



Une équipe mondiale pour gagner ensemble

Rapport Développement Durable 2009

Performance en matière de développement durable et contenu du rapport

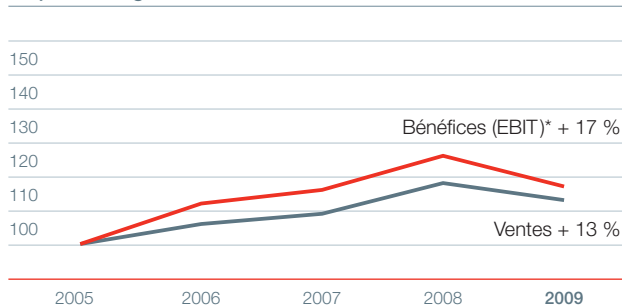
Performance en matière de développement durable de 2005 à 2009

Indicateurs environnementaux par tonne métrique produite

Charge polluante des eaux usées (émissions DCO)	-11 %	↘
Déchets	-12 %	↘
Dioxyde de carbone (CO ₂)	-25 %	↘
Energie	-26 %	↘
Eaux	-37 %	↘
Accidents du travail (par million d'heures travaillées)	-57 %	↘
Composés organiques volatils (COV)	-59 %	↘
Dioxyde de soufre (SO ₂)	-77 %	↘
Métaux lourds	+15 %	↗

Performance de l'entreprise de 2005 à 2009

En pourcentage - indice 2005



*2008 et 2009 : résultat d'exploitation (EBIT) après ajustements correspondant aux charges et produits exceptionnels ainsi qu'aux coûts de restructuration

Sommaire

- 1 Avant-propos
- 2 Henkel dans le monde
- 4 Valeurs et stratégie développement durable
- 6 Gestion du développement durable
- 8 Valeurs et management
- 11 Gestion des achats et des fournisseurs
- 12 Production et logistique
- 16 Indicateurs environnementaux
- 18 Marques et technologies durables
- 18 Détergents et produits d'entretien
- 22 Cosmétiques
- 26 Adhesive Technologies
- 30 Employés
- 34 Santé et sécurité au travail
- 35 Engagement social
- 37 Indicateurs sociaux
- 38 Dialogue avec les parties prenantes
- 40 Classements externes
- 41 Contact, crédits et publications complémentaires

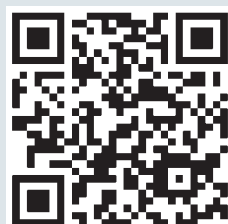
Informations complémentaires

Le Rapport Développement Durable 2009 contient de nombreux renvois à d'autres pages de ce même Rapport ou du Rapport Annuel, ainsi que des liens vers des informations complémentaires sur Internet. Toutes les références au contenu Internet sont accompagnées d'un numéro de référence. Pour les consulter, rendez-vous sur la page www.henkel.com/sr2008. Vous trouverez une liste de toutes les références accompagnées de leur numéro. De plus, notre site Internet permet de télécharger l'ensemble des Rapports Environnementaux et des Rapports Développement Durable publiés depuis 1992.

AR Annual Report (Rapport Annuel)

SR Sustainability Report (Rapport Développement Durable)

www Internet



Notre site Internet propose des informations actualisées sur divers aspects du développement durable. Si votre téléphone mobile est muni du logiciel adéquat, vous pourrez accéder à notre page d'informations en photographiant le « Quick Response » ci-contre.

Contenu de ce rapport

En 1992, Henkel a publié son premier Rapport Environnemental. Celui-ci a évolué et s'est étoffé par la suite pour devenir le Rapport Développement Durable actuel. Complété du Rapport Annuel et de notre site Internet www.henkel.com/sustainability, il constitue un concept de reporting intégré de l'entreprise. Vous trouverez des informations complémentaires grâce aux notes référant à d'autres publications de Henkel. **SR** Page 41.

Ce Rapport Développement Durable présente nos principales actions environnementales et sociales pour l'exercice fiscal 2009. Depuis notre adhésion au Pacte Mondial des Nations Unies en 2003, notre Rapport Développement Durable a servi également de base pour le rapport annuel d'activité désormais requis et dont les informations principales sont également disponibles sur Internet.

Le contenu du Rapport est le reflet des défis importants que nous devons relever en termes de développement durable. Les thèmes sélectionnés sont le fruit de notre dialogue permanent avec un large éventail de parties prenantes. Nous avons accordé une attention toute particulière au dialogue avec les experts internationaux du développement durable, aux exigences du Conseil européen de l'industrie chimique (CEFIC), aux critères de différentes agences de notation financières et environnementales, ainsi qu'aux recommandations de l'Initiative de Reporting Global (GRI). Un index détaillé du GRI, agrémenté de liens, est disponible sur Internet.

www.henkel.com/sr2009 → 1

Le Rapport Développement Durable couvre toutes les entités légales faisant partie du périmètre de consolidation financière. Les indicateurs environnementaux liés à la production prennent en compte les données provenant des sites de production de 57 pays différents. Ils couvrent plus de 95 % de la production mondiale de la Société. Henkel établit en toute transparence des rapports sur les accidents de travail graves, s'il s'en est produit au cours de la période de référence, et sur les mesures prises. Les accidents de travail sont comptabilisés selon un système de reporting cohérent couvrant près de 99 % des effectifs de Henkel. Les indicateurs sociaux, inclus pour la première fois en 2009, concernent près de 95 % de nos employés.

Une équipe mondiale pour gagner ensemble



Chers lecteurs,

Au cœur de la crise économique la plus difficile que nous ayons connue depuis plusieurs décennies, 2009 a également été pour nous une année de défis. En dépit de la conjoncture difficile, le développement durable et la responsabilité sociale demeurent néanmoins des facteurs de réussite à long terme et des moteurs d'innovation pour Henkel.

Les conditions sur nos marchés ont changé, et il nous a fallu répondre avec détermination. Certaines de ces mesures se sont malheureusement traduites par la mise en œuvre de plans sociaux. Cela a été douloureux, mais indispensable au maintien de la compétitivité de notre entreprise à long terme, et de notre capacité à nous développer de manière durable. Seule une entreprise solide économiquement pourra agir de manière responsable sur les plans social et environnemental.

Depuis 133 ans, au travers de nos marques et de nos technologies, nous nous efforçons de satisfaire les besoins actuels sans compromettre les chances de développement des générations futures. En effet, l'accroissement de la population mondiale s'accompagne d'une augmentation de son niveau de vie moyen et de sa consommation. Il en résulte une utilisation accrue des ressources et les émissions augmentent au niveau mondial. Aussi notre effort pour promouvoir une consommation durable reste-t-il l'une de nos priorités.

Notre ambition pour nos produits est d'allier la meilleure qualité possible à une protection efficace de l'environnement et à la responsabilité sociale. Pour réaliser cet objectif, nos équipes mondiales travaillent étroitement avec nos clients distributeurs et industriels, avec nos fournisseurs et avec les

instituts de recherche. Notre but est de développer une stratégie commune vers le développement durable.

Le développement durable est l'une des caractéristiques de Henkel et nous comptons renforcer davantage notre leadership dans ce domaine. Pour ce faire, nous avons ciblé nos processus d'innovation sur le développement durable dans l'ensemble de l'entreprise. Cela nous permet d'honorer nos promesses : tous les nouveaux produits Henkel contribuent au développement durable dans au moins l'un de nos cinq domaines d'action (l'énergie et le climat, l'eau et les eaux usées, les matériaux et déchets, la santé et la sécurité, et le progrès social). Nous sensibilisons nos clients et consommateurs sur l'existence de cette valeur ajoutée grâce aux informations produits.

Nos employés sont des acteurs essentiels au développement durable de notre entreprise. Nous investissons constamment dans la formation de notre personnel, ce qui permet à notre équipe mondiale de relever les défis que nous réserve l'avenir, en travaillant avec nos partenaires industriels et nos distributeurs aux quatre coins de la planète – car ce n'est qu'ensemble que nous pourrions pleinement réussir.

Kasper Rorsted
Président du Comité de Direction

Henkel dans le monde

Notre équipe mondiale contribue favorablement au développement régional.

» **133** années d'engagement continu en matière de développement durable et de responsabilité sociale d'entreprise (CSR) chez Henkel.

» Près de **50 000** employés en acceptent la responsabilité au sein de leur sphère d'influence et apportent une contribution essentielle au développement durable.

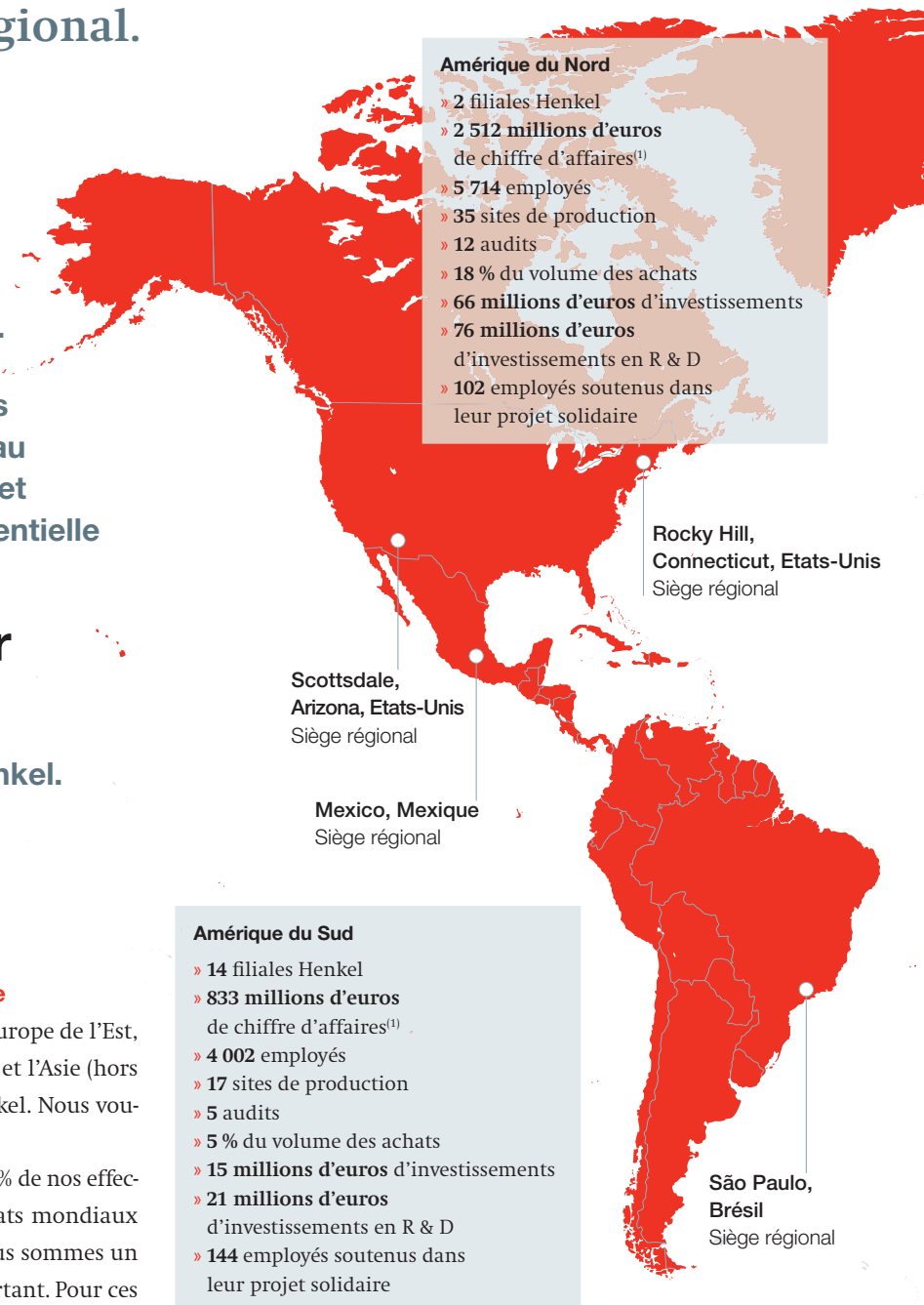
» Dans le **monde entier** de nombreuses personnes font confiance aux marques et aux technologies innovantes de Henkel.

Stratégies pour les marchés en croissance

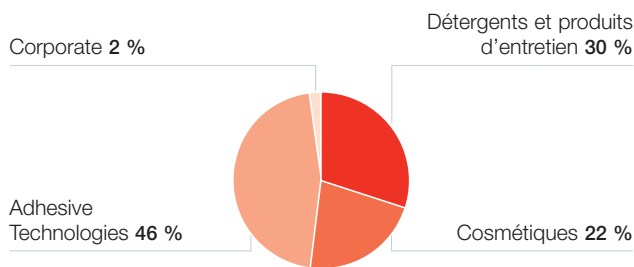
En 2009, les régions de croissance que sont l'Europe de l'Est, l'Afrique / Le Moyen Orient, l'Amérique Latine et l'Asie (hors Japon) ont représenté 38 % des ventes de Henkel. Nous voulons porter ce chiffre à 45 % en 2012.

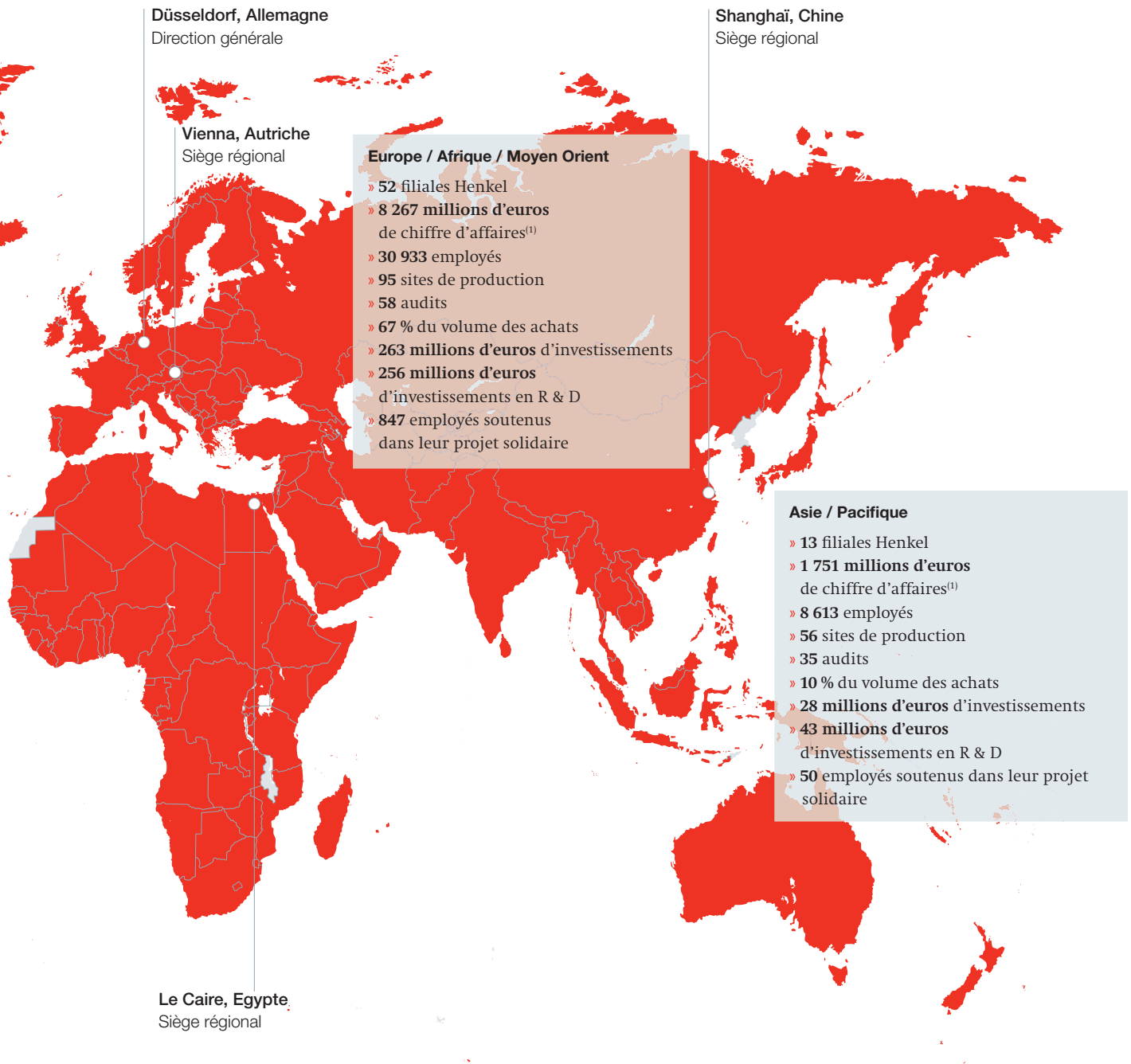
Ces régions emploient actuellement près de 54 % de nos effectifs, tandis que la part de nos volumes d'achats mondiaux atteint 27 %. Dans de nombreuses régions, nous sommes un employeur et un partenaire économique important. Pour ces régions de croissance, l'enjeu de la valeur ajoutée sociale des produits prend une plus grande dimension plus importante. Adapter nos produits aux besoins des consommateurs à faible revenu est pour nous, non seulement un potentiel économique très fort, mais également une contribution sociale positive en matière d'hygiène domestique et donc de santé. Nous adaptons nos produits aux spécificités locales, aux niveaux de vie, aux infrastructures ou aux besoins culturels, afin de mettre notre performance et notre qualité au service du plus grand nombre.

www.henkel.com/sr2009 → 2



Ventes par secteur d'activité

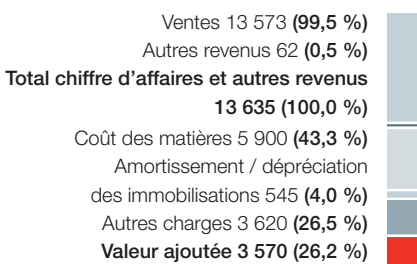




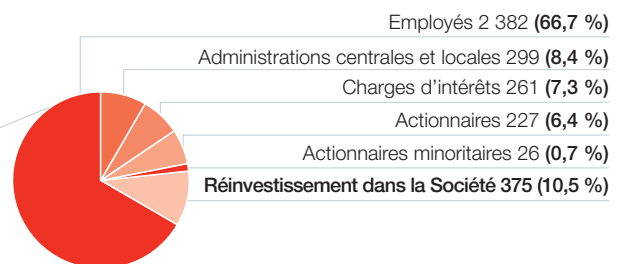
⁽¹⁾ Par situation géographique du client, hors Corporate (210 millions euros)

Ventilation des éléments de la valeur ajoutée 2009

En millions d'euros



Dont :



Notre stratégie développement durable

Grâce au travail d'équipe avec nos employés, nos consommateurs, nos clients industriels et nos distributeurs, nous impulsions un changement vers un développement durable – dans le monde entier, aujourd'hui et demain.

Un engagement global en faveur du développement durable

Nos activités s'inscrivent dans une optique durable. Cette attitude fait partie de nos valeurs d'entreprise depuis des décennies. Nous élaborons des produits, des technologies et des procédés qui répondent aux attentes les plus exigeantes. Nous assurons la sécurité et la santé de nos employés, la protection de l'environnement et la qualité de la vie dans toutes les régions dans lesquelles nous opérons. Nos ventes et nos profits sont le fruit d'actions responsables dans toutes nos branches d'activités – tout au long de la chaîne de création de valeur. Notre aspiration fondamentale, qui est de concilier économie, écologie et responsabilité sociale, est solidement ancrée dans notre identité et se décline dans nos paroles et dans nos actes au travers de notre philosophie d'entreprise. Cet « ADN » est à la source de notre

excellente réputation et de notre leadership sur le marché, dans le monde entier. Nous continuerons à promouvoir le développement durable dans l'ensemble de notre entreprise et à travers le monde. Aux quatre coins du globe, chacun de nos 50 000 employés endosse cette responsabilité au travers de ses efforts quotidiens dans sa propre sphère d'influence.

Le développement durable au cœur de la stratégie

Tout au long de la chaîne de valeur, nous mettons systématiquement l'accent sur la problématique du développement durable telle qu'elle s'applique à nos activités. Nous avons regroupé ces défis en cinq grands secteurs de mobilisation, qui permettent de mesurer l'impact de nos actions. L'importance de ces problématiques augmentera avec

Secteurs de mobilisation et objectifs pour 2012

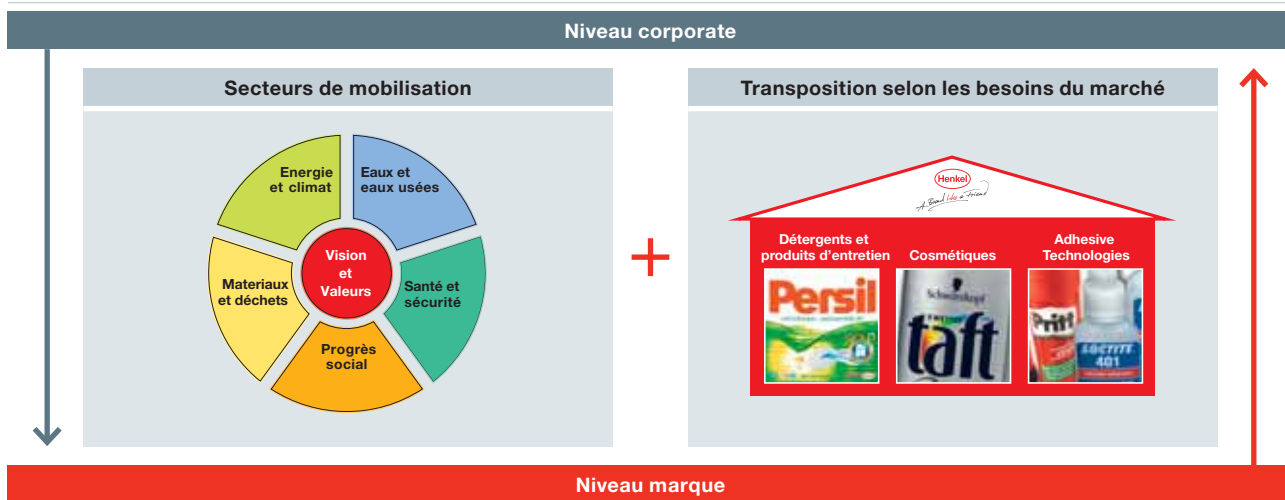


Au cœur de notre engagement, figurent également les objectifs suivants :

- Tous nos nouveaux produits contribuent au développement durable dans au moins l'un de nos secteurs de mobilisation.
- Tous les employés bénéficient d'une formation initiale et continue qui leur permet de disposer des qualifications adéquates aux fonctions qu'ils occupent.
- Tous nos fournisseurs stratégiques respectent nos exigences en termes d'éthique d'entreprise.

