

Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile 2008

La Responsabilità Sociale d'Impresa in Henkel

Henkel

A Brand like a friend

Artefici del cambiamento

Henkel in breve

Prestazioni di Sostenibilità dal 2004 al 2008

Indicatori ambientali per tonnellate prodotte*

Acque reflue (emissioni di COD)	-4%	↘
Biossido di carbonio (CO ₂)	-6%	↘
Energia	-11%	↘
Composti organici volatili (COV)**	-24%	↘
Metalli pesanti	-29%	↘
Rifiuti	-30%	↘
Acqua	-35%	↘
Biossido di zolfo (SO ₂)	-41%	↘
Infortuni sul lavoro***	-63%	↘

* Indicatori ambientali, incluse le attività di National Starch (da aprile 2008)

** Composti organici volatili, escluse le attività di National Starch

*** Infortuni sul lavoro per un milione di ore lavorate

L'Azienda

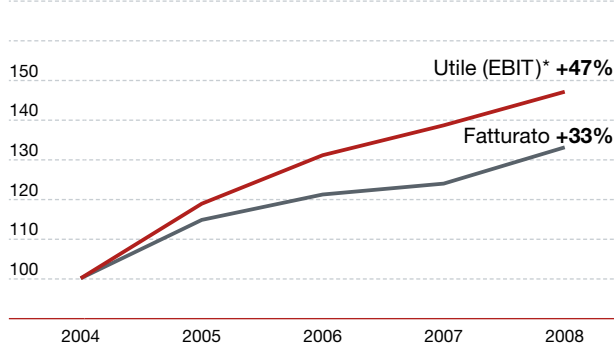
Con i nostri marchi e tecnologie, operiamo in tre aree di business: Detersivi, Cosmetica, Adesivi e Tecnologie.

L'82% dei nostri 55.000 dipendenti lavora al di fuori della Germania. Nel 2008 abbiamo realizzato un fatturato di 14.131 milioni di euro con un incremento dell'8,1% attribuibile soprattutto all'acquisizione delle attività di National Starch e alla crescita organica.

L'utile operativo (EBIT), pari a 779 milioni di euro, è risultato nettamente inferiore alla cifra dell'anno precedente (1.344 milioni), un calo imputabile ai costi di ristrutturazione e agli oneri una tantum inerenti al nostro

Risultati finanziari dal 2004 al 2008

Percentuale: indice 2004

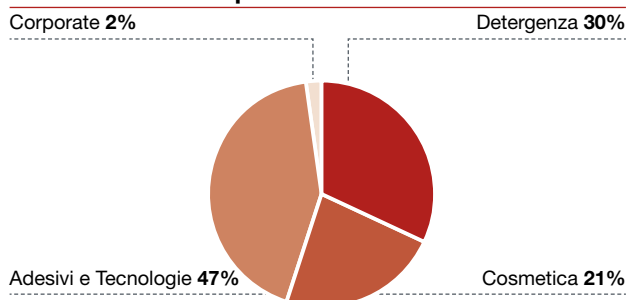


* 2008: utile operativo (EBIT) depurato degli oneri e dei ricavi una tantum e dei costi di ristrutturazione

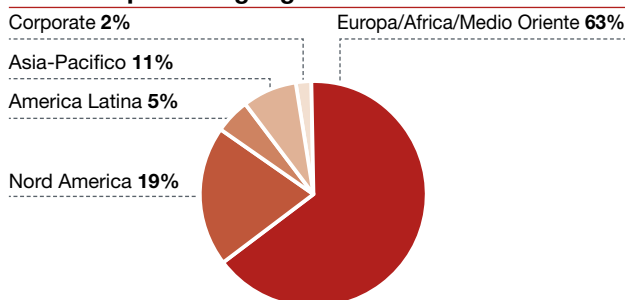
programma Global Excellence per l'aumento dell'efficienza e all'integrazione delle attività di National Starch. L'utile operativo depurato ("EBIT depurato") è aumentato del 6,6% arrivando a 1.460 milioni di euro. Questa cifra figura al netto di una deduzione di 35 milioni di euro per l'ammortamento di attività immateriali in seguito all'acquisizione dei segmenti di National Starch. Al lordo della deduzione, l'EBIT depurato corrisponde a 1.495 milioni di euro, pari a un aumento del 9,1%.

AR pagg. 36 e 38. www.henkel.com

Fatturato del 2008 per settore di attività



Fatturato per area geografica¹⁾



¹⁾ Compresa le attività Corporate; per riconciliazione con il Gruppo Henkel
Attività Corporate = fatturato e servizi non assegnabili ai singoli settori di attività

Prospetto di ripartizione del valore aggiunto 2008

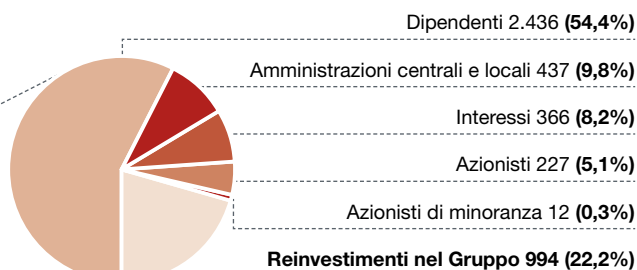
In milioni di euro

Fatturato complessivo 14.131 (90,6%)
Altri proventi 1.458 (9,4%)

Costo dei materiali 6.598 (42,3%)
Ammortamento/svalutazione di immobilizzazioni 546 (3,5%)
Altre spese 3.973 (25,5%)

Valore aggiunto 4.472 (28,7%)

di cui:



Indice

Argomenti e finalità del Rapporto

Il primo Rapporto Ambientale di Henkel risale al 1992. Nel corso degli anni la pubblicazione è stata ampliata e approfondita fino a diventare il Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile che ha una cadenza annuale e che integra la nostra Relazione Annuale di Bilancio con argomenti di carattere ecologico e sociale. Ulteriori informazioni sulla Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR) sono disponibili all'indirizzo www.henkel.com/sustainability e su altre pubblicazioni Henkel **SR** pag. 37.

Il Rapporto affronta tutte le tematiche dello Sviluppo Sostenibile che Henkel tiene in considerazione nelle sue attività. Manteniamo un dialogo continuo con un'ampia cerchia di interlocutori soprattutto con gli esperti di Sviluppo Sostenibile di livello internazionale ai quali dedichiamo qui uno spazio significativo. In queste pagine facciamo riferimento anche ai requisiti del Consiglio Europeo dell'Industria Chimica (CEFIC), ai criteri di valutazione di diverse agenzie di rating che analizzano i risultati finanziari e nel campo della Sostenibilità nonché alle linee guida della Global Reporting Initiative (GRI, Iniziativa Globale di formulazione dei resoconti). L'indice dettagliato della GRI, con i relativi link, è disponibile in Internet. www.henkel.com/sr2008 → 2

Il Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile prende in considerazione tutte le aziende incluse nel bilancio consolidato, comprese le partecipazioni dirette e le attività di National Starch acquisite nel 2008. Gli indicatori ambientali relativi alla produzione sono stati determinati utilizzando i dati di siti produttivi situati in 57 Paesi e rappresentano oltre il 95% dell'intera produzione di Henkel nel mondo. I dati relativi agli infortuni sul lavoro vengono registrati in base a parametri uniformi a livello globale e si riferiscono al 98% del personale Henkel. L'Azienda comunica in modo trasparente gli infortuni gravi sul lavoro che si verificano e le contromisure adottate per prevenirli.

Attribuiamo massima importanza alla Sostenibilità. Per questo abbiamo presentato la Relazione Annuale di Bilancio e il Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile contemporaneamente nell'ambito della Conferenza stampa del 25 febbraio 2009 in cui abbiamo illustrato i risultati finanziari del 2008.

- 2 Prefazione**
- 3 Il Comitato per lo Sviluppo Sostenibile**
- 4 La nostra strategia di Sostenibilità**
- 5 Obiettivi**
- 6 Etica e gestione**
- 9 La gestione della Sostenibilità**
- 11 Fornitori e altri partner aziendali**
- 12 Marchi e tecnologie sostenibili**
- 14 Detergenza**
- 16 Cosmetica**
- 18 Adesivi e Tecnologie**
- 20 Produzione e logistica**
- 24 Indicatori ambientali**
- 26 Personale e mondo del lavoro**
- 30 Salute e sicurezza sul lavoro**
- 31 Impegno sociale**
- 34 Il dialogo con gli stakeholder**
- 36 Rating esterni**
- 37 Contatti, colophon e altre pubblicazioni**

Ulteriori informazioni

In molti punti di questo Rapporto sono presenti rimandi ad altre pagine del Rapporto e della Relazione Annuale di Bilancio e link a pagine web contenenti ulteriori informazioni.

Nel nostro sito web in lingua inglese, all'indirizzo www.henkel.com/sr2008, è presente la pagina "Additional Links Sustainability Report 2008", contenente tutti gli argomenti, con relativo numero di riferimento, per accedere con un clic alle informazioni desiderate. Dal sito è inoltre possibile scaricare tutti i Rapporti Ambientali e i Rapporti sullo Sviluppo Sostenibile pubblicati dal 1992.

AR Relazione Annuale di Bilancio

SR Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile

www Internet

Siamo artefici del cambiamento



Caro lettore,

Henkel persegue lo Sviluppo Sostenibile da oltre 130 anni. La Sostenibilità è parte del nostro DNA.

Oggi con i nostri marchi e le nostre tecnologie e in qualità di datore di lavoro puntiamo a soddisfare le esigenze del mondo attuale senza compromettere le possibilità di futuro per le generazioni che verranno. Questo obiettivo può essere riassunto nell'espressione "qualità e responsabilità".

Conduciamo le nostre attività in base a criteri di Sostenibilità e Responsabilità Sociale lungo l'intera catena del valore. L'adesione a questi principi ci ha permesso di guadagnare un'ottima reputazione e una posizione di leadership sui mercati di tutto il mondo e il nostro obiettivo è consolidare ulteriormente questo vantaggio competitivo.

In un periodo economico particolarmente difficile come quello attuale, lo Sviluppo Sostenibile rappresenta un'opportunità per crescere anche se implica un processo di cambiamento non sempre facile da attuare. Bisogna però pensare al futuro.

Ogni giorno, milioni di clienti e consumatori nel mondo scelgono i marchi e la qualità Henkel. I nostri prodotti e le nostre tecnologie costituiscono il principale contributo che offriamo per la protezione del clima, la conservazione delle risorse naturali e il progresso sociale. Siamo assolutamente convinti che un'attenzione

costante alla Sostenibilità contribuisca ad accrescere il valore dell'Azienda nel lungo periodo.

Tutti i nuovi prodotti Henkel contribuiscono allo Sviluppo Sostenibile in almeno una delle aree sulle quali focalizziamo la nostra attenzione: energia e clima, acqua e acque reflue, materie prime e rifiuti, salute e sicurezza, progresso sociale. Continueremo a perseguire lo Sviluppo Sostenibile in tutta l'Azienda con l'apporto di tutti coloro che lavorano in Henkel. Grazie all'impegno e alla responsabilità di ognuno dei 55.000 dipendenti nella sua sfera di attività riusciremo a centrare i nostri tre obiettivi strategici:

- » **sfruttare pienamente le nostre potenzialità di business;**
- » **focalizzarsi maggiormente sui clienti;**
- » **potenziare il team globale.**

Indirizziamo il cambiamento verso gli obiettivi di Sostenibilità collaborando strettamente con le industrie, la distribuzione e i consumatori in tutto il mondo, oggi e domani.

Kasper Rorsted
Presidente del Comitato Direttivo

Il Comitato per lo Sviluppo Sostenibile



Il nostro Comitato per lo Sviluppo Sostenibile composto da rappresentanti di tutte le aree aziendali, è un organo decisionale globale che orienta le nostre attività ai valori della Sostenibilità. I suoi membri sono (da sinistra a destra): Dirk-Stephan Koedijk, Dr. Andreas Bruns, Rolf Schlue, Ernst Primosch, Kasper Rorsted, Christian-André Weinberger, Prof. Dr. Thomas Müller-Kirschbaum, Tina Müller, Dr. Thomas Förster, Dr. Attilio Gatti, Prof. Dr. Ramón Bacardit  pagine 6 e 7  www.henkel.com/sr2008 → 3

Nel 2008 abbiamo attuato i principi e gli obiettivi di Sostenibilità nelle divisioni e nelle soluzioni offerte ai consumatori integrandoli sin dall'inizio in tutte le innovazioni promosse. Tutti i nuovi prodotti devono contribuire allo Sviluppo Sostenibile.

I risultati concreti di questo impegno sono rappresentati dal lancio del marchio Terra Activ relativo a una nuova linea di prodotti di pulizia per la casa, dall'introduzione dei primi cosmetici con l'etichetta ECOCERT e dal Premio per la tutela ambientale assegnato ad Henkel dalla Confederazione Federale dell'Industria Tedesca (BDI) per lo sviluppo di Bonderite NT, la soluzione per il pre-trattamento dei metalli.

Nel dicembre 2008, in occasione del primo Congresso tedesco sulla Sostenibilità, Henkel si è aggiudicata il riconoscimento assegnato al marchio più sostenibile della Germania.

Considerando il 2008 da un punto di vista complessivo anche i prezzi dell'energia e delle materie prime ci spingono a perseguire gli obiettivi di Sostenibilità che ci siamo prefissi per il 2012: riduzione dei consumi idrici, energetici e dei rifiuti. Tutte le nostre divisioni hanno avviato progetti specifici per conseguire questo traguardo. È un traguardo impegnativo soprattutto per i siti che hanno già raggiunto un elevato livello di efficienza grazie all'impiego di moderne tecnologie. In questo caso, risulterà

ancora più determinante il know-how e la capacità di innovazione del personale. Anche il programma di ristrutturazione a livello mondiale e l'integrazione delle attività di National Starch hanno richiesto un forte impegno delle consociate e del personale.

Il Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile illustra i principali progressi compiuti nel 2008. Da quando abbiamo aderito all'iniziativa Global Compact delle Nazioni Unite nel 2003, il Rapporto vale anche come riferimento per la Relazione Annuale di Bilancio.

Stiamo portando avanti numerose iniziative per consolidare ulteriormente la nostra leadership nell'ambito della Sostenibilità. In particolare, nel 2009 ci stiamo concentrando su questi tre campi: acqua, educazione alla Sostenibilità e consumi. Intensificheremo le attività di comunicazione rivolte ai consumatori perché apprezzino sempre più la nostra strategia che combina qualità e responsabilità. Puntiamo infine a migliorare il livello della trasparenza in ogni fase della supply chain e della catena del valore.

La nostra strategia di Sostenibilità

Aree principali di interesse

Con le nostre attività e i nostri prodotti contribuiamo allo Sviluppo Sostenibile:



Energia e clima

» Utilizziamo le risorse energetiche con maggiore efficienza contribuendo alla protezione del clima.



Acqua e acque reflue

» Conserviamo le risorse idriche disponibili nel mondo.



Materie prime e rifiuti

» Utilizziamo con più efficienza le materie prime disponibili evitando la produzione di rifiuti.



Salute e sicurezza

» Contribuiamo a creare un ambiente sano e sicuro per i nostri clienti, consumatori, dipendenti e comunità vicine ai nostri siti.



Progresso sociale

» Sosteniamo il progresso sociale per i nostri dipendenti, clienti e consumatori in tutti i Paesi in cui operiamo.

www.henkel.com/sr2008 → 4

Nei nostri Valori aziendali affermiamo la nostra dedizione allo Sviluppo Sostenibile e alla Responsabilità Sociale di Impresa.

Per noi fattori decisivi sono il modo in cui generiamo fatturato e profitti e la capacità di agire sempre in modo responsabile lungo la catena del valore aggiunto.

L'adesione a questi principi è saldamente ancorata nella nostra storia, nella nostra visione e nel nostro modo di agire. Per questo abbiamo guadagnato un'ottima reputazione come azienda e posizioni leader sui mercati in tutto il mondo.

Lungo l'intera catena del valore, orientiamo sistematicamente tutte le attività alla Sostenibilità. Al centro di tutte le nostre azioni vi sono la nostra Vision e i nostri

Valori. In particolare ci focalizziamo su 5 aree principali di interesse: Energia e clima, Acqua e acque reflue, Materie prime e rifiuti, Salute e sicurezza, Progresso sociale. Tutti i nostri nuovi prodotti combinano le massime prestazioni con la responsabilità verso le persone e l'ambiente. In linea con l'impegno assunto questi nuovi prodotti contribuiscono allo Sviluppo Sostenibile in almeno una delle cinque aree d'interesse.

Collaboriamo strettamente con clienti e consumatori per aiutarli a capire e ad apprezzare il valore aggiunto di queste innovazioni.

Già negli anni '80, con l'elaborazione dei "Principi e obiettivi di tutela ambientale e di sicurezza" ci impegnavamo a promuovere la salute e la sicurezza sul lavoro, a

La nostra strategia in teoria e pratica

L'esigenza di trovare un equilibrio tra economia, ecologia e Responsabilità Sociale è sempre stata una delle massime priorità di Henkel. Questo spirito è parte del nostro DNA sin dalla fondazione dell'Azienda nel 1876:

» **1876** Fritz Henkel fonda la Henkel & Cie ad Aquisgrana. Il suo primo prodotto è un detersivo "universale" in polvere per lavaggi intensivi.

» **1878** L'azienda si trasferisce da Aquisgrana a Düsseldorf.

» **1907** Nasce Persil, il primo detersivo autoattivo.

» **1911** A Düsseldorf vengono costruite le prime abitazioni per i dipendenti.

» **1917** I dipendenti eleggono il primo consiglio di fabbrica.

» **1934** La prevenzione sistematica riduce il numero degli infortuni da 10 per ogni 100 dipendenti nel 1927 a 4.

» **1940** Costruzione di un asilo aziendale presso il sito di Düsseldorf.

» **1953** Iniziano gli studi sulla biodegradabilità dei detersivi.

» **1969** Lancio di Pritt, la colla stick priva di solventi.

» **1971** Creazione di una struttura centrale per la tutela dell'ambiente e del consumatore.

» **1980** Lancio di adesivi a caldo idrosolubili, e quindi riciclabili, per rilegatura, imballaggio ed etichettatura.

conservare le risorse naturali e a ridurre le emissioni. Da allora abbiamo mantenuto questi obiettivi sia a livello centrale sia presso i singoli siti produttivi conseguendo significativi risultati.

