

# Rapport Développement Durable 2008

La responsabilité sociale chez Henkel

# Henkel

*A Brand Like a Friend*

Conduire le changement

# Henkel en bref

## Performance en termes de développement durable de 2004 à 2008

### Indicateurs environnementaux par tonne métrique produite \*

|                                                 |        |   |
|-------------------------------------------------|--------|---|
| Charge polluante des eaux usées (émissions DCO) | - 4 %  | ↘ |
| Dioxyde de carbone (CO2)                        | - 6 %  | ↘ |
| Energie                                         | - 11 % | ↘ |
| Composés organiques volatils (COV) **           | - 24 % | ↘ |
| Métaux lourds                                   | - 29 % | ↘ |
| Déchets                                         | - 30 % | ↘ |
| Eaux                                            | - 35 % | ↘ |
| Dioxyde de soufre (SO2)                         | - 41 % | ↘ |
| Accidents du travail ***                        | - 63 % | ↘ |

\* Indicateurs environnementaux incluant les activités de National Starch (depuis avril 2008)

\*\* Composés organiques volatils, excepté les activités de National Starch

\*\*\* Accidents du travail par million d'heures travaillées

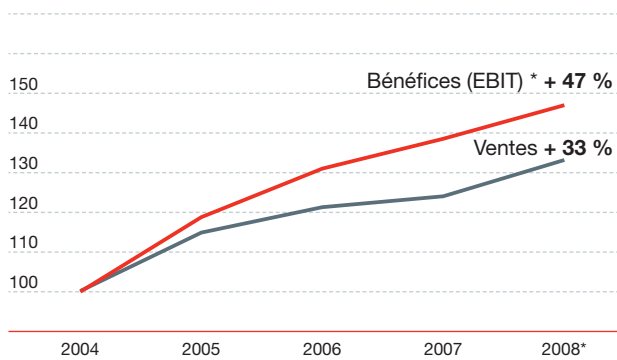
## Présentation de la société

Nous opérons sur trois domaines de compétence stratégiques grâce à nos marques et nos technologies : Détergents et produits d'entretien, Cosmétiques et Adhésive Technologies. Sur nos plus de 55.000 employés, 82 % travaillent hors d'Allemagne.

En 2008, notre chiffre d'affaires total s'est élevé à 14,1 milliards d'euros. Sa progression de 8,1 %, s'explique essentiellement par la croissance externe, avec l'acquisition des activités de National Starch et la croissance interne. En revanche, avec 779 millions d'euros, le résultat d'exploitation se situe bien en deçà de son niveau de l'année précédente, qui était de 1,34 milliard

## Performance commerciale de 2004 à 2008

### En pourcentage - indice 2004

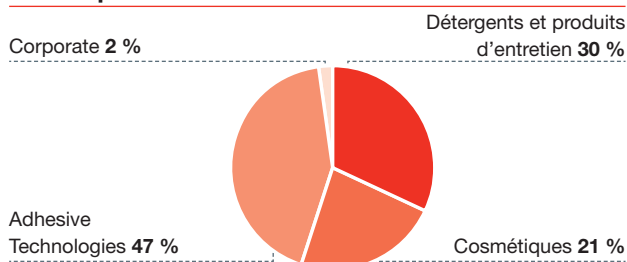


\* 2008 : Résultat d'exploitation (EBIT) après ajustements correspondant aux charges et produits exceptionnels et coûts de restructuration

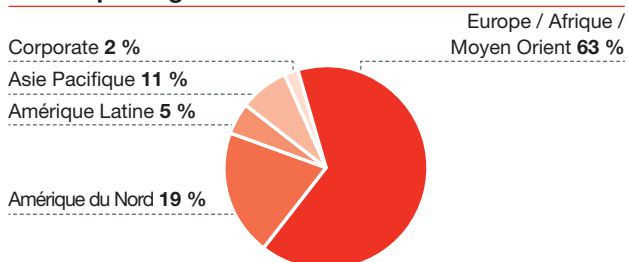
d'euros. Cette chute est due aux coûts de restructuration et aux charges exceptionnelles liées à notre programme, Global Excellence, et à l'intégration de National Starch.

Le résultat d'exploitation ajusté (« EBIT ajusté ») a progressé de 6,6 %, à 1 460 millions d'euros. Ce chiffre tient compte d'une déduction de 35 millions d'euros correspondant à l'amortissement des immobilisations incorporelles liées à l'acquisition des activités de National Starch. Avant cette déduction, l'EBIT ajusté représente 9,1 % à 1.495 millions d'euros. [AR pages 36 et 38](#) [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

## Ventes par secteur d'activité



## Ventes par région <sup>1</sup>



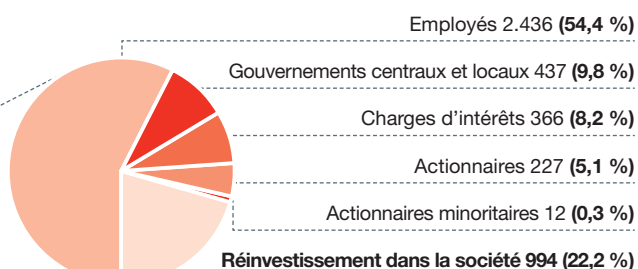
<sup>(1)</sup> Y compris les entreprises : pour la consolidation avec Henkel Group Corporate = ventes et services non imputables aux secteurs d'activité individuels

## Répartition de la valeur ajoutée en 2008

### En millions d'euros

|                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------|
| <b>Ventes totales 14.131 (90,6 %)</b>                           |
| Autres revenus 1.458 (9,4 %)                                    |
| Coût des matières 6.598 (42,3 %)                                |
| Amortissement/Dépréciation des valeurs immobilières 546 (3,5 %) |
| Autres charges 3.973 (25,5 %)                                   |
| <b>Valeur ajoutée 4.472 (28,7 %)</b>                            |

Dont :



# Sommaire

## Les domaines traités dans 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. Il est publié chaque année et complète notre Rapport Annuel pour les thèmes écologiques et sociaux. Vous trouverez des informations complémentaires sur la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) sur [www.henkel.com/sustainability](http://www.henkel.com/sustainability) et dans d'autres publications de Henkel  page 37.

Le contenu du rapport est le reflet des défis importants en matière de développement durable que nous devons relever dans le cadre de nos activités. 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/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 2

Le Rapport Développement Durable couvre toutes les entités légales faisant partie du périmètre de consolidation, telles que les participations directes et les activités de National Starch acquises en 2008. Les exemples que nous présentons ont été choisis pour leur caractère innovant, leur pertinence et leur représentativité du travail de la société. Les indicateurs environnementaux liés à la production prennent en compte les données des sites de production de 57 pays différents. Ils couvrent plus de 95 % de la production mondiale de la Société. Les accidents de travail sont comptabilisés suivant un système de reporting cohérent qui couvre près de 98 % des effectifs. Henkel établit en toute transparence des rapports sur les accidents de travail graves, s'il s'en produit durant la période de référence, et sur les mesures prises.

