing e certificazione per l'olio di palma proveniente da coltivazioni sostenibili. Il nostro obiettivo è fare in modo che, a partire dal 2015, tutto l'olio di palma e l'olio di palmisto, importante materia prima per i nostri prodotti, sia interamente coperto da certificati RSPO che attestino la sostenibilità delle coltivazioni.

Nel 2008 Henkel è stata la prima azienda al mondo ad acquisire certificati per l'olio di palmisto proveniente da coltivazioni sostenibili per i prodotti del marchio Terra. Da allora abbiamo fatto ulteriori passi in avanti. A partire dal 2010 anche i nostri detergenti Le Chat Eco Efficacité in Francia e Persil Eco Power in Belgio, insieme ai nostri cosmetici contraddistinti dal marchio Ecocert, contengono olio di palmisto certificato.



Bertrand Conquéret
Membro del Comitato
per lo Sviluppo Sostenibile
per gli Acquisti di Henkel.

L'intervista completa
a Bertrand Conquéret
è disponibile al seguente
indirizzo:



www.henkel.com/sr2010 | 12

Acquistando certificati RSPO, ci assicuriamo che, per le quantità di olio di palmisto utilizzate, sia immesso sul mercato un quantitativo equivalente di olio di palmisto proveniente da coltivazioni sostenibili. Ulteriori informazioni sul sistema "Book & Claim":



www.henkel.com/sr2010 | 13

Produzione e logistica

Come ottimizziamo i nostri processi



I nostri siti di produzione nel mondo:



www.henkel.com/sr2010 | 14

Migliorare le prestazioni, ridurre il consumo di risorse

Il miglioramento continuo dei processi e delle strutture dei siti, insieme alla riduzione del consumo di energia, acqua e materiali e dell'impatto ambientale, rientrano appieno nella nostra promessa di qualità. Le nostre divisioni sviluppano programmi specifici per raggiungere questi obiettivi poiché la strategia per migliorare i processi deve essere diversificata anche in base ai prodotti e non può valere indistintamente per gli adesivi per le piastrelle, i prodotti per l'igiene della casa e le creme per il corpo.

Oltre a ottimizzare i processi produttivi a livello locale, la Divisione Detergenza si è posta l'obiettivo di snellire i rapporti tra i suoi 31 siti di produzione e i fornitori, i punti di distribuzione e i clienti. In quest'ottica nel 2006 era già stato introdotto un sistema di pianificazione e gestione che ha reso più trasparenti i processi in tutto il mondo e che ci permette di individuare le inefficienze e di migliorare l'interazione tra i diversi partner. Abbiamo dislocato la produzione in prossimità dei mercati di sbocco. Infatti l'adozione di una visione internazionale della rete produttiva ci permette di ubicare i centri di logistica in modo da ridurre la distanza tra siti e clienti e quindi i viaggi.

Dal 2006, nell'ambito del programma "Total Productive Management Plus" conduciamo analisi sistematiche negli otto stabilimenti della Divi-

sione Cosmetica al fine di individuare le eventuali perdite nei diversi processi produttivi e nella supply chain così da poter incrementare continuamente il valore aggiunto. Sulla base di queste analisi ogni anno i nostri siti stabiliscono azioni specifiche e obiettivi quantificabili. La conoscenza dei processi da parte dei dipendenti, le loro idee e la loro creatività risultano fondamentali per innescare azioni di miglioramento continuo. Per coinvolgere i dipendenti nella forma meno burocratica possibile, in tutti gli stabilimenti cosmetici, in postazioni di grande visibilità sono state collocate delle schede, le cosiddette "blue card", su cui possono essere proposti suggerimenti per il miglioramento dei processi.

Per quanto riguarda la produzione di adesivi, sigillanti e prodotti di trattamento delle superfici, nel 2010 abbiamo continuato a rafforzare la nostra rete produttiva mondiale e ridotto il numero di siti a 149. La dislocazione della produzione, laddove possibile, nelle vicinanze dei nostri clienti, l'attuazione di economie di scala con un conseguente utilizzo ottimale delle risorse sono aspetti chiave della nostra pianificazione produttiva, vedere **AR** Pag. 58 e 59.

Nel 2010, grazie a tutti i programmi attuati a livello mondiale, il 62% dei nostri siti ha ridotto i consumi energetici, il 57% quelli idrici e il 55% i rifiuti. In questo modo, nel 2010 abbiamo ulteriormente migliorato le prestazioni rispetto a importanti indicatori di Sostenibilità e raggiunto gli obiettivi ambientali che ci eravamo prefissi di raggiungere entro il 2012 per i nostri siti di produzione, vedere **SR** seconda di copertina e pag 14.

Standard validi in tutto il mondo, audit e corsi di formazione

Tutti i nostri stabilimenti nel mondo applicano gli standard SHE e gli standard sociali di Henkel. Assicuriamo la conformità a tali standard, soprattutto a livello di produzione, attraverso un processo chiaramente definito di comunicazione, corsi di formazione e audit. La verifica del livello di compliance con i nostri standard rientra nella procedura di due diligence messa in atto prima dell'acquisizione di un'azienda. In base ai risultati, se necessario, elaboriamo piani d'azione dettagliati per adeguare i siti acquisiti al livello degli standard di Henkel.

Nel mese di novembre 2010, nell'ambito dei Premi Nazionali per la "produzione pulita", il nostro sito di La Luz, Mixco, Guatemala, è stato premiato nella categoria "Energia". Il riconoscimento viene assegnato ogni anno dal Ministero dell'ambiente guatemalteco (MARN), in collaborazione con l'Agenzia statunitense per lo sviluppo internazionale (USAID), la Commissione centro-americana sull'Ambiente e lo Sviluppo (CCAD) e il Centro per la Produzione Pulita in Guatemala (CGPL).



La dirigenza a livello locale gioca un ruolo chiave in un'efficace strategia di Sostenibilità e nell'applicazione dei nostri standard. Pertanto rivestono una priorità fondamentale gli specifici programmi di formazione, finalizzati a sensibilizzare tutti i dipendenti della produzione, che comprendono: l'introduzione di moderni metodi gestionali, seminari continui di sviluppo professionale e corsi di formazione sulla leadership in materia di sicurezza, salute e gestione ambientale (SHE). Nel 2010 il Corporate Internal Audit, da solo, ha formato oltre 250 dipendenti sugli standard Henkel relativi a sicurezza, salute e ambiente. I contenuti del programma spaziavano dalla valutazione dei rischi alla gestione delle emergenze, ai sistemi gestionali.

"Le aziende rivestono un ruolo fondamentale per lo Sviluppo Sostenibile. Promuoviamo l'efficienza dei processi in tutto il mondo, per esempio attraverso lo scambio internazionale di conoscenze e tecnologie. Creiamo posti di lavoro a condizioni eque e sicure e sviluppiamo prodotti che accrescono il valore aggiunto sociale. In tal modo, l'industria crea i presupposti per il benessere di oggi e di domani della società."



Dr. Andreas Bruns
Membro del Comitato
per lo Sviluppo Sostenibile
nei Servizi alle infrastrutture
e Sicurezza, salute e ambiente.

L'intervista completa al
Dr. Andreas Bruns è
disponibile al seguente
indirizzo:



www.henkel.com/sr2010 | 15

A livello mondiale: contributi all'efficienza delle risorse nel 2010

Ambiti di interesse	Contributo
	Wassertrüdingen e Dülken, Germania / Maribor, Slovenia / Sfax, Tunisia / Bogotá, Colombia / Chonburi, Thailandia: nel 2010 sono state attuate numerose iniziative di miglioramento nell'ambito del programma "Total Productive Management Plus" promosso nei nostri stabilimenti di cosmetici. Queste misure ci hanno permesso di ridurre complessivamente i consumi energetici del 10%, quelli idrici del 12% e i rifiuti del 19%.
	Toluca, Messico / Mixco, Guatemala / Perm ed Engels, Russia / Port Said, Egitto / Düsseldorf, Germania / Montornès, Spagna / Ferentino, Italia: utilizzando nuove tecnologie produttive, siamo riusciti a ottimizzare il processo di produzione di detersivi in polvere per bucato. Confrontando i dati risulta che il nuovo processo richiede il 13% di energia in meno.
	Düsseldorf, Germania: l'introduzione della tecnologia "Late Customization" e altre misure ci hanno permesso di ridurre del 60% i volumi di acque reflue e le relative perdite di prodotto nella produzione di detersivi liquidi per bucato.
	Körösladány, Ungheria: sfruttando la tecnologia calorimetrica per il sistema di generazione di acqua calda, nello stabilimento di produzione dei detersivi liquidi, abbiamo ridotto del 10% il consumo annuo di gas naturale per la generazione di calore.
	Navi Mumbai (Thane), India: ottimizzando il flusso di acqua nelle linee di produzione degli adesivi a caldo siamo riusciti a sfruttare la gravità naturale. Ora non è più necessario, come in passato, azionare le pompe idriche a portate elevate e di conseguenza si riduce il consumo energetico. Inoltre abbiamo adeguato i serbatoi dell'acqua di raffreddamento alle reali capacità produttive del sito per cui i consumi idrici ed energetici sono diminuiti rispettivamente del 26% e del 4%.
	Shanghai (Songjiang), Cina: oltre ai tradizionali termoventilatori, in fase di produzione l'impiego di speciali tessuti assorbenti favorisce l'essiccazione degli adesivi industriali qui prodotti, il che ha permesso di ridurre di circa il 60% i consumi energetici per questa linea.
	Auckland (Tamaki Est), Nuova Zelanda: l'installazione di un sistema a ciclo chiuso per l'acqua refrigerata ha ridotto di circa il 50% i consumi idrici annui nella produzione di adesivi. Nello stesso tempo, il nuovo processo ha consentito risparmi significativi sotto forma di costi ridotti per l'approvvigionamento e lo smaltimento di acqua.
	Cabuyao, Filippine: l'introduzione di miglioramenti nel processo produttivo ha permesso di ridurre il numero di ore di lavoro e quindi i consumi energetici per lotto. Complessivamente, una pianificazione più efficiente della produzione di adesivi ha ridotto i consumi energetici e idrici rispettivamente del 15% e del 36%.

L'efficienza energetica dei
nostri edifici amministrativi è
sempre più al centro della
nostra attenzione.



www.henkel.com/sr2010 | 16

Esempi da altri siti in tutto
il mondo:



www.henkel.com/sr2010 | 17

Ispezioniamo periodicamente i nostri siti produttivi e amministrativi e i centri logistici, vedere **SR** Pag. 7. Gli audit sono uno strumento importante per individuare eventuali problematiche e possibili miglioramenti. I sistemi di gestione ambientale dei singoli siti sono certificati da organi esterni e la certificazione assicura un vantaggio competitivo. Alla fine del 2010 il 71% circa del volume di produzione proveniva da siti certificati ISO 14001, la norma riconosciuta a livello internazionale per i sistemi di gestione ambientale.

Impiego di subcontractor per la produzione

La nostra strategia di produzione contempla che una parte delle attività sia dislocata presso terzi in modo flessibile a seconda dei prodotti e delle esigenze dei mercati. Per esempio, possiamo ricorrere a subcontractor nella fase di penetrazione in nuovi mercati o in quella di introduzione di nuovi prodotti e tecnologie. In questi casi spesso il volume di produzione corrispondente è ancora esiguo. In altre circostanze, il ricorso a partner esterni permette di ottimizzare la rete produttiva e logistica e di aumentare l'efficienza delle risorse.

Attualmente circa il 10% in più del volume di produzione annuale viene affidato a subcontractor. Anche a loro richiediamo di rispettare i nostri standard qualitativi, ambientali, di sicurezza e sociali che sono indicati in tutti i rapporti contrattuali e negli ordini. Monitoriamo la loro applicazione attraverso ispezioni condotte dal Corporate Internal Audit e, sempre più di frequente, da fornitori di servizi esterni specializzati.



Nel mese di marzo l'Energy Reduction Team del sito Henkel di Sabana Grande, Portorico, ha organizzato un seminario di una giornata sulle energie rinnovabili. Tutti i dipendenti hanno assimilato i vantaggi e le applicazioni di nuove tecnologie quali l'illuminazione a LED e gli impianti a energia solare.

Infortuni sul lavoro nel 2010

Nel 2010 si è verificato un grave incidente presso la fabbrica Henkel di Oitti, Finlandia. Dopo la sua chiusura si è registrata la produzione di emissioni potenzialmente nocive mentre un fornitore di servizi esterno era impegnato nella pulizia delle cisterne. Le emissioni si sono diffuse anche nella zona circostante. Henkel ha informato i residenti dell'incidente e delle misure da adottare nonché le autorità competenti e i media. Inoltre ha predisposto una hotline centrale per poter rispondere rapidamente alle domande dei residenti. Un consulente esterno indipendente ha analizzato campioni del terreno, dell'acqua e degli impianti; i risultati non hanno evidenziato rischi per la salute di chi vive nelle vicinanze del sito né si prevedono danni a lungo termine all'ambiente.

Nella primavera del 2011 Henkel farà riesaminare il terreno, l'acqua e gli impianti. Tutte le azioni sono state intraprese in stretta collaborazione con le autorità finlandesi. Abbiamo analizzato l'incidente in modo approfondito e anche rivisto le specifiche per le chiusure dei siti.

Presso il nostro sito di Saveh, Iran, è scoppiato un incendio in un magazzino di materiali per imballaggi. Grazie al rapido intervento dei dipendenti e dei vigili del fuoco l'incendio è stato limitato evitando così danni più gravi. Quindi sono stati riesaminati in modo approfondito i dispositivi di protezione antincendio presso il sito. Questo incidente ha fatto emergere l'importanza di una periodica formazione SHE per i nostri dipendenti.

Uso di energie rinnovabili



Progetti pilota: in Spagna presso i siti di Siviglia e di Montornès (foto) sono stati installati impianti solari termici su scala ridotta. Questi impianti utilizzano il calore proveniente dalla radiazione solare per la produzione di acqua calda destinata agli stabilimenti.

Nel campo della protezione del clima, l'attenzione di Henkel si focalizza sul rifornimento e sull'utilizzo efficiente dell'energia in modo da evi-

tare soprattutto emissioni dannose per il clima. In primo luogo vengono prese in esame tutte le alternative per ridurre i consumi energetici prima di considerare l'utilizzo di elettricità verde o di certificati di compensazione delle emissioni di CO₂.

In ogni caso verifichiamo periodicamente se e dove l'impiego di energie da fonti rinnovabili per la generazione di elettricità o per produrre calore sia conveniente dal punto di vista economico e se possa apportare un ulteriore contributo alla protezione del clima. La Divisione Detergenza ha sviluppato uno specifico strumento di analisi che prende in considerazione la disponibilità locale di diverse forme di energia rinnovabile oltre ai cambiamenti delle condizioni economiche e al fabbisogno dei nostri siti.

 www.henkel.com/sr2010 | 18

Logistica

Pianificazione logistica per diversi prodotti

L'assunzione di responsabilità in ogni fase della catena del valore è estesa al trasporto dei nostri prodotti. Puntiamo a semplificare le strutture logistiche e a sviluppare soluzioni di trasporto efficienti ed ecocompatibili adottando criteri diversi a seconda della natura dei prodotti da trasportare. Per i prodotti voluminosi e pesanti riduciamo i percorsi e l'impatto ambientale decentrando la produzione presso gli stabilimenti locali. Questo vale soprattutto per i detersivi per il bucato, i prodotti per la pulizia della casa, alcuni cosmetici e adesivi. I prodotti più compatti, con peso specifico inferiore, si possono invece trasportare con maggiore facilità. In questi casi optiamo per una produzione centralizzata in grandi quantità. Gli adesivi istantanei Henkel, per esempio, vengono prodotti presso un numero molto limitato di siti nel mondo.

Nuovi requisiti per i nostri trasportatori

In tutto il mondo, oltre il 90% dei trasporti dei nostri prodotti diretti dal sito di produzione al magazzino e dal magazzino al cliente viene svolto da aziende di logistica esterne. Per Henkel è quindi importante selezionare partner efficienti e attenti all'ambiente. Nel 2010 abbiamo definito nuovi criteri da includere nei bandi di gara per valutare sistematicamente i fornitori di servizi logistici, come l'indicazione di obiettivi di risparmio energetico, misure per la modernizzazione delle flotte di veicoli e investimenti in programmi finalizzati a ottimizzare i percorsi e misurare le emissioni. La richiesta di questi requisiti evidenzia le nostre aspettative di trasporto ecocompatibile; li teniamo sempre in considerazione quando effettuiamo nuovi ordini nel settore della logistica.

La misurazione delle emissioni generate dalla logistica

Molti anni fa abbiamo introdotto dati ambientali approfonditi per quanto riguarda le emissioni di anidride carbonica generate dalle attività di produzione sia quelle generate da energia acquistata presso terzi, vedere **SR** Pag. 14 e 15. Per registrare le emissioni generate dal trasporto dei nostri prodotti o dai viaggi aziendali, continuiamo a investire nello sviluppo di banche dati specifiche. In particolare partecipiamo attivamente a iniziative finalizzate a definire uno standard relativo ai metodi, agli indicatori di base in modo da garantire la trasparenza e la comparabilità dei dati sulle emissioni. Collaboriamo anche con altre industrie e con i nostri partner logistici scambiando i dati in modo da ottimizzare gli sforzi comuni. Il potenziamento della nostra banca dati ci permette di verificare

meglio l'effetto delle azioni intraprese e di rispondere al numero crescente di richieste di dati da parte dei nostri clienti dell'industria e della distribuzione.