Nel periodo tra il 1998 e il 2007 abbiamo ridotto gli infortuni sul lavoro dell'86%, i consumi idrici del 48%,

i consumi energetici del 40% e la produzione di scarti e rifiuti del 37%. La diminuzione dei consumi energetici ha portato anche a una riduzione delle emissioni di anidride carbonica del 33%.

Per i prossimi cinque anni, fino al 2012, ci siamo prefissi una serie di obiettivi condivisi da tutta l'Azienda.

Obiettivi

-15%

Ridurre di un ulteriore **15%** i consumi energetici per tonnellate di prodotto entro il 2012, con equivalente riduzione delle relative emissioni di anidride carbonica (anno di riferimento: 2007).

-10%

Ridurre di un ulteriore **10%** i consumi idrici per tonnellate di prodotto entro il 2012 (anno di riferimento: 2007).

-10%

Ridurre di un ulteriore **10%** i rifiuti generati per tonnellate di prodotto entro il 2012 (anno di riferimento: 2007).

-20%

Obiettivo a lungo termine: **Zero infortuni sul lavoro**. Obiettivo intermedio: ulteriore riduzione del 20% entro il 2012 (anno di riferimento: 2007).

Altri aspetti fondamentali del nostro impegno:

» Tutti i nuovi **prodotti** devono contribuire allo Sviluppo Sostenibile in almeno una delle aree principali di interesse.

» Tutti i **dipendenti** devono ricevere una formazione e un aggiornamento continuo affinché siano adeguatamente qualificati per le attività che svolgono.

» Tutti i nostri **fornitori** principali devono soddisfare le nostre aspettative di etica aziendale.

» **1986** Lancio di Persil senza fosfati.
 » **1987** Conversione di tutte le linee di produzione Schwarzkopf in Germania in aerosol privi di CFC.
 » **1991** Henkel, una delle prime aziende tedesche a compiere questo passo, firma la Carta delle Imprese per uno Sviluppo Sostenibile.
 » **1993** Nasce Poly Nature Color, la prima colorazione per capelli basata esclusivamente su materie prime vegetali.

» **1995** Pubblicazione della nuova versione dei "Principi e obiettivi di tutela ambientale e sicurezza".
 » **1996** Nasce Thomsit T450 Futura, il primo adesivo per pavimentazioni privo di solventi.
 » **1997** Introduzione dei sistemi di gestione integrati e degli standard di sicurezza, salute e ambiente (SHE); iniziano in tutto il mondo gli audit SHE.
 » **1998** L'azienda inizia a sostenere l'iniziativa MIT di volontariato aziendale.

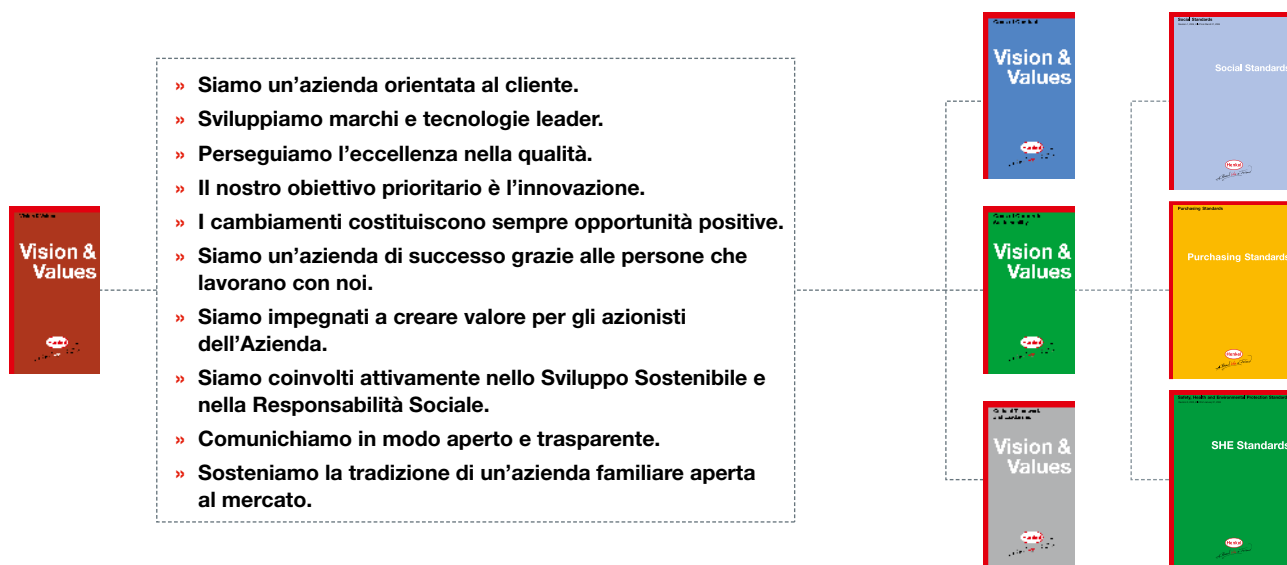
» **2001** Per festeggiare il suo 125° anniversario, Henkel sostiene 125 progetti MIT a favore dell'infanzia in 53 Paesi.
 » **2003** Henkel aderisce all'iniziativa Global Compact delle Nazioni Unite.
 » **2006** Integrazione negli standard SHE delle linee guida aziendali sugli acquisti e degli standard sociali.
 » **2008** Avvio dell'iniziativa globale "Qualità & Responsabilità" della divisione Detergenza.

 www.henkel.com/sr2008 → 5

Etica e gestione

Vision, Valori, Codici e standard

Henkel è leader con marchi e tecnologie che rendono la vita più facile, piacevole e bella.



www.henkel.com/sr2008 → 6

- » Codici e standard applicati in tutto il mondo
- » Svolgimento delle attività di compliance in ogni comparto aziendale
- » Audit volti a verificare il rispetto delle norme di comportamento

Codici e standard condivisi a livello mondiale

Partendo dalla nostra Vision e dai dieci Valori fondamentali abbiamo formulato norme di comportamento condivise a livello mondiale e illustrate in una serie di codici. Queste norme rappresentano linee guida fondamentali per il comportamento e le azioni degli oltre 55.000 dipendenti in tutti i settori aziendali e i Paesi in cui operiamo. In particolare il Codice di Comportamento contiene i principi e le norme di comportamento generali e indica come risolvere le questioni etiche e legali in modo corretto. Il Codice per il Lavoro di Gruppo e la Gestione dei Collaboratori fornisce direttive precise ai manager per i processi decisionali.

Il Codice Aziendale di Sviluppo Sostenibile riassume i principi di Sostenibilità ai quali ci atteniamo nelle nostre attività che si traducono in una serie di standard aziendali generali riguardanti non solo sicurezza, salute e ambiente ma anche gli interventi in campo sociale e gli acquisti. Questi standard integrano i requisiti principali derivanti dalle guide dell'OCSE (Organizza-

zione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) indirizzate alle multinazionali, lo Standard di Responsabilità sociale (SA 8000) e le linee guida dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO).

Nei suoi Codici e standard Henkel recepisce anche i principi del Global Compact delle Nazioni Unite.

www.henkel.com/sr2008 → 7

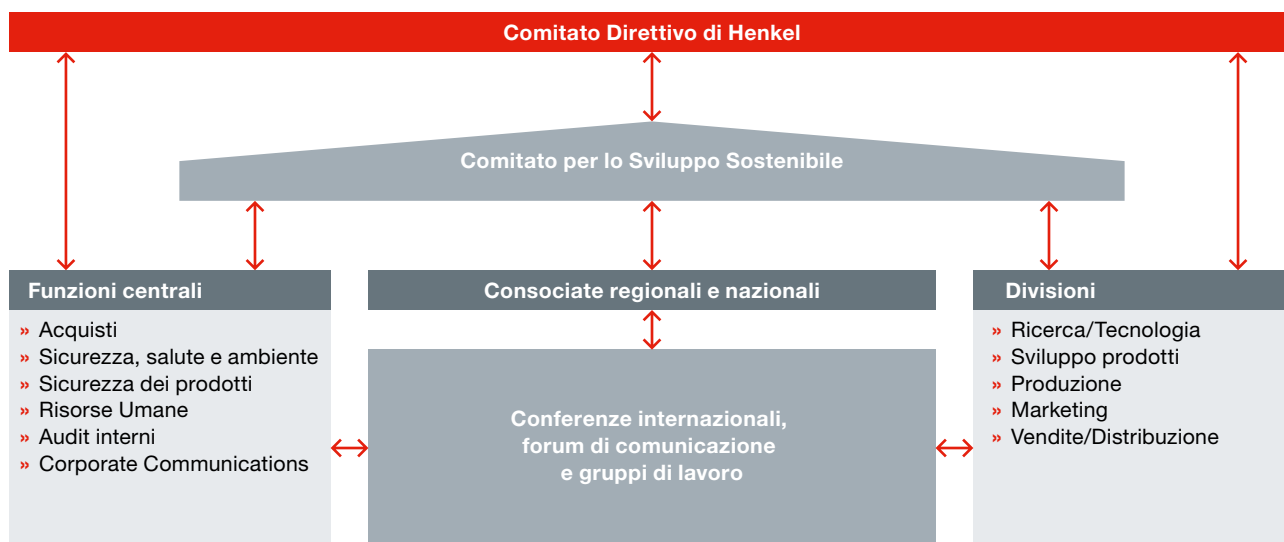
Responsabilità chiare e precise

I nostri Codici e standard validi a livello globale si fondano su sistemi di gestione integrati e su una struttura organizzativa che stabilisce le responsabilità in modo molto chiaro. Il Comitato Direttivo di Henkel ha la responsabilità generale della politica di Sviluppo Sostenibile. Sotto la guida del Presidente del Comitato Direttivo, il Comitato per lo Sviluppo Sostenibile, formato da rappresentanti di tutti i settori aziendali, indirizza le nostre attività sui valori della Sostenibilità.

SR pagg. 3 e 7.

Nel 2007, Henkel ha nominato un Responsabile della Compliance per tutte le questioni che riguardano la deontologia e l'etica. Questa figura supporta l'Azienda nell'applicazione dei Codici e standard promuovendone il costante aggiornamento. Inoltre, controlla l'applicazione e il rispetto dei requisiti esterni e interni. Nel suo lavoro è affiancato dal Corporate Internal Audit.

Organizzazione per la Sostenibilità



www.henkel.com/sr2008 → 8

Anche a livello nazionale vi sono dei Responsabili per le questioni attinenti alla deontologia ed etica che comunicano costantemente con il Responsabile a livello mondiale e garantiscono il rispetto e l'applicazione dei requisiti nelle sedi. Inoltre organizzano corsi di formazione sulle tematiche che più necessitano di approfondimenti e chiarimenti.

La comunicazione delle regole

Henkel opera sui mercati di numerosi Paesi caratterizzati da sistemi giuridici e consuetudini sociali differenti. Per assicurare un'applicazione uniforme dei valori aziendali e delle regole di comportamento da parte dei dipendenti, le Risorse Umane e la Comunicazione delle varie sedi organizzano specifici corsi di formazione e altre iniziative per informare sull'argomento. Negli Stati Uniti, per esempio, tutti i neoassunti partecipano a un corso di formazione interattivo online incentrato sul Codice di Comportamento. Anche i seminari organizzati periodicamente dal Corporate Internal Audit consentono ai manager di acquisire familiarità con gli standard di Henkel. Inoltre, sulla rivista aziendale vengono di frequente pubblicati articoli che illustrano le norme di comportamento mettendone in risalto l'importanza.

Un ulteriore contributo di comunicazione è rappresentato dalle newsletter indirizzate ai diversi settori. I corsi di formazione svolti nel 2008 sono stati incentrati principalmente su sicurezza, ambiente e salute **SR** pag. 21, nonché sulle leggi antitrust e sulle misure per contrastare la corruzione.

Lo scorso anno, oltre 3.000 dipendenti in tutti i Paesi in cui Henkel opera hanno seguito dei corsi sulla legislazione antitrust. Questo argomento è stato inoltre incluso in tutti i seminari della Henkel Global Academy e nei seminari rivolti al management nonché nel seminario ufficiale di benvenuto ai nuovi manager.

Corporate Governance

Considerando le particolarità della sua configurazione legale e del suo statuto, Henkel AG & Co. KGaA rispetta le principali raccomandazioni (disposizioni "d'obbligo") del Codice Tedesco di Corporate Governance, con tre eccezioni. Pubblichiamo ulteriori informazioni, come i dettagli della Dichiarazione di conformità e la relazione sulle remunerazioni, nella nostra Relazione Annuale di Bilancio e in Internet.

AR pagg. 18 a 29.

www.henkel.com/sr2008 → 9

L'integrazione del Codice di Comportamento

Nel novembre 2008, il Comitato Direttivo di Henkel ha approvato una serie di linee guida che arricchiscono il Codice di Comportamento e che indicano al personale come affrontare nel modo più corretto le situazioni che possono comportare conflitti di interesse nella conduzione del business, rispetto per esempio a doni/omaggi e inviti personali. È ribadita l'opposizione assoluta a qualsiasi forma di corruzione. Le linee guida sono state comunicate a tutto il personale Henkel e rappresentano un riferimento concreto nelle attività di lavoro.

Nessuna concessione per chi viola i regolamenti

Le trasgressioni di norme e regolamenti sono rigorosamente disapprovate da Henkel. In quest'ottica effettuiamo audit periodici per verificare che i nostri standard vengano rispettati sia nei siti di produzione sia nelle sedi e li stiamo gradualmente estendendo anche ai fornitori e alla logistica. Gli audit sono uno strumento importante per individuare eventuali problematiche e per riaffermare l'importanza delle regole.

Nel corso dei controlli svolti dal Corporate Internal Audit nel 2008 sono state concordate circa 1.800 iniziative con i dipendenti che lavorano nei seguenti settori: Contabilità, Acquisti, Vendite/Distribuzione, Marketing, Informatica e Produzione, per migliorare ulteriormente la sicurezza e l'efficienza dei processi e dei flussi di lavoro. Presso 21 siti sono stati eseguiti audit specifici in materia di sicurezza,

salute e ambiente che hanno portato all'adozione di 266 misure correttive vincolanti. Oltre agli audit, svolgiamo periodicamente sondaggi specifici – per esempio, sui “processi particolarmente pericolosi della produzione” – che permettono di capire dove intervenire per apportare miglioramenti.

Dal 2007, alle linee riservate alle segnalazioni e reclami si è aggiunta una hotline per le questioni deontologiche che consente al personale di indicare gravi violazioni dei nostri Codici e standard e che è gestita da un fornitore esterno indipendente. Bisogna ricorrere alla hotline quando non è possibile chiarire gli incidenti direttamente con il dipendente interessato o con un responsabile. Finora risulta che i canali di segnalazione interni preesistenti e la modalità del rapporto diretto con il responsabile siano utilizzati molto più spesso della hotline.

Le violazioni dei Codici e standard sono soggette a indagini approfondite. A seconda della loro natura e gravità, possono talvolta comportare severe conseguenze disciplinari per i dipendenti coinvolti. Nel 2008 sono state licenziate per gravi violazioni deontologiche 36 persone.



Gli standard sociali in Henkel

Dal 1994, nella mission e nei principi aziendali ci impegniamo a integrare con responsabilità i valori sociali nella nostra strategia aziendale. Con l'introduzione del Codice di Comportamento nel 2000 e con l'adesione al Global Compact delle Nazioni Unite nel 2003, abbiamo ribadito con chiarezza il nostro sostegno alla tutela dei diritti umani. I nostri Standard Sociali, pubblicati nel 2006, esprimono in termini concreti i valori in cui crediamo.

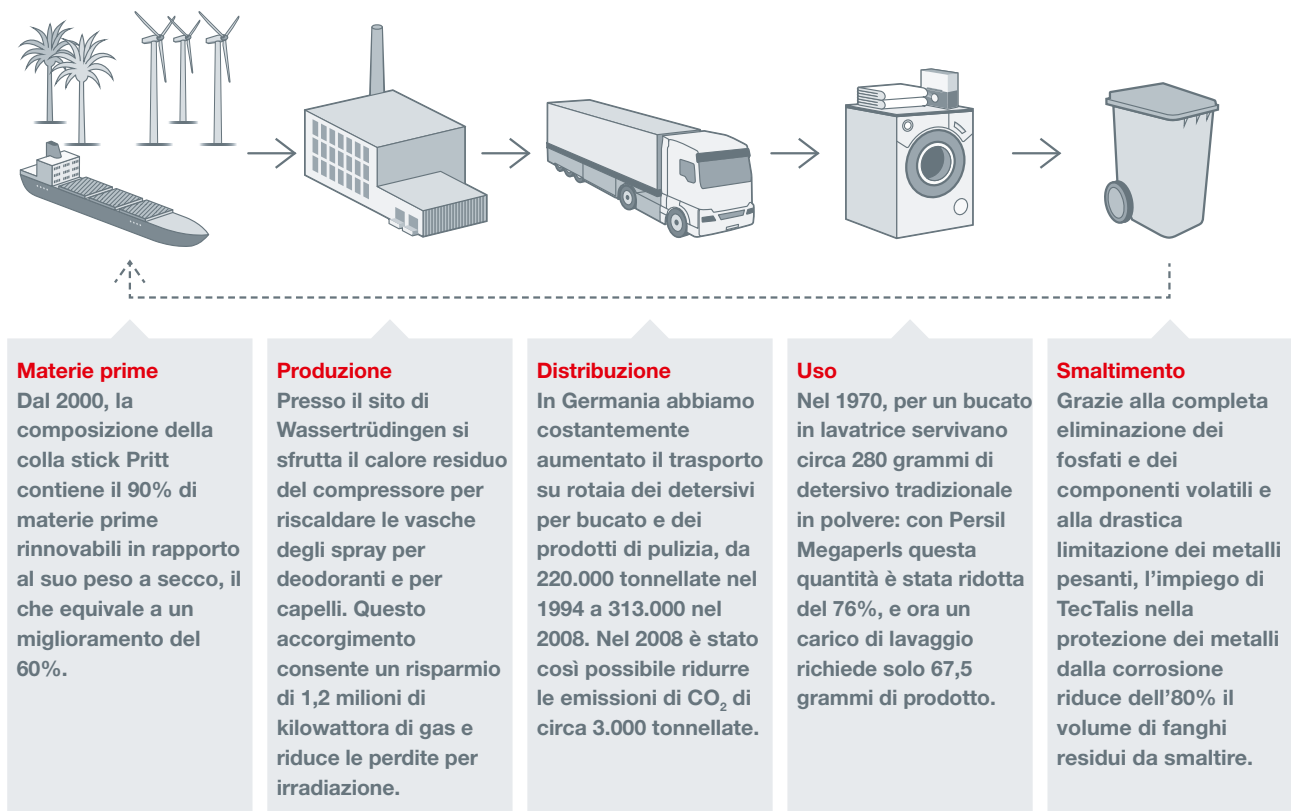
Nel 2008, abbiamo affrontato le sfide locali in relazione agli Standard Sociali insieme ai nostri responsabili generali e ai rappresentanti della funzione Risorse Umane in alcuni Paesi emergenti e industrializzati. La legislazione nazionale relativa agli standard sociali essenziali ha compiuto considerevoli progressi nei Paesi emergenti. Molti requisiti dei nostri Standard Sociali, come per esempio il numero di ore lavora-

tive settimanali, sono ora disciplinati dalla legge. Altri requisiti, quali la libertà di associazione, lo sviluppo personale e le pari opportunità, sono ancorati nella nostra cultura aziendale grazie a numerosi strumenti di gestione delle risorse umane. Per esempio, gli interessi di circa il 75% dei dipendenti sono rappresentati da Consigli di fabbrica, sindacati indipendenti o organismi simili. Nei Paesi in cui manca una rappresentanza del personale, il dialogo con i dipendenti avviene su base spontanea e informale in modo da garantire un confronto trasparente.

