



Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile 2012



Excellence is our Passion

La nostra strategia di Sostenibilità in breve

Il nostro Valore	Perseguiamo una leadership orientata alla Sostenibilità .
La nostra definizione	Sostenibilità: “Nel 2050, 9 miliardi di persone vivranno bene ed entro i limiti delle risorse del pianeta”.* Leadership: siamo all'avanguardia nello sviluppo di soluzioni in grado di sostenere le sfide della Sostenibilità. Nel contempo continuiamo a condurre il nostro business in modo responsabile, a indirizzare la crescita economica secondo un obiettivo di lungo periodo ponendoci traguardi per il periodo 2011-2015 e indirizzi strategici.
La nostra strategia	Ottenere di più con meno: creiamo più valore per clienti e consumatori, per le comunità in cui siamo presenti e per la nostra Azienda, con un'impronta ridotta.
I nostri strumenti di attuazione della strategia	Obiettivo ventennale: entro il 2030 ci prefiggiamo di triplicare il valore generato dalle nostre attività rispetto all'impronta derivante dalle nostre azioni, dai nostri prodotti e servizi. Questo obiettivo viene indicato come “Fattore 3”. Traguardi quinquennali: sulla base del nostro obiettivo ventennale, abbiamo stabilito per il 2015 alcuni obiettivi intermedi concreti nelle aree che riteniamo prioritarie (come indicato nel diagramma). Sei aree di intervento: le nostre attività lungo la catena del valore si concentrano in sei campi che riflettono le principali sfide dello Sviluppo Sostenibile. Tre indirizzi strategici: per attuare in modo efficace la nostra strategia ci concentriamo su questi tre aspetti: prodotti, partner e persone.

Factor **3**

* Vision 2050 del Consiglio Mondiale delle imprese per lo Sviluppo Sostenibile (WBCSD).

Le nostre aree di intervento e gli obiettivi quinquennali per il 2015

Più valore

+10 %

di fatturato netto per unità di produzione

+20 %

di sicurezza per milione di ore lavorate

-15 %

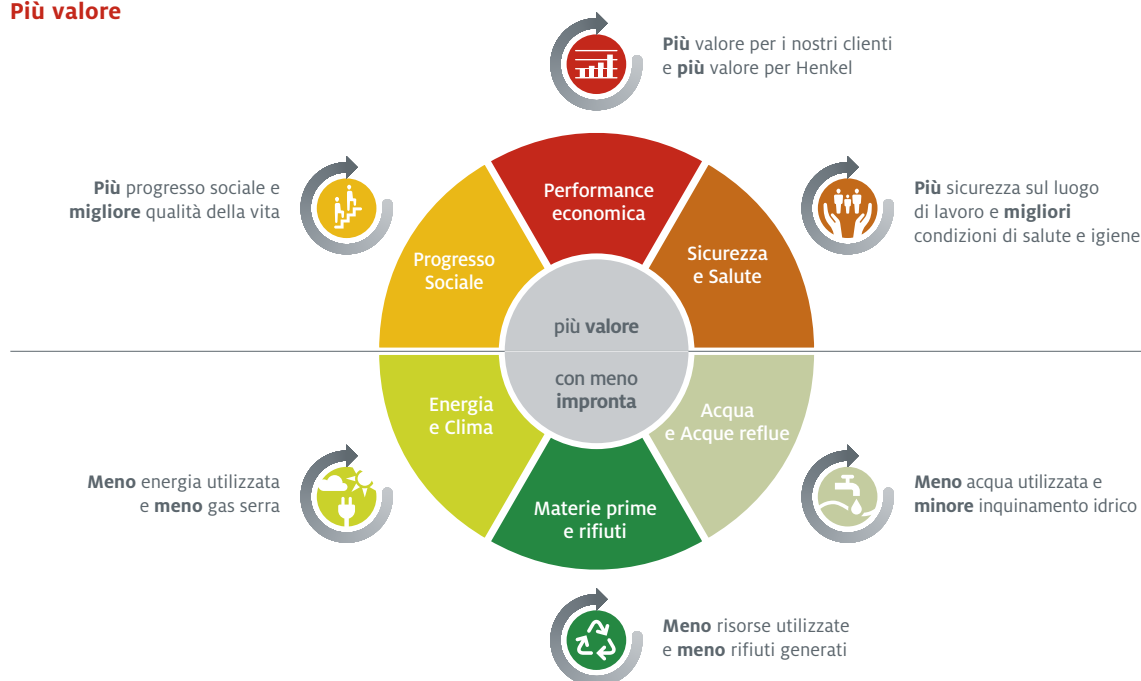
di acqua per unità di produzione

-15 %

di rifiuti per unità di produzione

-15 %

di energia per unità di produzione



Meno impronta



Indice

- 1 Editoriale
- 2 Strategia e gestione della Sostenibilità
- 8 Gestione degli acquisti e dei fornitori
- 12 Produzione e logistica
- 16 Sicurezza sul lavoro
- 17 Logistica e trasporti
- 18 La gestione della Sostenibilità
- 22 Laundry & Home Care
- 26 Beauty Care
- 30 Adhesive Technologies
- 34 Personale
- 38 Impegno sociale
- 40 Il dialogo con gli stakeholder
- 44 Indicatori
- 48 Rating esterni
- 49 Contatti, colophon e altre pubblicazioni

Il Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile

Il nostro Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile riassume i principali progressi conseguiti in ambito ambientale e sociale nel 2012 prendendo in considerazione tutte le consociate incluse nel bilancio consolidato di Henkel. Il Rapporto affronta tutte le tematiche dello Sviluppo Sostenibile prioritarie per l'Azienda. Insieme alle versioni web del Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile e del Rapporto Annuale, questo documento rientra in un modello integrato di rendicontazione. Da quando abbiamo aderito all'Iniziativa Global Compact delle Nazioni Unite nel 2003, il Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile costituisce la base per verificare il nostro impegno in relazione agli indicatori del Global Compact.

Molte pagine del Rapporto 2012 rimandano a ulteriori informazioni del Rapporto stesso, del Rapporto Annuale e della versione web del Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile.

Diversi riferimenti ai contenuti on-line sono corredati da un codice, per esempio: www.henkel.com/sr2012 | 5. Per ritrovare questi contenuti, visitare la pagina www.henkel.com/sr2012. 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. Nel Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile on-line è inoltre presente un indice dettagliato con collegamenti ipertestuali alle linee guida della GRI (Global Reporting Initiative, Iniziativa globale di formulazione dei resoconti): www.henkel.com/sr2012 | 1

Henkel 2012 in breve

Risultati principali

136

anni di marchi di successo

Circa

47.000

dipendenti

16,5 miliardi di euro

fatturati nel 2012

Oltre

120

Paesi rappresentati dal nostro personale

43 %

del fatturato generato sui mercati emergenti

Circa il

31 %

di rappresentanza femminile tra i manager

44 %

del fatturato generato dai nostri 10 marchi principali

Nel 2012 abbiamo sostenuto

2.339

progetti a sfondo sociale

Circa

6.000

misure sviluppate in 670 meeting sul Piano d'Azione

Henkel nel mondo: i Centri Regionali



Henkel opera in tutto il mondo con marchi e tecnologie leader in tre settori di attività: Laundry & Home Care, Beauty Care, Adhesive Technologies. Fondata nel 1876, l'Azienda ha la sua sede centrale a Düsseldorf in Germania. Con siti di produzione presenti in 54 Paesi, promuoviamo lo sviluppo economico sia come datori di lavoro sia come acquirenti e investitori a livello locale. Per saperne di più sulle nostre performance economiche e sui principali indicatori per regione, consultare il Rapporto Annuale, Pagine 56 - 62, e www.henkel.com/sr2012 | 2

I nostri indicatori

Indicatori economici

	2011	2012
Fatturato in milioni di euro	15.605	16.510
Utile operativo depurato ¹ (EBIT) in milioni di euro	2.029	2.335
Utile operativo depurato (EBIT) in percentuale	13,0	14,1
Utile per azione privilegiata (EPS) in euro	3,14	3,70
Investimenti in Ricerca e Sviluppo in milioni di euro	410	408
Dividendo per azione ordinaria in euro	0,78 ²	0,93 ²
Dividendo per azione privilegiata in euro	0,80 ²	0,95 ²

¹ Cifre depurate dagli oneri/proventi una tantum e dagli oneri di ristrutturazione.

² Proposta agli azionisti per l'Assemblea generale del 15 aprile 2013.

Indicatori ambientali

	2011	2012
Siti di produzione	180	171
Produzione in migliaia di tonnellate	7.550	7.587
Consumi energetici in migliaia di megawattora	2.220	2.197
Emissioni in atmosfera di CO ₂ in migliaia di tonnellate	652	651
Acqua consumata in migliaia di metri cubi	7.921	7.734
Rifiuti recuperati e smaltiti in migliaia di tonnellate	145	138

Indicatori del personale

	2011	2012
Personale ¹ (al 31 Dicembre)	47.265	46.610
Apprendisti in Germania	483	489
Personale femminile in percentuale	32,5	32,6
Numero medio di giorni di formazione per dipendente	2	2
Adesione al piano di partecipazione azionaria	31,3 %	28,4 %
Infortuni sul lavoro per un milione di ore lavorate	1,1	1,0

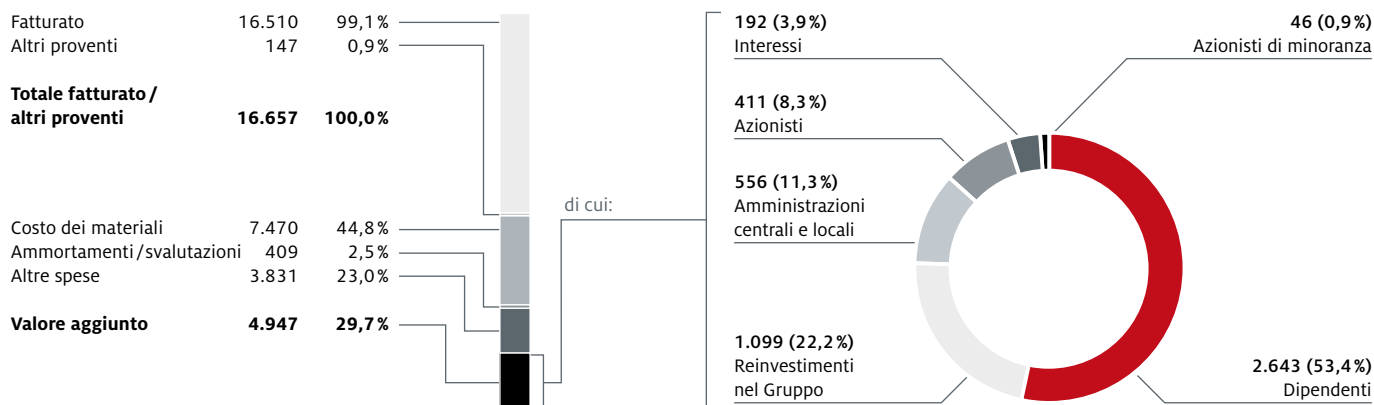
¹ Base: personale fisso, esclusi gli apprendisti.

Indicatori sociali

	2011	2012
Donazioni in milioni di euro (donazioni finanziarie e sotto forma di prodotti, esclusi i permessi retribuiti)	6,0	7,3
Numero di progetti sostenuti	2.343	2.339

Prospetto di ripartizione del valore aggiunto 2012

in milioni di euro





Cari lettori,

Kathrin Menges
Executive Vice President Risorse Umane e Presidente del Comitato per lo Sviluppo Sostenibile di Henkel

“Perseguiamo una leadership orientata alla Sostenibilità” è uno dei cinque Valori di Henkel nonché la base da cui siamo partiti per costruire la nostra strategia di Sostenibilità per il 2030. Abbiamo l'ambizione di ottenere di più con meno e di triplicare la nostra efficienza nei prossimi 20 anni. Il primo passo da compiere per raggiungere questo obiettivo sarà migliorare l'efficienza delle risorse di circa il 30% entro il 2015.

Abbiamo presentato la nostra nuova strategia al pubblico nel 2012. Grazie alla stretta collaborazione con i nostri dipendenti, abbiamo organizzato 670 workshop in tutto il mondo durante i quali abbiamo definito circa 6.000 misure pratiche per la sua attuazione.

I nostri dipendenti hanno compreso gli obiettivi che vogliamo raggiungere nel medio e lungo periodo. I nostri partner hanno un'alta considerazione dei nostri target e del nostro Piano d'Azione a lungo termine, ammirano anche la posizione di preminenza di Henkel nel campo della Sostenibilità confermata negli anni da numerosi rating indipendenti a livello internazionale. Per esempio, da dodici anni consecutivi Henkel figura nell'indice etico internazionale FTSE4Good. Nel 2012, per la sesta volta consecutiva, Henkel è presente nel listino dell'Indice Dow Jones di Sostenibilità come leader nel proprio segmento di mercato; inoltre, è

stata annoverata per la quinta volta consecutiva nell'elenco delle “Società più etiche a livello mondiale”.

Nonostante i notevoli progressi compiuti, siamo consapevoli di avere ancora un lungo cammino da percorrere. La domanda crescente di risorse naturali limitate ci impone di continuare a migliorare cercando di conciliare le necessità a breve termine con gli obiettivi a lungo termine. Siamo convinti di poter raggiungere il successo auspicato solo se continueremo a integrare la Sostenibilità nelle nostre attività quotidiane.

In questo percorso di avanzamento, cercheremo di coinvolgere maggiormente i dipendenti nelle nostre attività di Sostenibilità, di intensificare la collaborazione con i nostri partner lungo la catena del valore migliorando ulteriormente anche i nostri strumenti di valutazione, gestione e comunicazione.

Perseguiamo una leadership orientata alla Sostenibilità sulla base di una strategia a lungo termine definita in dettaglio e di un obiettivo chiaro: ottenere di più con meno.

Kathrin Menges
Executive Vice President Risorse Umane e Presidente del Comitato per lo Sviluppo Sostenibile di Henkel

Strategia e gestione della Sostenibilità

Il nostro obiettivo

L'impegno per una leadership orientata alla Sostenibilità è uno dei nostri Valori prioritari. Con la nostra strategia di Sostenibilità vogliamo contribuire sia allo Sviluppo Sostenibile sia alla crescita economica di Henkel.

Rivestendo un ruolo di leader nella Sostenibilità ci è richiesto di sviluppare prima degli altri nuove soluzioni in grado di supportare lo Sviluppo Sostenibile continuando, nel contempo, a condurre il business in modo responsabile e ad aumentare i profitti. Questo obiettivo connota tutte le attività di Henkel lungo l'intera catena del valore ed è condiviso dai circa 47.000 dipendenti in tutto il mondo che hanno abbracciato con convinzione i principi dello Sviluppo Sostenibile e li mettono in pratica nel loro lavoro quotidiano.

Stiamo affrontando una sfida estremamente ardua: si prevede che entro il 2050 la popola-

zione mondiale raggiungerà i 9 miliardi di persone. Parallelamente, l'accelerazione dell'economia a livello globale determinerà un costante aumento dei consumi e un ulteriore depauperamento delle risorse. Pertanto, nei prossimi decenni la corsa alle risorse disponibili è destinata a inasprirsi.

Ottenere di più con meno

La nostra strategia si basa sulla Vision 2050 del Consiglio Mondiale delle Imprese per lo Sviluppo Sostenibile (WBCSD): "Nel 2050, 9 miliardi di persone vivranno bene ed entro i limiti delle risorse del pianeta". Per un'azienda come la nostra ciò significa contribuire alla qualità della vita generando valore con un minore impiego di risorse e riducendo le emissioni.

Questa idea sta alla base della nostra strategia di Sostenibilità: ottenere di più con meno. Vogliamo creare più valore – per i clienti e i consumatori, per le comunità in cui operiamo e per la nostra

L'obiettivo per il 2030: triplicare la nostra efficienza

Il nostro obiettivo è diventare tre volte più efficienti entro il 2030 e lo definiamo sinteticamente il "Fattore 3". Ciò significa triplicare il valore generato dalle nostre attività in rapporto all'impronta derivante dai nostri prodotti e servizi.





Il nostro Comitato per lo Sviluppo Sostenibile (da sinistra): il Dr. Peter Florenz, Thomas Gerd Kühn, il Dr. Andreas Bruns, Bertrand Conquéret, Klaus Keutmann, Carsten Tilger, Kathrin Menges (Presidente), il Prof. Dr. Thomas Müller-Kirschbaum, Georg Baratta, Marie-Eve Schröder, il Dr. Thomas Förster, Enric Holzbacher e il Prof. Dr. Ramón Bacardit. Il Comitato guida lo sviluppo e l'attuazione della nostra strategia globale di Sostenibilità. Per ulteriori dettagli si veda la pagina 6 e il sito internet: www.henkel.com/sr2012 | 3

Azienda – e al tempo stesso ridurre la nostra impronta. Per riuscire in questo intento abbiamo bisogno di innovazioni, prodotti e tecnologie in grado di migliorare la qualità della vita con meno risorse.

I nostri obiettivi ambiziosi per il 2030

In linea con la nostra interpretazione della Vision 2050, dovremo diventare cinque volte più efficienti entro il 2050. Pertanto, entro il 2030, intendiamo triplicare il valore generato dalle nostre attività industriali in rapporto alla loro impronta. Per conseguire questo obiettivo di lungo periodo dovremo aumentare in modo significativo l'efficienza e ridurre l'impatto ambientale dei nostri prodotti e servizi.

“Fattore 3” è l'espressione che sintetizza questo nostro obiettivo. Possiamo triplicare il valore generato mantenendo la stessa impronta oppure riducendo di un terzo quella attuale.

Per conseguire un obiettivo così ambizioso entro il 2030, il livello di efficienza deve migliorare a una media annua del 5-6%. Per il periodo dal 2011 al 2015, intendiamo migliorare complessivamente del 30% la relazione tra il valore generato e l'impronta.

Le aree di intervento e gli aspetti strategici

Le nostre attività si focalizzano su sei aree di intervento che consideriamo prioritarie per lo Sviluppo Sostenibile. In ciascuna di queste aree apportiamo miglioramenti lungo l'intera catena del valore attraverso i nostri prodotti e le nostre tecnologie. Abbiamo ricondotto le aree di intervento a due dimensioni: “più valore” e “meno impronta”. Per attuare la nostra strategia e conseguire gli obiettivi stabiliti, entrambe le dimensioni devono essere sempre presenti nella mente e nelle azioni quotidiane dei circa 47.000 dipendenti nonché riflettersi nei nostri processi aziendali. Per ottenere questo risultato abbiamo focalizzato l'attenzione su tre aspetti strategici: prodotti, partner e persone.

“Il nostro obiettivo è ottenere di più con meno. Consideriamo questa strategia di lungo termine come un fattore determinante per il successo e un vantaggio competitivo che rafforza i rapporti con i clienti, promuove l'innovazione e stimola i dipendenti.”



Kasper Rorsted
Presidente del
Comitato Direttivo

Lavorare insieme per un mondo sostenibile

Il Dr. Pete He, Responsabile Sostenibilità per Henkel Nord America, ha presentato la strategia di Sostenibilità durante un evento organizzato da Henkel insieme a Walmart México y Centroamérica nell'agosto 2012. La "Settimana della Sostenibilità Henkel" è stata un'occasione eccellente per discutere progetti comuni futuri con i nostri clienti.



Consolidare internamente la nostra strategia

Nel 2012 abbiamo presentato la strategia di Sostenibilità a livello mondiale affinché fosse comunicata e illustrata a tutti i nostri dipendenti. Di fatto la Sostenibilità può diventare parte integrante delle azioni quotidiane solo se tutti i nostri dipendenti ne comprendono i principi basilari e possono condividerli dando il proprio contributo. I meeting sul Piano d'Azione sono stati il fulcro della comunicazione interna. Tutti i manager si sono riuniti insieme ai propri team per sviluppare un Piano d'Azione sulla Sostenibilità per ogni area specifica definendo misure a breve e lungo termine per raggiungere i traguardi di Sostenibilità lungo il percorso che porta al raggiungimento dell'obiettivo "Fattore 3". I workshop si prefiggevano un duplice scopo: comunicare i principi alla base della strategia di Sostenibilità e registrare, in modo sistematico, i contributi proposti da ogni team per raggiungere i traguardi di Sostenibilità. Nel 2012 si sono svolti 670 meeting sul Piano d'Azione durante i quali sono state proposte circa 6.000 misure da adottare. Inoltre, per sensibilizzare i dipendenti rispetto alla nuova strategia sono stati utilizzati i consueti strumenti di comunicazione: le newsletter aziendali, le brochure e le presentazioni, gli incontri con gli esperti, i manifesti pubblicitari, molto materiale pubblicato su Internet e una serie di seminari dedicati.

Uniti per un consumo sostenibile

La nostra strategia si prefigge, tra i suoi principali obiettivi, la promozione di un consumo sostenibile finalizzato alla conservazione delle risorse. In questo senso, i nostri prodotti rivestono un ruolo chiave poiché sono utilizzati tutti i giorni in milioni di famiglie e di processi industriali. Pertanto ci concentriamo sullo sviluppo di prodotti che permettano di utilizzare in modo efficiente risorse come acqua ed energia.

Attraverso una comunicazione mirata cerchiamo altresì di promuovere un atteggiamento responsabile nell'uso di tali prodotti. Si tratta di un aspetto particolarmente rilevante poiché l'impronta ecologica di molti dei nostri prodotti dipende soprattutto dal loro uso corretto.

Anche la collaborazione con la distribuzione riveste un ruolo essenziale. Le grandi catene di distribuzione sono partner importanti di Henkel lungo il percorso verso modelli di consumo più sostenibili poiché rappresentano ottime piattaforme per informare i consumatori sui prodotti più sostenibili e stimolarli a usarli in modo eco-compatibile. Nel 2012 Henkel ha promosso una serie di iniziative in collaborazione con la distribuzione. Per esempio, insieme a Walmart México y Centroamérica, è stata organizzata una settimana della Sostenibilità nell'agosto 2012 (si veda

la pagina precedente), con l'obiettivo di condividere le esperienze di Sviluppo Sostenibile. L'evento organizzato da Henkel in Messico è stato accompagnato da una campagna di sensibilizzazione ambientale per garantire il livello massimo di divulgazione delle conoscenze.