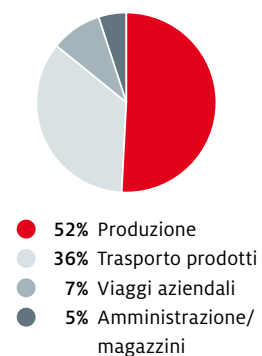
Iniziative per migliorare la nostra impronta di carbonio

Nell'intento di individuare metodi di riduzione dell'impronta di carbonio complessiva legata alle nostre attività, analizziamo con attenzione lo sviluppo, la fabbricazione, il trasporto e lo stoccaggio dei prodotti, come pure i viaggi aziendali e l'uso dei nostri veicoli. Laddove possibile, per esempio, sfruttiamo al massimo la capacità degli autocarri, aumentando il numero di unità di consegna e ottimizzando il peso delle spedizioni o raggruppando diversi trasporti, anche in collaborazione con fornitori di prodotti simili.

Inoltre collaboriamo con i partner logistici europei per elaborare le nostre rotte di trasporto intermodale sfruttando diverse vie per far viaggiare i prodotti con più efficienza. Per collaborare meglio con i partner della distribuzione, partecipiamo all'iniziativa europea "Efficient Consumer Response".

 www.ecrnet.org

La nostra impronta di carbonio effettiva



In base ai dati, stimiamo che nel 2010 la nostra impronta di carbonio generata dalle attività operative sia stata pari a circa 1,4 milioni di tonnellate.

Specifiche per il nostro parco veicoli

Nel 2010 abbiamo ridotto le emissioni in atmosfera di CO₂ (per chilometro) dei nuovi autoveicoli aziendali di circa l'11% rispetto al 2009. Questo risultato nasce da più fattori: dal progresso tecnologico, dallo sviluppo di veicoli più efficienti sulla base di criteri diversi a seconda dei Paesi e dalla determinazione di limiti massimi per le emissioni di CO₂ quando si ordinano nuovi veicoli.

Inoltre, ora calcoliamo i costi mensili del veicolo separando in base alla quota aziendale e a quella del dipendente, inclusa una stima del consumo mensile di carburante. Aumentando la trasparenza dei costi di carburante sostenuti ogni mese incoraggiamo i dipendenti a guidare in modo più efficiente.



Misure ulteriori per ridurre le nostre emissioni logistiche



www.henkel.com/sr2010 | 19

Indicatori ambientali

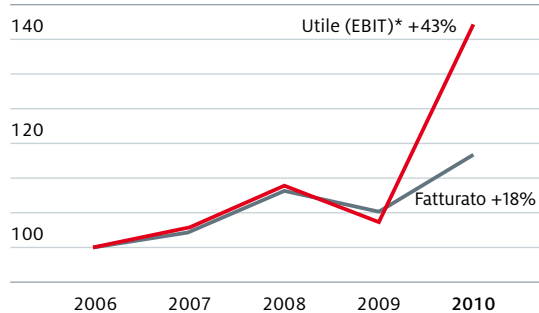
Prestazioni di Sostenibilità dal 2006 al 2010

Indicatori ambientali per tonnellata di prodotto

Acque reflue (emissioni di COD)	-13%	↘
Energia	-23%	↘
Anidride carbonica (CO ₂)	-25%	↘
Rifiuti	-28%	↘
Acqua	-31%	↘
Infortuni sul lavoro per 1 milione di ore lavorate	-40%	↘
Composti organici volatili (COV)	-44%	↘
Biossido di zolfo (SO ₂)	-72%	↘
Metalli pesanti	+7%	↗

Risultati finanziari dal 2006 al 2010

Percentuale; indice: 2006



Vantaggio competitivo anziché fattore di costo: come dimostrato sopra in modo molto convincente, le prassi aziendali sostenibili migliorano non solo la performance ambientale ma anche i risultati finanziari. Ci impegniamo costantemente per accrescere l'efficienza dei nostri processi produttivi. In questo modo, oltre a ridurre il consumo di risorse e l'impatto ambientale, riduciamo anche i costi. Nell'anno di rendicontazione 2010, quindi, abbiamo registrato miglioramenti rispetto ai principali indicatori di Sostenibilità.

* depurato degli oneri e dei ricavi una tantum e dei costi di ristrutturazione.

Trasparenza delle informazioni

Gli indicatori che adottiamo in tutta l'Azienda garantiscono trasparenza sotto numerosi profili. Ci permettono di individuare le possibilità di miglioramento, attivare gli interventi, monitorare i risultati e informare sinteticamente l'opinione pubblica sui progressi compiuti. In particolare facciamo riferimento agli indicatori ambientali del CEFIC, il Consiglio Europeo dell'Industria Chimica. Nel Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile pubblichiamo i principali indicatori Henkel di rilevanza mondiale. I dettagli sui progressi compiuti riguardo ad altri indicatori ambientali vengono pubblicati solo su Internet.

Registrazione continua dei dati

I dati relativi alla produzione sono stati rilevati presso 182 siti Henkel in 57 Paesi. Queste informa-

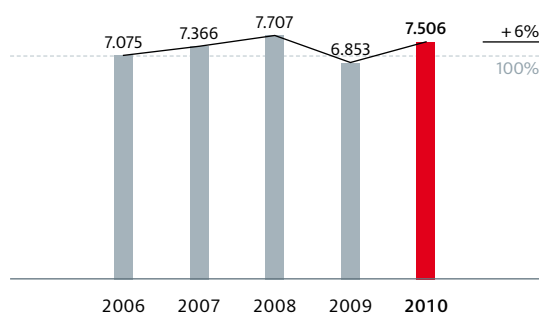
zioni rappresentano oltre il 95% della nostra produzione mondiale nel 2010. I dati per la rendicontazione di fine anno sono convalidati a livello centrale e verificati a livello locale nel quadro del nostro programma internazionale di audit, vedere **SR** Pag. 7. Le eventuali discrepanze riscontrate o segnalate in momenti successivi vengono corrette retroattivamente nel nostro sistema di rendicontazione.

Una base di confronto

Le nostre strutture produttive registrano continui mutamenti per esempio in seguito ad acquisizioni o a chiusure di siti. Di conseguenza cambia il numero dei siti che forniscono dati per gli indicatori ambientali: da 162 nel 2006 a 182 nel 2010. Per assicurare il raffronto dei dati a livello annuale, sono rappresentati graficamente sotto forma di curve degli indici relativi al volume di produzione.

Volumi produttivi

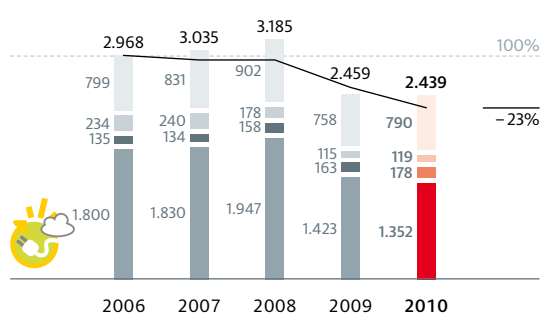
In migliaia di tonnellate



Nel 2010 i volumi produttivi sono nuovamente aumentati raggiungendo quasi il livello del 2008 a causa della domanda crescente.

Consumi energetici

In migliaia di megawattora



Per energia acquistata si intendono l'elettricità, il vapore e il teleriscaldamento generati all'esterno dei nostri siti produttivi.

Su Internet pubblichiamo l'andamento di altri indicatori ambientali:



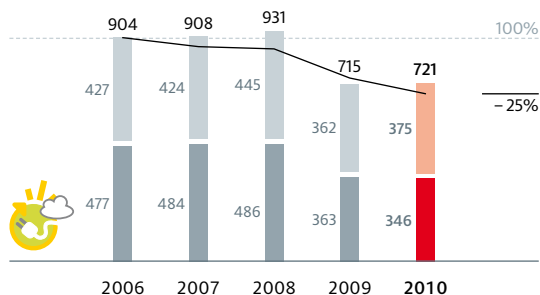
www.henkel.com/sr2010 | 20

Curva degli indici

La curva degli indici mostra il progresso degli indicatori ambientali specifici relativamente al volume di produzione (per tonnellata di prodotto). La base di riferimento per la curva degli indici è l'anno 2006 (= 100%)

Emissioni in atmosfera CO₂

In migliaia di tonnellate

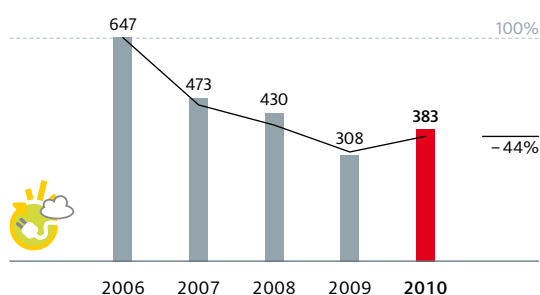


■ CO₂ da attività Henkel
 ■ CO₂ da energia acquistata

La generazione di energia è responsabile di quasi tutta l'anidride carbonica proveniente dalle attività produttive di Henkel. I valori indicati includono l'anidride carbonica prodotta dalla generazione di energia acquistata presso siti non Henkel.

Emissioni in atmosfera di COV

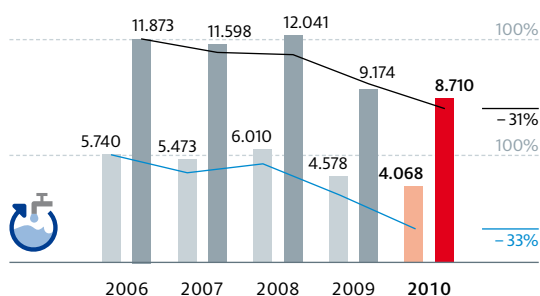
In tonnellate



Il livello elevato del 2006 è dovuto soprattutto alle acquisizioni. Dal 2007 sono state adottate ulteriori misure per ridurre le emissioni di composti organici volatili. L'aumento del 2010 è dovuto all'incremento del volume di produzione.

Consumi e scarichi idrici

In migliaia di metri cubi

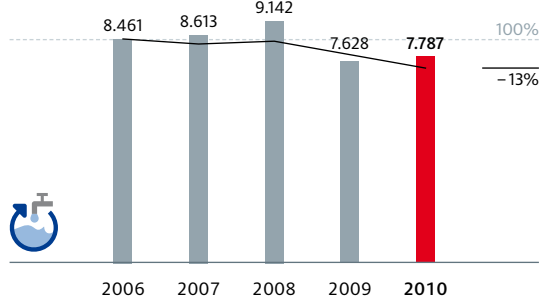


■ Acqua consumata
 ■ Acqua scaricata

Se si considerano l'evaporazione e l'acqua contenuta in molti prodotti, il volume dell'acqua scaricata è inferiore al volume dei consumi idrici.

COD nelle acque scaricate

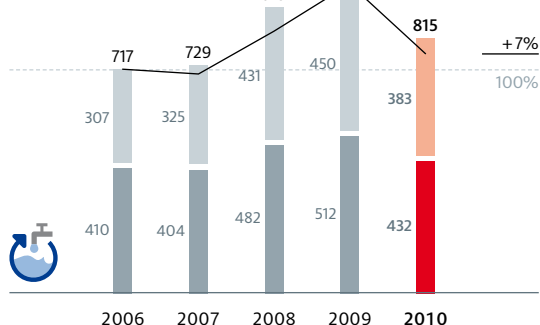
In tonnellate



Domanda chimica di ossigeno (COD): misura dell'inquinamento delle acque reflue con sostanze organiche.

Emissioni di metalli pesanti nelle acque reflue

In chilogrammi



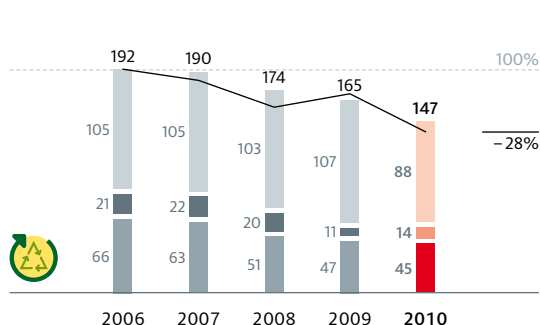
■ Zinco
 ■ Piombo, cromo, rame, nichel*

L'aumento negli anni 2008 e 2009 è dovuto soprattutto all'acquisizione delle attività di National Starch nel 2008.

* Le quantità di metalli pesanti particolarmente pericolosi, come il mercurio e il cadmio, non sono rilevanti.

Rifiuti recuperati e smaltiti

In migliaia di tonnellate



■ Rifiuti recuperati
 ■ Rifiuti pericolosi smaltiti
 ■ Rifiuti non pericolosi smaltiti

I "rifiuti pericolosi smaltiti" comprendono tutti i tipi di rifiuti classificati come pericolosi dalle leggi dei singoli Paesi e i rifiuti pericolosi elencati nella Convenzione di Basilea del 1989.

La gestione della Sostenibilità

Come miglioriamo i nostri prodotti in tutto il loro ciclo di vita

Per saperne di più sulla sicurezza dei prodotti in Henkel:



www.henkel.com/sr2010 | 21

Informazioni su REACH, nanotecnologia e biotecnologia:



www.henkel.com/sr2010 | 22



Henkel partecipa in qualità di partner al progetto "Product Carbon Footprint" (PCF) in Germania.



www.pcf-project.de

Ricerca e Sviluppo

Le innovazioni sono alla base della nostra crescita economica e sono fondamentali per lo Sviluppo Sostenibile. Nella nostra azienda si richiede quindi uno spiccato spirito di innovazione. Nel 2010, nella Ricerca e Sviluppo di Henkel hanno lavorato circa 2.700 persone con un investimento pari a 391 milioni di euro. Dal 2008, le aree di Sostenibilità che Henkel considera prioritarie sono sistematicamente radicate nel processo di innovazione esteso a tutta l'Azienda (vedere grafico in basso). Anche le informazioni provenienti da diversi settori confluiscono nel processo di innovazione: analisi delle tendenze e dei mercati internazionali oltre alle informazioni generate dal confronto diretto con clienti, consumatori ed esperti esterni.

Basandoci sulle analisi del ciclo di vita e sulle conoscenze acquisite in molti anni di lavoro sulla Sostenibilità, fin dalla fase di sviluppo siamo in grado di valutare, per le diverse categorie di prodotti, in quale punto del ciclo si registrerà il maggiore impatto ambientale e adottare iniziative adeguate per apportare miglioramenti. Per sviluppare ulteriormente metodi di misura e indicatori, collaboriamo con partner esterni su tematiche quali l'impronta di carbonio e di acqua dei prodotti, vedere **SR** Pag. 19. Partecipiamo anche a iniziative internazionali quali il Sustainability Consortium (Consorzio per la Sostenibilità) di Walmart e il Consumer Goods Forum's Measurement Group (Gruppo di misurazione del Forum sui beni di consumo).

Sicurezza dei prodotti

I nostri clienti e consumatori possono fidarsi della sicurezza dei prodotti Henkel per gli impieghi cui sono destinati. Tutte le materie prime e i prodotti finiti sono sottoposti a numerosi test e valutazioni per garantirne la sicurezza nelle fasi di produzione, utilizzo e smaltimento. La compatibilità delle materie prime con la salute e l'ambiente viene analizzata a fondo già nella fase di sviluppo dei prodotti che prende in considerazione sia le proprietà dei singoli componenti della formula sia le loro combinazioni. Per alcune applicazioni, l'impiego di sostanze che presentano caratteristiche nocive è vietato fin dall'inizio. Di regola, Henkel non effettua test sugli animali a meno che non siano obbligatori per legge. Fin dai primi anni '80 Henkel ha condotto con esiti positivi ricerche per sviluppare metodi di sperimentazione alternativi a quelli sugli animali.