⁽¹⁾ Cible par tonne métrique, année de référence 2007

Le développement durable : un facteur clé de succès



Henkel s'engage à conduire ses activités dans le monde d'une manière durable et socialement responsable. Nos marques respectent cet engagement en conciliant qualité supérieure et contributions au développement durable. Cette concentration commune sur des défis majeurs et des applications spécifiques aux différents marchés renforce la confiance en nos marques et technologies et dans notre Société.

la croissance continue de la population mondiale, l'augmentation du niveau de vie et de la consommation qui en résulte. Nous nous efforçons de contribuer au progrès de chacun de ces cinq secteurs de mobilisation au travers de nos activités commerciales et de nos produits. Notre Vision et nos Valeurs sont au cœur de notre action. Dès les années 1980, dans nos « Principes et Objectifs pour la protection de l'environnement et la sécurité », nous nous sommes engagés à promouvoir la santé et la sécurité au travail, la préservation des ressources et la réduction des émissions. Sur la base des progrès réalisés à l'échéance 2007, nous avons fixé des objectifs à l'échelon du groupe pour les cinq années à venir, c'est-à-dire à l'horizon 2012. www.henkel.com/sr2009 → 5

Les contributions à nos priorités stratégiques

Nous sommes convaincus que notre concentration sur le développement durable permettra d'augmenter la valeur à long terme de notre entreprise et de concrétiser nos priorités stratégiques. [AR Pages 35 à 36](#). La responsabilité sociale du groupe renforce la motivation de nos employés et leur identification à l'entreprise, et crée ainsi les fondations d'une équipe mondiale solide. L'excellence en termes de performance et la responsabilité envers les personnes et l'environnement génèrent des produits de plus en plus efficaces et des solutions techniques toujours plus pointues. Par conséquent, le développement durable constitue un moteur essentiel de l'innovation et une ressource vitale en vue de l'exploitation de tout le potentiel de nos activités. La richesse de notre expérience, acquise au cours de plusieurs décennies, nous permet d'offrir des solutions efficaces à nos clients et de nous positionner comme un partenaire leader. Parallèlement, la complémentarité entre l'entreprise et les marques renforce notre crédibilité et garantit notre reconnaissance.

[SR](#) Voir illustration en haut de la page.

Le développement durable, un défi sociétal

Il existe un lien indissociable entre notre réussite commerciale, nos clients industriels et distributeurs, et nos consommateurs. Il en est de même de nos efforts pour parvenir au développement durable. C'est pourquoi nous coopérons étroitement avec nos partenaires tout au long de la chaîne de valeur pour relever ensemble le défi mondial que représente le développement durable. Nous capitalisons sur notre expérience et notre position de leadership dans ce domaine pour contribuer activement au débat sur les modes de vie responsables des générations futures. Nous concrétisons cet engagement au travers d'associations nationales et internationales, de groupes de travail et de séminaires – par exemple au sein du Conseil Mondial des Entreprises pour le développement durable (WBCSD), de l'initiative « Forum Waschen » (Forum sur la lessive) regroupant différentes parties prenantes, avec le Centre de Collaboration de l'Institut UNEP / Wuppertal pour une production et une consommation durable (CSCP) et le Forum sur les Biens de Consommation créé en 2009.

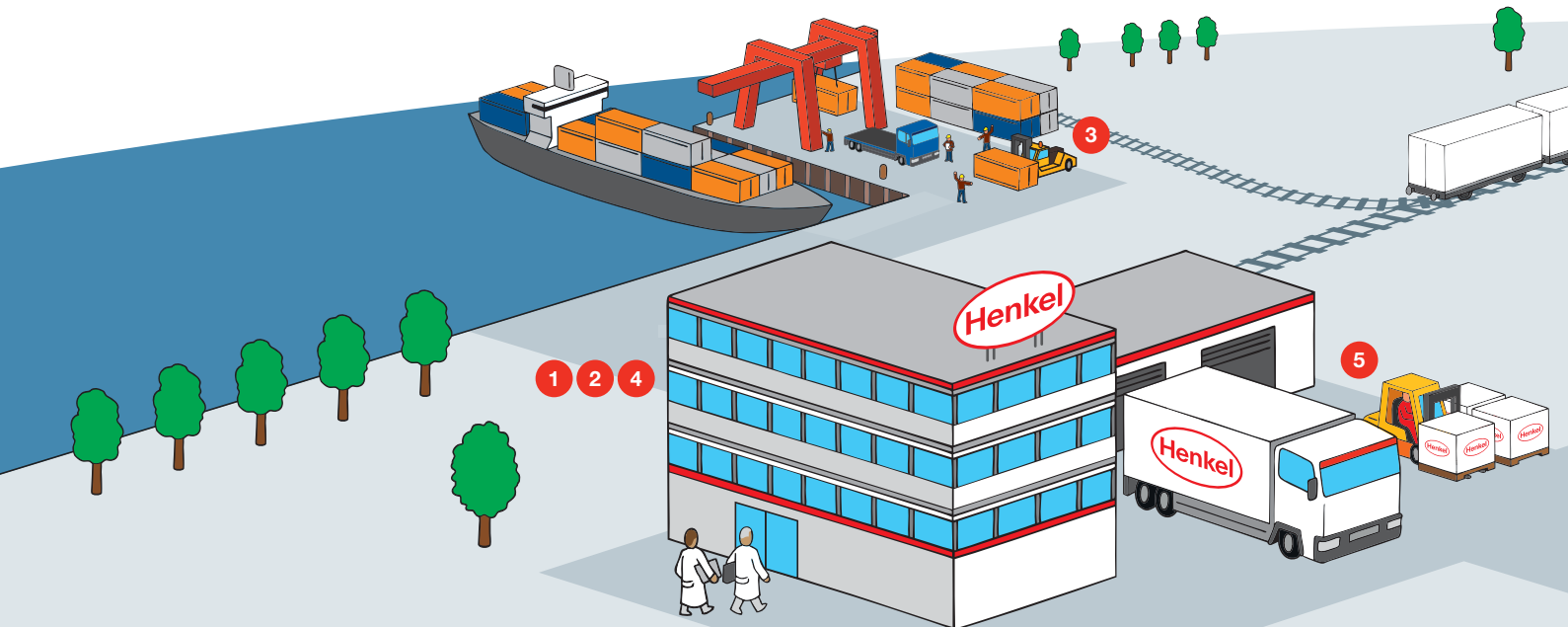
Dialogue avec les parties prenantes

Nous considérons que le dialogue avec nos partenaires constitue un moyen d'identifier en amont les besoins de nos différents marchés et ainsi d'orienter nos activités futures. Grâce à notre dialogue avec les différents acteurs de la société civile, de nouvelles idées voient le jour et s'insèrent dans le développement et le reporting de notre stratégie.

[SR](#) Page 38. www.henkel.com/sr2009 → 6

La responsabilité tout au long de la chaîne de valeur

Notre stratégie de développement durable couvre l'intégralité des étapes de la chaîne de valeur. L'objectif de notre équipe mondiale est d'améliorer la performance de notre entreprise et de nos produits en termes de développement durable et ce dans tous les domaines.



1. Recherche et développement

L'innovation est la base de la réussite économique et la clé pour un développement durable. Cela nécessite un degré élevé d'innovation. En 2009, Henkel a employé environ 2 800 personnes et investi 396 millions d'euros en recherche et développement. Depuis 2008, nos procédés d'innovation standardisés à l'échelle de l'entreprise ont été systématiquement appliqués dans les secteurs de mobilisation de Henkel. Cela nous permet de respecter notre engagement : tous les nouveaux produits contribuent au développement durable dans l'un au moins de nos secteurs de mobilisation. [SR Page 4](#), [AR Pages 53 à 55](#). www.henkel.com/innovation

2. Sécurité des produits

Nos clients et nos consommateurs peuvent être assurés que les produits Henkel sont sûrs dès lors que les conditions d'utilisation sont respectées. Nos matières premières et produits finis sont soumis à de nombreux tests et études. Pendant la phase de recherche et de développement, nous étudions de manière exhaustive la compatibilité des matières premières avec la santé et l'environnement. Nous évaluons les risques pour chaque nouveau produit ou procédé. Dès le début, l'utilisation de substances comportant certains risques est interdite pour certaines applications. Henkel ne procède pas à des tests sur les animaux, à moins que cela ne soit exigé par la loi et qu'il n'existe pas de méthode alternative. Henkel a mené des recherches fructueuses afin de développer des méthodes de tests alternatives dès le début des années 1980.

www.henkel.com/sr2009 → 7

3. Matières premières

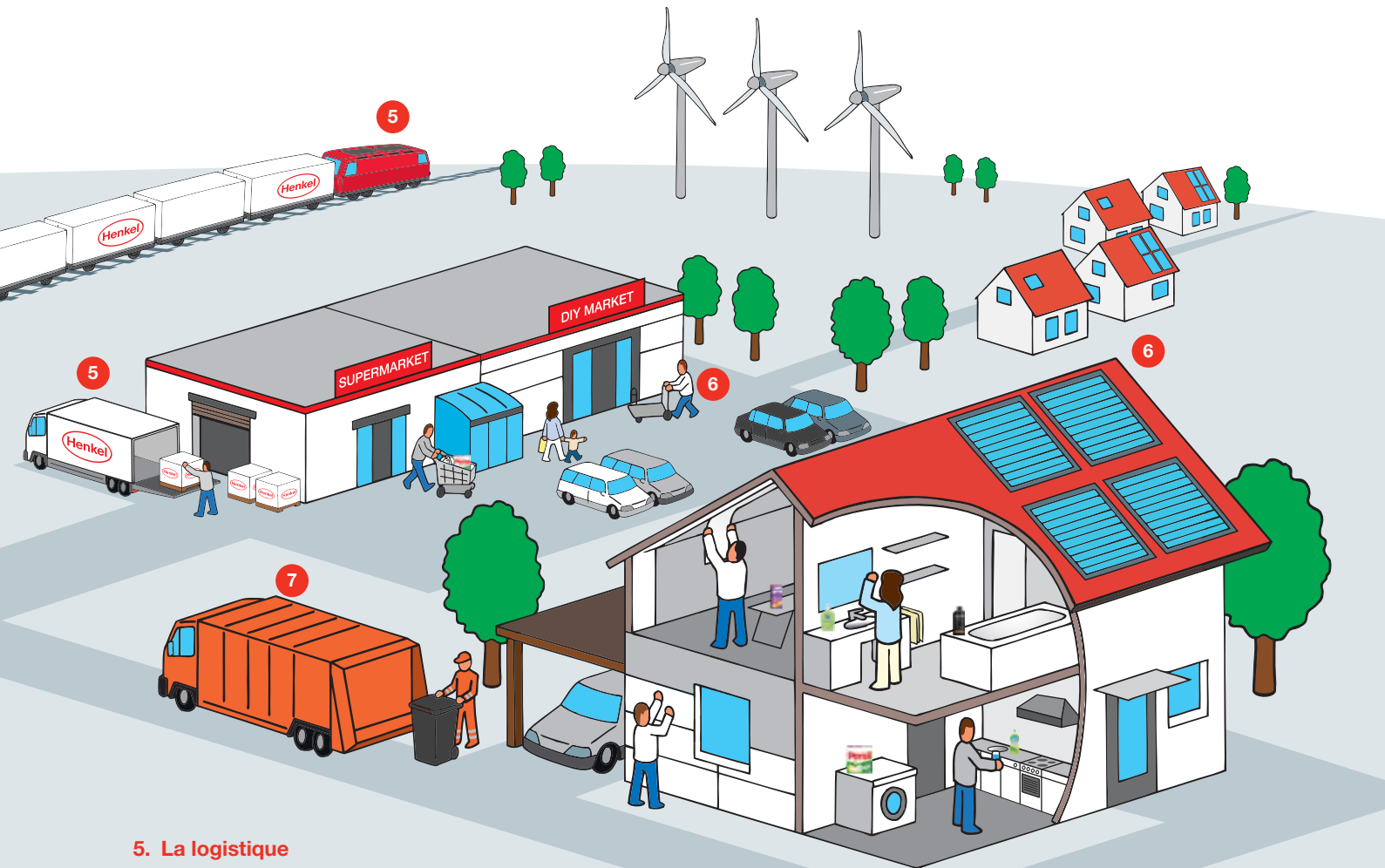
Le développement durable englobe la gestion responsable des matières premières, la préservation des ressources naturelles et de la biodiversité. Depuis de nombreuses années, nous utilisons des ingrédients issus de matières premières renouvelables afin d'améliorer les caractéristiques générales de nos produits, partout où cela est compatible avec les impératifs écologiques, économiques et sociaux. Parmi nos objectifs essentiels figure le remplacement des ingrédients dérivés du pétrole. Les matières premières renouvelables constituent déjà des composants essentiels dans bon nombre de nos produits.

www.henkel.com/sr2009 → 8

4. Production

L'amélioration constante de nos procédés et de la structure de nos sites, de même que la réduction de la consommation des ressources et la préservation de l'environnement font intégralement partie de notre engagement de qualité. Le transfert de connaissances et de nouvelles technologies entre nos sites nous permet de déployer des procédés de production sûrs et respectueux des ressources partout dans le monde. Nous sommes ainsi capables de contribuer plus fortement à la réalisation de nos objectifs concernant la sécurité au travail et l'environnement. Grâce aux économies d'énergie réalisées et à la réduction des émissions de dioxyde de carbone engendrées, nous contribuons activement à la protection du climat. [SR](#)

[Pages 4 et 5, 12 à 17](#). www.henkel.com/sr2009 → 9



5. La logistique

Nous examinons attentivement les modes de transport et de stockage de nos produits, de même que nos déplacements professionnels et les véhicules de société, dans un effort résolu pour réduire notre bilan carbone opérationnel dans tous les domaines. Nous nous efforçons plus particulièrement de réduire la complexité de notre réseau de distribution et d'accroître la collaboration avec d'autres entreprises en matière de fret. Nous veillons ainsi à ce que nos produits atteignent le consommateur en empruntant le chemin le plus direct. L'un des critères de choix de nos partenaires logistiques est le rendement énergétique de leur flotte de véhicules. [SR](#) Pages 14 et 15. www.henkel.com/sr2009 → 10

6. Utilisation : promouvoir la consommation durable

Dans l'effort pour promouvoir un développement durable, les rôles des entreprises, des clients et des consommateurs sont étroitement imbriqués. Cela provient du fait que l'empreinte écologique de beaucoup de produits de consommation dépend non seulement de facteurs de production mais également, dans une large mesure, de leur utilisation efficace par les consommateurs. Les marques et les technologies Henkel sont utilisées quotidiennement dans des millions de foyers et dans des procédés industriels. Par conséquent, nos produits disposent d'un potentiel important dans la résolution des défis sociaux tels que le change-

ment climatique, la préservation des ressources et l'hygiène. Ils permettent aux clients et aux consommateurs de faire un usage plus efficace des ressources telles que l'énergie et l'eau. Grâce à une communication ciblée, nous nous efforçons de promouvoir le concept d'une consommation durable auprès de nos clients et consommateurs, et ainsi de les inciter à utiliser nos produits de manière responsable. [SR](#) Pages 18 à 29. www.henkel.com/sr2009 → 11

7. Emballages et élimination des déchets

Après usage, les détergents et produits d'entretien, de même que les cosmétiques et articles de toilette sont évacués dans les eaux usées. Grâce aux formules élaborées par Henkel, leur utilisation n'a pas d'impact sur la vie aquatique. Les eaux usées issues des applications industrielles sont prétraitées à l'aide des technologies les plus avancées pour extraire les substances nocives et les éliminer professionnellement. Afin de réduire le volume des déchets d'emballages produits par nos clients et consommateurs, nous développons des solutions innovantes de conditionnement. Dans l'ensemble de l'entreprise, nous suivons trois principes en ce domaine : prévention, réduction et recyclage. www.henkel.com/sr2009 → 12

Normes et management

Seule une activité honnête est une bonne activité. Nos codes et nos normes s'appliquent dans le monde entier à tous nos employés, sites, fournisseurs et partenaires commerciaux.

Un management fondé sur des normes internationales

A partir de notre Vision et de nos Valeurs d'Entreprise, nous avons formulé des règles de comportement strictes applicables au niveau international, définies dans une série de codes et de normes. Dans tous les secteurs d'activité et toutes les cultures, elles offrent à tous nos employés des orientations en termes de comportement et d'action.

Le Code de déontologie contient des règles et des principes généraux de comportement qui aident les employés à répondre correctement et de manière adéquate aux questions éthiques et juridiques auxquelles ils sont confrontés. En 2008, ce Code a été enrichi de directives détaillées pour donner à nos employés des instructions sur la manière de résoudre des situations impliquant des conflits d'intérêt, des dons et des invitations personnelles liées à l'activité commerciale. Elles insistent sur l'interdiction formelle de toute forme de corruption, de l'acceptation d'avantages et autres pratiques commerciales déloyales.

Les Principes de Coopération et de Management offrent des directives de conduite au personnel d'encadrement et aux employés de tous les niveaux.

Le Code du développement durable décrit nos principes en matière de pratiques commerciales durables et de responsabilité sociale d'entreprise. Il se concrétise par des normes applicables dans toute l'entreprise dans les domaines de la sécurité, de la santé et de l'environnement, ainsi que par des normes sociales et d'achat. Nous avons intégré à ces normes les principes directeurs de l'OCDE pour les entreprises multinationales, les standards de responsabilité sociale (SA 8000) et les directives de l'Organisation Internationale du Travail (OIT).

www.henkel.com/sr2009 → 13

Ensemble, ces codes et normes représentent les fondements de la mise en œuvre par Henkel de l'initiative du Pacte Mondial des Nations Unies. www.henkel.com/sr2009 → 14

Des responsabilités clairement définies

Nos codes et normes applicables au niveau international sont renforcés par des systèmes de gestion intégrée et une structure organisationnelle dotée de responsabilités clairement définies.

SR Voir le diagramme page 9.

Le Responsable de la Conformité s'emploie à appliquer et à développer en permanence les codes et normes de la Société. Sous l'autorité du Président Directeur Général, il surveille et établit des rapports sur l'application et le respect des réglementations internes et externes. Il est secondé par le département des audits internes qu'il dirige personnellement, ainsi que par 50 agents de conformité nommés localement dans le monde entier. Ensemble, ils organisent des formations coordonnées au niveau régional afin que l'information puisse circuler sans heurts et que les réglementations soient mises en application rapidement. Ils signalent également les violations et les mesures prises en conséquence. Au vu de la complexité croissante des réglementations internationales sur la protection des données, notre responsable de la protection des données pour l'entreprise fait partie de notre système de conformité en 2009, avec pour mission de gérer ce thème capital pour Henkel.

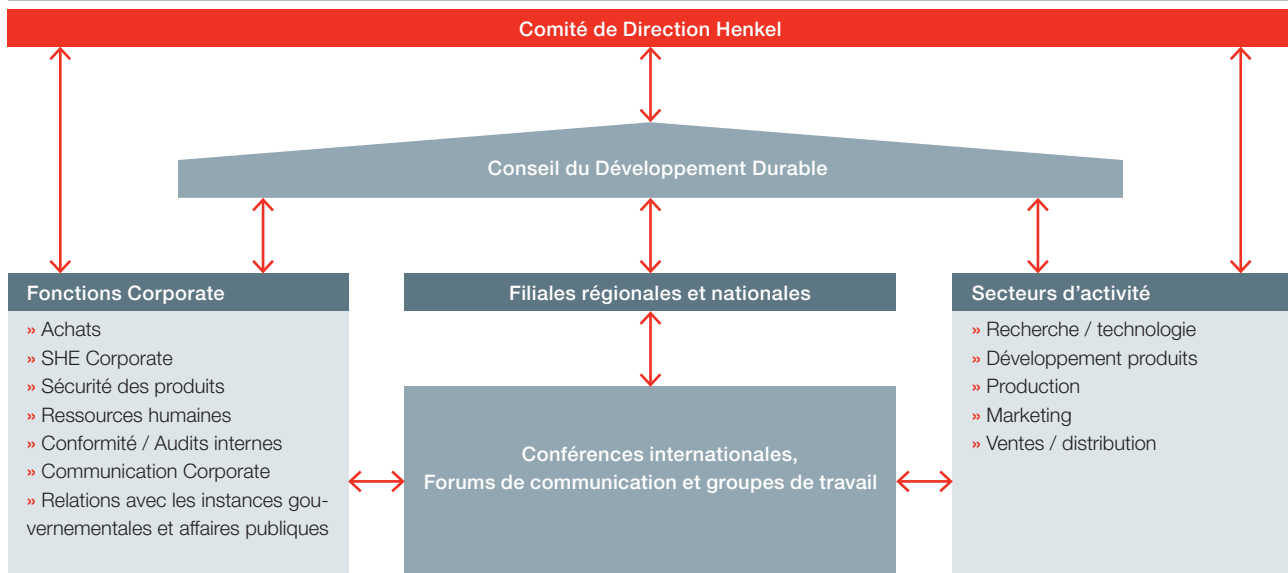
www.henkel.com/sr2009 → 15



Séminaire sur la protection des données chez Henkel

En novembre 2009, les agents de protection des données se sont réunis lors d'un séminaire d'une journée à Düsseldorf pour débattre d'un management plus efficace des employés, des clients et des consommateurs. Ensemble, ils ont tracé les contours de directives sur la protection des données d'entreprise intégrant les dernières exigences légales au niveau international.