La formazione ricopre un ruolo fondamentale in questo contesto: Henkel ha stipulato con DM, la catena tedesca di supermercati, una partnership (Pagina 38) per la formazione di giovani dipendenti provenienti da entrambe le aziende. Durante il workshop i partecipanti hanno proposto diversi approcci per scoprire l'aspetto soste-

nibile dei prodotti con la modalità "imparare facendo". A fronte delle conoscenze acquisite, hanno condotto alcuni esperimenti nei punti di vendita per dimostrare ai consumatori come risparmiare energia utilizzando i prodotti nel modo corretto.

Anche il Forum di Dialogo REWE, tenutosi in Germania nell'agosto del 2012, era incentrato sui metodi di comunicazione migliori che i produttori e i rispettivi rivenditori devono adottare per incoraggiare i consumatori a utilizzare i prodotti in modo responsabile.

Traguardi di Sostenibilità lungo il percorso che porta al raggiungimento dell'obiettivo "Fattore 3"

Aree di intervento	Traguardi	Stato
	Performance economica Aumento del fatturato di almeno il 10% per unità di produzione entro il 2015 (anno di riferimento 2010).	●
	Progresso Sociale - Formazione continua e sviluppo professionale di tutti i dipendenti in modo adeguato alle loro mansioni. - Aumento annuo di uno o due punti percentuali della quota di donne manager (Pagine 35 e 36) presenti.	● ●
	Sicurezza e Salute - Riduzione del 20% del tasso di infortuni nel mondo entro il 2015 (anno di riferimento 2010). - Riduzione del 50% dei solventi utilizzati negli adesivi al consumo entro il 2020 (anno di riferimento 2010).	● ●
	Energia e Clima - Riduzione del 15% dei consumi energetici – e delle relative emissioni di CO₂ – per unità di produzione entro il 2015 (anno di riferimento 2010). - Controlli periodici dei siti di produzione per stabilire se sia conveniente dal punto di vista ecologico ed economico l'uso di fonti energetiche rinnovabili.	● ●
	Acqua e Acque reflue - Riduzione del 15% dei consumi idrici per unità di produzione entro il 2015 (anno di riferimento 2010). - Incremento fino al 90% degli ingredienti immediatamente biodegradabili in saponi, gel doccia e shampoo entro il 2012.	● ●
	Materie prime e Rifiuti - Riduzione del 15% dell'impronta dei rifiuti per unità di produzione entro il 2015 (anno di riferimento 2010). - Il 100% dell'olio di palma e di palmisto utilizzato come base per le materie prime nei nostri prodotti deve essere coperto dai certificati della Tavola rotonda internazionale sull'olio di palma sostenibile (RSPO) entro il 2015.	● ●
	Obiettivi generali per tutte le aree di intervento - Tutti i nuovi prodotti devono contribuire allo Sviluppo Sostenibile in almeno un'area di intervento. - Stabilire un sistema di misurazione riconosciuto per valutare il contributo dei nostri prodotti lungo la catena del valore e per quantificare i progressi conseguiti nelle nostre categorie di prodotti.	● ●

● Raggiunto/In avanzamento come stabilito ● Richiede maggiore attenzione ● Non ancora raggiunto

Organizzazione e gestione

La responsabilità generale della strategia di Sostenibilità e l'organizzazione per la Compliance spettano al Comitato Direttivo di Henkel.

In qualità di organo decisionale centrale, il Comitato per lo Sviluppo Sostenibile, i cui membri provengono da tutti i settori dell'Azienda, è presieduto da un membro del Comitato Direttivo e dirige le attività di Henkel relative alla Sostenibilità a livello mondiale. I suoi membri rappresentano le divisioni e tutte le funzioni aziendali incaricate di attuare la strategia di Sostenibilità.

L'organizzazione per la Compliance di Henkel assicura il rispetto delle norme di legge e delle linee guida aziendali.

Standard uniformi a livello globale

Partendo dalla nostra Vision e dai Valori, abbiamo formulato norme di comportamento vincolanti, che sono descritte in una serie di codici e standard aziendali. Queste regole valgono per tutti i dipendenti a livello globale in tutti i settori aziendali e i contesti culturali in cui operiamo.

Il Codice di Comportamento racchiude i principi aziendali e le norme di comportamento generali più importanti ed è stato arricchito da linee guida che indicano come comportarsi in caso di eventuali conflitti d'interesse. Queste linee guida rivestono un ruolo cruciale nell'ambito delle

nostre azioni preventive contro la corruzione. Altri standard aziendali riguardano argomenti specifici come, per esempio, il rispetto delle norme antitrust e delle leggi sulla concorrenza, degli Standard sociali e ambientali, delle norme sulla sicurezza e sulla salute sul lavoro nonché delle norme sulla Rappresentanza degli Interessi negli Affari Pubblici.

Nei suoi codici e standard Henkel fornisce anche la base per attuare i principi del Global Compact delle Nazioni Unite a cui Henkel ha aderito nel 2003. www.henkel.com/sr2012 | 5

La nostra organizzazione per la Compliance

La nostra organizzazione per la Compliance, il Codice di Comportamento e gli Standard Aziendali sono supportati da un Sistema di Gestione integrato e da una struttura organizzativa che assegna responsabilità precise. Nel 2007, abbiamo accorpato le strutture precedentemente decentralizzate in un'unica organizzazione centrale di Compliance alla quale è stata assegnata una responsabilità globale per tutte le misure preventive e per quelle intraprese in seguito a eventuali violazioni.

Il Responsabile della Compliance risponde direttamente al Presidente del Comitato Direttivo. Nel suo lavoro è affiancato dal Comitato interdisciplinare per la Compliance e i Rischi, dal Corporate Internal Audit, da una cinquantina di responsabili della Compliance a livello locale in tutto il mondo e dal Dipartimento per la Compliance. Anche il Responsabile della protezione dei dati rientra nella nostra organizzazione per la Compliance. Insieme, questo

Corporate governance

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

Rapporto Annuale
Pagine da 25 a 41.
www.henkel.com/sr2012 | 4

Organizzazione per la Sostenibilità



In qualità di organo decisionale centrale, il Comitato per lo Sviluppo Sostenibile dirige le attività di Henkel relative alla Sostenibilità a livello mondiale. I suoi membri rappresentano le divisioni e tutte le funzioni aziendali. www.henkel.com/sr2012 | 6

team coordina il flusso di informazioni e supporta i dipendenti nel mettere in pratica gli standard, per esempio, attraverso corsi di formazione che riguardano le sfide da affrontare a livello locale.

Il Responsabile della Compliance, a scadenze regolari, riferisce sulle violazioni oltre che sulle misure adottate per contrastarle al Presidente del Comitato Direttivo. Oltre ai nostri canali interni dedicati a segnalazioni e reclami, abbiamo attivato una hotline per le questioni deontologiche che consente al personale di segnalare eventuali violazioni del nostro Codice di Comportamento e degli standard aziendali. La hotline è gestita da un fornitore esterno indipendente ed è disponibile in 74 Paesi.

Attenzione alla comunicazione e alla formazione

Poiché operiamo a livello mondiale, i nostri dipendenti si confrontano con diversi sistemi giuridici e valori. Molti di essi lavorano in Paesi in cui, secondo indagini condotte da organizzazioni come Transparency International, sussiste un rischio elevato di corruzione. Anche in questi contesti tutti i dipendenti sono tenuti a rispettare le direttive aziendali, senza eccezioni di sorta. Henkel, infatti, si oppone in maniera risoluta alla violazione di leggi e normative e condanna le prassi aziendali disoneste. Per impartire regole di comportamento chiare ai dipendenti e soprattutto per evitare qualsiasi conflitto di interessi nell'attività lavorativa quotidiana, i programmi sulla Compliance prevedono corsi di formazione a intervalli regolari e iniziative di comunicazione mirate. Nel 2012, attraverso seminari specifici, abbiamo formato più di 11.100 dipendenti in tutto il mondo.

La Compliance come funzione di gestione

I nostri manager rivestono un ruolo chiave nella Compliance. Per la loro posizione di responsabilità in azienda devono fungere da esempio per il personale. Solo se i manager agiscono in modo irreprensibile dal punto di vista etico e legale, la Compliance può diventare e continuare a essere un principio guida per la condotta di tutti i dipendenti. Per questo motivo tutti i nostri 9.000 manager, a livello mondiale, hanno l'obbligo di partecipare due volte l'anno al programma di e-learning sulla Compliance che affronta diversi aspetti senza tralasciare anche alcuni esempi pratici. L'attenzione è rivolta soprattutto alle norme antitrust e anticorruzione. Anche nel 2012 quasi tutti i manager hanno completato il corso.

Tolleranza zero per chi viola i regolamenti

Una condotta scorretta non sarà mai negli interessi dell'Azienda: è il principio fondamentale che hanno sottoscritto il Comitato Direttivo e gli alti livelli manageriali di Henkel. La condotta scorretta, infatti, compromette la concorrenza leale e danneggia la nostra affidabilità e reputazione. I nostri dipendenti attribuiscono grande importanza a un contesto aziendale corretto e irreprensibile dal punto di vista etico. Ci opponiamo con decisione alle violazioni della legge, dei codici e delle normative. Se necessario, adottiamo adeguate misure disciplinari. Nel 2012, dodici dipendenti hanno ricevuto diffide scritte e 43 contratti sono stati rescissi a causa di violazioni delle norme di Compliance.

I risultati dei nostri programmi di audit

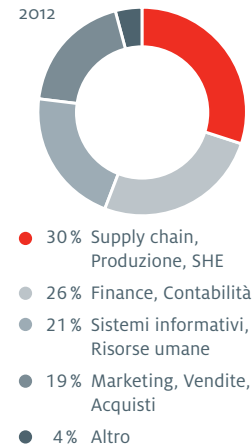
Presso i nostri siti produttivi e amministrativi conduciamo audit periodici che stiamo gradualmente estendendo ai subfornitori e ai centri logistici per verificare il rispetto dei nostri codici e standard. Gli audit sono uno strumento importante per individuare eventuali problematiche e apportare miglioramenti.

Nel 2012 abbiamo condotto 57 audit in tutto il mondo. In seguito a questi controlli sono state concordate complessivamente 1.619 misure correttive. Nel 2012 è stata dedicata particolare attenzione alla determinazione dei prezzi, alla redditività e agli standard di sicurezza, salute e tutela ambientale (SHE). Abbiamo condotto ispezioni in 54 siti per verificare il rispetto degli standard SHE e adottato successivamente 413 azioni di miglioramento. La verifica del rispetto dei nostri Standard sociali e della nostra politica di Diversità e di Inclusione è stata al centro degli audit effettuati presso 15 siti in diverse parti del mondo. Tutti i risultati, compreso il monitoraggio degli Standard SHE e degli Standard sociali, sono riportati nella Relazione annuale che l'Internal Audit ha redatto per il Comitato Direttivo di Henkel.

L'Internal Audit continua a svolgere corsi di formazione per il personale riguardanti la Compliance, la gestione dei rischi e il controllo interno. In linea con questa politica aziendale, nel 2012 abbiamo formato circa 350 dipendenti provenienti da tutti i settori di attività e funzioni aziendali presenti in tutto il mondo organizzando seminari mirati oppure che si svolgono nell'ambito dei nostri audit.

I settori principali coinvolti negli audit nel 2012

Distribuzione in percentuale del programma Henkel di audit nel 2012





Yulanda Sun (a sinistra), Responsabile Sostenibilità di Henkel Cina, Jackey Ji di una società di audit esterna e Chris Cai, Purchasing Manager di Henkel, esaminano gli standard di sicurezza, sociali e ambientali di Yantai Younno, un fornitore di Adhesive Technologies a Yantai, Cina.

Audit congiunti per migliorare gli standard di Sostenibilità

I fornitori di Henkel vengono valutati in modo completo prendendo in considerazione le prestazioni di Sostenibilità e i rischi. Lo sviluppo costante dei programmi di audit per la nostra supply chain è un aspetto prioritario su cui si concentrerà il nostro lavoro nei prossimi anni. A tale proposito non solo intendiamo incrementare il numero degli audit dei fornitori, ma vorremmo anche migliorarne la trasparenza e l'efficienza e contribuire a stabilire standard interaziendali comuni.

La condivisione dei risultati degli audit già condotti nelle varie aziende è un passo importante verso il miglioramento degli standard di Sostenibilità nella supply chain nonché un principio guida dell'iniziativa "Insieme per la Sostenibilità", promossa nel 2012. Mediante la collaborazione con cinque aziende dell'industria chimica, il progetto di Henkel si prefigge di sviluppare processi di valutazione della Sostenibilità e criteri di audit standard per fornitori comuni. Oltre agli standard sociali, nell'ambito dell'audit rientrano anche gli standard ambientali.

Lavorare insieme per una supply chain sostenibile

La comunicazione con i fornitori sottoposti ad audit è un aspetto di importanza fondamentale per l'audit stesso: Quingwen Zhang (a sinistra), dipendente di Yantai Younno, durante un incontro con alcuni dipendenti Henkel.



I primi audit pilota sono stati condotti in Cina, nel 2012 presso i fornitori delle nostre tre divisioni. Abbiamo pubblicato i risultati delle valutazioni dei fornitori su una piattaforma online comune. Le relative relazioni di verifica sono state messe a disposizione di tutte le aziende interessate e possono essere condivise da tutti, insieme al motto: "Un audit per uno è un audit per tutti".

Gestione degli acquisti e dei fornitori

Che cosa ci attendiamo dai nostri fornitori e partner aziendali

A tutti i fornitori richiediamo il rispetto dei nostri standard di Sostenibilità. Questi inglobano a loro volta gli standard internazionali per gli acquisti e per la sicurezza, la salute e la tutela dell'ambiente formulati nel 1997. Già a quell'epoca, infatti, ci impegnavamo ad assumerci la nostra responsabilità lungo l'intera supply chain. Pertanto, quando selezioniamo o supportiamo la crescita di fornitori e altri partner aziendali, li valutiamo anche secondo i nostri criteri di Sostenibilità.

Mercati d'acquisto mondiali

Attualmente abbiamo fornitori e partner aziendali in circa 125 Paesi. Oltre il 70% del nostro volume di acquisti proviene da Paesi membri dell'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico). Tuttavia ci stiamo ulteriormente aprendo a nuovi mercati d'acquisto in Paesi che non rientrano in questa area i cui fornitori devono comunque soddisfare le stesse richieste. I nostri fornitori vengono valutati in modo completo prendendo in considerazione le prestazioni di Sostenibilità e i rischi, oltre a importanti indicatori commerciali e operativi.

Principi vincolanti di rapporto con i fornitori

Il Codice di Comportamento intersettoriale di BME (Associazione tedesca per la gestione dei materiali, gli acquisti e la logistica) è il complesso di principi valido a livello globale che regola i nostri rapporti con i fornitori. Henkel ha sottoscritto il Codice di BME nel 2009 in quanto si basa sui dieci principi del Global Compact delle Nazioni Unite ed è quindi utilizzabile a livello internazionale. Il Codice BME rappresenta la base di riferimento per i rapporti contrattuali con i nostri principali fornitori. Ciò significa che

essi hanno riconosciuto il codice intersettoriale di BME – e quindi i principi del Global Compact – o che hanno stilato un proprio codice di comportamento analogo. Nel 2012, per agevolare i fornitori, abbiamo tradotto il nostro Codice di Comportamento e tutti i relativi questionari in dieci lingue con la collaborazione di BME.

Stabilire gli standard e fare leva sulle sinergie

Nel 2011, Henkel ha aderito a AIM-PROGRESS, un forum per le aziende del settore dei beni di consumo che promuove prassi di approvvigionamento responsabili e sistemi di produzione sostenibili. L'obiettivo principale di AIM-PROGRESS è fornire una piattaforma di discussione per condividere opinioni ed esperienze riguardanti la Sostenibilità delle supply chain.

Inoltre, si prefigge di supportare la collaborazione efficace e la potenziale convergenza di altre iniziative a livello internazionale aventi scopi o interessi analoghi. Il forum intende anche sviluppare e promuovere l'applicazione di metodi di valutazione comuni per determinare le prestazioni di Sostenibilità lungo la catena del valore. Le aziende che aderiscono al progetto traggono notevoli spunti per migliorare l'efficienza grazie alla raccolta, alla valutazione e alla condivisione di informazioni non lesive della concorrenza, soprattutto per quanto concerne i risultati degli audit.

“A tutti i partner commerciali richiediamo il rispetto dei nostri standard. Intendiamo anche dare un ulteriore contributo alla Sostenibilità collaborando con i nostri principali fornitori.”



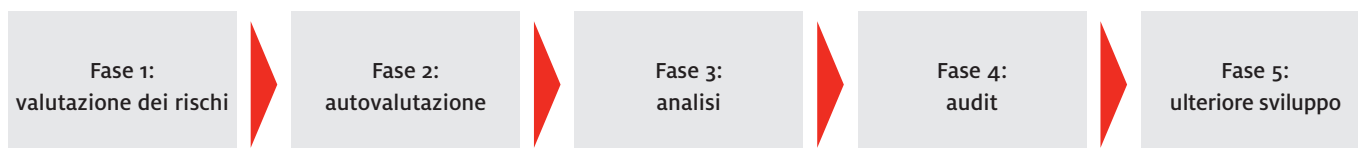
Henkel è firmataria del Codice di Comportamento intersettoriale di BME (Associazione tedesca per la gestione dei materiali, gli acquisti e la logistica).

www.bme.de



Carsten Knobel
Executive Vice President
Finanza (CFO) / Acquisti

Processo di gestione responsabile della supply chain



Processo di gestione responsabile della supply chain

In linea con la nostra strategia di Sostenibilità finalizzata a ottenere di più con meno, abbiamo introdotto un processo in cinque fasi per la gestione responsabile della supply chain. Il processo si concentra su due principali finalità. Le fasi da 1 a 3 devono assicurare che tutti i nostri fornitori rispettino gli standard di Sostenibilità che abbiamo definito. Nelle fasi 4 e 5 ci prefiggiamo di collaborare in modo mirato con i nostri principali fornitori per migliorare le prestazioni di Sostenibilità nella supply chain, per esempio, attraverso lo scambio di conoscenze e la formazione continua sull'ottimizzazione dei processi, l'efficienza delle risorse e gli standard ambientali e sociali.

Fase 1: valutazione dei rischi

Nel 2011 Henkel ha ulteriormente sviluppato il suo sistema di segnalazione precoce dei rischi riguardanti la Sostenibilità sui mercati di acquisto a livello globale. Si parte dalla valutazione dei rischi potenziali individuati in un determinato mercato o regione dedicando particolare attenzione ai Paesi che, secondo gli istituti di ricerca internazionali, presentano percentuali di rischio più elevate. La valutazione prende in considerazione aspetti fondamentali come i diritti umani, la corruzione e gli affari legali. Valutiamo inoltre una seconda dimensione, quella delle catene del valore a rischio, ossia industrie e settori che, a nostro avviso, potrebbero comportare rischi particolari per la nostra Azienda. Henkel ha così individuato i mercati di acquisto che comportano i rischi più elevati e ha adottato le misure più opportune.

Fase 2: autovalutazione

Continuiamo a perseguire una strategia di autovalutazione dei fornitori in base a questionari specifici che ribadiscono i nostri requisiti in relazione a sicurezza, salute, ambiente, qualità, diritti umani, personale e lotta alla corruzione. Nel 2012 sono stati valutati i fornitori più importanti in tutte le categorie di materiali nei Paesi

che presentano percentuali di rischio più elevate, come quelli da cui acquistiamo materie prime e materiali per gli imballaggi nonché i partner commerciali nei settori delle telecomunicazioni e dei materiali tecnici.

Fase 3: analisi

Sulla base delle nostre valutazioni e delle autovalutazioni dei fornitori, li classifichiamo attribuendo loro i colori del semaforo. Il "Rosso" (non conforme) comporta la cessazione immediata del rapporto di collaborazione. Il "Giallo" indica che le aree suscettibili di miglioramento sono state individuate e che i fornitori sono stati sottoposti ad adeguati audit.

Fase 4: audit

Con questo obiettivo partecipiamo attivamente a iniziative intersettoriali per migliorare la trasparenza e l'efficienza degli audit dei fornitori e contribuire a stabilire standard interaziendali comuni, per esempio, incentivando la condivisione dei risultati degli audit già condotti (si veda la pagina precedente).

Fase 5: ulteriore sviluppo

L'attività di gestione dei fornitori comprende soprattutto una stretta collaborazione con loro per migliorare gli standard di Sostenibilità. Intendiamo introdurre modifiche positive lungo l'intera supply chain, mediante programmi di formazione e progetti comuni relativi all'ottimizzazione dei processi, all'efficienza delle risorse e agli standard ambientali e sociali. Ne è un esempio il progetto che abbiamo realizzato nel 2012 insieme a un fornitore indiano di materie prime per i derivati di olii vegetali. Gli abbiamo fornito i nostri principi per valutare a sua volta i propri fornitori: adesso vuole condividere queste conoscenze con la sua associazione industriale per gli olii vegetali in modo da assicurare standard uniformi di alto livello. Non solo formiamo i nostri fornitori diretti, ma cerchiamo anche, in linea di principio, di trasmettere le informazioni a tutto il settore lungo la catena di valore.

Nel complesso, i principali fornitori e gli altri partner aziendali valutati nel 2012 sono risultati in linea con i nostri standard e le nostre attese. Abbiamo cessato la collaborazione con un solo fornitore a causa di prassi eticamente inaccettabili sotto il profilo sociale.

Un sistema di segnalazione precoce dei mercati a rischio

Un esempio di mercato a rischio è quello delle materie prime per paste di saldatura e prodotti analoghi per l'industria dell'elettronica. Questi materiali contengono metalli, soprattutto argento, rame e stagno, che li rendono elettroconduttivi. In alcuni Paesi, l'estrazione di cassiterite (la principale fonte da cui si ricava lo stagno) spesso implica conflitti bellici e violazioni dei diritti umani. Negli ultimi anni abbiamo continuato a sottoporre ad esame i nostri fornitori diretti di

metalli richiedendo loro di documentare di non aver acquistato o lavorato metalli provenienti da aree geografiche "a rischio". Nel 2012 abbiamo lavorato con partner esterni e abbiamo sviluppato ulteriori sistemi di segnalazione precoce che identificano profili a rischio già nelle primissime fasi di valutazione. Adesso questi sistemi coprono circa 100 mercati di acquisto e tutti i Paesi a rischio.