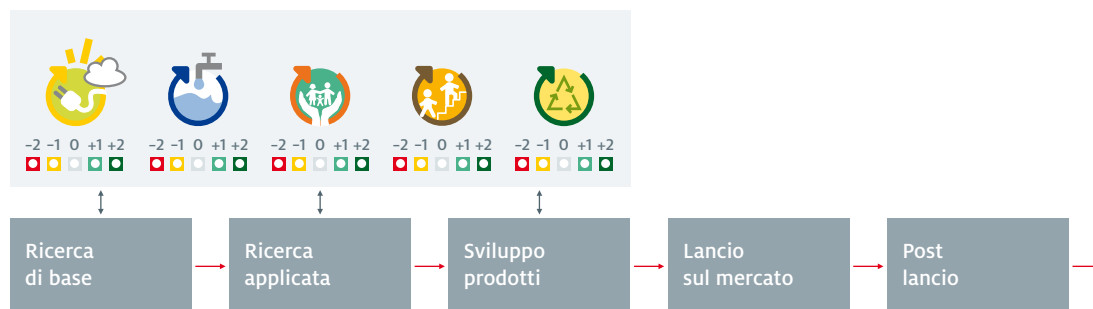
www.henkel.com/sr2010 | 23

Materie prime

La Sostenibilità riguarda anche la gestione responsabile delle materie prime, la conservazione delle risorse naturali e la biodiversità. Da molti anni utilizziamo ingredienti basati su materie prime rinnovabili per ottimizzare le caratteristiche generali dei nostri prodotti, ogniquale volta ciò sia conveniente sotto il profilo ecologico, economico e sociale. Le materie prime rinnovabili sono ingredienti fondamentali di molti nostri prodotti e all'atto dell'acquisto ci impegniamo a valutarne le caratteristiche sotto il profilo dell'impatto ecologico e sociale.

www.henkel.com/sr2010 | 24

Valutazione della Sostenibilità nel processo di innovazione di Henkel



Dal 2008, le aree di interesse della Sostenibilità considerate prioritarie da Henkel sono sistematicamente ancorate nel processo di innovazione. C'è quindi un momento in cui i nostri ricercatori devono dimostrare i vantaggi specifici del loro progetto oltre alle prestazioni dei prodotti e al valore aggiunto per i clienti, sotto il profilo dell'efficienza delle risorse e dei criteri sociali. Questo ci permette di mantenere fede al nostro impegno affinché tutti i nuovi prodotti contribuiscano allo Sviluppo Sostenibile in almeno un'area di interesse.

Imballaggi e smaltimento

In tutta l'Azienda, contribuiamo all'uso efficiente dei materiali e ci impegniamo affinché clienti e consumatori possano ridurre il volume dei rifiuti generati dagli imballaggi rispettando tre principi: prevenzione, riduzione, riciclaggio. Miglioriamo continuamente l'imballaggio dei nostri prodotti e, quando è tecnicamente possibile, ci prefiggiamo di incrementare la percentuale di materiali riciclati nell'intero portafoglio di prodotti. Per esempio, i flaconi in PET dei nostri detersivi per il bucato e dei prodotti per l'igiene della casa contengono il 25% di materiali riciclati. Conduciamo inoltre ricerche sull'utilizzo di nuovi materiali per imballaggi, come la bioplastica.

Ai consumatori offriamo dosatori, prodotti concentrati e confezioni ricarica. Per esempio, i nostri detersivi per l'igiene domestica a marchio Biff, Bref e Sidolin sono disponibili in una serie di sacchetti ricarica, in formulazione concentrata fino a tre volte rispetto al prodotto tradizionale. Per la loro produzione viene impiegato circa il 90% di plastica in meno rispetto alla confezione originale. Questo formato riduce anche il consumo di acqua, gli imballaggi e il peso per il trasporto. Ai nostri clienti dell'industria del settore adesivi assicuriamo soluzioni specifiche per il trasporto dei recipienti a rendere.

www.henkel.com/sr2010 | 25

Dopo l'utilizzo, i detersivi e i prodotti di pulizia per la casa, come i cosmetici e i prodotti per l'igiene personale, vengono scaricati nella rete fognaria. Henkel li formula in modo che il loro impiego non abbia riflessi negativi sull'ambiente acquatico.

Sostenibilità degli imballaggi

Nel 2010 Henkel ha partecipato al progetto Global Packaging del Consumer Goods Forum. Si tratta di un'iniziativa che si prefigge lo sviluppo di processi di valutazione e indicatori standard da utilizzare nell'analisi degli imballaggi sotto l'aspetto dell'impatto economico, ecologico e sociale. Attraverso progetti pilota (per esempio sulla valutazione dei vantaggi derivanti dagli imballaggi pronti per la vendita dei distributori), Henkel ha contribuito al lavoro del Forum fin dall'inizio, rafforzando il dialogo tra partner dell'industria e della distribuzione.

Le acque reflue provenienti da applicazioni industriali vengono pretrattate mediante tecnologie all'avanguardia per rimuovere le sostanze nocive e quindi smaltite in modo professionale.

Uso

L'impronta ecologica di molti nostri prodotti dipende non solo da fattori relativi alla produzione, ma anche e in massima parte dal loro uso efficiente. I marchi e le tecnologie Henkel vengono utilizzati quotidianamente in milioni di famiglie e di processi industriali. Pertanto ci concentriamo sullo sviluppo di prodotti che permettano ai nostri clienti e consumatori un uso efficiente delle risorse di energia e acqua. Nel contempo li incentiviamo a un utilizzo responsabile fornendo loro informazioni attraverso diversi canali.

www.henkel.com/sr2010 | 26

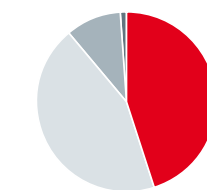


Pritt Roller ECOMFORT: il primo correttore roller al mondo dotato di un involucro costituito per quasi il 90% da un materiale plastico derivato dalle piante. Per questa innovazione, Pritt ha ricevuto il Premio per i biomateriali 2010.



www.natureworksllc.com

L'impronta degli imballaggi di Henkel nel 2010*



- 45% Plastica
- 44% Carta
- 10% Metalli
- 1% Vetro

* Circa 500.000 tonnellate (stima in base alla spesa in materiale per imballaggi).

Iniziativa sulla protezione delle foreste e della biodiversità

Henkel è tra i firmatari della risoluzione del Consumer Goods Forum su deforestazione e biodiversità. Le aziende partecipanti si impegnano a intraprendere iniziative individuali e collettive per raggiungere il traguardo deforestazione zero entro il 2020. Nel caso di Henkel, l'impegno riguarda soprattutto l'acquisto di materie prime e altri materiali come olio di palma, olio di palmisto e carta.



The Consumer Goods
FORUM

The Global Network Serving Shopper & Consumer Needs



www.theconsumergoodsforum.com

Detergenza



Britta Strauss e Sven Müller, addetti allo sviluppo prodotti nell'ambito dei detersivi per lavastoviglie Henkel, analizzano le prestazioni di Somat Perfect Gel in un test a lungo termine nel laboratorio di lavastoviglie di Düsseldorf.

Somat Perfect Gel

Essendo utilizzate quotidianamente in milioni di famiglie, le nostre innovazioni possono contribuire in modo significativo all'attuazione di stili di vita più sostenibili. Per esempio, ci impegniamo costantemente nello sviluppo di detersivi per lavastoviglie che offrano ottimi risultati di pulizia a temperature sempre più basse. Uno di questi prodotti è Somat Perfect Gel. Sviluppato dai nostri ricercatori in collaborazione con i fornitori di materie prime, si è dimostrato particolarmente efficiente nei programmi di lavaggio a risparmio energetico e idrico. La formulazione innovativa del gel garantisce un effetto detergente immediato e rimuove anche le macchie più ostinate a soli 40 gradi. Rispetto ai programmi equiparabili a 50 o 55 gradi, è possibile un risparmio di energia in media del 20%, in base al tipo di lavastoviglie.

Questo prodotto, sviluppato dalla Divisione Detergenza, mostra in modo eloquente come i nostri dipendenti operino in linea con i Valori Henkel. Somat Perfect Gel aiuta a risparmiare risorse e a preservare l'ambiente, oltre a offrire valore aggiunto ai consumatori.

 www.somat.de



Britta Strauss riempie la vaschetta di erogazione attenendosi al dosaggio consigliato sul flacone di Somat Perfect Gel.



Somat Perfect Gel garantisce ottimi risultati di pulizia anche a 40 gradi.

Il futuro in breve

È giusto che i consumatori si attendano che i prodotti soddisfino in eguale misura i criteri di qualità, ecocompatibilità e Responsabilità sociale, in linea con gli obiettivi di Henkel. I nostri marchi coniugano prestazioni eccellenti e responsabilità nei confronti delle persone e dell'ambiente. Questo binomio rappresenta il principale motore delle innovazioni e la base della nostra competitività per gli anni a venire. Le sfide sociali future richiedono ovunque un radicale ripensamento delle modalità in cui produciamo e consumiamo. Il nostro impegno principale domani sarà svincolare il contributo che i prodotti offrono alla crescita e alla qualità della vita dal consumo delle risorse e dalle emissioni, come spiegato anche a **SR** Pag. 5.

Gli addetti allo sviluppo dei nostri prodotti sanno bene che è necessario aumentare l'efficienza. Ogni nuovo prodotto deve fornire un contributo in almeno uno dei nostri ambiti di interesse prioritario, come indicato a **SR** Pag. 16. I progressi conseguiti devono essere trasparenti e quantificabili: per sviluppare adeguati modelli di valutazione dei nostri prodotti di detergenza abbiamo collaborato con il "Center for Sustainable Consumption and Production (CSCP)" di Wuppertal. Questi modelli sono riuniti nell'Henkel-Sustainability#Master. Al centro di essi vi è una valutazione dei criteri economici, ecologici e sociali lungo la catena del



valore compiuta in base alle analisi dei cicli di vita. I risultati evidenziano la riduzione dell'impronta ecologica oltre al valore aggiunto creato da un nuovo prodotto in termini di prestazioni e servizio.

www.henkel.com/sr2010 | 27

La promozione di stili di vita sostenibili

Le nostre innovazioni sono utilizzate tutti i giorni in milioni di famiglie nel mondo e potenzialmente sono in grado di incidere in misura sensibile sugli stili di vita futuri. Nel coniugare qualità e responsabilità, puntiamo a stabilire un nuovo standard di mercato per un consumo innovativo e sostenibile. Sfruttiamo l'esperienza acquisita per sviluppare prodotti che favoriscano un uso più efficiente di acqua ed elettricità in ambiente domestico. I nostri detersivi per bucato Persil

Innovare anziché rinunciare

Nel mese di ottobre del 2010 oltre 900 rappresentanti di produttori leader di detersivi per bucato e di fornitori di materie prime provenienti da circa 60 Paesi si sono riuniti a Montreux, Svizzera, per discutere le direzioni future del loro settore. Nel suo intervento Kasper Rorsted, Presidente del Comitato Direttivo di Henkel, ha affermato che le innovazioni e la maggiore efficienza sono elementi fondamentali per lo Sviluppo Sostenibile.



www.henkel.com/sr2010 | 28



Persil Actic Power e Purex Cold Water: i migliori risultati di pulizia a basse temperature.



www.persil.de



www.purex.com

Sfide globali: l'acqua è l'oro del XXI secolo

Le risorse idriche della Terra non sono distribuite in modo uniforme e sono minacciate dall'inquinamento crescente e dallo sfruttamento eccessivo. Pertanto, uno dei nostri principali obiettivi è ridurre i consumi idrici durante la produzione e l'uso dei nostri prodotti. Per individuare alternative efficaci, prendiamo parte a iniziative che sviluppino metodi di determinazione dell'impronta idrica. Nel 2010, per esempio, abbiamo collaborato con l'Istituto Federale Svizzero di Tecnologia (ETH) di Zurigo per studiare le conseguenze della domanda idrica nell'ambito della produzione di

detersivi per bucato nei nostri stabilimenti in Medio Oriente e in Nord Africa. Lo studio prendeva in considerazione le diverse quantità d'acqua necessarie per produrre detersivi in polvere e liquidi, tenendo conto di fattori locali quali disponibilità, carenza e qualità dell'acqua. L'esperienza acquisita da questi progetti pilota alimenta la discussione sullo sviluppo di uno standard internazionale ISO (ISO 14046) sulle impronte idriche.





Pur Power Crystals: i cristalli di sale presenti nel detergente a mano per piatti si legano con la spugna e a parità di dosaggio mantengono il potere sgrassante quattro volte più a lungo.

Actic Power e Purex Cold Water, per esempio, sprigionano tutta la loro forza di lavaggio anche a basse temperature. Inoltre, contengono principi attivi che ostacolano il rideposarsi di sporcizia sui tessuti. Il nuovo detergente liquido Somat Perfect Gel è particolarmente adatto a cicli brevi per lavastoviglie. Rispetto ai programmi standard, utilizzano in media il 20% di energia in meno. Un altro esempio di tecnologia del futuro è l'impiego di sistemi di candeggio fotocatalitico che sbiadiscono ulteriormente le macchie mentre si asciugano. Se in passato questi sistemi per sprigionare la loro efficacia richiedevano una luce ultravioletta oggi reagiscono semplicemente con l'illuminazione ambientale interna. Attraverso una comunicazione mirata, informiamo i consumatori dei vantaggi dei nostri prodotti e ne incoraggiamo l'uso efficiente.

Perfezionamento del Charter AISE per un'igiene sostenibile

Nel 1998, l'Associazione Internazionale dei Produttori di saponi, detersivi e prodotti per la manutenzione della casa (AISE) ha lanciato la campagna "Wash Right" per sensibilizzare i consumatori su

un uso responsabile dei detersivi. Ancora oggi numerose confezioni di detersivi per bucato riportano i simboli relativi al risparmio di energia, acqua e prodotti di pulizia. Verso la fine del 2004 è stato elaborato il Charter AISE per un'igiene sostenibile che Henkel è stata la prima azienda a sottoscrivere nel 2005. Tutte le aziende che aderiscono al Charter si impegnano formalmente a migliorare i processi e a fornire specifici indicatori che oggi riflettono l'evoluzione di quasi tutta l'industria dei detersivi e dei prodotti per l'igiene della casa. Nel 2010, i processi e i contenuti del Charter AISE sono stati profondamente rielaborati e arricchiti con profili avanzati di Sostenibilità per categorie di prodotto. I criteri che rivestono particolare importanza sono quattro: sicurezza ambientale degli ingredienti, efficienza delle risorse in riferimento a dosaggi e a materiali d'imballaggio, risultati di pulizia a basse temperature e informazioni per i consumatori. Se un prodotto soddisfa tutti questi requisiti, l'azienda può comunicarlo ai consumatori apponendo un nuovo simbolo del Charter AISE sulla confezione.

www.cleanright.eu



Prof. Dr. Thomas Müller-Kirschbaum

Membro del Comitato per lo Sviluppo Sostenibile nell'ambito della Divisione Detergenza.

L'intervista completa al Prof. Dr. Thomas Müller-Kirschbaum è disponibile al seguente indirizzo:



www.henkel.com/sr2010 | 29

"Un'azienda che ambisce alla leadership sia nell'innovazione sia nella Sostenibilità dev'essere in grado di migliorarsi in futuro creando partnership con tutti gli attori della catena del valore. In quest'ottica, Henkel collabora intensamente con i produttori di elettrodomestici per rendere i propri prodotti ancor più efficienti in combinazione con lavatrice e lavastoviglie."



Da luglio 2011 il nuovo logo del Charter AISE potrà essere utilizzato per le informazioni sul prodotto.

Terra: per un presente e un futuro più puliti



Preservare l'ambiente senza rinunciare alla qualità della vita è un'esigenza fondamentale di un numero sempre maggiore di consumatori. Per questo è stato creato il marchio Terra. I suoi principi attivi derivano prevalentemente da piante anziché da oli minerali. Che si tratti di detergenti

per il bagno, il vetro, il WC, la lavastoviglie o universali, oppure di detersivi liquidi per il bucato (colorato e universale), in ogni tipo di prodotto a marchio Terra è stata impiegata la massima percentuale possibile di principi attivi di origine vegetale senza pregiudicare gli eccellenti risultati di pulizia.



www.terra-henkel.de

Uso responsabile delle materie prime e dei materiali d'imballaggio

Da decenni Henkel utilizza ingredienti a base di materie prime rinnovabili. Nel 2010, tali materie costituivano circa il 30% dei principi attivi lavanti (tensioattivi) dei nostri detersivi per bucato e prodotti per l'igiene della casa: una percentuale nettamente superiore alla media dell'intero settore industriale della detergenza. Agiamo con responsabilità anche nell'acquisto e nell'uso di queste materie prime. Poiché molti ingredienti dei nostri prodotti derivano da materie prime vegetali come l'olio di palmisto, dal 2003 partecipiamo alla Tavola Rotonda internazionale sull'olio di palma sostenibile (RSPO). Nel 2008 siamo stati la prima azienda al mondo ad acquistare certificati per l'olio di palmisto sostenibile che utilizziamo nei prodotti a marchio Terra. Per la prima volta l'olio di palmisto proveniente da piantagioni a gestione sostenibile è stato quindi integrato nella supply chain per la produzione di tensioattivi. Uno dei nostri obiettivi è far sì che entro il 2015 tutto l'olio di palma e di palmisto utilizzato come materia prima per i nostri



L'impegno dei marchi

In linea con i principi di Sostenibilità, i nostri marchi si impegnano in tutto il mondo in campo sociale. In Egitto, per esempio, il marchio Pril collabora dal 2008 con l'Egyptian Food Bank (EFB), un ente di beneficenza che fornisce generi alimentari a orfani, anziani, vedove, famiglie socialmente disagiate e altre persone bisognose.

Il 5% dei proventi della vendita di ogni flacone di Pril è devoluto all'EFB. Da quando è iniziato quest'impegno, con le donazioni di Pril sono state aiutate oltre un milione di persone in Egitto. A partire dal 2011, altri Paesi del Nord Africa beneficeranno di programmi analoghi con il contributo di marchi Henkel locali, come illustrato anche a **SR** Pag. 30.