Vi sono ancora profonde differenze culturali nella visione delle pari opportunità, per esempio per quanto concerne i ruoli maschili e femminili o l'integrazione delle minoranze. Queste differenze sono superate nei nostri standard applicati a livello globale.

La gestione della Sostenibilità

Miglioramenti lungo la catena del valore



- » Un approccio comune lungo tutto il ciclo di vita dei prodotti
- » Alternative ai metodi di sperimentazione animale
- » Controllo dei fornitori per verificare la loro adesione agli standard di Sostenibilità

Obiettivo: Sviluppo Sostenibile

Dobbiamo agire con responsabilità lungo l'intera catena del valore. I nostri esperti, pertanto, analizzano e valutano l'intero ciclo di vita dei nostri prodotti per migliorare costantemente la loro sicurezza ed ecocompatibilità in tutte le fasi della catena, dallo sviluppo e ricerca, selezione delle materie prime alla produzione, alla distribuzione e utilizzo, fino allo smaltimento. **SR** vedi illustrazione www.henkel.com/sr2008 → 10

Henkel dispone di diversi strumenti per valutare i suoi prodotti, per esempio per stabilire quali sono gli impatti ambientali, in quale misura si verificano e in quale fase della vita del prodotto. In questo modo è possibile apportare idonei interventi di miglioramento laddove sono più necessari e attuarli nel modo migliore.

Puntiamo per esempio a un uso più efficiente delle risorse naturali. **SR** pagg. 20-23. Se l'impatto maggiore si verifica durante la fase di utilizzo miriamo a ridurre la quantità di acqua e di energia necessaria all'impiego avvalendoci di materie prime rinnovabili oppure migliorando la biodegradabilità. **SR** pagg. 14-19.

www.henkel.com/sr2008 → 11

Sicurezza dei prodotti

I clienti delle industrie e i rivenditori, così come gli artigiani professionisti e i consumatori sanno che i prodotti e le tecnologie Henkel sono sicuri se utilizzati per gli impieghi cui sono destinati. La compatibilità delle materie prime con la salute e l'ambiente viene analizzata approfonditamente nella fase di Ricerca e Sviluppo. Vengono inoltre valutate le caratteristiche dei singoli ingredienti e delle loro combinazioni, la loro concentrazione nel prodotto e l'utilizzo finale. Per alcune applicazioni, l'impiego di sostanze con determinate caratteristiche nocive è assolutamente vietato. Henkel indica con chiarezza e precisione le precau-

zioni e le misure di protezione necessarie per l'uso dei suoi prodotti tenendo conto della destinazione di ciascuno di essi (prodotti professionali o al consumo). Se, nonostante le misure di precauzione, il prodotto non è utilizzato correttamente, i clienti e i consumatori possono richiedere l'assistenza di Henkel contattando il servizio clienti o la hotline di emergenza. Inoltre, gli addetti allo sviluppo dei prodotti e gli esperti di sicurezza esaminano costantemente le domande più frequentemente rivolte da clienti e consumatori per studiarne un utilizzo sempre più sicuro.

www.henkel.com/sr2008 → 12

Il Regolamento REACH

Il 1° giugno 2007 è entrato in vigore il Regolamento REACH che disciplina la registrazione, la valutazione, l'autorizzazione delle sostanze chimiche nell'Unione Europea. In base a questo Regolamento, Henkel è considerata soprattutto un utilizzatore finale. Tuttavia, è anche un'azienda importatrice e produttrice di sostanze chimiche in Europa e, come tale, è obbligata a registrare presso l'Agenzia europea per le sostanze chimiche (ECHA), con sede a Helsinki, le sostanze prodotte o importate da tutte le consociate Henkel in Europa.

I tossicologi e gli ecotossicologi di Henkel coinvolti nella procedura di registrazione delle sostanze partecipano a forum specifici che promuovono la circolazione delle informazioni e dei dati già disponibili sulla sicu-

rezza delle sostanze chimiche tra tutte le aziende interessate alla loro registrazione. L'iniziativa è finalizzata a evitare sperimentazioni costose e non necessarie.

www.henkel.com/sr2008 → 13

L'etichettatura delle sostanze chimiche armonizzata a livello globale

Il 20 gennaio 2009 è entrato in vigore il nuovo Regolamento UE sulla classificazione, l'etichettatura e l'imballaggio delle sostanze e delle miscele. La nuova normativa introduce il Sistema Globale Armonizzato di Classificazione ed Etichettatura delle Sostanze Chimiche (GHS) che armonizza a livello mondiale i regolamenti esistenti a vantaggio di un maggior grado di sicurezza sui mercati internazionali e nel trattamento di sostanze e prodotti chimici.

Dopo Nuova Zelanda e Giappone, anche l'Unione Europea (UE) ha integrato il GHS nella propria legislazione. Henkel si è adeguata alle disposizioni del GHS di cui è stato negli anni scorsi uno dei principali fautori. In passato, infatti, abbiamo più volte richiesto l'applicazione dei nuovi criteri di etichettatura per i prodotti al consumo come i detersivi per il bucato e per la pulizia della casa. Nell'UE, entro il 2010 le sostanze chimiche saranno contrassegnate da etichette contenenti le indicazioni su eventuali rischi e sulle misure di precauzione da adottare mentre i prodotti chimici lo saranno entro il 2015. www.henkel.com/sr2008 → 14

Alternative alla sperimentazione animale

Per Henkel lo sviluppo di metodi sperimentali che non prevedono l'utilizzo di animali e la loro applicazione a livello generale rappresenta una delle massime priorità. Dagli anni '80 ci prefiggiamo di mettere a punto metodi alternativi alla sperimentazione animale. In quest'ottica partecipiamo a progetti di collaborazione internazionali con altre aziende, organismi di regolamentazione e istituti di ricerca. Stiamo sviluppando nuovi metodi di sperimentazione alternativi con l'aiuto del modello "full thickness" che riproduce tutti gli strati della pelle umana. Utilizziamo questo modello di cute a tutto spessore per garantire le prestazioni e la qualità dei nostri prodotti finiti, ad esempio per testare la compatibilità dei nuovi cosmetici. Grazie all'utilizzo della sperimentazione in vitro non animale (test in provetta) è stato possibile introdurre nelle attività di ricerca una serie di nuovi sistemi di colture cellulari e di tessuti.

www.henkel.com/sr2008 → 15



Metodi di sperimentazione non animali: questo modello di cute sviluppato da Henkel può essere impiegato per verificare sistematicamente gli effetti delle sostanze sui tessuti cutanei.

Fornitori e altri partner aziendali

Cosa ci aspettiamo dai nostri fornitori

Anche gli acquisti sono regolati da processi di gestione ben definiti e da una strategia di approvvigionamento estesa a tutta l'Azienda. Per essere competitivi sul mercato, anche nell'area degli acquisti, trasparenza, rapidità e capacità decisionale sono requisiti fondamentali. In tutto il mondo preferiamo focalizzarci su strategie di acquisto anziché su tattiche di acquisto a breve termine. A tutti i fornitori richiediamo il rispetto dei nostri standard di etica. Quando li selezioniamo, pertanto, li valutiamo anche rispetto ai nostri criteri di Responsabilità Sociale d'Impresa.

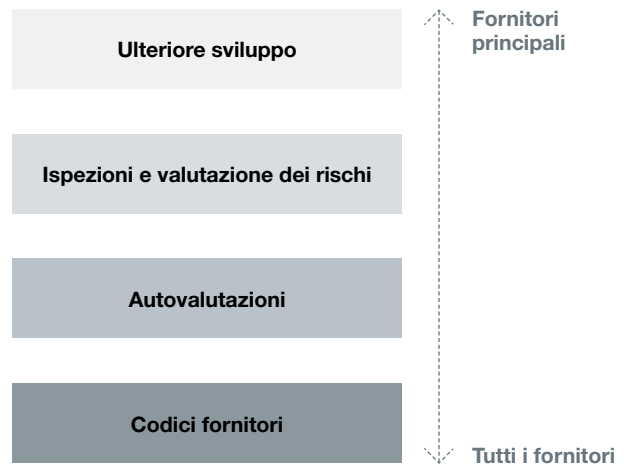
Dal 1997, dalla formulazione degli standard SHE, applichiamo i valori della Sostenibilità lungo l'intera catena del valore. In base a questi standard, le funzioni di acquisto centrali e le divisioni hanno definito processi precisi di valutazione dei fornitori.

Prosegue la valutazione dei fornitori: gli obiettivi chiave per il futuro

Dal 2007 è in corso la valutazione dei fornitori. In quest'ottica abbiamo compiuto una serie di sondaggi tra fornitori e partner per capire quali erano le loro posizioni su tematiche importanti come salute, sicurezza, ambiente, qualità, diritti umani, personale e lotta alla corruzione. Nello stesso tempo abbiamo comunicato le nostre aspettative. L'indagine si è rivelata più complicata del previsto e non siamo riusciti nel 2007 a raggiungere il nostro obiettivo, ovvero valutare l'80% dei fornitori (per un volume di acquisti pari a 5,7 milioni di euro). Di conseguenza, abbiamo proseguito il sondaggio nel 2008 e finora abbiamo valutato il 70% dei fornitori e degli altri partner che ci assicurano materie prime e imballaggi.

Il 38% dei fornitori è comunque risultato in linea con i nostri criteri di Sostenibilità, per il 60% abbiamo concordato interventi di miglioramento in alcune aree di attività. Abbiamo invece concluso i rapporti commerciali con il 2% dei fornitori il cui comportamento risultava assolutamente non conforme agli standard di Sostenibilità di Henkel.

Strumenti di valutazione dei fornitori



Dal 2009 concentreremo gli acquisti sui mercati al di fuori dei Paesi membri dell'OCSE ma continueremo ad esigere il rispetto di questi criteri da fornitori e partner. Puntiamo all'introduzione di un Codice per i fornitori che costituirà la base di riferimento per tutti i rapporti contrattuali. Nel 2008 abbiamo predisposto questionari specifici per proseguire la nostra valutazione dei fornitori. Entro il 2012 ci prefiggiamo di aumentare progressivamente la percentuale di acquisti effettuati presso i fornitori già sottoposti ad audit. Ad essi dedichiamo un'attenzione particolare supportandoli nei loro percorsi di crescita e sviluppo.

www.henkel.com/sr2008 → 16

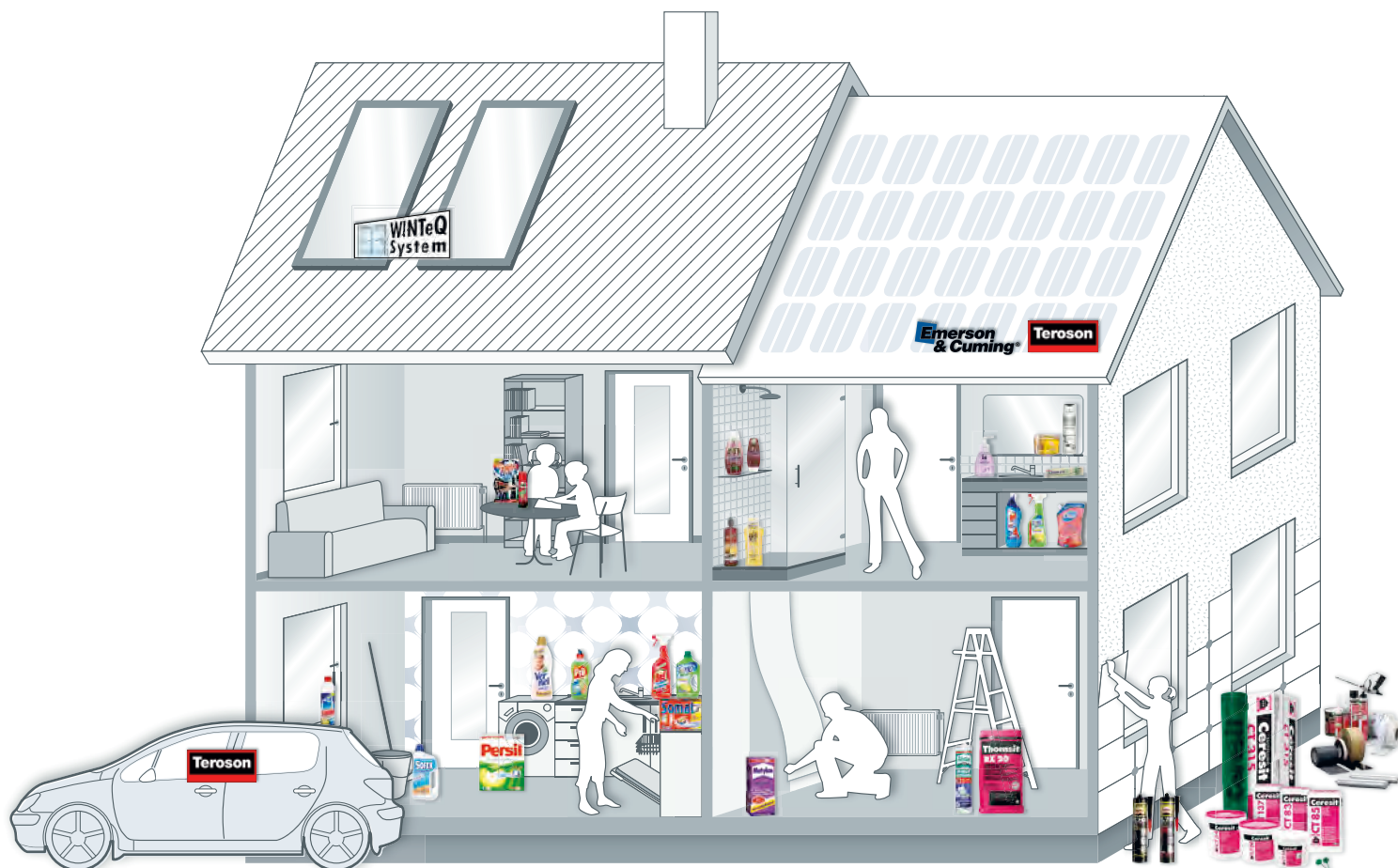
Pionieri nell'utilizzo dell'olio di palmisto



Per esercitare la nostra responsabilità fin dalla fase di acquisto delle materie prime, partecipiamo a iniziative importanti quali la Tavola rotonda internazionale sull'olio di palma sostenibile (RSPO). Quest'organizzazione promuove la produzione sostenibile dell'olio di palma e auspica un modello di certificazione e commercializzazione dell'olio di palma proveniente da coltivazioni sostenibili. Siamo stati la prima azienda al mondo ad acquistare olio di palmisto certificato per cinque prodotti del nostro nuovo marchio Terra Activ. Pertanto, siamo i primi ad adoperarci affinché l'olio di palmisto proveniente da palme coltivate in modo sostenibile sia introdotto nella supply chain della produzione di tensioattivi.

SR pag. 15. www.henkel.com/sr2008 → 17

Marchi e tecnologie sostenibili



“Casa Henkel” è ricca di esempi: i prodotti con i nostri marchi garantiscono risultati eccellenti a 360 gradi – a casa, in ufficio, nelle attività di artigiani e amanti del fai-da-te risparmiando energia e conservando le risorse naturali. Inoltre, i nostri adesivi, sigillanti e le nostre soluzioni per il trattamento delle superfici contribuiscono allo Sviluppo Sostenibile in numerosi settori: industria automobilistica, aerospaziale, elettronica, metallurgica, energetica e degli imballaggi.

- » **La Sostenibilità come fattore di innovazione dei prodotti**
- » **Detersivi e prodotti per la pulizia della casa: “Qualità & Responsabilità”**
- » **Prodotti cosmetici: materie prime naturali e rinnovabili**
- » **Adesivi e sigillanti: ecocompatibili e non nocivi alla salute**

Prodotti che creano valore aggiunto

Ogni giorno milioni di clienti e consumatori nel mondo scelgono i marchi e le tecnologie che nascono dalla visione “Qualità & Responsabilità” Henkel. I nostri prodotti contribuiscono concretamente alla soluzione di problematiche importanti del nostro tempo quali i cambiamenti climatici, la conservazione delle risorse e l’igiene. In linea con il nostro impegno tutti i nuovi prodotti incidono positivamente in almeno una delle cinque aree di Sostenibilità di nostro interesse. **SR** pag. 4.

Per questo ci concentriamo sulla ricerca e sullo sviluppo di soluzioni innovative che offrano un significativo valore aggiunto e coniughino le massime prestazioni con la responsabilità nei confronti delle persone e dell’ambiente, per esempio consentendo a clienti e consumatori di utilizzare in modo più efficiente risorse preziose come energia e acqua.

www.henkel.com/sr2008 → 18

La Sostenibilità: fattore di innovazione e crescita

Le innovazioni sono alla base della nostra crescita economica e dello Sviluppo Sostenibile. Nel 2008, nella Ricerca e Sviluppo di Henkel hanno lavorato circa 2.900 persone con un investimento di 429 milioni di euro*. Le innovazioni nascono da un approfondito studio delle tendenze di mercato nonché dal dialogo costante con clienti, consumatori ed esperti esterni. Dall’analisi del ciclo di vita dei prodotti individuiamo le fasi in cui

* Inclusi costi di ristrutturazione per 52 milioni di euro.

l'impatto sulle persone e sull'ambiente è particolarmente rilevante e introduciamo gli opportuni miglioramenti. **AR** pagg. 49 e 50. Lo sviluppo delle innovazioni è stimolato non solo dal desiderio di migliorare costantemente la qualità e i risultati ma anche dalla ricerca del progresso ecologico e sociale considerato da Henkel importante fattore di crescita economica e notevole vantaggio competitivo sul mercato.