Organisation du développement durable



Le Comité de Direction de Henkel assume la responsabilité générale de nos politiques de développement durable. Le Conseil du Développement Durable, dont les membres sont issus de tous les secteurs de l'entreprise, est dirigé par le Président Directeur Général. En tant qu'organe décisionnaire central, il gère les activités internationales sur le développement durable. Ses membres représentent l'ensemble des secteurs d'activités et des services fonctionnels. www.henkel.com/sr2009 → 16

Un rejet très clair des pratiques commerciales indésirables

Henkel évolue sur divers marchés et régions tous dotés de systèmes juridiques, de normes sociales et d'usages propres. L'offre et l'acceptation d'avantages personnels par exemple, sont considérées très différemment d'une région à l'autre. Beaucoup de nos employés travaillent dans des pays où, selon des enquêtes effectuées par Transparency International, le risque d'être confronté à des pratiques de corruption est très élevé. Henkel s'oppose résolument aux violations des lois, normes et réglementations. Notre Code de déontologie définit clairement le comportement attendu de tous les employés de Henkel. Pour éviter certaines incertitudes ou conflits dans les situations que nous rencontrons quotidiennement, nos centres de formation à la conformité associent

des cours et des actions de communication sur mesure adaptés aux régions spécifiques.

Les questions de conformité sont traitées en profondeur dès le séminaire de bienvenue aux nouveaux cadres. Elles sont également incluses dans tous les séminaires de l'Académie Internationale Henkel. Au travers de formations régulières organisées par le Département des Audits internes de l'entreprise, nos cadres supérieurs se familiarisent avec les normes d'entreprise de Henkel. Des lettres d'information destinées à des publics cibles contribuent également au partage de connaissances dans ce domaine. L'e-learning est utilisé de manière accrue pour traiter un large éventail de thèmes et simuler des situations de décision. En 2009, la totalité de nos cadres supérieurs a suivi le nouveau cours d'e-learning sur la conformité. De plus, depuis 2009, chaque cadre doit confirmer, lors des entretiens de réalisation des objectifs, qu'il a mis en application toutes les normes et législations applicables.

100 %
de nos cadres supérieurs ont suivi le nouveau cours d'e-learning sur la conformité en 2009

Nous dispensons des formations dans tous les domaines où la législation anti-trust est particulièrement pertinente, et en particulier le marketing, les ventes et la distribution, ainsi que les achats. Nous avons poursuivi dans cette voie en 2009, et près de 700 employés ont suivi une formation en Europe et en Asie. La majorité de nos employés des domaines concernés a donc suivi des cours sur la législation antitrust.

Gouvernance d'entreprise chez Henkel

Si l'on considère les aspects spécifiques à sa structure juridique et à ses statuts, Henkel AG & Co. KGaA se conforme aux recommandations principales du Code de gouvernance des entreprises allemand, à deux exceptions près. Les rémunérations du Comité de Direction suivent également ses directives. Nous publions des informations complètes, relatives notamment à la déclaration de conformité et au rapport sur les rémunérations, dans notre Rapport Annuel et sur Internet.

AR Pages 22 à 26. www.henkel.com/sr2009 → 17



**Entretien avec Dirk-Stephan Koedijk,
Membre du Conseil du Développement Durable
Henkel, Responsable de la Conformité**

Depuis fin 2007, vous avez veillé sur le respect des Valeurs Henkel au niveau international en tant que Responsable de la Conformité. Pourquoi Henkel a-t-elle besoin d'une organisation telle que la vôtre ?

Dirk-Stephan Koedijk : Dans le cadre de nos activités commerciales, nous sommes confrontés à des systèmes de valeurs et de réglementations différents. Il est grandement recommandé de conseiller et d'apporter un soutien à nos employés concernant leur comportement. Nous sommes également convaincus qu'à long terme, seule une entreprise honnête est une entreprise saine. Cette démarche joue un rôle marketing positif et fait de Henkel un partenaire attrayant. Pour nos employés, un environnement professionnel juste constitue un facteur très important. Des pratiques malhonnêtes dégraderaient notre image et nuiraient à notre santé économique. Par conséquent, nous nous opposons résolument à toute violation de nos normes, sous forme de corruption ou de concurrence déloyale par exemple. Cela s'applique également dans des régions où de telles pratiques pourraient sembler normales.

En 2009, Henkel a résilié 67 contrats de travail à la suite de violations du Code de déontologie. Quelles en ont été les causes les plus fréquentes ?

Dirk-Stephan Koedijk : Le risque de vol, fraude, corruption, évasion fiscale, et le non-respect des lois et des normes sont toujours présents. Cependant, au quotidien, le problème le plus fréquent est le conflit d'intérêts. Par exemple lorsque le personnel accepte des cadeaux, cela peut influencer son impartialité lorsqu'il prend des décisions. C'est pourquoi nous anticipons en prodiguant des conseils et des formations, pour nous assurer que de tels conflits ne se produisent pas en premier lieu. Tous les employés sont invités à me contacter ainsi que mon équipe à tout moment. Nous répondons à leurs requêtes dans les 24 heures.

D'après vous, où se situent les défis futurs ?

Dirk-Stephan Koedijk : Nous avons déjà établi une excellente réglementation. Nous devons maintenant travailler pour obtenir une compréhension uniforme. Nous continuerons à promouvoir ces principes à travers nos formations, notre communication et des audits réguliers. Chez Henkel, la tolérance zéro n'est pas une expression vide de sens. Nous conduisons toutes nos affaires de manière irréprochable du point de vue éthique et légal. Nul ne peut l'ignorer impunément. De même, il est de notre devoir, en tant qu'entreprise internationale, de prendre la responsabilité pour toute notre chaîne de fournisseurs. Nous allons intégrer davantage nos fournisseurs et nos autres partenaires commerciaux dans nos contrôles de conformité.

Mise en œuvre de nos normes

Les audits réguliers sur nos sites de production et administratifs et, de manière accrue, les audits de nos sous-traitants et centres de logistique, tiennent une place importante dans la mise en pratique de nos normes sociales et environnementales. En 2009, nous avons mené 110 audits au total. Des audits intégrés sur la sûreté, la santé et l'environnement (SHE) ont été effectués sur 35 sites, donnant lieu à 502 actions de correction strictes. Les déficiences incluaient, par exemple, l'absence d'équipement de protection réglementaire et des issues de secours peu accessibles. Ces exemples soulignent le besoin de constamment sensibiliser sur les mesures de sécurité. **SR** Page 14.

Lors des audits, environ 2 130 actions individuelles ont été convenues avec les services de comptabilité, des achats, des ventes / distribution, du marketing, des technologies de l'information et de la production, afin de rendre les procédés et flux des tâches plus sûrs et plus efficaces. La mise en œuvre des actions convenues et une large communication d'exemples de bonnes pratiques sont gérées par notre département d'audit interne d'entreprise.

Depuis 2007, nous avons complété nos canaux de reporting interne et de réclamations par une « hotline » de conformité destinée à permettre aux employés de signaler les violations majeures de nos codes et de nos normes. Celle-ci est gérée par un prestataire externe indépendant et fonctionne actuellement dans 38 pays. Des évaluations régulières montrent, cependant, que peu de plaintes sont signalées via la « hotline ». Les canaux de reporting internes existants et les correspondants directs au sein de la Société sont encore bien plus utilisés que la « hotline ».

Tolérance zéro pour les violations des réglementations

Les comportements incorrects ne servent jamais les intérêts de Henkel. Ils ébranlent la concurrence loyale, détériorent le climat de confiance et nuisent à notre image. De plus, nos employés attachent une grande importance à évoluer dans un environnement professionnel correct et éthiquement irréprochable. Malheureusement, les fraudeurs volontaires peuvent repérer des failles dans les systèmes de conformité – ce que Henkel a dû reconnaître en 2009, après avoir découvert des contrats fictifs intentionnels. Afin de corriger cette affaire le plus rapidement possible, Henkel a coopéré avec le bureau du procureur. Nous réagissons énergiquement à toute violation des lois, de nos codes et normes et prenons, si nécessaire, des mesures disciplinaires. En 2009, 18 employés ont reçu des avertissements par écrit, et 67 autres ont été licenciés. **www.henkel.com/sr2009** → 18

Gestion des achats et des fournisseurs

Nos exigences envers nos fournisseurs

Les entreprises ont le devoir d'étendre leur responsabilité à leur chaîne d'approvisionnement. Nous attendons de nos fournisseurs qu'ils respectent nos règles d'éthique corporate. Dans nos procédures de sélection, nous tenons compte de leur performance en termes de développement durable et de responsabilité sociale d'entreprise. Cette procédure découle de nos normes d'entreprise en matière d'achats et des normes en matière de sécurité, d'hygiène et d'environnement, que nous avons déjà formulées en 1997. www.henkel.com/sr2009 → 19

Evaluation de notre base de fournisseurs

Notre base de fournisseurs actuelle comprend des fournisseurs et d'autres partenaires commerciaux issus de 104 pays. Près de 80 % de notre volume d'achats provient de l'Organisation pour la Coopération et le Développement en Europe (OCDE). Nous avons cependant commencé à rechercher de nouvelles sources pour les achats dans des pays qui ne sont pas membres de l'OCDE. Cela n'affectera pas nos demandes envers nos fournisseurs et autres partenaires commerciaux. Cependant, nos évaluations de fournisseurs mettront davantage l'accent sur les risques liés aux pays fournisseurs que sur les volumes d'achats.

80 %
de notre volume
d'achats provient
des pays de l'OCDE

l'Organisation pour la Coopération et le Développement en Europe (OCDE). Nous avons cependant commencé à rechercher de nouvelles sources pour les achats dans des

Instruments d'évaluation de nos fournisseurs

Nous évaluons nos fournisseurs en plusieurs étapes et à l'aide de quatre instruments : un Code des fournisseurs, une auto-évaluation, des audits et le développement futur.

» **Le Code des fournisseurs** : l'aspect le plus important de notre travail en 2009 a été l'introduction d'un Code des fournisseurs applicable à l'échelle internationale qui sert de base à toutes nos relations contractuelles. Cela fait partie d'une initiative multi-sectorielle de l'Association allemande pour la gestion du matériel, des achats et de la logistique (BME). Le code est basé sur les dix principes du Pacte mondial des Nations Unies et peut donc être utilisé au plan international. A l'avenir, l'adhésion au code des fournisseurs et par conséquent aux principes du Pacte mondial sera une condition requise pour les nouveaux fournisseurs qui souhaitent établir une relation contractuelle avec Henkel.

» **L'auto-évaluation** : nous poursuivons également une stratégie d'auto-évaluation des fournisseurs à l'aide de questionnaires spécifiques à chaque secteur. Cette activité met en avant nos attentes en matière de sécurité, de santé, d'environnement, de qualité, de droits de l'homme, de règles de conduite pour les employés et de lutte contre la corruption. En 2009, 74 % des fournisseurs et partenaires

commerciaux ayant subi l'évaluation ont satisfait à nos critères de développement durable, tandis que 26 % ont accepté de mettre en œuvre des mesures complémentaires concernant des points individuels. Lorsque nous constatons des pratiques commerciales inacceptables, nous pouvons mettre fin à la relation contractuelle en guise de sanction finale.

» **Audits et évaluation des risques** : l'extension de notre programme d'audits à toute notre chaîne de fournisseurs constituera le cœur de notre travail dans les années à venir. Nous avons l'intention d'augmenter d'année en année le pourcentage de notre volume d'achats issu de fournisseurs audités jusqu'en 2012. L'évaluation des risques sera renforcée dans les pays associés à des niveaux élevés de risque par les institutions internationales.

» **Développement futur** : l'objectif des évaluations menées sur nos fournisseurs n'est pas tant de nous protéger de manière formelle quant à notre réputation ou aux plaintes légales, mais plutôt de travailler en équipe dans le but d'améliorer la durabilité de notre chaîne d'approvisionnement. Cette durabilité peut s'exprimer par exemple au travers de transferts de connaissances et d'une formation continue concernant l'optimisation des procédés, l'utilisation efficace des ressources et les normes environnementales et sociales. Cela inclut notre implication dans la Table Ronde pour l'Huile de Palme Durable (RSPO) qui promeut un modèle de certification et de marketing pour que l'huile de noyau de palme soit extraite de palmiers cultivés selon des principes durables. En 2008, nous avons acheté ces certificats pour la première fois. Nous comptons franchir de nouvelles étapes pour que, dès 2015, l'ensemble de notre portefeuille de produits soit entièrement composé d'huile de palme et de noyau de palme certifiés. [SR](#) Pages 20 et 21.

Des normes de gestion des achats solidement implantées

Afin de pouvoir assumer notre responsabilité dans le monde entier, il est capital que les principes du développement durable soient compris et appliqués internationalement dans l'ensemble de notre système des achats. Nous avons par conséquent mis sur pieds un programme de formation international concernant nos Normes de gestion des achats, qui ont été révisées en 2009. Six formations régionales ont d'abord été organisées à destination des cadres responsables des différents pays pour expliquer les nouvelles directives, y compris les exigences obligatoires quant au profil de durabilité de nos fournisseurs. Des formations ont ensuite été dispensées localement pour diffuser ce contenu à près de 90 % de notre personnel des achats. En 2010, des actions de formation plus détaillées vont se poursuivre.

Production et logistique

A travers nos sites de production répartis dans 57 pays, nous stimulons le développement économique en tant qu'employeur et entrepreneur local.

Une production efficace, partie intégrante de notre engagement qualité

Henkel gère des sites de production dans 57 pays. Nous possédons également des sites administratifs, de recherche, de vente et de marketing, ainsi que des entrepôts et des antennes logistiques dans de nombreux pays. En tant qu'employeur et entrepreneur local, nous pouvons dès lors stimuler le développement économique de nombreuses régions. Les produits et les technologies de grande qualité impliquent la mise en oeuvre de sites de production efficaces et modernes. L'amélioration constante de nos procédés et de nos structures, tout comme la réduction de la consommation des ressources et des nuisances environnementales, font entièrement partie de notre engagement de qualité. Cela inclut le transfert des connaissances et des nouvelles technologies à l'échelle mondiale.



Un concours sur les économies d'eau

A l'aide d'appareils de mesure modernes, l'équipe de l'usine de Kilsyth en Australie a repéré les principaux points de consommation d'eau dans les zones de production et administratives. De nombreuses mesures d'amélioration ont alors été entreprises, depuis la formation du personnel sur l'utilisation économe de l'eau jusqu'à la réutilisation d'eaux de rinçage en production. Aujourd'hui, trois nouveaux réservoirs collectent jusqu'à 75 000 litres d'eau de pluie, qui sont ensuite réutilisés en production en remplacement de l'eau potable. Suite à ces mesures, la consommation d'eau a été réduite de 42 %.

Des instruments de management à l'échelle de l'entreprise, des programmes d'action régionaux

Le programme Excellence sur les Sites de Service (EISS) est l'un de nos programmes internationaux pour l'efficacité. Depuis 2006, il nous a aidé à augmenter la productivité, la qualité et la sécurité de nos sites, tout en réduisant simultanément la consommation de ressources, les déchets et les coûts de maintenance. Des simulations complètes et des analyses détaillées servent souvent de base à des mesures d'amélioration locales. Faisant suite au programme EISS, nous avons identifié 731 mesures

Près de **50 %** de réduction de consommation d'eau sur nos sites grâce à nos programmes en 2009

individuelles sur nos sites dans le monde, dans les domaines de l'énergie, de l'eau, des déchets, de la gestion des bâtiments, de la sécurité, de la santé et de l'environnement, ainsi que de la logistique des sites. De plus, nos secteurs d'activité élaborent des programmes spécifiques pour atteindre nos objectifs environnementaux **SR** Page 4. Depuis 2006, nous avons effectué des analyses des procédés dans nos usines de cosmétiques dans le cadre de notre « Total Productive Management Plus ». L'objectif est d'identifier et d'éliminer les pertes dans tous les aspects de la production. Les usines et réseaux d'approvisionnement des Détergents et produits d'entretien ainsi que des Adhesive Technologies sont également analysés et modifiés en permanence. Nous assurons une utilisation optimale des ressources en concentrant la production à proximité géographique des clients et en réalisant des économies d'échelle. Pour 2009 seulement, nos programmes ont permis de réduire la consommation d'énergie sur 39 % de nos sites, la consommation d'eau sur 49 % et les déchets sur 48 %. Nous avons ainsi augmenté nos performances sur d'importants indicateurs de développement durable en 2009.

SR Voir sur la couverture intérieure et les pages 16 et 17.

Par le biais d'ateliers réguliers et d'une communication intensive, nous garantissons un échange de bonnes pratiques, afin que les connaissances et expériences puissent se transmettre à l'international.

Des normes applicables au niveau international

Nos normes concernant la sécurité, la santé et l'environnement (normes SHE) ainsi que nos normes sociales sont appliquées sur tous nos sites dans le monde. Elles font partie des procédures d'audits préalables effectués avant de racheter une entreprise. A partir des conclusions, nous élaborons des plans d'action détaillés pour amener les nouveaux sites acquis au niveau des normes Henkel si nécessaire. Nous menons également des audits réguliers pour nous assurer de la bonne application de nos normes. **SR** Page 10. Pour acquérir une vision intégrée de nos régions, nous étendons progressivement la portée de nos audits jusqu'à inclure nos sous-traitants et nos centres de logistique. Nos sites mènent également des auto-évaluations lorsque de nouvelles normes sont introduites. Nous faisons certifier par des intervenants externes nos systèmes de gestion de l'environnement sur les sites individuels si cela peut nous donner un avantage concurrentiel. Fin 2009, 58 % du volume de production provenait de sites certifiés avec la norme internationale ISO 14 001 portant sur la gestion de l'environnement.










Un programme d'audit à l'échelle de l'entreprise pour veiller au respect des normes

Nous menons des audits réguliers pour nous assurer que nos normes environnementales et sociales sont correctement appliquées sur nos sites de production et administratifs, et nous étendons progressivement la portée de nos audits jusqu'à inclure nos sous-traitants et nos centres de logistique. Les audits sont un outil essentiel dans l'identification des risques et des améliorations potentielles.

Contributions internationales vers une utilisation toujours plus efficace des ressources

Secteur de mobilisation Contribution

	Chonburi, Thaïlande : démarrage du site de retraitement des eaux usées. Celui-ci permet de filtrer les eaux usées en provenance des unités de production de cosmétiques avant de les rejeter dans l'usine de traitement des eaux communales. Résultat : une réduction de 62 % de la charge organique des eaux usées.
	Auckland, New Lynn, Nouvelle Zélande : diverses améliorations des procédés, alliées à des campagnes d'information sur l'eau et les déchets, ont été menées afin de sensibiliser les employés à la nécessité de gérer les ressources de manière responsable. Résultat : une réduction de 40 % de la consommation d'eau et de 5 % des déchets.
	Guangzhou, Chine : installation de nouveaux compresseurs à air pour les laboratoires techniques. Résultat : une réduction de 70 % de la consommation d'énergie de l'unité.
	Ankara, Turquie : analyse approfondie et révision complète de l'usine pour produire l'eau désionisée utilisée dans la production de détergents liquides pour la lessive. Résultat : le nouveau process a réduit la consommation d'énergie et d'eau de l'usine de respectivement 67 et 38 %.
	Vienne, Autriche : de nombreux projets pour améliorer le rendement énergétique ont été entrepris. Cela a inclus le remplacement de supports d'éclairage sur deux lignes de production, l'installation d'échangeurs de chaleur pour la génération de vapeur, et le passage à une gestion automatisée des systèmes de climatisation et de ventilation par compresseur. Résultat : une réduction de 22 % de la consommation d'énergie.
	Körösladány, Hongrie : mesures d'efficacité générale et de formation, comprenant l'installation de portes à fermeture rapide pour éviter les pertes de chaleur, et le réglage de la capacité de production de vapeur. Résultat : une réduction de 24 % de la consommation d'énergie et de 25 % des déchets.
	Maribor, Slovénie : surveillance hebdomadaire de la consommation d'eau et d'énergie sur les lignes de production. Les mesures résultantes incluaient le renouvellement du réseau d'eau chaude, le recyclage complet de la vapeur condensée et l'optimisation de la pression dans les systèmes de génération de vapeur et d'air comprimé. Résultat : une réduction de 22 % de la consommation d'eau et de 12 % de la consommation d'énergie.
	Salisbury, Caroline du nord, USA : mise en place d'un projet visant à éliminer les déchets dangereux. Aux USA, les déchets liquides issus de la production d'adhésifs sont livrés aux clients pour qu'ils les réutilisent dans leurs installations de production, par exemple pour nettoyer les lignes de production. Résultat : une réduction de 35 % des déchets.
	La Grange, Georgia, USA : extension et systématisation des mesures de recyclage des déchets de production sur le site. Résultat : une réduction de 37 % des déchets.
	Sabana Grande, Porto Rico : mise en place de divers projets pilotes pour augmenter le rendement énergétique. Cela inclut l'installation de systèmes de tubes solaires qui renvoient la lumière du soleil depuis le toit vers l'intérieur du bâtiment. Résultat : une réduction de 60 % de la consommation d'énergie sur le bâtiment test.