"Mercati in crescita come il Medio Oriente e l'America Latina offrono eccellenti opportunità per i nostri detersivi per il bucato e i prodotti per l'igiene della casa. Le popolazioni dei Paesi emergenti richiedono prodotti che elevino la qualità della vita. La Sostenibilità, in quest'ottica assumerà un'importanza fondamentale. Per Henkel le prestazioni e i vantaggi ecologici e sociali delle nostre innovazioni di prodotto devono essere accessibili al maggior numero possibile di consumatori di tutte le fasce di reddito."

prodotti sia corredato di certificati RSPO attestanti la provenienza da coltivazioni sostenibili, come già spiegato a **SR** Pag. 9.

Altri obiettivi della Detergenza sono la riduzione della quantità di materiali d'imballaggio utilizzati e un aumento della percentuale di materiali d'imballaggio riciclati, vedere **SR** Pag. 17. Per esempio, nell'attuale progetto di Sostenibilità dei prodotti liquidi per bucato (Laundry Sustainability Project Liquid, o LSP-L) dell'AISE ci siamo impegnati a rendere standard le dimensioni delle confezioni dei nostri detersivi liquidi entro il 2012. Questa iniziativa, soltanto nei mercati dell'Europa Occidentale, dovrebbe consentire il risparmio di oltre 2.000 tonnellate di plastica all'anno.

Contributi all'igiene e alla salute in casa

In tutto il mondo l'igiene è un aspetto essenziale sotto il profilo della salute. Anche in questo campo apportiamo un contributo in tutti i mercati attraverso i nostri detersivi per il bucato e i prodotti per l'igiene della casa adattati agli usi e alle esigenze dei consumatori locali. In numerosi mercati dell'Europa meridionale e in India, per esempio, offriamo detersivi per bucato contenenti speciali agenti antibatterici. Lo stesso vale per il recente lancio di prodotti per l'igiene domestica sui mercati nordafricani e sudamericani. Il lancio dei nuovi prodotti è accompagnato da campagne di informazione mirate per sensibilizzare i consumatori sull'importanza dell'igiene. Ci assicuriamo che i principi attivi forniscano ottimi risultati di igiene e di compatibilità con la salute. Per esempio, dedichiamo massima attenzione alle problematiche dei consumatori che soffrono di allergie o di sensibilità cutanea. Nel 2010, il Centro Europeo per la Fondazione di Ricerca sulle Allergie (ECARF) ha dichiarato la dermocompatibilità e la buona tollerabilità da parte dei soggetti allergici di ben sette detersivi per bucato Henkel: Persil Sensitive Gel, Persil Sensitive Megaperls, Persil Sensitive Powder, Spee Gel Sensitive, Le Chat Sensitive Gel, Le Chat Sensitive Tabs e Le Chat Sensitive Lait de Soie.



Alain Bauwens
Membro del Comitato
per lo Sviluppo Sostenibile
nell'ambito della Divisione
Detergenza.

L'intervista completa ad Alain Bauwens è disponibile al seguente indirizzo:

 www.henkel.com/sr2010 | 30



La sostituzione degli imballaggi di plastica con quelli di cartone aumenta il tasso di riciclo. Negli Stati Uniti, il riciclo della carta supera il 60% mentre quello della plastica solo il 7%.



Nei nostri mercati medio-orientali e nordafricani, il disinfettante Dac garantisce una pulizia perfetta e previene il proliferare di nuovi batteri per 24 ore. Persil Hygiene Rinse elimina i batteri in percentuale fino al 99,99% anche nei cicli a basse temperature.

Cosmetica



Tsering Tsomo (a sinistra) di Bangalore, India, che lavora nell'ambito della formazione per Schwarzkopf Professional, si è recata al SOS Children's Village di Alwaye-Cochin, nello Stato del Kerala, per insegnare ad alcune giovani il mestiere di parrucchiere. In questa foto, con l'aiuto di una modella mostra a Nazreen come preparare i capelli al taglio.

Shaping Futures – Divulgare sapere e trasmettere competenze

Nel mese di novembre 2010, nell'ambito dei villaggi per l'infanzia "SOS Children's Village", Schwarzkopf Professional ha lanciato l'iniziativa Shaping Futures in India e in Perù. Lo scopo del progetto, su scala mondiale, è insegnare ai giovani che vivono in questi villaggi le tecniche basilari per diventare parrucchieri e permettere loro di acquisire professionalità e quindi un'indipendenza economica. I corsi durano quattro settimane e sono tenuti presso gli SOS Children's Village sia da parrucchieri di Schwarzkopf Professional sia da altri parrucchieri clienti di Schwarzkopf che contribuiscono all'iniziativa in qualità di volontari. A tutti i partecipanti viene fornito un kit di strumenti comprensivo di forbici, pettine, mollette per capelli e mantellina nonché un attestato di frequenza alla fine del corso. Schwarzkopf offre inoltre l'opportunità di completare la formazione sul "campo" presso un salone per parrucchieri. Nella prima serie di corsi, 16 formatori hanno illustrato a oltre 60 giovani le tecniche di base del mestiere.

Quest'iniziativa di Schwarzkopf Professional dimostra chiaramente come il personale di Henkel faccia fruttare le proprie competenze professionali, in collaborazione con i clienti, per offrire un futuro migliore a giovani che hanno meno opportunità. È così che i nostri dipendenti mettono in pratica i Valori dell'Azienda e contribuiscono allo Sviluppo Sostenibile delle comunità promuovendo lo spirito d'impresa attraverso la formazione.

 www.schwarzkopf-professional.com/social-initiative/shaping-futures



Sabira (a sinistra) e Aparna ammirano felici il loro primo kit di strumenti per parrucchiere ricevuto al corso di formazione di Schwarzkopf Professional.



Shaping Futures si basa sulla partecipazione di formatori volontari che insieme a Schwarzkopf Professional lavorano per un futuro migliore.

Il nostro contributo alla bellezza e al benessere

Igiene e bellezza sono esigenze fondamentali della persona che migliorano il benessere e la qualità della vita. Un prezioso contributo in questa direzione è fornito dai nostri prodotti cosmetici utilizzati da milioni di uomini e donne nel mondo.

Henkel offre prodotti che incontrano le esigenze dei consumatori e presentano caratteristiche di elevata efficacia e compatibilità. Per questo hanno successo sul mercato. La sicurezza e l'efficacia dei prodotti Henkel sono testate scientificamente e l'Azienda è costantemente protesa verso lo sviluppo di nuove, migliori soluzioni. Al centro dei nostri processi d'innovazione vi è una conoscenza approfondita delle esigenze dei consumatori nei diversi Paesi. Anche in campo cosmetico le innovazioni incidono positivamente in uno dei cinque ambiti di interesse prioritario nella Sostenibilità e incentivano stili di vita più responsabili nei confronti dell'ambiente e della salute.

www.henkel.com/sr2010 | 31

Sicurezza dei prodotti e dei consumatori

Solo prodotti cosmetici sicuri e ben tollerati possono guadagnarsi la fiducia duratura dei consumatori. La compatibilità con la salute rappresenta una

delle nostre priorità fin dalle prime fasi dello sviluppo dei prodotti in cui consideriamo con massima attenzione le esigenze delle persone che hanno allergie o una sensibilità cutanea. Nel 2010 abbiamo collaborato attivamente con il Centro Europeo per la Fondazione di Ricerca sulle Allergie (ECARF) e con altri partner esterni. L'ECARF ha valutato altri prodotti Henkel e, nel frattempo, ha certificato tutti i prodotti di trattamento della pelle contrassegnati con il marchio Diadermine. Ciò significa che essi soddisfano le più elevate esigenze di compatibilità cutanea e possono essere utilizzati anche dalle persone che hanno una pelle sensibile o allergie. www.ecarf.org

Tutti i prodotti cosmetici e i loro singoli ingredienti sono soggetti a numerose analisi e valutazioni per garantirne la compatibilità. Dalla fine degli anni '80 non conduciamo più test sugli animali per valutare la sicurezza dei prodotti finiti ma utilizziamo i dati e le ricerche disponibili sugli ingredienti contenuti. Molti aspetti riguardanti la tollerabilità dei singoli ingredienti per la pelle e per gli occhi possono essere studiati con l'ausilio di test in vitro, metodi alternativi alla sperimentazione animale, frutto di un'intensa collaborazione che Henkel ha avviato negli ultimi decenni con partner esterni.



Tutti i prodotti di trattamento della pelle Diadermine sono certificati dal Centro Europeo per la Fondazione di Ricerca sulle Allergie (ECARF).

www.diadermine.de

Per saperne di più sullo sviluppo di metodi di sperimentazione alternativi e sul nostro impegno nelle iniziative di ricerca internazionali:

www.henkel.com/sr2010 | 32

Right Guard – maggiori vantaggi e minore impronta ecologica

Miglioriamo l'impronta ecologica dei nostri prodotti incentivando così la tendenza a stili di vita più rispettosi della salute e dell'ambiente. L'esempio del deodorante spray Right Guard, che garantisce una durata di risultato per 48 ore, dimostra che è possibile aumentare l'efficacia di un prodotto riducendone nel contempo l'impronta ecologica. La nuova formulazione con molecole antibatteriche di argento garantisce una protezione di 48 ore contro i cattivi odori trasmettendo così una maggiore sensazione di sicurezza, fiducia e cura di sé. L'erogazione attraverso valvola spray è stata migliorata in modo da ridurre del 20% le perdite di prodotto nebulizzato. Una formulazione più efficiente, il miglioramento costante della produzione e la catena logistica intermodale hanno



ulteriormente ridotto l'impronta di carbonio di questo deodorante.

www.rightguard.com



Tina Müller
Membro del Comitato
per lo Sviluppo Sostenibile
nell'ambito della Divisione
Cosmetica.

L'intervista completa
a Tina Müller è disponibile
al seguente indirizzo:



www.henkel.com/sr2010 | 33

“Bellezza, benessere e igiene personale sono esigenze fondamentali della persona in ogni parte del mondo. I nostri prodotti rispondono a questa esigenza apportando così un beneficio significativo alla società. La nostra attività di sviluppo di prodotti e l'impegno dei nostri marchi sono finalizzati a incentivare stili di vita consapevoli nei confronti dell'ambiente e della salute.”

I risultati di un'efficace compatibilità cutanea sono successivamente convalidati da test approfonditi nell'ambito di studi dermatologici condotti su volontari.

Uso responsabile delle materie prime naturali e rinnovabili

Henkel contribuisce alla conservazione delle materie prime finite impiegando per le sue formulazioni materie prime rinnovabili. In sostituzione degli ingredienti a base di oli minerali, sono utilizzate quelle vegetali ogniquale volta questo è possibile e conveniente e non pregiudichi la qualità e le prestazioni del prodotto.

Oggi, oltre due terzi degli ingredienti presenti nelle formule dei nostri saponi, shampoo e gel doccia contengono materie prime rinnovabili. In fase di acquisto analizziamo con la massima attenzione importanti aspetti, quali la provenienza e le modalità di coltivazione e produzione sia delle nostre materie prime, sia dei prodotti precedenti. Questo impegno si riflette anche nella nostra partecipazione alla Tavola Rotonda Internazionale sull'olio di palma sostenibile (RSPO).

Inoltre, puntiamo ad ampliare l'uso di ingredienti provenienti da coltivazioni biologiche controllate. Quando acquistiamo materie prime cerchiamo opportunità di cooperazione con fornitori e partner che conducono attività di commercio equo con i Paesi di origine (vedere il riquadro “Gliss Kur Oil Nutritive”).

Miglioramento generale delle performance ecologiche

Da molti anni perseguiamo la massima biodegradabilità nelle formule dei prodotti che vengono scaricati nelle acque reflue dopo l'uso. Abbiamo raggiunto in anticipo l'obiettivo che ci eravamo prefissi per il 2012, ossia l'incremento, in percentuale fino all'80%, della quantità di ingredienti immediatamente biodegradabili contenuti nei nostri saponi, shampoo e gel doccia. Per quanto

riguarda i principi attivi lavanti (tensioattivi), la percentuale di sostanze immediatamente biodegradabili supera addirittura il 90%. Nei nostri prodotti vi è una quantità media di sostanze immediatamente biodegradabili corrispondente all'82%.

Nel 2010 abbiamo rivisto le formulazioni per accentuare ulteriormente le caratteristiche di biodegradabilità. Le nuove formulazioni sono già in uso in circa il 70% dei nostri shampoo, gel doccia, saponi liquidi e saponette in commercio, per esempio, nel marchio di prodotti per capelli Schauma.

Le performance ecologiche dei nostri prodotti sono migliorate anche sotto il profilo delle emissioni di CO₂ e dei materiali di imballaggio. Entro il 2012 ci prefiggiamo di calcolare l'impronta di carbonio di alcuni prodotti rappresentativi di tutte le nostre categorie. Nel 2010 abbiamo calcolato l'impronta di carbonio di altre due categorie: i dentifrici e i deodoranti/antitranspiranti. I risultati saranno utilizzati soprattutto per aumentare la trasparenza dei nostri processi e costituiscono la base di partenza per diminuire le emissioni.



Le materie prime utilizzate
in AOK Bio Expert sono
certificate da Ecocert.



15%

di tensioattivi in meno
a parità di prestazioni:
è il risultato della nuova
formulazione del nostro
shampoo Schauma.

Gliss Kur Oil Nutritive



Gliss Kur Oil Nutritive è il primo prodotto che combina sette tipi di olio in una gamma innovativa per la cura dei capelli. Le formulazioni, contenenti olio di argan, olio di marula, olio di oliva, olio di albicocca, olio di noci macadamia, olio di sesamo e olio di mandorle, garantiscono l'85% di doppie punte in meno poiché penetrano molto delicatamente nel capello riparandone la struttura. Impiegando l'olio di marula sosteniamo un progetto di un nostro fornitore: l'olio infatti proviene da una cooperativa di commercio equo ed è conforme agli standard ecologici Ecocert. www.glisskur.de

Per migliorare ulteriormente le performance ecologiche dei nostri prodotti, collaboriamo intensamente anche con i clienti. Negli Stati Uniti, per esempio, insieme ad altre aziende, anche della concorrenza, Henkel collabora con la catena di distribuzione Walmart e i ricercatori del Global Institute of Sustainability presso l'Arizona State University nello sviluppo di un indice di Sostenibilità.  <http://walmartstores.com/sustainability/9292.aspx>

Per ridurre i rifiuti generati dagli imballaggi dei prodotti al consumo, ci prefiggiamo di diminuire il più possibile la quantità di materiale utilizzata nelle nostre confezioni senza comprometterne la qualità e la stabilità. Continuiamo inoltre a cercare alternative biodegradabili adeguate che soddisfino i nostri standard rigorosi per i materiali di imballaggio, come indicato a  Pag. 17.

Sicurezza nell'uso grazie a una consulenza professionale

Un servizio di consulenza completa per i consumatori è importante quanto la sicurezza dei prodotti. Per questo è stata istituita un'apposita hotline in tutti i Paesi in cui sono in vendita i nostri prodotti in modo che le persone possano ricevere rapidamente, per telefono, posta o email, informazioni competenti e affidabili sulle proprietà o sugli ingredienti dei prodotti. In Europa, per esempio, registriamo circa 130.000 contatti all'anno. La maggior parte delle richieste di informazioni riguarda gli effetti dei nostri prodotti e le modalità d'uso. Un servizio di consulenza completa include anche il dovere di promuovere i prodotti in modo responsabile. In quest'ottica controlliamo che tutti i nostri slogan pubblicitari contengano caratteristiche e dati scientifici convalidati riguardo alle prestazioni dei prodotti e che le informazioni fornite risultino facilmente comprensibili per i consumatori.

"In generale, per i nostri cosmetici ricerchiamo sempre formulazioni che siano più efficaci e compatibili cioè che assicurino le prestazioni migliori con un minore impiego di materie prime. Anche i prodotti sviluppati per garantire efficacia di lunga durata, come i nostri nuovi deodoranti spray Right Guard, contribuiscono a un uso efficiente delle risorse."



Dr. Thomas Förster
Membro del Comitato
per lo Sviluppo Sostenibile
nell'ambito della Divisione
Cosmetica.

L'intervista completa
al Dr. Thomas Förster
è disponibile al seguente
indirizzo:



www.henkel.com/sr2010 | 34

Forniamo consulenza anche ai saloni per parrucchieri mediante corsi di formazione e comunicazione sul corretto uso dei prodotti. Promuovendo a livello internazionale la Schwarzkopf Academy (ASK), offriamo in 38 Paesi un programma avanzato di formazione professionale per parrucchieri incentrato su tecniche di taglio, tendenze della moda e tematiche amministrative. Nel 2010 abbiamo fornito consulenza a 460.000 parrucchieri nel mondo attraverso le nostre Schwarzkopf Academy.

 www.schwarzkopf-professional.com

L'impegno dei marchi

L'adesione ai principi di Sostenibilità si concretizza anche nell'impegno sociale dei nostri marchi, come illustrato a  Pag. 35. Un esempio è l'iniziativa Shaping Futures, lanciata nel 2010. Schwarzkopf Professional e i suoi clienti organizzano nel quadro delle attività di volontariato corsi di formazione per giovani presso gli SOS Children's Village, vedere  Pag. 22.