Ci avvaliamo di numerosi strumenti per comunicare in modo trasparente il valore aggiunto di queste innovazioni ai nostri clienti dell'industria e della distribuzione. Per esempio, il Calcolatore di valore dei prodotti industriali indica quanto tempo, energia e manodopera è possibile risparmiare utilizzando un prodotto Henkel.

I Detersivi, invece, utilizzano il modello "Henkel Sustainability Master" basato su una serie di parametri e di domande precise per determinare le prestazioni di Sostenibilità dei nuovi prodotti e processi. In questo modo è possibile apportare i dovuti miglioramenti e tenerne conto nelle strategie di marketing di nuovi prodotti o nello sviluppo di strategie logistiche e di imballaggio. Su queste tematiche realizziamo opuscoli, presentazioni e altro materiale informativo e promuoviamo corsi e seminari per il personale addetto alle vendite lavorando in stretta sinergia con i clienti dell'industria e la distribuzione.

Strategie per i mercati in crescita

I Paesi in via di sviluppo sono diventati i nostri principali sbocchi di mercato. Già nel 2008, il 37% del fatturato di Henkel era stato generato in Europa Orientale, Asia (escluso il Giappone), Medio Oriente, Africa e America Latina. Entro il 2012 contiamo di aumentare la quota del fatturato proveniente da questi mercati fino al 45%. In queste aree geografiche risalta il valore aggiunto dei nostri prodotti sotto il profilo sociale.

Secondo Henkel, i prodotti che incontrano le esigenze dei consumatori che rientrano nella fascia di reddito più bassa non solo offrono notevoli opportunità commerciali ma migliorano la qualità della vita. Infatti, aumentando l'igiene in casa elevano il livello complessivo di benessere e di salute.

Elaboriamo strategie differenti per venire incontro alle diverse esigenze di mercato nei vari Paesi. Se le aspettative dei clienti sono uguali ovunque, i prodotti sono gli stessi. Ciò vale in particolare per le nostre attività in ambito industriale. Laddove le condizioni sociali, le infrastrutture o le consuetudini culturali dei clienti differiscono, adattiamo i prodotti alle esigenze locali per far sì che siano accessibili al maggior numero possibile di persone.

www.henkel.com/sr2008 → 19



Progetti pilota per misurare l'impronta di carbonio dei prodotti

Per valutare quantitativamente il contributo alla protezione del clima, in tutto il mondo si stanno svolgendo sperimentazioni per misurare l'impronta di carbonio dei prodotti. In quest'ottica si determinano tutte le emissioni di gas serra che alterano il clima generate lungo la catena del valore: dall'acquisto delle materie prime attraverso la produzione, fino all'uso e allo smaltimento.

Finora non è stato ancora sviluppato un metodo globale unico per rilevare l'impronta di carbonio di un prodotto. Per questo stiamo partecipando a progetti pilota in Germania e negli Stati Uniti. In Germania, collaboriamo con partner del mondo della ricerca, dell'industria, della distribuzione e con organizzazioni non governative per promuovere lo sviluppo di un metodo internazionale globale volto a determinare le



impronte di carbonio in modo affidabile. Su queste basi, stiamo valutando iniziative di informazione efficaci per sensibilizzare i consumatori sul tema del cambiamento climatico poiché il loro coinvolgimento sarà decisivo se vorremo compiere progressi significativi nella salvaguardia del clima.

Un'area chiave delle ricerche da noi condotte in collaborazione con l'Arizona State University di Phoenix (USA) è l'impatto ambientale del bucato, considerando le abitudini di lavaggio e le abitazioni in America. I risultati scientifici indicano come i consumatori possano contribuire alla conservazione delle risorse mediante l'uso di lavatrici, asciugatrici e detersivi efficienti nonché modificando le loro abitudini di lavaggio.

Detergenza

Obiettivo strategico: Sviluppo Sostenibile

I nostri detersivi per il bucato e i prodotti per l'igiene della casa devono garantire il massimo delle prestazioni e della ecocompatibilità. È uno dei nostri principi fondamentali che mettiamo in pratica da oltre 130 anni. Dall'inizio del 2007, nell'ambito della nostra strategia di "Performance basate sulla Sostenibilità" ci stiamo concentrando sul potenziamento delle prestazioni dei nostri marchi e sulla responsabilità nei confronti delle persone e dell'ambiente. La visione "Qualità & Responsabilità" rappresenta per noi un potente motore di innovazione che alimenta lo sviluppo di soluzioni e prodotti. È su questo binomio che puntiamo per consolidare la nostra leadership e assicurarci un solido futuro in uno scenario economico incerto.

Punti di partenza diversi

Considerando il loro ciclo di vita complessivo, molti dei nostri prodotti comportano il maggior consumo di energia nella fase di utilizzo. È in questa direzione che stiamo concentrando il nostro impegno. Infatti i nostri detersivi per il bucato e i prodotti per l'igiene domestica garantiscono già ottimi risultati con dosaggi ridotti a basse temperature. L'aggiunta di ingredienti molto efficienti al nostro detersivo per lavastoviglie Somat 7 assicura un lavaggio perfetto a soli 40 gradi; i programmi per lavastoviglie che lavano a 40 gradi consumano fino al 20% di energia in meno rispetto ai programmi simili che necessitano di temperature di 50 o 55 gradi. Alla base di questi risultati vi è la ricerca che conduciamo



Massima pulizia a soli 20 gradi

Ancora una volta abbiamo migliorato in modo significativo le prestazioni dei nostri principali detersivi per bucato sul mercato europeo: Persil, Le Chat, Dixan e Wipp. Le nuove formule rimuovono con maggiore efficacia a soli 20 gradi centigradi oltre 20 tipi di macchie tra cui rossetto, grasso e caffè.

Rispetto ai programmi di lavaggio a 30 gradi, quelli a 20 gradi sono in grado di ridurre fino al 40% il consumo energetico delle lavatrici.



Ottime prestazioni ecologiche

Purex Natural Elements è stato il primo grande marchio di detersivi a essere incluso nel Programma "Design for the Environment" dell'EPA, l'Agenzia Usa di protezione ambientale. Il Programma premia i prodotti al consumo che sono maggiormente compatibili con l'ambiente e con la salute. Nella sua forma concentrata, Purex Natural Elements offre risultati di lavaggio eccellenti con un dosaggio dimezzato rispetto a quello tradizionale. www.epa.gov/dfe



Efficienza a 360 gradi

Essendo quattro volte più concentrato, l'ammorbidente Vernel Max, commercializzato in Turchia, ha



permesso di ridurre il dosaggio di oltre il 75%, da 110 a 24 millilitri, garantendo un bucato estremamente soffice e profumato. Il prodotto può ora essere confezionato in flaconi da 1 litro anziché da 4 litri risparmiando così acqua e materiali durante la produzione e migliorando l'efficienza logistica.



Risparmio di acqua preziosa

In Tunisia, una formulazione di Nadhif Semi-Automatic adattata alle caratteristiche delle lavatrici semiautomatiche impedisce l'eccessiva formazione di schiuma e ne facilita l'operazione di risciacquo senza compromettere gli ottimi risultati di pulizia. In questo modo non è più necessario risciacquare ulteriormente e si risparmia acqua preziosa.



Si lavora insieme per la conservazione delle risorse

Nel 2008, nell'ambito di un progetto di Sostenibilità dei prodotti per bucato (Laundry Sustainability Project) promosso dall'AISE, l'Associazione internazionale dei Produttori di saponi, detersivi e prodotti per la manutenzione della casa, in Turchia abbiamo anche introdotto detersivi in polvere efficienti e compatti. Grazie alle loro particolari formulazioni, i consumatori possono ridurre di un terzo – da 150 a 100 grammi – il dosaggio standard del ciclo di bucato.



sugli enzimi sin dagli anni '70. Miglioriamo anche gli imballaggi dei prodotti e impieghiamo materiali riciclabili. Ai consumatori offriamo speciali dosatori, ricariche e prodotti concentrati. In questo modo riduciamo il consumo delle materie prime e degli imballaggi nonché il numero dei viaggi di trasporto. Inoltre, facciamo ampio uso di materie prime rinnovabili. Circa il 35% dei tensioattivi (sostanze lavanti) presenti nei nostri detersivi per bucato e prodotti di igiene per la casa è formato da materie prime rinnovabili, una percentuale nettamente superiore alla media nel settore della detergenza. Poiché questi prodotti vengono scaricati nel processo di lavaggio insieme alle acque reflue, il nostro impegno è anche costantemente rivolto a migliorare il livello di ecocompatibilità. Dagli anni '60 abbiamo stabilito nuovi standard nella detergenza, per esempio introducendo detersivi per bucato privi di fosfati e sviluppando test di biodegradabilità. La realizzazione della nostra strategia riassunta nell'espressione "Prestazioni basate sulla Sostenibilità" prevede anche lo sviluppo di prodotti che soddisfino le esigenze dei consumatori a livello locale e il coinvolgimento dei nostri marchi in iniziative sociali.

SR pag. 32.



Christian-André Weinberger, Corporate Senior Vice President, Detergenza, di fronte al poster "Qualità & Responsabilità". Questo marchio è stato tradotto in oltre 20 lingue.

"Qualità & Responsabilità"

Con la nostra promessa di "Qualità & Responsabilità" espressa su tutti i detersivi per bucato e prodotti di pulizia domestica, vogliamo facilitare ai consumatori la scelta di un acquisto consapevole. Grazie al valore aggiunto offerto dal connubio di qualità e responsabilità, infatti, i consumatori possono ottenere prestazioni migliori e, nel contempo, contribuire allo Sviluppo Sostenibile. I nostri prodotti consentono a tutti di risparmiare risorse energetiche e idriche. Attraverso pubblicazioni rivolte ai consumatori, linee telefoniche dedicate, internet, promozioni speciali, campagne pubblicitarie e la nostra partecipazione a iniziative internazionali, incentiviamo le persone all'uso responsabile dei prodotti di detergenza. www.henkel.com/sr2008 → 20



Rafforziamo il primato sull'innovazione

Desideriamo consolidare la nostra leadership nell'ambito della Sostenibilità. Pertanto per ciascuna categoria di prodotto abbiamo ridefinito il modo in cui traduciamo la nostra visione di Sostenibilità in soluzioni utili ai consumatori. Sotto questo aspetto, l'innovazione più importante del 2008 è stata il lancio del marchio Terra Activ in cinque categorie di prodotti per l'igiene della casa. Unendo prestazioni eccellenti alla massima responsabilità nei confronti delle persone e dell'ambiente, questi prodotti stabiliscono nuovi standard di qualità sul mercato. In media, i loro ingredienti sono basati per l'85% su materie prime rinnovabili, e gli ottimi risultati sono stati confermati dal marchio di qualità assegnato dall'SGS Institut Fresenius. Nello sviluppo di questi prodotti abbiamo attinto alle competenze acquisite in oltre 130 anni di storia. Il potenziale tecnologico sviluppato con Terra Activ sarà gradualmente inglobato anche nelle altre linee di prodotti.

Inoltre, forti della nostra leadership, innoviamo anche in campo commerciale. Per esempio, siamo stati la prima azienda al mondo ad acquistare olio di palmisto certificato per la linea Terra Activ. In questo modo, per la prima volta possiamo garantire che la supply chain per la produzione di tensioattivi impiega olio di palmisto proveniente da piantagioni sostenibili. Siamo convinti che l'introduzione del sistema "Book & Claim" possa generare considerevoli incentivi per la coltivazione dell'olio di palma sostenibile.

SR pag. 11. www.henkel.com/sr2008 → 21



Cosmetica

Obiettivo strategico: Sviluppo Sostenibile

Attenzione alle esigenze del consumatore, massima efficacia e compatibilità sono i principali fattori alla base del successo duraturo dei nostri prodotti cosmetici e per l'igiene della persona. I criteri ecologici e sociali influenzano sempre di più le decisioni di acquisto dei consumatori.

Promuoviamo l'innovazione e nello stesso tempo uno stile di vita più rispettoso dell'ambiente e della salute. L'attenzione a questi due aspetti orienta tutto il ciclo di vita dei prodotti a partire dalla fase di sviluppo.

Anche i prodotti cosmetici offrono un contributo nelle aree di impegno della Sostenibilità di nostro interesse. Soprattutto, migliorano il livello di benessere delle persone.

Materie prime naturali e rinnovabili

Stiamo intensificando il nostro impegno per realizzare prodotti efficaci che integrino principi attivi e fragranze naturali. Sfruttiamo per esempio le proprietà protettive del burro di karité e dello yogurt o l'effetto lenitivo dell'aloë vera. Nel contempo, salvaguardiamo le risorse



Connubio di prestazioni e naturalezza

Il nostro marchio Essensity sta introducendo nuovi standard nel settore delle acconciature professionali che utilizzano ingredienti naturali con ottimi risultati finali. In tutti i prodotti, infatti, abbiamo sostituito gli ingredienti sintetici con ingredienti naturali ovunque possibile senza compromettere i risultati. Le formulazioni sono prive di fragranze artificiali, siliconi, paraffine, oli minerali e parabeni. Anche la biodegradabilità degli ingredienti è stata migliorata. Attraverso Essensity, inoltre, sosteniamo progetti di riforestazione nelle aree pluviali.



Efficacia naturale

Il dentifricio Vademecum Bio garantisce denti e gengive naturalmente sani poiché integra nella sua formula il 99% di ingredienti di origine naturale selezionati dai nostri ricercatori in linea con gli standard dell'Ente di certificazione indipendente ECOCERT. Tra le sostanze impiegate figura il tè verde proveniente da coltivazioni biologiche controllate. Ciò che rende speciale la formulazione di Vademecum Bio, contrariamente ai dentifrici tradizionali, è l'assenza di aromi o dolcificanti sintetici. Per questo Vademecum Bio ha conseguito la certificazione ECOCERT che assicura ai consumatori che gli ingredienti sono stati appositamente selezionati e provengono da coltivazioni ecocompatibili.



Una tradizione di eccellenza

In Francia, anche i nostri saponi liquidi Le Chat Bio Apricot e Le Chat Bio Fig possono vantare il marchio ECOCERT. Le Chat, un marchio di sapone tradizionale in commercio sin dal 1853, ha lanciato questi due prodotti in risposta alla crescente domanda di prodotti naturali e certificati da enti indipendenti. Entrambi i saponi liquidi soddisfano standard ecologici estremamente rigorosi lungo l'intera catena del valore, contengono il 99% di ingredienti di origine naturale, nel rispetto degli standard ECOCERT e non impiegano fragranze o coloranti sintetici.



Ricariche intelligenti

Nel mercato statunitense, i sacchetti di ricarica Eco-Smart per i nostri saponi liquidi Dial contengono circa il 67% di plastica in meno rispetto ai flaconi di ricarica convenzionali. Questa soluzione non solo limita i rifiuti degli imballaggi dei prodotti al consumo ma riduce anche sensibilmente la quantità di energia necessaria per la produzione. Il processo di fabbricazione dei sacchetti di ricarica presenta un'efficienza energetica di gran lunga superiore al processo di produzione dei flaconi. Inoltre, i sacchetti vuoti possono essere trasportati in forma molto più compatta tanto che per consegnarli allo stabilimento di produzione si richiede l'85% di carburante in meno.



naturali utilizzando nelle nostre formulazioni materie prime rinnovabili. Oggi, oltre due terzi degli ingredienti presenti nelle formule dei nostri saponi, shampoo e gel doccia sono a base di materie prime rinnovabili. Sempre più spesso impieghiamo ingredienti provenienti da coltivazioni biologiche controllate. Inoltre, nell'acquisto degli ingredienti cerchiamo di cooperare con fornitori e partner che conducono attività di commercio equo con i Paesi di origine.

Sicurezza nell'uso

Tutti i prodotti cosmetici e i loro singoli ingredienti sono soggetti a numerose analisi e valutazioni per garantirne la compatibilità con la salute e l'ambiente. Per accertare la compatibilità dei nostri prodotti cosmetici finiti impieghiamo metodi di test in vitro (sperimentazioni in provetta) e studi dermatologici non condotti sugli animali. Fin dall'inizio degli anni '80 abbiamo sviluppato metodi alternativi alla sperimentazione animale prescritta per legge nel caso di alcuni ingredienti. Negli ultimi anni, per esempio, sono stati introdotti efficaci test in vitro per determinare l'assorbimento e la compatibilità della cute.  pagg. 9 e 10.

Nessun problema dopo l'uso

Quando un prodotto viene utilizzato, il suo livello di compatibilità ambientale si misura sulla biodegradabilità degli ingredienti e sulla riciclabilità dell'imballaggio. I prodotti Henkel che vengono scaricati nelle acque reflue dopo l'uso sono formulati in modo da garantire la massima biodegradabilità.

Entro il 2012 ci prefiggiamo di aumentare la percentuale di ingredienti immediatamente biodegradabili nei nostri saponi, shampoo e gel doccia dal 65% all'80%.

Per ridurre i rifiuti generati dagli imballaggi dei prodotti al consumo, cerchiamo di limitare il più possibile la quantità di materiale utilizzata nelle nostre confezioni senza comprometterne la qualità e la stabilità. Puntiamo anche a reperire materie plastiche biodegradabili che soddisfino il nostro elevato fabbisogno di materiali per imballaggi.

 www.henkel.com/sr2008 → 22



Leadership nell'innovazione con un claim di Sostenibilità certificato

L'anno scorso abbiamo aumentato notevolmente la percentuale dei nostri prodotti cosmetici che hanno un elevato profilo di Sostenibilità.

Sempre più spesso formuliamo i prodotti senza l'impiego di coloranti o profumazioni sintetici, di glicoli polietilenici o di paraffine a base di oli minerali.

Il contenuto naturale è sottoposto a un processo di certificazione esterno particolarmente rigoroso anche da parte di diversi enti indipendenti come ECOCERT.

Nel corso della sua valutazione, l'ECOCERT non si limita a controllare gli ingredienti utilizzati ma verifica in modo approfondito anche l'intero processo di produzione e certifica altresì gli stabilimenti in base a standard specifici.