Le rapport couvre la période correspondant à l'exercice fiscal 2008. Pour souligner toute l'importance que représente le développement durable pour notre entreprise, nous avons présenté simultanément le Rapport Annuel Henkel et le Rapport Développement Durable le 25 février 2009, lors de la conférence de presse sur les résultats de l'exercice 2008.

- 2 Avant-propos
- 3 Le Conseil du Développement Durable
- 4 Stratégie de développement durable
- 5 Nos objectifs
- 6 Valeurs et management
- 9 Gestion du développement durable
- 11 Fournisseurs et autres partenaires commerciaux
- 12 Marques et technologies durables
- 14 Détergents et produits d'entretien
- 16 Cosmétiques
- 18 Adhesive Technologies
- 20 Production et logistique
- 24 Indicateurs environnementaux
- 26 Employés et emplois
- 30 Santé et sécurité au travail
- 31 Engagement social
- 34 Dialogue avec les parties prenantes
- 36 Classements externes
- 37 Contacts, crédits et publications complémentaires

## Informations complémentaires

Le Rapport Développement Durable 2008 contient de nombreux renvois à d'autres pages de ce rapport ou du Rapport Annuel, ainsi que des liens vers des informations complémentaires sur Internet.

Sur notre site Internet, [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008), vous trouverez la page « liens complémentaires pour le Rapport 2008 » (« Additional Links Sustainability Rapport 2008 »). Toutes les références, accompagnées de leur numéro de référence, sont rassemblées sur une même liste, ce qui vous permet d'accéder à l'information d'un simple clic. De plus, notre site Internet permet de télécharger l'ensemble des Rapports Environnementaux et des Rapports Développement Durable qui ont été publiés depuis 1992.



Annual Report (Rapport Annuel)



Sustainability Report (Rapport Développement Durable)



Internet

# Conduire le changement



Chers lecteurs,

Henkel s'efforce depuis plus de 130 ans de s'inscrire dans une démarche de développement durable. Le développement durable fait partie de notre ADN. Au cœur de nos marques et de nos technologies, et en tant qu'employeur, nous travaillons à satisfaire les besoins actuels des personnes sans compromettre les opportunités de développement de nos générations futures. L'essence de cette ambition s'exprime au travers des mots « qualité et responsabilité ».

L'écologie et la responsabilité sociale sont au cœur de nos activités tout au long de notre chaîne de valeur. Cela a permis à notre entreprise d'acquérir une excellente image et de devenir un leader mondial dans son domaine. Nous voulons conserver ce leadership et l'étendre aux marchés sur lesquels nous opérons.

Dans cette période de conjoncture économique très difficile, il est plus que jamais important de comprendre combien le développement durable est une opportunité. Le développement durable s'accompagne d'une démarche de changement. Si ce dernier n'est pas toujours facile à mettre en œuvre, il n'en demeure pas moins que si nous voulons assumer notre responsabilité envers l'ensemble de l'entreprise, nous devons agir en pensant à l'avenir.

Chaque jour, des millions de clients et de consommateurs dans le monde choisissent les marques Henkel et la qualité Henkel. Nos produits et nos technologies sont l'essence même de notre contribution à la société. Par leur intermédiaire, nous contribuons à la préservation

du climat, à la conservation des ressources et au progrès social. Nous sommes convaincus que nos efforts permanents dans le domaine du développement durable permettront d'augmenter la valeur de notre société à long terme. Tous les nouveaux produits Henkel contribuent au développement durable sur au moins l'un de nos secteurs de mobilisation : l'énergie et le climat, l'eau et les eaux usées, les matériaux et les déchets, la santé et la sécurité, et le progrès social.

Nous allons poursuivre nos efforts en matière de développement durable dans l'ensemble de notre entreprise – à l'échelle mondiale. Chacun de nos 55 000 employés répartis dans le monde entier est responsable de cet effort dans sa sphère d'influence, et chacun d'eux apporte une contribution vitale à la concrétisation de nos trois priorités stratégiques : exploiter tout le potentiel de notre business, être encore plus proches de nos clients et renforcer notre équipe mondiale.

Notre but est de gérer le changement en matière de développement durable, de travailler main dans la main avec nos clients industriels, nos distributeurs et nos consommateurs, aujourd'hui comme demain.

Kasper Rorsted  
Président du Comité de Direction

# Le Conseil du Développement Durable



Notre Conseil du Développement Durable, dont les membres sont issus de tous les secteurs de notre société, est une instance de décision à l'échelle internationale qui pilote nos programmes de développement durable dans le monde entier. Ses membres sont (de gauche à droite) : Dirk-Stephan Koedijk, Dr. Andreas Bruns, Rolf Schlue, Ernst Primosch, Kasper Rorsted, Christian-André Weinberger, Prof. Dr. Thomas Müller-Kirschbaum, Tina Müller, Dr. Thomas Förster, Dr. Attilio Gatti, Prof. Dr. Ramón Bacardit  pages 6 et 7.  [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 3

En 2008, nos programmes se sont concentrés principalement sur la poursuite de l'intégration du développement durable dans nos activités d'exploitation et nos concepts visant à répondre aux attentes de nos clients et consommateurs. Nos secteurs de mobilisation sont ancrés dans nos process d'innovation, eux-mêmes normalisés à l'échelon de la société, car nous savons que nous ne pouvons réaliser nos objectifs que si ces secteurs-clés sont intégrés à nos process d'innovation dès les toutes premières étapes.

Nos nouveaux produits contribuent toujours au développement durable dans au moins l'un des nos secteurs de mobilisation.

Au crédit de nos réalisations concrètes de 2008, figurent le lancement de la nouvelle marque de produits ménagers Terra Activ en Allemagne et en Suisse, les premiers produits cosmétiques à obtenir le label ECOCERT, et le Prix Environnemental de la Fédération des Industries Allemandes (BDI) décerné à notre produit de prétraitement des métaux, Bonderite NT.

Notre gestion globale du développement durable a également été reconnue en 2008 : en décembre, Henkel s'est vu décerner le prix de la « Marque la plus durable » d'Allemagne à l'occasion du premier Congrès allemand du développement durable.

Si l'on considère l'ensemble de l'exercice 2008, l'augmentation des prix de l'énergie et des matières premières a renforcé notre détermination à poursuivre nos objectifs dans le domaine du développement durable

et, notamment, la réduction de notre consommation d'eau, d'énergie et de génération de déchets à l'horizon 2012.

Tous nos secteurs d'activité ont lancé des programmes visant à atteindre ces objectifs. Leur réalisation représente parfois un véritable défi pour les sites déjà très efficaces dans ce domaine grâce à l'emploi des technologies modernes. La compétence et la créativité de nos employés seront donc déterminantes à ce niveau. Le programme de restructuration mis en œuvre au niveau mondial et l'intégration des activités de National Starch ont également été des défis majeurs pour nos employés et notre société.

Ce Rapport Développement Durable couvre nos grandes réalisations de 2008. Depuis que nous avons adhéré au Pacte Mondial des Nations Unies en 2003, notre Rapport Développement Durable a servi également de base pour le rapport annuel d'activité.