L'importanza dei mercati in crescita per lo sviluppo dei nostri prodotti

Nei Paesi in crescita, il valore aggiunto sociale dei prodotti acquista un'importanza maggiore. I prodotti che soddisfano le esigenze dei consumatori rientranti nelle fasce di reddito più basse non solo rappresentano un'opportunità di mercato, ma apportano anche un significativo contributo sociale sotto altri profili, come l'igiene e la salute. Henkel adegua prodotti e politiche di marketing alle condizioni locali in modo da rendere la qualità accessibile al maggior numero possibile di consumatori. In Sud America, per esempio, commercializziamo shampoo, gel per capelli e creme deodoranti in piccole confezioni da 10-20 ml.



Per saperne di più sulle
strategie per i mercati
in crescita:



www.henkel.com/sr2010 | 35

Adesivi e Tecnologie



Puerto Errado 1, la centrale termoelettrica solare pilota di Novatec Biosol, si trova nella Spagna del sud. Meike Schumann, ingegnere che si occupa di qualità in Novatec Biosol, e Thomas Wittmann, sul luogo per conto di Henkel, valutano le prestazioni dell'adesivo Terostat MS di Henkel direttamente presso l'impianto.

Collaborazione nello sviluppo di tecnologie adesive

In tutto il mondo conduciamo ricerche su prodotti e tecnologie che coniugano massime prestazioni, vantaggi economici per clienti e consumatori e responsabilità nei confronti delle persone e dell'ambiente. L'energia solare, per esempio, sta acquisendo un'importanza sempre maggiore sul mercato in rapida crescita delle energie rinnovabili. In questo campo collaboriamo con Novatec Biosol fin dalla nascita dell'azienda nel 2006, supportandola nello sviluppo di sistemi termoelettrici a energia solare concentrata, ovvero specchi che generano energia dalla luce del sole. Si poneva la necessità di fissare gli specchi leggermente incurvati sui telai di acciaio zincato. La combinazione di un adesivo elastico Terostat MS e di un componente indurente hanno permesso di ottenere un'eccellente soluzione ad avanzata tecnologia. Gli adesivi Terostat MS non richiedono l'applicazione di simboli di rischio sull'etichetta e sono in grado di resistere alla massima intensità della luce solare. Entro la fine del 2011 è previsto il completamento della costruzione di una centrale elettrica da 30 megawatt in Spagna meridionale che impiega adesivi Terostat MS.

Questo progetto della Divisione Adesivi e Tecnologie mostra chiaramente come il personale Henkel collabori con i clienti nello sviluppo di nuove tecnologie. Mettendo in pratica i Valori aziendali, i nostri dipendenti contribuiscono allo Sviluppo Sostenibile. Rispondono alle aspettative e alle esigenze del cliente permettendogli di ottenere risultati eccellenti, e nel contempo offrono soluzioni sostenibili.

 www.henkel.com/solar.htm



Terostat MS viene automaticamente estruso sui telai d'acciaio ai quali vengono fissati gli specchi.

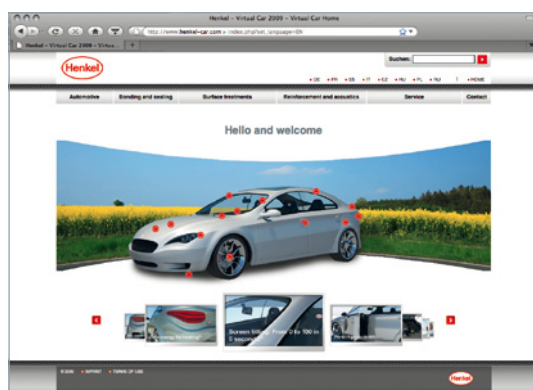


Malgrado l'intensa luce solare, l'adesivo Terostat MS mantiene gli specchi saldamente fissati ai telai d'acciaio.

Leader mondiali grazie all'innovazione, alle performance e alla Sostenibilità

I prodotti Henkel sono utilizzati in quasi tutti i settori industriali: industria automobilistica, elettronica e aerospaziale, industria metallurgica e degli imballaggi, sviluppo di fonti energetiche alternative, manutenzione, riparazione e revisione. Il loro impiego contribuisce a preservare le risorse e a salvaguardare la sicurezza, per esempio riducendo il peso e il consumo energetico, aumentando la rigidità o migliorando la sicurezza sul lavoro. Grazie ai nostri adesivi, i prodotti industriali sono in grado di durare più a lungo, sono più leggeri e più efficienti. Il nostro know how tecnologico sugli adesivi ci permette inoltre di proteggere gli edifici dal freddo e dall'umidità e di riparare oggetti di uso quotidiano mentre le nostre colle e i nostri nastri adesivi sono molto apprezzati nelle applicazioni per la casa, la scuola e l'ufficio. Il nostro obiettivo è soprattutto offrire vantaggi economici ai clienti conciliandoli con la responsabilità nei confronti delle persone e dell'ambiente.

www.henkel.com/sr2010 | 36



Alla pagina web www.henkel-car.com sono illustrati con chiarezza i vantaggi offerti a tutta l'industria automobilistica dalle soluzioni adesive e dai trattamenti per superfici di Henkel sotto il profilo del miglioramento dell'efficienza e della qualità. Il nuovo processo di rivestimento Aquence Co-Cure, per esempio, riduce sensibilmente i costi energetici, l'impatto ambientale e il lavoro di fabbricazione. Lo sviluppo di questo processo è valso ad Henkel per la seconda volta l'ambito premio "PACE Award" di Automotive News. www.henkel-car.com

"Le nostre idee che generano prodotti innovativi devono essere flessibili come un materiale adesivo. Oggi collaboriamo attivamente con partner dell'industria e istituti esterni di ricerca per affrontare le sfide globali del futuro attraverso l'innovazione. Per esempio, a Shanghai, in Cina, abbiamo supportato l'Università Tonji nello sviluppo di un'automobile a idrogeno presentata all'EXPO 2010 di Shanghai".

Creazione di valore aggiunto per i clienti

Henkel non considera la Sostenibilità un principio fine a se stesso ma un mezzo in grado di generare valore per l'Azienda e per i clienti. La Sostenibilità accresce la nostra competitività quando apporta vantaggi economici, ecologici o sociali anche per i nostri clienti ai quali garantiamo prestazioni di prim'ordine e un supporto per operare in modo sostenibile lungo l'intera catena del valore. Perseguiamo questo obiettivo sviluppando prodotti che rendono i processi produttivi molto più efficienti rispetto alle soluzioni tradizionali. Per esempio, i nostri prodotti Loctite per la manutenzione e la riparazione sono in grado di prolungare la vita dei macchinari; tecnologie come Bonderite NT, TecTalis, Aquence Co-Cure e Alodine per il pretrattamento dei metalli, abbattano i costi di energia e acque reflue nelle linee di processo e riducono l'impiego di metalli pesanti. I nostri adesivi per calzature sportive, a base di acqua e privi di solventi, migliorano sensibilmente la tutela della salute sul lavoro e dell'ambiente negli stabilimenti di produzione.

Abbiamo anche sviluppato numerosi strumenti per dimostrare in modo trasparente l'utilità delle nostre innovazioni; per esempio il Calcolatore di valore include nel calcolo dei costi non solo il prezzo del prodotto ma anche i potenziali risparmi che permetterà di conseguire in fase di utilizzo. I clienti possono quindi quantificare i benefici economici ed ecologici derivanti dai nostri prodotti. Il Calcolatore di valore è attualmente disponibile per oltre 30 marchi, tra cui Bonderite, TecTalis e Macroplast.



Prof. Dr. Ramón Bacardit
Membro del Comitato
per lo Sviluppo Sostenibile
nell'ambito della Divisione
Adesivi e Tecnologie.

L'intervista completa
al Prof. Dr. Ramón Bacardit
è disponibile al seguente
indirizzo:

www.henkel.com/sr2010 | 37



Grazie a una minore temperatura di lavorazione, pari a 130 °C, il nostro adesivo Technomelt Supra Cool 130 riduce fino al 40% l'energia consumata nella sigillatura degli imballaggi.

www.technomelt-value.com

Risultati dell'analisi del ciclo di vita del rivestimento a effetto MiraFoil di Henkel per finiture stampate:



www.henkel.com/sr2010 | 38



Con Multicore LF620, Henkel ha stabilito nuovi standard per la realizzazione di prodotti senza piombo come i dispositivi elettronici. Priva di alogeni e piombo, questa pasta di saldatura contribuisce anche al riciclo degli apparecchi.

Miglioramenti che nascono dall'analisi specialistica

Le innovazioni e i continui aggiornamenti del nostro portafoglio prodotti ci permettono di migliorare costantemente le performance di soluzioni e tecnologie. Anni di esperienza nell'analisi dei cicli di vita ci mettono in grado di capire da dove bisogna iniziare per introdurre miglioramenti. Da molti anni ci prefiggiamo di non utilizzare, quando possibile, i metalli pesanti nei prodotti nonché di impiegare alternative ad alte prestazioni al posto dei solventi per poter offrire formulazioni a base d'acqua e di reticolazione UV. Per ottimizzare le caratteristiche dei prodotti, i nostri ricercatori ricorrono anche alle risorse rinnovabili che costituiscono la base delle colle stick, degli adesivi per carte da parati e di numerosi adesivi per imballaggi. Per esempio, la percentuale di risorse rinnovabili contenuta negli adesivi per l'etichettatura di bottiglie è pari al 45%. La formulazione della colla stick Pritt è basata per il 90% su materie prime di origine naturale.

Non ci focalizziamo solo sulla composizione dei prodotti: attraverso nuove soluzioni possiamo modificare o migliorare il tipo di applicazione e i

processi di produzione presso gli stabilimenti dei nostri clienti. Le nostre soluzioni si basano pertanto su una profonda conoscenza delle esigenze dei clienti e nascono spesso dalla stretta collaborazione con loro, con i produttori di apparecchiature e fornitori di materie prime.

L'attenzione alla salute e alla sicurezza

L'espressione "Prestazioni dei prodotti di prim'ordine" vuol dire che ci assumiamo anche la responsabilità della salute e della sicurezza dei clienti che utilizzano i prodotti. In tutto il mondo ci impegniamo a stabilire nuovi standard di compatibilità tra adesivi a contatto e salute dei consumatori. Questo vale soprattutto per l'uso dei solventi, spesso considerati negativamente dall'opinione pubblica per i loro possibili effetti negativi sulla salute e sull'ambiente. Di conseguenza, la sostituzione degli adesivi a base di solventi con altri prodotti alternativi è un obiettivo che i ricercatori di Henkel perseguono da anni.

Partendo dal 2010, ci prefiggiamo di dimezzare entro il 2020 la rimanente quantità di solventi contenuta negli adesivi al consumo. Un primo passo è stato compiuto proprio nel 2010 con la sostituzione del toluene in tutti gli adesivi a contatto destinati al segmento consumer nel mondo. Per eliminare del tutto in futuro i solventi e rendere applicabili le alternative, investiamo a lungo termine nello sviluppo di nuove tecnologie di base. La ricerca si focalizza su sistemi ad acqua ancor più efficaci e su innovativi meccanismi di reticolazione.



Il sistema Lineguard Supervisor di Henkel, per il controllo e il monitoraggio continuo dei processi di pre-trattamento dei metalli, permette di stabilire con precisione la quantità di sostanze chimiche necessarie. Oltre a evitare un dosaggio eccessivo, il sistema uniforma la qualità dei rivestimenti.

Emissioni di gas serra degli adesivi Liofol¹⁾
in percentuale di CO₂ per kg

A base di solventi 2,88



A base d'acqua 3,59



Senza solventi 0,93



- Componente di base (materiale poliuretano)
- Indurente
- Perdite di solvente
- Produzione di adesivi
- Consumo energetico durante la fase d'applicazione
- Trasporto e imballaggio

¹⁾ Per 100 m² di pellicola/laminato.

L'impronta di carbonio degli adesivi per laminati Liofol per l'incollaggio di pellicole/lamine d'imballaggio

In Germania, nell'ambito del progetto "Product Carbon Footprint" (PCF), abbiamo messo a confronto tre diversi tipi di adesivi per laminati del nostro marchio Liofol per determinarne l'impronta di carbonio: un sistema a base di solventi, uno a base d'acqua e un altro privo di solventi. In tutti e tre i casi è emerso che la maggiore percentuale di emissioni di gas serra è generata durante la produzione del componente di base. Inoltre, è il tipo di adesivo che determina principalmente il processo di laminazione e le relative emissioni. Per i sistemi a base di solventi e a base d'acqua,

l'energia necessaria all'applicazione e all'asciugatura è quella che più incide sulle emissioni. Tra i tre analizzati, l'adesivo privo di solventi ha registrato una minore impronta di carbonio poiché non richiede praticamente alcun ulteriore apporto di energia durante il processo di laminazione. In generale, la percentuale di emissioni legata agli adesivi durante la produzione degli imballaggi per alimenti è solo una piccola parte dell'impronta di carbonio dell'intera confezione: meno del 5%.

www.pcf-projekt.de



Oltre il 90% degli adesivi Henkel per pavimentazioni venduti in Germania presenta il marchio di qualità EMICODE EC1 attestante che i prodotti generano basse emissioni. Inoltre, nel 2010 otto prodotti del marchio specifico Thomsit per tecnologia delle pavimentazioni hanno ottenuto l'etichetta ambientale "Blue Angel". www.thomsit.com

Un uso più sicuro grazie a comunicazione, assistenza e formazione

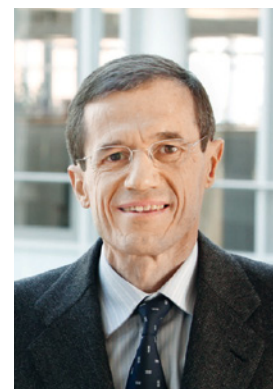
Per Henkel qualità non significa solo sviluppo e vendita di prodotti a elevate prestazioni ma anche l'offerta di servizi e assistenza ai clienti di tutto il mondo. Condividiamo con i clienti le nostre conoscenze e competenze tecniche indicando loro come utilizzare i prodotti in modo efficiente e sicuro. Il nostro modello di gestione delle sostanze chimiche negli Stati Uniti, per esempio, facilita la selezione, la lavorazione e lo smaltimento delle sostanze. Il sistema ProControl di Henkel, un dispositivo di misurazione installato direttamente sulle linee di produzione, permette ai clienti di monitorare con precisione le percentuali di consumo degli adesivi. In taluni casi, l'impiego dell'adesivo hot-melt Technomelt Supra Cool 130 per imballaggi industriali consente quasi di dimezzare la quantità di prodotto applicato. In Europa centrale e orientale, i centri di formazione Ceresit insegnano agli artigiani come utilizzare al meglio i nostri prodotti per l'edilizia.



Le schiume poliuretaniche sono presenti nelle cassette degli attrezzi di molti appassionati del fai-da-te. A dicembre 2010 alcuni Stati membri dell'Unione europea hanno messo al bando nei punti di vendita con modalità self service le schiume poliuretaniche contenenti una percentuale superiore all'1% di metilene difenil diisocianato (MDI). La nuova schiuma poliuretanica Pattex Power contiene meno dell'1% di MDI ed è pertanto in vendita. www.pattex.com

"Per Henkel la tutela della salute e della sicurezza è un obiettivo prioritario nello sviluppo di prodotti destinati al segmento degli adesivi per artigiani, consumatori e settore edilizio. Uno dei risultati conseguiti nel 2010 è l'eliminazione del toluene e del cloruro di metilene dagli adesivi al consumo e la sostituzione di queste sostanze con altre prive di solventi. Entro il 2020 puntiamo a dimezzare complessivamente l'uso di solventi nei nostri adesivi al consumo."

In numerosi mercati come Cina, Emirati Arabi, Brasile e Stati Uniti, Henkel è anche membro del Green Building Council nazionale, un organismo con un'ampia base di partecipazione che si prefigge di sensibilizzare sul tema degli standard per i metodi e i prodotti di edilizia sostenibile e di promuoverne lo sviluppo.



Enric Holzbacher
Membro del Comitato
per lo Sviluppo Sostenibile
nell'ambito della Divisione
Adesivi e Tecnologie.

L'intervista completa
a Enric Holzbacher
è disponibile al seguente
indirizzo:



www.henkel.com/sr2010 | 39

Henkel sponsor del padiglione tedesco all'EXPO mondiale 2010 di Shanghai

L'EXPO 2010 di Shanghai, Cina, e il padiglione tedesco sono stati allestiti all'insegna del motto: "Città migliore, vita migliore", uno slogan che sta assumendo sempre più rilevanza soprattutto in Asia. Le cifre relative alla crescita della popolazione e il boom dell'urbanizzazione hanno reso lo Sviluppo Sostenibile un obiettivo irrinunciabile per le grandi metropoli del futuro. Con la sponsorizzazione del padiglione tedesco all'EXPO abbiamo voluto sottolineare l'importanza di questa tematica nello sviluppo dei nostri prodotti. I nostri adesivi contribuiscono già al progresso di nuove tecnologie quali le centrali elettriche a

energia solare e le auto elettriche. I prodotti professionali a marchio Thomsit, Pattex, Sista, Tangit e Metylan sono costantemente utilizzati da artigiani professionisti e da tecnici di edilizia per i lavori nelle diverse parti degli edifici, dalla cantina al tetto. In tutto il mondo offriamo una ampia varietà di soluzioni, tra cui sigillanti per giunti, schiume e pannelli isolanti nonché membrane impermeabilizzanti che consentono di sigillare in modo professionale porte, finestre e facciate aumentando l'efficienza energetica degli edifici.