I nostri primi prodotti a fregiarsi del marchio ECOCERT sono il dentifricio Vademecum Bio e i saponi liquidi Le Chat Bio Apricot e Le Chat Bio Fig che soddisfano i più severi criteri ecologici lungo l'intera catena del valore.

 www.henkel.com/sr2008 → 23



Adesivi e Tecnologie

Obiettivo strategico: Sviluppo Sostenibile

Nel settore degli adesivi e dei sigillanti siamo leader mondiali sotto il profilo tecnologico, ecologico e della tutela della salute. I nostri adesivi, sigillanti e prodotti per il trattamento delle superfici sono destinati a numerosi e diversi mercati come: l'industria automobilistica, elettronica, aerospaziale e metallurgica, la produzione di beni durevoli, la manutenzione e la riparazione, l'industria degli imballaggi. In ogni campo contribuiscono a creare e a salvaguardare il valore di applicazioni industriali e progetti edilizi, del lavoro di artigiani professio-

nisti, amanti del fai-da-te nonché delle applicazioni per la casa, la scuola e l'ufficio. Sono impiegati per la riparazione di oggetti di uso quotidiano, per proteggere gli edifici dal freddo e dall'umidità, per la fabbricazione di pannelli solari flessibili e di componenti più leggeri, efficienti e di maggiore durata.

Tutti i nostri prodotti e le nostre tecnologie, comprese quelle derivanti dall'acquisizione delle attività di National Starch, oltre al vantaggioso rapporto prezzo/prestazioni sono responsabili nei confronti delle persone e dell'ambiente. In molti casi, ottimizzando prodotti e



Tre problemi, un'unica soluzione per finestre e pareti



Gli edifici disperdono calore, soprattutto attraverso finestre, porte e facciate. Oggi siamo l'unica Azienda al mondo in grado di offrire sistemi isolanti certificati (sigillanti e isolanti per finestre WINTeQ e isolanti per facciate Ceresit) per risolvere i tre problemi principali: la dispersione energetica, l'umidità e i rumori. Inoltre abbiamo introdotto un calcolatore di risparmio energetico, una serie di corsi di formazione e un sito Web.



Henkel ridefinisce il processo di pretrattamento dei metalli



Efficace, conveniente ed ecocompatibile: TecTalis rappresenta la nuova tecnologia innovativa di Henkel per proteggere i metalli dalla corrosione. Nell'industria automobilistica e nella produzione di beni durevoli, TecTalis sostituisce il tradizionale metodo di pretrattamento basato sulla fosfatazione dello zinco riducendo i costi di processo e riducendo sensibilmente l'impatto ambientale e i consumi energetici.



Adesivo per turbine eoliche

Con Macroplast UK 8340 siamo la prima azienda ad aver sviluppato un adesivo poliuretanico certificato per turbine eoliche che rispetta le linee guida per l'incollaggio delle pale dei rotori. I produttori di turbine eoliche possono trarre vantaggio dalla nuova tecnologia che ottimizza i processi, con la garanzia di maggiore produttività e costi inferiori.



Il primo adesivo istantaneo flessibile al mondo

Loctite Ultrageel è una supercolla che forma immediatamente incollaggi estremamente resistenti e idrorepellenti tra superfici in legno, metallo, plastica, gomma e pellami, ed è quindi adatta ad applicazioni per interni ed esterni. Il prodotto deve la sua flessibilità a microscopiche particelle di gomma. La riparazione rapida e affidabile dei materiali ne allunga la vita e conserva le risorse.



Massimi standard per la sicurezza degli imballaggi alimentari flessibili

La sicurezza delle confezioni flessibili è una delle massime priorità dell'industria alimentare e degli imballaggi. I sistemi utilizzati non devono soltanto proteggere i cibi dagli agenti esterni, ma devono anche escludere la contaminazione da sostanze nocive presenti nei materiali di imballaggio stessi. Grazie al processo di polimerizzazione straordinariamente rapido, gli adesivi per laminati Liofol di quarta generazione assicurano standard di sicurezza senza precedenti.

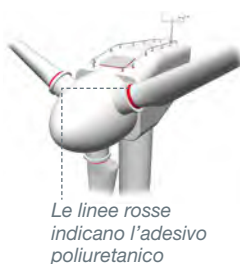


Temperature di fusione inferiori per gli adesivi per imballaggi

Attraverso l'acquisizione delle attività di National Starch, Henkel ha potuto consolidare ulteriormente il suo primato nel settore degli adesivi per imballaggi. Fino a ieri, gli adesivi a caldo per imballaggi dovevano essere applicati a temperature di 160-180 gradi; oggi, invece, il nuovo Cool-Melt Ultra può essere utilizzato a soli 100 gradi. I nostri clienti, pertanto, possono trarre vantaggio da costi energetici molto inferiori.

Ceresit

WINTeQ System



Liofol
Always one step ahead



processi contribuiamo a ridurre i consumi energetici e idrici e i costi di smaltimento dei rifiuti. Le nostre soluzioni industriali nascono da una conoscenza approfondita dei processi delle aziende clienti con le quali lavoriamo in stretta collaborazione così come con i fornitori di materie prime.

Questa vicinanza ci consente di verificare i vantaggi generati dalle nostre innovazioni e di mostrarli ai clienti, per esempio con il nostro Calcolatore di valore. In questo modo miglioriamo interi processi industriali.

Strade diverse per migliorare

Le innovazioni e il costante aggiornamento e ampliamento dei nostri prodotti ci consentono di migliorare le prestazioni, di rendere più efficienti i processi, di ridurre ulteriormente l'impatto ambientale delle applicazioni e di tutelare meglio la salute delle persone. Da molti anni, per esempio, puntiamo a sostituire ovunque metalli pesanti e solventi con soluzioni alternative ad alte prestazioni che permettono di offrire tecnologie a base d'acqua, tecnologie di reticolazione UV e adesivi a caldo. Laddove le difficoltà sono dovute a particolari requisiti tecnici o condizioni di mercato ricerchiamo soluzioni alternative e sviluppiamo programmi a lungo termine.

Per ottimizzare le caratteristiche dei prodotti, i nostri esperti addetti allo sviluppo degli adesivi impiegano anche risorse rinnovabili. Un esempio noto a livello internazionale è la colla stick Pritt, oggi formulata quasi completamente con materie prime rinnovabili.



Bonderite NT è un pretrattamento a base di nanoceramica per superfici metalliche, che non solo offre una qualità migliore, ma anche sotto il profilo ecologico è superiore alla tradizionale fosfatazione del ferro. Questo prodotto ha vinto il premio per la tutela ambientale assegnato dalla Confederazione Federale dell'Industria tedesca che è stato ritirato nel mese di giugno 2008 dal Prof. Dr. Ramón Bacardit (secondo da destra), Corporate Senior Vice President della Ricerca di Adesivi e Tecnologie.

Henkel ha una lunga tradizione nell'uso delle materie prime rinnovabili. Già negli anni '20, produceva adesivi a base di amido e colle a base di farina di patate per tappezzerie e decoratori edili. Da decenni la cellulosa è anche un'importante materia prima da cui ricaviamo la metil cellulosa utilizzata per gli adesivi per tappezzerie.

In tutto il mondo, i nostri adesivi, sigillanti e trattamenti per superfici sono impiegati per lo sviluppo di fonti di energia nuove e pulite quali le celle a combustibile e i pannelli solari flessibili e leggeri.



Adesivi strutturali innovativi

La nuova generazione di aeromobili quali l'Airbus A350 o il Boeing 787 Dreamliner conterrà circa il 50% di fibre composite. Fino ad oggi, le fibre composite non polimerizzate dovevano essere conservate a temperature inferiori allo zero e successivamente congelate prima della loro lavorazione. Grazie alla nuova tecnologia Epsilon, ora possono essere conservate a temperatura ambiente. Ciò semplifica la lavorazione, riduce la quantità degli scarti e il consumo energetico durante la fabbricazione di aeromobili. Ulteriori vantaggi sono rappresentati dalla maggiore resistenza termica, stabilità e solidità dei materiali. Le procedure di approvazione sono attualmente in corso presso tutti i principali costruttori di aeromobili.

Dal confronto tra pesi uguali, risulta che le moderne fibre composite sono dieci volte più forti di un cavo di acciaio o di alluminio. Ciò consente agli ingegneri di rendere i componenti più resistenti riducendone nel contempo il peso. Aeromobili più leggeri, inoltre, consumano meno carburante.

www.henkelepsilonresin.com



efficace, la introduciamo negli stabilimenti che hanno processi simili. L'interazione tra strumenti di gestione comuni a tutta l'Azienda e programmi d'azione locali ci permette di migliorare il livello complessivo d'efficienza. Nel 2008 abbiamo attuato numerosi progetti finalizzati a un uso migliore delle risorse presso i nostri siti.

SR vedi tabella seguente. In questo modo, nel corso del periodo di rendicontazione siamo stati in grado di migliorare ulteriormente i risultati relativi a importanti indicatori di Sostenibilità. **SR** vedi copertina interna. I risparmi nei consumi energetici sono stati determinanti per attenuare l'impatto esercitato dall'aumento dei prezzi dell'energia sul nostro utile d'esercizio. Inoltre, riducendo le emissioni di anidride carbonica contribuiamo nei Paesi in cui siamo presenti al raggiungimento dei loro obiettivi di protezione del clima.

Scambio di conoscenze e tecnologie

Mediante lo scambio di conoscenze e tecnologie tra i nostri siti, promuoviamo un impiego globale di processi produttivi sicuri, efficienti e basati sulla conservazione delle risorse. Nello stesso tempo introduciamo metodi di gestione moderni e programmi di crescita e qualificazione

professionale per i nostri dipendenti. Il ruolo della dirigenza, la formazione e la comunicazione rivolta al personale sono per Henkel elementi essenziali di una efficace strategia di Sostenibilità.

Per questo fin dal 2007 una delle nostre priorità è rappresentata da uno specifico programma di formazione per dirigenti incentrato su sicurezza, salute e tutela ambientale (SHE). I contenuti del programma spaziano dalla valutazione dei rischi alla gestione delle emergenze, ai sistemi gestionali. Finora abbiamo organizzato otto seminari SHE per dirigenti della durata di tre giorni. Vi hanno partecipato oltre 140 responsabili di sito e di produzione provenienti da Asia, Africa, Europa e Americhe. I seminari stimolano anche un costruttivo scambio di esperienze.

Standard validi in tutto il mondo

Tutti i nostri stabilimenti nel mondo applicano gli standard SHE e gli standard sociali di Henkel. Periodicamente verifichiamo che siano applicati correttamente.

SR pag. 6. Gli audit permettono di individuare eventuali rischi e di apportare miglioramenti, e uno scambio di informazioni a livello mondiale. Stiamo gradualmente

Contributi al miglioramento dell'efficienza delle risorse nel mondo

Ambito di interesse	Contributo
	» Pune, India: ottimizzazione del processo di produzione di adesivi mediante l'installazione di una nuova unità di estrusione per la miscelazione dei prodotti. Risultato: riduzione del 30% dei consumi energetici dell'impianto
	» Yantai, Cina: campagne presso il sito produttivo finalizzate a motivare il personale al risparmio di energia per esempio stabilendo temperature massime e minime per i climatizzatori. Risultato: riduzione dei consumi energetici del 7%
	» Chonburi, Thailandia: diverse iniziative per aumentare l'efficienza e sfruttare al meglio la capacità degli impianti di miscelazione per la produzione di cosmetici. Risultato: riduzione dei consumi energetici del 28%
	» Maribor, Slovenia: ampie iniziative di riduzione dei consumi energetici e idrici. Risultato: riduzione dei consumi energetici del 9% e dei consumi idrici del 13%
	» Montornès, Spagna: introduzione di una nuova tecnologia che permette di miscelare gli ingredienti dei detersivi in polvere senza aggiunta di acqua. Così, i detersivi non devono più essere essiccati nella torre di essiccazione a spruzzo. Risultato: riduzione del consumo di gas del 20% e del consumo idrico del 23%
	» Norrköping, Svezia: numerosi progetti di miglioramento in tutte le aree di produzione degli adesivi. Risultato: riduzione del consumo di elettricità dell'8%, del consumo idrico del 22% e dei rifiuti del 14%
	» St. Louis, Missouri, Stati Uniti: passaggio alla produzione di detersivi per bucato concentrati. Risultato: riduzione del consumo idrico del 33% e dei rifiuti del 29%
	» Woodruff, South Carolina, Stati Uniti: avvio della progettazione dei cartoni di spedizione degli adesivi industriali per imballaggi. Risultato: riduzione del 27% dei materiali di imballaggio esterni
	» Mixco, Guatemala: ottimizzazione del processo di produzione di detersivi in polvere. Risultato: riduzione dell'11% dei consumi energetici nella torre di essiccazione a spruzzo
	» Bogotá, Colombia: ottimizzazione del processo di pulizia e dell'impianto di trattamento delle acque reflue per la produzione di cosmetici. Risultato: riduzione del volume di acque reflue del 22% e dei rifiuti del 53%

estendendo gli audit anche ai subfornitori e ai centri logistici. Dal 2006, tutti i siti di produzione conducono autovalutazioni nelle aree della sicurezza sul lavoro e della tutela ambientale. I sistemi di gestione ambientali dei singoli siti sono certificati da organi esterni e il riconoscimento comporta vantaggi competitivi.

Alla fine del 2008 circa il 54% del volume di produzione proveniva da siti certificati in base allo standard internazionale di gestione ambientale ISO 14001.

Circa il 62% del volume di produzione proveniva da siti certificati in base a standard internazionali di gestione della qualità.

National Starch si adegua agli standard Henkel

Subito dopo l'acquisizione di National Starch da parte di Henkel nell'aprile 2008 si è avviato un proficuo rapporto di collaborazione tra i responsabili della tutela ambientale, della salute e della sicurezza sul lavoro di entrambe le aziende.

Oltre all'integrazione degli stabilimenti di National Starch nei sistemi di elaborazione dei dati Henkel, si imponeva infatti un confronto tra gli standard SHE, i sistemi di rendicontazione e di gestione di Henkel e quelli di National Starch.

Pertanto, ogni sito produttivo acquisito ha valutato i propri risultati nelle aree della tutela ambientale, sicurezza e salute sul lavoro. Ne è derivato un elevato livello di correlazione tra standard e sistemi che ha permesso nel 2008 di inglobare i nuovi siti in un sistema di rendicontazione uniforme.

Solo in determinate aree è stato necessario apportare degli interventi per garantire la conformità agli standard di Henkel. Contemporaneamente Henkel ha individuato una serie di procedure di National Starch da integrare nei propri sistemi di gestione.

Pianificazione logistica: un'equazione con molte variabili

I criteri di logistica variano a seconda della natura dei prodotti da trasportare.

Per i prodotti voluminosi e pesanti riduciamo i percorsi e l'impatto ambientale decentrando la produzione presso stabilimenti locali. Questo vale soprattutto per i detersivi per bucato, i prodotti per la pulizia della casa, alcuni cosmetici e adesivi. I prodotti più compatti, con peso specifico inferiore, si possono invece trasportare con più facilità. In questi casi optiamo per una produzione centralizzata in notevoli quantità.

Incidenti verificatisi nei siti produttivi nel 2008

Brasile: a marzo 2008, presso lo stabilimento di Boituva, si è verificato uno sversamento di circa 2 metri cubi di una miscela di acqua e solventi dal sistema di contenimento che sono defluiti nel sistema di scolo dell'acqua piovana e fuoriusciti nel terreno esterno al sito. Henkel ha immediatamente informato le autorità ambientali e ha adottato tutte le misure necessarie a ridurre al minimo le conseguenze all'esterno delle sue strutture. Grazie all'intervento immediato e professionale della squadra di emergenza di Henkel, che ha provveduto a bonificare l'area, è stato possibile evitare sanzioni da parte delle amministrazioni locali. Un'analisi finale del terreno e delle falde acquifere ha rilevato l'assenza di ulteriore inquinamento dell'area interessata. Da un'indagine approfondita dell'incidente è emerso che un guasto nel sistema di monitoraggio dell'aggiunta di solvente ha causato dapprima la tracimazione di un serbatoio, poi la fuoriuscita dal sistema di contenimento. Dopo la riparazione dell'impianto, è stato

stilato un elenco di misure preventive per migliorare la sicurezza di questo processo e di altri analoghi e per evitare il verificarsi di altri incidenti in futuro.

Polonia: ad agosto 2008, presso il magazzino centrale di cosmetici e adesivi di Posen è scoppiato un forte incendio che ha distrutto l'edificio e molti dei prodotti finiti e del materiale pubblicitario qui conservati. Grazie al pronto intervento del personale adeguatamente addestrato, l'edificio è stato evacuato in sicurezza. Il magazzino era stato ispezionato il giorno prima dai vigili del fuoco locali i quali non avevano individuato anomalie. Molto probabilmente l'incendio si è sviluppato in un'area di uffici che appartiene al magazzino ma non è in locazione a Henkel. Il comportamento dei nostri dipendenti ha confermato l'importanza dei nostri corsi di formazione su sicurezza, salute e tutela ambientale (SHE) che intendiamo intensificare.

I nostri adesivi istantanei, per esempio, sono prodotti presso un numero molto limitato di siti nel mondo.

Inoltre, la nostra rete di distribuzione deve soddisfare numerose esigenze: rendere i prodotti disponibili ai clienti al momento giusto, nel posto giusto e nelle giuste quantità. Nell'ambito del nostro progetto di "ottimizzazione dei trasporti e dei magazzini", stiamo sviluppando soluzioni logistiche più efficienti ed ecocompatibili.

Uno dei principali criteri di selezione dei partner logistici è rappresentato dall'efficienza energetica del loro parco veicoli. Partecipiamo all'iniziativa paneuropea "Efficient Consumer Response" per individuare i potenziali miglioramenti nella collaborazione con la distribuzione.

 www.ecrnet.org

La logistica incide sull'impronta di carbonio

Per ridurre in modo incisivo l'impronta di carbonio legata alla nostra attività dobbiamo fornire dati precisi e completi sulle emissioni di anidride carbonica generate dalla produzione e dalla logistica, comprese quelle derivanti dalla generazione di energia acquistata da terzi.  [pag. 24](#).

La misurazione delle emissioni di CO₂ associate alla logistica, al trasporto dei prodotti o ai viaggi aziendali è molto complicata.

Le stime del 2008 indicano che le emissioni annue di CO₂ imputabili al trasporto dei nostri prodotti si aggirano intorno alle 500.000 tonnellate.

Le stime relative ai viaggi aziendali corrispondono a circa 150.000 tonnellate all'anno. Entrambi i valori sono riferiti a Henkel senza considerare le attività acquisite da National Starch. Nell'intento di individuare metodi di riduzione dell'impronta di carbonio complessiva legata alle nostre attività, analizziamo attentamente lo sviluppo, il trasporto e lo stoccaggio dei prodotti come pure i viaggi e i veicoli aziendali.  [vedi tabella seguente](#).