Negli Stati Uniti e in altri Paesi stiamo collaborando attivamente con associazioni del settore elettronico per definire un processo di audit ufficiale dei fornitori di metalli.

Un altro esempio è l'acquisto di gadget promozionali, spesso fabbricati da fornitori terzi in Paesi in cui il tasso salariale è basso. Per garantire il rispetto dei nostri standard di Sostenibilità, analizziamo i profili dei relativi fornitori prima di stipulare contratti inerenti i gadget.

Collaborare per la Sostenibilità

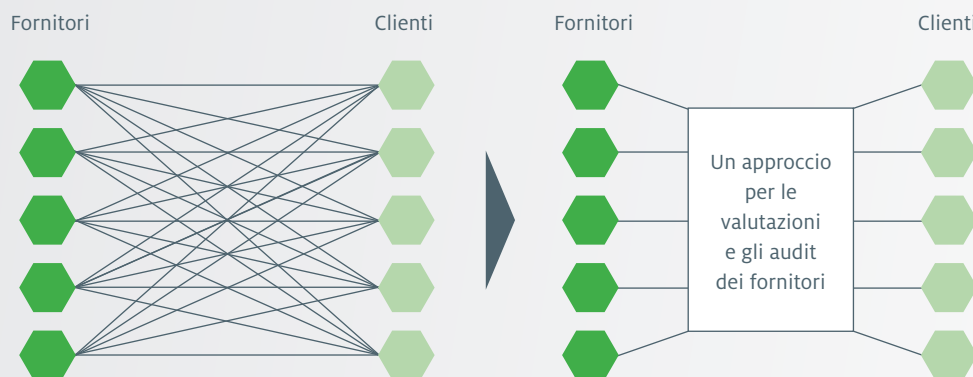
Lo sviluppo costante del programma di audit per i fornitori è l'elemento centrale su cui si concentrerà il nostro lavoro nei prossimi anni. Nel 2012 Henkel insieme ad altre 5 aziende dell'industria chimica ha promosso l'iniziativa "Insieme per la Sostenibilità – L'iniziativa del settore chimico per una supply chain sostenibile". Si basa sui principi del Global Compact delle Nazioni Unite e sul programma Responsible Care® del Consiglio internazionale delle Associazioni Chimiche (ICCA). Lo scopo dell'iniziativa è armonizzare i processi di gestione della supply chain, sempre più complessi, e ottimizzare il dialogo tra i partner commerciali a livello globale. In primo luogo

bisogna creare e sfruttare le sinergie in modo da utilizzare le risorse in modo più efficiente riducendo al minimo le incombenze amministrative. L'iniziativa non riguarda solo le sei aziende che vi aderiscono ma anche tutti i rispettivi fornitori e si prefigge di diffondere l'idea principale: "Un audit per uno è un audit per tutti". In futuro i fornitori dovranno eseguire l'audit o l'autovalutazione una sola volta perché i risultati del report saranno condivisi da tutti i membri che aderiscono all'iniziativa. La gestione spetta ai Responsabili degli Acquisti di ogni azienda partecipante mentre la supervisione da parte di avvocati esterni specializzati in materia di antitrust escluderebbe eventuali violazioni delle leggi sulla concorrenza.



www.ecovadis.com/tfs-initiative/1-en/

Processo per la standardizzazione delle valutazioni dei fornitori - "Un audit per uno è un audit per tutti."





Mario Gil (a sinistra) e William Moreno, meccanici di produzione, ispezionano a campione le chiusure dei flaconi di Syoss all'interno del centro di produzione cosmetici di Bogotá, in Colombia, moderno e ad alta efficienza energetica.

Ottimizzazioni mirate al raggiungimento dell'efficienza delle risorse

Presso gli otto siti della divisione Beauty Care abbiamo avviato il programma di ottimizzazione "Total Productive Management Plus" finalizzato a individuare e ottimizzare costantemente tutte le attività che non contribuiscono a generare valore, non solo nei nostri processi produttivi ma in tutta la supply chain.

Il programma deve il suo successo all'incremento notevole di efficienza delle risorse nelle strutture di produzione di Bogotá, in Colombia. In larga parte è merito dei nostri dipendenti: la Sosteni-

bilità è diventata parte integrante delle loro attività quotidiane e li ha stimolati ad affrontare le sfide continue legate a tutti i processi esistenti.

L'attuazione coerente del programma ci ha aiutati, per esempio, a ridurre il consumo di energia del 22% negli ultimi cinque anni adottando una serie di misure come i sistemi di illuminazione e ventilazione intelligenti.

Inoltre, siamo riusciti a diminuire il volume dell'acqua scaricata di circa il 53% negli ultimi cinque anni installando una macchina di lavaggio a tamburo automatica e un sistema di pulizia dei tubi. Il sito di produzione si è distinto più volte per aver raggiunto livelli di best practice nell'utilizzo efficiente delle risorse. Lo stabilimento realizza prodotti cosmetici per l'America.

Sistema di illuminazione efficiente

Nel magazzino del sito di produzione di Bogotá, in Colombia, il consumo di elettricità è stato ridotto grazie all'utilizzo di un sistema di illuminazione intelligente controllato da barriere fotoelettriche.



Produzione e logistica

Obiettivi precisi per le nostre attività di produzione

Henkel gestisce stabilimenti di produzione in 54 Paesi. Il miglioramento continuo dei processi e degli impianti dei siti, insieme alla riduzione del consumo di energia, acqua e materiali e dell'impatto ambientale, rientra appieno nella nostra promessa di qualità.

Partendo dal nostro obiettivo ventennale "Fattore 3", abbiamo stabilito traguardi intermedi concreti per i nostri siti di produzione. Entro il 2015 puntiamo a ridurre ulteriormente la nostra impronta del 15% per unità di produzione in ognuna delle aree di intervento prioritarie: Energia e Clima, Acqua e Acque reflue e Materie prime e Rifiuti.

Programmi di ottimizzazione a livello mondiale

Nel perseguire la nostra strategia finalizzata a ottenere di più con meno, ciascuna delle nostre divisioni ha sviluppato i suoi specifici programmi di miglioramento. Prodotti differenti quali detersivi per la cura della casa, creme per il corpo o adesivi per piastrelle richiedono processi altrettanto diversi con soluzioni di miglioramento diversificate.

La divisione **Laundry & Home Care**, per esempio, ha avviato un programma di ottimizzazione per ridurre il consumo di energia entro il 2012. Una società esterna ha eseguito la certificazione dell'impronta ecologica della divisione, in base alla norma internazionale ISO 50001 sui sistemi di gestione dell'energia. Nel 2012, 15 dei 28 siti di produzione, insieme alle funzioni centrali che operano per business, hanno conseguito tale certificazione. Entro la fine del 2013 prevediamo che tutti i siti di produzione siano certificati ISO 50001.

Abbiamo deciso di introdurre in tutti i siti di produzione le scorecard di Sostenibilità, ossia i punteggi che misurano il consumo delle risorse, allo scopo di

ridurre l'impiego di energia, materiali, acque e acque reflue e la produzione di rifiuti generando ulteriori risparmi.

Presso gli otto siti della divisione **Beauty Care**, abbiamo incrementato il valore aggiunto soprattutto grazie al programma "Total Productive Management Plus" tuttora in corso (si veda la pagina precedente). Per dimostrare l'efficienza delle risorse nell'ambito della nostra produzione abbiamo conseguito la certificazione ISO 50001 sui sistemi di gestione dell'energia in sei stabilimenti.

La divisione ha integrato nel programma un ulteriore aspetto chiave oltre all'impronta ecologica, ossia sessioni di formazione sul comportamento sicuro, allo scopo di stimolare la consapevolezza dei dipendenti sull'importanza della salute e della sicurezza sul lavoro.

Nel 2012 l'esperienza positiva del sito di produzione di Bogotá, in Colombia, ci ha spinti a introdurre elementi analoghi in tutti i siti della divisione Beauty Care.



Certificazione LEED

La divisione Laundry & Home Care ha richiesto e ottenuto la certificazione dello stabilimento di produzione costruito nel 2012 a Körösladány, in Ungheria, sulla base della norma LEED (Leadership in Energy and Environmental Design).

La certificazione LEED conferma il rispetto degli standard di salute, tutela dell'ambiente e non solo, durante la progettazione e la costruzione del nostro stabilimento di produzione.

Stiamo lavorando sugli aspetti di efficienza delle risorse e sicurezza anche in tutti i siti della nostra divisione **Adhesive Technologies**. Intendiamo aumentare l'uso di processi e sistemi standard per ottenere un miglioramento costante della produzione, pertanto stiamo costruendo siti tecnologicamente avanzati che incrementano ulteriormente l'efficienza grazie all'uso di infrastrutture condivise. In quest'ottica stiamo costituendo il nostro maggiore sito di produzione adesivi a Shanghai, in Cina (si veda la pagina seguente).

Nel 2012 abbiamo continuato a rafforzare la nostra rete produttiva mondiale e, nonostante siano aumentate ulteriormente le capacità, siamo riusciti a ridurre il numero complessivo di stabilimenti a 135 eliminandone otto.

In seguito a tutti i nostri programmi condotti a livello mondiale, nel 2012 il 56% dei nostri siti ha ridotto la produzione di rifiuti, il 52% i consumi idrici e il 49% i consumi energetici. Ci stiamo

concentrando in particolare sulla riduzione del dispendio energetico e, quindi, sulla protezione del clima, usando meno materiali e generando meno rifiuti, oltre a limitare i consumi idrici e l'inquinamento delle acque reflue (si vedano gli esempi nella tabella sottostante).

Nelle nostre tre divisioni ci prefiggiamo di adottare misure di ottimizzazione per ridurre l'impronta ecologica nell'ambito delle nostre attività di produzione e non solo. Nuovi progetti per i magazzini e la produzione di materiali per gli imballaggi direttamente sul sito di confezionamento riducono i tragitti di trasporto e quindi contribuiscono anche alla protezione del clima (Pagina 17).

Standard validi in tutto il mondo e sistemi di gestione

I nostri programmi a livello globale si basano su standard uniformi per la sicurezza, la tutela della salute e dell'ambiente (SHE) e su sistemi di

Alcuni esempi di contributi all'efficienza delle risorse a livello mondiale nel 2012

Are di intervento	Misure
	St. Louis, Missouri (Stati Uniti): lo stabilimento di produzione di detersivi per bucato ha ridotto il proprio consumo energetico del 5% ottimizzando l'impianto ad aria compressa mediante l'installazione di un compressore d'aria altamente efficiente dotato di controllo della velocità ed eseguendo ispezioni per ridurre le perdite del sistema.
	Racibórz (Polonia): lo stabilimento di produzione di detersivi per bucato recupera il calore residuo emesso dal suo impianto di solfonazione nella torre di atomizzazione utilizzata per produrre i detersivi in polvere riducendo così i consumi energetici del 20%.
 	Port Said (Egitto): lo stabilimento di produzione di detersivi per bucato ha ridotto di oltre l'80% il consumo di elettricità del magazzino installando un soffitto trasparente per sfruttare la luce diurna. Inoltre, è stato ridotto dell'8% il consumo idrico del sito per la produzione di polveri, oggi si riutilizza l'acqua delle attività di produzione dei liquidi.
 	Bogotá (Colombia), Chonburi (Thailandia) e Jasminal (Tunisia): nel 2012, nell'ambito del programma "Total Productive Management Plus", tutti gli stabilimenti di produzione di cosmetici hanno attuato numerose misure di ottimizzazione ulteriore. Oltre al sito di Bogotá (Pagina 12), altri due siti di produzione della divisione Beauty Care hanno ottenuto risultati eccezionali. Nello stabilimento in Thailandia siamo riusciti a ridurre i consumi idrici del 28% e la produzione di rifiuti del 21%. Nella fabbrica in Tunisia il consumo idrico è stato ridotto del 7% e la produzione di rifiuti del 22%.
 	Salamanca (Messico): nello stabilimento di produzione di adesivi le acque reflue vengono utilizzate per la torre di raffreddamento ottenendo così la riduzione dei consumi idrici del 35%. L'ottimizzazione della caldaia a vapore ha consentito di ridurre il consumo di gas naturale del 70%.

Esempi da altri siti:
www.henkel.com/sr2012 | 7



Efficienza delle risorse nella produzione di adesivi

A metà del 2013 il nostro maggiore stabilimento di produzione adesivi situato a Shanghai, in Cina, inizierà a introdurre sul mercato adesivi e tecnologie industriali nella regione Asia-Pacifico. Grazie all'ulteriore sviluppo dei processi produttivi e dei flussi di lavoro, il consumo idrico ed energetico del sito raggiungerà l'eccellenza nell'ambito dell'efficienza delle risorse.

gestione integrati. Gli Standard SHE e gli Standard sociali sono validi per tutti i siti. Garantiamo che siano rispettati nell'ambito della produzione attraverso il nostro programma di audit interno (Pagina 7).

In tutti i siti conduciamo periodicamente sessioni di formazione sull'ambiente e sulla sicurezza dove il personale viene istruito, spesso anche da esperti esterni, su tematiche quali i dispositivi di protezione individuali, le norme antincendio, la gestione dei magazzini e gli interventi di pronto soccorso. Il ruolo della dirigenza a livello locale è per Henkel un elemento fondamentale per un'efficace strategia di Sostenibilità e per l'applicazione dei nostri standard. Per questo motivo abbiamo sviluppato uno specifico programma di formazione per i responsabili dei siti (si veda la pagina seguente).

Facciamo certificare da organi esterni i nostri sistemi di gestione ambientale presso i singoli siti per andare incontro alle preferenze dei nostri partner nei rispettivi mercati. Alla fine del 2012, l'85% circa del volume di produzione proveniva da siti certificati ISO 14001, la norma riconosciuta a livello internazionale per i sistemi di gestione ambientale.

Collaborazione con i subfornitori a contratto

La produzione affidata a terzi rientra nella nostra strategia produttiva e viene utilizzata in modo flessibile per i nostri prodotti e mercati. Per esempio, ricorriamo a fabbricanti per conto terzi e a contratto quando penetriamo in nuovi

mercati o introduciamo nuovi prodotti e tecnologie. In questi casi spesso il volume di produzione corrispondente è ancora esiguo. In altre circostanze, il ricorso a partner esterni aiuta a ottimizzare la rete produttiva e logistica e ad aumentare l'efficienza delle risorse. Attualmente circa il 10% del volume di produzione addizionale annuale viene affidato a fabbricanti per conto terzi e a contratto.

I nostri requisiti di qualità, tutela ambientale, sicurezza nonché gli Standard sociali sono inseriti in tutti i contratti e gli ordini. Monitoriamo l'applicazione dei nostri standard attraverso valutazioni condotte dal nostro staff e, sempre più spesso, da fornitori di servizi esterni specializzati. Puntiamo a instaurare collaborazioni a lungo termine con i nostri fabbricanti per conto terzi e a contratto per ottenere i migliori risultati possibili. In futuro prevediamo di includerli nel nostro sistema di registrazione dei dati ambientali.

In un progetto pilota condotto nel 2011, abbiamo definito i parametri di energia, acqua, acque reflue e rifiuti insieme ad alcuni subfornitori selezionati e abbiamo registrato i relativi dati. Nel 2012 la divisione Beauty Care ha sviluppato ulteriormente la collaborazione con diversi subfornitori a contratto rendendo possibile la registrazione e le analisi mensili di dati ambientali nonché di dati sulla performance produttiva.

Sicurezza sul lavoro

Obiettivo a lungo termine: zero infortuni

Henkel attribuisce massima priorità alla sicurezza sul lavoro. Il nostro obiettivo a lungo termine è sempre “zero infortuni”, quindi vogliamo migliorare costantemente le nostre misure per la salute e la sicurezza sul lavoro. L'obiettivo intermedio per il 2012 prevedeva una riduzione del 20% del nostro tasso di infortuni. Grazie all'impegno intenso profuso dal nostro personale abbiamo raggiunto il traguardo in anticipo. Tra il 2007 e il 2010 gli infortuni sul lavoro erano già diminuiti del 29%. Pertanto abbiamo stabilito un ulteriore obiettivo intermedio: ridurre il numero di infortuni sul lavoro in Henkel di un altro 20% entro il 2015. Nel 2012 il numero di infortuni sul lavoro corrispondeva a 1 per milione di ore lavorate, un livello molto basso rispetto alle statistiche internazionali.

Formazione per un comportamento sicuro

Per raggiungere il nostro obiettivo mettiamo l'accento sulla rigorosa osservanza degli standard di sicurezza, salute e tutela ambientale (SHE). Per evitare gli infortuni sul lavoro attuiamo misure tecniche mirate e organizziamo specifici programmi di formazione che sensibilizzano il personale, soprattutto della produzione ma anche dell'amministrazione. I corsi si svolgono regolarmente in tutti i siti.

Nel 2012 presso la divisione Adhesive Technologies si è tenuta la giornata dedicata alle norme SHE con la partecipazione di tutti i dipendenti

della regione Africa/Medio Oriente (si veda sotto). La divisione Laundry & Home Care ha organizzato corsi di formazione per i responsabili dei siti di produzione e logistica in materia di controllo del comportamento sicuro e di analisi dei quasi-infortuni, nell'ambito del programma “Safety Excellence” del 2012.

Organizziamo anche corsi di formazione per i dipendenti delle imprese esterne che lavorano presso i nostri siti. Il nostro approccio a 360 gradi sulla sicurezza si è dimostrato efficace: nel 2012 nell'88% dei nostri siti di produzione nel mondo non si sono verificati incidenti.

Infortuni mortali sul lavoro

Grazie al nostro grande impegno nella tutela della sicurezza sul lavoro, nel 2012 il numero degli infortuni in Henkel si è attestato nuovamente su livelli molto bassi rispetto alle statistiche internazionali. Purtroppo, malgrado i nostri sforzi, si è verificato un incidente mortale sul lavoro. Un dipendente di un'azienda esterna ha perso la vita in un sito in India cadendo durante l'ispezione di un impianto di depurazione dell'aria. L'accaduto dimostra ancora una volta quanto sia importante insistere sul rispetto delle norme di sicurezza e continuare a controllare che vengano attuate.

Un altro incidente mortale è avvenuto in Siria: un rappresentante commerciale è stato aggredito e ucciso durante l'orario lavorativo.



Giornata dedicata a salute, sicurezza e tutela ambientale

Nel 2012 la divisione Adhesive Technologies ha organizzato la giornata dedicata alle norme SHE a cui hanno partecipato tutti i dipendenti della regione Africa/Medio Oriente. L'evento ha contribuito a sensibilizzare i dipendenti attraverso presentazioni e workshop nonché attraverso una Carta contenente le regole fondamentali per la salute, la sicurezza e la tutela ambientale. Nella foto potete vedere i portachiavi distribuiti durante la campagna rivolta ai dipendenti del Sudafrica.



Logistica e trasporti

Pianificazione logistica per prodotti diversi

La nostra pianificazione logistica varia a seconda della natura dei prodotti da trasportare. Per quelli voluminosi e pesanti riduciamo i tragitti e di conseguenza l'impatto ambientale decentrando la produzione presso stabilimenti locali. Ciò vale soprattutto per i detersivi per bucato, i prodotti di pulizia domestica, 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. I nostri adesivi istantanei, per esempio, vengono prodotti presso un numero molto limitato di siti nel mondo.

Iniziative per ridurre le emissioni

In tutta l'Azienda stiamo lavorando per ottimizzare le strutture e i modelli di logistica in modo da ridurre le emissioni legate ai trasporti. L'ubicazione dei magazzini e dei centri di distribuzione dovrebbe ridurre al minimo la distanza tra siti e clienti. Dove possibile, combiniamo i trasporti tra i singoli siti e verso i magazzini centrali in modo da ridurre il chilometraggio per l'intero Gruppo.

A tale scopo, la divisione Adhesive Technologies ha deciso di ridurre il numero di magazzini in Sudafrica da undici a uno. La divisione Laundry & Home Care è già riuscita a mettere in funzione un magazzino completamente automatizzato vicino al sito di Perm, in Russia, che grazie al suo design compatto necessita del 40% di energia in meno l'anno rispetto a un magazzino tradizionale. La sua vicinanza al sito di produzione consente di risparmiare circa 500.000 chilometri di tragitti l'anno, che corrispondono a circa 360 tonnellate di emissioni di CO₂.

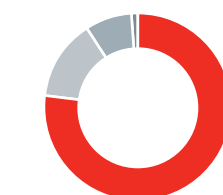
Collaboriamo anche con partner rivenditori e con fornitori di altri prodotti per sfruttare al meglio la capacità degli automezzi. La divisione Beauty Care, per esempio, collabora con i fornitori di servizi logistici e i clienti più importanti per ottimizzare la capacità degli automezzi e per diminuire le emissioni di CO₂. In Europa e negli Stati Uniti, in particolare, cerchiamo di trasportare le merci optando sempre

di più per la rotaia anziché per la gomma. Prendiamo in considerazione gli aspetti logistici fin dalle prime fasi di sviluppo dei prodotti. I prodotti concentrati e gli imballaggi leggeri riducono il peso da trasportare e quindi anche le emissioni di CO₂. Le iniziative concrete intraprese per ridurre le emissioni legate ai trasporti e alla logistica sono illustrate su Internet: www.henkel.com/sr2012 | 8

Requisiti per i nostri partner della logistica

In tutto il mondo, oltre il 90% dei trasporti dei nostri prodotti dal sito di produzione al magazzino e dal magazzino al cliente viene effettuato da aziende di logistica esterne. Selezioniamo i nostri partner valutandone l'efficienza ma anche le performance sotto il profilo ambientale. Dal 2010 i nostri Acquisti hanno adottato criteri analoghi nei processi di audit e negli appalti per i servizi logistici individuando obiettivi di risparmio energetico, misure per la modernizzazione delle flotte di veicoli e investimenti in programmi rivolti a ottimizzare i percorsi e a misurare le emissioni generate.