In Cina, Henkel è co-fondatore dell'External Thermal Insulation Composite System Quality Alliance (ETICS QA), un'iniziativa finalizzata a promuovere metodi di costruzione ecocompatibili e ad aumentare l'efficienza energetica degli edifici.



www.etics.com.cn/english

Personale

Come incentiviamo e premiamo i nostri dipendenti



Beth Sadler a sinistra) e Angela Curley di Henkel Nord America hanno partecipato a uno dei circa 5.000 workshop su "Vision e Valori" organizzati nel 2010. Nei team, insieme ai colleghi, hanno discusso le diverse modalità con cui è possibile applicare quotidianamente la nuova Vision e i nuovi Valori nelle rispettive sfere d'attività.

Un approccio comune a livello mondiale

I workshop sulla Vision e i Valori estesi a livello globale sono iniziati il 24 settembre 2010 nell'ambito di una giornata intitolata "Henkel Day". In ogni parte del mondo – Africa, Asia, Australia, Europa o Stati Uniti – i team composti da dipendenti Henkel hanno esaminato insieme ai loro responsabili la nuova Vision e i nuovi Valori aziendali. Nel corso del 2010, tutti i dipendenti hanno partecipato a uno di questi workshop, incentrati sul poster "Dialog Map", che ha rappresentato la base di confronto per i manager e i loro gruppi.

Al termine del workshop, durato circa tre ore, ogni team ha elaborato un piano d'azione concreto, con relative tempistiche, assegnando responsabilità precise per la sua attuazione. La Dialog Map ha permesso di definire con precisione i diversi piani di azione e di formularli per iscritto.

I workshop dimostrano come Henkel attua concretamente la Vision e i Valori aziendali attraverso il dialogo e il lavoro di team. Il successo dell'azienda nasce dalla conoscenza e dalla condivisione dello spirito di impresa. I Valori guidano il personale in tutte le decisioni da prendere nel lavoro quotidiano. In questo modo, ciascun dipendente dà il suo contributo per mettere in pratica la nostra Vision.

 www.henkel.com/sr2010 | 40



Su un poster intitolato "Dialog Map", i team hanno annotato i risultati della discussione esprimendo considerazioni e commenti.



Come attestato dell'impegno assunto hanno firmato personalmente il poster.

Vivere una "cultura vincente"

Henkel è un'azienda che opera a livello mondiale. L'80% del nostro personale lavora fuori dai confini tedeschi. Questa dimensione internazionale e diversità richiede come fattore di coesione globale che la Vision sia condivisa e che i Valori aziendali siano applicati da tutti. Nel 2010 la Vision è stata ridefinita e i Valori sono stati riformulati per permettere a Henkel di instaurare una cultura vincente. Questa cultura è attuata da persone dotate di spirito di impresa e richiede l'assunzione di responsabilità da parte del singolo, riconoscimento del merito personale, lealtà e spirito di squadra. Alla base vi sono le regole stabilite dal Codice di Comportamento: rispetto della dignità personale e del diritto alla privacy di tutti i dipendenti e adesione ai principi di eguaglianza e lealtà.

www.henkel.com/sr2010 | 41

Supportiamo lo sviluppo di una cultura vincente attraverso prassi sostenibili di gestione delle risorse umane in tutte le attività riguardanti la sfera del personale, dall'assunzione, alle iniziative per "trattenere" i talenti in azienda, ai programmi di formazione e aggiornamento, inclusi altri aspetti quali valutazione del rendimento, retribuzione, diversità e assistenza sanitaria.

Nuovo sistema di valutazione dei manager: distinzione tra potenzialità e prestazioni

Siamo un'azienda di successo grazie alle persone che vi lavorano. Sono loro che fanno la differenza. Pertanto, i dipendenti si attendono giustamente che il loro impegno sia riconosciuto e premiato. In base alla Vision e ai Valori, incentiviamo tutte le persone che perseguono i propri obiettivi con spirito costruttivo e determinazione. Per questo nel 2010 abbiamo rivisto il nostro sistema di valutazione e retribuzione in modo da renderlo più in linea con le crescenti esigenze dei nostri mercati.

Estensione del nostro sistema di valutazione

Dai nostri dipendenti ci attendiamo prestazioni eccellenti in linea con la nostra Vision e i Valori. Il nostro nuovo sistema di valutazione, applicabile a livello globale, distingue tra prestazioni e potenzialità e consente ai manager di determinare in modo più preciso il proprio contributo al successo

"I nostri dipendenti si attendono una cultura aziendale in cui possano identificarsi e contribuire al suo sviluppo. Per questo abbiamo organizzato i workshop in concomitanza con la presentazione della nuova Vision e dei nuovi Valori. Tutto il personale Henkel vi ha preso parte. In definitiva, è possibile instaurare una cultura vincente solo se tutti i dipendenti si impegnano a perseguire la Vision e i Valori e a metterli in pratica nel loro lavoro quotidiano in azienda".

aziendale. Ogni anno si valutano i risultati dei manager conseguiti nell'anno precedente e le loro potenzialità future. In anticipo, i manager possono anche presentare ai supervisor un'autovalutazione corredata di indicazioni concrete e commenti. Nel corso delle "valutazioni annuali dei talenti", le cosiddette Tavole rotonde sullo Sviluppo, i supervisor discutono la valutazione dei manager e decidono se sia necessaria un'ulteriore formazione. Tutti i manager ricevono un feedback completo sul loro rendimento, sulle potenzialità e sugli aspetti da sviluppare ulteriormente. Insieme, vengono poi concordate le linee future sotto forma di un piano di sviluppo personalizzato e vengono intraprese misure di sostegno mirate.

www.henkel.com/sr2010 | 43



Kathrin Menges
Responsabile globale
Risorse Umane

L'intervista completa
a Kathrin Menges
è al seguente indirizzo:

www.henkel.com/sr2010 | 42

1.337

i manager nel mondo
promossi internamente
da Henkel nel 2010.

Circa il **70%**
dei nostri manager ha preso
parte ai 689 seminari di
formazione sulla leadership
organizzati nel 2010.

Circa il **29%**

del nostro personale in 57 Paesi ha aderito al piano di partecipazione azionario.

Circa il **65%**

del personale che non ricopre ruoli manageriali condivide i risultati aziendali di Henkel attraverso componenti retributive basate sulle performance.

Per saperne di più sulle retribuzioni e sul piano di partecipazione azionario:



www.henkel.com/sr2010 | 44

Oltre **110**

nazionalità contribuiscono al successo globale di Henkel.

Circa il **32%**

del nostro personale nel mondo è costituito da donne.

Un nuovo sistema di retribuzione: riconoscimento dei risultati individuali

Il riconoscimento dei risultati individuali rafforza lo spirito di impresa e le strategie di azione. Una politica di retribuzione equa, in linea con le prassi del mercato è pertanto un elemento fondamentale della nostra cultura aziendale. Non viene riconosciuta alcuna differenza nelle retribuzioni del nostro personale maschile e femminile. Da gennaio 2011, un'ulteriore componente fondamentale della nostra cultura vincente è la revisione dell'Incentivo globale a breve termine (Global Short-Term Incentive, o STI) per tutti i manager. Si tratta di una misura finalizzata a stimolare l'orientamento ai risultati offrendo maggiori incentivi per i rendimenti migliori. STI è composto dalla valutazione dei risultati del Gruppo Henkel, di quelli del team e di quelli individuali. La novità consiste nel fatto che, rispetto al passato, i risultati individuali incidono molto di più sugli incentivi assegnati a ciascun manager.

La diversità in Azienda

Valorizziamo le diverse culture e competenze dei nostri dipendenti e le consideriamo risorse fondamentali per l'Azienda perché ci aiutano a comprendere meglio i nostri mercati e ad assicurare il successo aziendale nel lungo periodo. La strategia di gestione della diversità in Henkel non si concretizza nell'assegnazione di quote ma nella opportunità offerta a ogni persona di crescere il più possibile professionalmente. Vogliamo disporre dei migliori team a livello mondiale, in termini di competenza e potenzialità, indipendentemente dall'età, dal sesso o dalla nazionalità.

Un'iniziativa mondiale per promuovere la diversità e l'integrazione

Nel 2010, in base alla politica di diversità e integrazione approvata nel 2009, i nostri ambassador per la diversità hanno creato in tutto il mondo network e gruppi di lavoro dedicati a diverse tematiche. In particolare sono stati sviluppati programmi di mentoring in cui manager esperti (mentori) trasmettono le loro conoscenze a giovani manager (allievi) in un contesto informale aiutandoli a sviluppare le loro competenze professionali e qualità personali. Diverse anche le iniziative promosse per richiamare l'attenzione sul rapporto famiglia e lavoro. Sosteniamo anche a livello finanziario l'associazione che promuove la "Charta der Vielfalt", la Carta tedesca della diversità per stimolare ulteriormente il dibattito sul tema in Germania. Inoltre, nel 2010, in seguito a un audit abbiamo rinnovato il certificato "Famiglia e lavoro", che sarà valido fino al 2013.

www.henkel.com/sr2010 | 45



Un premio alla politica di sostegno al personale anziano
A Bruxelles, nel mese di novembre, l'American Association of Retired Persons (AARP) ha conferito a Henkel il premio "International Innovative Employer Award 2010" per la sua politica di incentivi al personale più anziano. Il premio è stato ritirato da Kathrin Menges (al centro), Responsabile globale delle Risorse Umane, e da Regina Neumann-Busies, Servizi Sociali. www.aarp.org

Iniziative promosse nel 2010 dal nostro team sulla diversità

Stati Uniti, Russia e Germania: avvio di programmi di mentoring; inizia la Russia, seguita da Stati Uniti e Germania.

Benelux: estensione a tutte le divisioni dell'attuale programma di mentoring intergenerazionale che ha riscosso grande gradimento tra i dipendenti. Secondo i partecipanti al programma questa iniziativa ha permesso di ampliare le loro conoscenze e di acquisire maggiore fiducia in se stessi. I mentori, a loro volta, sono gratificati dal trasmettere le proprie esperienze e dal confronto sia sul piano delle idee sia pratico con i colleghi più giovani.

Messico: introduzione di misure speciali per conciliare in modo equilibrato vita privata e professionale e sostenere le donne che ricoprono ruoli manageriali in modo da permettere loro di concentrarsi meglio ed essere più produttive sul lavoro.

Italia: da colloqui con gruppi di interesse sono nate linee guida sul telelavoro da casa, un'opportunità che può permettere a uomini e donne di conciliare meglio vita privata e lavoro.

Francia: nell'arco di due anni è stato condotto un audit sul tema famiglia-lavoro partendo da colloqui con gruppi d'interesse e da un sondaggio tra il personale effettuato sulla Intranet.

Germania: presso il sito di Düsseldorf si è svolto il secondo "Women's Networking Day", organizzato dal Frauennetzwerk, la rete di sostegno alle donne. Ora le donne manager godono di maggiore visibilità e la rete conta più adesioni.

Germania: "Henkel Networking Circle" continua ad accogliere nuovi manager mentre "Expatriate Network" favorisce l'integrazione dei dipendenti trasferiti in Germania da altri Paesi. Le due organizzazioni hanno sostenuto la "Settimana Internazionale" promossa presso il sito di Düsseldorf per promuovere una migliore interrelazione tra i dipendenti di diverse nazionalità.



Workshop sui diritti umani

In collaborazione con un consulente di formazione esterno, un team interdisciplinare formato da dipendenti Henkel ha analizzato temi inerenti ai diritti umani per verificarne la rilevanza e i rischi per Henkel. I partecipanti provenivano da funzioni importanti quali Direzione, Risorse umane, Compliance, Acquisti, Comunicazione aziendale.



Dialogo in ambito sociale

Elemento fondamentale dei nostri Standard Sociali è la tutela del diritto di associazione. Gli interessi dei dipendenti sono rappresentati da consigli di fabbrica, sindacati indipendenti o da altre forme di rappresentanza come per esempio le assemblee del personale (foto). Nei Paesi in cui non è prevista né stabilita alcuna rappresentanza del personale, i dipendenti comunicano in forma più informale direttamente con il management.

Revisione dei nostri Standard Sociali

Dal 1994 nella mission e nei principi aziendali ci impegniamo a integrare responsabilmente i valori sociali nella nostra politica aziendale. Con l'introduzione del Codice di Comportamento nel 2000 e con l'adesione al Global Compact delle Nazioni Unite nel 2003, abbiamo ribadito con chiarezza il nostro sostegno alla tutela dei diritti umani.

I nostri Standard Sociali, pubblicati nel 2006 e validi a livello globale, esprimono in termini concreti i valori in cui crediamo. In essi sono integrati i requisiti principali tratti dalle linee guida dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO), dal Global Compact, dalle linee guida dell'OCSE per le imprese multinazionali e dallo Standard di Responsabilità sociale (SA 8000). Gli Standard Sociali affrontano i seguenti aspetti:

- orari di lavoro, retribuzione e diritto alle ferie;
- discriminazione;
- lavoro minorile e lavoro forzato;
- conflitti di interesse e corruzione;
- libertà di associazione e contrattazione collettiva;
- salute e sicurezza;
- impatto sociale e valutazione;
- fornitori di beni e di servizi.

Nel 2010 abbiamo ridefinito i nostri Standard Sociali precisandoli ulteriormente in modo da essere più facilmente attuati dal personale. L'aggiornamento era inoltre necessario in vista dell'ulteriore sviluppo degli standard internazionali. Gli Standard Sociali fanno parte del nostro programma di audit esteso a tutta l'Azienda, come spiegato a **SR** Pag. 7.

“Oggi la cooperazione e lo scambio di conoscenze sono determinanti per un'efficace applicazione degli Standard Sociali lungo la catena del valore. Per questo ci impegniamo nell'ambito di workshop, gruppi di esperti e iniziative di governo affinché possiamo imparare da altri e condividere con loro la nostra esperienza. Inoltre, aggiorniamo costantemente i nostri Standard Sociali per renderli più applicabili ed effettuiamo audit aziendali per migliorare ulteriormente i processi.”

Scambio e confronto in ambito internazionale

Il confronto tra esponenti del mondo accademico e professionisti in tema di Sostenibilità ci permette di recepire nuove idee e prospettive nella gestione delle risorse umane. In quest'ottica, partecipiamo attivamente al gruppo di lavoro “People Matter” nell'ambito del Consiglio mondiale delle imprese per lo Sviluppo Sostenibile (WBCSD). Il gruppo sviluppa modelli ed elabora esempi di studio che illustrano come coinvolgere il personale nell'impegno a favore della Sostenibilità.

Henkel è anche membro del forum trasversale sulla Sostenibilità nell'ambito del Ministero federale tedesco del lavoro e degli affari sociali. Il forum ha sviluppato un piano d'azione finalizzato a costituire basi ancora più solide per la Responsabilità Sociale d'Impresa in Germania e a supportare le piccole e medie imprese nell'introduzione di elementi di Sostenibilità.

www.csr-in-deutschland.de

Per saperne di più sul dialogo in ambito sociale:



www.henkel.com/sr2010 | 46



Rolf Schlue

Membro del Comitato per lo Sviluppo Sostenibile nell'ambito della Gestione delle Risorse Umane.

L'intervista completa a Rolf Schlue è disponibile al seguente indirizzo:



www.henkel.com/sr2010 | 47

Per saperne di più sulle iniziative di sensibilizzazione del personale in tema di Sostenibilità:



Pag. 38.

L'impegno sociale richiede spirito d'iniziativa

Il nostro impegno nei confronti della società

L'impegno sociale è saldamente ancorato nella nostra cultura aziendale e nei nostri Valori fin dalla fondazione dell'Azienda. Questo impegno si riflette nell'attività quotidiana dei nostri dipendenti. Sotto il cappello di Henkel Smile confluiscano tutte le iniziative internazionali di cittadinanza d'impresa che si prefiggono altre finalità oltre gli immediati interessi di business. In collaborazione con clienti, consumatori e organizzazioni senza scopo di lucro, operiamo in tutto il mondo principalmente in tre direzioni: sostenendo le attività di volontariato dei dipendenti, fornendo aiuti d'emergenza e impegnandoci come Azienda e con i nostri marchi per finalità sociali.



www.henkel.com/smile

Le cifre dell'impegno del personale nel 2010:

- 1.196.000 euro in donazioni di fondi
- 147.000 euro in donazioni di prodotti
- 54 giorni di ferie retribuiti

La distribuzione geografica del nostro impegno sociale:



Pag. 2 e 3.

L'attenzione al volontariato dei dipendenti

L'attività di volontariato dei dipendenti è il cuore del nostro impegno. In Germania è sostenuta dal 1998 attraverso l'iniziativa "Make an Impact on Tomorrow" (MIT) che dal 2002 viene attuata a livello internazionale. Oggi Henkel dedica ai progetti MIT circa il 40% dei fondi disponibili a livello globale.