Nous allons prendre de nombreuses initiatives en 2009 pour consolider notre leadership en termes de développement durable. En particulier, nous nous concentrons sur les questions de l'eau, de l'éducation et de la consommation durable. À l'avenir, nous souhaitons informer toujours plus efficacement nos clients et les consommateurs en général, sur la valeur ajoutée que l'on peut générer en associant qualité et responsabilité. L'une de nos priorités essentielles sera d'améliorer en permanence la transparence tout au long de la chaîne d'approvisionnement et de la chaîne de valeur.

# Notre stratégie en matière de développement durable

## Les secteurs de mobilisation

Au travers de nos activités commerciales et de nos produits, nous apportons une contribution importante au développement durable :



**Energie et climat**

» En utilisant plus efficacement les ressources énergétiques, nous préservons le climat.



**Eau et eaux usées**

» Nous préservons les ressources mondiales disponibles en eau.



**Matériaux et déchets**

» Nous utilisons efficacement les matières premières disponibles et évitons les gaspillages.



**Santé et sécurité**

» Nous contribuons à établir un environnement sûr et sain pour nos clients, nos consommateurs, nos employés et les personnes qui nous entourent.



**Progrès social**

» Nous soutenons le progrès social pour nos employés, clients et consommateurs dans tous les pays dans lesquels nous sommes présents.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 4

A travers nos valeurs corporate, nous affirmons notre engagement envers le développement durable et la responsabilité sociale d'entreprise. A nos yeux, le critère essentiel est la manière dont nous réalisons nos ventes et nos profits, et la responsabilité de nos actions tout au long de la chaîne de valeur. Cette attitude fondamentale est fermement ancrée dans la tradition de notre entreprise, si bien qu'elle imprègne notre philosophie dans ses mots et ses actions. Elle a permis à notre société de bénéficier d'une excellente image et d'occuper une position de leader sur les marchés du monde entier.

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. Au cœur de notre action, nous

trouvons notre Vision et nos Valeurs. Au travers de nos activités commerciales et de nos produits, nous voulons contribuer à chacun de ces cinq domaines-clés. C'est pourquoi nous développons de nouveaux produits plus ingénieux, associant performance et responsabilité envers la communauté et l'environnement. C'est également la raison pour laquelle, en cohérence avec notre engagement, tous nos nouveaux produits contribuent au développement durable dans au moins l'un de ces secteurs de mobilisation. Nous travaillons en étroite collaboration avec nos clients et nos consommateurs afin de les aider à comprendre et à apprécier pleinement la valeur ajoutée de ces innovations.

Dès les années 1980, dans nos « Principes et Objectifs pour la Protection et la Sécurité de l'Environnement », nous nous sommes engagés à promouvoir la santé et la

## Notre philosophie : joindre l'acte à la parole

La nécessité de trouver le juste équilibre entre économie, écologie et responsabilité sociale a toujours été une priorité essentielle chez Henkel. Cette attitude fondamentale est dans nos gènes depuis la création de la société en 1876 :

» **1876** Fritz Henkel crée la société Henkel & Cie à Aix-la-Chapelle. Son premier produit est une poudre de lessive « universelle ».

» **1878** La société déménage de Aix-la-Chapelle à Düsseldorf.

» **1907** Naissance de Persil, la première lessive auto-active.

» **1911** Construction des premiers locaux de la société à Düsseldorf.

» **1917** Les employés élisent leur premier comité d'entreprise.

» **1934** Une prévention systématique des accidents a réduit leur nombre de 10 % en 1927 à 4 % seulement.

» **1940** Création d'une crèche

sur le site de Düsseldorf.

» **1953** Début des recherches sur la biodégradabilité des détergents.

» **1969** Lancement du bâton de colle sans solvant Pritt.

» **1971** Création d'un département central de protection de l'environnement et du consommateur.

» **1980** Lancement des colles thermodurcissables solubles dans l'eau, donc recyclables, pour la reliure des livres, l'emballage et l'étiquetage.

sécurité au travail, la préservation des ressources et la réduction des émissions. Depuis lors, nous avons ajusté ces objectifs en permanence, tant au niveau des sièges que de nos usines, concrétisant ainsi des avancées majeures. Pour la seule période 1998 - 2007, nous avons réduit le nombre d'accidents du travail de 86 %, la consommation d'eau de 48 %, la consommation d'énergie

de 40 % et la génération de déchets de 37 %. Grâce aux économies d'énergie, nous avons pu réduire nos émissions de dioxyde de carbone de 33 %.

Sur la base des progrès réalisés à l'échéance 2007, nous avons fixé des objectifs à l'échelon de l'entreprise pour les cinq années à venir, c'est-à-dire à l'horizon 2012 :

## Nos objectifs

**-15 %**

Une réduction supplémentaire de 15 % de la **consommation d'énergie** par tonne produite d'ici 2012 et réduction des émissions de dioxyde de carbones en découlant (année de référence 2007).

**-10 %**

Une réduction supplémentaire de 10 % de la **consommation d'eau** par tonne produite d'ici 2012 (année de référence 2007).

**-10 %**

Une réduction supplémentaire de 10 % de la **quantité de déchets** générée par tonne produite d'ici 2012 (année de référence 2007).

**-20 %**

Objectif à long terme : **Zéro accident de travail**. Objectif intermédiaire : une réduction de 20 % d'ici 2012 (année de référence 2007).

## 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.

» **1986** Lancement de Persil (Le Chat en France) sans phosphate.  
 » **1987** Conversion de toute la ligne de production Schwarzkopf en Allemagne aux aérosols sans CFC.  
 » **1991** Henkel est l'une des premières entreprises d'Allemagne à souscrire à la Charte des entreprises pour le développement durable.  
 » **1993** Première teinture capillaire composée uniquement de matières premières végétales.

» **1995** Publication de la révision des « Principes Directeurs et des Objectifs de la Protection de l'Environnement et de la Sécurité. »  
 » **1996** Premier adhésif pour sol sans solvant : Thomsit T450 Futura.  
 » **1997** Application de la norme sur les systèmes de gestion intégrés et de sécurité pour la santé et l'environnement (SHE) ; début des audits SHE internationaux.  
 » **1998** Premier soutien de l'engagement MIT auprès des employés.