Depuis début 2010, Henkel expédie ses produits cosmétiques par le rail à l'intérieur de l'Allemagne. Ci-dessus, le premier train entre dans le centre logistique de Monheim près de Düsseldorf. Environ 86 000 tonnes de produits cosmétiques seront ainsi transportées chaque année, réduisant les émissions de dioxyde de carbone de quelques 7 000 tonnes.

La réduction d'émission de CO₂ par le transport intermodal

Depuis 2008, nous travaillons avec des partenaires logistiques européens pour construire progressivement des itinéraires de transport intermodal. Ceci a pour but d'améliorer le rendement par la combinaison de divers modes de transport.

En 2009 par exemple, 300 000 kms de transport de lessives, depuis le site de production à Düsseldorf vers nos entrepôts de Lomazzo et Ferentino en Italie, et de Vienne en Autriche se sont effectués par le rail au lieu de la route. Cette solution réduit les émissions annuelles de dioxyde de carbone d'environ 55 %. Pour 2010, nous avons déjà identifié avec nos partenaires logistiques d'autres itinéraires européens susceptibles de passer de la route au rail. Aux USA également, nous augmentons la proportion d'itinéraires intermodaux.

Formation et transfert des connaissances

Grâce au transfert des connaissances et des technologies entre nos sites, nous assurons une utilisation de procédés de production sûrs, efficaces et respectueux des ressources. Cela va de pair avec l'introduction de méthodes de gestion modernes et de programmes de développement et de qualification professionnelle pour nos employés. Le comportement de leader, de même que la formation du personnel et sa sensibilisation jouent un rôle clé dans la mise en œuvre réussie du développement durable chez Henkel.

Par conséquent, depuis 2007, nous accordons une très grande priorité au programme de formation spécial sur le leadership en matière de Sécurité, Santé et Environnement (Safety, Health, Environment : SHE). La formation couvre des thèmes allant de l'évaluation du risque à la gestion des urgences et aux systèmes de gestion. A ce jour, nous avons dispensé 9 séminaires de trois jours sur le Leadership SHE, qui ont été suivis par un total de 180 sites et directeurs de production venant de l'Asie, de l'Afrique, de l'Europe et des Amériques. Le séminaire de novembre 2009 à Chicago (USA), était particulièrement destiné aux directeurs des usines National Starch acquises au printemps 2008. Au total, environ 80 % des sites et directeurs ont déjà assisté à nos séminaires sur le Leadership SHE.

Incidents sur nos sites en 2009

En 2009, aucun incident grave n'a été déploré sur nos sites Henkel. Nous avons cependant enregistré trois incidents relativement mineurs. Dans deux cas, il s'agissait de rejets de petites quantités d'eaux usées ou d'émissions ayant un effet potentiellement nuisible. Dans l'autre cas, nos précautions de sécurité se sont avérées insuffisantes.

- » Sur notre site de **Hino au Japon**, des eaux usées ont débordé d'un réservoir plein dans un fossé voisin. Les zones polluées ont été immédiatement nettoyées.
- » A **Ballyfermot en Irlande**, quatre kilogrammes de gaz se sont échappés de la ligne de production durant un changement de cylindre. Conformément aux procédures d'urgence existantes, nous nous sommes assurés que le personnel soit évacué de manière adéquate et que le voisinage soit informé de l'incident.
- » Dans notre usine de **St Louis, Missouri, USA**, quatre travailleurs ont été blessés durant les travaux de nettoyage à la suite d'un incendie.

Tous ces incidents ont fait l'objet de rapports aux autorités locales et ont donné lieu à une enquête exhaustive. Des analyses finales de sécurité ont confirmé l'absence d'impacts nuisibles pour l'environnement. Une liste d'actions préventives a été dressée pour éviter que de tels incidents ne se reproduisent dans le futur.

Planning logistique : une équation à plusieurs variables

Dans l'ensemble de l'entreprise, nous nous efforçons de simplifier nos structures logistiques et de développer des concepts de logistique efficaces et respectueux de l'environnement.

Dans la plupart des cas, notre planning logistique est adapté à la nature des produits finaux que nous transportons. Pour les produits relativement encombrants, nous réduisons la distance de transport et ainsi l'impact environnemental en maintenant des sites de production régionaux. Cela est particulièrement vrai pour nos détergents et nos produits d'entretien, et pour certains de nos cosmétiques et produits adhésifs. Pour des produits plus compacts et plus légers nécessitant moins de ressources de transport, la production est centralisée et réalisée en grandes quantités chaque fois que cela est possible. Par exemple, nos produits adhésifs instantanés sont produits sur quelques sites seulement dans le monde. L'un des critères de sélection de nos partenaires logistiques est le rendement énergétique de leurs flottes de véhicules.

La logistique, une composante de l'empreinte carbone opérationnelle

La base d'une action efficace réside dans l'amélioration continue et l'achèvement de notre outil de mesure des émissions. Nous avons mis au point il y a longtemps des systèmes perfectionnés de gestion de notre production. Ceux-ci prennent en compte aussi bien nos propres émissions de dioxyde de carbone que celles générées par l'énergie achetée auprès de tiers **SR** Page 16. La mesure des émissions de dioxyde de carbone liées au transport de nos produits ou aux déplacements professionnels est cependant bien plus difficile, car le champ d'application du système, les informations de base, les méthodes et les procédures sont beaucoup moins bien définies. Par exemple, nous devons connaître exactement la consommation de gazole de chaque camion, sa charge utile et le nombre de kilomètres parcourus pour pouvoir calculer les émissions générées par le transport.

D'après les moyennes établies, les facteurs d'émission et d'autres chiffres tirés des bases de données sur les cycles de vie, les estimations pour 2009 indiquent que les émissions annuelles de dioxyde de carbone imputables au transport de nos produits avoisinent les 500 000 tonnes métriques. Pour les déplacements professionnels, notre estimation se situe à environ 150 000 tonnes métriques par an. Concernant notre organisation logistique, nous travaillons intensément au développement de nos systèmes de données afin de pouvoir déterminer plus précisément la quantité d'émissions et de contrôler l'efficacité des mesures prises pour les réduire.

Différents angles d'attaque pour obtenir une amélioration globale

Nous surveillons avec attention le développement, le transport et le stockage de nos produits, ainsi que les déplacements professionnels et les véhicules de société, dans un effort résolu pour réduire notre empreinte carbone opérationnelle à tous les niveaux. En 2009, dans le cadre du projet d'optimisation de la chaîne d'approvisionnement, nous nous sommes concentrés sur la simplification des structures de nos entrepôts de produits finis aux USA. Nous avons ainsi pu réduire les distances de transport entre les divers entrepôts intermédiaires de 35 %. Cela équivaut à supprimer une émission de près de 2 000 tonnes métriques de dioxyde de carbone. Chaque fois que c'est possible, nous améliorons la pleine utilisation des capacités des camions en augmentant le nombre de livraisons et le poids des envois ou en groupant différentes expéditions – parfois avec les expéditions de fournisseurs de produits similaires. Nous entendons coopérer avec nos partenaires revendeurs pour identifier les améliorations potentielles, et participer ainsi à l'Initiative Européenne pour une Réponse Efficace du Consommateur. www.henkel.com/sr2009 → 21



Entretien avec le Dr Andreas Bruns, membre du Conseil Développement Durable de Henkel, représentant les Services Généraux ainsi que la sécurité, la santé et l'environnement (SHE au niveau de l'entreprise).

La valeur du développement durable est souvent sujette à débats. Est-ce que Henkel va maintenir ses objectifs environnementaux malgré la crise économique ?

Andreas Bruns : au même titre que nos objectifs financiers, nos objectifs environnementaux concernant les réductions d'énergie, d'eau et de déchets pour 2012 sont définis, non seulement pour des motifs environnementaux mais aussi pour des motifs économiques. Lors de périodes de conjonctures difficiles en particulier, lorsque le coût de l'énergie et des matières premières augmente, chaque euro économisé compte, que ce soit sur le coût des matières premières, de l'eau, de l'énergie ou de l'élimination des déchets. Les améliorations de rendements au cours des dix dernières années nous ont fait économiser près de 200 millions d'euros par la simple réduction de nos besoins énergétiques.

Quels sont, selon vous, les défis majeurs à surmonter pour réaliser vos objectifs ?

Andreas Bruns : ces objectifs sont particulièrement ambitieux pour des sites qui avaient déjà atteint un haut rendement. Certaines difficultés peuvent voir le jour lorsque l'une de nos améliorations provoque un nouveau problème ailleurs. Par exemple, le passage à des détergents plus concentrés a permis de réaliser de grosses économies en eau et en matières sur nos sites de production. En revanche, la consommation d'énergie relative – calculée par tonne métrique de production – a augmenté, car l'énergie consommée concerne un poids de produits réduit.

En quoi l'organisation de la production de Henkel contribue-t-elle à la préservation du climat ?

Andreas Bruns : nous concentrons principalement nos efforts sur un approvisionnement et une utilisation efficaces de l'énergie, pour éviter en priorité les émissions nuisibles pour le climat. Notre usine à vapeur et à électricité de Düsseldorf par exemple fournit un rendement extrêmement efficace d'environ 85 %. Nous examinons également les cas où l'utilisation d'électricité provenant de sources renouvelables est économiquement judicieuse et peut contribuer à la préservation du climat. Cependant, nous privilégions toujours le rendement et les économies. C'est la raison pour laquelle nous n'envisageons l'utilisation d'électricité verte et la neutralisation du dioxyde de carbone par l'achat de certificats que lorsque toutes les autres options ont été épuisées.

Indicateurs environnementaux

Transparence

Dans l'ensemble du Groupe, nous utilisons des indicateurs transparents pour identifier les potentiels d'amélioration, piloter les programmes, vérifier les objectifs de performances et pour informer le public de manière synthétique sur les progrès et les performances réalisés.

Nos indicateurs s'inspirent des indicateurs environnementaux du Conseil européen de l'industrie chimique (CEFIC). Dans notre rapport sur le développement durable, nous mettons l'accent sur les principaux indicateurs d'incidence globale. En revanche, les valeurs de contrôle que nous estimons moins pertinentes ne sont publiées que sur Internet.

www.henkel.com/sr2009 → 22

Une photographie globale

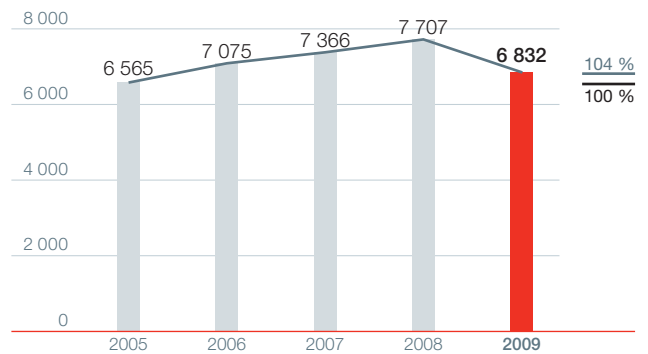
Les données liées à la production ont été établies à partir de 193 sites de Henkel répartis dans 57 pays ; les données relatives aux sites de National Starch ont été incluses dès 2008, année de notre acquisition. Ces informations représentent plus de 95 % de notre volume de production mondiale en 2009. Les informations sont centralisées et validées pour le reporting annuel, mais elles sont également vérifiées localement dans le cadre de notre programme d'audits internationaux. **SR Page 10.** Tout écart relatif aux données constaté ou signalé ultérieurement est corrigé rétroactivement dans notre système de reporting. www.henkel.com/sr2009 → 23

Une base de comparaison

Henkel change constamment, et avec elle le nombre de sites contribuant aux indicateurs environnementaux : de 158 en 2005 à 193 en 2009. Dans le cadre de notre programme mondial de restructuration, nous avons vendu, fusionné ou fermé 33 sites en 2009. Comme ces changements ne se produisent pas à une vitesse uniforme, il y a des bonds dans les chiffres. Pour permettre la comparaison entre les données annuelles, nous établissons également des courbes d'indices.

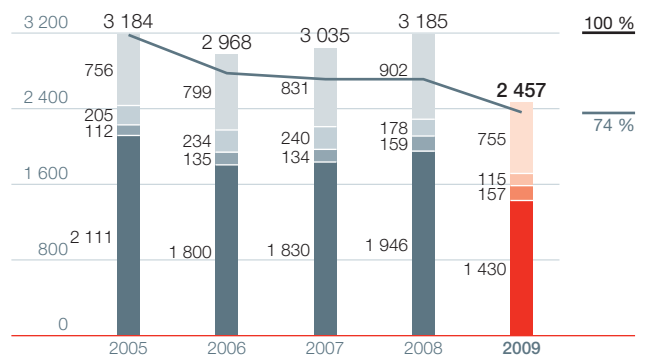
La courbe d'indice des graphiques montre l'évolution des indicateurs environnementaux par rapport au volume de production (par tonne produite). La base de la courbe d'indice est l'année 2005 (= 100 %).

Volumes de production
En milliers de tonnes



Le volume de la production a chuté en 2009 du fait de fermetures et d'une baisse de la demande dans l'industrie au fil des ans.

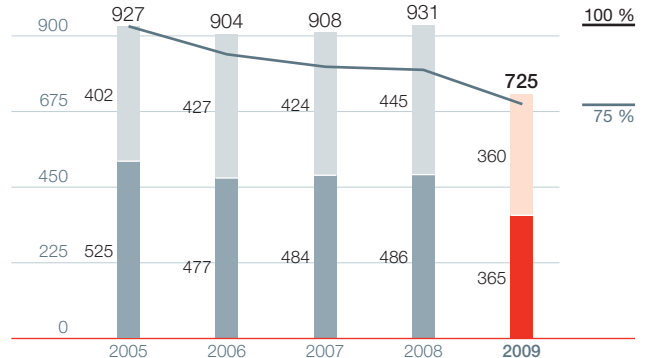
Consommation d'énergie
En milliers de MWh



■ Energie achetée ■ Combustible
■ Charbon ■ Gaz

L'énergie achetée comprend l'électricité, la vapeur et chauffage urbain qui sont générés hors de nos sites.

Emission de dioxyde de carbone
En milliers de tonnes

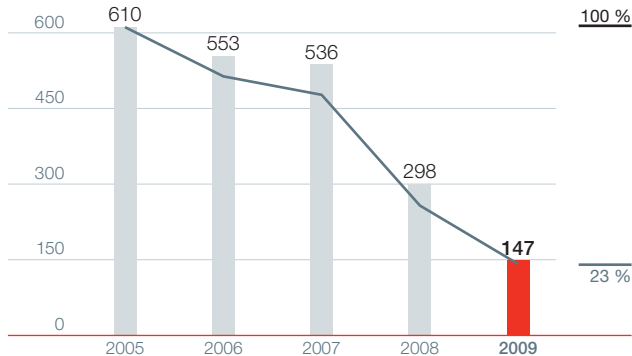


■ Emissions de dioxyde de carbone générées par l'énergie achetée
■ Emissions de dioxyde de carbone engendrées par Henkel

La production d'énergie représente pratiquement la totalité du dioxyde de carbone généré par les activités de Henkel. Les valeurs fournies prennent en compte le dioxyde de carbone lié à la production de l'énergie provenant de sites fournisseurs extérieurs à Henkel.

Emissions de dioxyde de soufre

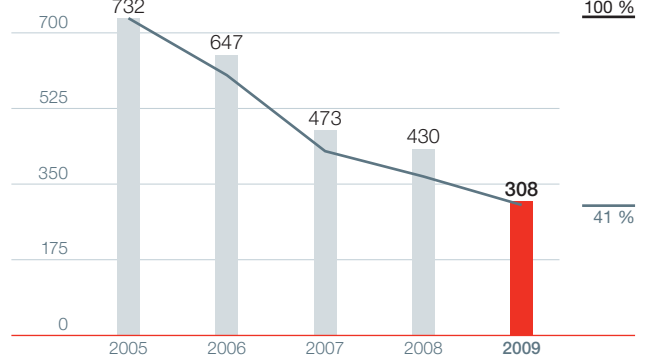
En tonnes



Les émissions de dioxyde de soufre diminuent grâce aux modifications des mélanges de fuel sur certains sites.

Emissions de composés organiques volatils

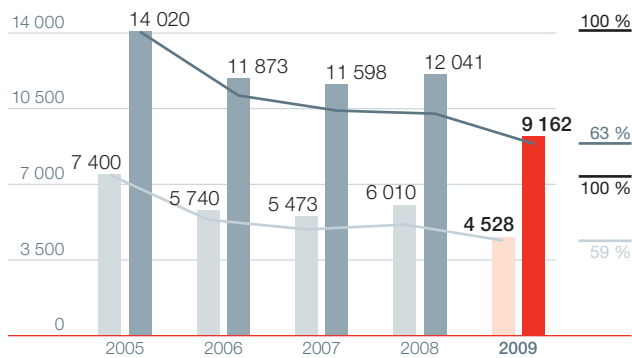
En tonnes



Le niveau élevé de 2005 est principalement dû aux acquisitions. Depuis 2007, des mesures supplémentaires ont permis de réduire les émissions de composés organiques volatils.

Consommation d'eau et volume des eaux usées

En milliers de mètres cubes

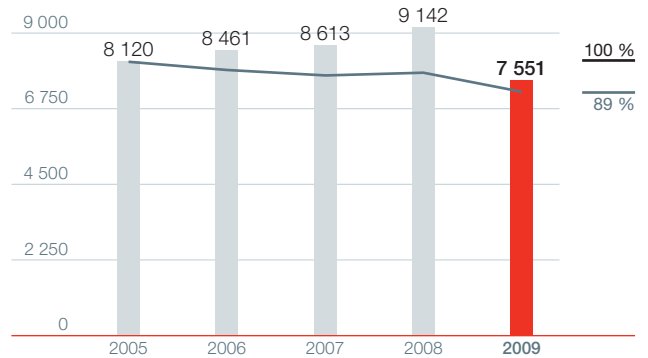


■ Consommation d'eau ■ Volume d'eaux usées

Ces valeurs comprennent la totalité de l'eau, qu'elle soit fournie ou extraite des sources propres de Henkel. La plus grande partie de cette eau est à usage industriel. Comme l'eau se perd par évaporation et qu'elle est incorporée dans de nombreux produits, le volume des eaux usées est inférieur au volume d'eau consommée.

Emissions de DCO des eaux de surface

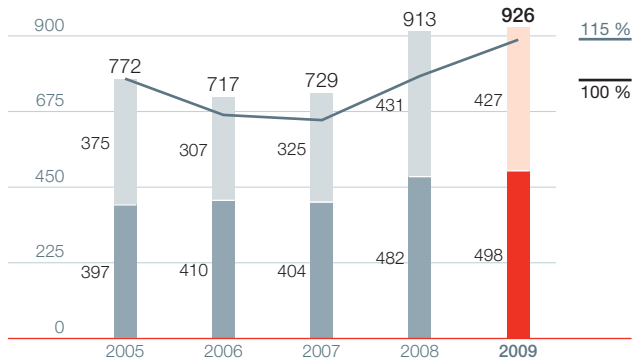
En tonnes



Demande chimique d'oxygène (COD) : Mesure de la pollution des eaux usées par des substances organiques.

Emissions de métaux lourds dans les eaux usées

En kilogrammes

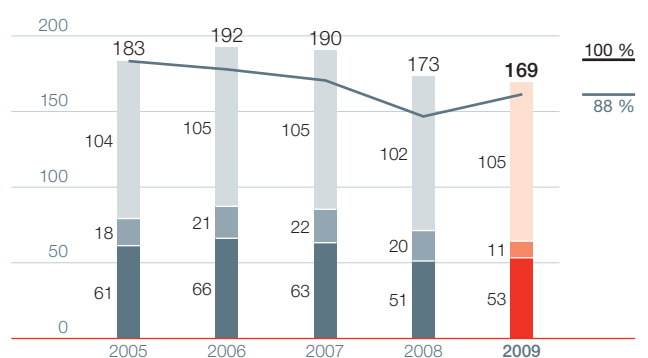


■ Plomb, chrome, cuivre, nickel*
■ Zinc

Comme le zinc est d'ordinaire moins nocif pour l'environnement que les autres métaux lourds, la charge de zinc est présentée séparément.
* Les métaux lourds particulièrement dangereux tels que le mercure et le cadmium ne sont pas significatifs dans notre production.

Déchets recyclés et éliminés

En milliers de tonnes



■ Déchets à recycler ■ Déchets à éliminer
■ Déchets dangereux à éliminer

Les « déchets dangereux à éliminer » comprennent toutes sortes de déchets qui sont classés comme dangereux par la réglementation des différents pays concernés et par la Convention de Bâle de 1989.
Dans la mesure où les pays continuent, à titre individuel, de rallonger la liste des déchets dangereux, il se peut que leur volume augmente sans que la situation de Henkel en termes de déchets dangereux n'ait été modifiée.

Pour nous, l'alliance « Qualité et Responsabilité » constitue le moteur de l'innovation future. Nos produits et notre communication sont les ambassadeurs d'une consommation innovante et durable dans le monde entier.

Nos lessives et nos produits d'entretien ménagers doivent allier des résultats optimaux et le meilleur respect possible de l'environnement. C'est notre équipe « Performance basée sur le Développement Durable » qui met en œuvre cette stratégie.

De gauche à droite :

Uwe Bergmann

est le coordinateur à l'échelle du groupe pour le développement durable et la responsabilité sociale d'entreprise.