Punti di partenza diversi per un miglioramento globale

Area	Tipo di intervento
Strutture logistiche	» Proseguimento del modello di "eco-logistica" introdotto in Germania nel 1994 con l'obiettivo di spostare il trasporto dei prodotti da gomma a rotaia » 2009: avvio delle consegne su rotaia al nostro magazzino centrale di cosmetici a Monheim, nei pressi di Düsseldorf. Riduzione del chilometraggio da circa 1,25 milioni di chilometri su strada a circa 125.000 chilometri su rotaia con conseguente limitazione delle emissioni di CO₂ pari a 5.200 tonnellate all'anno
Sinergie/cooperazione	» Coordinamento centrale dell'acquisto di servizi logistici e, dove possibile, raggruppamento dei trasporti tra i siti. Negli Stati Uniti e in Europa è stato aumentato il peso delle spedizioni il che permette di sfruttare meglio la capacità degli autocarri, grazie al raggruppamento delle quantità di merce di siti Henkel limitrofi con quelle dei siti di National Starch recentemente acquisiti » Maggiore collaborazione con altre aziende nel trasporto di merci per evitare viaggi a vuoto
Ottimizzazione	» Ottimizzazione dei prodotti in termini di peso e volume quando possibile senza compromettere le prestazioni dei prodotti e la stabilità degli imballaggi. Esempio: produzione del detersivo liquido per bucato Purex in forma concentrata negli Stati Uniti. Risultato: emissione di 17.000 tonnellate annue di CO₂ in meno durante le attività di trasporto grazie alla riduzione del volume dei prodotti » Graduale decentramento della produzione di materiali per imballaggi presso i siti
Viaggi aziendali	» Linee guida finalizzate a sostituire i viaggi aziendali e aerei con videoconferenze e conferenze telefoniche. Esempio: solo negli ultimi tre anni la durata delle nostre conferenze telefoniche nel mondo è decuplicata evitando così l'emissione in atmosfera di considerevoli quantità di CO₂
Automobili	» 2008: indicazione di autoveicoli di riferimento e formulazione di criteri per l'acquisto di nuove automobili aziendali » Test di carburanti alternativi in diverse aree geografiche: per esempio, bioetanolo in Svezia e motori ibridi in Giappone

Indicatori ambientali

Massima trasparenza

Henkel si avvale di indicatori condivisi da tutto il Gruppo per individuare eventuali miglioramenti, realizzare gli interventi e monitorare i risultati. Questi indicatori, sintetici e trasparenti, informano l'opinione pubblica sui progressi conseguiti dall'Azienda e fanno riferimento agli indicatori ambientali del CEFIC, il Consiglio Europeo dell'Industria Chimica. Nel Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile pubblichiamo i principali indicatori di rilevanza mondiale. Gli altri sono disponibili su Internet.

www.henkel.com/sr2008 → 26

Rappresentazione dei dati a livello mondiale

I dati relativi alla produzione sono stati rilevati presso 226 siti Henkel in 57 Paesi compresi gli stabilimenti acquisiti da National Starch nel 2008. Tutti questi siti rappresentano oltre il 95% della nostra produzione mondiale nel 2008. 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. **SR** pag. 8. Le eventuali discrepanze riscontrate o segnalate in momenti successivi vengono corrette retroattivamente nel nostro sistema di rendicontazione.

www.henkel.com/sr2008 → 27

Una base di confronto

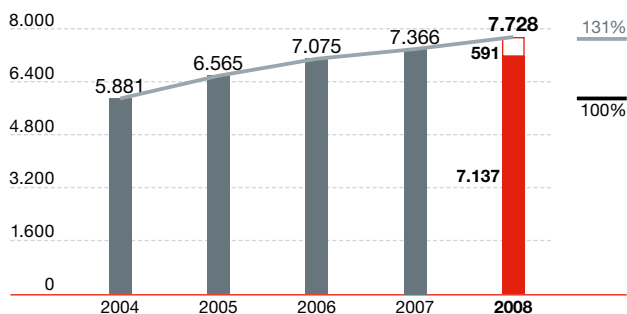
Henkel continua a crescere e parallelamente aumenta il numero dei siti che comunicano dati per gli indicatori ambientali: da 141 nel 2004 a 226 nel 2008. Poiché il tasso di crescita non è uniforme, le cifre evidenziano dati molto differenti. Gli indicatori dei siti di National Starch sono stati integrati nel sistema di rendicontazione sin dall'acquisizione avvenuta nell'aprile 2008. I dati di National Starch relativi al 2008 sono indicati separatamente per mettere in evidenza come ha inciso quest'acquisizione sui nostri indicatori ambientali.

La curva dei diagrammi mostra il progresso degli indicatori ambientali specifici relativamente al volume di produzione (per tonnellata di prodotto).

La base di riferimento per la curva degli indici è l'anno 2004 (= 100%).

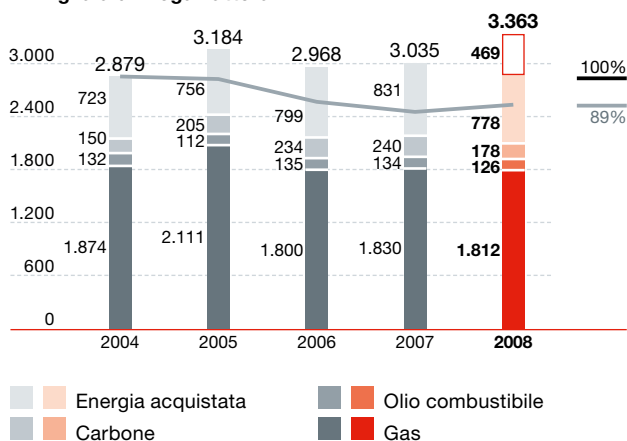
Per semplificare l'interpretazione delle cifre la quota relativa ai siti acquisiti da National Starch per l'anno 2008 è indicata in bianco.

Volumi produttivi in migliaia di tonnellate



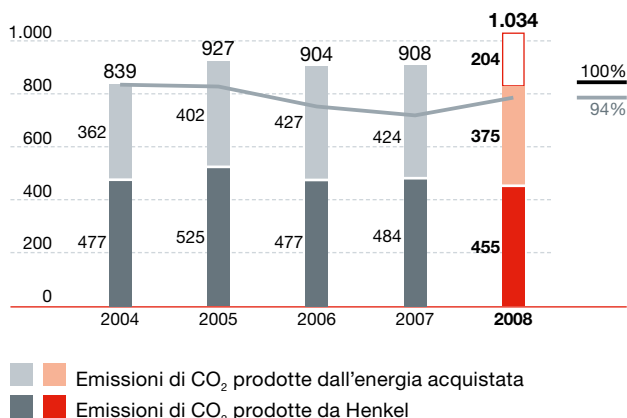
Nel 2008 il volume di produzione è aumentato del 5% circa in seguito alle acquisizioni soprattutto delle attività di National Starch.

Consumi energetici in migliaia di megawattora



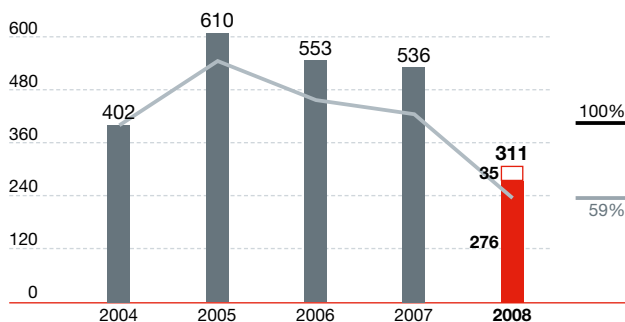
Per energia acquistata si intendono l'elettricità, il vapore e il teleriscaldamento generati all'esterno dei siti produttivi.

Emissioni in atmosfera di CO₂ in migliaia di tonnellate



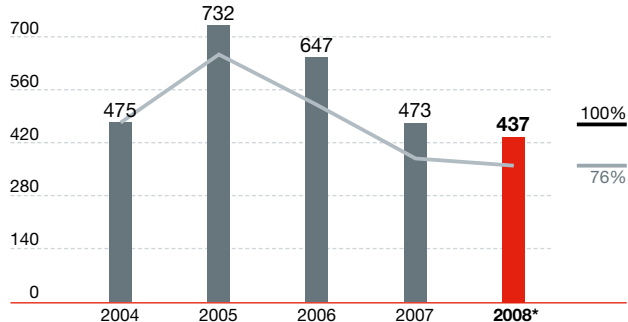
La generazione di energia è responsabile di quasi tutta l'anidride carbonica emessa dalle attività produttive di Henkel. I valori forniti comprendono l'anidride carbonica prodotta dalla generazione di energia acquistata presso siti non Henkel.

Emissioni in atmosfera di SO₂ in tonnellate



Presso alcuni siti le emissioni di anidride solforosa sono in diminuzione in seguito a modifiche nella composizione dei combustibili.

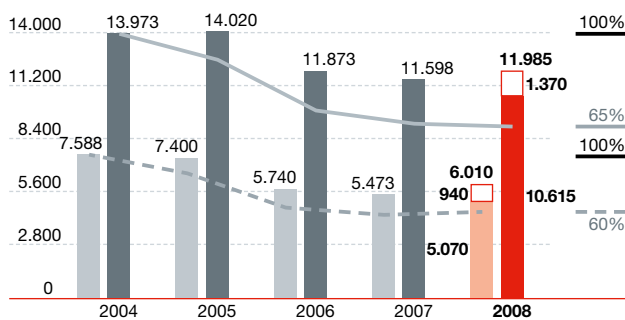
Emissioni in atmosfera di COV in tonnellate



L'aumento negli anni 2004 e 2005 è dovuto soprattutto alle acquisizioni. Nel 2007 e nel 2008 erano già in atto ulteriori misure per ridurre le emissioni di composti organici volatili.

* Le cifre relative ai COV non contemplano le attività di National Starch.

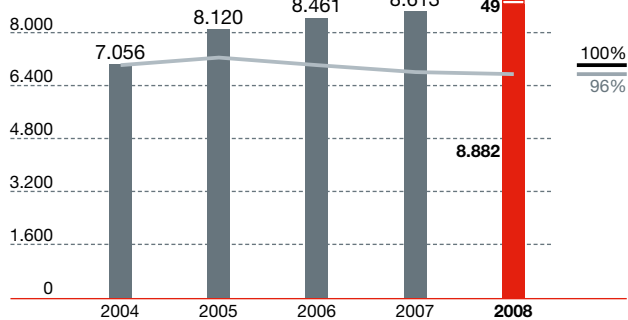
Consumi e scarichi idrici in migliaia di metri cubi



■ Acqua consumata ■ Acqua scaricata

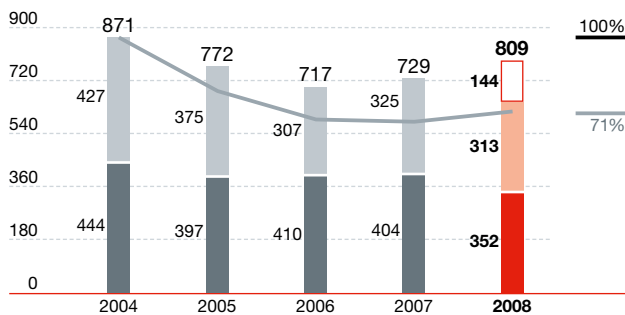
I valori comprendono tutta l'acqua, sia quella acquistata sia quella estratta dalle sorgenti di Henkel. Si tratta soprattutto di acqua di processo. Se si considerano l'evaporazione e l'acqua contenuta in molti prodotti, il volume dell'acqua scaricata è inferiore al volume dei consumi idrici.

Emissioni di COD nelle acque di superficie in tonnellate



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

Emissioni di metalli pesanti nelle acque reflue in chilogrammi

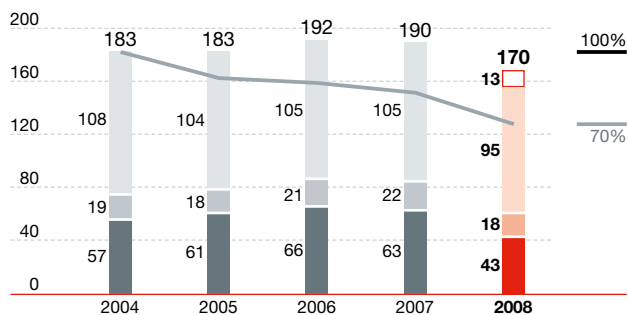


■ Piombo, cromo, rame, nichel* ■ Zinco

Essendo lo zinco generalmente meno nocivo degli altri metalli pesanti in termini di impatto ambientale, i relativi valori sono rappresentati separatamente.

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

Rifiuti recuperati e smaltiti in migliaia di tonnellate



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

I "rifiuti pericolosi smaltiti" comprendono tutti i tipi di rifiuti classificati come pericolosi dalle leggi dei singoli Paesi e i rifiuti pericolosi elencati nella Convenzione di Basilea del 1989. Dal momento che ogni Paese continua ad allungare i propri elenchi di rifiuti pericolosi, è possibile che questo volume aumenti anche se non si sono verificate modifiche effettive nella produzione di rifiuti in Henkel.

Personale e mondo del lavoro



Il 1° settembre 2008, 117 giovani hanno iniziato un corso di formazione presso la sede Henkel di Düsseldorf. La foto ritrae la cerimonia di benvenuto. Complessivamente, in Germania lo scorso anno sono stati formati 511 tirocinanti in oltre 20 settori.

- » **Potenziare il team globale**
- » **Promuovere la diversità e l'integrazione**
- » **Obiettivo: Zero infortuni sul lavoro**

Obiettivo: Sviluppo Sostenibile

Potenziare il team globale è una delle nostre tre priorità strategiche. Lo sviluppo delle competenze del personale è un fattore determinante per il successo futuro dell'Azienda. Per questo incoraggiamo la crescita professionale dei nostri dipendenti di 110 nazionalità diverse, la valorizzazione delle capacità individuali legando l'impegno personale al successo aziendale. AssicuriAMO una gestione orientata agli obiettivi, una retribuzione basata sui risultati, valutazioni periodiche e una formazione continua. Nello stesso tempo stimoliamo costantemente la crescita professionale dei dipendenti a diversi livelli manageriali in base ai compiti sempre più impegnativi che sono chiamati ad affrontare.

www.henkel.com/sr2008 → 28

Per motivare ulteriormente il personale instauriamo un clima di lavoro positivo lasciando spazio alle idee e alla creatività dei singoli. Rispettiamo la dignità di ognuno e tuteliamo il diritto alla riservatezza di tutti i nostri dipendenti applicando i principi di parità e imparzialità. Questi valori figurano nel nostro Codice di Comportamento e rappresentano fondamentali regole di condotta.

La salute e la sicurezza di tutti i dipendenti sono priorità cui Henkel dedica massima attenzione e impegno.

Ci proponiamo di migliorare costantemente questo aspetto introducendo programmi specifici per tutelare la salute e preservare la capacità lavorativa a lungo termine dei dipendenti.

In corsa per reclutare i migliori talenti

In considerazione dello sviluppo demografico in Europa e di un mercato del lavoro sempre più competitivo, Henkel ha l'esigenza di reclutare le persone con il più elevato potenziale presentandosi come un'azienda che offre interessanti opportunità di crescita professionale e di carriera. Il nostro obiettivo è individuare i migliori talenti in tutto il mondo, conoscerli personalmente e coltivarli. Attraverso il Programma di assunzione degli studenti "Career Track" e l'offerta di periodi di stage stimolanti abbiamo la possibilità di venire in contatto con neolaureati e universitari di profilo elevato. Anche "Henkel Innovation Challenge", il business game promosso nelle Università di undici Paesi europei, ci offre l'opportunità di conoscere studenti molto preparati e motivati.

www.henkelchallenge.com

Gestione dei talenti

Le valutazioni periodiche dei dipendenti sono un presupposto essenziale per la crescita e la motivazione del nostro personale. Dal 1998 impieghiamo in tutto il mondo il "Management Competencies Assessment", uno strumento di valutazione dei risultati del personale



Nel corso di una serata di gala svoltasi a Berlino e organizzata da VICTRESS Initiative e.V., Henkel è stata insignita del premio "Corporate VICTRESS Award". Tina Müller, Corporate Senior Vice President della SBU Hair/Skin/Oral della divisione Cosmetica, ha ritirato il premio a nome di Henkel. Dal 2005 VICTRESS Initiative e.V. assegna questo riconoscimento alle aziende che perseguono una strategia di sostegno concreto alle donne e alla famiglia. La giuria, composta da rappresentanti delle aziende, del mondo della politica e dell'opinione pubblica, ha premiato Henkel per le iniziative adottate in favore della famiglia.

manageriale. Anche per il personale non manageriale utilizziamo un sistema di valutazione e di sviluppo professionale opportunamente adattato. Nei colloqui riservati tra dipendente e manager si individuano le potenzialità di crescita professionale e si definiscono le misure di formazione necessarie in base alle competenze e ai punti di debolezza delle persone. I manager devono affidare incarichi stimolanti ai collaboratori garantendo loro il supporto necessario attraverso iniziative di formazione e assistenza sul lavoro e incoraggiandoli a sviluppare costantemente le proprie competenze professionali.

Nel 2008 abbiamo istituito una "Tavola rotonda sullo sviluppo" con l'intento di individuare risorse umane di talento e di favorire la crescita sistematica dei dipendenti e la pianificazione del percorso professionale dei nostri manager. In ogni area organizzativa gruppi di manager si riuniscono per discutere i piani di sviluppo dei collaboratori. Dopo aver introdotto questo processo nell'alta dirigenza nel corso del 2008, nel 2009 intendiamo estenderlo a tutto il personale manageriale nel mondo.

Crescita professionale continua

Per garantire il successo di Henkel, occorre sviluppare e stimolare sistematicamente le competenze e le capacità dei nostri dipendenti. Per tutti è disponibile una formazione continua sotto forma di seminari, workshop, corsi e-Learning e moduli specifici di sviluppo professionale. I seminari indirizzati ai manager che ricoprono responsabilità a livello locale e globale oggi integrano tematiche importanti come la diversità e l'integrazione.