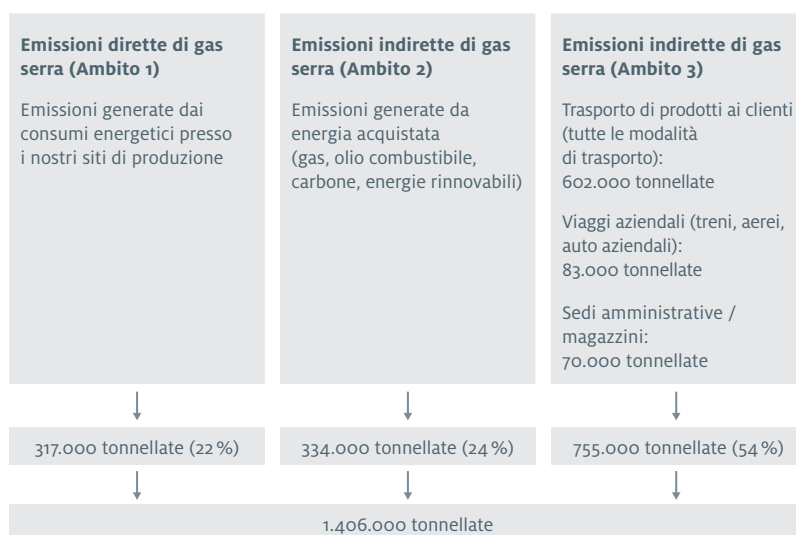
Le diverse modalità di trasporto dei prodotti nel 2012



- 77 % Strada
- 14 % Mare
- 8 % Ferrovia
- 1 % Aereo¹

¹ Il trasporto aereo non è uno dei nostri sistemi di trasporto standard. È utilizzato solo quando i nostri clienti richiedono consegne super veloci.

Quadro generale: la nostra impronta di carbonio operativa nel 2012



Le emissioni di CO₂ prodotte da Henkel sono legate prevalentemente alla generazione e al consumo di energia. Altre fonti di emissione di CO₂ non sono rilevanti per le nostre attività. Lo stesso vale per le emissioni di altri gas serra che rappresentano meno dell'1% delle emissioni degli Ambiti 1 e 2. Le emissioni dell'Ambito 3, soprattutto quelle associate all'uso delle materie prime e dei prodotti, sono calcolate a livello di prodotto.

La gestione della Sostenibilità

Gestione delle innovazioni

Le innovazioni dei prodotti rivestono un ruolo fondamentale se vogliamo sganciare la qualità della vita dal consumo delle risorse. Per questo uno dei principi strategici di attuazione della nostra strategia di Sostenibilità è relativo ai nostri prodotti. Questi devono offrire a clienti e consumatori più valore e prestazioni migliori con un'impronta ecologica ridotta. Per noi non si tratta di sviluppare singoli prodotti "verdi" in cui sia stato migliorato soltanto il profilo ecologico; il nostro obiettivo, piuttosto, è migliorare continuamente tutti i prodotti dell'intero portafoglio prendendo in considerazione ogni aspetto. Tutto ciò richiede un profondo spirito innovativo.

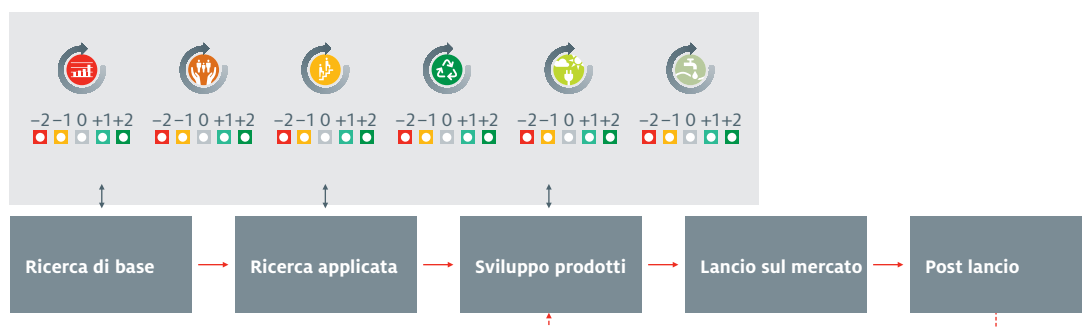
Nel 2012, nella Ricerca e Sviluppo di Henkel hanno lavorato circa 2.700 persone con un investimento di 408 milioni di euro. Per promuovere uno sviluppo di prodotti fin dall'inizio in linea con la nostra strategia di Sostenibilità, dal 2008 abbiamo ancorato le nostre aree di intervento al processo di innovazione di Henkel (diagramma in basso).

Misurare la Sostenibilità

In Henkel ci concentriamo sullo sviluppo di diversi metodi di misurazione per identificare in quale punto della catena di valore possiamo ottenere l'impatto maggiore sulla Sostenibilità per raggiungere il nostro obiettivo, vale a dire ottimizzare le dimensioni "Valore" e "Impronta". I risultati vengono poi utilizzati per adottare misure di miglioramento adeguate. Solo tenendo conto dell'intero ciclo di vita possiamo garantire che le azioni intraprese miglioreranno il profilo di Sostenibilità complessivo dei nostri prodotti.

Per sviluppare ulteriormente e semplificare i metodi di analisi, compresi quelli che determinano l'impronta di CO₂ e di acqua dei prodotti, collaboriamo con partner esterni. Per esempio, partecipiamo anche a iniziative quali il Sustainability Consortium e il Consumer Goods Forum's Measurement Group.

Valutazione della Sostenibilità nel processo di innovazione di Henkel



Dal 2008, le aree di intervento sulla Sostenibilità considerate prioritarie da Henkel sono sistematicamente ancorate al processo di innovazione. Ciò significa che i nostri ricercatori devono dimostrare i vantaggi specifici dei loro progetti in relazione alle prestazioni dei prodotti, al valore aggiunto per clienti e consumatori e ai criteri sociali ("più valore"). Devono inoltre dimostrare in che modo il progetto contribuisca a un minore uso delle risorse ("meno impronta"). L'Henkel Sustainability#Master (tabella a destra) è uno degli strumenti utilizzati per valutare i diversi contributi.

Per misurare la Sostenibilità abbiamo messo a punto diversi strumenti che confluiscono nell'Henkel Sustainability# Master. Così, abbiamo collaborato con il "Center on Sustainable Consumption and Production" (CSCP) di Wuppertal, Germania, e abbiamo applicato questo strumento in vari modi e situazioni per instaurare un dialogo con i nostri partner rivenditori, le organizzazioni non governative, gli istituti di ricerca e altri stakeholder.

Al centro di questo sistema di valutazione c'è uno schema per valutare le modifiche nelle dimensioni "Valore" e "Impronta" in cui sono evidenziati gli aspetti critici per ciascuna categoria di prodotti sulla base di metodi di misurazione scientifici come, per esempio, le analisi del ciclo di vita e i dati empirici. Si tratta di ambiti in cui la Sostenibilità gioca un ruolo importante per entrambe le dimensioni "Valore" e "Impronta" (si veda il grafico). Lo schema serve anche a confrontare il profilo di Sostenibilità di due prodotti o processi (Pagine 25, 29 e 33), quindi, a quantificare le modifiche. I ricercatori di Henkel sfruttano tali scoperte per progredire nell'innovazione e per migliorare continuamente i prodotti. Per saperne di più sull'Henkel Sustainability#Master e sulle analisi del ciclo di vita: www.henkel.com/sr2012 | 9

Sicurezza dei prodotti e dei consumatori

I nostri clienti e consumatori possono fare affidamento sulla sicurezza dei prodotti Henkel per gli impieghi cui sono destinati. Tutte le materie prime e i prodotti finiti vengono sottoposti a numerosi test e valutazioni per garantire un elevato livello di sicurezza nelle fasi di produzione, utilizzo e smaltimento. Assicurare il rispetto delle norme di legge e degli standard Henkel, di più ampio spettro, è la base da cui partire.

I nostri addetti allo sviluppo dei prodotti e i nostri esperti di sicurezza dei prodotti valutano gli ingredienti in base alle ultime scoperte scientifiche e a dati concreti sulla sicurezza. Conservano continuamente traccia dei prodotti Henkel sul mercato e includono le opinioni raccolte all'interno delle valutazioni. Oltre a considerare i potenziali rischi di base di una sostanza, le nostre valutazioni di sicurezza esaminano in particolare l'effettiva concentrazione nella formulazione specifica e le condizioni d'uso. La sicurezza degli ingredienti chimici dei prodotti è spesso oggetto di accesi dibattiti pubblici, per questo motivo Henkel riesamina le valutazioni con estrema cura. Per alcune applicazioni, l'impiego di sostanze con determinate caratteristiche nocive è vietato fin dall'inizio. In altri casi, lavoriamo per migliorare ulteriormente il livello di compatibilità con la salute sviluppando ingredienti alternativi (Pagine 27 e 32).

Henkel Sustainability#Master – punti critici nella categoria dei detersivi liquidi per bucato

Valore		Materie prime	Produzione	Logistica	Vendita al dettaglio	Uso	Smaltimento
	Performance economica					Punto critico	
	Sicurezza e Salute						
	Progresso Sociale					Punto critico	
	Materie prime e rifiuti	Punto critico			Punto critico		Punto critico
	Energia e Clima			Punto critico		Punto critico	
	Acqua e Acque reflue					Punto critico	

Impronta

Lo schema è al centro dell'Henkel Sustainability#Master, uno strumento per valutare la Sostenibilità di prodotti e processi, e si basa sulla raffigurazione dei vari momenti delle nostre catene del valore e delle nostre sei Aree di Intervento. L'obiettivo è aumentare il valore del prodotto riducendo al tempo stesso la sua impronta sull'ambiente. I punti critici possono essere individuati per ogni categoria di prodotto sulla base di metodi di misurazione scientifici e rappresentano gli ambiti che rivestono maggiore importanza per la Sostenibilità, sia per quanto riguarda la dimensione superiore del "Valore" sia per quella inferiore relativa alla dimensione "Impronta".

Innovazione e metodi di sperimentazione alternativi

Fin dall'inizio degli anni '80 l'Azienda conduce ricerche finalizzate a sviluppare metodi alternativi per la sperimentazione di materie prime e prodotti, per verificarne l'effetto biologico e la compatibilità. Metodi biologico-molecolari all'avanguardia sono utilizzati per esaminare in modo approfondito alcuni aspetti come l'effetto delle materie prime sulle cellule cutanee, finalizzati alla realizzazione di formulazioni ottimizzate. Questo è uno dei requisiti fondamentali per progredire nell'innovazione dei prodotti.

Uno dei nostri obiettivi prioritari è rispondere alle domande sulla sicurezza dei nostri prodotti e sugli ingredienti scelti, rigorosamente non testati sugli animali. In linea di principio, Henkel ricorre alla sperimentazione sugli animali solo se richiesta dalle norme di legge e in mancanza di test alternativi approvati per ottenere gli indispensabili dati sulla sicurezza.

Gli aspetti riguardanti la compatibilità cutanea degli ingredienti ora vengono studiati anche con

la sperimentazione in vitro. Queste tipologie di test, come per esempio il Modello di Pelle a Spessore Intero che consente di creare un derma artificiale su cui lavorare, sono state sviluppate negli ultimi decenni da Henkel in collaborazione con partner esterni e sottoposti all'approvazione dell'EURL ECVAM, il laboratorio di riferimento dell'Unione Europea per la convalida di metodi alternativi alla sperimentazione animale. L'approvazione ufficiale è un presupposto essenziale per consentire l'applicazione di questo metodo a livello globale, non solo a beneficio di Henkel ma anche di altre aziende.

Infatti, Henkel intende rendere accessibili i risultati di questa ricerca mediante un modello di open source e mettere il metodo a disposizione di biologi e analisti di laboratorio, per esempio attraverso riviste specialistiche di settore. Questa decisione rappresenta per Henkel un passo importante verso la diffusione globale di metodi di sperimentazione alternativi. Gli scienziati di Henkel stanno lavorando con i ricercatori Fraunhofer per consentire non solo la produzione in laboratorio di un Modello di Pelle a Spessore Intero, delle dimen-

Esempi di Sostenibilità nello sviluppo di imballaggi



Le Chat Eco Gel (in Italia: Dixan Power Gel): migliorati i flaconi del detersivo liquido concentrato per bucato

Dal 2012 offriamo il detergente liquido per bucato altamente concentrato in un nuovo flacone con il marchio Le Chat in Francia e il marchio Dixan in Italia. Il flacone pesa meno della sua versione precedente (-43%), contribuendo a ridurre considerevolmente l'impronta di carbonio.



Fa: deodorante spray in alluminio riciclato

La produzione di bombolette di alluminio è abbastanza dispendiosa in termini di energia. Nel 2013 inizieremo, per questo motivo, a utilizzare il deodorante Fa in bombolette spray con circa il 25% di alluminio riciclato. L'impronta di carbonio subirà una riduzione notevole anche grazie alla diminuzione del peso delle bombolette di oltre il 10%.



Ceresit: confezione dell'adesivo per piastrelle in polietilene non lacerabile

I sacchi di carta tradizionali per gli adesivi per piastrelle possono rompersi facilmente durante il trasporto. La nuova confezione dell'adesivo per piastrelle Ceresit non sarà solo resistente all'acqua ma anche non lacerabile grazie al sacco di 20 kg totalmente in polietilene (PE) introdotto nel 2012. Il sacco di plastica permette anche di estrarre l'adesivo per piastrelle dalla confezione con la tecnologia Stop Dust, senza lasciare residui.

sioni pari a quelle di una moneta da un centesimo, ma anche una sua futura produzione industriale. Il processo diventerà più efficace e permetterà di produrre quantità maggiori.

Uso responsabile delle materie prime

Henkel si impegna a gestire le materie prime in modo responsabile e, in particolare, a contribuire alla conservazione delle risorse naturali e della biodiversità. Da molti anni utilizziamo ingredienti basati su materie prime rinnovabili per migliorare le caratteristiche generali dei nostri prodotti. Già oggi sono ingredienti essenziali di saponi, shampoo, colle stick e adesivi per carte da parati. Oltre il 30% degli ingredienti contenuti nei tensioattivi (principi attivi lavanti) presenti nei nostri detersivi per bucato deriva da materie prime rinnovabili.

Olio di palma e di palmisto: i risultati ottenuti

L'olio di palma e di palmisto mostrano in modo eccellente quando sia importante adottare una condotta responsabile nei confronti dell'uso di ingredienti di origine vegetale. Per promuovere le piantagioni sostenibili di olio di palma e di palmisto, dal 2003 partecipiamo alla Tavola rotonda internazionale sull'olio di palma sostenibile (RSPO). Nel 2008 siamo diventati la prima azienda al mondo a conseguire certificati RSPO per i prodotti selezionati. Questi certificati promuovono l'olio di palma proveniente da piantagioni a gestione sostenibile. Dal 2010, anche le piccole quantità di olio di palma e di palmisto direttamente aggiunte ai nostri prodotti sono corredate da questi certificati. Nel 2012 Henkel è stata certificata per la seconda volta da Control Union e la nostra esemplare conformità agli standard RSPO è stata confermata dal conseguimento dei certificati per la produzione sostenibile di olio di palma e di palmisto.

Il nostro obiettivo per il 2015 è che tutto l'olio di palma e di palmisto acquistato come materia prima per l'uso diretto e indiretto nei prodotti di tutte le nostre divisioni sia corredato dai certificati RSPO che attestano la coltivazione sostenibile. Nel 2012, la nostra divisione Laundry & Home Care ha ottenuto i certificati RSPO per l'intera gamma di prodotti per bucato e per l'igiene domestica nel mondo. Dialoghiamo costantemente con i nostri fornitori di materie prime per stimolarli a introdurre il prima possibile l'olio di palma e di palmisto sostenibile nei loro processi di produzione. All'inizio del 2011 abbiamo contribuito ad avviare

il Forum sull'olio di palma sostenibile. L'obiettivo di questa iniziativa di collaborazione tra produttori, rivenditori e organizzazioni non governative presenti in Germania, Austria e Svizzera è promuovere l'olio di palma sostenibile in tutto il mondo.

Il Forum si prefigge di perfezionare ed estendere gli standard definiti dall'RSPO. Inoltre, Henkel è firmataria di una risoluzione approvata dal Consumer Goods Forum per contrastare la deforestazione globale e proteggere la biodiversità. Le aziende aderenti si impegnano a intraprendere azioni individuali e congiunte per raggiungere l'obiettivo entro il 2020. Noi, in particolare, siamo coinvolti in relazione all'uso di materie prime e di altri materiali quali l'olio di palma e l'olio di palmisto.

www.theconsumergoodsforum.com

Ridurre il volume dei rifiuti

In tutta l'Azienda rispettiamo tre principi: prevenzione, riduzione e riciclo. Per consolidare la nostra leadership nella Sostenibilità anche nel campo dello sviluppo degli imballaggi, nel 2011 abbiamo stabilito obiettivi ad ampio raggio per i prossimi anni.

Le confezioni dei nostri prodotti per il largo consumo garantiscono l'igiene e l'integrità del contenuto, lo proteggono da fonti esterne e presentano uno spazio sufficiente in cui apporre le necessarie informazioni destinate al consumatore. Inoltre, il design della confezione e la sua forma attraente giocano un ruolo importante nelle decisioni d'acquisto. Di conseguenza, i nostri addetti allo sviluppo di imballaggi progettano costantemente confezioni intelligenti che uniscono tutti questi aspetti utilizzando la minore quantità di materiale in modo da ridurre al minimo il volume dei rifiuti. In linea con il concetto di "confezioni più intelligenti", offriamo saponi per le mani della linea Dial che hanno le etichette sui pallet e non necessitano di confezione secondaria. Nel caso delle tavolette wc Bref Pulito Facile Power Activ siamo riusciti a ridurre del 55% la plastica utilizzata per la confezione.

Possiamo anche fare affidamento su materiali per i quali sono previsti sistemi di riciclo pubblici. Nella sola Germania, siamo riusciti a ridurre il volume degli imballaggi di circa la metà dagli anni '80. Ci siamo anche impegnati attivamente per ridurre il volume dei rifiuti e riciclare gli imballaggi in altri Paesi; per esempio nella Repubblica Ceca, Henkel ha partecipato all'iniziativa di riciclaggio EKO-KOM.

Obiettivi di riduzione dell'impronta degli imballaggi nei prodotti al consumo:
www.henkel.com/sr2012 | 10

Impronta degli imballaggi di Henkel nel 2012¹



- 46% Plastica
- 44% Carta e cartone
- 9% Metalli
- 1% Vetro

¹ Circa 506.000 tonnellate (stime basate sulle spese per i materiali di imballaggio).



Jaroslava Haid-Járková, General Manager di Henkel nella Repubblica Ceca e Ambasciatrice di Sostenibilità, durante una lezione pilota con dei bambini a Praga.

1.000 Ambasciatori per un mondo più sostenibile

Ci prefiggiamo di coinvolgere sempre di più i dipendenti negli aspetti legati alla Sostenibilità, così abbiamo pensato di far diventare alcuni dipendenti della divisione Laundry & Home Care Ambasciatori della Sostenibilità. Abbiamo organizzato corsi di formazione per insegnare loro a trattare in modo competente i temi della Sostenibilità affinché li possano trasmettere ai propri colleghi, fornitori, clienti e consumatori ma anche agli studenti.

Il programma è iniziato nel luglio del 2012. Oltre 500 membri della divisione Laundry & Home

Care hanno partecipato a seminari online e hanno acquisito una visione d'insieme delle sfide globali legate allo Sviluppo Sostenibile e alla strategia di Sostenibilità di Henkel. Entro il 2013, vogliamo formare e specializzare più di 1.000 Ambasciatori di Sostenibilità.

Nel 2012 la divisione Laundry & Home Care ha sviluppato anche un programma per portare gli Ambasciatori di Sostenibilità nelle scuole elementari in modo da spiegare agli alunni il vero significato della Sostenibilità e il contributo che ogni individuo potrebbe dare. Il programma è stato realizzato su misura così che gli alunni possano imparare in modo interattivo, per esempio, come evitare gli sprechi d'acqua e risparmiare energia in bagno o facendo il bucato.

Programma pilota

Nove bambini della scuola elementare di Kolovraty hanno ricevuto un certificato di partecipazione dai due Ambasciatori di Sostenibilità, Jaroslava Haid-Járková e Jan Zelízko.



Il programma è stato testato durante una prima fase pilota condotta su ampia scala, in Germania, negli Emirati Arabi Uniti e nella Repubblica Ceca. Abbiamo lanciato il programma in tutto il mondo nel 2013 con il prezioso aiuto dei nostri Ambasciatori di Sostenibilità.

Laundry & Home Care

Innovazioni con un'impronta ridotta

I consumatori si attendono che i prodotti soddisfino in eguale misura i criteri di qualità, eco-compatibilità e Responsabilità sociale, in linea con l'obiettivo di Henkel. I nostri marchi coniugano prestazioni eccellenti e responsabilità nei confronti delle persone e dell'ambiente. Questo connubio rappresenta per noi il principale motore delle innovazioni e alla base della nostra competitività futura. Il principio viene applicato fin dalla fase di sviluppo dei prodotti. Ogni nuovo prodotto deve fornire un contributo aggiuntivo in almeno una delle sei Aree di Intervento della Sostenibilità che Henkel considera prioritarie. Nell'ambito della ricerca, abbiamo collaborato con altre aziende o istituti per poter sviluppare nel futuro innovazioni sostenibili in modo più rapido e garantire la stessa eccellenza nella qualità dei nostri prodotti in tutto il mondo.

Attenzione alla fase di utilizzo

La nostra strategia si prefigge tra i suoi principali obiettivi la promozione di un consumo sostenibile finalizzato alla conservazione delle risorse. In questo senso i nostri prodotti rivestono un ruolo chiave poiché sono utilizzati tutti i giorni in milioni di famiglie e spesso richiedono l'impiego di acqua ed energia. Pertanto ci concentriamo sullo sviluppo di prodotti che permettano di utilizzare in modo efficiente questo tipo di risorse e, attraverso una comunicazione mirata, cerchiamo di promuoverne un uso responsabile. Si tratta di un aspetto particolarmente rilevante poiché il 70% dell'impronta ecologica dei nostri prodotti è generata soprattutto durante il loro uso. Tra i prodotti efficienti sotto il profilo energetico figurano il detersivo per lavastoviglie Pril 10 e i nostri detersivi per bucato efficaci a basse temperature, come Persil Megaperls e Purex Cold Water. Infatti, lavare a 30°C consente di ridurre le emissioni di CO₂ nella fase di utilizzo di oltre il 65% rispetto ai lavaggi a 60°C. Un ulteriore esem-

pio di uso efficiente delle materie prime è Mega-Caps (in Italia Dixan Super Dosi), il detersivo liquido concentrato per bucato in pratiche monodosi che abbiamo lanciato nel 2011 e rielaborato ulteriormente nel 2012 introducendo anche la variante Dixan Duo-Caps (Pagina 25).