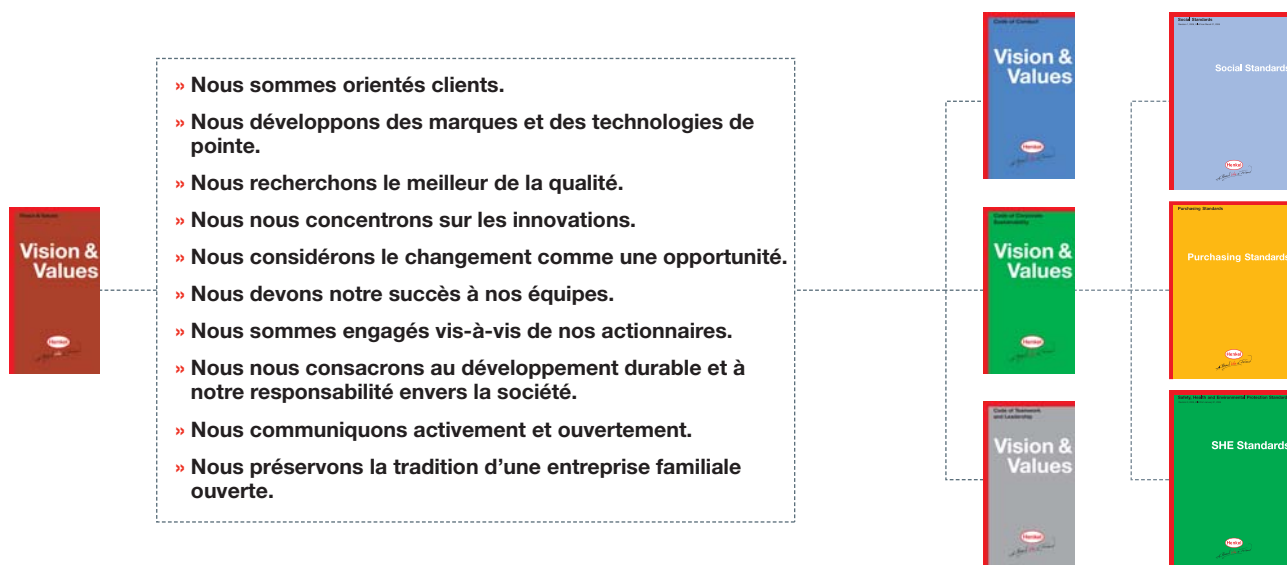
» **2001** Soutien de 125 projets MIT pour les enfants dans 53 pays pour marquer le 125<sup>ème</sup> anniversaire de Henkel.  
 » **2006** Extension de la norme SHE pour y inclure des directives sur les achats et des normes sociales.  
 » **2008** Début de l'initiative internationale « Qualité et Responsabilité » dans le secteur d'activité Détergents et produits d'entretien.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 5

# Valeurs et management

## Vision, valeurs, codes et normes

Henkel est leader sur le marché des marques et des technologies qui facilitent, améliorent et embellissent la vie de tous.



[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 6

- » Codes et normes applicables sur le plan international
- » Introduction des activités de mise en conformité à travers l'entreprise
- » Audits sur le respect des règles de déontologie

### Codes et normes internationaux

A partir de notre Vision et de nos dix Valeurs, nous avons formulé des règles de comportement applicables au niveau international, définies dans une série de codes. Dans tous les secteurs d'activité et dans toutes les cultures où nous sommes présents, elles offrent à nos 55 000 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 de façon correcte et adéquate aux questions éthiques et juridiques auxquelles ils sont confrontés. 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 et nos attentes en matière de pratiques commerciales durables et de responsabilité sociale chez Henkel. Il se concrétise par des normes applicables dans tous les domaines de l'entreprise qui, outre les normes de sécurité, de santé et d'environnement, comportent

également 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).

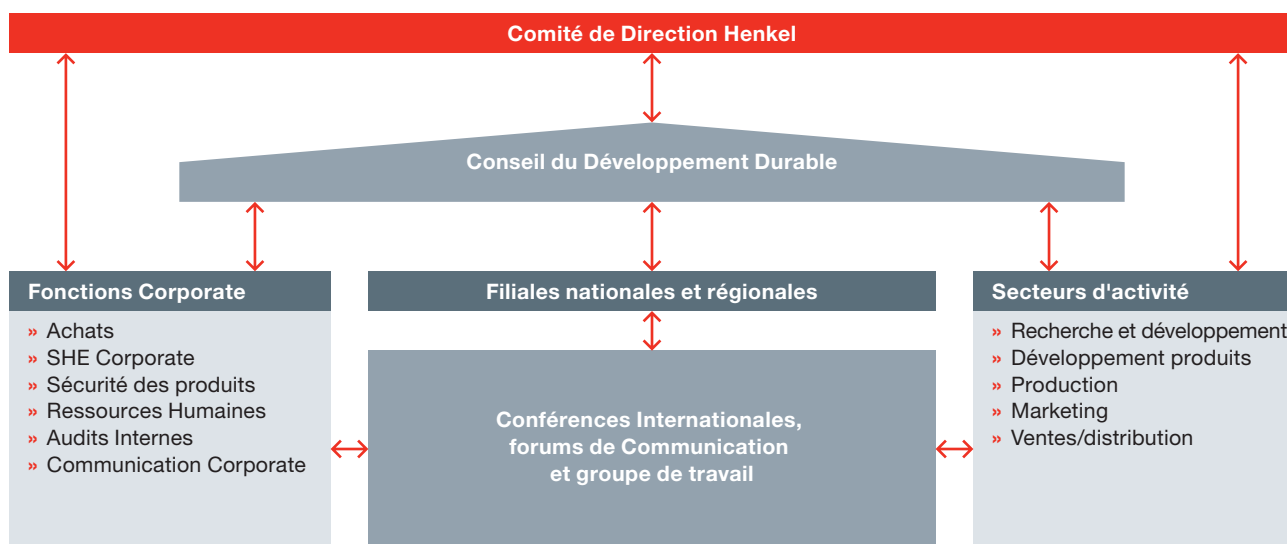
Ensemble, ces codes et normes représentent les fondements de la mise en œuvre par Henkel de l'initiative du Pacte Mondial des Nations Unies. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 7

### Des responsabilités clairement définies

Nos codes et normes applicables au niveau international sont renforcés par des systèmes de management intégrés et une structure organisationnelle dotée de responsabilités clairement définies. Le Comité de Direction de Henkel détient la responsabilité générale de nos politiques de Développement Durable. Dirigé par le Président du Comité de Direction, le Conseil du Développement Durable, composé de membres issus de tous les secteurs de la Société, pilote nos activités de développement durable au niveau international. [SR](#) pages 3 et 7.

En 2007, Henkel a fusionné diverses fonctions de conformité auparavant décentralisées et a nommé un Responsable de la conformité. Celui-ci gère les activités de mise en conformité au niveau de la Société et il s'emploie à appliquer et à développer en permanence les codes et normes de la Société. En outre, il surveille

## Organisation en termes de développement durable



[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 8

et établit des rapports sur l'application et le respect des réglementations internes et externes. Il est secondé par le département des Audits Internes, qui lui rapporte directement.

En 2008, le Responsable de la conformité a poursuivi la mise en place de son réseau mondial, de telle sorte que la responsabilité pour la conformité est maintenant clairement définie au niveau national. Au niveau local, des correspondants pour la conformité sont nommés afin que l'information puisse circuler correctement et que les réglementations soient mises en application rapidement. Ils organisent également des formations adaptées aux réalités locales.

### Des exigences clairement communiquées

Henkel est présent sur un large éventail de marchés et de régions dotés de systèmes juridiques, de normes sociales et d'usages propres. Pour que nos employés adoptent uniformément nos valeurs et nos règles de comportement, les responsables des ressources humaines et de la communication de différents pays ont mis au point des activités de formation et de communication. Aux Etats-unis, par exemple, tous les nouveaux employés doivent participer à une formation interactive en ligne sur le Code de Déontologie. Régulièrement, des séminaires organisés par le Département Audit Interne de la Société permettent de familiariser nos cadres supérieurs

du monde entier avec les normes de l'entreprise. De plus, des articles publiés dans les journaux diffusés aux employés expliquent en détail les règles de comportement et leur signification pour l'entreprise. Des lettres d'information destinées à des groupes spécifiques du personnel complètent ce transfert de connaissances. En 2008, les formations se sont concentrées principalement sur les questions de sécurité, d'environnement et de santé, [SR page 21](#), de même que sur les lois anti-trust et la lutte contre la corruption.