Dr. Roland Schröder

est responsable du développement durable et de la sécurité des produits dans la recherche et le développement du secteur Détergents et produits d'entretien.

Franz Speer

travaille avec les distributeurs pour développer des solutions d'assortiment et de process durables pour les Détergents et les produits d'entretien.

Sabine Röltgen

pilote les communications numériques pour le secteur Détergents et produits d'entretien.

Dr. Ute Krupp

est responsable de la communication Développement Durable de Henkel.

Thomas Schuffenhauer

coordonne l'équipe « Performance basée sur le Développement Durable »

Dr. Gottfried-Peter Engels

mène des recherches sur la consommation durable.

Détergents et produits d'entretien

Nos Détergents et produits d'entretien doivent allier les meilleurs résultats de nos marques avec une responsabilité exemplaire envers les personnes et l'environnement. Nous qualifions cette démarche de « Performance basée sur le Développement Durable ». Notre objectif est de définir de nouveaux standards pour le marché par notre combinaison de la performance et de la durabilité. A nos yeux, cette stratégie constitue le moteur central de l'innovation future.

100 %

de nos concepts produit respectent notre stratégie « Performance basée sur le Développement Durable »

Elle offre également un avantage compétitif évident qui renforcera notre position sur le marché des Détergents et produits d'entretien dans le futur. La « Performance basée sur le Développement Durable » s'applique par conséquent à 100 % aux concepts de produits innovants actuellement dans les cartons. Nous ne visons pas forcément des produits verts, mais plutôt la mise au point de solutions plus intelligentes. A la base, nous utilisons une analyse exacte de nos chaînes de valeur. Pour chaque catégorie de produits de la ligne Détergents et produits d'entretien, nous avons étudié le cycle de vie sur des échantillons de produits pour identifier les angles d'attaque les plus appropriés.

Horizon 2050 : Des innovations pour des styles de vie durables

La croissance de la population mondiale et l'élévation régulière du niveau de vie exige une réévaluation radicale de nos méthodes de production et de consommation. Pour ini-



Christian-André Weinberger, instigateur et leader stratégique de l'équipe « Performance basée sur le développement durable », explique la signification d'une consommation innovante et durable à la journée des entreprises lors du Sommet sur le climat de Copenhague.

tier le changement dans le secteur des Détergents et produits d'entretien, nous capitalisons sur nos nombreuses années d'expérience et sur notre rôle de leader dans le domaine du développement durable. **SR** Voir ci-dessous. Nos innovations étant utilisées au quotidien par des millions de foyers, elles représentent une ressource importante pour aider à dégager les styles de vie de demain respectueux de l'environnement. Nous travaillons sur des produits qui permettent aux consommateurs d'utiliser l'énergie et l'eau plus efficacement. Notre lessive Persil ActicPower, par exemple, est basée sur une technologie qui permet aux enzymes d'agir à basse température, et peut agir efficacement même à 15°C. Notre produit pour lave-vaisselle Somat 9 fournit un excellent résultat à 40°C seulement.

Leader depuis des décennies : contributions au développement durable



Tout au long de l'histoire de la Société, les chercheurs Henkel ont démontré de manière répétée l'importance des innovations menant à un développement durable. Persil sans phosphates et Persil Megaperls sont des concepts pionniers qui ont clairement amélioré la compatibilité environnementale et la préservation des ressources du lavage avec lessive. Aujourd'hui, Persil Gold et Persil ActicPower déploient leur pleine puissance nettoyante à basse température. Nous profitons de nos nombreuses années d'expérience pour développer les produits durables du futur.

www.henkel.com/sr2009 → 24



Le code QR se photographie simplement à l'aide d'un téléphone mobile doté du logiciel de reconnaissance approprié, puis il permet d'accéder au site Internet pour mobiles de Persil. www.m.persil.de

Accessible via votre téléphone mobile : des informations sur le développement durable

En tant que consommateur, comment savoir si les produits que l'on achète tous les jours sont compatibles avec l'environnement et la société ? Quels conseils devrait-on garder à l'esprit en les utilisant ? Les technologies de communication innovantes répondent directement à ces problématiques.

Grâce aux codes de réponse rapide, que l'on peut trouver sur un nombre croissant de nos emballages de lessive et de produits ménagers depuis début 2010, les consommateurs peuvent accéder aux sites Internet à l'aide de leurs téléphones mobiles. Nous fournissons tout un éventail d'informations sur le développement durable en ligne – y compris un calculateur de dioxyde de carbone par exemple.

L'accès rapide et direct à l'information rend les décisions d'achat responsable plus faciles. Henkel est la première entreprise du secteur des biens de consommation à fournir aux consommateurs des informations sous cette forme, dans le but de promouvoir la consommation durable.

On constate des économies d'énergie allant jusqu'à 20 % sur des programmes comparables qui exigent des températures de 50 ou 55°C.

Travailler ensemble pour l'avènement d'une consommation novatrice et durable

Nous ne pouvons atteindre une consommation durable que si nous travaillons ensemble. Par conséquent, la communication avec nos consommateurs est tout aussi importante que le développement de produits durables. En imprimant le logo « Qualité et Responsabilité » sur nos lessives et produits d'entretien ménager depuis 2008, nous souhaitons faciliter des décisions d'achat plus responsables de la part des consommateurs. Le logo indique aux consommateurs que, en achetant ce produit, ils obtiendront non seulement une performance supérieure, mais aussi une solution durable. Première des sociétés du secteur des biens de consommation à le faire, dès 2010, Henkel va utiliser les "Quick Response" pour stimuler une utilisation responsable des produits. **SR** Voir l'encadré sur la gauche.

Une gestion responsable des matières premières

Henkel utilise des ingrédients issus de matériaux renouvelables depuis des décennies. Les substances actives (surfactants) de nos détergents et produits d'entretien, par exemple, sont extraits de matières renouvelables telles que l'huile de noyau de palme. Depuis 2003, nous participons activement à la Table Ronde pour une Huile de Palme Durable (RSPO). www.rspo.org. En 2008, nous avons été la première entreprise dans le monde à acheter des certificats d'huile de noyau palme durable – pour notre marque Terra Activ. **SR** Voir les



Lingettes lavantes Purex Complete 3-en-1

Les lingettes lavantes 3-en-1 Purex ont apporté un nouveau niveau de concentration dans les lessives aux USA. Grâce à une formule détergente dix fois concentrée, une lingette lavante contient tout le savon, l'adoucissant et l'ingrédient anti-statique nécessaire pour un cycle de lessive et de séchage consécutif. La faiblesse du poids et du volume permet de réduire les émissions de dioxyde de carbone dues au transport de près de 70 %, et les recharges des lingettes permettent de supprimer 45 % de déchets d'emballage – dans les deux cas, si l'on compare avec un concentré de lessive classique. www.purex.com



Terra Activ – haute performance et compatibilité environnementale



Les lessives Terra Activ lancées en 2009 sont également caractérisées par une combinaison idéale entre une excellente efficacité et une compatibilité environnementale. Plus de 60 % des ingrédients surfactants (substances actives de lavage) sont tirées de matières premières renouvelables facilement biodégradables, rapidement et intégralement. Grâce à leur fort pouvoir détergent, les lessives Terra Activ font preuve de qualités nettoyantes exceptionnelles même à 20°C. www.terra-activ.de



exemples de produits, page 20. De ce fait, l'huile de noyau de palme issue de plantations gérées durablement a été intégrée pour la première fois dans notre chaîne d'approvisionnement pour les surfactants. Nous voulons renforcer ce point en basant notre portefeuille complet de produits sur de l'huile de palme et de l'huile de noyau de palme certifiées dès 2015. www.henkel.com/sr2009 → 25

Une utilisation efficace des matériaux

Nous contribuons à l'utilisation efficace des matériaux en améliorant nos conditionnements et en utilisant des matériaux recyclables. Nous offrons à nos consommateurs des aides au dosage, des produits concentrés et des recharges. Par exemple, nous proposons une variété de recharges avec des compositions permettant une triple concentration pour nos marques de produits ménagers Biff, Bref et Sidolin. Comparé à leur emballage d'origine, cela permet une économie de plastique de 90 %. Ils permettent également de réduire la consommation d'eau, le conditionnement pour le transport et le poids du transport.

www.henkel.com/sr2009 → 26

Contributions à l'hygiène et à la santé au foyer

L'hygiène tient une place capitale pour la santé humaine dans le monde. Ici encore, nous apportons une contribution importante sur l'ensemble de nos marchés grâce à nos Détergents et produits d'entretien. Une de nos priorités est d'adapter nos produits aux exigences des consommateurs locaux et aux conditions locales. Depuis 2009 par exemple, nous avons commercialisé des lessives contenant des agents spéciaux anti-bactériens dans de nombreux marchés d'Europe du Sud et en Inde. Nous faisons de même avec les nouveaux détergents domestiques commercialisés sur les marchés d'Amérique du Sud. www.henkel.com/sr2009 → 27



Henko avec du Neem antibactérien

En Inde, nos lessives Henko au Neem antibactérien protègent contre les bactéries. Le Neem est une matière première naturelle extrait d'arbres Neem d'origine, bien connu en Inde pour ses effets anti-bactériens et pour son respect de la peau. Pour que ce produit puisse aussi être accessible aux consommateurs à faible pouvoir d'achat, Henko au Neem anti-bactérien est également commercialisé en paquets à usage unique et en savonnets.

www.henkel-india.com



Entretien avec Christian-André Weinberger et le Prof. Thomas Müller-Kirschbaum, membres du Conseil pour le Développement Durable de Henkel représentant le secteur Détergents et produits d'entretien.

Chez Henkel, chaque nouveau produit doit contribuer à au moins un des secteurs de mobilisation de l'entreprise.

Pourquoi est-ce si important ?

Christian-André Weinberger : les innovations sont la clé du développement durable. Le niveau de vie et la consommation des populations augmentent mondialement, ce qui provoque une plus grande consommation de ressources et davantage d'émissions. Nous devons donc développer des solutions qui dissocient la croissance et la qualité de vie de la consommation de ressources. C'est l'engagement de notre stratégie pour une « Performance basée sur le Développement Durable » : chaque nouveau produit doit être fabriqué de manière plus efficace ou revêtir une utilisation plus économique que son prédécesseur – tout en continuant à offrir aux consommateurs une performance supérieure.

Vous mettez de plus en plus l'accent sur l'utilisation d'ingrédients issus de matières premières renouvelables. Quel est votre objectif ?

Thomas Müller-Kirschbaum : l'huile minérale est un composant fossile limité, à fort dégagement de dioxyde de carbone, qui doit être préservé. L'un des objectifs centraux de nos chercheurs est et demeurera le remplacement des ingrédients à base d'huile minérale. Nous ne pouvons pas toutefois nous reconvertir vers des matières premières renouvelables sans en mesurer les conséquences. Nous devons toujours être sûrs que nous améliorons la situation d'un point de vue écologique, économique et social. Nous évaluons ces aspects dès les premiers stades du processus d'innovation, par exemple avec le Smart Carbon Index. Celui-ci intègre des paramètres quant à la performance et à l'environnement tels que la consommation d'énergie et la biodégradabilité – qui ont un impact sur les émissions de dioxyde de carbone et la biodiversité – et illustre ainsi le principe Qualité et Responsabilité.

Votre engagement dans la Table Ronde pour une huile de palme durable (RSPO) a attiré des critiques tout autant que des louanges. Ne faites-vous pas fausse route ?

Christian-André Weinberger : Non. Nous sommes clairement identifiés comme des leaders dans ce domaine. Nous savons bien sûr que le RSPO a autant de détracteurs que de supporters. Pour nous cependant, le RSPO n'est pas une fin en soi, mais un moyen d'atteindre le but. Si les autres groupes représentés et nous-mêmes mettions fin à notre engagement, il n'y aurait aucune chance d'améliorer la situation dans les régions où l'huile de palme est cultivée. L'objectif est de travailler ensemble pour que, dans les régions où l'huile de palme ou l'huile de noyau de palme sert de base aux ingrédients, cette huile provienne de cultures d'huile de palme durable certifiées. Nous continuerons à poursuivre cet objectif dans le cadre de l'initiative Qualité et Responsabilité.

Nos produits sont conçus pour réduire leur empreinte écologique. A travers eux, nous contribuons à l'effort vers des modes de vie soucieux de la santé et de l'environnement.



Une collaboration interdisciplinaire et internationale est particulièrement importante lorsqu'on cherche à optimiser l'empreinte écologique. C'est le seul moyen de prendre en compte tous les aspects et d'exploiter leur plein potentiel. Cela garantit également que nos innovations profiteront à un maximum de consommateurs. Sur l'illustration figure l'une des équipes internationales du secteur Cosmétiques dans une discussion de projet.

De gauche à droite :

Susanne Cornelius
dirige l'unité Soins
du corps.

Dr. Andrea Sättler
est en charge du
développement international
des produits de Soins du
corps et de la peau.

Scott Moffitt
est responsable de l'activité Soins
du corps pour l'Amérique du Nord.

Cosmétiques

Nos produits cosmétiques contribuent quotidiennement à l'hygiène et au bien-être personnel dans de nombreux pays. L'adaptation au consommateur, l'efficacité ainsi qu'une excellente compatibilité constituent les facteurs requis pour une réussite à long terme de nos produits. De plus, les critères écologiques et sociaux jouent un rôle de plus en plus important dans la prise de décision du consommateur. Grâce à nos innovations, nous offrons des produits cosmétiques qui soutiennent la tendance vers des styles de vie plus soucieux de l'environnement et de la santé. Depuis le début, nos développeurs utilisent les résultats des analyses des cycles de vie des produits. Cela nous permet de faire le lien entre nos idées novatrices et les contributions dans nos secteurs de mobilisation.

Priorité principale : la sécurité du produit et du consommateur

Nos produits cosmétiques, bien tolérés et d'un usage sûr, peuvent gagner la confiance à long terme de nos consommateurs. C'est pourquoi nous attachons la plus haute priorité au respect de la santé durant le développement du produit. Cela demande de prendre en considération la situation des personnes qui ont des allergies ou une sensibilité cutanées. En 2009, nous avons travaillé étroitement avec le Centre Européen de la Fondation de Recherche sur les Allergies (ECARF) et d'autres partenaires externes, y compris des dermatologues de l'Hôpital Universitaire de la Charité à Berlin, pour améliorer davantage cet aspect de nos produits. www.ecarf.org

Tous les produits cosmétiques et leurs ingrédients font l'objet d'un programme exhaustif d'évaluation afin de s'assurer de leur compatibilité. Nous employons des méthodes de tests in-vitro (expériences menées dans des tubes),



Développé par Henkel, ce modèle de peau à pleine épaisseur permet d'évaluer systématiquement les effets des substances sur le tissu cutané.

www.henkel.com/sr2009 → 28

Développement de méthodes de test alternatives

Le remplacement des tests sur animaux par des méthodes alternatives est un objectif très important pour nous. Nous participons par conséquent à des projets de collaboration internationale avec des partenaires de l'industrie, des autorités réglementaires et des instituts de recherche. En 2009, l'Association Européenne des Cosmétiques (Colipa), de concert avec la Commission Européenne, a décidé d'accorder un total de 50 millions d'euros pour le développement de méthodes alternatives dans les tests sur la toxicité systémique. Nous participons activement à ces recherches au sein d'un groupe de 16 partenaires industriels. En parallèle avec notre recherche propre, nous aidons nos partenaires à concevoir leurs propres projets.

sans recourir à des animaux, ainsi que des études dermatologiques pour mesurer la compatibilité avec la peau de nos produits cosmétiques finis. Depuis le début des années 1980, nous travaillons intensivement sur des méthodes de test alternatives pour pouvoir remplacer les tests sur animaux qui sont encore requis par la loi pour certains ingrédients. **SR** Page 6.

Un usage responsable des matières premières naturelles et renouvelables

Nous contribuons à la préservation des ressources limitées par l'emploi de matières premières renouvelables dans nos formules. Par exemple, nous remplaçons les composants à base d'huile minérale par des composants alternatifs à base d'amidon, chaque fois que cela est possible et approprié dans le contexte du développement de la formule. Plus des deux tiers des ingrédients présents dans les compositions de nos savons, de nos shampoings et de nos gels douche proviennent de matières premières renouvelables. Nous nous efforçons également de prendre en compte les aspects écologiques et sociaux lors de l'achat des matières

Plus de **65 %** des ingrédients de nos savons, shampoings et de nos gels douche sont à base de matières premières renouvelables



Diadermine

En 2009, le Centre Européen de la Fondation pour la Recherche sur les Allergies (ECARF) a décerné le label de qualité ECARF aux crèmes pour la peau Diadermine. Cette récompense atteste que les formules de Diadermine satisfont les critères les plus exigeants en matière de compatibilité avec la peau et d'utilisation par des personnes sujettes aux allergies. Cela a été également prouvé par l'absence de plaintes lors de l'utilisation de Diadermine par des volontaires atteints de névrodermie, sous la supervision de dermatologues.

www.diadermine.de





Des colorations faciles et sûres

Pour beaucoup de gens, le fait de se colorer les cheveux fait maintenant partie des soins de beauté routiniers. Dans la rubrique "Safe Coloring For You", nos nouvelles pages Internet sur about-cosmetics.com prodiguent des conseils aux consommateurs sur ce qu'ils doivent savoir avant, pendant et après les opérations de coloration des cheveux. Une vidéo explique, étape par étape, comment réaliser un test de sensibilité cutanée avant chaque usage d'une coloration et signale les cas où la coloration ne devrait pas être utilisée. On trouve également des réponses aux questions fréquemment posées, par exemple sur les risques d'allergie potentiels et sur la coloration des cheveux durant la grossesse. www.about-cosmetics.com



Schauma

Dans le cadre du projet Empreinte Carbone des Produits en Allemagne, un shampoing Schauma a été choisi pour représenter la catégorie de produits des shampoings, et son empreinte carbone produit a été calculée. Les résultats montrent que la majorité des émissions de dioxyde de carbone se produisent durant la phase utilisation, quand l'eau est chauffée pour laver les cheveux. Toutes les autres phases confondues ne représentent que 10 %. Nous comptons toutefois réduire encore cette proportion. Par exemple, nous transportons tous les produits cosmétiques par le rail depuis notre site de production de Wassertrüdingen en Bavière jusqu'à notre entrepôt central de cosmétiques à Monheim près de Düsseldorf. Cela représente une économie annuelle d'environ 7 000 tonnes d'émissions de dioxyde de carbone.

www.schauma.de

BERECHNET
CO₂ Fußabdruck
www.pcf-projekt.de



premières renouvelables. Lorsque cela est possible, nous examinons attentivement leur origine et les conditions de leur production, et nous essayons de plus en plus d'employer des ingrédients issus de récoltes biologiques. De plus, lorsque nous achetons des matières premières, nous cherchons à collaborer avec des fournisseurs et des acteurs locaux qui soutiennent le commerce équitable avec les pays d'origine. Cela se reflète également dans notre participation à la Table Ronde sur l'Huile de Palme Durable (RSPO).

Une amélioration globale dans la performance écologique

Nos produits qui sont évacués dans les eaux usées après usage sont conçus pour une biodégradabilité optimale. Notre objectif est d'augmenter la part d'ingrédients directement biodégradables dans nos savons, shampoings et gels douche jusqu'à atteindre 80 % en 2012. En 2009, nous avons introduit un nouveau logiciel pour contrôler nos progrès. Cet outil calcule automatiquement la proportion de substances directement

80 %

Notre objectif 2012 pour la proportion de composants facilement biodégradables

biodégradables dans les produits finis. De plus, il fait office d'assistant de contrôle au cours du process pour optimiser les nouvelles formules ou pour évaluer les écarts avec une formule antérieure. Aujourd'hui, la proportion des substances directement biodégradables dans nos compositions est proche de 65 %. Les autres facteurs clés de notre performance écologique sont les émissions de dioxyde de carbone et les matériaux de conditionnement. Nous projetons de calculer l'empreinte carbone de produits types pour chaque catégorie de produits dès 2012. Ces calculs vont augmenter la transparence de nos process et permettront d'identifier

Syoss

Les produits de soins pour les cheveux Syoss, développés avec l'aide de coiffeurs professionnels, fournissent une qualité de salon à des prix abordables. Le conditionnement de salon à 500 ml est également bénéfique pour l'environnement. En comparaison avec le paquet de détail de 250 ml habituel, le rapport conditionnement Syoss / contenu est nettement meilleur, ce qui réduit de plus de 40 % la quantité de matière d'emballage par unité de produit. www.syoss.de



les angles d'attaque pour la réduction de nos émissions. Afin de réduire les déchets d'emballage des consommateurs, nous faisons des efforts permanents pour diminuer la quantité de matière utilisée dans nos conditionnements sans compromettre la qualité et la stabilité de l'emballage. Nous poursuivons également notre recherche sur les alternatives biodégradables appropriées pour satisfaire notre forte exigence sur les matériaux de conditionnement.

www.henkel.com/sr2009 → 29

Une utilisation sûre grâce aux conseils de professionnels

Une information complète des consommateurs va de pair avec la sécurité des produits. Une hotline de conseil a été mise en place pour chaque pays qui distribue nos produits, afin que nos consommateurs puissent obtenir une information fiable avec compétence et rapidité sur les propriétés du produit ou sa composition, que ce soit par téléphone, par courrier ou email. Chaque année en Europe, 120 000 contacts clients se produisent par ce biais dont la moitié en Allemagne. La plupart des questions portent sur la qualité de nos produits et sur la manière de les utiliser.