Oltre a sviluppare prodotti e soluzioni migliori, vogliamo incentivare i consumatori a scelte di acquisto responsabili. Attraverso una comunicazione mirata su Internet, evidenziamo i vantaggi dei nostri prodotti e, inoltre, incoraggiamo un uso efficiente delle risorse mediante lo strumento di calcolo dei consumi energetici della lavatrice su www.persil.de e della lavastoviglie su www.pril.it.

“Il nostro programma di formazione degli Ambasciatori della Sostenibilità aiuta i dipendenti a comprendere ancora meglio la Sostenibilità, a viverla in prima persona e a integrarla nelle proprie attività quotidiane.”



Bruno Piacenza
Executive Vice President
Laundry & Home Care



Econometro Pril

Gli ingredienti attivi di Pril 10 Tabs, prodotto distribuito in Italia, si sciolgono più rapidamente nella lavastoviglie grazie alla nuova formula extra solubile. L'ottimizzazione di questo aspetto migliora notevolmente i risultati di pulizia anche a basse temperature. Sul sito www.pril.it i consumatori possono calcolare il consumo energetico di ogni ciclo di lavaggio e il possibile risparmio di energia e soldi.



Bref Pulito Facile Power Aktiv

Bref Power Aktiv, con le sue quattro sfere attive e la sua tecnologia di aggancio assicura un'igiene efficace. Le tavolette wc coniugano l'efficacia dell'azione detergente alla responsabilità nei confronti dei consumatori e dell'ambiente in oltre 40 Paesi. Bref Power Aktiv è la prima e unica tavoletta wc ad avere un aggancio sicuro per i bambini. La plastica utilizzata nella confezione del prodotto è stata ridotta del 55%. Inoltre, il prodotto contribuisce anche alla conservazione delle risorse in quanto l'energia necessaria per produrlo è stata diminuita del 20%.

capi delicati ma protegge e cura i tessuti prevenendo l'infeltrimento e ravvivando i colori. Ottimizzando ulteriormente la selezione delle materie prime, siamo riusciti a dare un ulteriore contributo alla conservazione delle risorse e alla riduzione dell'impronta di carbonio.

“Effetto Rinnova Colore” assicura la migliore brillantezza dei colori e rinnova i tessuti sintetici e naturali ormai scoloriti. La schiuma porosa protegge gli abiti dalla centrifuga della lavatrice. Gli effetti sono evidenti già dai primi lavaggi. I colori dei vestiti scoloriti ritrovano il loro splendore. Inoltre, la formula di questi detersivi per il bucato protegge i tessuti delicati dallo scolorimento evitando di farli ingiallire o ingrigire. Questa azione allunga il ciclo di vita degli indumenti, soprattutto di quelli che vengono lavati di frequente.

Solide partnership con i rivenditori

Nel 2012 una delle nostre priorità è stata la collaborazione con i nostri partner rivenditori. Le grandi catene di distribuzione come REWE, DM, Carrefour e Walmart sono partner importanti di Henkel per diffondere modelli di consumo più sostenibili poiché rappresentano ottime piattaforme per informare i consumatori sui prodotti più sostenibili e stimolarli a usarli in modo ecocompatibile.

Ne è un esempio la partecipazione di Henkel alla Terza Settimana della Sostenibilità organizzata dal Gruppo REWE. Henkel ha illustrato le soluzioni per un consumo più sostenibile durante le conferenze con i diversi stakeholder. Nel settembre del 2012 ha promosso una partnership formativa con la catena tedesca di supermercati DM. Negli stand allestiti nei punti di vendita i partecipanti di entrambe le aziende hanno condotto dimostrazioni facilmente comprensibili per illustrare la Sostenibilità dei prodotti (Pagina 38).

Perlana con “Effetto Rinnova Colore”

Le formulazioni innovative dei detersivi per bucato con “Effetto Rinnova Colore” per capi delicati neri, colorati o bianchi sono vendute in tutta l'Europa e l'America Latina con i marchi Perlana, Perwoll, Fewa, Mir Couleurs, Micolor e MAS Color. La loro speciale tecnologia anti-pallini rende le fibre dei tessuti perfettamente lisce, così i colori possono ritrovare la propria vitalità e brillantezza. La nuova formula non solo rispetta i

Ulteriore sviluppo del Charter A.I.S.E. europeo per la pulizia sostenibile

Nel 2005 Henkel è stata la prima azienda a soddisfare i requisiti del Charter A.I.S.E. per la pulizia sostenibile. Finora hanno aderito all'iniziativa oltre 194 aziende: tutte quelle che firmano il Charter si impegnano formalmente a migliorare i processi e a fornire resoconti annuali sui loro progressi in campo economico, ecologico e sociale, sulla base di determinati indicatori. Insieme, questi indicatori rispecchiano attualmente oltre l'85% del tonnellaggio europeo di prodotti per il bucato e l'igiene domestica.

Il Charter A.I.S.E. è stato ampliato nel 2010 con, l'introduzione di una nuova dimensione per la valutazione dello sviluppo di un prodotto. Ora è possibile mostrare che un detersivo non solo è stato realizzato da un'azienda che impiega prassi sostenibili ma che è a sua volta dotato di un profilo di Sostenibilità in costante miglioramento. Nella categoria dei detersivi per bucato, per esempio, i criteri di particolare rilevanza 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.

Solo se un prodotto soddisfa tutti questi requisiti, l'Azienda può comunicarlo ai consumatori apponendo sulla confezione il nuovo simbolo del Charter A.I.S.E. introdotto a luglio 2011. Tra questi prodotti figurano anche i nostri detersivi per il bucato liquidi e in polvere e i nostri ammorbidenti.



Dal luglio 2011 Henkel utilizza il nuovo simbolo del Charter A.I.S.E. nelle informazioni sul prodotto.
www.cleanright.eu

Gestione responsabile delle materie prime

Da decenni Henkel utilizza ingredienti a base di materie prime rinnovabili. Nel 2012, tali materie costituivano oltre 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 Laundry & Home Care.

Siamo consapevoli della nostra responsabilità nell'acquisto e nell'uso di queste materie prime. Dal 2003, infatti, partecipiamo alla Tavola rotonda internazionale sull'olio di palma sostenibile (RSPO) e ci impegniamo attivamente per promuovere le piantagioni sostenibili di olio di palma e di palmisto. Sosteniamo anche altri tipi di coltivazione di oli vegetali, come la noce di cocco.

Per quanto riguarda i detersivi per bucato e i prodotti per l'igiene della casa, nel 2012 l'olio di palma e di palmisto, forniti come materie prime per l'uso diretto e indiretto nei nostri prodotti, sono stati coperti al 100% da certificati RSPO che ne attestano una coltivazione sostenibile.

In questo modo, la divisione Laundry & Home Care è riuscita a raggiungere l'obiettivo di Henkel in anticipo sui tempi (Pagina 21).

Innovazioni per i detersivi del futuro

La divisione Laundry & Home Care collabora con istituti di ricerca e altre aziende per partecipare attivamente già alle primissime fasi di sviluppo di nuovi prodotti. Dal 2012 abbiamo lavorato insieme a 4SC Discovery per scoprire nuovi ingredienti innovativi per i detersivi da bucato. La divisione Laundry & Home Care premia ogni anno le migliori innovazioni sostenibili realizzate dai propri partner: nel gennaio 2012 Novozymes ha ricevuto il Premio per il miglior contributo all'innovazione grazie ai suoi composti enzimatici sostenibili che garantiscono risultati migliori anche a basse temperature. Anche Monosol ha ricevuto un premio per la Sostenibilità grazie allo sviluppo e alla fornitura di pellicole idrosolubili per Mega-Caps (in Italia Dixan Super Dosi) e per il suo spirito di iniziativa nella determinazione dell'impronta di carbonio.

Henkel Sustainability#Master – confronto tra Persil Duo-Caps (in Italia Dixan Duo-Caps) e il detersivo liquido per il bucato Persil (in Italia Dixan)

Nel 2012 Henkel ha lanciato Duo-Caps, le capsule che contengono il detersivo liquido predosato in due camere separate, rivestite da una pellicola biodegradabile e idrosolubile al 100%. Gli ingredienti sono incapsulati in due camere separate affinché rimangano protetti e integri fino al momento dell'uso ottenendo pertanto risultati di pulizia eccellenti anche a basse temperature.

Grazie alla sua formulazione quasi priva di acqua, il detersivo in forma predosata è particolarmente pratico, utile per evitare il sovradosaggio e richiede il 70% in meno di imballaggio. Per questi motivi, contribuisce alla conservazione delle risorse e riduce l'impronta di carbonio di circa il 15%. Lo schema seguente rappresenta i miglioramenti sotto il profilo di Sostenibilità di Duo-Caps.

Valore	Materie prime	Produzione	Logistica	Vendita al dettaglio	Uso	Smaltimento
 Performance economica			Carico più efficiente		Risultati di pulizia	
 Sicurezza e Salute						
 Progresso Sociale					Confezione pratica	
 Materie prime e Rifiuti	Meno materie prime petrolchimiche	Confezione dal volume ridotto		Confezione secondaria	Dosaggio ridotto	Confezione meno pratica
 Energia e Clima	Selezione delle materie prime più mirata		Emissioni ridotte		Temperatura di lavaggio	
 Acqua e Acque reflue		Altamente concentrato, contiene meno acqua			Quantità di acqua per il lavaggio	
Impronta						



Miglioramento significativo



Nessun miglioramento





Lo svolgimento di un incontro sulle formulazioni "intelligenti" che richiedono meno risorse (da sinistra): Martina Spinatsch, Jens Hainmüller, Marina Vodicka, Karol Westhoff e il Dr. Thomas Hippe della divisione Beauty Care.

Il nostro programma per un "Percorso verso l'Eccellenza nella Sostenibilità"

Per attuare la strategia di Sostenibilità dell'Azienda, caratterizzata dall'obiettivo di ottenere di più con meno, la divisione Beauty Care ha organizzato un programma denominato "Percorso verso l'Eccellenza nella Sostenibilità" che include tutte le aree interessate e si basa su partnership importanti con produttori e fornitori di materie prime ma anche con i rivenditori, senza tralasciare le informazioni rivolte ai consumatori.

Un approccio determinante per la riduzione dell'impronta ecologica consiste nello sviluppo di "formulazioni intelligenti", un concetto con cui

intendiamo esprimere il processo di ottimizzazione dei prodotti esistenti attraverso le combinazioni di ingredienti attivi e l'impiego di meno risorse, per ottenere i risultati desiderati.

Nell'ambito del "Percorso verso l'Eccellenza nella Sostenibilità" effettuiamo analisi del ciclo di vita per le varie categorie di prodotti perché indicano quali aree offrono un margine maggiore di miglioramento. Nel caso dei nostri prodotti che devono essere risciacquati dopo l'uso, per esempio, siamo riusciti a dimostrare che la fase di utilizzo è estremamente rilevante per la riduzione del consumo energetico.

Strumento di Calcolo delle Risorse

Sono i consumatori a influenzare maggiormente la quantità di energia consumata in bagno. Lo Strumento di Calcolo delle Risorse è un metodo interattivo per dare loro la possibilità di scoprire su Internet come risparmiare energia.



Per sensibilizzare i consumatori sull'impatto ambientale generato dalle proprie abitudini, come per esempio farsi la doccia, asciugarsi i capelli con il phon, lavarsi i denti e le mani, abbiamo sviluppato anche lo Strumento di Calcolo delle Risorse. Così i consumatori possono farsi un'idea immediata di quanto il proprio comportamento possa incidere sull'impronta di carbonio di un prodotto. www.schauma.com

Beauty Care

Attuazione della strategia di Sostenibilità per il 2030

Per attuare in modo efficace la nostra strategia di Sostenibilità ci concentriamo su tre aspetti: prodotti, partner e persone. Per un miglior conseguimento degli obiettivi per il 2015, Beauty Care ha voluto arricchire i tre indirizzi strategici con il programma per un "Percorso verso l'Eccellenza nella Sostenibilità" finalizzato a consolidare la strategia di Sostenibilità di Henkel in tutta la divisione. Il programma interessa tutti i processi decisionali e aziendali, includendo tutti i reparti ovvero marketing, ricerca e sviluppo, acquisti, produzione, logistica, vendite e distribuzione. Anche la collaborazione per coinvolgere maggiormente i fornitori, i rivenditori e i consumatori è stata inserita all'interno del programma.

Fattore determinante per riuscire ad attuare i principi strategici nella pratica è la costante ottimizzazione dei prodotti cosmetici. I processi di sviluppo dei prodotti Beauty Care sono già stati interessati da una più efficiente gestione delle risorse. Il nostro alto tasso di innovazione ci assicura che anche i progressi più piccoli possono aiutarci a raggiungere i nostri traguardi di Sostenibilità. Per promuoverla in modo sistematico lungo l'intera catena del valore collaboriamo strettamente con i nostri partner strategici.

I nostri dipendenti rivestono un ruolo fondamentale nell'ambito dell'attuazione della strategia di Sostenibilità perché con le loro attività lavorative contribuiscono quotidianamente allo Sviluppo Sostenibile.

Prodotti innovativi per la qualità della vita

Una migliore qualità della vita e un benessere che interessi il più alto numero di persone possibile sono obiettivi sociali e politici universali. I prodotti cosmetici, oltre a offrire benefici sociali

quali, per esempio, l'igiene della pelle, dei capelli e dei denti, contribuiscono principalmente agli aspetti emotivi della qualità della vita. I prodotti cosmetici favoriscono un aspetto molto curato o valorizzano lo stile personale di ciascuno. I nostri prodotti per la cosmesi e la cura del corpo sono utilizzati quotidianamente da milioni di persone nel mondo.

Abbiamo analizzato i vari approcci per sviluppare i prodotti in modo innovativo e sostenibile e, quando necessario, li abbiamo incorporati nei nostri obiettivi interni, integrandoli appieno nei nostri flussi di lavoro.

"Ci prefiggiamo di sviluppare prodotti innovativi, realizzati con ancor meno materie prime, cercando di migliorare la qualità della vita, il benessere e la salute delle persone."



Hans Van Bylen
Executive Vice President
Beauty Care

Diadermine High Tolerance

Oltre il 30% delle donne in Europa ha la pelle sensibile o delicata. Diadermine High Tolerance è una delle prime linee di prodotti per la cura della pelle sviluppate specificamente per questo target in collaborazione con la clinica dermatologica dell'ospedale Charité di Berlino, in Germania, e il Centro Europeo per la Fondazione di Ricerca sulle Allergie (ECARF). I prodotti contengono ingredienti particolarmente compatibili per la pelle, emollienti e idratanti, sono privi di coloranti e conservanti. La linea include prodotti per la cura e la pulizia del viso. L'innovazione consente di offrire prodotti altamente efficaci per consumatori con la pelle sensibile. www.diadermine.de





Collaborazione con i partner

La divisione Beauty Care ha lavorato per anni con i propri fornitori strategici di servizi logistici per ottimizzare le operazioni logistiche e, di conseguenza, ridurre le emissioni di CO₂. A tal fine, collaboriamo con i clienti per sfruttare al meglio la capacità degli automezzi. Analizziamo gli ordini con i clienti e il nostro fornitore di servizi logistici carica il camion di conseguenza. Questo processo ci ha fatto migliorare la capacità degli automezzi del 25%.



In linea con le nostre sei Aree di Intervento, cerchiamo di ridurre la nostra impronta ecologica collaborando con i partner, per esempio, nella ricerca di materie prime alternative o di processi di produzione migliori per le materie prime e i prodotti. Questo ci consente soprattutto di diminuire il consumo energetico e l'impronta di carbonio. Riusciamo a raggiungere il nostro obiettivo di ridurre l'inquinamento delle acque reflue cercando di aumentare costantemente la quantità di materie prime immediatamente biodegradabili.

Taft V12 Power Gel

Taft V12 Power Gel è un prodotto innovativo di hair styling che combina in modo ottimale l'efficienza delle risorse e la prestazione notevolmente migliorata del prodotto.

Rispetto agli altri gel per capelli di Henkel, questo prodotto ha molto di più da offrire: tenuta extra forte per 48 ore, capelli asciutti in tempo record e un'ampia gamma di possibilità di styling. Grazie alla sua nuova formula, più intelligente, è stato possibile ridurre il contenuto di polimeri termoindurenti del 15% rispetto alla media degli altri prodotti Henkel. Taft V12 Power Gel è anche molto conveniente: ne basta poco per uno styling rapido.

L'impronta ecologica di un'applicazione di gel viene sostanzialmente ridotta se si sceglie di usare Taft V12 Power Gel. L'utilizzo più efficiente di materie prime ha un impatto sull'impronta di carbonio in diverse fasi del ciclo di vita del prodotto riducendola notevolmente nel complesso. Questo



La formulazione innovativa di Taft V12 Power Gel contiene il 15% in meno di polimeri termoindurenti rispetto agli altri gel Taft e offre una performance migliore grazie alla sua tenuta per 48 ore. Questo è un esempio di come otteniamo di più con meno.

prodotto, quindi, è un ottimo esempio di come la strategia di Sostenibilità dia i suoi frutti.

Consulenza per consumatori e parrucchieri

Un servizio di consulenza completa per i consumatori va di pari passo con la sicurezza dei prodotti. Per questo è stata istituita un'apposita hotline in tutti i Paesi in cui sono in vendita i nostri prodotti affinché i consumatori possano ricevere rapidamente informazioni qualificate e affidabili su proprietà o ingredienti. Soltanto in Europa, ogni anno veniamo contattati circa 180.000 volte dai consumatori che nella maggior parte dei casi richiedono chiarimenti sugli effetti dei nostri prodotti e sulle modalità d'uso. Tutti i feedback sui prodotti sono documentati nel nostro sistema di qualità e trasmessi ai nostri processi di sviluppo.

Supportiamo anche i nostri clienti parrucchieri attraverso servizi di consulenza e corsi di formazione. Grazie all'iniziativa internazionale Schwarzkopf Academy (ASK), offriamo un programma di formazione professionale avanzato rivolto ai nostri parrucchieri che si sviluppa in diverse direzioni e comprende istruzioni sull'uso corretto dei nostri prodotti. www.schwarzkopf-professional.com

Il comportamento dei consumatori volto all'efficienza delle risorse

I consumatori con il loro comportamento incidono in modo determinante sul consumo delle risorse e sulla conseguente impronta di carbonio. Lo dimostrano le analisi del ciclo di vita, i dati empirici e le valutazioni condotte da esperti esterni. Soprattutto i prodotti che devono essere risciacquati dopo l'uso rientrano in questa categoria per il volume di energia necessaria al riscaldamento dell'acqua.

Lo Strumento di Calcolo di Risorse interattivo sviluppato dalla divisione Beauty Care consente ai consumatori di appurare online quanto variano il consumo idrico, l'impronta ecologica e il costo in base al modo in cui si fanno la doccia, il bagno nella vasca, si asciugano i capelli con il phon o si lavano denti e mani, potendo quindi correggere le proprie abitudini di conseguenza (Pagina 26). Noi contribuiamo a influenzare direttamente l'efficienza delle risorse nell'ultima fase del ciclo di vita del prodotto, ovvero lo smaltimento, cercando di ridurre al minimo la quantità di materiali usati per le formule dei prodotti e per gli imballaggi e utilizzando materiali di imballaggio riciclabili.

Miglioramento sistematico dei nostri prodotti

Valutiamo l'impatto ambientale dei prodotti lungo l'intero ciclo di vita per sviluppare innovazioni sostenibili e per migliorare sistematicamente il nostro portfolio di prodotti. Per calcolare la loro impronta di carbonio, non dobbiamo prendere in considerazione solo gli ingredienti delle formulazioni ma anche l'imballaggio e il trasporto, i processi di produzione e riempimento, la logistica e tutte le attività legate alla vendita e all'acquisto oltre all'uso che ne fa il consumatore e il conseguente smaltimento.

Il primo passo è stato calcolare l'impronta di carbonio delle categorie principali dei nostri prodotti cosmetici per tutta l'area di intervento "Energia e Clima", tenendo conto di tutte le emissioni di gas serra rilevanti per il clima lungo la catena del valore di un prodotto, ossia dall'acquisto delle materie prime alla produzione fino all'uso e allo smaltimento. I risultati ci permettono di individuare gli aspetti da migliorare nell'ambito di ciascuna categoria. Per esempio, la produzione di bombolette di alluminio per i nostri spray per

capelli e deodoranti comporta un considerevole dispendio di energia. Cerchiamo di verificare se materiali alternativi, quali l'alluminio riciclato, riducono l'impronta di carbonio (Pagina 20).

Una diminuzione dell'impronta di carbonio dei singoli ingredienti della formulazione richiede di solito la collaborazione da parte dei produttori mentre noi abbiamo un'influenza diretta sull'impiego delle materie prime, cioè nello sviluppo di "formulazioni intelligenti". Idealmente, dovrebbero ridurre anche le emissioni di gas serra durante la produzione come nel caso, per esempio, delle formulazioni che si possono lavorare con l'emulsione a freddo.

Le nostre possibilità di influenzare direttamente la fase finale del ciclo di vita del prodotto, ossia lo smaltimento, sono limitate. Ciò nonostante, anche in questa fase, cerchiamo comunque di raggiungere un livello ancora più basso di impronta di carbonio grazie all'implementazione di formulazioni "intelligenti", l'imballaggio riciclabile e un impiego di materiale di imballaggio ridotto al minimo.



Dial Triple Moisture Body Wash ha una formula ottimizzata: ingredienti attivi realizzati con materie prime rinnovabili e tensioattivi (principi attivi lavanti) concentrati riducono l'impronta di carbonio.