L'année dernière, plus de 3 000 employés provenant de toutes les régions ont reçu une formation sur la législation anti-trust. De plus, nous avons inclus le thème de la conformité dans tous les séminaires de l'Académie Internationale Henkel et dans nos séminaires de management, ainsi que dans les séminaires d'accueil des nouveaux cadres.

### Gouvernance Corporate

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 allemandes, à trois exceptions près. Nous avons publié davantage d'informations, relatives notamment à la déclaration de conformité et au rapport sur les rémunérations, dans notre Rapport Annuel et sur Internet.

[AR](#) pages 18 à 29 [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 9

## Instructions détaillées pour compléter le Code de Déontologie

En novembre 2008, Le Comité de Direction de Henkel a publié des lignes directrices pour compléter le Code de Déontologie. Ces lignes directrices donnent à nos employés des instructions sur la manière de résoudre des situations impliquant des conflits d'intérêts, des dons et des invitations personnelles liées à l'activité commerciale. Elles insistent sur l'interdiction formelle de toute forme de corruption et autres pratiques commerciales indésirables. Ces lignes directrices ont été diffusées auprès de tous les employés de Henkel, dans le monde entier. Elles visent à apporter une aide concrète et des instructions fiables au niveau du processus de décision, et en particulier dans les situations quotidiennes.

## Tolérance zéro pour les violations de réglementations

Les actions accomplies en violation de règles et réglementations ne peuvent jamais servir les intérêts de Henkel. Nous menons des audits réguliers pour vérifier la bonne application de nos normes sur nos sites de production et sur nos sites administratifs et, de plus en plus, nous auditons les sites de nos sous-traitants et les centres logistiques. Les audits sont un outil déterminant pour identifier les risques et les améliorations potentielles, et ils jouent un rôle essentiel dans le transfert des connaissances.

Au cours des audits réalisés par le Département d'Audit Interne de la Société, près de 1.800 actions ont été décidées en accord avec les employés de la

comptabilité, des achats, des ventes/distribution, du marketing, des technologies de l'information et de la production afin de rendre les processus et les flux d'information plus sûrs et plus efficaces. Des audits dans le domaine de la sécurité, de la santé et de l'environnement ont été menés sur 21 sites, donnant lieu à 266 actions correctives obligatoires. Nos auditeurs pilotent et supervisent la mise en application des mesures décidées et la large diffusion des exemples des meilleures pratiques. Outre les audits, les comptes-rendus d'enquêtes spécifiques – par exemple sur les « process de production particulièrement dangereux » – permettent de mettre en évidence les domaines nécessitant des mesures et des programmes d'amélioration.

Depuis 2007, nous avons développé nos canaux de reporting et de plaintes par une hotline de conformité destinée à permettre aux employés de signaler les violations majeures de nos codes et de nos normes. Ce numéro d'urgence est géré par un prestataire externe indépendant. Il doit être utilisé en particulier lorsque des incidents ne peuvent pas être résolus directement avec l'employé concerné ou un supérieur. D'après des évaluations régulières, il apparaît toutefois que les canaux de reporting internes existants et les correspondants directs au sein de la société sont bien plus utilisés que la hotline.

Les violations de nos codes et normes font l'objet d'enquêtes exhaustives. Selon leur nature et leur gravité, elles peuvent entraîner des mesures disciplinaires pour les individus concernés. En 2008, outre les avertissements écrits, 36 renvois ont été prononcés pour des écarts de comportement graves.



## Les Normes Sociales chez Henkel

Depuis 1994, nous nous sommes engagés à intégrer dans notre mission et dans nos principes d'entreprise, des valeurs sociales de façon responsable dans notre politique corporate. Lors de l'introduction de notre Code de Déontologie en 2000 et de notre adhésion au Pacte Mondial des Nations Unies en 2003 nous avons clairement mis l'accent sur la protection des Droits de l'Homme. Nos Standards Sociaux, que nous avons publiés en 2006, expriment en termes concrets les valeurs que nous soutenons.

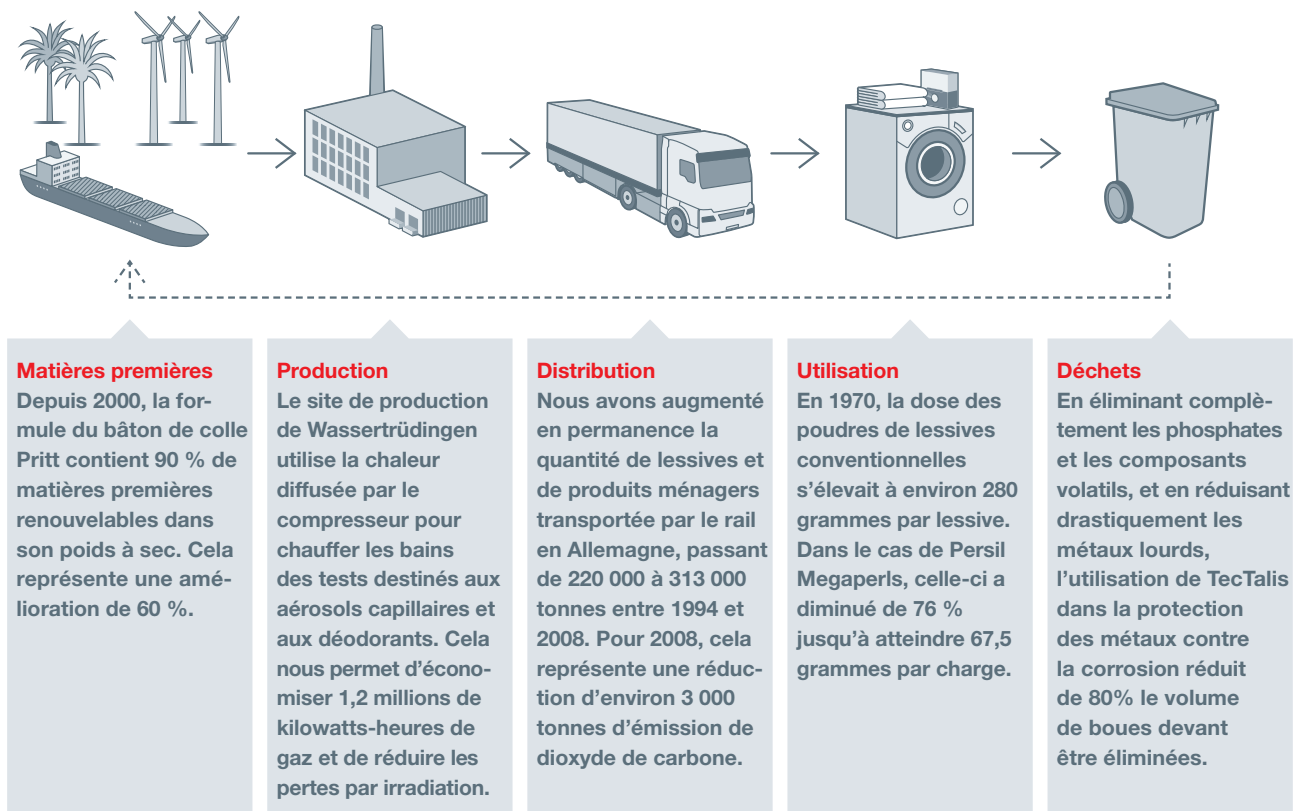
En 2008, nous avons examiné avec nos directeurs généraux et responsables des ressources humaines, les situations locales liées à nos Normes Sociales dans un certain nombre de pays émergents et industrialisés. Il est clairement apparu que les législations nationales sur les minima sociaux ont considérablement progressé, en particulier dans les pays émergents. Nombre des critères de nos Normes Sociales, tel que le nombre d'heures travaillées par