Sosteniamo attività che si prefiggono finalità sociali nel campo dell'istruzione e della scienza, della salute, della cultura e dell'ecologia. I dipendenti in servizio e in pensione che svolgono attività di volontariato nel tempo libero possono ricevere da Henkel fino a 10.000 euro per i loro progetti, cinque giorni di ferie retribuiti oppure donazioni in prodotti Henkel. Il dipartimento donazioni garantisce loro anche consulenza professionale per ogni necessità.

Aiuti d'emergenza e l'impegno a Haiti

Il disastroso terremoto di Haiti verificatosi nel gennaio 2010 ha mobilitato le organizzazioni umanitarie, compresa la sezione tedesca dell'associazione senza fini di lucro International Search and Rescue (I.S.A.R. Germany). Questa organizzazione non governativa, l'unica in Germania accre-



In seguito al terremoto del 2010 a Haiti, Joschka Jugelt, apprendista presso la squadra antincendio dello stabilimento Henkel di Düsseldorf, e Henning Steff (a destra nella foto), ex tirocinante di Henkel, hanno chiesto all'Azienda di sostenere I.S.A.R. Germany. Entrambi, nel tempo libero sono volontari presso quest'organizzazione umanitaria. Henkel ha elargito immediatamente un contributo finanziario all'I.S.A.R. e ha donato prodotti per la cura personale e adesivi per suture.

www.isar-germany.de

ditata dalle Nazioni Unite, è specializzata in operazioni di ricerca e salvataggio e in soccorsi medici alle persone rimaste sepolte sotto le macerie. Nel 2009 Henkel aveva sostenuto l'I.S.A.R. finanziando un progetto MIT presentato da un apprendista. Due giorni dopo il sisma, l'Azienda ha donato 20.000 euro per soccorrere i terremotati attraverso l'I.S.A.R.

Henkel ha offerto un contributo anche ad altre organizzazioni umanitarie donando 50.000 saponi, 2.880 flaconi di shampoo e 32.400 unità di adesivi per sutura da utilizzare per le cure mediche prestate alla popolazione di Haiti. Inoltre, ha erogato fondi ai dipendenti in servizio e in pensione sostenendo così i loro progetti locali a beneficio dei terremotati. In questo modo altre sette iniziative a favore dei bambini di Haiti hanno ricevuto una somma pari a 61.700 euro.

Una nuova Fondazione

Nel gennaio del 2011 Henkel ha istituito la Fondazione Fritz Henkel in cui confluirà in futuro tutto il nostro impegno sociale. La sua nascita dimostra l'impegno a lungo termine di Henkel nel campo sociale e il suo interesse per altre finalità oltre a quelle di business. La mission della Fondazione è sostenere il volontariato dei dipendenti, erogare aiuti in caso di calamità internazionali e supportare l'impegno dell'Azienda e dei suoi marchi.

Gli aspetti principali del lavoro della Fondazione saranno definiti da un organo direttivo composto da rappresentanti della dirigenza aziendale e da membri della famiglia Henkel.



Il progetto Futurino di Persil – Grazie al sostegno di questo marchio della Divisione Detergenza, l'asilo infantile St. Franziskus di Wesel ha realizzato due laboratori per l'infanzia, dotati di arredi e attrezzature professionali, per un valore complessivo di 6.200 euro. Effettuando esperimenti, i bambini acquisiscono familiarità con le reazioni chimiche e con le conoscenze di base nelle scienze naturali. www.persil.de/projekt-futurino

L'impegno dei marchi

Marchi e tecnologie forti costituiscono il nucleo centrale di Henkel. Attraverso le nostre divisioni e i nostri marchi, sosteniamo attività in campo sanitario, ecologico, culturale, scolastico e scientifico nonché iniziative a sfondo sociale. In caso di necessità, attuiamo progetti in collaborazione con partner competenti. Henkel stabilisce rapporti di cooperazione e buon vicinato nelle regioni e nei Paesi in cui è presente con i suoi stabilimenti e i suoi marchi.

Alcuni esempi di marchi impegnati nel sociale: Persil che partecipa al progetto "Futurino", e Schwarzkopf che, oltre al progetto "Tribute to Bambi", sostiene la formazione professionale di artigiano decoratore (foto in alto).



"Tribute to Bambi" – Grazie al costante impegno del marchio Schwarzkopf della Divisione Cosmetica, anche nel 2010 sono stati selezionati e sostenuti tre progetti a favore dell'infanzia e dei giovani. www.tributetobambi.de



Professionisti con Metylan – Questo marchio della Divisione Adesivi e Tecnologie ha premiato tutti e sei i vincitori con un assegno di 5.000 euro da utilizzare per proseguire la formazione e conseguire la qualifica di mastro artigiano (prima fila da sinistra): Insa Kaiser, Kristina-Laura Schmitt, Tobias Anton; (seconda fila da sinistra) Andre Coelho Santos, Ronny Gey e Evgenij Stulenko. www.meistercasting.de

Progresso sociale

Attraverso l'impegno e l'attività di volontariato svolta in tutto il mondo nell'ambito di numerosi progetti, i nostri dipendenti ed ex dipendenti in pensione contribuiscono al progresso sociale e agli Obiettivi di Sviluppo del Millennio delle Nazioni Unite. Oltre la metà dei progetti MIT migliora le condizioni di vita nei Paesi emergenti e in via di sviluppo. In molti casi, da solo un progetto MIT contribuisce a diversi Obiettivi di Sviluppo del Millennio. www.un.org/millenniumgoals

Nel 2010 circa

730.000

persone nel mondo hanno ricevuto un aiuto attraverso i progetti Henkel Smile.

Percentuale di progetti MIT per ciascun Obiettivo di Sviluppo del Millennio delle Nazioni Unite

1. Eliminare la povertà estrema e la fame

33%

2. Garantire l'istruzione primaria universale ai giovani di entrambi i sessi

47%

3. Promuovere le pari opportunità

2%

4. Ridurre la mortalità infantile

3%

1%

5. Migliorare la salute materna

7%

6. Combattere HIV/AIDS, malaria e altre malattie

6%

7. Assicurare la Sostenibilità ambientale

1%

8. Sviluppare un'alleanza globale per lo sviluppo

Salute e sicurezza sul lavoro

Nel 2010, migliaia di dipendenti nel mondo hanno partecipato a iniziative focalizzate su tematiche inerenti la salute come: i tumori riguardanti l'intestino, la pelle e il seno ma anche l'alimentazione sana, la prevenzione delle dipendenze, la gestione dello stress o i disturbi alla schiena. È inoltre offerta l'opportunità di svolgere attività sportive per migliorare la forma fisica. Esempi:



www.henkel.com/sr2010 | 48

La salute dei dipendenti

Attraverso programmi specifici, controlli medici periodici e altre iniziative, ci prefiggiamo di tutelare la buona salute dei nostri dipendenti e di garantire la loro capacità lavorativa a lungo termine. In quest'ottica adottiamo misure preventive per eliminare i rischi sul lavoro suscettibili di causare lunghe malattie e situazioni di inabilità. Le attività sono decise da un "Comitato direttivo sulla salute" e dai suoi gruppi di lavoro dedicati alla gestione di salute, demografia e disabilità. Le singole consociate di Henkel elaborano programmi incentrati su aspetti sanitari diversi a seconda delle esigenze locali. In molti casi non sono circoscritti ai confini aziendali ma includono anche i familiari dei dipendenti.

Gestione di carichi di lavoro sempre più pesanti

In uno scenario sempre più complesso e in evoluzione i dipendenti devono soddisfare aspettative di rendimento più elevate. Ne consegue che i programmi di salute concernenti gli aspetti psicologici acquistano sempre maggiore importanza. Henkel fornisce massima assistenza ai suoi dipendenti e in molti Paesi, attraverso specifici programmi, offre consulenza su particolari tematiche: sulla gestione del tempo, dello stress e dei conflitti. Altre iniziative si prefiggono l'attuazione di orari più flessibili, per conciliare meglio lavoro e tempo libero e ridurre lo stress connesso all'occupazione.

Obiettivo: Zero Infortuni

Henkel attribuisce massima priorità alla sicurezza sul lavoro. Ci proponiamo di migliorare costantemente le misure di tutela della salute e della sicurezza per garantire in tutto il mondo un contesto lavorativo privo di rischi. Il nostro obiettivo a lungo termine è sempre lo stesso: "Zero Infortuni". Grazie ai progressi conseguiti fino al 2007, ci siamo prefissi un obiettivo intermedio: ridurre ulterior-

mente gli infortuni sul lavoro del 20% entro il 2012. In anticipo, già nel 2010, abbiamo raggiunto il risultato. Per conseguire l'obiettivo a lungo termine, continuiamo a organizzare in tutto il mondo programmi di formazione sulla sicurezza.

www.henkel.com/sr2010 | 49

Infortuni mortali sul lavoro nel 2010

In seguito al nostro intenso impegno nella tutela della sicurezza sul lavoro, nel 2010 il numero degli infortuni in Henkel è diminuito notevolmente rispetto alle statistiche internazionali. Purtroppo, nonostante il nostro impegno, nel corso dell'anno si sono verificati cinque infortuni mortali. Tre dipendenti Henkel sono deceduti in incidenti automobilistici avvenuti durante l'orario di lavoro. Due dipendenti di imprese esterne hanno perso la vita mentre lavoravano per Henkel presso i nostri stabilimenti; uno di loro è caduto da un'impalcatura, malgrado indossasse i dispositivi di protezione individuale e avesse ricevuto un'adeguata formazione; l'altro è stato investito mortalmente da un autocarro presso un nostro sito.

Negli ultimi anni, in tutto il mondo si è registrato un aumento degli incidenti automobilistici. Nel 2010, pertanto, in diversi Paesi abbiamo adottato regolamenti ancora più severi sull'uso di veicoli aziendali e a noleggio. Per esempio, sono state specificate le caratteristiche di sicurezza di cui devono essere obbligatoriamente dotate le auto a noleggio. Inoltre, investiamo maggiormente in corsi di guida sicura per i nostri agenti.

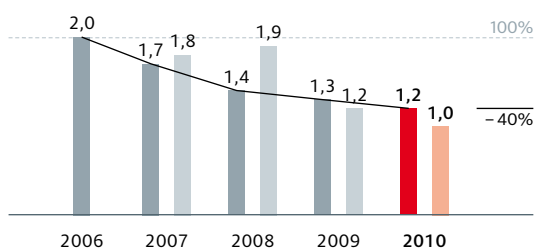
Gli incidenti subiti dai dipendenti di imprese esterne all'interno di siti Henkel indicano che, malgrado la notevole formazione già fornita, dobbiamo intensificare ulteriormente i corsi di sicurezza comportamentale per il personale esterno e controllare con maggiore rigore il rispetto delle regole.

83%

i nostri siti di produzione nel mondo che non hanno subito incidenti nel 2010.

Infortuni sul lavoro per 1 milione di ore lavorate

Almeno un giorno di inabilità (esclusi gli incidenti durante gli spostamenti da/verso il lavoro)

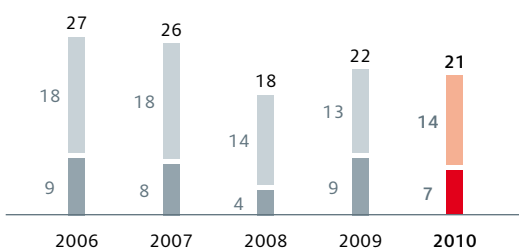


■ Personale Henkel
■ Personale di imprese esterne che lavora presso i siti Henkel con contratto di collaborazione diretta (incluso per la prima volta nel 2007)

Rientra negli indicatori il 99% del personale Henkel.

Infortuni gravi sul lavoro

Oltre 50 giorni di inabilità



■ Infortuni durante le attività di produzione
■ Infortuni durante il movimento o gli spostamenti sul posto (es. inciampi)

Rientra negli indicatori il 99% del personale Henkel.

Andamento degli indici

La curva degli indici sui grafici indica i progressi compiuti relativamente agli infortuni sul lavoro rispetto alle ore lavorate (per milione di ore lavorate).

~ La base di riferimento per la curva degli indici è l'anno 2006 (= 100%).

Indicatori sociali

Personale (al 31 dicembre)	2008	2009	2010
Henkel nel mondo	55.142	49.262	47.854
Struttura della forza lavoro			
– Personale non manageriale	82,0%	80,0%	79,8%
– Manager	16,6%	18,4%	18,6%
– Top manager ¹⁾	1,4%	1,6%	1,6%
Fluttuazione del personale a livello mondiale ²⁾	5,7%	4,9%	4,6%

¹⁾ Comitato Direttivo, Corporate Senior Vice President, Direzioni I e IIA

²⁾ In base alle dimissioni del personale

Nazionalità (al 31 dicembre)	2008	2009	2010
Henkel	109	116	119
Manager	77	82	82
Presso la sede centrale di Düsseldorf	51	48	50
Comitato Direttivo	4	4	4

Percentuale di donne (al 31 dicembre)	2008	2009	2010
Henkel	32,9%	31,8%	32,1%
Manager	26,4%	27,4%	28,7%
Top manager ¹⁾	13,7%	16,4%	17,0%

¹⁾ Comitato Direttivo, Corporate Senior Vice President, Direzioni I e IIA

Età e anzianità (al 31 dicembre)	2008	2009	2010
Anzianità media in anni	9,8	11,0	10,3
Età media dei dipendenti	39,4	39,3	39,4
Composizione di età			
16 – 29	19,5%	18,7%	18,1%
30 – 39	32,7%	34,2%	34,4%
40 – 49	29,6%	29,7%	29,7%
50 – 65	18,2%	17,4%	17,7%

Sviluppo del personale (al 31 dicembre)	2008	2009	2010
Promozione interna (manager)	1.877	1.462	1.337
Programmi di scambio internazionale	433	443	470
Apprendisti (Germania)	510	511	487
Numero medio di giorni di formazione	2	2	2

Piano di partecipazione azionario (al 31 dicembre)	2008	2009	2010
Percentuale di dipendenti che detengono azioni Henkel	27,4%	28,4%	29,3%

Personale in contratti collettivi di lavoro (al 31 dicembre)	2008	2009	2010
Percentuale nel mondo	44%	44%	44%
Percentuale nell'Unione Europea (UE)	79%	79%	79%

Impegno sociale (al 31 dicembre)	2008	2009	2010
Numero complessivo di progetti finanziati	2.476	2.155	2.493
Totale persone sostenute	–	500.000	730.000
Giorni di permesso retribuito per progetti promossi dai dipendenti	285	318	54
Donazioni in migliaia di euro (donazioni finanziarie e in prodotti, esclusi i permessi retribuiti)	7.529	7.684	6.087
Donazioni finanziarie per progetti promossi dai dipendenti come percentuale delle donazioni complessive	42%	55%	41%

Nelle cifre del 2010 relative al personale si evidenziano uno sviluppo positivo dell'andamento economico generale e gli effetti dei nostri programmi di ristrutturazione. A fine anno, la cifra complessiva è leggermente diminuita (1.408 unità in meno rispetto all'anno precedente), scendendo a 47.854 dipendenti.

Gli strumenti di fidelizzazione dei dipendenti, la gestione dei talenti e la strategia di diversità contribuiscono a una fluttuazione del personale bassa.

La dimensione internazionale della nostra forza lavoro è il risultato di una politica aziendale finalizzata ad assegnare ai dipendenti locali i ruoli manageriali locali e ad assicurare la presenza di team internazionali presso la nostra sede centrale in Germania.

Rispetto alle statistiche internazionali, Henkel impiega una percentuale globale di personale femminile relativamente elevata. Ciò vale anche per il personale manageriale. Nella dirigenza di livello più alto si registra un cambiamento positivo, risultato di una coerente applicazione della nostra strategia di diversità.

L'età media del nostro personale è rimasta costante negli anni. I pensionamenti sono regolarmente bilanciati dall'assunzione di giovani. In questo modo ci assicuriamo che il personale di Henkel rispecchi in modo equilibrato una componente di dipendenti anziani, esperti e di giovani da sostenere nella crescita professionale.

In media, nel 2010 sono stati promossi cinque dipendenti al giorno, il che dimostra il dinamismo dell'Azienda e la sua esigenza di professionisti giovani e qualificati. Per condurre con successo le nostre attività a livello globale è indispensabile possedere una formazione internazionale. Per questo aumentano i programmi che permettono ai dipendenti di fare esperienze professionali all'estero con possibilità di scambi di personale tra le diverse consociate Henkel.

Nel 2010, poco meno di 3,6 milioni di azioni privilegiate sono state acquistate da dipendenti Henkel di 57 Paesi. Circa il 29% del personale detiene azioni Henkel.

Henkel vanta una lunga tradizione di dialogo formale e informale con i rappresentanti dei lavoratori anche in Paesi in cui non sono state costituite rappresentanze o associazioni sindacali.