Henkel Sustainability#Master – Right Guard rispetto ai prodotti precedenti

Lo schema raffigura il profilo di Sostenibilità del nuovo antitraspirante Right Guard Invisible Power. L'innovazione è data da un ingrediente attivo idrosolubile che fornisce vantaggi evidenti per il consumatore: un effetto antitraspirante affidabile, a lunga durata, che non lascia tracce. Nella produzione di

questo ingrediente attivo, il livello di polveri altamente ridotto rappresenta un vantaggio determinante per la sicurezza sul lavoro. Inoltre, viene eliminata l'energia necessaria per l'essiccazione a spruzzo degli ingredienti attivi tradizionali a base di polvere, riducendo quindi l'impronta ecologica.

Valore		Materie prime	Produzione	Logistica	Vendita al dettaglio	Uso	Smaltimento
	Performance economica					Non lascia tracce sui vestiti	
	Sicurezza e Salute		Esposizione ridotta alla polvere	Uso di gas propellente		Formulazione idrosolubile	
	Progresso Sociale						
	Materie prime e Rifiuti	Formulazione senza solventi					
	Energia e Clima	Meno energia impiegata					
	Acqua e Acque reflue						
Impronta							



Miglioramento significativo



Nessun miglioramento





John Meccia (a destra), Vice President Paper Converting di Henkel Stati Uniti, durante un incontro con Matthew Cook, Presidente di LBP Manufacturing, azienda produttrice di EarthSleeve.

Un nuovo adesivo multifunzione riduce l'uso di risorse

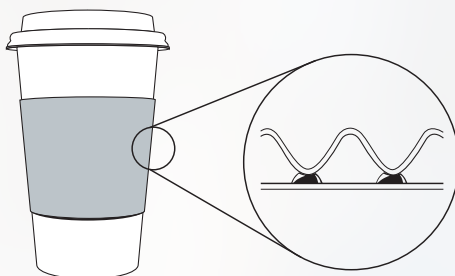
LBP Manufacturing di Chicago, Illinois (Stati Uniti), e Henkel hanno unito le loro forze per sviluppare il nuovo EarthSleeve per Starbucks. L'uso del nuovo adesivo multifunzione di Henkel sul bicchiere riduce del 34% le risorse necessarie per la produzione di questo nuovo anello di cartone per le bevande calde.

Il team di Henkel ha dovuto affrontare la sfida che consisteva nello sviluppo, insieme a LBP, di un anello per le bevande calde, per proteggere dal calore le mani dei consumatori di Starbucks con la stessa efficacia del modello di anello usato prece-

dentemente, ma con un impiego inferiore di cartone ondulato. Tradizionalmente, questi anelli erano costituiti da due strati di cartone ondulato legati assieme. Il nuovo EarthSleeve, invece, utilizza strati più sottili e, quindi, meno materiale. Questo è stato reso possibile grazie alla scelta del nuovo adesivo multifunzione di Henkel, che non solo unisce i due strati di cartone, ma fornisce allo stesso tempo anche l'isolamento termico. Oltre alla notevole riduzione di materiale impiegato e l'85% di fibra riciclata, EarthSleeve diminuisce anche l'impatto ambientale grazie al trasporto di anelli più leggeri ed è completamente compostabile.

Adesivo innovativo

Il nuovo anello per le bevande calde può essere realizzato con il 34% di cartone in meno grazie all'adesivo multifunzione Henkel contribuendo quindi ad aumentare l'efficienza delle risorse.



EarthSleeve è in fase di introduzione nei locali Starbucks presenti negli Stati Uniti e in Canada con l'intenzione in futuro di estenderne l'uso anche agli altri locali nel mondo. La collaborazione con LBP dimostra che l'efficienza delle risorse integrate nel processo di sviluppo genera un valore aggiunto per i nostri consumatori riducendo al contempo l'impronta ecologica.

www.henkelna.com/paperconverting

Adhesive Technologies

Leader mondiali

I nostri prodotti e servizi sono presenti in tutto il mondo e, grazie alla varietà del nostro portfolio, sono utilizzati in numerosi mercati, come l'industria automobilistica, elettronica, aerospaziale, metallurgica e degli imballaggi. Sono presenti negli oggetti che fanno parte della nostra quotidianità: dalle confezioni ai libri, dai cellulari ai mobili, dalle scarpe fino alle auto e agli aeroplani.

Adhesive Technologies è leader globale nella realizzazione di adesivi, sigillanti e trattamenti per superfici, sia sotto il profilo della tecnologia e del rispetto dell'ambiente, sia della compatibilità con la salute. Di conseguenza, abbiamo la possibilità di coniugare vantaggi economici per i clienti con la responsabilità nei confronti delle persone e dell'ambiente.

Più valore per i clienti

Siamo dell'idea che Sostenibilità ed efficienza siano inseparabili. Il nostro obiettivo a lungo termine non è solo triplicare la nostra efficienza ma anche aiutare i nostri clienti ad aumentare la propria. Continuiamo a migliorare i nostri prodotti per offrire loro più valore e aiutarli a raggiungere i rispettivi obiettivi di Sostenibilità. Spesso le nostre soluzioni soddisfano gli obiettivi economici ma anche quelli relativi alla tutela dell'ambiente, alla salute, alla sicurezza sul lavoro e dei consumatori.

L'adesivo Technomelt Supra Cool 1000 per imballaggi industriali è un esempio del nostro impegno costante a sostegno dell'industria degli imballaggi. I prodotti Henkel aiutano a migliorare le performance di Sostenibilità dei clienti in quanto, per lo stesso volume di imballaggi, è necessaria una quantità di adesivo inferiore di oltre il 40%. Inoltre, la qualità superiore degli adesivi riduce gli scarti.

Henkel, insieme all'azienda TimberTower, ha potuto annunciare l'inizio di una nuova era nel settore dell'energia eolica. La torre alta quasi 100 metri vicino ad Hannover, in Germania, è la prima turbina eolica realizzata interamente in legno d'abete. La struttura in legno è stata assemblata e incollata con tecniche speciali utilizzando diversi adesivi del marchio Purbond di Henkel. Usare pannelli in legno di abete consente la costruzione di torri più alte, quindi più efficienti e con una resa di energia elettrica più elevata.

“In qualità di leader sul mercato globale sotto il profilo della tecnologia, sviluppiamo soluzioni che coniugano i vantaggi economici per i clienti con la responsabilità nei confronti delle persone e dell'ambiente.”



Jan-Dirk Auris
Executive Vice President
Adhesive Technologies

Aumentare l'efficienza nell'industria elettronica

I produttori che operano nell'industria elettronica, aerospaziale e automobilistica di largo consumo richiedono che gli underfill forniscano la protezione antishock e anticaduta per i loro apparecchi elettronici. Henkel ha sviluppato un underfill, Loctite UF3810, a elevate prestazioni e facile da usare, che soddisfa i requisiti complessi per la produzione di dispositivi sofisticati, per esempio, nelle applicazioni per il tempo libero. È privo di alogeni e fonde già a 130°C grazie alla sua temperatura di transizione vetrosa bassa, contribuendo a diminuire così il consumo di energia durante le operazioni di produzione.





Riconoscimento per il progetto “Cachaça”

Il progetto “Cachaça” è stato incluso tra le tecnologie più sostenibili del 2012 dall’iniziativa Chile Verde, aggiudicandosi il titolo Chile Verde 2012. Il progetto ingloba un nuovo tipo di tecnologia sviluppata da Henkel Cile. I solventi fossili presenti nei prodotti dei marchi Agorex e Pritt sono stati sostituiti con etanolo, un alcol derivato dalla canna da zucchero, proprio come la nota bevanda alcolica Cachaça da cui il progetto ha preso il nome. Attualmente l’etanolo è il solvente organico più ecocompatibile. Dal 2012 Henkel utilizza la tecnologia Cachaça anche in Brasile e negli Stati Uniti. www.agorex.cl

Collaborazioni per la progettazione di prodotti sostenibili

La Sostenibilità richiede la condivisione delle conoscenze e un’azione concertata da parte di tutti i soggetti coinvolti lungo la catena del valore, dai fornitori di materie prime fino ai consumatori. È per questo che uniamo le forze con partner forti, per individuare soluzioni efficienti che migliorino ulteriormente il livello di compatibilità e la tutela della salute e della sicurezza di lavoratori e consumatori.

Ne è un esempio la collaborazione con l’industria automobilistica dove l’utilizzo di tecnologie Henkel nella produzione di automobili può determinare molti miglioramenti, a partire dalla riduzione del numero di fasi di processo necessarie al risparmio di acqua ed energia contribuendo a costruire veicoli più leggeri e sicuri.

Gli adesivi stanno progressivamente sostituendo le tecniche convenzionali di giunzione come, per esempio, la saldatura, la rivettatura e la bullonatura. Spesso è l’unico modo per unire componenti costituiti da materiali diversi. Usare materiali compositi aiuta a ridurre il peso complessivo del veicolo e, quindi, anche le emissioni di CO₂. Inoltre, gli adesivi aumentano la compattezza delle automobili, sigillano le giunture, riducono il numero dei gruppi saldati e rendono le automobili più resistenti alla corrosione. Adesivi speciali attenuano anche il rumore.

I vantaggi derivanti dall’utilizzo di adesivi nella produzione dei veicoli hanno convinto Elddis, azienda britannica produttrice di roulotte e case mobili, a collaborare con Henkel. I nostri adesivi infatti, hanno permesso di sostituire il 90% delle viti nei prodotti Elddis per cui l’azienda intende aumentarne l’utilizzo nel futuro.

L’importanza di solide partnership viene dimostrata anche dalla nuova collaborazione con Nordson, produttore leader di dispositivi di erogazione ad alta precisione per l’applicazione di adesivi. Questa partnership è volta a ottimizzare l’uso di prodotti negli stabilimenti dei nostri clienti perché grazie a tali sistemi viene eliminato lo spreco di materiali e vengono ridotti i tempi di inattività.

Sicurezza: priorità numero uno



Pattex 100% colla non contiene solventi e realizza linee di giunzione nette e altamente flessibili.

La salute e la sicurezza di clienti e consumatori sono per noi massime priorità. Ecco perché con i nostri prodotti ci impegniamo a livello mondiale per stabilire nuovi standard. Una questione importante riguarda l’impiego di solventi negli adesivi al consumo e per uso professionale. Di conseguenza, la sostituzione degli adesivi contenenti solventi con altri che ne sono privi è da tempo un obiettivo per i nostri ricercatori. Ne è un esempio l’adesivo Pattex 100% colla introdotto sul mercato europeo nel 2011. La gamma Pattex è costituita quasi esclusivamente da prodotti privi di solventi senza alcun compromesso in forza e resistenza.

Nell’industria alimentare le norme per l’imballaggio sono diventate più restrittive a partire dal 2011. Henkel è il primo produttore di adesivi al mondo a offrire una gamma completa di prodotti a base di acqua e privi di plastificanti che eliminano eventuali migrazioni di sostanze dalle giunzioni dei materiali. Inoltre, rispetto agli altri adesivi, a parità di prestazioni permettono un risparmio economico superiore al 30%.

L'innovazione attraverso le valutazioni del ciclo di vita

In qualità di leader a livello mondiale nel campo degli adesivi, siamo consapevoli della nostra responsabilità e illustriamo in modo trasparente i progressi nella Sostenibilità. La grande esperienza del nostro team di Ricerca e Sviluppo e le analisi sul ciclo di vita ci aiutano a individuare il punto da cui partire per eventuali miglioramenti del nostro portfolio prodotti. Prendiamo in considerazione non solo la composizione e la realizzazione dei nostri prodotti ma anche le applicazioni in cui saranno utilizzati e i processi di produzione dei nostri clienti.

L'Henkel Sustainability#Master include uno schema per valutare una categoria di prodotto sulla base delle nostre catene del valore e delle sei Aree di Intervento (Pagina 19), per identificare i punti critici, ovvero gli ambiti che rivestono un'importanza maggiore per la Sostenibilità, e per confrontare due prodotti o processi in modo

trasparente e oggettivo. Ci permette, tra l'altro, di dimostrare ai clienti quali ambiti offrono maggiori possibilità di miglioramento.

Assistenza, formazione e dialogo

La nostra visione della qualità non è circoscritta allo sviluppo e alla vendita di prodotti a elevate prestazioni; in tutto il mondo forniamo anche servizi e assistenza ai nostri clienti. Nell'America del Nord, Henkel sta offrendo un nuovo sistema per supportare i suoi clienti dell'industria nella risoluzione dei problemi grazie a video conferenze in live streaming anche da tre luoghi contemporaneamente in modo che gli esperti in discipline diverse possano intervenire con la propria competenza. In Europa centrale e orientale, i centri di formazione Ceresit insegnano agli artigiani il modo migliore per utilizzare i nostri prodotti per l'edilizia nonché le tecniche professionali specifiche per i sistemi di isolamento per facciate Ceresit, determinanti per ridurre il consumo energetico negli edifici.

Henkel Sustainability#Master – Loctite Max 2 a confronto con le resine epossidiche

L'Henkel Sustainability#Master raffigura il profilo di Sostenibilità di Loctite Max 2. I materiali compositi rinforzati da fibre di carbonio o di vetro, grazie alla loro resistenza nonostante il peso inferiore, stanno assumendo sempre più importanza nella costruzione di veicoli a risparmio energetico. Loctite Max 2 è una resina a base poliuretanica che consente di ottenere

vantaggi in numerosi ambiti rispetto alle normali resine epossidiche. L'impronta di carbonio del poliuretano è inferiore rispetto ai sistemi a matrice epossidica. La resina indurisce più velocemente e consente un'impregnazione più efficiente delle fibre, riducendo quindi il tempo di iniezione necessario. Cicli più brevi garantiscono vantaggi economici per il cliente.

Valore		Materie prime	Produzione	Logistica	Processo industriale	Servizio / Uso	Smaltimento
	Performance economica				Cicli più rapidi, soluzione del sistema		Dura più a lungo
	Sicurezza e Salute				Reazione controllata più facilmente		
	Progresso Sociale				Consente nuovi design		
	Materie prime e Rifiuti				Superfici più lisce, meno rifinitura		Dura più a lungo
	Energia e Clima	Minore impronta di carbonio			Energia impiegata per la cura		
	Acqua e Acque reflue						

Impronta



Miglioramento significativo



Nessun miglioramento





Il 26 settembre 2012, la strategia di Sostenibilità per il 2030 è stata l'argomento centrale degli incontri in tutte le sedi di Henkel nel mondo, come nella foto scattata a Dubai. Da sinistra: Lamia Smaoui, Saeed Qahtani e Ramy Bermawy.

L'Henkel Day dedicato alla Sostenibilità in tutto il mondo

Il 26 settembre 2012 i dipendenti di Henkel presenti in più di 75 Paesi hanno festeggiato il 136° anniversario dell'Azienda: la giornata è stata dedicata alla Sostenibilità.

Per comunicare in tutta l'Azienda la strategia di Sostenibilità per il 2030, "ottenere di più con meno", abbiamo optato per la forma del dialogo, un approccio lanciato alla fine del 2011. Nel 2012 abbiamo organizzato numerose campagne ed eventi sulla Sostenibilità, come l'Henkel Day. L'obiettivo è sensibilizzare i dipendenti in tutto il mondo sulla nostra strategia di Sostenibilità

attraverso varie attività, perché solo se tutto il personale comprende i principi e le sfide legate alla Sostenibilità queste potranno diventare una linea guida per il comportamento e il processo decisionale.

Nell'Headquarter per l'Africa e il Medio Oriente di Dubai, i dipendenti hanno appreso la strategia di Sostenibilità in uno stand informativo durante l'Henkel Day. Il personale in questa occasione ha anche ripulito una spiaggia dai rifiuti. È stato organizzato anche un quiz sulla Sostenibilità, come pure in Cina, Egitto, Germania, Grecia, Giappone, Russia, Corea del Sud, Svezia e nel Regno Unito, per trattare l'argomento in modo divertente. In Austria, Germania e Russia, l'Henkel Day ha avuto come tema la salute, mentre in Giappone e in Turchia il personale ha piantato degli alberi. Esempi da altri siti in tutto il mondo: www.henkel.com/sr2012 | 11

Lavoro di squadra

Durante l'Henkel Day sulla Sostenibilità i dipendenti di Dubai hanno ripulito una spiaggia dai rifiuti.



Personale

Priorità di gestione delle risorse umane

Henkel è un'azienda che opera a livello globale e dà lavoro a persone di oltre 120 nazioni, in più di 75 Paesi: l'80% del nostro personale lavora fuori della Germania. Questo carattere di internazionalità e diversità richiede, come elemento di coesione globale, una Vision condivisa e Valori aziendali attuati concretamente. Alla base vi sono le regole di condotta vincolanti e il principio di uguaglianza stabiliti dal Codice di Comportamento. Infatti, noi valutiamo e promuoviamo i dipendenti a prescindere da nazionalità, genere ed età/esperienza professionale.

Altri aspetti prioritari sono la gestione dei talenti, la formazione e l'istruzione continua nonché la salute dei nostri dipendenti. Vogliamo che il personale comprenda i principi di Sostenibilità e possa dare il proprio contributo nelle attività quotidiane.

Nel 2012 siamo riusciti di nuovo a rientrare nelle classifiche dei datori di lavoro di molti Paesi che attraggono maggiormente sia i laureati che i candidati con esperienze lavorative. L'Istituto di ricerca CRF, attivo nel campo della certificazione e del branding dei datori di lavoro, ha conferito a Henkel il primo posto, nominando l'Azienda Top Employer in Germania per il terzo anno consecutivo.

La diversità contribuisce al successo aziendale

Siamo convinti che la diversità sul lavoro, caratterizzata da modi diversi di pensare e agire, sia un valore importante e un vantaggio competitivo. La nostra diversità è rappresentata esplicitamente da nazionalità, genere ed età/esperienza professionale ma può essere riconosciuta anche implicitamente da talenti, attitudini, valori e competenze. Riflette la diversità dei nostri mercati e prodotti e consente a Henkel di avere suc-

cesso sul lungo periodo mediante una conoscenza migliore del mercato.

I criteri per le nuove assunzioni si basano solo su competenza, potenziale e performance. La nostra attenzione è rivolta all'individuazione e all'eliminazione delle barriere che potrebbero limitare le opportunità di sviluppo individuale. Questa politica si basa sulla Strategia di Diversità e Inclusione, approvata nel 2009. Inoltre, il blog sulla Diversità di Henkel funge da piattaforma di discussione e consente lo scambio continuo di opinioni sull'argomento. www.henkeldiversity.com

Più donne tra i dipendenti

Abbiamo continuato ad incrementare la percentuale femminile nei ruoli manageriali, da un buon 26% nel 2008 a circa il 31% alla fine del 2012. Sotto quest'aspetto, Henkel è ai primi posti tra le società inserite nell'indice DAX 30. Per consolidare ulteriormente questa posizione, ci prefiggiamo l'obiettivo di aumentare ogni anno di uno o due punti percentuali in media la quota di donne manager a tutti i livelli dell'Azienda. È nostra precisa intenzione non voler stabilire una quota fissa.

“Permettere un flusso intenso e regolare di informazione e scambio all'interno del nostro team globale è essenziale per assicurare che tutto il personale comprenda che può contribuire al raggiungimento dei traguardi di Sostenibilità.”



Kathrin Menges
Executive Vice President
Human Resources and
Infrastructure Services

Incoraggiare la flessibilità

Con l'apertura del terzo asilo nido, "Die Waschbären" (gli orsetti lavatori), nella sede di Düsseldorf nell'estate 2013, Henkel andrà maggiormente incontro alle esigenze familiari dei dipendenti. È uno dei modi con cui Henkel cerca di aiutare il suo personale a bilanciare gli impegni professionali con le esigenze private. Nella foto: Maria Dominguez Parra, dipendente Henkel a Düsseldorf, mentre va a prendere suo figlio Luis all'asilo nido "Kleine Löwen" (piccoli leoni).



La Carta Henkel per la flessibilità: soluzioni per conciliare lavoro e vita privata

I modelli di lavoro flessibili rappresentano una componente importante nella competizione per attrarre i talenti migliori e un'offerta molto interessante per chiunque debba trovare un equilibrio tra la vita privata e professionale. Per passare da una cultura della presenza a una più orientata alla fiducia e alla performance, il Comitato Direttivo e il Management Henkel hanno deciso di firmare la Carta Globale Henkel per la Flessibilità, un'iniziativa che si prefigge di aumentare ulteriormente l'accettazione di modelli di lavoro flessibili. Tutti i nostri manager nelle varie sedi sparse in tutto il mondo si sono impegnati in prima persona a promuovere la flessibilità nel proprio ambito di competenza.

Henkel ha già applicato una serie di modelli di lavoro flessibili, come il flextime, il part-time, un più ampio uso di dispositivi mobili e il lavoro da casa. Ne possono trarre vantaggio tutti gli interessati, l'Azienda, i supervisor e i dipendenti, che possono organizzare in modo più efficace il lavoro in base anche alle proprie specifiche esigenze.

Gestione dei talenti

Per raggiungere gli obiettivi aziendali strategici abbiamo bisogno di responsabili, dipendenti e team produttivi. Il nostro scopo è attrarre i profili migliori, tra tutte le persone qualificate provenienti da tutto il mondo, e reclutarli per rafforzare ulteriormente il nostro team globale. Valutiamo il nostro personale manageriale

nell'ambito di Tavole Rotonde annuali sulla crescita professionale, sulla base di principi uniformi e competenze gestionali definite con chiarezza. Nel 2012, abbiamo esteso il nostro processo di gestione dei talenti al personale non manageriale ad alto potenziale. La valutazione annuale della loro performance e del loro potenziale in linea con criteri uniformi e competenze, oltre agli incontri in cui vengono comunicati i relativi feedback in modo trasparente, ci permette di sviluppare ulteriormente tali criteri e competenze.

Formazione e istruzione continua

La qualità del nostro team globale determina il successo di Henkel sui mercati internazionali. Per questo motivo diamo molta importanza alla formazione continua del nostro staff. I nostri dipendenti partecipano due giorni all'anno, in media, a dei corsi di formazione per alimentare il loro sviluppo professionale e personale. I seminari di gestione, i corsi di lingua, i corsi di formazione sulla sicurezza, la Compliance e la tutela dell'ambiente, sono solo alcuni dei numerosi corsi attivati. Programmi di e-learning esaurienti integrano la formazione e saranno ulteriormente ampliati in futuro.