semaine, sont maintenant régis par la loi. D'autres critères, tels que la liberté d'association, l'épanouissement du personnel et l'égalité des chances sont ancrées dans notre culture d'entreprise grâce à de nombreux outils de ressources humaines. Par exemple, près de 75 % de nos employés sont représentés par des comités d'entreprise, des syndicats indépendants ou des instances similaires. Dans les pays où les employés n'ont pas de représentants, c'est par un dialogue informel et volontaire avec nos employés que s'échangent ouvertement les points de vues des uns et des autres.

Il existe encore de grandes disparités culturelles dans la perception de l'égalité, par exemple en ce qui concerne les points de vue traditionnels sur la place des hommes et des femmes, ou sur l'intégration des minorités. Nous traitons ces différences dans le cadre de nos standards applicables au niveau international.

# Gestion du développement durable

## Des améliorations tout au long de la chaîne de création de valeur



- » L'approche par le cycle de vie
- » Méthodes alternatives aux tests sur les animaux
- » Contrôles chez les fournisseurs pour vérifier le respect des critères de durabilité

### L'accent sur le développement durable

Nous plaçons le comportement responsable tout au long de la chaîne de production au cœur de notre pratique d'entreprise. C'est pourquoi nos experts analysent et évaluent le cycle de vie complet de nos produits. Notre objectif est d'améliorer en permanence la sécurité et l'innocuité environnementale de nos produits à tous les niveaux de la chaîne de valeur – des matières premières à la production, de la distribution et l'utilisation à l'élimination – en prenant tous ces facteurs en compte dès le stade du développement du produit. [SR voir l'illustration.](#) [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 10

Henkel dispose d'un large éventail d'outils pour évaluer un produit. Par exemple, notre longue expérience dans le domaine des analyses de cycle de vie nous permet de déterminer les différents impacts sur l'environnement et leur importance à chaque stade du

cycle de vie d'un produit. Nous pouvons alors prendre des mesures correctives là où c'est nécessaire et les appliquer avec la meilleure efficacité. Par exemple, nous pouvons agir afin d'améliorer l'utilisation judicieuse des ressources dans nos propres processus de production. [SR pages 20 à 23.](#) Si l'impact majeur se situe dans la phase d'utilisation du produit, nous optimisons nos produits en réduisant la quantité d'énergie et d'eau nécessaires pour les utiliser en incorporant des matières premières renouvelables ou en améliorant leur biodégradabilité.

[SR pages 14 à 19.](#) [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 11

### La sécurité des produits – grâce à une étude exhaustive et à de bons conseils

Nos clients industriels et nos distributeurs, de même que les artisans et les consommateurs, peuvent être certains que les produits et les technologies Henkel sont sûrs lorsqu'ils sont utilisés selon les règles. Pendant la phase de recherche et de développement, nous étudions de la manière la plus complète la compatibilité des matières premières avec la santé et l'environnement. Nous étudions les propriétés individuelles et combinées des ingréd-

dients, ainsi que leur concentration dans le produit et leur utilisation. Dès le départ, l'utilisation de substances comportant certains risques est interdite pour certaines applications. Henkel améliore les mesures de protection et de précaution nécessaires associées à un produit, en considérant si le produit est destiné aux professionnels ou aux consommateurs. En cas d'utilisation incorrecte d'un produit en dépit de toutes ces précautions, les clients et consommateurs peuvent contacter Henkel en appelant par exemple les services consommateurs ou les numéros d'urgence. De plus, nos développeurs de produits et nos experts en sécurité analysent en permanence les questions provenant des clients et des consommateurs pour toujours mieux garantir la sécurité de nos produits.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 12

### La Réglementation Européenne concernant les produits chimiques REACH

Le 1<sup>er</sup> juin 2007, la réglementation REACH est entrée en vigueur. REACH régit l'enregistrement, l'évaluation, l'autorisation et les restrictions concernant les substances chimiques dans l'Union Européenne (EU). Au regard de REACH, Henkel représente essentiellement un utilisateur en aval de substances chimiques en Europe (EU). Cependant, Henkel importe et fabrique également des produits chimiques en Europe. A ce titre, Henkel a préenregistré toutes les substances chimiques fabriquées ou importées auprès de l'Agence Européenne pour les Produits Chimiques (ECHA) à Helsinki, en

Finlande, pour tous les sites Henkel en Europe.

Les toxicologues et écotoxicologues travaillant chez Henkel, qui sont impliqués dans la procédure d'enregistrement des substances, participent aux Forums d'échange et d'information sur les substances. L'objectif des forums est d'encourager l'échange d'informations et de données disponibles sur la sécurité des substances chimiques entre toutes les entreprises qui souhaitent enregistrer ces substances, afin d'éviter des tests coûteux et inutiles. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 13

### Un étiquetage normalisé des substances à l'échelon mondial

La nouvelle réglementation européenne de classification, d'étiquetage et d'emballage des substances et préparations chimiques est entrée en vigueur le 20 janvier 2009. Elle remplace de fait les législations européennes existantes par le Système International Harmonisé de Classification et d'Etiquetage des Produits Chimiques (GHS). L'objectif du GHS est d'harmoniser les réglementations à un niveau international afin de créer une sécurité accrue dans le commerce international et dans la manipulation des substances chimiques.

Après la Nouvelle Zélande et le Japon, l'Union Européenne (EU) est la première région économique majeure à intégrer systématiquement le GHS dans sa législation. En tant que firme internationale, Henkel salue cette avancée. Les experts de Henkel ont suivi le développement du GHS dès son origine. En particulier, nous avons affirmé l'application essentielle des nouvelles obligations d'étiquetage sur les produits de consommation dans le domaine des détergents et des produits d'entretien. En Europe, l'étiquetage des substances informant des dangers et des précautions à prendre sera adapté à la nouvelle réglementation dès 2010, et celle des produits chimiques en 2015. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 14

### Méthodes alternatives aux tests sur les animaux

Henkel accorde la plus haute priorité au développement de méthodes de tests qui permettent d'éviter l'utilisation d'animaux et à une large diffusion de ces méthodes. Nous travaillons sur la mise au point de méthodes alternatives aux tests sur animaux depuis les années 1980. A cette fin, nous participons à des projets de collaboration au sein d'un réseau international comprenant des partenaires externes issus de l'industrie, des autorités de régulation et d'instituts de recherche. Grâce à notre modèle de peau reconstituée, nous développons de nouvelles méthodes de tests alternatives qui ne nécessitent plus de réaliser des tests sur les animaux. Nous utilisons ce modèle de peau pour garantir la performance et la qualité de nos produits finis, par exemple pour évaluer la compatibilité de nos produits cosmétiques. Parmi les avancées découlant des tests in-vitro (tests réalisés dans une éprouvette) sans animaux, nous pouvons citer l'introduction d'un ensemble de nouveaux systèmes de cultures de cellules et de tissus dans les pratiques de laboratoire. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 15



Les méthodes alternatives aux tests sur les animaux : mis au point par Henkel, ce modèle de peau permet d'évaluer systématiquement les effets des substances sur les tissus de la peau.