Nous offrons également des formations et des informations à nos coiffeurs professionnels sur l'utilisation appropriée de nos produits. Par le biais de l'Académie Schwarzkopf internationale (ASK), nous dispensons des formations professionnelles avancées sur les techniques de coupe, des conseils sur la mode et des thèmes sur le management pour les coiffeurs dans 52 pays. En 2009, nous avons aidé 325 000 coiffeurs dans le monde via nos 34 Académies Schwarzkopf.

www.en.ask-schwarzkopf.com



Fa Hygiène & Frische et Dial Complete

Les compositions anti-bactériennes du savon liquide Fa Hygiène & Frische et le savon pour les mains à la mousse antibactérienne Dial Complete nettoient les mains et éliminent 99 % des bactéries sans assécher la peau. Ils permettent ainsi d'empêcher la prolifération des germes tout en protégeant la peau. Aux USA, Dial Complete est actuellement le N°1 des savons pour les mains recommandé par les médecins. www.dialsoap.com



Entretien avec Tina Müller et le Dr Thomas Förster, membres du Conseil pour le Développement Durable de Henkel, représentant le secteur des Cosmétiques.

L'importance de la compatibilité des produits cosmétiques croît régulièrement, en partie à cause de l'augmentation des allergies dans les pays industrialisés. Qu'est-ce que cela signifie pour l'activité des soins de la peau ?

Tina Müller : pour nous, ce développement n'est pas nouveau. Nos propres études montrent qu'environ 50 % des femmes considèrent leur peau comme sensible. En même temps, nous savons que ces femmes ne veulent pas se passer de produits de soins très performants. Nous oeuvrons donc pour leur offrir des produits qui combinent une efficacité supérieure avec une compatibilité pour la peau exceptionnelle.

Quel est le principal défi pour vos développeurs de produits ?

Thomas Förster : les huiles parfumées et les conservateurs représentent souvent des ingrédients critiques pour les gens qui ont des peaux sensibles ou des allergies. Dans le cadre de nos précautions de sécurité, nous vérifions toujours les effets sur la peau de nos compositions et de nos ingrédients. En 2009, nous avons mené des discussions et des tests intensifs sur la composition de nos produits de soins Diadermine, en particulier avec les experts de l'hôpital universitaire de la Charité à Berlin. À l'usage, nos compositions et le principe de leur action biomimétique (qui imite la nature) ont été bien tolérés par les personnes ayant des peaux sensibles ou des allergies. Toutes les crèmes Diadermine ont reçu le Label de Qualité du Centre Européen de la Fondation de Recherche sur les Allergies (ECARF). Cette grande réussite pour nous a confirmé notre compétence en dermatologie.

Avez-vous d'autres projets dans ce domaine ?

Thomas Förster : en 2010, nous voulons que tous les produits Diadermine – y compris les produits démaquillants – soient évalués par l'ECARF, de sorte que nous puissions étendre l'utilisation du Label de qualité ECARF à de nouvelles catégories de produits. Le label ECARF met en valeur notre souci de combiner une compatibilité excellente avec une efficacité professionnelle. Mais nous sommes également convaincus qu'une utilisation sûre des produits doit inclure des conseils complets. Pour cette raison, nous avons mis en place une hotline dans chaque pays pour dispenser une information fiable, de manière compétente et rapide, sur l'utilisation et la composition de nos produits.

Nous menons des recherches au niveau international sur des produits et technologies qui allient des performances de haut niveau avec des avantages économiques pour nos clients et consommateurs ainsi qu'une responsabilité envers les personnes et l'environnement.



Les équipes internationales de recherche et de développement de notre activité Adhesive Technologies collaborent avec diverses institutions de recherche sur les adhésifs, les produits d'étanchéité et les traitements de surface innovants. Les membres de cinq projets sont représentés ci-dessus.

De gauche à droite :

Dr. Yonghua Zhao travaille sur les adhésifs polyuréthanes à basses émissions pour l'industrie automobile.

Kornelia Theissen met au point des solutions adhésives pour le secteur de l'énergie solaire.

Dr. Emilie Barriau effectue des recherches sur les adhésifs à haute performance et les mousses structurantes pour des automobiles et des avions plus légers.

Dr. Marion Stöckmann développe des produits de rénovation et de décoration à base de matières premières renouvelables.

Dr. Rajat Agarwal travaille sur des solutions exemptes de métaux lourds pour le pré-traitement de surfaces.

Les Adhesive Technologies

Dans le monde entier, nos adhésifs, produits d'étanchéité et traitements de surface sont renommés pour leur haute qualité et font de nous les leaders du marché international – d'un point de vue technologique, écologique et en termes de préservation de la santé. Nos produits répondent aux besoins des clients industriels, des professionnels de la construction, des consommateurs et des bricoleurs. Nos produits contribuent aussi grandement à la sécurité et à la préservation des ressources.

Numéro un mondial grâce à l'innovation, la performance et le développement durable

Nos produits sont utilisés par différents marchés tels que l'automobile, l'électronique, l'aérospatiale, les métaux et le conditionnement. Ils contribuent au développement de sources d'énergie alternatives et à la maintenance, la réparation et la révision. Ils permettent de rendre les biens manufacturés plus durables, plus légers et plus efficaces. Notre savoir-faire en adhésifs permet également de protéger les bâtiments contre le froid et l'humidité et de réparer les outils quotidiens, tandis que nos colles et rubans adhésifs sont très appréciés à la maison, à l'école et au bureau. Cependant nous désirons toujours combiner les bénéfices économiques pour nos utilisateurs avec la responsabilité envers les personnes et l'environnement.

Des améliorations basées sur des analyses de cycles de vie

Cette approche se base essentiellement sur les analyses de cycles de vie et sur des revues constantes de notre portefeuille de produits. Depuis des années par exemple, nous poursuivons une politique de remplacement progressif des



Loctite 2400 et 2700

Les deux nouveaux Freins Filets de Loctite conservent non seulement leur efficacité habituelle, mais leur fiche de sécurité est « blanche ». Cela signifie que cette dernière ne comporte aucune mention de risque, car aucun des deux produits ne contient des substances listées ni ne requiert des étiquettes avec des symboles de danger.

www.loctite.com



Des innovations « invisibles »

Les produits Henkel sont utilisés dans presque tous les secteurs de l'industrie – souvent de manière invisible. Ils permettent d'économiser du poids, d'augmenter la rigidité, de réduire la consommation d'énergie ou d'améliorer les niveaux de sécurité. Sur le segment des chaussures de sport, par exemple, Aquace W-01, le premier adhésif en polyuréthane à base d'eau pour équipement pédestre sportif, a donné le jour à une série d'innovations qui permettront de réduire les émissions de substances volatiles durant le traitement de près de 90 % en comparaison avec l'utilisation d'adhésifs à base de solvants.

Le produit Aquace SW-07 a été lancé en 2009. Etant le premier adhésif à un seul composant pour ce type d'applications, il permet d'améliorer la qualité tout en minimisant les déchets. Aujourd'hui, toutes les marques de chaussures de sport bénéficient d'un bien meilleur niveau de protection de la santé et de l'environnement dans leurs usines de production.



Les joints d'étanchéité Teroson et Sista

Les calculs de l'empreinte carbone de chaque produit des marques Teroson et Sista démontrent comment, en renouvelant à temps les joints d'étanchéité, on peut réaliser des économies importantes en coûts de chauffage. Si l'on utilise des joints de haute qualité et durables, et s'ils sont renouvelés régulièrement, la quantité d'émissions évitées par le joint sur la durée de vie d'une fenêtre est mille fois plus importante que les émissions occasionnées par la production originale du joint.

www.sista.de www.pcf-projekt.de



Institutsgeprüfte Qualität von Teroson



Communiquer sur les améliorations en toute transparence

Nous développons une série d'outils de communication pour permettre à nos clients de quantifier les avantages de nos produits. Le site Internet www.henkel-car.com, par exemple, montre des cas où l'utilisation de technologies Henkel dans la fabrication automobile génère des améliorations en durabilité. Celles-ci incluent la réduction du nombre d'étapes du process, des coupes dans la consommation d'eau et d'énergie, et la fabrication de véhicules plus légers et plus sûrs. TecTalis, par exemple, remplace le phosphatage au zinc traditionnel dans le pré-traitement des carrosseries et réduit la consommation d'énergie au minimum. Dans la recherche d'allègement, le procédé en deux temps pour traiter les carrosseries de véhicules en aluminium réduit la quantité de déchets jusqu'à 30 %. Par le biais de ces technologies, Henkel soutient les efforts de toute l'industrie automobile pour améliorer son efficacité et sa qualité.

métaux lourds et des solvants par des produits alternatifs efficaces qui permettent de proposer des solutions à base d'eau et de rayons ultraviolets. En 2009, dans le cadre de notre projet Empreinte Carbone des Produits, nous avons calculé pour la première fois les empreintes carbone de notre adhésif Liofol et des joints d'étanchéité pour fenêtres de la marque Sista comme témoins de leurs catégories de produits. En examinant le cycle de vie complet du produit, nous pouvons mettre en œuvre des améliorations ciblées pour une efficacité maximum.

Le transfert de connaissances pour des conseils complets sur les procédés

En qualité de partenaire fiable et de conseiller compétent, nous devons comprendre aujourd'hui les besoins de nos clients de demain. Nous maintenons par conséquent un dialogue permanent. Notre but est d'offrir à nos clients une haute performance tout en les aidant à mettre en œuvre le développement durable sur l'ensemble de leur chaîne de valeur. Ici encore, nous tirons parti de nos nombreuses années d'expertise sur les analyses de cycles de vie et sur les

questions de développement durable. Nous pouvons obtenir des améliorations en modifiant la composition de nos produits ou en adaptant la manière dont ils sont utilisés par nos clients. Nos produits peuvent aider les clients à améliorer la conception des biens qu'ils produisent ou à rendre leurs procédés de fabrication plus efficaces. Nos solutions globales sont le fruit de la compréhension des besoins de nos clients et résultent souvent d'un travail en équipe avec ces derniers, mais aussi avec les fabricants d'équipements et les fournisseurs de matière première.

Pour nous, le développement durable signifie également aider nos clients à économiser sur les coûts et les ressources

Le développement durable nous procure un avantage compétitif lorsqu'il génère également des avantages économiques, écologiques ou sociaux pour nos clients. Ces avantages pourraient consister, par exemple, en développements de produits qui rendent les procédés de fabrication plus efficaces que les solutions conventionnelles. Nos produits de maintenance et de réparation Loctite par



Les underfills Hysol

Les adhésifs underfill forment une couche de remplissage uniforme sans vide qui garantit, par exemple, que les puces dans les appareils électroniques tels que les téléphones mobiles résistent mieux aux impacts des chocs. Notre underfill Hysol UF3800 peut être traité à la température de la pièce et fonctionne à basse température. Hysol UF3800 est également un matériau qui peut être retravaillé et ne contient pas de composants dangereux. Nos clients peuvent ainsi réduire la consommation d'énergie, les déchets de matériaux et les coûts du traitement durant la fabrication.

www.henkel.com/sr2009 → 30

Hysol

Les fluides de coupe Multan

Les nouveaux fluides de coupe Multan évitent la prolifération typique des bactéries, souvent problématique dans les applications industrielles. La composition à base d'eau atteint une excellente performance sans l'aide de bactéries toxiques. Cela réduit de manière significative les risques pour la santé des employés sur leurs sites de production.

www.henkel-multan.com



Multan

exemple peuvent allonger la durée de vie des machines. Nos adhésifs PurMelt MicroEmission améliorent la santé et la sécurité au travail dans les usines de fabrication. Et la technologie de protection anti-corrosion TecTalis réduit les coûts des procédés de production en eau et en énergie. Dans l'industrie de la construction aux Etats-Unis, les adhésifs et produits d'étanchéité de notre gamme OSI Green Series établissent de nouvelles normes pour des bâtiments respectueux de l'environnement et des maisons saines. Dans un souci de transparence envers nos clients, nous avons développé de nombreux outils pour démontrer les avantages de nos innovations. L'un d'entre eux est le Calculateur de Valeur qui permet aux clients de quantifier les avantages économiques qu'ils retireraient de l'utilisation de nos produits. Il est actuellement disponible pour plus de 30 marques, y compris Bonderite, TecTalis, Macroplast et Macromelt.

www.henkel.com/sr2009 → 31

La sécurité de l'utilisateur par le dialogue, le conseil et la formation

La qualité chez Henkel ne s'arrête pas au développement et à la vente de produits haute performance. Nous offrons du service et des conseils dans le monde entier dans tous les secteurs. En partageant notre savoir-faire et notre compétence, notre objectif principal est d'aider nos clients à utiliser nos produits de manière efficace et sûre. Par exemple, notre concept de management des produits chimiques aux USA, les aide à sélectionner, traiter et éliminer les produits chimiques. En Europe Centrale et en Europe de l'Est, plus de 60 centres de formation Ceresit apprennent aux artisans à utiliser nos produits de construction de manière optimum. Au Brésil, Henkel est l'un des membres fondateurs du Conseil pour un Bâtiment Vert, une initiative internationale qui promeut le développement de méthodes et de produits pour des bâtiments durables.



Loctite 4309

L'adhésif pour greffe de plantes Loctite 4309 est le premier de ce type dans le secteur de la culture de plantes. Au lieu d'une pince en plastique appliquée manuellement, les deux parties de la greffe peuvent maintenant être soudées par une goutte de Loctite 4309. Cela économise du matériel et permet d'accomplir cette tâche deux à trois fois plus vite, réduisant ainsi les coûts de production des cultivateurs de plantes. www.loctite.com

LOCTITE



Entretien avec le Prof. Dr. Ramón Bacardit et Enric Holzbacher du Conseil du Développement Durable, où ils représentent le secteur des Adhésive Technologies

Dans le monde, 40 % de l'énergie est consommée par les bâtiments – une cible importante pour les mesures de protection du climat. Comment envisagez-vous l'action de Henkel sur ce point ?

Ramón Bacardit : l'accent mis sur le rendement énergétique des constructions représente une opportunité majeure pour nous. Nous proposons un éventail de solutions comprenant des joints d'étanchéité, des mousses isolantes, des panneaux isolants ainsi que des films d'étanchéité professionnels pour l'isolation des fenêtres, des portes et des murs. Au départ, notre tâche principale consistera à sensibiliser et à promouvoir la transparence. Nous devons souligner et expliquer les pertes d'énergie inutiles dans les maisons. C'est le seul moyen pour que les clients prennent conscience des avantages de nos produits.

Comment comptez-vous atteindre cet objectif ?

Enric Holzbacher : en prodiguant des conseils professionnels sur nos produits et en offrant également des instruments tels que les Calculateurs d'énergie – en Allemagne par exemple, sur Internet à www.Henkel321.com. Sur d'autres marchés, tels que l'Europe Centrale et l'Europe de l'Est, nous créons des centres de formation pour les artisans, dans lesquels nous sensibilisons les professionnels sur l'importance des matériaux respectueux de l'environnement et où nous dispensons des conseils sur leur utilisation. Notre message explique que l'investissement dans des adhésifs, des joints et des matériaux d'isolation de haute qualité est payant à long terme.

Pouvez-vous le prouver ?

Ramón Bacardit : en 2009, en collaboration avec l'institut Öko allemand, (Institut pour l'Ecologie Appliquée), nous avons déterminé l'empreinte carbone des joints pour fenêtre. Le résultat a été concluant : les facteurs décisifs sont la qualité des matériaux, la maintenance régulière et le remplacement des joints d'étanchéité. Plus la qualité et la durabilité des joints sont élevées, plus les économies d'énergie réalisées sont grandes.

Si ces informations sont si convaincantes, pourquoi trouvons-nous encore tant de bâtiments à médiocre rendement ?

Enric Holzbacher : les propriétaires d'habitats à louer et de locaux à usage commercial sont souvent réticents à entreprendre des actions pour améliorer la compatibilité environnementale et le rendement énergétique de leurs biens. En effet, ils ne sont pas utilisateurs et ne profitent pas eux-mêmes des économies d'énergie. Nous essayons de résoudre cette situation avec notre participation aux initiatives internationales telles que le Conseil du Bâtiment Vert US.

Notre équipe mondiale est notre atout le plus important pour un futur fait de succès.



Tous les employés reçoivent une formation continue pour s'assurer qu'ils sont qualifiés pour leurs tâches. Les quelques 600 employés des services d'achats, par exemple, reçoivent une formation au Campus des Achats. L'équipe ci-dessus s'entraîne à la négociation.

De gauche à droite :

Morad Carrilho El Achhab

Est responsable achats pour les matériaux de conditionnement des Adhesive Technologies en Allemagne. En parallèle, il a terminé une formation en gestion et est maintenant également responsable des achats de matériaux de conditionnement en Europe.

Lien Tran

Est l'assistante du Directeur international des achats. Elle investit financièrement pour son futur en participant au programme d'actionnariat des employés de Henkel.

Eric Scheid

Est responsable achats pour les Technologies de l'Information (IT). Il a fait ses études en France et a commencé sa carrière comme ingénieur conditionnement chez Henkel en Allemagne. Henkel l'a ensuite nommé en France, puis aux Etats-Unis dans le cadre de rotations de postes.

Petra Spallek

Responsable des achats internationaux de matières premières. Elle travaille à temps partiel afin de mieux équilibrer sa vie personnelle et sa vie de famille.

Une équipe mondiale solide pour une réussite collective

L'une des priorités stratégiques de Henkel est de renforcer notre équipe mondiale. Nous le faisons en valorisant la diversité, les qualifications et la performance de nos employés. Car ce qui compte, c'est l'équipe – particulièrement en temps de crise économique. **SR** Pages 4 et 5. L'engagement personnel de nos employés issus de 116 pays

116

nationalités assurent la réussite de Henkel

est le fondement de notre réussite. La force motrice qui anime nos marques et technologies leaders repose sur des personnes dotées d'un esprit d'entreprise. Henkel

promeut une culture d'entreprise imprégnée de loyauté et d'esprit d'équipe, où l'on attend que chacun assume ses responsabilités, et où les réalisations personnelles exceptionnelles sont récompensées.

L'année 2009 nous a mis face à plusieurs défis majeurs, nous obligeant à prendre des décisions difficiles et à impulser des changements importants. Malheureusement, cela a impliqué des réductions d'effectif. Ces mesures douloureuses étaient nécessaires pour assurer la compétitivité à long terme de Henkel. **SR** Page 35.

Chez Henkel, nous nous concentrons sur les éléments de base suivants pour renforcer notre équipe mondiale :

La diversité et l'intégration	Le recrutement et la fidélisation des employés
La formation continue	La gestion des talents

Se renforcer grâce à la diversité

Nous sommes convaincus que la diversité des cultures et des compétences parmi nos employés nous aide à mieux comprendre nos marchés, nos clients et nos consommateurs, et par là même à assurer notre réussite à long terme. Nous aspirons à avoir les meilleures équipes possibles – sans tenir compte de l'âge, du sexe ou de la nationalité des membres. La diversité et l'intégration sont des composantes importantes de notre culture d'entreprise.

32 %

de nos employés dans le monde sont des femmes

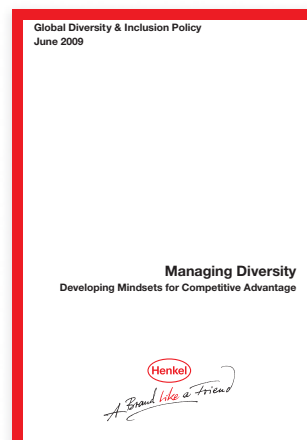
Les normes sociales chez Henkel



Notre culture d'entreprise est basée sur notre engagement à respecter la dignité et la vie privée de tous nos employés et sur l'application des principes d'égalité et de loyauté. Nous avons clairement exprimé notre soutien à la protection des droits de l'homme en présentant notre Code de conduite en 2000 et lorsque nous avons rejoint le Pacte International des Nations Unies en 2003. Nos normes sociales, publiées en 2006, expriment de manière concrète les principes que nous défendons.

Au moyen de présentations, de cours de formation et d'e-learning, nous nous assurons que nos normes sociales imposées au niveau international sont fermement ancrées dans l'entreprise et appliquées dans nos activités quotidiennes. Dans le cadre de nos audits de routine, nous vérifions l'application de nos normes sociales sur des sites sélectionnés. Du fait de leur importance, nous allons inclure ces normes sociales dans notre reporting sur la conformité annuelle à partir de 2010. **SR** Page 8.

En juin 2009, le Comité de Direction de Henkel a approuvé une politique internationale sur la diversité et l'intégration. Dans ce texte se trouve une définition de ces deux termes et des mesures pour leur application. Dans ce but, nous avons également nommé une équipe mondiale d'ambassadeurs de la diversité en 2009. Leur tâche consiste à encourager et à mettre en œuvre des projets et des initiatives locales.



AR Page 51. www.henkel.com/sr2009 → 32

Exemples régionaux

Dans le monde	Démarrage d'un programme de tutorat pour les gestionnaires, afin de mettre en place une meilleure culture du feedback.
USA et Allemagne	Journées de la diversité.
Belgique	Extension du programme de tutorat inter-générationnel impliquant des nouveaux arrivants professionnels et des employés expérimentés.



Alissa Besler

Participe à un cours de trois ans comme assistante de laboratoire de chimie chez Henkel. Elle est l'une des 511 jeunes personnes formées en 2009 par Henkel dans 20 professions différentes en Allemagne.

Sofie Huyleberoeck

Travaille chez Henkel Belgique depuis août 2009. Elle a participé au Henkel Innovation Challenge – un concours international pour les étudiants – et a été embauchée en tant que chef de produit junior dans les opérations de marketing du secteur des Cosmétiques.

Axel Olschinski

Travaille chez Henkel depuis 1990. Après avoir suivi une formation de mécanicien chez Henkel et avoir suivi plusieurs autres cours, il remplit aujourd'hui les fonctions d'assistant opérationnel, responsable de la génération de vapeur dans l'usine électrique Henkel à Düsseldorf.