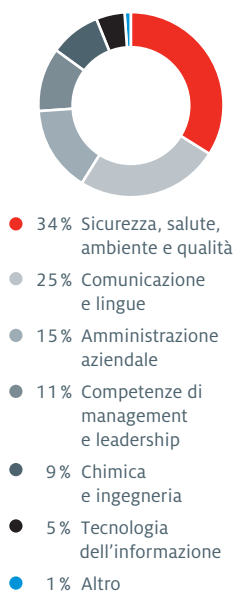
Retribuzioni commisurate ai risultati

Il riconoscimento dei risultati individuali di ogni dipendente mediante una strategia di retribuzione equa, in linea con il mercato, è un elemento chiave della nostra cultura aziendale. È scontato che non si faccia alcuna differenza sistematica nelle retribuzioni del nostro personale maschile e femminile.

Per legare l'impegno e i contributi personali ai risultati dell'Azienda, le retribuzioni di circa 9.000 dipendenti manageriali sono per molti aspetti commisurate ai risultati. La valutazione annuale delle performance individuali incide particolarmente nella determinazione dell'entità di questi premi annuali. Mentre le retribuzioni per il personale dirigenziale seguono linee guida globali, i sistemi di incentivi per il personale non manageriale dipendono dagli specifici contesti culturali e locali.

Per quanto riguarda i bonus, le performance dei dipendenti sono valutate sempre alla luce della Vision e dei Valori aziendali. Anche gli obiettivi

Principali ambiti di formazione nel 2012



individuali concordati includono aspetti di Sostenibilità, come la riduzione dei consumi energetici e idrici o del tasso di infortuni, se questi rientrano nella sfera di attività del dipendente interessato e incidono chiaramente sulle performance aziendali. Nel colloquio sugli obiettivi personali, inoltre, ciascun dipendente deve confermare l'adesione a tutte le norme di legge applicabili e agli standard di Henkel.

Salute e carichi di lavoro più onerosi

Abbiamo a cuore la salute e la capacità di rendimento dei nostri dipendenti, quindi offriamo programmi mirati sulla prevenzione e la salute, per eliminare i rischi sul lavoro che possono causare lunghi periodi di malattia. I siti di Henkel elaborano programmi incentrati su aspetti prioritari diversi, a seconda delle esigenze locali. In una realtà in cui le aspettative continuano ad aumentare, i programmi incentrati sulla salute psicologica sono sempre più importanti. Molti siti pertanto offrono al personale consulenza sulla gestione del tempo, dello stress e dei conflitti. Inoltre, vengono promosse iniziative come la Carta per la Flessibilità per conciliare meglio lavoro e tempo libero.

Intendiamo anche assicurarci che i dipendenti ricevano le attenzioni e le cure adeguate in caso di emergenza. Circa un dipendente su otto ha seguito un corso di pronto soccorso. Il nostro intento è organizzare i relativi corsi di aggiornamento ogni due anni, per mantenere il livello di qualità.

Diritti umani e Standard sociali

Già nel lontano 1994, nella nostra mission aziendale abbiamo dichiarato che rispettiamo i valori sociali dei Paesi e degli ambiti culturali in cui operiamo.

Con l'introduzione del Codice di Comportamento nel 2000 e l'adesione al Global Compact delle Nazioni Unite nel 2003, abbiamo ribadito questo aspetto. Nei nostri Standard sociali, introdotti nel 2006, sono integrati i requisiti principali tratti dalle linee guida dell'ILO (International Labor Organization), dal Global Compact, dalle linee guida dell'OCSE per le imprese multinazionali e dallo Standard di responsabilità sociale (SA 8000). Attraverso corsi di formazione, presentazioni e programmi di e-learning, garantiamo che i nostri Standard sociali siano saldamente radicati in tutta l'Azienda. Il loro rispetto viene verificato regolarmente nell'ambito del programma di audit del Gruppo.

Meeting sul Piano d'Azione per consolidare la strategia di Sostenibilità per il 2030

Una strategia chiara è solo il punto di partenza. La Sostenibilità può diventare parte integrante del lavoro quotidiano dei dipendenti Henkel solo se tutti ne comprendono i principi fondamentali e hanno l'opportunità di metterli in pratica con il proprio contributo.

Per questo motivo alla fine del 2011 abbiamo introdotto dei meeting sul Piano d'Azione per la strategia di Sostenibilità di Henkel per il 2030. Durante questi incontri, tenutisi nel 2012, tutti i manager si sono riuniti insieme ai propri team per sviluppare un Piano d'Azione per la Sostenibilità. Per ogni area specifica sono state definite misure a breve e lungo termine per raggiungere i traguardi di Sostenibilità lungo la strada che porta al conseguimento dell'obiettivo "Fattore 3". I meeting hanno offerto anche la possibilità di discutere sui principi alla base della strategia di Sostenibilità per il 2030 nonché sulle sfide attuali e future. Più di tre quarti dei top mana-

ger intervistati in merito all'attuazione e alla comunicazione della strategia di Sostenibilità hanno risposto che i meeting sul Piano d'Azione rappresentano un buon canale per trasmettere le informazioni; inoltre, stando al loro parere, forniscono un'ottima piattaforma per discutere l'argomento, informare i singoli dipartimenti e i dipendenti ed evidenziare i contributi di ogni team al raggiungimento dei traguardi di Sostenibilità.



Dal lancio della strategia di Sostenibilità, circa 6.000 misure sono state sviluppate durante 670 meeting sul Piano d'Azione. Nella foto: i membri del comitato direttivo di Henkel Francia.



Thomas Quitschalle, apprendista perito chimico di Henkel, mentre parla ai consumatori in un negozio DM di Düsseldorf.

Partnership formativa per sperimentare la Sostenibilità

Ognuno può fare qualcosa per la tutela dell'ambiente nella vita di tutti i giorni. Come farlo è stato spiegato all'inizio di ottobre 2012 da circa 60 apprendisti Henkel – DM in 15 punti di vendita DM (Drogerie Markt) a Düsseldorf e nelle vicinanze. Brevi esperimenti hanno dimostrato come tutti possano risparmiare energia e acqua attraverso l'uso corretto dei prodotti per la cura della casa. Questa campagna è il risultato di una partnership formativa "Understanding through experience – Shaping the future together" (Capire con l'esperienza – Cambiare il futuro insieme) promossa dalle due aziende.

Con questa collaborazione, Henkel e i supermercati DM hanno voluto dare la possibilità agli apprendisti di comprendere meglio la Sostenibilità conducendo esperimenti con i prodotti Henkel. Gli apprendisti del settore commerciale e chimico nonché i futuri farmacisti, hanno condiviso le esperienze con i consumatori negli stand dei negozi DM. I giovani dipendenti delle due aziende si sono esercitati sulle idee principali della campagna durante un workshop che si è tenuto a metà settembre del 2012 nella sede Henkel di Düsseldorf.

L'aspetto pratico e il fatto che gli apprendisti abbiano progettato da soli gli stand hanno notevolmente contribuito al successo del programma. Questa partnership formativa è uno dei tre progetti sulla Sostenibilità a cui Henkel ha preso parte nell'ambito dell'iniziativa "Anno della scienza 2012 – Progetto Terra: il nostro futuro" organizzata dal Ministero Federale tedesco dell'Istruzione e della Ricerca scientifica. www.henkel.com/sr2012 | 12



<http://en.zukunftsprojekt-erde.de>

Workshop sulla Sostenibilità

Durante un workshop di due giorni, gli apprendisti Henkel e DM sono stati formati da Henkel per illustrare ai consumatori nei punti di vendita DM i prodotti più compatibili con l'ambiente.



Impegno sociale

Impegno sociale

L'impegno sociale o cittadinanza d'impresa è da sempre un elemento importante della nostra cultura, da quando l'Azienda è stata fondata da Fritz Henkel nel 1876.

Nel 2011, Henkel ha istituito la Fondazione Fritz Henkel, un'iniziativa che sottolinea l'impegno sociale a lungo termine al di là degli interessi diretti dell'Azienda. La Fondazione rafforza in modo efficiente le nostre attività, soprattutto nell'ambito internazionale degli aiuti nelle emergenze, l'impegno dell'Azienda e dei suoi marchi a livello globale, e il sostegno alle attività di volontariato dei dipendenti in Germania attraverso l'iniziativa MIT (Make an Impact on Tomorrow).

Una priorità delle nostre attività in campo sociale è l'istruzione. Nel 2012, abbiamo donato circa 7,3 milioni di euro, di cui più del 30% è stato utilizzato per iniziative legate all'istruzione.

Attività di volontariato del personale

Il sostegno alle attività di volontariato in ambito sociale svolte nel tempo libero dal nostro personale e da ex dipendenti in pensione è un aspetto fondamentale del nostro impegno sociale. I dipendenti in servizio e in pensione possono ottenere sostegno per i propri progetti: fino a 10.000 euro, donazioni di prodotti Henkel e cinque giorni di permesso retribuiti l'anno. Le attività di volontariato svolte dai dipendenti in servizio o in pensione sono molto diversificate, dai progetti locali dei vigili del fuoco volontari ai gruppi di autosostegno o progetti educativi in altri Paesi.

L'iniziativa MIT festeggia il suo 15° anniversario nel 2013. Per l'occasione, Henkel ha deciso di donare 50.000 euro a un progetto speciale che verrà selezionato. Tutti i dipendenti in servizio e in pensione nel mondo possono parteciparvi.

Partnership sociali

L'istruzione è un presupposto basilare e determinante sia per lo sviluppo personale dell'individuo sia per la società. Per questo motivo privilegiamo le iniziative in questo campo.

Anche nel 2012, il marchio Persil ha sostenuto in tutta la Germania una serie di attività ambientali ed educative nell'ambito dell'iniziativa "Progetto Futurino", devolvendo un totale di 160.000 euro. Ne è un esempio il progetto iniziato nel 2007 dall'organizzazione di Berlino "Actiontouren – leben. lernen. e.V.", nell'ambito del quale i bambini della capitale tedesca possono stare a contatto con la natura in un paesino del Meclemburgo durante le vacanze.

Nel novembre del 2010, Schwarzkopf Professional ha promosso l'iniziativa "Shaping Futures" in India e in Perù in collaborazione con l'organizzazione di beneficenza SOS Children's Villages. L'obiettivo è formare i giovani insegnando loro le tecniche base per parrucchieri. Nel 2012, alcuni parrucchieri e dipendenti Schwarzkopf Professional hanno svolto questa attività di volontariato in un presidio SOS Children's Village in Brasile per quattro settimane. Dal 2010, Schwarzkopf ha formato in totale 204 giovani durante i corsi effettuati in sette Paesi: Brasile, Colombia, India, Lettonia, Marocco, Perù e Vietnam.

Aiuti nelle emergenze

Quando si verificano calamità naturali nel mondo, interveniamo con aiuti immediati, fondi erogati tempestivamente dalla Fondazione Fritz Henkel. Nel 2012, abbiamo aiutato le vittime del terremoto in Guatemala con donazioni sotto forma di prodotti e denaro. Analogamente, nel 2012, abbiamo fornito sostegno finanziario ai nostri dipendenti e ad altre persone in difficoltà in seguito all'alluvione nelle Filippine. Ci assicuriamo sempre che il 100% di tutte le donazioni giunga effettivamente a destinazione.

Per saperne di più sull'impegno sociale:

www.henkel.com/corporate-citizenship



Il Dr. Rob Melnick, Professore e Preside di facoltà del Global Institute of Sustainability (GIOS) dell'Arizona State University, negli Stati Uniti, durante un incontro con i dipendenti nell'ambito di una serie di tavole rotonde sulla Sostenibilità.

Portare avanti la Sostenibilità insieme

Il dialogo con esperti di Sostenibilità provenienti da ambiti diversi ricopre un ruolo importante nell'attuazione della nostra strategia di Sostenibilità. Pertanto, a scadenza regolare, ci confrontiamo con esperti di diverse parti del mondo e li invitiamo a prendere parte ai nostri incontri. Questo confronto ci aiuta ad aggiornare le nostre attività così da riflettere le aspettative esterne nelle varie regioni e da sviluppare le soluzioni più opportune in ogni contesto particolare.

Nell'ambito di una serie di tavole rotonde, il Dr. Rob Melnick, Professore e Preside di facoltà del

Global Institute of Sustainability dell'Arizona State University, negli Stati Uniti, ha parlato ai dipendenti Henkel nel maggio del 2012 a Düsseldorf, in Germania. Il suo discorso è stato incentrato sulle sfide che devono affrontare regioni e città per conciliare una migliore qualità di vita con la Sostenibilità. Già nel febbraio 2012, il Prof. Dr. Uwe Schneidewind, Presidente dell'Istituto per il Clima, l'Ambiente e l'Energia di Wuppertal, in Germania, ha trattato le sfide e le opportunità rappresentate dallo Sviluppo Sostenibile.

Questa serie di incontri aziendali e il dialogo con gli stakeholder esterni nel 2012 ha dato ai dipendenti Henkel una visione più approfondita della strategia di Sostenibilità per il 2030 comunicandola anche agli stakeholder esterni.

Tavola rotonda sulla Sostenibilità

Nel 2012, durante una serie di tavole rotonde, i dipendenti di Düsseldorf, in Germania, hanno avuto l'opportunità di parlare di Sostenibilità insieme a esperti aziendali ed esterni.



Il dialogo con gli stakeholder

Finalità del confronto

Il consenso sociale e la comprensione dell'attività di impresa sono un presupposto essenziale per lo sviluppo di soluzioni praticabili per un futuro sostenibile. Il dialogo con l'esterno, pertanto, è un elemento importante della strategia di Sostenibilità di Henkel. Ricerchiamo e coltivate costantemente il confronto con gli interlocutori più significativi, tra cui clienti, consumatori, fornitori, dipendenti, azionisti, comunità locali, esponenti del governo, associazioni e organizzazioni non governative nonché politici e accademici.

Henkel è presente su una serie di piattaforme di dialogo e nell'ambito di iniziative sulla Sostenibilità. Il confronto ci aiuta a comprendere meglio i trend e le sfide, ci dà la possibilità di mettere in pratica opportunità riguardanti lo Sviluppo Sostenibile e di prefigurare come attuarle. Ci consente altresì di partecipare a discussioni scientifiche riguardo a tematiche politiche di più ampia portata.

Attraverso questo confronto è possibile capire anche quali aspetti specifici dello Sviluppo Sostenibile interessano i singoli gruppi; quanto più dialoghiamo in modo intenso con i nostri interlocutori cogliendo in anticipo i futuri cambiamenti sociali, migliore sarà la nostra capacità di tenerne conto nei nostri progetti e nella nostra strategia di azione.

Questo confronto aperto offre inoltre una base di comprensione reciproca e l'opportunità di riscuotere consenso sociale sulla nostra attività imprenditoriale. Al tempo stesso, è fonte di nuove idee per l'Azienda e ci permette di individuare in anticipo i potenziali rischi.

Il confronto con gli stakeholder fornisce così un importante contributo alla nostra gestione delle innovazioni e dei rischi e costituisce la piattaforma per l'ulteriore sviluppo della nostra strategia di Sostenibilità e della relativa rendicontazione.



Henkel alla quinta cerimonia tedesca dei Premi per la Sostenibilità

Nel dicembre 2012, insieme a industriali, politici e ricercatori, il Prof. Dr. Thomas Müller-Kirschbaum (il secondo da sinistra), Corporate Senior Vice President della divisione Laundry & Home Care e membro del Comitato per lo Sviluppo Sostenibile di Henkel ha parlato su "Sostenibilità made in Germany – Come possiamo vincere la corsa ecologica".

Incontro con Henkel in Polonia

In collaborazione con la rivista "CR Navigator", Henkel ha organizzato un incontro sulla Sostenibilità a Varsavia, in Polonia, nell'ottobre 2012. Dorota Strosznjader (seconda da sinistra) e Joanna Gladysz (quarta da sinistra) di Henkel Polonia hanno esposto ai partecipanti all'evento l'importanza della Sostenibilità per una gestione aziendale di successo.



Altri esempi del nostro dialogo internazionale:

www.henkel.com/sr2012 | 13

Un dialogo integrato sistematico

Circa 47.000 dipendenti Henkel nel mondo sono chiamati ad assumersi le proprie responsabilità nei rispettivi ambiti lavorativi quotidiani e a fondare le loro scelte e i loro progetti sui principi dello Sviluppo Sostenibile. Il confronto con gli stakeholder, pertanto, è un aspetto importante nella sfera di attività di ciascun dipendente. Questo scambio fa sì che i problemi locali e regionali siano discussi dai nostri esperti di settore e dai gruppi di interlocutori interessati. Puntiamo a elaborare strategie e soluzioni laddove saranno valutate e messe in pratica. Gli strumenti, gli argomenti, la durata e l'intensità del dialogo sono stabiliti in base ai gruppi di interlocutori e ai relativi bisogni specifici.

Nel 2012, in molti Paesi i dipendenti Henkel hanno nuovamente incontrato e dialogato con politici, industriali, scienziati e ricercatori nonché rappresentanti dell'opinione pubblica. Nel corso dell'anno Henkel ha partecipato a oltre 150 eventi dedicati alla Sostenibilità in 24 Paesi.

Henkel, per esempio, è partner dell'iniziativa "Anno della scienza 2012 – Progetto Terra: il nostro futuro" organizzata dal Ministero Federale tedesco dell'Istruzione e della Ricerca scientifica. All'inaugurazione del 6 febbraio 2012, tenutasi a Berlino, Kathrin Menges, Executive Vice President Risorse Umane e Presidente del Comitato per lo Sviluppo Sostenibile, ha trattato l'argomento "Come conciliamo il progresso ambientale, sociale ed economico?" con i politici, gli industriali e gli scienziati presenti.

Nel giugno del 2012, Kasper Rorsted, Presidente del Comitato Direttivo, è intervenuto al primo convegno sulla Sostenibilità per aziende leader presso la Camera di Commercio di Dubai. Ha presentato la strategia di Sostenibilità di Henkel e ha spiegato come viene messa in pratica nella regione del Medio Oriente grazie ai tre fattori strategici: prodotti, partner e persone.

Nel luglio del 2012, Henkel ha preso parte alla Tavola rotonda sulla Sostenibilità tenutasi in Spagna e organizzata da una rivista economica spagnola. Henkel ha presentato la sua strategia di Sostenibilità per il 2030 e ha evidenziato l'importanza delle partnership strategiche nello sviluppo di prodotti innovativi e sostenibili lungo la catena del valore.

Durante l'ottava edizione del World Adhesives & Sealants Conference (WAC12, Conferenza mondiale sugli adesivi e i sigillanti) il settore europeo degli adesivi si è riunito per condividere le idee sulla Sostenibilità, con il motto "creare il futuro". L'evento è stato organizzato a Parigi, in Francia, dal 18 al 21 settembre 2012. Mille i partecipanti provenienti da 400 aziende. Per noi è stata un'occasione di confronto e dialogo con i nostri concorrenti, fornitori e clienti sul tema della Sostenibilità nonché un'ottima opportunità per spiegare loro la nostra strategia.

Nel novembre 2012, Henkel Argentina ha presentato la nuova strategia di Sostenibilità per il 2030 a circa 200 partecipanti, tra cui anche alcuni clienti, con l'obiettivo di individuare potenziali partnership.

Partecipazione a iniziative internazionali

A livello locale, nazionale e internazionale, Henkel partecipa a molteplici progetti, iniziative mirate e simposi per offrire un contributo all'attuazione concreta dell'impegno comune per lo Sviluppo Sostenibile.

Tutto ciò include anche la partecipazione in seno ai gruppi di lavoro politici e alle associazioni industriali, come il Consiglio mondiale delle imprese per lo Sviluppo Sostenibile (WBCSD), il Consumer Goods Forum (CGF) e l'Associazione internazionale dei produttori di saponi, detersivi e prodotti per la manutenzione della casa (AISE).

In queste sedi la nostra esperienza e la nostra leadership nel campo della Sostenibilità ci permette di stimolare il dibattito, per esempio, sulle soluzioni per il consumo sostenibile lungo la catena del valore.

Dialogo con i politici

I politici e i legislatori spesso hanno bisogno dell'esperienza delle aziende nei loro processi decisionali. In una situazione del genere abbiamo l'opportunità di descrivere l'impatto delle scelte politiche su Henkel, i suoi dipendenti e partner aziendali, e l'occasione di mettere a disposizione le nostre conoscenze derivanti dall'esperienza diretta. Le nostre norme di "Rappresentanza degli Interessi negli Affari Pubblici" sono una guida

chiara per l'eventuale comportamento in tali circostanze. Siamo anche aperti alla divulgazione di informazioni riguardo ai nostri campi di interesse e all'ambito delle nostre attività coinvolte in questioni politiche o governative attraverso l'adesione al Registro di trasparenza dell'Unione Europea.

Un esempio di dialogo nell'ambito politico è stato la partecipazione all'evento di Cosmetics Europe, Associazione europea dell'industria cosmetica, organizzato al Parlamento europeo nel maggio del 2012. L'edizione 2012 ha avuto come tema centrale la Sostenibilità. Henkel ha presentato tre progetti, fornendo informazioni ai parlamentari europei e ai partecipanti sulle attività rivolte alla Sostenibilità della divisione Beauty Care.

Individuazione dei temi centrali

La società e le imprese devono oggi affrontare numerose sfide globali. Analizziamo le sfide di Sostenibilità avvalendoci di una serie di strumenti e processi e valutandone l'importanza per l'Azienda allo scopo di individuare i temi rilevanti per la gestione e la rendicontazione della Sostenibilità (schema in basso). In quest'ottica, perseguiamo un dialogo costante con istituti che operano nel campo della Sostenibilità, agenzie internazionali di rating, analisti e accademici. Teniamo anche conto dei criteri di valutazione di diversi indici finanziari e di Sostenibilità nonché delle linee guida della GRI (Global Reporting Initiative).