Fin dai primi anni '90 collaboriamo con partner esterni e con le più importanti business school di fama

internazionale. Risale al 1997 l'istituzione della Henkel Global Academy che è frequentata in media da 420 manager all'anno. Nel 2008, il nostro modello di formazione, che può essere utilizzato dai dipendenti interessati ad apprendere una nuova lingua o a migliorare le proprie competenze linguistiche, ha ricevuto un premio dall'Associazione delle Camere di Commercio e dell'Industria tedesche (DIHK).

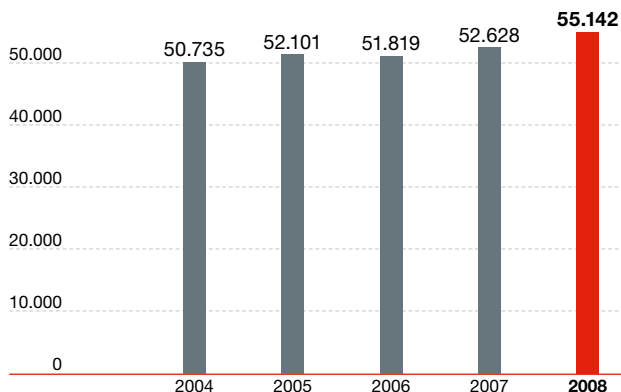
Diversità e integrazione

La diversità è un fattore chiave della nostra cultura aziendale. Il carattere internazionale di Henkel si rispecchia nella diversità del personale. Siamo convinti che la varietà di culture e competenze possa aiutarci a individuare meglio le esigenze dei differenti mercati e a garantire il successo aziendale nel lungo periodo.

I nostri team devono essere i migliori a prescindere dall'età, dal sesso e dalla nazionalità dei suoi componenti. Selezioniamo i dipendenti in base alle loro competenze e capacità. L'aumento dell'età media nei Paesi occidentali industrializzati limita la disponibilità di risorse giovani nel futuro e pone l'Azienda di fronte a sfide nuove e impegnative. In Germania, in collaborazione con il Politecnico di Aquisgrana, abbiamo messo a punto un "radar demografico" che consente di simulare l'evoluzione demografica del nostro personale. Grazie a queste informazioni, possiamo orientare la gestione delle risorse umane per affrontare meglio le sfide dello sviluppo demografico.

Nel 2008 abbiamo sviluppato e attuato iniziative importanti in linea con una strategia globale che stimola la diversità e l'integrazione. Puntiamo a ridefinire i criteri di assunzione in modo tale che quando si tratta di

Dipendenti nel mondo al 31 dicembre*



* Riformulazione delle cifre dell'anno precedente; riferimento: personale fisso, esclusi i tirocinanti

Dipendenti per area geografica

al 31 dicembre*	2007	2008	in %
Europa/Africa/Medio Oriente	33.687	33.485	60,7%
Nord America	6.438	7.360	13,4%
America Latina	4.268	4.293	7,8%
Asia-Pacifico	8.235	10.004	18,1%
Henkel	52.628	55.142	100%

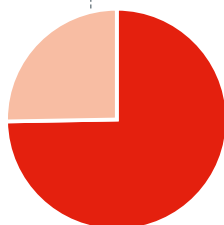
* Riformulazione delle cifre dell'anno precedente; riferimento: personale fisso, esclusi i tirocinanti

Manager al 31 dicembre

Totale manager
9.711 dipendenti
Età media: **42,6**

77 nazionalità

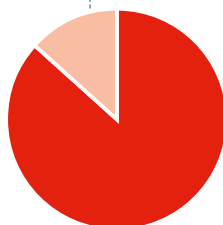
Percentuale femminile: **26,4%**



Top manager*
795 dipendenti
Età media: **47,1**

44 nazionalità

Percentuale femminile: **13,7%**



* Comitato Direttivo, Corporate Senior Vice President, Direzioni I e IIA nel mondo.

ricoprire una determinata posizione i tre candidati finali riflettano la diversità in termini di età, sesso e nazionalità. Soltanto sostenendo i nostri dipendenti e aiutandoli a conciliare gli impegni professionali e familiari possiamo sfruttare al meglio le loro competenze e capacità. Di conseguenza, intendiamo incentivare l'orario lavorativo flessibile, il part-time e il telelavoro purché ciò sia vantaggioso sotto il profilo individuale e le singole situazioni lo permettano. Siamo convinti che queste soluzioni possono rafforzare il legame tra il personale e l'Azienda. L'orario lavorativo flessibile è stato già da tempo introdotto presso numerosi siti Henkel, dal 2008 anche presso i siti di Mosca e San Pietroburgo.

www.henkel.com/sr2008 → 29

Integrazione riuscita

L'acquisizione di National Starch ha comportato una sfida non indifferente: l'integrazione di circa 6.000 dipendenti in 40 Paesi di sei continenti nel più breve tempo possibile. Prima del "giorno uno" ovvero del 3 aprile 2008 abbiamo messo a confronto le culture aziendali di National Starch e Henkel interpellando circa 1.000 dipendenti di entrambe le aziende. Il risultato è che le nostre culture presentano molti punti in comune, più numerosi delle differenze: solo il modello organizzativo e i processi decisionali sono diversi. In seguito a un'analisi delle attività di National Starch acquisite e all'introduzione di una diversa struttura organizzativa, è stato possibile porre le basi per uno sviluppo comune entro la fine del secondo trimestre del 2008.

Dall'analisi è risultato anche che le aziende utilizzano approcci e strumenti simili nei loro sistemi di gestione delle risorse umane. A un anno dall'acquisizione, l'armonizzazione dei sistemi di gestione del personale ha già generato proficue sinergie. Nella prima metà del 2009, inoltre, saranno armonizzati i dati relativi alle risorse umane e i sistemi di contabilità paghe.

Il programma Global Excellence

Già nel 2007 sui nostri principali mercati era possibile cogliere cambiamenti di ampia portata destinati a durare nel tempo. In risposta alle nuove esigenze dei mercati, con largo anticipo sui tempi abbiamo formulato un programma completo di miglioramento dell'efficienza con l'intento di ottimizzare le strutture e i processi e rendere Henkel ancor più competitiva. Nel mese di febbraio 2008 è stato annunciato che il programma di ristrutturazione denominato "Global Excellence" avrebbe comportato la riduzione di circa 3.000 posti di lavoro nel mondo, in tutte le divisioni e aree geografiche. Le misure di ristrutturazione prevedono anche la chiusura di alcuni siti. Per ridurre al minimo i rischi e le difficoltà che il personale interessato da queste iniziative deve affrontare, stiamo mettendo in atto tutte le misure necessarie per gestire le risorse umane in modo socialmente responsabile. La priorità spetta sempre alle naturali fluttuazioni del personale e al prepensionamento. Supportiamo inoltre i dipendenti nella ricerca di un nuovo lavoro, segnalandoli ad altre aziende o mettendoli in contatto con consulenti esterni. Prima di ogni decisione, gli organi di rappresentanza del personale vengono informati e le loro indicazioni vengono prese in considerazione tutte le volte che è possibile.



Nel 2008 Henkel ha ricevuto il certificato "Move Europe-Partner Excellence" del Network europeo per la promozione della salute sul lavoro che premia l'impegno dell'Azienda nel campo della tutela della salute sul lavoro, soprattutto nell'ambito dell'alimentazione, della prevenzione del fumo, della salute mentale e dell'attività fisica. Tutti i dipendenti Henkel hanno a disposizione programmi mirati di tutela della salute che comprendono un'ampia gamma di misure di prevenzione. "Move Europe" è una campagna europea per il miglioramento dello stile di vita e della salute sul lavoro. www.enwhp.org

Esempi del programma di ristrutturazione

In Germania il progetto principale è rappresentato dalla concentrazione della produzione di detersivi per bucato a Düsseldorf. L'impianto di Genthin, dove lavorano attualmente 240 persone, sarà chiuso verso la fine del 2009. L'ampliamento della produzione di detersivi liquidi a Düsseldorf consentirà di creare 90 nuovi posti di lavoro che saranno offerti ai dipendenti di Genthin. Considerata l'importanza del sito di Genthin per Henkel e per l'intera area geografica abbiamo instaurato un dialogo intenso con tutte le parti coinvolte anche per individuare soluzioni alternative. Tuttavia, gli elevati costi di produzione e di trasporto hanno reso necessario il trasferimento della produzione. Il sito di Düsseldorf è situato in una posizione centrale da cui possiamo servire tutti i mercati importanti dell'Europa occidentale. In collaborazione con il Land tedesco della Sassonia-Anhalt, Henkel prosegue la sua ricerca di investitori in grado di promuovere un uso alternativo del sito di Genthin.

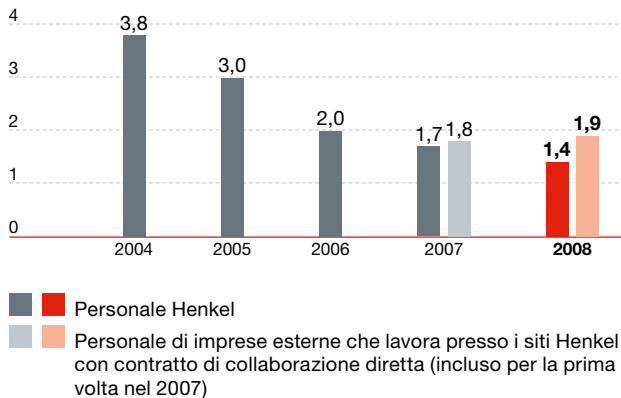
Insieme ai nostri partner sociali puntiamo a trovare nuovi posti di lavoro per i dipendenti del sito in chiusura, in Henkel o presso altre aziende e forniamo loro tutta l'assistenza necessaria nella presentazione della domanda di lavoro.

Per sfruttare la capacità degli impianti in modo più efficiente, nel 2009 il sito di produzione di Malgrat, in Spagna, sarà accorpato a quello di Montornès a 50 chilometri di distanza. Nel corso delle intense discussioni preliminari le rappresentanze dei dipendenti e i responsabili dei siti hanno sviluppato soluzioni di ricollocamento. I dipendenti di Malgrat, cui è stato offerto un nuovo posto di lavoro a Montornès, potranno usufruire di un servizio di trasporto giornaliero. Ai dipendenti per i quali non è stato possibile trovare un posto alternativo a Montornès Henkel ha offerto un compenso in linea con l'anzianità di servizio. È stato inoltre messo in atto un piano di prepensionamento.

Salute e sicurezza sul lavoro

Infortuni sul lavoro per 1 milione di ore lavorate

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



Rientra negli indicatori il 98% del personale Henkel.

Infortuni gravi sul lavoro

Oltre 50 giorni di inabilità



Rientra negli indicatori il 98% del personale Henkel.

Già nel 2000, stabilendo l'obiettivo "Zero infortuni", abbiamo sottolineato l'elevata priorità della salute e della sicurezza sul lavoro in tutta l'Azienda. Attraverso le attività di formazione e le altre misure adottate tra il 1998 e il 2007 siamo riusciti a ridurre dell'86% il numero di infortuni sul lavoro. Per integrare gli standard e i programmi comuni a tutto il Gruppo, i nostri responsabili di impianto promuovono iniziative specifiche a livello regionale e locale che tengono in considerazione le caratteristiche dei singoli siti e le esigenze dei dipendenti. In quest'ottica l'individuazione tempestiva di rischi e pericoli e la prevenzione degli infortuni riveste un ruolo determinante.

Sulla base dei correttivi già apportati e considerando il 2007 come anno di riferimento, ci siamo prefissi un nuovo traguardo intermedio: ridurre ulteriormente gli infortuni sul lavoro del 20% entro il 2012. Per quanto possibile, anche le imprese esterne che lavorano presso i nostri siti integreranno nel nostro sistema di registrazione gli infortuni sul lavoro che comportano dei giorni di inabilità. Il personale di queste imprese, inoltre, partecipa ai nostri corsi di formazione in cui vengono illustrati i requisiti Henkel relativi alla salute e sicurezza sul lavoro. www.henkel.com/sr2008 → 30

Infortuni mortali

Il nostro continuo impegno nel campo della sicurezza sul lavoro è uno dei motivi principali per cui nel 2006 e nel 2007 non si sono verificati infortuni mortali in Henkel. Nel 2008, un agente di vendita in Russia ha perso

la vita in un incidente stradale mentre si recava da un cliente. Altri due dipendenti Henkel e un dipendente di un'impresa esterna che lavorava per Henkel sono deceduti in incidenti verificatisi durante l'orario di lavoro ma non collegati alle loro mansioni. Riteniamo doveroso segnalare questi incidenti per motivi di trasparenza poiché comunque rientrano nella definizione di "infortunio sul lavoro" formulata dall'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) oppure perché sono stati riferiti dalla stampa locale:

- » mentre era in viaggio verso una riunione aziendale in Italia, un dipendente britannico di Henkel ha perso la vita in un incidente motociclistico in Germania. L'uso della motocicletta non è conforme alle linee guida di Henkel relative ai viaggi aziendali, tuttavia non era espressamente vietato dalla nostra consociata;
- » un dipendente di un'impresa esterna che collaborava alle attività di vendita di Henkel presso la sede messicana di Huixquilucan ha perso la vita travolto dalla caduta di alcune porte in un centro di fai-da-te. L'incidente si è verificato in un'area di accesso vietato e non era assolutamente inerente al lavoro svolto dal collaboratore esterno;
- » all'esterno del nostro sito di Xuzhou, nella provincia cinese di Jiangsu, nel tentativo di impedire un furto, un agente di vendita di Henkel è stato ferito a morte dai rapinatori benché i servizi di emergenza fossero giunti sul posto entro cinque minuti. I colpevoli sono poi stati catturati.

Impegno sociale



Dopo lo tsunami del 2004 nell'Oceano Indiano, Henkel ha costruito una scuola per oltre 90 ragazzi e ragazze a Ranganathapuram, che è stata ufficialmente riconosciuta come centro di formazione dal Governo indiano. Qui i ragazzi ricevono la formazione professionale necessaria per diventare carpentieri, elettricisti e svolgere altre professioni artigianali mentre alle ragazze viene insegnato il cucito e il ricamo e ora anche l'uso del computer. Inoltre, a tutti viene impartita una buona istruzione di base. Nel 2008, nella scuola sono stati introdotti anche corsi di formazione di agricoltura ecologica.

- » **Henkel Smile: tre elementi centrali per la società**
- » **Obiettivi del Millennio per lo Sviluppo: i nostri contributi**
- » **10 anni di MIT: il progetto per l'anniversario**

Henkel Smile

L'impegno sociale riveste un ruolo chiave nella nostra cultura aziendale, è espresso nei Valori aziendali e tradotto in pratica nelle nostre attività quotidiane. Sotto il cappello di Henkel Smile rientrano tutte le attività relative alla cittadinanza d'impresa che si prefiggono altre finalità oltre gli immediati interessi di business. Siamo convinti, infatti, che le soluzioni che nascono dalla collaborazione delle diverse parti interessate vadano a beneficio di tutti. Per compiere progressi duraturi, puntiamo ad aiutare le persone a rendersi più autonome. Dipendenti ed ex dipendenti in pensione sono i fautori dei progetti Henkel Smile.

www.henkel.com/sr2008 → 32

Le nostre attività a livello mondiale sono strutturate intorno a tre direzioni centrali:

- » l'Iniziativa MIT (Make an Impact on Tomorrow) basata sull'impegno personale dei nostri dipendenti;
- » il fondo di emergenza HFI (Henkel Friendship Initiative e.V.);
- » le partnership sociali in cui oltre all'azienda sono coinvolti i suoi principali marchi.

Sosteniamo attività nell'area sociale, nella scuola, scienza, sport, sanità, arte, cultura e ambiente. L'orizzonte di azione di Henkel Smile è molto ampio e non si indirizza verso un'unica direzione. Per esempio, un progetto sostenuto dai nostri dipendenti in Kenya è sfociato nell'impegno del marchio Schauma in collaborazione con l'Unesco.

Dopo lo tsunami del 2004 nell'Oceano Indiano, le iniziative di sostegno rientranti nel fondo di emergenza HFI hanno permesso lo sviluppo di numerosi progetti MIT finalizzati alla ricostruzione di scuole e infrastrutture. Nel 2008, la somma complessiva stanziata a favore di queste attività è stata di 7,5 milioni di euro.

Obiettivo: progresso sociale

Nel 2000, i capi di Stato e di Governo di 189 Paesi hanno concluso un accordo su otto obiettivi di sviluppo, noti come Obiettivi del Millennio per lo Sviluppo delle Nazioni Unite, da raggiungere entro il 2015. Anche Henkel contribuisce al loro conseguimento e nel 2003 ha aderito all'iniziativa Global Compact dell'ONU ^{SR} *vedi tabella sotto*

www.un.org/millenniumgoals

In tutti i Paesi in cui siamo presenti, dipendenti ed ex dipendenti in pensione sono coinvolti in attività che si prefiggono il conseguimento degli Obiettivi del Millennio per lo Sviluppo. Più della metà dei progetti

riguarda i Paesi emergenti e in via di sviluppo e sono condotti in collaborazione con organizzazioni locali. Gli Obiettivi del Millennio per lo Sviluppo sono contemplati già nelle fasi di pianificazione e di budget di tutte le attività legate ai progetti. In questo modo è possibile misurare i progressi e documentare gli sviluppi. Spesso, un singolo progetto Henkel Smile può contribuire a più di uno degli Obiettivi. I progetti MIT si prefiggono di eliminare le situazioni di povertà estrema, di garantire l'istruzione elementare obbligatoria, la riduzione della mortalità infantile, la lotta all'AIDS e ad altre gravi malattie.