Guy Simeon

Travaille pour Henkel Belgique depuis 1980 et est responsable de la chaîne d'approvisionnement des Détergents et produits d'entretien dans les pays du Benelux. En tant que tuteur, il transmet ses connaissances à ses collègues plus jeunes.

A la conquête des meilleurs talents

L'un des éléments essentiels de notre stratégie visant à renforcer notre équipe mondiale est le recrutement des meilleurs employés possible au niveau mondial. Cela est

300

diplômés des meilleures universités dans le monde choisissent de travailler chez Henkel

particulièrement important en période de crise économique. Pour soutenir nos équipes dans leurs défis futurs, nous recherchons de jeunes talents dans le

monde entier. Nous avons également mis sur pied un réseau d'universités et de professeurs pour nous aider à repérer les meilleurs étudiants pour Henkel à un stade précoce. Par notre présence lors de séminaires et de présentations universitaires, nous positionnons Henkel comme un employeur de choix.

Nous utilisons des outils de recrutement spécialement conçus pour répondre aux demandes des marchés spécifiques ainsi que des régions.

Exemples régionaux

Europe En Europe, nous avons mis en place le Henkel Innovation Challenge. En 2009, 2 100 étudiants de 11 pays et de 121 universités ont participé à ce concours. Le cercle des gagnants nous a déjà permis d'embaucher sept nouveaux collaborateurs en Belgique, en Grèce, en Italie, aux Pays-Bas et en Turquie pour l'année 2009.
www.henkelchallenge.com

Afrique du Sud En collaboration avec les ministères de l'éducation et du travail, des cadres de Henkel ont présenté le travail et les opportunités de carrière chez Henkel à des élèves du secondaire, puis ils ont apporté un témoignage sur leurs propres carrières dans l'entreprise.

Compétition et motivation pour les employés

Dans la compétition internationale, la qualité de notre équipe mondiale est tout aussi vitale que la qualité de nos produits. Nos employés dans le monde entier participent ainsi à des séminaires, des ateliers et de l'e-learning, pour s'assurer qu'ils demeurent aussi qualifiés que possible. De telles manifestations couvrent des

100 %

de nos employés reçoivent une formation afin d'améliorer leurs compétences

séminaires sur la santé, la sécurité et la formation à l'environnement, jusqu'à des cours sur les produits pour le personnel de vente à l'extérieur. Nous encourageons beaucoup les séminaires conçus sur mesure pour les besoins de nos secteurs et de nos unités fonctionnelles. Les modules de formation spécialisée permettent à nos employés d'acquérir de nouvelles connaissances et de développer davantage leurs compétences, par exemple sur le Campus des Achats **SR** Page 30.

Pour que nos employés puissent acquérir un savoir-faire de pointe en gestion, nous collaborons avec des partenaires externes et des écoles de gestion de renommée internationale. Dès 1997, nous avons créé l'Académie Internationale Henkel pour nos cadres.

Reconnaître et développer les compétences

Chez Henkel, nous donnons des défis et nous motivons nos employés sur une base individuelle selon leur potentiel. Nous soutenons également le planning de carrière par objectifs pour chaque individu sur la base de leur performance. L'une des tâches les plus importantes des managers est de reconnaître et de développer les compétences de leur personnel.

En 2008, nous avons introduit un nouveau procédé de gestion des talents au niveau mondial, la Table Ronde du Développement, pour tous les cadres juniors et seniors. Par ce procédé, les superviseurs évaluent la performance et le potentiel de leur personnel à l'aide de normes internationales uniformes, puis établissent des plans de développement individuel. Les résultats sont communiqués aux

1 462

promotions internes de managers dans le monde en 2009

cadres et sont discutés avec eux. Les mesures arrêtées à l'issue de ces discussions sont destinées à permettre aux employés de réaliser leur plein potentiel selon leur profil de compétences. Une équipe mondiale forte requiert des employés possédant une expérience internationale. Pour renforcer la compréhension des autres cultures et marchés, la rotation des postes est devenue un outil standard d'évolution de l'employé. Nous proposons à nos meilleurs employés des opportunités pour travailler dans un autre pays pour une période

de temps définie. Cela facilite le partage de savoir-faire à l'échelle de l'entreprise chez Henkel – et permet à nos employés de mieux développer leurs compétences professionnelles et personnelles. www.henkel.com/sr2009 → 33

Rémunération à la performance

La reconnaissance de la performance individuelle encourage les employés à penser et à agir comme des entrepreneurs et renforce leur motivation. Une rémunération équitable et basée sur la performance est par conséquent un élément important de notre culture d'entreprise. Nous nous servons de composantes salariales liées à la réussite pour récompenser l'engagement personnel et la performance de nos employés. Nous reconnaissons leur contribution à la réussite de leur entreprise. www.henkel.com/sr2009 → 34

La participation des employés à l'entreprise

Depuis 2001, nos employés ont pu profiter de notre réussite en participant à notre programme d'actionnariat salarié.

28 %

de nos employés issus de 56 pays ont participé à notre programme d'actionnariat en 2009

Celui-ci renforce leurs liens avec le groupe. Le fort taux de participation (environ 28 % en 2009) est le signe de leur confiance.

Fin 2009, 14 000 employés dans le monde détenaient des actions préférentielles Henkel, acquises par le biais du programme d'actionnariat salarié. Cette confiance en notre entreprise est également payante, car chaque achat de trois actions Henkel donne droit à une action supplémentaire.



Entretien avec Kathrin Menges, directrice internationale des Ressources Humaines, et Rolf Schlue, qui représente les Ressources Humaines au Conseil pour le Développement Durable

Pourquoi le leadership et la motivation des employés sont-ils si essentiels pour Henkel ?

Kathrin Menges : la conjoncture de l'année dernière n'était pas facile – ni sur nos marchés, ni pour nos employés.

Malheureusement, nous avons dû réduire notre effectif pour pouvoir réagir face à cet environnement économique difficile. Néanmoins, nos employés comptent plus que jamais, surtout en période de crise. Nous encourageons l'esprit d'équipe pour que notre entreprise demeure compétitive face aux défis à venir. Nous avons donc besoin de cadres qui peuvent prendre des décisions, qui répondent aux demandes de leurs collègues, qui les motivent pour faire de leur mieux chaque jour et qui savent travailler en équipe. C'est seulement ainsi que nous pourrions créer une culture gagnante qui contribue activement à la réussite de Henkel.

Qu'attendent aujourd'hui les jeunes en début de carrière de la part d'une entreprise internationale ?

Rolf Schlue : les jeunes veulent faire partie d'une entreprise qui mène une politique durable dans la conduite de ses affaires et qui se comporte de manière socialement responsable. Ils s'attendent à ce que ses produits provoquent le minimum de nuisances et attendent une politique de l'entreprise axée sur le progrès et l'engagement social. Le thème de la responsabilité sociale d'entreprise est de plus en plus discuté lors de l'apprentissage et des cours universitaires.

Comment abordez-vous ce thème ?

Rolf Schlue : dans le monde entier, nous présentons aux jeunes qui postulent chez Henkel des informations sur la mise en œuvre du développement durable dans l'entreprise, sur nos valeurs d'entreprise, et sur notre culture d'entreprise valorisant la performance. Nous soulignons les opportunités qu'offre notre politique de diversité et d'intégration, ainsi que les possibilités d'engagement social dans des projets bénévoles. Nous sommes convaincus que cela nous permettra de recruter et de conserver les personnes idéales pour notre futur.

La Santé et la Sécurité au travail

La santé du personnel

Nous cherchons à promouvoir la santé de nos employés et à garantir leur capacité de travail à long terme par des programmes ciblés, des examens médicaux et d'autres mesures de prévention. Les mesures prises incluent la suppression des risques sur le lieu de travail susceptibles de provoquer des maladies à long terme et des incapacités de travail.

Chacune des filiales de Henkel axe son programme de santé sur un certain nombre de facteurs, en fonction des situations locales. Outre les actions concernant la santé physique, la sensibilisation à la santé sur le lieu de travail insiste de plus en plus sur la manière de faire face à une charge de travail et à un stress croissants, pour prévenir les nouvelles maladies qui apparaissent dans notre société. www.henkel.com/sr2009 → 35

Notre objectif : zéro accident de travail

Formulé en 2000, notre objectif à long terme de zéro accident demeure inchangé. Pour Henkel, même un seul accident est un accident de trop. En nous appuyant sur les progrès accomplis et en prenant 2007 comme année de référence, nous nous sommes fixé un nouvel objectif intermédiaire : réduire les accidents du travail de 20 % pour 2012. **SR Page 4.** Nous n'avons essuyé aucun accident mortel en 2009, aussi bien parmi les employés de Henkel que les sous-traitants travaillant sur nos sites. Nous déplorons malheureusement qu'un employé de Henkel se soit tué en avion aux USA lors d'un déplacement professionnel.

80 %
de nos sites de production dans le monde n'ont connu aucun accident en 2009

2012. **SR Page 4.** Nous n'avons essuyé aucun accident mortel en 2009, aussi bien parmi les employés de Henkel que les

Formation en matière de santé et de sécurité au travail

Nous continuons à insister sur le strict respect de nos normes en matière de sécurité, de santé et d'environnement, et nous avons renforcé les actions de sensibilisation de nos employés sur les thèmes de la santé et de la sécurité au travail. Par le biais d'ateliers réguliers, de lettres d'information et de journées locales sur la santé et la sécurité, nos employés apprennent à avoir les bons réflexes, à identifier les risques de sécurité et à éviter les accidents.

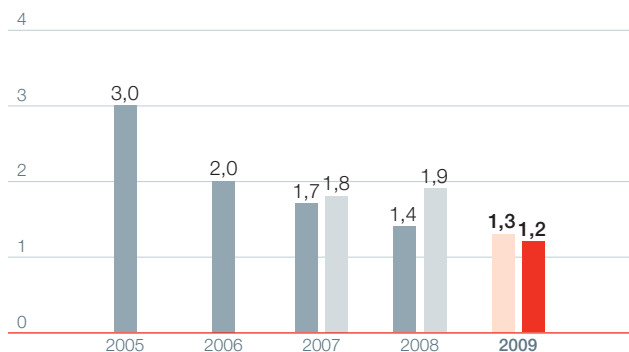
Les employés des sociétés extérieures qui travaillent pour Henkel peuvent également participer à nos formations entreprises sur la santé et la sécurité au travail. www.henkel.com/sr2009 → 36

Exemples régionaux

Suède	Notre site de Norrköping n'a connu aucun accident en 9 ans. En 2009, l'Institut suédois pour l'Organisation du Travail l'a distingué comme le meilleur environnement de travail de l'année pour sa gestion de la sécurité.
Royaume Uni	En 2009, tous les commerciaux ont suivi un cours de conduite complémentaire afin de prévenir les accidents de la route.
Chine	Notre usine de Nanhui a reçu un prix de la sécurité par les autorités locales pour sa performance exemplaire en termes de santé et de sécurité au travail.
Etats-Unis	En 2009, nous avons distingué notre site de Kansas City Nord, dans le Missouri, pour une réalisation très spéciale : ces 25 dernières années, il n'y a pas eu un seul jour de travail perdu à cause d'un accident du travail.
Europe	Le Réseau européen pour la Promotion de la santé au travail (ENWHP) a de nouveau récompensé Henkel dans le cadre de « Move Europe-Partner Excellence 2009 » pour ses réalisations exemplaires sur la santé au travail.

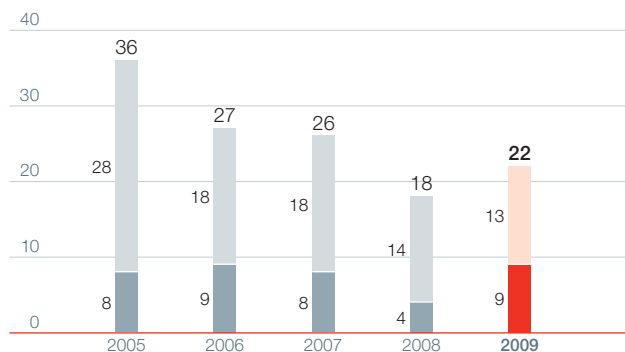


Accidents du travail par million d'heures travaillées
Au moins un jour non travaillé (à l'exception des accidents de trajet)



■ Employés de Henkel
■ Employés d'entreprises extérieures travaillant sur les sites Henkel et sous contrat direct (inclus pour la première fois en 2007)
99 % des employés de Henkel étaient couverts

Accidents graves du travail
Plus de 50 jours non travaillés



■ Accidents survenus dans une activité de production typique
■ Accidents survenus en marchant ou en se déplaçant (par ex. en trébuchant)
99 % des employés Henkel étaient couverts

Encourager l'engagement social



Kristen Sánchez-Marin dirige l'administration de Henkel en Amérique Centrale. Durant son temps libre, avec ses collègues elle aide les habitants du village de montagne Santa Clara la Laguna au Guatemala. Le projet anniversaire (sélectionné par Henkel en 2008 parmi 86 propositions à l'occasion de la 10ème édition de l'initiative « Make an impact on tomorrow » et doté d'une subvention de 100 000 euros par Henkel) aide 120 familles. En collaboration avec l'organisation Internationale indépendante Helps, ce projet améliore les conditions de vie des familles, en construisant par exemple des cheminées fermées dans les maisons, en installant des filtres pour garantir de l'eau potable, en soutenant les écoles et en améliorant la productivité agricole.



De la peinture fraîche sur les murs : grâce à la technologie de pulvérisation, Heidi Von Halle, une employée de Colombie, et Fabiola Samayoa de Henkel Guatemala ont pu rapidement rénover une des maisons du village de montagne guatémaltèque. www.henkel.com/smile



L'engagement social indissociable de l'initiative

L'engagement social tient un rôle important dans notre culture d'entreprise. Il a constitué une tradition tout au long de notre histoire, il est fermement ancré dans nos valeurs d'entreprise et se reflète dans nos activités quotidiennes. Nous nous efforçons de faire face aux défis sociaux en coopérant avec nos employés et retraités, nos clients et consommateurs, et les organisations internationales.

Henkel Smile est l'organisation ombrelle des activités d'engagement citoyen de notre entreprise qui dépassent les intérêts commerciaux directs.

Nous avons structuré nos activités mondiales autour de trois éléments centraux : MIT (Make an Impact on Tomorrow, ou Pour que demain soit meilleur), l'aide d'urgence internationale et l'engagement pour le bien commun.

L'initiative Make an Impact on Tomorrow (MIT) repose sur nos employés et retraités, qui sont à l'origine de tous les projets, ainsi que de leur mise en œuvre. Henkel soutient le travail bénévole accompli par ses employés et retraités par des donations en nature, des produits, des finances et des conseils de spécialistes. De plus, Henkel a soutenu les projets MIT en 2009 en accordant un total de 318 jours de congés payés. Les employés peuvent solliciter jusqu'à cinq jours par an pour participer à un projet.

Nous sommes convaincus que le travail bénévole profite à toutes les parties impliquées : la société, l'entreprise et les employés. Les employés s'attendent maintenant à ce que l'entreprise s'engage envers la société. Ils veulent également y contribuer eux-mêmes, avec l'aide de leur employeur. Dans le cadre de leurs projets, nos employés font preuve de leur sens des responsabilités, de leurs qualités de leader et de leur capacité à travailler en équipe.

La valeur du MIT ne réside pas dans l'importance du soutien financier, mais plutôt dans les idées, les émotions, les efforts et le temps que nos employés et retraités investissent dans leurs projets. Les employés et retraités sont au cœur du MIT ; ils constituent un lien vital entre l'entreprise et les communautés dans lesquelles ils évoluent.

Dans le cadre de ses activités d'engagement social, Henkel a soutenu 2 155 projets au total dans le monde en 2009. Parmi ceux-ci, les 1 143 projets de nos employés et retraités ont représenté la plus grande part. Henkel a fourni une aide sous forme de soutien financier et de dons de produits pour sept actions de secours d'urgence dans des zones sinistrées. L'entreprise et ses marques se sont également impliquées dans 1 005 projets. Au total,

2 155
projets Henkel Smile
dans 78 pays en 2009



Les élèves de l'école St Paul de Dhupguri, en Inde, célèbrent l'inauguration d'un nouveau bâtiment destiné à 400 nouveaux élèves. Cela a été rendu possible grâce à l'implication de notre principale marque de lessives, Dixan, en Italie. Un total de 1 000 élèves pourra désormais être scolarisé. Les dons de Dixan financent également les repas quotidiens de l'école. Le but de l'association School Initiative créée en 1999, est de promouvoir la créativité des élèves des écoles en Italie tout en attirant l'attention sur les problèmes des enfants plus pauvres dans les pays en voie de développement. www.dixanperlascuola.it



Les employés de Henkel aux Philippines ont distribué de la nourriture aux victimes du Typhon Ondoy. Le 26 septembre, celui-ci a balayé les Philippines, laissant de nombreux morts dans son sillage. L'Initiative Fraternité Henkel a prodigué de l'aide d'urgence aux employés de l'entreprise et aux victimes du typhon. www.henkel.com/smile

ces projets ont permis d'améliorer les conditions de vie de 500 000 personnes. En 2009, le budget consacré à l'ensemble des activités Henkel Smile a dépassé 7,6 millions d'euros.

Le progrès social grâce à MIT

En 2000, les chefs d'Etat et de gouvernement de 189 pays ont défini 8 objectifs de développement, connus en tant qu'Objectifs du Millénaire pour le Développement des Nations Unies. Par leurs projets bénévoles, les employés et retraités de Henkel ont contribué à ces Objectifs du Millénaire de nombreuses manières. Plus de la moitié des projets MIT améliorent les conditions de vie des pays émergents et

en voie de développement. Les organisations locales partenaires jouent un rôle important dans la conduite des projets. Dans bien des cas, les projets MIT contribuent à plusieurs des Objectifs du Millénaire. Les projets du MIT se concentrent sur l'éradication de l'extrême pauvreté, sur la promotion de l'instruction élémentaire universelle, la réduction de la mortalité infantile et la lutte contre le SIDA et d'autres maladies.

500 000

personnes aidées dans le monde par Henkel Smile en 2009

www.un.org/millenniumgoals

Pourcentage des projets MIT répartis selon les Objectifs de développement du Millénaire des Nations Unies

1. Eradiquer l'extrême pauvreté et la faim	2. Atteindre la scolarité élémentaire universelle pour les garçons et les filles	3. Promouvoir l'égalité des sexes et donner des responsabilités aux femmes	4. Réduire la mortalité infantile	5. Améliorer les soins maternels	6. Lutte contre le SIDA, le paludisme et autres maladies	7. Préserver l'environnement	8. Développer un partenariat international pour le développement
21 %	31 %	10 %	6 %	3 %	22 %	6 %	1 %

Les indicateurs sociaux

Effectifs (au 31 décembre)	2008	2009	La chute des effectifs en 2009 est imputable à plusieurs projets. Le programme de restructuration Global Excellence a été mis en œuvre plus tôt que prévu. Aux USA, nous avons vendu des éléments de notre activité consommateurs concernant les Adhesive Technologies. En Chine, nous nous sommes retirés de l'activité des lessives. L'acquisition des activités de National Starch en avril 2008 a généré des effets de synergies en 2009. Dans le contexte de ces programmes, c'est un total de 1 596 employés qui ont quitté l'entreprise en raison de la vente d'usines et d'activités. www.henkel.com/sr2009 → 37
Henkel dans le monde	55 142	49 262	
Structure des effectifs			
- Non cadres	82 %	80 %	
- Cadres	16,6 %	18,4 %	
- Cadres supérieurs ⁽¹⁾	1,4 %	1,6 %	
Turn-over du personnel ⁽²⁾	5,7 %	4,9 %	
<i>(1) Comité de Direction, Vice Présidents d'entreprise, Cercles de Management I et IIa</i>			
<i>(2) Sur la base des démissions</i>			
Nationalités (au 31 décembre)	2008	2009	Les équipes internationales procurent à Henkel un avantage compétitif décisif et contribuent de manière significative à la réussite de l'entreprise. Le siège de l'entreprise en Allemagne emploie du personnel originaire de 48 nations. Notre Comité de Direction de 5 membres est composé d'un autrichien, d'un belge, d'un danois et de deux allemands.
Henkel	109	116	
Cadres	77	82	
Cadres supérieurs	51	48	
Comité de Direction	4	4	
Pourcentage de femmes ⁽¹⁾ (au 31 décembre)	2008	2009	Le pourcentage de femmes est resté stable ces dernières années. En effectuant une comparaison internationale, un pourcentage de 30 % est considéré comme un bon score. Nous avons l'intention de renforcer la proportion de femmes au sein de nos Cercles de Management et de nos cadres supérieurs.
Henkel	32,9 %	31,8 %	
Cadres	26,4 %	27,4 %	
Cadres supérieurs ⁽²⁾	13,7 %	16,4 %	
<i>(1) Couverture d'environ 95 %</i>			
<i>(2) Comité de Direction, Vice Présidents d'entreprise, Cercles de Management I et IIa</i>			
Age et ancienneté ⁽¹⁾ (au 31 décembre)	2008	2009	Henkel bénéficie d'une pyramide des âges stable, qui comprend une grande part de jeunes employés, de même que des employés plus âgés et plus expérimentés. Henkel recrute en permanence de nouveaux employés tout en utilisant l'expérience du personnel plus âgé.
Ancienneté moyenne en années	9,8	11,0	
Age moyen des employés	39,4	39,3	
Pyramide des âges			
16-29	19,5 %	18,7 %	
30-39	32,7 %	34,2 %	
40-49	29,6 %	29,7 %	
50-65	18,2 %	17,4 %	
<i>(1) Couverture d'environ 95 %</i>			
Evolution personnelle (au 31 décembre)	2008	2009	Henkel gère l'évolution de ses employés selon leur potentiel et préfère accorder ses postes à responsabilité à des cadres issus de ses rangs. Ceci est illustré par le nombre de promotions internes de cadres dans le monde. Le nombre de non cadres promus dans le monde n'est pas encore disponible. La catégorie « jours de formation » ne comprend pas les cours de formation pour le personnel des ventes et de distribution, les cours de formation sur la santé et la sécurité au travail ou sur l'environnement, l'e-learning ou encore les cours pour les apprentis en formation.
Promotion interne	1 877	1 462	
Rotation internationale des postes	433	443	
Stagiaires (Allemagne)	510	511	
Nombre moyen de jours de formation	2	2	
Programme d'actionnariat salarié (au 31 décembre)	2008	2009	Depuis le lancement du programme d'actionnariat en 2001, un nombre croissant d'employés s'inscrit chaque année. Fin 2009, le programme comptait environ 14 000 bénéficiaires dans le monde. A ce jour, on compte 4 millions d'actions détenues par des employés issus de 56 pays. Ceci représente 2,2 % de toutes les actions préférentielles.
Pourcentage des employés possédant des actions Henkel	27,4 %	28,4 %	
Employés couverts par des accords collectifs (au 31 décembre)	2008	2009	A l'intention de nos employés qui travaillent dans des pays dans lesquels il n'existe pas de représentation de salariés, ou lorsque celle-ci n'est pas établie, nous instaurons un dialogue entre la direction et nos employés sur une base volontaire et informelle pour assurer un échange ouvert de points de vue.
Pourcentage mondial	44 %	44 %	
Pourcentage Union Européenne	79 %	79 %	
Engagement social (au 31 décembre)	2008	2009	Le nombre total de projets inclut les projets initiés par des employés, l'aide d'urgence et les projets humanitaires soutenus par l'entreprise. Le « nombre de personnes aidées » a été mesuré pour la première fois en 2009. Les employés peuvent demander jusqu'à cinq jours de congé par an dans le cadre de MIT.
Nombre total de projets	2 476	2 155	
Dont projets initiés par des employés	1 306	1 143	
Nombre de personnes aidées	-	500 000	
Nombres de jours de congés pour des projets initiés par des employés	285	318	
Total des dons (en milliers d'euros) (en n'incluant pas les congés)	7 529	7 684	