Individuazione dei temi centrali per la gestione e la rendicontazione della Sostenibilità

Sfide esterne	Processi/Strumenti	Risultati / temi rilevanti		
Crescita demografica	Analisi delle tendenze e dei mercati	Risultati finanziari	Sicurezza sul lavoro	Prassi aziendali corrette
Aumento dei consumi		Qualità	Sicurezza degli impianti	Diritti umani
Scarsità delle risorse	Dialogo con gli esperti	Affidabilità	Sicurezza dei prodotti	Condizioni di lavoro eque
Degrado e impoverimento degli ecosistemi	Sviluppo di strategie	Convenienza	REACH	Sviluppo del personale
Cambiamento climatico	Rapporti e valutazioni	Ecoefficienza	Sperimentazioni alternative sugli animali	Diversità
Inasprimento dei controlli normativi	Gestione dei rischi	...	Etichettatura responsabile dei prodotti	Rapporti con i fornitori
...	...	Consumo delle risorse	Igiene	Volontariato in Azienda
		Materie prime rinnovabili	...	...
		Olio di palma e di palmisto sostenibile	Efficienza energetica operativa	Scarsità delle risorse idriche
		Imballaggi e rifiuti	Energie rinnovabili	Consumi idrici nella produzione
		Bioplastiche	Prodotti a efficienza energetica	Acque reflue e loro smaltimento
		Riciclo	Trasporti e logistica	Biodegradabilità
		Biodiversità	Riduzione della CO ₂	Impronta idrica
		...	Impronta di carbonio	...

Utilizziamo una serie di strumenti e processi per analizzare le sfide globali di Sostenibilità e individuare i temi rilevanti ai fini della gestione e della rendicontazione della Sostenibilità da parte di Henkel.

Indicatori

Trasparenza d'informazione

Gli indicatori che registriamo in tutta l'Azienda sono trasparenti e ci aiutano a individuare le possibilità di miglioramento, realizzare gli interventi, monitorare i risultati e informare l'opinione pubblica sui progressi compiuti. Mostriamo i miglioramenti in relazione a ciascun indicatore lungo un arco di tempo di cinque anni.

In questo Rapporto pubblichiamo i nostri principali indicatori di rilevanza mondiale. I parametri ambientali meno rilevanti ai fini della gestione globale sono pubblicati solo su Internet. I dati relativi alla produzione 2012 sono stati rilevati presso 169 siti Henkel su un totale di 171 siti in 54 Paesi. Queste informazioni rappresentano oltre il 99% della nostra produzione mondiale nel 2012.

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 (Pagina 7). Le eventuali discrepanze riscontrate o segnalate in momenti successivi vengono corrette retroattivamente nel nostro sistema di rendicontazione. Le nostre strutture produttive sono in continua evoluzione, per esempio in seguito ad acquisizioni o chiusure di siti; pertanto cambia il numero di siti che forniscono dati in riferimento agli indicatori ambientali: da 226 nel 2008 a 171 nel 2012. Per assicurare la possibilità di comparare i dati annuali, li illustriamo anche come indice relativo al volume di produzione.

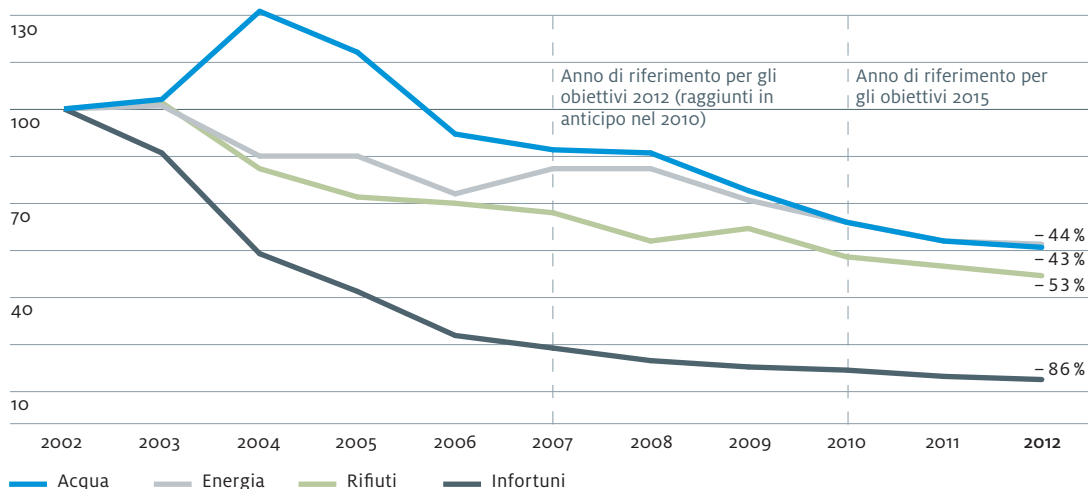
I dati relativi agli infortuni sul lavoro sono registrati in base a parametri uniformi a livello globale e si riferiscono al 99% del personale Henkel come gli indicatori sociali.

Su Internet pubblichiamo l'andamento di altri indicatori ambientali, come le emissioni di biossido di zolfo, ossidi di azoto e polveri:

www.henkel.com/sr2012 | 14

Andamento a lungo termine: prestazioni di Sostenibilità dal 2002 al 2012

Indicatori ambientali per tonnellata di prodotto, infortuni sul lavoro per 1.000.000 di ore lavorate; anno di riferimento 2002



Da decenni lavoriamo per aumentare l'efficienza e la sicurezza dei nostri processi produttivi come mostrano con molta chiarezza le nostre prestazioni di Sostenibilità negli ultimi undici anni. In tutte e tre le divisioni, i nostri sforzi di miglioramento sono incentrati sulla creazione di maggiore valore, su una maggiore salute e sicurezza sul lavoro nelle attività di produzione e, al tempo stesso, sulla riduzione della nostra impronta ecologica. In seguito ai progressi conseguiti, puntiamo a ridurre ulteriormente i nostri consumi energetici e idrici, l'impronta dei rifiuti e il tasso di infortuni (Pagina 5).

Volumi produttivi

In migliaia di tonnellate

	2008	2009	2010	2011	2012
Volumi di produzione	7.707	6.853	7.481	7.550	7.587
Indice: variazione dal 2008 al 2012					- 2 %

Grazie alla migliore situazione economica e alla domanda globale in crescita, dal 2010 i nostri volumi produttivi sono nuovamente in aumento.

Consumi energetici

In migliaia di megawattora

	2008	2009	2010	2011	2012
Energia acquistata	902	758	794	666	665
Carbone	178	115	119	119	112
Olio combustibile	158	163	177	165	140
Gas	1.947	1.423	1.350	1.270	1.280
Totale	3.185	2.459	2.440	2.220	2.197
Indice: variazione dal 2008 al 2012					- 30 %

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

Indicatori ambientali

Indice

L'indice nelle tabelle mostra il miglioramento relativo agli specifici indicatori per quanto riguarda il volume di produzione (per tonnellata di prodotto).

L'anno di riferimento per l'indice è il 2008 (= 100%).

Emissioni in atmosfera di CO₂

In migliaia di tonnellate

	2008	2009	2010	2011	2012
Emissioni di CO ₂ generate da Henkel	486	353	341	322	317
Emissioni di CO ₂ generate dall'energia acquistata	445	362	373	330	334
Totale	931	715	714	652	651
Indice: variazione dal 2008 al 2012					- 29 %

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

Emissioni in atmosfera di COV

In tonnellate

	2008	2009	2010	2011	2012
Emissioni in atmosfera di COV	430	308	367	326	320
Indice: variazione dal 2008 al 2012					- 24 %

Dal 2008 sono state messe in atto ulteriori misure per ridurre le emissioni di composti organici volatili. L'aumento del 2010 è dovuto all'incremento del volume di produzione e a cambiamenti nel portafoglio prodotti.

Consumi e scarichi idrici

in migliaia di metri cubi

	2008	2009	2010	2011	2012
Acqua consumata	12.041	9.174	8.688	7.921	7.734
Acqua scaricata	6.010	4.578	4.045	3.664	3.452
Indice: variazione dal 2008 al 2012					- 35 %
		Acqua consumata			- 42 %
		Acqua scaricata			

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

Emissioni di COD nelle acque reflue

in tonnellate

	2008	2009	2010	2011	2012
Emissioni di COD nelle acque reflue	9.142	7.628	7.714	6.570	5.994
Indice: variazione dal 2008 al 2012					- 33 %

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

Emissioni di metalli pesanti nelle acque reflue

in chilogrammi

	2008	2009	2010	2011	2012
Zinco	482	512	423	454	322
Piombo, cromo, rame, nichel ¹	431	450	381	292	287
Totale	913	962	804	746	609
Indice: variazione dal 2008 al 2012					- 32 %

Dal 2010 attuiamo misure aggiuntive per ridurre le emissioni di metalli pesanti nelle acque reflue. L'aumento negli anni 2008 e 2009 è dovuto soprattutto all'acquisizione delle attività di National Starch nel 2008.

¹ Le quantità di metalli pesanti particolarmente pericolosi, come il mercurio e il cadmio, non sono rilevanti.

Rifiuti recuperati e smaltiti

in migliaia di tonnellate

	2008	2009	2010	2011	2012
Rifiuti recuperati	103	107	91	89	79
Rifiuti pericolosi smaltiti	20	11	16	15	15
Rifiuti non pericolosi smaltiti	51	47	48	41	44
Totale	174	165	155	145	138
Indice: variazione dal 2008 al 2012					- 19 %

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.

Sicurezza sul lavoro



Indice

L'indice in tabella illustra i progressi compiuti relativamente agli infortuni sul lavoro rispetto alle ore lavorate (per 1 milione di ore lavorate).

L'anno di riferimento per l'indice è il 2008 (= 100%).

Infortuni sul lavoro per 1 milione di ore lavorate

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

	2008	2009	2010	2011	2012
Personale Henkel	1,4	1,3	1,2	1,1	1
Personale di imprese esterne che lavora presso i siti Henkel con contratto di collaborazione diretta	1,9	1,2	1,0	1,1	0,9
		Personale Henkel			- 29%
		Personale di imprese esterne che lavora presso i siti Henkel con contratto di collaborazione diretta			- 53%

Indice: variazione dal 2008 al 2012

Rientra negli indicatori il 99% del personale Henkel.

Infortuni gravi sul lavoro

Oltre 50 giorni di inabilità

	2008	2009	2010	2011	2012
Infortuni durante le attività di produzione	14	13	14	11	7
Infortuni durante il movimento o gli spostamenti sul posto (es. inciampi)	4	9	7	7	6

Rientra negli indicatori il 99% del personale Henkel.

Indicatori del personale



Personale (al 31 dicembre)

	2008	2009	2010	2011	2012
Henkel nel mondo	55.142	49.262	47.854	47.265	46.610
Struttura della forza lavoro					
- Personale non manageriale	82,0%	80,0%	79,8%	79,9%	79,4%
- Manager	16,6%	18,4%	18,6%	18,6%	19,0%
- Top manager ¹	1,4%	1,6%	1,6%	1,5%	1,6%
Fluttuazione del personale a livello mondiale ²	5,7%	4,9%	4,6%	5,6%	5,8%

¹ Corporate Senior Vice President, Direzioni I e IIa.

² In base alle dimissioni del personale.

Il numero di dipendenti, 46.610 nel 2012, è stato dell'1% inferiore al livello dell'anno precedente. Gli strumenti di fidelizzazione dei dipendenti, la gestione dei talenti e la strategia di diversità contribuiscono a una bassa fluttuazione del personale.

Età e anzianità (al 31 dicembre)

	2008	2009	2010	2011	2012
Anzianità media in anni	9,8	11,0	10,3	10,2	10,4
Età media dei dipendenti	39,4	39,3	39,4	39,4	39,6
Composizione di età					
16 - 29	19,5%	18,7%	18,1%	18,3%	17,6%
30 - 39	32,7%	34,2%	34,4%	34,6%	34,5%
40 - 49	29,6%	29,7%	29,7%	29,4%	29,6%
50 - 65	18,2%	17,4%	17,7%	17,7%	18,3%

L'età media del nostro personale è rimasta costante negli anni. I pensionamenti sono regolarmente controbilanciati dall'assunzione di giovani. In questo modo ci assicuriamo che la forza lavoro di Henkel sia ben equilibrata tra dipendenti anziani ed esperti e nuove leve da accompagnare nella crescita professionale.

Nazionalità (al 31 dicembre)

	2008	2009	2010	2011	2012
Henkel	109	116	119	125	123
Manager	77	82	82	91	85
Presso la sede centrale di Düsseldorf	51	48	50	53	55

Il carattere internazionale della nostra forza lavoro è frutto di una politica aziendale finalizzata ad assegnare a dipendenti locali i ruoli manageriali locali e ad assicurare la presenza di team internazionali presso la nostra sede centrale in Germania.

Percentuale di donne (al 31 dicembre)

	2008	2009	2010	2011	2012
Henkel	32,9%	31,8%	32,1%	32,5%	32,6%
Manager	26,4%	27,4%	28,7%	29,5%	30,5%
Top manager ¹	13,7%	16,4%	17,0%	18,6%	18,6%

¹ Corporate Senior Vice President, Direzioni I e IIa.

Rispetto ai livelli internazionali, Henkel impiega una percentuale totale di personale femminile relativamente elevata. Ciò vale anche per il personale manageriale. Questo è il risultato di una coerente applicazione della nostra strategia di diversità.

Dipendenti part-time (al 31 dicembre)

	2010	2011	2012
Contratti part-time a livello globale	4%	3%	3%
Europa occidentale (compresa la Germania)	8%	8%	8%
Germania	10%	10%	10%

I contratti di lavoro part-time sono particolarmente significativi in Europa occidentale e soprattutto in Germania. L'81% dei contratti part-time riguarda dipendenti in queste regioni. Nei mercati emergenti, come Asia, Europa orientale, Medio Oriente e America Latina, si riscontra una domanda nettamente inferiore di contratti di lavoro part-time.

Personale inserito in contratti collettivi di lavoro (al 31 dicembre)

	2008	2009	2010	2011	2012
Percentuale nel mondo	44%	44%	44%	44%	44%
Percentuale nell'Unione Europea (UE)	79%	79%	79%	79%	79%

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

Impegno sociale (al 31 dicembre)

	2008	2009	2010	2011	2012
Numero complessivo di progetti finanziati	2.476	2.155	2.493	2.343	2.339
Totale persone sostenute	–	500.000	730.000	753.629	1.046.321
Giorni di permesso retribuito per progetti promossi dai dipendenti	285	318	54	135	131
Donazioni in migliaia di euro (donazioni finanziarie e in prodotti, esclusi i permessi retribuiti)	7.529	7.684	6.087	6.002	7.302

Il numero di progetti si attesta circa sugli stessi livelli dell'anno precedente. Una selezione più mirata dei progetti ha determinato un leggero incremento del numero di persone sostenute. Tuttavia, c'è stato un notevole aumento del numero di giorni di permesso retribuito rispetto all'anno precedente. In generale, i dipendenti possono richiedere un massimo di cinque giorni di permesso retribuito all'anno.

Sviluppo del personale (al 31 dicembre)

	2008	2009	2010	2011	2012
Promozione interna (manager)	1.877	1.462	1.337	1.387	1.101
Programmi di job rotation	433	443	470	475	503
Apprendisti (Germania)	510	511	487	483	489
Numero medio di giorni di formazione	2	2	2	2	2

In media, nel 2012 sono stati promossi cinque dipendenti al giorno, a dimostrazione del dinamismo dell'Azienda e della sua richiesta di professionisti giovani e qualificati. Per condurre con successo le nostre attività a livello globale, è indispensabile che i manager abbiano una formazione internazionale. Per questo il numero di programmi di scambio internazionale tra dipendenti è in continua crescita.

Piano di partecipazione azionario

(al 31 dicembre)

	2008	2009	2010	2011	2012
Percentuale di dipendenti che detengono azioni Henkel	27,4%	28,4%	29,3%	31,3%	28,4%

Nel 2012, circa 3 milioni di azioni privilegiate sono state acquistate da dipendenti Henkel di 54 Paesi. Circa il 28% del personale detiene azioni Henkel.

Percentuale di progetti promossi per ciascun Obiettivo del Millennio per lo Sviluppo (al 31 dicembre)

	2009	2010	2011	2012
1. Eliminare la povertà estrema e la fame	21%	33%	30%	11%
2. Garantire l'istruzione primaria universale ai giovani di entrambi i sessi	31%	47%	23%	39%
3. Promuovere le pari opportunità	10%	2%	2%	5%
4. Ridurre la mortalità infantile	6%	3%	14%	8%
5. Migliorare la salute materna	3%	1%	1%	3%
6. Combattere HIV/AIDS, malaria e altre malattie	22%	7%	20%	3%
7. Assicurare la Sostenibilità ambientale	6%	6%	9%	15%
8. Sviluppare un'alleanza globale per lo sviluppo	1%	1%	1%	16%

Aderendo al Global Compact delle Nazioni Unite nel 2003, Henkel si è assunta l'impegno di contribuire a raggiungere gli Obiettivi del Millennio per lo Sviluppo. Attraverso il suo impegno sociale, Henkel partecipa direttamente al loro conseguimento. Henkel non influenza il tipo di progetti proposti e in cui i dipendenti sono impegnati. Tuttavia, la maggior parte di essi contribuisce concretamente al raggiungimento di tali obiettivi. www.un.org/millenniumgoals

Indicatori sociali



Rating esterni

Rating e indici del 2012

Anche nel 2012 la performance di Sostenibilità di Henkel ha registrato il giudizio positivo degli esperti in campo internazionale. Per saperne di più sui rating esterni: www.henkel.com/sr2012 | 15



Leader di settore per sei anni di seguito

Zurigo/New York: per la sesta volta consecutiva Henkel è presente sia nel listino mondiale sia in quello europeo dell'Indice Dow Jones di Sostenibilità (DJSI) come leader nel campo della Sostenibilità nel segmento dei prodotti non durevoli per la casa.



Inclusa da dodici anni consecutivi

Londra: da dodici anni consecutivi Henkel figura nell'indice etico internazionale FTSE4Good.



Elencata per il quinto anno consecutivo

New York: Henkel è stata annoverata nell'elenco delle "Società più etiche del mondo" per il quinto anno di fila.



Inclusa dal 2002

Parigi: come negli anni precedenti, anche nel 2012 Henkel figurava tra le 200 aziende mondiali nella classe "Pioneer" dell'Indice di Sostenibilità Ethibel.



Secondo posto per Henkel

Francoforte: nel 2012 Henkel si è aggiudicata il secondo posto nel rating di Sostenibilità tra le aziende dell'indice DAX 30 di Sustainalytics. Questa valutazione approfondita viene effettuata ogni due anni. Le aziende sono valutate in base a fattori ambientali, sociali e di governance.



Inclusa per la terza volta

Amburgo: Henkel è stata inclusa di nuovo nelle 50 aziende nel mondo dell'indice Global Challenges.



Ulteriore riconoscimento

Monaco di Baviera: nel 2012 Henkel si è aggiudicata di nuovo la posizione di "Prime Status" per la Sostenibilità nella classifica dell'agenzia di rating oekom. Con il rating B, Henkel figurava tra le aziende migliori nel settore dei beni di consumo.



Inclusa per la seconda volta

Zurigo: nel settembre del 2012 Henkel è stata inclusa da STOXX Limited negli indici di STOXX Global ESG Leaders.



Nominata per la quinta volta

Toronto: nel 2013, per la quinta volta consecutiva Henkel è stata nominata una delle "100 aziende più sostenibili al mondo".

Contatti, colophon e altre pubblicazioni

Contatti

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

Riferimenti in Henkel

Corporate Communications

Tel.: +49 (0)211-797-3533

Fax: +49 (0)211-798-4040

E-mail: corporate.communications@henkel.com

Gestione della Sostenibilità

Tel.: +49 (0)211-797-3680

Fax: +49 (0)211-798-9393

E-mail: sustainability@henkel.com

Investor Relations

Tel.: +49 (0)211-797-1631

Fax: +49 (0)211-798-2863

E-mail: investor.relations@henkel.com

Colophon

Edito da:

Henkel AG & Co. KGaA
40191 Düsseldorf, Germany
© 2013 Henkel AG & Co. KGaA

Progetto e coordinamento editoriale

Pubblicazioni istituzionali:
Uwe Bergmann, Mareike Klein,
Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Wolfgang Zengerling

Traduzione versione italiana:

Asap S.r.l.

Progetto grafico:

Peter Schmidt Group, Hamburg

Ulteriori pubblicazioni scaricabili da Internet

Dal nostro sito web è possibile scaricare tutti i Rapporti Ambientali e i Rapporti sullo Sviluppo Sostenibile pubblicati dal 1992. Sono inoltre disponibili le seguenti pubblicazioni: Rapporti annuali, Relazioni trimestrali, Vision e Valori, Codice di Comportamento, Codice aziendale di Sviluppo Sostenibile, Programmi di leadership, Standard SHE, Rappresentazione degli Interessi negli Affari Pubblici, Standard sociali, Storia dell'Azienda e il nostro magazine aziendale "Together".

www.henkel.com/publications

Design e impaginazione:

mpm Corporate Communication Solutions, Mainz

Foto e illustrazioni:

János Bakula, Tobias Ebert, Steffen Hauser, Philipp Hympehdahl, Claudia Kempf, Vineeth Nair, Rüdiger Nehmzow, Olaf Tiedje, Alberto Venegas, Wojciech Wojtowicz, Jian Xu; Henkel

Controllo pre-stampa:

Thomas Krause, Krefeld

Stampa

Altavia, Milano

Data di pubblicazione di questo Rapporto: aprile 2013

PR no.: 03 13 6,000 ISBN: 978-3-941517-49-3

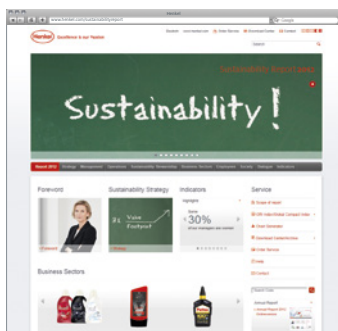


Il Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile è stampato su carta Revive 100 white silk con diverse caratteristiche di ecologicità: contiene il 100% di materia prima riciclata, è certificata FSC® Recycled, è prodotta con processo produttivo a basso impatto ambientale e processo di sbiancatura senza utilizzo di cloro (PCF). Gli inchiostri di stampa non contengono metalli pesanti e sono a base di oli vegetali e materie prime rinnovabili.

**"Forest Stewardship Council" attesta la provenienza da foreste gestite secondo criteri di Sostenibilità e promuove la produzione e il consumo responsabili dei prodotti forestali.*

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 quali "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.



Henkel app:



Henkel in social media:



www.facebook.com/henkel

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

www.youtube.com/henkel