# Fournisseurs et autres partenaires commerciaux

## Ce que nous attendons de nos fournisseurs

Nous gérons nos achats en appliquant des procédures de gestion bien définies et une stratégie d'achat valable pour l'ensemble de l'entreprise. Pour survivre dans des marchés très volatils, la transparence, la rapidité et l'esprit de décision au niveau international revêtent une importance cruciale. A travers le monde, nous privilégions une vision stratégique des achats plutôt que des approches tactiques à court terme. Nous attendons de nos fournisseurs qu'ils respectent nos règles sur l'éthique corporate. Dans nos procédures de sélection, nous tenons compte de leur performance en termes de responsabilité sociale.

Nous avons reconnu notre responsabilité tout au long de la chaîne de valeur depuis 1997, lorsque nous avons formulé nos directives d'entreprise sur la sécurité, la santé et l'environnement. Sur la base de ces directives, les départements d'achats et les secteurs opérationnels de l'entreprise ont établi des process pour évaluer nos fournisseurs.

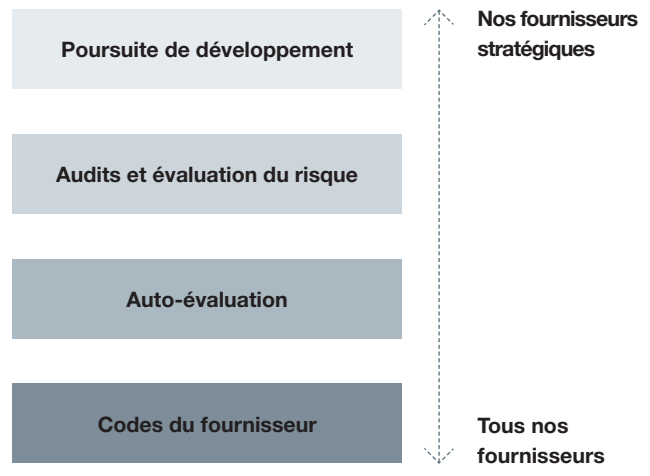
## Etat d'avancement de l'évaluation des fournisseurs et préoccupations majeures pour le futur

Depuis 2007, nous avons systématiquement évalué nos fournisseurs et partenaires commerciaux dans le monde entier afin d'uniformiser nos critères en termes développement durable. Nous avons ainsi mené des enquêtes sur les thèmes de la sécurité, de la santé, de l'environnement, de la qualité, des Droits de l'Homme, des politiques de personnel et de la lutte contre la corruption, tout en communiquant nos attentes. Dans la mesure où l'enquête s'est avérée plus difficile que prévu, nous n'avons pas atteint notre objectif d'évaluer, dès 2007, 80 % de notre volume mondial d'achats qui s'élève à 5,7 milliards d'euros. Nous avons donc poursuivi l'enquête en 2008 et, à ce jour, nous avons évalué 70 % de nos fournisseurs et autres partenaires commerciaux pour les matières premières et les emballages.

Tandis que 38 % de nos fournisseurs et partenaires commerciaux respectent nos critères de développement durable, nous avons convenu de mesures d'amélioration sur des points particuliers pour 60 % d'entre eux. Nous avons constaté que les 2 % restant usaient de pratiques commerciales inacceptables et nous avons par conséquent mis fin à notre collaboration.

Depuis 2009, nous mettons plus particulièrement l'accent sur l'ouverture de nouveaux marchés d'appro-

## Instruments d'évaluation des fournisseurs



visionnement hors des pays membres de l'OCDE. Cela ne modifiera en rien nos exigences envers nos fournisseurs et autres partenaires. Pour mieux communiquer nos exigences en matière de respect des critères de développement durable à nos nouveaux partenaires commerciaux sur ces marchés, nous allons introduire en 2009 un code du fournisseur Henkel qui servira de base à toute relation contractuelle. En 2008, nous avons déjà créé des questionnaires spécifiques par secteur pour approfondir l'évaluation de nos fournisseurs. Par ailleurs, nous voulons augmenter le pourcentage de notre volume d'achats obtenu auprès des fournisseurs audités, et ce chaque année jusqu'en 2012. Nous apportons une assistance spéciale à nos fournisseurs stratégiques, pour leur permettre de mieux se développer.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 16

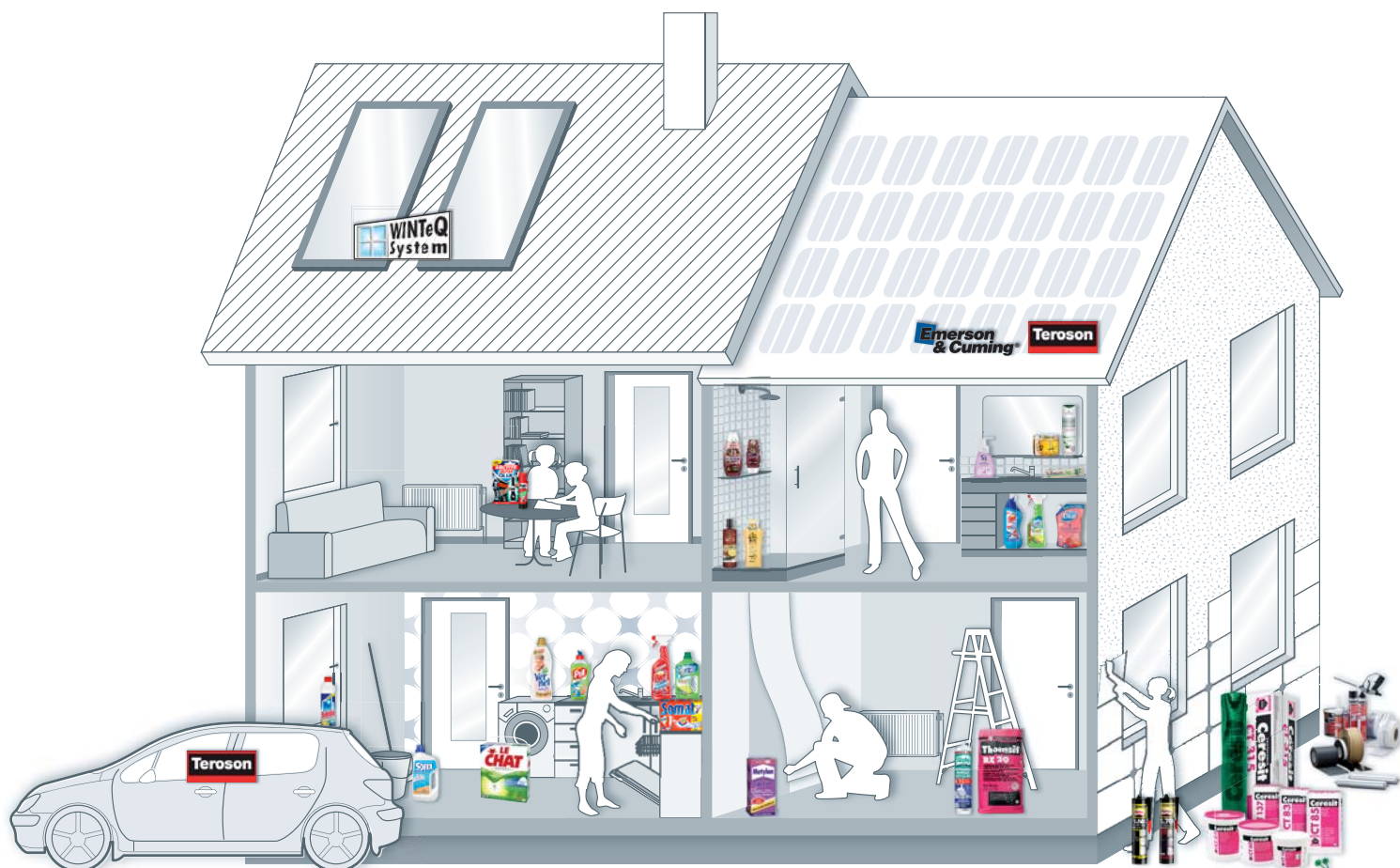
## Pionnier des certificats d'huile de palme