Alcuni progetti Henkel Smile in relazione agli otto Obiettivi del Millennio per lo Sviluppo

Obiettivi del Millennio per lo Sviluppo	Progetti Henkel Smile nel 2008
1. Eliminare la povertà estrema e la fame	» Perù: in un centro di assistenza diurna a Lima i bambini vengono seguiti durante la giornata e ricevono un pasto caldo » Myanmar: distribuzione di riso per sei mesi a 50 bambini orfani e disabili
2. Garantire l'istruzione primaria universale ai giovani di entrambi i sessi	» Vietnam: costruzione di un asilo nido; fornitura di generi alimentari e istruzione scolastica offerta ai bambini denutriti di Ho Chi Minh City » Uganda: sostegno continuo al collegio parrocchiale di Rushocka per le studentesse di Kabale e distribuzione di materiale per la scuola a 360 bambini orfani e disabili » Turchia: opportunità di istruzione in un istituto di Gaziantep per i bambini che vivono in strada
3. Promuovere le pari opportunità	» Guatemala: costruzione di un laboratorio e di un'aula di informatica in una scuola di Verapaz per offrire a 250 studentesse Maya una formazione tecnica e, quindi, maggiori opportunità di inserirsi nel mondo del lavoro » Stati Uniti: opportunità di alloggio e istruzione a ragazze adolescenti in difficoltà a Nashville, Tennessee » India: sostegno a un centro integrato di Parivalaya per fornire cure e assistenza complete a bambini particolarmente bisognosi
4. Ridurre la mortalità infantile	» Nepal: assistenza medica per un anno da parte di un'unità operativa medica mobile rivolta ai bambini presso scuole, famiglie e un ospedale per gli orfani di Kathmandu » Bulgaria: sostegno ai bimbi dell'ospedale pediatrico di Sofia mediante la fornitura di respiratori artificiali e apparecchi di monitoraggio della frequenza cardiaca » Turchia: fornitura di incubatrici per l'assistenza ai neonati prematuri di Mardin
5. Migliorare la salute materna	» Congo: fornitura di farmaci a due ospedali nei pressi di Kinshasa in collaborazione con "Arzneibrücke Ehingen-Kinshasa" (ponte medico Ehingen-Kinshasa) » Cina: screening e interventi chirurgici a Lhasa per ridurre la vista a oltre 300 madri affette da cataratta o glaucoma
6. Combattere HIV/AIDS, malaria e altre malattie	» Cile: fornitura di farmaci, generi alimentari e adesivi e altri prodotti di riparazione alla Fondazione Santa Clara di Santiago del Cile, che ospita bambini sieropositivi o malati di AIDS » Thailandia: cure mediche e farmaci agli orfani malati di AIDS nel villaggio per l'infanzia di Baan Ger nella provincia di Lopburi
7. Assicurare la Sostenibilità ambientale	» Germania: il progetto "Futurino", promosso dal marchio Persil, sostiene 156 progetti in ambito educativo su temi dedicati alla natura e all'ambiente » Stati Uniti: il Riverbend Environmental Education Center di Gladwyne, Pennsylvania, insegna ai bambini che vivono in città a conoscere meglio la natura
8. Sviluppare una partnership globale per lo sviluppo	» Kenya: nei pressi della città di Kisumu, l'ospedale infantile di Bethsatha, che ospita orfani malati di AIDS, è stato ampliato e dotato di attrezzature migliori grazie al sostegno del marchio Schauma » El Salvador: introduzione di dispositivi per i controlli numerici sulle macchine utensili presso una scuola superiore di Santa Tecla



Attraverso Henkel Friendship Initiative e.V., Henkel ha devoluto una somma complessiva di 150.000 euro alla popolazione cinese colpita dal terremoto nel maggio 2008. In stretta collaborazione con le consociate Henkel in Cina, forniamo anche aiuti di emergenza e un contributo per la ricostruzione attraverso donazioni in denaro o prodotti e aiuti attraverso i progetti MIT.



Per il terzo anno consecutivo, Henkel ha sostenuto gli studenti di Geografia dell'Università di Treviri, in Germania, che si impegnano per migliorare le condizioni di vita degli abitanti dei quartieri poveri di Nairobi. L'Azienda ha finanziato l'acquisto di materiale scolastico e la costruzione di impianti sanitari.

Undici anni di impegno del personale

Dal 1998, l'Iniziativa MIT di Henkel sostiene le attività di volontariato di dipendenti ed ex dipendenti in pensione in oltre 110 Paesi con donazioni in natura, finanziarie e di prodotti aziendali nonché con permessi retribuiti e un'attività di consulenza specializzata. Indirizziamo le nostre risorse laddove sono più necessarie operando con responsabilità e trasparenza.

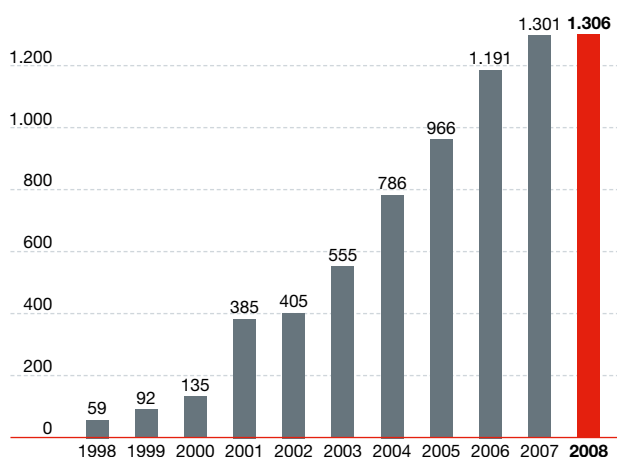
 www.henkel.com/sr2008 → 32

La qualità di questa iniziativa non sta nell'entità delle cifre stanziata bensì nel modo in cui i progetti vengono attuati. La dedizione e il coinvolgimento emotivo del personale, le idee e le proposte e, soprattutto, il tempo dedicato, rappresentano il valore di tutti i progetti MIT. Grazie a questo impegno riusciamo a instaurare uno stretto legame con le comunità in cui operiamo. Nel 2008 il numero di progetti MIT ha superato quota 7.000 e vi hanno contribuito oltre 5.000 persone tra dipendenti ed ex dipendenti.

Nel maggio 2008, 120 rappresentanti del personale e del personale in pensione hanno partecipato alla Tavola Rotonda di Düsseldorf, in Germania, per celebrare il decimo anniversario del MIT. La Tavola Rotonda offre l'opportunità di condividere le esperienze e di sviluppare ulteriormente l'iniziativa.

Progetti "Make an Impact on Tomorrow" (MIT)

Numero di progetti all'anno



In occasione di questo anniversario Henkel ha stanziato la straordinaria somma di 100.000 euro a favore di un progetto in Guatemala, selezionato tra 86 proposte. Il progetto aiuta 120 famiglie di una regione rurale a sostentarsi autonomamente.

Con il sostegno di Henkel è possibile assicurare l'istruzione ai bambini, l'accesso all'acqua potabile, la costruzione di un centro sanitario e miglioramenti della produttività agricola. Il personale Henkel in Guatemala sta attuando il progetto in stretta collaborazione con un partner locale denominato HELPS Changing Lives. Anche la rete locale MIT in Guatemala e i dipendenti Henkel di altre reti MIT partecipano al progetto.

Il dialogo con gli stakeholder



Nel 2008 Henkel è stata uno degli sponsor ufficiali dell'Expo di Saragozza, in Spagna. Il tema era dedicato ad "Acqua e Sviluppo Sostenibile". La nostra partecipazione all'Expo ha ribadito l'impegno dell'Azienda nei confronti della protezione delle risorse idriche. Durante una "sfilata di marchi" nella giornata dedicata a Henkel, i visitatori hanno potuto conoscere le soluzioni dell'azienda che permettono di salvaguardare le risorse idriche.

- » **Dialogare per trovare soluzioni praticabili**
- » **Istruzione per lo Sviluppo Sostenibile**

Dialogo aperto con tutti gli stakeholder

Le soluzioni attuabili per praticare lo Sviluppo Sostenibile nascono dal dialogo costante con tutti gli interlocutori sociali a livello locale, nazionale e internazionale: clienti, consumatori, fornitori, dipendenti, azionisti, comunità locali, Governi, associazioni, organizzazioni non governative ed esponenti del mondo scientifico.

Un confronto costante anche a livello locale

Sebbene le tematiche relative allo Sviluppo Sostenibile siano di natura globale, le priorità e le problematiche a livello locale sono molto differenti tra loro. Per questo il confronto con gli interlocutori prosegue anche nei diversi Paesi in cui Henkel opera. In questo modo, le sfide della Sostenibilità possono essere affrontate dopo un confronto costruttivo tra i nostri esperti interni e gli interlocutori più adatti. Puntiamo a elaborare strategie e soluzioni laddove saranno messe in pratica. Questo scambio permette la nascita di utili sinergie e alimenta nuove idee

per l'Azienda; ci consente di individuare in anticipo l'evoluzione dei vari mercati e quindi offre un significativo contributo all'innovazione e alla gestione dei rischi.

Cooperazione con partner e consumatori

Partecipiamo a iniziative internazionali in collaborazione con i nostri partner finalizzate a importanti obiettivi come per esempio l'acquisto responsabile delle materie prime e degli ingredienti. Lo scambio di idee con i clienti dell'industria consente miglioramenti di processo che contribuiscono in modo decisivo alla conservazione delle risorse. Attraverso il dialogo diretto con i consumatori mediante linee telefoniche dedicate e ricerche di mercato, forniamo informazioni soprattutto in merito all'uso ecocompatibile dei nostri prodotti, ricevendo nel contempo utili indicazioni per lo sviluppo dei prodotti. Affinché la visione di responsabilità nella conduzione delle attività sia assimilata in profondità dai dipendenti e messa in pratica ogni giorno promuoviamo corsi di formazione e moduli di lavoro online comunicandone i risultati sull'intranet e nelle newsletter aziendali.



Dal 2005, Henkel India indice ogni anno un concorso nazionale per le scuole intitolato Eco-petition. Il vincitore riceve il premio "Henkel Enviro Care Award". Nel 2008 il tema del concorso era "l'Acqua". Nel corso di una videoconferenza, sei finalisti, selezionati su oltre 2.000 concorrenti, hanno presentato le loro idee a una giuria composta da dipendenti Henkel ed esponenti di organizzazioni non governative. Il primo premio è andato a Siddharth Banerjee della Father Angel School di Nuova Delhi che ha avuto l'idea di conservare le piante d'appartamento in contenitori di vetro chiusi per impedire all'acqua di evaporare.

Esempi del nostro approccio di dialogo, in linea con le esigenze degli stakeholder

Stakeholder	Tema
Dipendenti	» India: per acquisire maggiore consapevolezza sui temi del cambiamento climatico, l'8 agosto 2008 i dipendenti del sito di Chennai hanno organizzato la campagna "Lights Out 88888", spegnendo tutte le luci per 8 minuti alle 8:00. » Stati Uniti/Canada: la newsletter trimestrale "Going Green" informa i dipendenti di Industrial Adhesives sui temi e sulle tendenze di Sostenibilità più significative per i clienti.
Clienti e consumatori	» Italia: nell'ambito della campagna "Differenziati!", Henkel ha fornito ai supermercati di dieci comuni informazioni sul consumo sostenibile e sul modo corretto di smaltire i rifiuti. » Germania: Forum di Henkel sugli imballaggi: sviluppo di soluzioni di imballaggio sostenibili da parte di esperti esterni e interni.
Analisti e investitori	» Germania: prendendo in considerazione gli aspetti ambientali, sociali e di governance (ESG), il personale di Henkel ha avuto modo di discutere relazioni non finanziarie nel mercato dei capitali insieme a esperti finanziari.
Esponenti politici, autorità statali e organizzazioni non governative	» Spagna: i dipendenti della Ricerca e Marketing hanno discusso di consumo sostenibile insieme a organizzazioni non governative nell'ambito del World Conservation Forum della International Union for Conservation of Nature (IUCN).
Mondo scientifico	» Stati Uniti: alcuni ricercatori Henkel collaborano dal 2008 con l'Arizona State University per effettuare analisi sui cicli di vita.
Opinione pubblica e comunità locali	» Nuova Zelanda: per richiamare l'attenzione sul tema del riciclaggio dei rifiuti, i dipendenti locali Henkel hanno raccolto scarti di produzione organizzando l'iniziativa "Trash to Fashion" ("Rifiuti di moda") presso alcune scuole.

www.henkel.com/sr2008 → 33



Istruzione dedicata allo Sviluppo Sostenibile

Henkel affronta il tema della Sostenibilità anche al di fuori dell'azienda. Nel 2008 abbiamo avviato numerosi progetti e campagne dedicati in particolare all'Istruzione dedicata allo Sviluppo Sostenibile

Un esempio in Germania è il portale Internet "Save your Future" oggi disponibile solo in tedesco, (prossimamente anche in inglese) che permette ai giovani di scambiarsi idee sullo Sviluppo Sostenibile e organizzare insieme iniziative ed eventi.

www.save-your-future.com

In collaborazione con le Università tedesche di Rostock e Oldenburg abbiamo sviluppato materiale didattico, disponibile anche su Internet, per l'insegnamento della chimica nelle scuole che include tra l'altro esperimenti poco costosi per fare il bucato in modo più eco-compatibile. Questi materiali didattici vengono ora utilizzati in tutta la Germania nell'ambito di corsi di formazione per gli insegnanti. Sono stati già tradotti in inglese ed è prevista la loro traduzione in altre lingue come la loro divulgazione a livello internazionale in collaborazione con l'Unesco.

www.henkel.com/sr2008 → 34

Rating esterni

Anche nel 2008 le prestazioni di Henkel nell'ambito dello Sviluppo Sostenibile e della Responsabilità Sociale d'Impresa hanno inciso positivamente sugli indici.

www.henkel.com/sr2008 → 35

Rating e indici



Zurigo/New York: nel 2008 Henkel è stata nuovamente inclusa negli indici Dow Jones di Sostenibilità DJSI World (indice mondiale) e DJSI STOXX (indice europeo) tra le aziende leader nel settore dei prodotti di consumo per la casa.



Londra: per l'ottavo anno consecutivo Henkel figura nell'indice etico internazionale FTSE4Good.



Parigi: analogamente agli anni precedenti, anche nel 2008 Henkel figurava tra le 200 società mondiali incluse nell'Ethisphere Sustainability Index, nella categoria Pioneer.



Milano: Henkel è stata nuovamente inclusa negli indici etici ECPI EURO e ECPI GLOBAL. I due indici sono stati creati da E. Capital Partners nel 1999.



SARASIN

Basilea: anche nel 2008 la Banca Sarasin ha attribuito la votazione massima ("high") al nostro profilo di Sostenibilità.

Premi e classifiche

Francoforte: la Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (DVFA) – l'Associazione di categoria degli analisti finanziari – e il settimanale di economia *Wirtschaftswoche* conferiscono il premio annuale ESG Award all'azienda tedesca che ha ottenuto le prestazioni migliori nel campo dell'ambiente, Responsabilità sociale e Corporate Governance. A marzo 2008, Henkel ha vinto il premio nella categoria delle aziende incluse nel DAX (l'indice di borsa tedesco).



Il 5 dicembre 2008, a Düsseldorf, in occasione del primo Congresso tedesco sulla Sostenibilità, Henkel si è aggiudicata il premio di "Marchio più sostenibile" della Germania. In particolare è stato riconosciuto il suo impegno di lunga data a favore dello Sviluppo Sostenibile, che ha portato allo sviluppo di un'ampia strategia di Responsabilità Sociale d'Impresa. Il premio è stato ritirato a nome dell'Azienda da Kasper Rorsted (a destra), Presidente del Comitato Direttivo di Henkel, e dal Dr. Friedrich Stara, Responsabile della Divisione Detergenza.

Vienna: per la terza volta, il Center for Corporate Citizenship Austria (CCC-A) ha valutato l'impegno nella Responsabilità Sociale d'Impresa delle 100 maggiori aziende austriache. Ad aprile 2008, Henkel Central Eastern Europe non solo è risultata la prima nella sua categoria, ma ha anche meritato il primo posto nelle classifiche generali, con 82 punti su 100.

New York: nel giugno 2008, l'Ethisphere Institute di New York, e la rivista economica *Forbes* hanno annoverato Henkel nella loro lista di "aziende più etiche a livello mondiale". Le imprese vengono valutate nelle categorie: Corporate Governance, innovazione, stile dirigenziale, sistemi di gestione interna, gestione della reputazione e cittadinanza d'impresa.

Il Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile

Nel dicembre 2008, il Global Compact delle Nazioni Unite ha definito il nostro Rapporto del 2007 sullo Sviluppo Sostenibile "un'eccellente relazione sui progressi annuali". Delle circa 5.000 aziende che presentano un Rapporto su questo tema, solo 240 sono state incluse nei resoconti sui progressi più significativi conseguiti nell'applicazione dei dieci principi del Global Compact.

www.unglobalcompact.org

Contatti, colophon e altre pubblicazioni

Referenti in Henkel

Corporate Communications, sede centrale
Telefono: +49 (0)211-797-35 33
Fax: +49 (0)211-798-24 84
E-mail: ernst.primosch@henkel.com

Corporate Communications Italia
Referente: Cecilia de' Guarinoni
Telefono: +39 0235792435
Fax: +39 023574591
E-mail: cecilia.deguarinoni@it.henkel.com

Sostenibilità/Gestione CSR
Telefono: +49 (0)211-797-36 80
Fax: +49 (0)211-798-93 93
E-mail: uwe.bergmann@henkel.com

Investor Relations
Telefono: +49 (0)211-797-39 37
Fax: +49 (0)211-798-28 63
E-mail: oliver.luckenbach@henkel.com

Indirizzi Internet

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

PR: 06 - 09/2500

Edito da

Henkel AG & Co. KGaA
40191 Düsseldorf, Germania
© 2009 Henkel AG & Co. KGaA

Progetto e coordinamento editoriale:

Pubblicazioni aziendali:
Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Kathrin Zachary,
Wolfgang Zengerling
Sostenibilità/Gestione CSR:
Eva-Maria Ackermann, Uwe Bergmann,
Ines Biedermann, Christine Schneider

Traduzione versione italiana:

Eurologos Milano

Progetto e design: Kirchhoff Consult AG, Hamburg

Impaginazione grafica: workstation gmbh, Bonn

Foto e illustrazioni: Henkel, Oliver Blobel,
Caterine Bollinger, Olaf Döring, Andreas Fechner,
Tino Gil, Steffen Hauser, Christian Kruppa,
Bernhardt Link, Rolf Vennenbernd

Ulteriori pubblicazioni scaricabili da Internet

Relazione Annuale di Bilancio, Relazioni trimestrali,
Vision & Valori, Codice di Comportamento, Codice per il
Lavoro di Gruppo e la Gestione dei Collaboratori, Codice
aziendale di Sviluppo Sostenibile, periodico di ricerca
“in view of tomorrow”, Storia dell'Azienda, Henkel Smile

 www.henkel.com/publications



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

L'immagine di copertina è un collage composto con i ritratti di oltre 300 dipendenti e con i logotipi e le fotografie dei prodotti dei nostri marchi principali. Henkel ringrazia tutti i dipendenti che hanno accettato di mettere a disposizione la propria foto. 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 parole quali “aspettarsi”, “intendere”, “pianificare”, “prevedere”, “ritenere”, “valutare” e termini simili. Tali 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 differire concretamente 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 la futura situazione economica e le azioni della concorrenza e di altri attori del mercato. Henkel non prevede di aggiornare le affermazioni previsionali né si impegna a farlo.



A Brand like a friend