Dialogue avec les parties prenantes

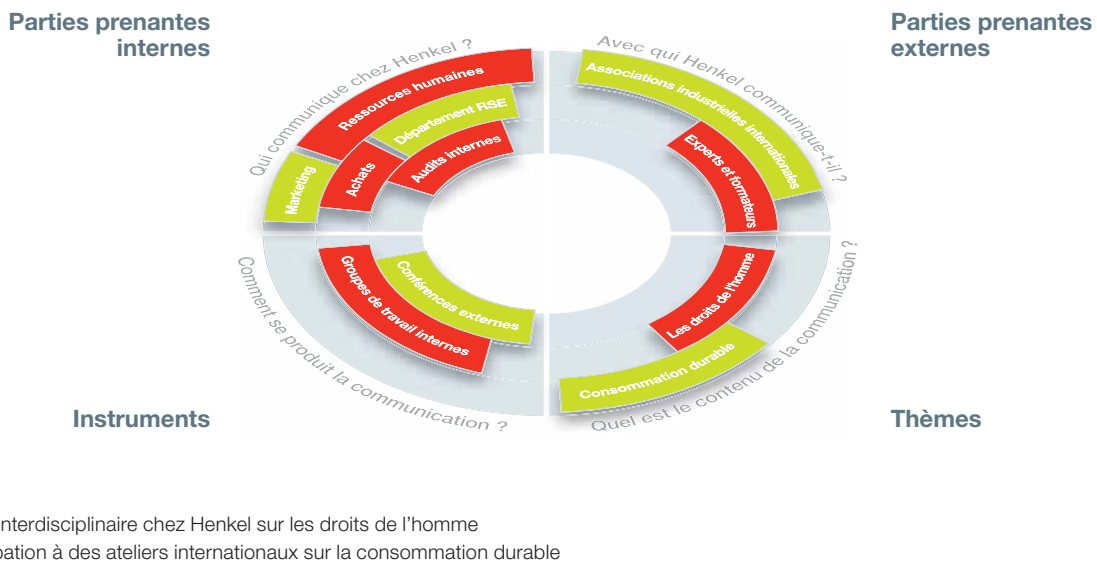
Un dialogue ouvert avec l'ensemble des parties prenantes constitue le pilier de notre gestion du développement durable.

Dans le domaine du développement durable, il n'est pas possible de développer des solutions viables sans un dialogue avec tous les groupes sociaux – au niveau local, régional et international. Par conséquent nous recherchons constamment le dialogue avec tous les acteurs, y compris les clients, les consommateurs, les fournisseurs, les employés, les actionnaires, les communautés locales, les autorités gouvernementales, les associations, les ONG et les chercheurs. Ce dialogue nous enseigne les aspects du développement durable qui intéressent particulièrement chacune des diverses parties prenantes. Il constitue une base pour une compréhension mutuelle et une opportunité de confronter notre vision d'entreprise avec celles des autres parties prenantes. De plus, il représente une source d'idées nouvelles pour l'entreprise. Il nous permet d'identifier les exigences futures et les risques potentiels qui peuvent être intégrés dans notre démarche à un stade précoce. La connaissance qui en résulte contribue largement à notre gestion de l'innovation et du risque. Elle est la base du développement de notre stratégie future sur le développement durable et de notre reporting



En 2009, Henkel a participé à 77 manifestations dans 20 pays dans le monde. Lors de l'une de ces manifestations, co-organisée par le World Wide Fund for Nature (WWF) et l'association de l'industrie de traitement de l'huile à base de graines en Allemagne (Verband der ölsaatenverarbeitenden Industrie – OVID), le Dr Roland Schröder et Christian-André Weinberger (troisième et quatrième à partir de la gauche) ont exposé le sujet du développement durable et de la protection du climat dans les systèmes de certification, se référant par exemple à la Table Ronde pour une Huile de Palme Durable (RSPO). Les moyens de stimuler rapidement la demande pour l'huile de palme certifiée, encore faible actuellement, furent également abordés.

Le dialogue avec les parties prenantes intégré chez Henkel



Nous avons systématiquement intégré notre dialogue avec les parties prenantes dans toutes nos fonctions, secteurs d'activité et régions. Les stratégies et solutions sont élaborées sur le lieu où elles seront évaluées et mises en pratique. www.henkel.com/sr2009 → 38

Un dialogue intégré

Bien que les problèmes de développement durable soient internationaux, les priorités et les perspectives régionales diffèrent grandement. Nous avons donc intégré le dialogue avec les parties prenantes dans nos fonctions, secteurs d'activité et régions. De cette manière, nous sommes assurés que les défis locaux et régionaux sont discutés par les experts appropriés dans notre entreprise et les parties prenantes pertinentes. Nous élaborons nos stratégies et solutions sur le lieu même où elles seront évaluées et mises en pratique. Les instruments, les thèmes, la durée et l'intensité du dialogue sont adaptés aux diverses parties prenantes individuelles et à leurs problèmes spécifiques.

www.henkel.com/sr2009 → 39

Dialogue avec nos employés

Afin d'inscrire solidement le développement durable dans l'ADN de Henkel, chacun des 50 000 employés de l'entreprise doit faire sien les principes du développement durable et agir en conséquence dans son travail quotidien. Pour encourager cette attitude, nous mettons sur pieds des formations et des modules de travail en ligne, et nous fournissons des informations sur notre Intranet et dans nos revues d'information pour les employés. Par exemple, nous avons lancé en 2009 un blog sur le développement durable afin d'encourager tous les employés à exprimer et discuter de leurs propres contributions sur les secteurs de mobilisation de Henkel.

Lors d'une autre initiative, un atelier d'une journée sur le développement durable a été organisé à Düsseldorf pour 100 stagiaires, qui ont directement expérimenté la difficulté de maintenir les trois dimensions de la durabilité en équilibre. Une balance à trois bras, avec des graduations pour la société, l'environnement et l'entreprise devait être placés en équilibre en recourant à divers matériaux.

Dialogue avec les experts internationaux sur le développement durable

Les échanges avec les experts internationaux sur le développement durable jouent un rôle capital dans notre dialogue avec les parties prenantes. Cela est particulièrement important lorsque l'on recherche des solutions adaptées aux défis actuels ou si l'on désire avoir plus de visibilité sur les attentes futures. En 2009 par exemple, nos experts locaux à Vienne, en Autriche, ont participé à de nombreuses discussions avec les scientifiques et les experts économiques. Ces discussions portaient sur l'établissement de la confiance et la sécurité dans des périodes de difficulté économique www.henkel.com/sr2009 → 40



Entretien avec le Dr Peter Florenz et le Dr Marcus Kuhnert, membres du Conseil sur le Développement Durable, qui représentent respectivement les relations avec le gouvernement et la communication d'entreprise

On s'attend aujourd'hui à ce que les entreprises trouvent des solutions à presque tous les défis sociaux. Quelle est la position de Henkel sur ce point ?

Peter Florenz : en tant qu'entreprise, nous désirons et nous devons faire partie des solutions. Plus nous répondrons vite et énergiquement à ces défis et aux points de vue des parties prenantes concernées, et j'inclurais ici aussi bien les organisations gouvernementales et non gouvernementales – plus nous serons capables d'adapter nos actions pour relever ces défis.

Comment vous attaquez-vous à ces tâches impressionnantes ?

Peter Florenz : de toute évidence, les entreprises ne peuvent pas surmonter seules ces problèmes. C'est la société toute entière qui doit s'y attaquer. Par exemple, nous considérons les campagnes pour une consommation durable comme une priorité pour les années à venir. Il faut des produits adaptés pour atteindre ce but. Mais cela va également nécessiter le soutien des gouvernements et, au final, celui des consommateurs. Nous essayons donc de sensibiliser les acteurs à divers niveaux sur ce thème – par une participation à des initiatives internationales, par le dialogue avec les organisations gouvernementales et non gouvernementales, et par une communication sur les produits.

Quelle est votre difficulté majeure dans vos échanges avec ces différentes parties prenantes ?

Marcus Kuhnert : le nombre et la diversité des acteurs – et tous leurs besoins en information – augmentent régulièrement. Un bon exemple est fourni par notre travail au sein du projet pilote sur l'empreinte carbone des produits. Les contributions concernant le développement de méthodes de calcul requièrent des échanges scientifiques détaillés, tandis que l'information destinée aux consommateurs doit prendre la forme de messages simples et pratiques. Le dialogue avec les parties prenantes exige de plus en plus des moyens de communication différents ainsi qu'une rédaction appropriée des informations pour s'adapter au public cible.

Quel est le rôle des nouveaux médias tels que les médias sociaux ?

Marcus Kuhnert : ils représentent des opportunités intéressantes, telles que le fait de toucher de nouveaux publics cible, de participer à un dialogue direct et un feedback immédiat. Nous avons déjà acquis une première expérience avec Twitter, YouTube et les blogs. Cependant, cela comporte des risques. Des contenus de valeur peuvent être perdus du fait de la brièveté des messages. Par conséquent, nous considérons les médias sociaux comme complémentaires des autres médias. Nous restons convaincus que rien ne remplace le contact humain.

Classements externes



Dans le cadre du classement des « meilleurs marques » allemandes, Henkel a été désignée comme la meilleure marque durable par le magazine économique Wirtschaftswoche et l'association des marques allemandes. Kasper Rorsted (à gauche), Président du Comité de Direction, a reçu la récompense au nom de Henkel le 10 février 2010.



Le 8 décembre 2009, les consultants internationaux Frost & Sullivan ont remis leur récompense annuelle pour l'Excellence Verte aux adhésifs Henkel destinés à l'équipement électronique pour les téléphones mobiles. Le prix concerne le développement de la gamme Loctite sans halogènes. Thomas Geitner (à gauche), Vice président Exécutif pour les Adhesive Technologies, a reçu ce prix au nom de Henkel.

La performance de Henkel concernant le développement durable et la responsabilité sociale d'entreprise a de nouveau impressionné les experts en 2009. Une liste des récompenses et distinctions est consultable sur Internet.

www.henkel.com/sr2009 → 41

Notations et indices 2009



Zurich / New York : pour la troisième fois consécutive, la liste de l'Indice Développement Durable du Dow Jones désigne Henkel comme leader du secteur des produits ménagers.



Londres : pour la neuvième année consécutive, Henkel fait partie de l'indice éthique international FTSE4Good.



Munich : Henkel a été désigné comme la meilleure entreprise dans le secteur des biens de consommation dans la notation sur la Responsabilité d'entreprise Oekom.



New York : Henkel a été de nouveau inclus dans la liste des « entreprises les plus éthiques du monde ».

Récompenses et classements 2009



Chine : China Business Watch a classé Henkel dans les 10 premières des « 50 meilleures entreprises vertes ».



Brésil : Henkel Brésil a été inclus dans l'indice des 100 meilleures entreprises pour le développement humain et a été désigné meilleure entreprise durable en 2009.

Récompenses par les clients 2009



USA : Wal-Mart a récompensé Henkel avec le Prix du développement durable pour ses contributions.



USA : l'équipe des Adhesive Technologies a reçu la première récompense du concours de gestion de l'environnement de Kellogg's.



Suisse : Coop a décerné le Prix Natura Coop dans la catégorie des promoteurs d'un développement durable optimal.



Argentine : Mercedes-Benz Argentine a reconnu Henkel pour l'excellence de ses services environnementaux.

Rapports sur le développement durable 2009



Allemagne : en 2009, l'Institut IÖW pour la recherche économique sur l'écologie a classé Henkel à la onzième place parmi les 150 plus grandes entreprises allemandes pour ses rapports sur le développement durable.



Allemagne : Henkel a reçu la récompense d'argent Econ pour le meilleur reporting en ligne.

Contacts, crédits et publications complémentaires

Nous serons heureux de répondre à toute question, suggestion ou commentaire de votre part concernant notre Rapport Développement Durable, nos informations en ligne ou notre orientation vers le développement durable.

Vos contacts chez Henkel

Communication Corporate France
Tél. : + 33 (0)1 46 84 91 48
Fax : + 33 (0)1 46 84 92 97
Email : yves.gautier@henkel.com

Développement durable / CSR
Tél. : + 49 (0)211-797-36 80
Fax : + 49 (0)211-798-93 93
Email : uwe.bergmann@henkel.com

Relations investisseurs
Tél. : + 49 (0)211-797-16 31
Fax : + 49 (0)211-798-28 63
Email : oliver.luckenbach@henkel.com



Les utilisateurs de téléphone mobile peuvent également se rendre directement sur la page formulaire de notre site web en photographiant ce Code "Quick Response"

Adresses Internet

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

Publié par

Henkel France
© 2010 Henkel France

Rédaction et coordination :

Publications d'entreprise :
Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Kathrin Zachary,
Wolfgang Zengerling
Développement durable / CSR :
Eva-Maria Ackermann, Uwe Bergmann, Ines Biedermann,
Christine Schneider

Traduction en français, coordination et relecture :

Antiope Traductions, Paris ; Département Communication
Henkel France

Conception et mise en page :

Kirchhoff Consult AG, Hamburg

Adaptation version française : escapades, Paris

Typographie : workstation gmbh, Bonn

Photos et illustrations : Henkel, Thomas Bauer,
Digital Wisdom Publishing Ltd., Olaf Döring, Andreas
Fechner, Vera Hofmann, IISD/Earth
Negociations Bulletin, Tommy Lösch

Impression : Altavia

Autres publications pouvant être téléchargées sur Internet

Le Rapport Annuel, les rapports trimestriels,
Vision et Valeurs, le Code de Déontologie,
le Code de Coopération et du Management,
le Code du Développement Durable Corporate,
l'histoire de l'entreprise, Henkel Smile

 www.henkel.com/publications

PR : 02 10 9.000
ISBN : 978-3-941517-13-4



Le Rapport Développement Durable est imprimé sur PROFIsilkFSC de Sappi. Le papier est composé de pulpe blanchie sans chlore. Les fibres de bois proviennent de forêts gérées de manière durable et certifiées selon les règles du Conseil de gestion des forêts (FSC). Cette publication a été reliée de manière à pouvoir être recyclable à l'aide de Purmelt MicroEmission et Sanicare de Henkel qui procurent une protection maximale de la santé et respectent les normes de sécurité, et la finition de la couverture a été réalisée avec l'adhésif de laminage Adhesin et la couche de traitement UV MiraCure MBoss de Henkel. Les encres d'impression ne contiennent pas de métaux lourds.

Tous les noms de produits sont des marques déposées de Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf, ou de ses filiales.

Ce document contient des prévisions fondées sur les estimations et suppositions établies par la direction d'entreprise de Henkel AG & Co. KGaA. Les prévisions sont caractérisées par l'emploi de termes tels que attendre, avoir l'intention, planning, prédiction, supposer, croire, estimer, anticiper, etc. De telles affirmations ne doivent pas être conçues comme une quelconque garantie que ces prévisions vont se réaliser. La performance et les résultats futurs effectivement réalisés par Henkel AG & Co. KGaA et ses filiales comportent de nombreux risques et incertitudes et peuvent par conséquent diverger sensiblement des prévisions initiales. Nombre de ces facteurs échappent au contrôle direct de Henkel et ne peuvent être évalués avec précision à l'avance, à commencer par l'environnement économique futur, et les actions des concurrents et d'autres acteurs impliqués sur les marchés. Henkel n'a pas l'intention de mettre à jour les prévisions et ne le fera jamais.



Le crédo de ce rapport « Une équipe mondiale pour gagner ensemble » est illustré par le graphisme que nous avons sélectionné pour la couverture. Le globe terrestre est constitué de 137 employés représentant la diversité, l'intégration et la dimension internationale, piliers de la culture d'entreprise de Henkel.

De gauche à droite :

Rangée du haut Anne Baerens, Nastassja Weyergraf, Renate Rauschil, Randy Reginelli, Burcu Devrim Avcı, Hui Jin

Deuxième rangée Karin Döring, Dr. Mustafa Akram, Evelyn Schulte-Steffens, Simone Schuster, Jari Tuomikoski,

Marion Lauterbach, Andreas Kopp, Alexandra Hnila, Katja Kremling

Troisième rangée Frank Tenbrock, Dirk Antkowiak, Thomas Geister, Silvio Mario Claudio Garavoglia, Herbert Pega,

Dr. Inga Vockenroth, Dr. Andreas Bauck, Robert K. Cecilio, Rushikesh Apte, Richard J. Alhage

Quatrième rangée Carlos Enrique Alvarez, Henrik Anserin, Lori Pastorski, Julio Muñoz Kampff, Fernando Parda,

Mileva Mircevska, Claudia Betcke, Carmen Klann, Emmanuel Nweke, Klaus Unützer, Ashok Konduskar, Jeremy Hunter

Cinquième rangée Daniela Schoening, Federica Berardo, Alain-François Dabreteau, Helmut Peters, Gerald Anthofer,

Anthony Lallier, Jojo Wilfred, Tadahiko Morihana, Vivian Yang, Manuel Aguares Navarro, Wenwen Liao,

Vijay Swaminathan, Cornelia Heinrichs

Sixième rangée Alfred Tuchlinski, Deborah De Andrés Presa, Esteban Gonzalez Jr., Antje Anders, William C. Zeiler,

Eliane Emond, Dr. Jianping Liu, Gaetano Cappello

Septième rangée Dr. Regina Jäger, Petra Prodöhl, Stacey Brown, William A. Simmons, Regis Rogge, Claudia Kurschat,

Andrew Powers, Dr. Karl-Heinz Ott, Lilian Fiorino Llorca

Huitième rangée Justina Vaitkute, Kai Schmidhuber, Laura Magnani, Dr. Shabbir T. Attarwala, Nadine-Tanja Kummer,

Gürsel Ceyhan, Lisa Chen, Grégory Vuillemin, Setareh Alaeddini, Marie-Laure Marduel

Neuvième rangée Dr. Birgit Veith, Dr. Ciaran McArdle, Esther Kumpan, Rolf Müller-Grünow, Melisa Haracic, Kee How Tan,

Matthew Greaves, Günther Lambertz, Sabine Hilberath, Janine Lintzen, Fadl Abowafia, Ulrike Beck, Mana Sasaki

Dixième rangée Housseem Bahri, Omar El Masry, Csaba Szendrei, Roberto Gianetti, Lassaâd Karray, Béatrice Billot,

Dr. Eva Sewing, Beatrice Jones, Ricardo Serrano, Mireia Martínez de la Torre, Christopher W. Sommer, Asli Cobbers

Onzième rangée Lien Tran, Melanie Hempel, Diane Montgomery, Aurida Ouchenir, Michael Kellner, Verena Frings,

Stephanie Gerth, Annegret Bredemeier, Roswitha Welter, Petra Beer-Michaud, Anna Sundström, Axel Christian Funke

Douzième rangée Tanja Kreisel, Dr. Marianne Waldmann-Laue, Dr. Rainer Simmering, Dr. Andrea Sättler,

Jan-Dirk Seiler-Hausmann, Oliver Baldauf, Kate Yeo, Emiliano Mroue, Giannicola Fazia, Pranee Chamroensrisakul

Treizième rangée Dr. Marc-Steffen Schiedel, Holger Scheufen, Dr. Simone Siebeke, Laurent Le Dur, Stefan Krzikawski,

Julia Kirchheim, Michael J. Starzman, Kiem Ho, Petra Spallek

Rangée du bas Siiri Odrats-Koni, Michael J. Terhardt, Dr. Christian Hebel, Robert Risse

Henkel

A Brand like a friend