Il numero di progetti è aumentato in seguito all'incremento delle donazioni sotto forma di prodotti. Ciò significa che è stato aiutato un maggior numero di persone, per esempio nel caso del terremoto di Haiti. Rispetto all'anno precedente, nel 2010 i progetti promossi dai dipendenti hanno richiesto un minor numero di permessi retribuiti. In generale, si possono richiedere un massimo di cinque giorni di permesso retribuito all'anno. Nel 2010 il volume di donazioni è stato inferiore perché i progetti hanno avuto una destinazione più mirata, perché si è registrata una necessità minore di aiuti finanziari per calamità naturali e perché precedenti finanziamenti di progetti erano stati già approvati nel 2009.

Il confronto con gli stakeholder

Perché per noi è importante un confronto aperto

Alla base della strategia e dei resoconti

Le soluzioni per attuare lo Sviluppo Sostenibile nascono dal confronto con tutti i gruppi sociali a livello locale, regionale e internazionale: clienti, consumatori, fornitori, dipendenti, azionisti, comunità locali, governi, associazioni, organizzazioni non governative ed esponenti del mondo accademico.

In un'ottica di dialogo è possibile comprendere quali aspetti dello Sviluppo Sostenibile interessano in modo specifico i singoli gruppi; più il confronto con gli stakeholder sulle sfide sociali future è intenso e in anticipo sui tempi più saremo in grado di integrarlo meglio e tempestivamente nelle nostre strategie d'azione.

Abbiamo sistematicamente integrato il dialogo con gli stakeholder in tutte le funzioni e divisioni.



www.henkel.com/sr2010 | 50



Carsten Tilger
Membro del Comitato
per lo Sviluppo Sostenibile
per la funzione Corporate
Communications.

L'intervista completa
a Carsten Tilger è disponibile
al seguente indirizzo:



www.henkel.com/sr2010 | 51

“La varietà di temi che interessano i nostri stakeholder e le informazioni che essi richiedono aumentano continuamente. Diventa sempre più importante scegliere gli strumenti di comunicazione e le forme di presentazione più adeguate a seconda dei destinatari. In ogni caso è fondamentale dialogare in maniera aperta, coerente e autentica. Solo così possiamo comunicare in modo credibile un argomento complesso come la Sostenibilità.”

Questo confronto aperto rappresenta la base per uno scambio di idee e un'opportunità di veder riconosciuta dalla società la nostra attività di impresa. Inoltre, arricchisce l'Azienda di nuove idee e ci permette di individuare immediatamente i rischi che potrebbero derivare dalle nostre attività. Il dialogo con gli stakeholder rappresenta quindi un importante contributo alla nostra strategia d'innovazione e di analisi dei rischi e costituisce la piattaforma per lo sviluppo della nostra strategia di Sostenibilità.

DIALOGO INTEGRATO

Sebbene le tematiche relative allo Sviluppo Sostenibile siano di natura globale, le priorità e le problematiche a livello locale differiscono molto tra loro. Per questo il confronto con gli stakeholder è stato integrato nelle divisioni, nelle funzioni e

nelle regioni in cui Henkel opera. Questo scambio fa sì che i problemi locali e regionali siano discussi dai nostri esperti del settore e dai gruppi di stakeholder interessati. Cerchiamo di elaborare le strategie e le soluzioni laddove saranno valutate e messe in pratica.

Strumenti, temi, durata e intensità del dialogo dipendono dai singoli gruppi di stakeholder e dalle specifiche tematiche di cui sono portavoce. Nel 2010 il personale Henkel ha preso parte a oltre 120 iniziative dedicate alla Sostenibilità in 25 Paesi.

Migliorare la consapevolezza nei confronti della Sostenibilità

Il comportamento quotidiano dei nostri circa 48.000 dipendenti è un fattore fondamentale perché garantisce che la Sostenibilità non rimanga solo un intento astratto. I principi di Sostenibilità diventano linee guida dei comportamenti e delle decisioni nell'ambito lavorativo quotidiano solo se tutti i dipendenti li conoscono e li assimilano. Per questo motivo, durante i workshop su Vision e Valori condotti nel 2010, tutti i dipendenti Henkel hanno espresso che cosa rappresenti per loro il Valore “Sostenibilità”, per il loro team e per l'Azienda in generale, vedere **SR** Pag. 30.

Inoltre, comunicando costantemente – per esempio attraverso le pubblicazioni destinate al personale o i diversi programmi di formazione – segnaliamo le diverse aree in cui la Sostenibilità può motivare ciascun dipendente nel proprio lavoro. I moduli di lavoro sulla Sostenibilità rientrano nei nostri programmi di formazione e di aggiornamento professionale. Nell'ambito dei workshop dedicati a tematiche specifiche e a cui prendono parte più funzioni – come logistica, imballaggi o acquisti – non solo si condividono conoscenze, ma si pone lo Sviluppo Sostenibile come un aspetto centrale nello sviluppo dei prodotti. Anche i dipendenti promuovono progetti a livello mondiale per accrescere la consapevolezza dei colleghi e degli interlocutori esterni sulle tematiche della Sostenibilità. In Brasile, per esempio, ogni anno viene organizzata una sfilata di moda intitolata “Trash to Fashion” (“Rifiuti di moda”) per richiamare l'attenzione sui rifiuti e sulle modalità di riciclaggio.



www.henkel.com/sr2010 | 52



A giugno, l'Economato del Global Institute of Sustainability of Arizona State University, Stati Uniti, si è riunito presso la sede Henkel di Düsseldorf. Esperti dell'industria, del commercio, del mondo accademico e di quello politico hanno esposto le loro opinioni sul tema centrale del convegno: "La Sostenibilità è un'impresa a carattere globale".

Il dialogo con gli esperti a livello internazionale

Il confronto con gli esperti di Sostenibilità a livello internazionale ci aiuta ad allineare le nostre attività allo Sviluppo Sostenibile. Anche nel 2010, rappresentanti Henkel di molti Paesi si sono confrontati con esperti del mondo politico, aziendale e accademico (foto in alto).

Partecipazione a iniziative internazionali

A livello nazionale e internazionale, Henkel partecipa a numerosi progetti, iniziative specifiche e simposi per contribuire attivamente alla diffusione dello Sviluppo Sostenibile. Non manca l'impegno in seno ad associazioni industriali e gruppi di lavoro politici. Per esempio, in Germania Henkel sostiene l'iniziativa di un Codice di comportamento responsabile per le aziende.

www.henkel.com/sr2010 | 53

Se si perseguono soluzioni responsabili ed equilibrate, tutte le parti in causa devono avere voce nelle decisioni politiche. Il nostro impegno in gruppi di lavoro politici si basa su linee guida precise enunciate nel 2010 nella norma sulla "Rappresentanza degli Interessi negli Affari Pubblici", vedere **SR** Pag. 6. Inoltre, dal 2010 Henkel è elencata nel Registro della trasparenza dell'Unione europea.

www.henkel.com/sr2010 | 54

Educare allo Sviluppo Sostenibile

Nell'affrontare temi di Sostenibilità, Henkel si arricchisce delle idee anche di realtà non d'azienda.



A settembre, una delegazione del Ministero cinese del Commercio ha visitato la sede Henkel di Düsseldorf per confrontarsi sull'uso efficiente dell'energia, sui metodi di riduzione delle emissioni di CO₂ e sulle prassi aziendali socialmente responsabili.



A dicembre Antonio Tajani (secondo da destra), Commissario europeo per l'industria e l'imprenditoria, ha incontrato il Chief Financial Officer Dr. Lothar Steinbach (terzo da destra), per discutere di Sostenibilità e dell'impatto dei diversi aspetti della legislazione sull'attività quotidiana di Henkel.

"Nei processi decisionali, esponenti politici e legislatori richiedono spesso la consulenza di aziende, soprattutto per garantire che le leggi da attuare rispondano effettivamente alle aspettative richieste. Questo scambio ci offre l'opportunità di comunicare i nostri interessi e le nostre esperienze. Requisito essenziale è un dialogo aperto e trasparente."

Perciò nel 2010 abbiamo avviato molteplici progetti e iniziative, specialmente in tema di "istruzione sullo Sviluppo Sostenibile": tra questi, un workshop con gli studenti dell'Università Bocconi di Milano, intitolato "Building a Vision for Sustainable Consumption in 2050". Da anni Henkel organizza competizioni scolastiche nazionali in Germania, Italia e India. Nel 2010, per esempio, in India Henkel ha nuovamente conferito il premio Enviro Care Award agli studenti che hanno partecipato alla "Henkel EcoPetition" per promuovere una riduzione delle risorse e il loro riutilizzo nella vita quotidiana.

www.henkel.com/sr2010 | 56



Dr. Peter Florenz
Membro del Comitato per lo Sviluppo Sostenibile per la funzione Governmental Relations.

L'intervista completa al Dr. Peter Florenz è disponibile al seguente indirizzo:

www.henkel.com/sr2010 | 55

Rating esterni

Come ci vedono gli altri



A giugno 2010, per il secondo anno consecutivo, a nome di Walmart Worldwide, Rob Anson (al centro) e Scott Marchewka (a destra), responsabili del settore Business Development di Walmart Worldwide, hanno consegnato il premio "Walmart Sustainability Award" a Bill Tyree, Vice President, Henkel Global Customers. Walmart ha affermato che ancora una volta Henkel ha dimostrato un impegno ad ampio raggio nella Sostenibilità.

Anche nel 2010 le prestazioni di Henkel nell'ambito della Sostenibilità e della Responsabilità Sociale d'Impresa hanno inciso positivamente sugli indici.

Rating e indici del 2010



Zurigo/New York: per la quarta volta consecutiva,

Henkel è stata inclusa nell'Indice Dow Jones di Sostenibilità (DJSI) come azienda leader nel campo della Sostenibilità nel segmento dei prodotti non durevoli per la casa; inoltre, è stata l'unica azienda del suo settore a essere rappresentata sia nell'indice mondiale sia in quello europeo nel periodo 2010-2011.



Londra: per il decimo anno consecutivo, Henkel è stata inclusa nell'indice etico internazionale FTSE4Good.



New York: per il terzo anno consecutivo Henkel è stata annoverata nell'elenco delle "Società più etiche a livello mondiale".



Davos/Toronto: Henkel è stata nuovamente inclusa nel Morgan Stanley Capital International World Index e figura all'11° posto tra le 100 aziende più sostenibili.



Amburgo: a settembre 2010, Henkel è stata nuovamente inclusa tra le 50 aziende mondiali del "Global Challenges Index".



Francoforte: Henkel occupa il 2° posto nel rating di Sostenibilità del 2010 stilato da Sustainalytics che si basa su criteri relativi all'ambiente, all'impegno sociale e alla governance.

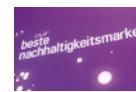


Parigi: come negli anni precedenti, a gennaio 2011 Henkel figurava tra le 200 aziende mondiali nella classe "Pioneer" dell'Indice di Sostenibilità Ethibel, un rating che premia le eccellenti e trasparenti performance di Sostenibilità a livello mondiale.



Basilea: nel 2010, la Banca Sarasin ha aggiornato il profilo di Sostenibilità di Henkel. La sua performance di Sostenibilità è nuovamente rientrata nella categoria più elevata ("high").

Premi e classifiche nel 2010



Monaco di Baviera: da oltre 134 anni Henkel unisce la qualità eccellente dei suoi marchi alla responsabilità nei confronti delle persone e dell'ambiente. La rivista di economia *Wirtschaftswoche* e l'Associazione tedesca dei marchi (Markenverband) hanno insignito Henkel del premio "Best Brands Award 2010" nella categoria speciale "Miglior marchio di Sostenibilità".



Düsseldorf: il Corporate Research Foundation Institute (CRF Institute) ha messo Henkel al primo posto nella sua classifica generale, davanti a più di 90 prestigiose aziende. Nello studio del 2010 sui migliori datori di lavoro in Germania, Henkel è stata elogiata per la sua strategia di gestione delle risorse umane.



Valencia: il Corporate Research Foundation Institute (CRF Institute) ha definito Henkel Spagna una delle aziende con più prospettive di futuro migliore (azienda con más futuro). La società di consulenza aziendale Deloitte ha analizzato l'azienda in termini di strategia aziendale, corporate governance, organizzazione, capacità innovativa, personale, politica ambientale, contributo sociale e vision aziendale globale.



Milano: l'agenzia di comunicazione Lundquist ha decretato i vincitori del premio annuale "CSR Online Awards Germany 2010", giunto alla seconda edizione. Come l'anno precedente, Henkel si è classificata prima con le sue pagine Internet dedicate alla Sostenibilità. Il criterio di assegnazione del premio si basa sulla capacità delle aziende presenti nell'indice tedesco DAX 30 di trattare il tema della Sostenibilità nei loro siti Web.

Contatti, colophon e altre pubblicazioni

Saremo lieti di ricevere domande, suggerimenti o commenti in merito al Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile, ai Rapporti pubblicati su Internet o alla nostra strategia di Sostenibilità.

Referenti in Henkel

Corporate Communications
Tel.: +49 (0)211-797-2606
Fax: +49 (0)211-798-4040
Email: lars.witteck@henkel.com

Gestione della Sostenibilità
Tel.: +49 (0)211-797-3680
Fax: +49 (0)211-798-9393
Email: uwe.bergmann@henkel.com

Investor Relations
Tel.: +49 (0)211-797-1631
Fax: +49 (0)211-798-2863
Email: oliver.luckenbach@henkel.com

Indirizzi Internet

www.henkel.com
www.henkel.com/sustainability
www.henkel.com/ir
www.henkel.com/smile

Henkel e i social media

www.facebook.com/henkel
www.twitter.com/henkel
www.youtube.com/henkel

Edito da:

Henkel AG & Co. KGaA
40191 Düsseldorf, Germania
© 2011 Henkel AG & Co. KGaA

Progetto e coordinamento editoriale:

Pubblicazioni aziendali:

Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Ariadne Thanos,
Wolfgang Zengerling

Gestione della Sostenibilità:

Uwe Bergmann, Ines Biedermann, Mareike Klein

Traduzione versione italiana:

Eurologos Milano

Progetto e design: Kirchhoff Consult AG, Hamburg

Impaginazione grafica: Workstation GmbH, Bonn

Foto e illustrazioni: Thomas Bauer, Jorge Berenguer,
Peter Blum, Christian Bodgan, Rodrigo Gaytán Chinchilla,
Olaf Döring, Tobias Ebert, Andreas Fechner, Alan Ginsburg,
Global Footprint Network, Claudia Kempf, Eduard Meltzer,
Alois Müller, Madhavan Palanisamy,
Mark Rösen, Laurent van Steensel, Walmart; Henkel

Stampa: Altavia - Milano

Ulteriori pubblicazioni scaricabili da internet:

Relazione Annuale, Relazioni Trimestrali, Vision e Valori,
Codice di Comportamento, Codice per il Lavoro di Gruppo
e la Gestione dei Collaboratori, Codice aziendale di
Sviluppo Sostenibile, Standard SHE, Storia dell'Azienda,
Henkel Smile  www.henkel.it/cps/rde/xchg/henkel_iti/hs.xsl/pubblicazioni-310.htm

Data di pubblicazione di questo Rapporto: Maggio, 2011



Il Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile è stampato da Altavia su carta della cartiera Fedrigoni prodotta con elevato contenuto di riciclo che ha diverse caratteristiche di ecologicità quali: PH neutro, ECF (priva di particelle di cloro elementare organico) e ha conseguito anche la certificazione FSC ("Forest Stewardship Council") che attesta la provenienza da foreste gestite secondo criteri di Sostenibilità. Gli inchiostri di stampa non contengono metalli pesanti e sono a base di oli vegetali e materie prime rinnovabili.

Tutti i nomi dei prodotti sono marchi registrati di Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, o delle sue consociate.

Le informazioni di questa pubblicazione contengono affermazioni di carattere previsionale basate sulle valutazioni e opinioni attuali della direzione aziendale di Henkel AG & Co. KGaA. Le affermazioni di carattere previsionale sono caratterizzate dall'uso di termini come "aspettarsi", "intendere", "pianificare", "prevedere", "ritenere", "valutare" e altri ancora. Queste informazioni non devono intendersi in alcun modo come garanzia dell'attendibilità delle aspettative. I risultati futuri realmente conseguiti da Henkel AG & Co. KGaA e dalle sue consociate dipendono da una serie di rischi e variabili per cui potrebbero divergere nettamente dalle affermazioni previsionali. Molti di questi fattori esulano dalla possibilità di controllo di Henkel e non sono valutabili con precisione in anticipo, come per esempio il quadro economico futuro e le azioni della concorrenza e di altri attori del mercato. Henkel non prevede di aggiornare le affermazioni previsionali né si impegna a farlo.



20 anni di Rapporti sullo Sviluppo Sostenibile

Henkel ha ormai alle spalle 20 anni di Rapporti sullo Sviluppo Sostenibile. Risale infatti al 1992 la pubblicazione del primo "Rapporto Ambientale". Nel corso degli anni, il contenuto del Rapporto si è ampliato includendo oltre alle tematiche ambientali, la tutela della sicurezza e salute (dal 1998), la Responsabilità sociale e dal 2001 è diventato il Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile. Oggi questa pubblicazione rispecchia l'identità di un'azienda pienamente consapevole della sua responsabilità nei confronti dell'ambiente e della società.