Afin d'exercer notre responsabilité dès l'achat de matières premières, nous participons à des initiatives telles que la Table Ronde pour l'Huile de Palme Durable (RSPO). Cette organisation plaide pour une production raisonnée de l'huile de palme et promeut un modèle de culture durable de l'huile de palme par la dispense de certificats et un marketing adapté. Nous avons été la première entreprise au monde à acheter de l'huile de palme certifiée pour cinq produits de notre nouvelle marque de produits ménagers Terra Activ. Nous sommes par conséquent la première entreprise agissant pour que la composition des produits ménagers intègre l'huile de palme issue de palmiers cultivés suivant les critères de développement durable.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 17

# Marques et technologies durables



La « Maison Henkel » présente des exemples de produits de marque Henkel qui rendent un travail performant tout au long de la journée – dans la maison, pour les activités de bricolage et au bureau – tout en économisant de l'énergie et en préservant les ressources. De plus, nos produits adhésifs, nos enduits et traitements de surfaces contribuent à un développement durable dans de nombreuses industries telles que l'automobile, l'emballage, l'aérospatiale, l'électronique, la métallurgie et l'énergie solaire.

- » Le développement durable, moteur de l'innovation
- » Détergents et produits d'entretien : l'esprit « Qualité & Responsabilité »
- » Cosmétiques : matières premières naturelles et renouvelables
- » Adhésifs et enduits : respect de l'écologie et de la santé

## Des produits qui offrent une valeur ajoutée

Chaque jour, des millions de clients et de consommateurs dans le monde choisissent les marques et les technologies inspirées par la Qualité et la Responsabilité de Henkel. Nos produits peuvent ainsi contribuer grandement à résoudre les défis de la société tels que le changement climatique, la conservation des ressources et l'hygiène. En accord avec notre engagement, tous nos nouveaux produits contribuent au développement durable dans au moins l'un de nos cinq secteurs de mobilisation **SR** voir page 4. C'est pourquoi nous mettons l'accent sur la recherche et le développement de solu-

tions innovantes et intelligentes offrant une valeur ajoutée importante, qui combinent performance avec une attitude responsable envers les personnes et l'environnement. Ces produits permettent par exemple aux clients et consommateurs d'utiliser plus efficacement ces ressources précieuses que sont l'énergie et l'eau. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 18

## Le développement durable, moteur de l'innovation et de la croissance

L'innovation est le fondement de notre réussite économique et du développement durable. Cela exige un degré élevé d'innovation. En 2008, Henkel a employé environ 2.900 personnes et a investi 429 millions d'euros en recherche et développement. Notre système de gestion de l'innovation est alimenté par des informations provenant de différentes sources. Ces sources comprennent les tendances internationales, les analyses de marché, ainsi que la connaissance que nous tirons du dialogue direct avec nos clients, les consommateurs et les experts externes. Les résultats des analyses du cycle

de vie du produit mettent en évidence à quel stade les impacts sur les personnes et l'environnement sont particulièrement importants et constituent une bonne base de départ pour des améliorations <sup>AR</sup> pages 49 et 50. Les contrôles de développement durable effectués durant nos processus d'innovation bénéficient des connaissances acquises au cours de nombreuses années de travail dans le domaine du développement durable et nous permettent d'identifier et d'utiliser les nouvelles tendances. Le développement d'innovations est non seulement stimulé par notre volonté d'améliorer en permanence la qualité et la performance, mais également par la recherche d'un progrès écologique et social que nous considérons comme un moteur important de la croissance économique et comme une source d'avantages concurrentiels sur le marché.

Nous avons conçu de nombreux outils de communication pour faire en sorte que la valeur ajoutée de ces innovations apparaissent de manière transparente aux yeux de nos clients industriels et de nos distributeurs. Par exemple, le Calculateur de Valeur des produits industriels montre les économies de temps, d'énergie et de travail réalisées grâce à l'utilisation d'un produit Henkel. Le secteur d'activité Détergents et produits d'entretien utilise quant à lui le « Henkel Sustainability Master » pour déterminer la performance en termes de développement durable des nouveaux produits et processus, sur la base de différentes questions et de différents paramètres. Ces améliorations peuvent alors être identifiées et utilisées pour le marketing des nouveaux produits ou le développement de stratégies dans les domaines de la logistique

et du conditionnement. Nous fournissons également à nos commerciaux des brochures et des supports de présentation spécifiques et leur proposons des cours et séminaires. Nous organisons aussi des opérations communes avec nos clients industriels et nos distributeurs.

### Stratégies pour les marchés en croissance

Aujourd'hui, les pays émergents et en voie de développement sont devenus les moteurs du développement économique. En 2008, les zones de croissance de l'Europe de l'Est, de l'Asie (hors Japon), du Moyen-Orient, de l'Afrique et de l'Amérique latine représentaient déjà 37 % des ventes de Henkel. Nous voulons porter ce chiffre à 45 % en 2012. C'est ici, plus particulièrement, que la question de la valeur ajoutée sociale des produits prend une plus grande dimension. Pour nous, les produits adaptés aux besoins des consommateurs à faible revenu représentent non seulement un potentiel économique énorme, mais ils apportent aussi une contribution sociale positive, par exemple en termes d'hygiène domestique et donc de santé. Afin de mieux satisfaire les différents besoins à travers le monde, nous mettons en œuvre des stratégies différenciées adaptées aux situations spécifiques des marchés. Lorsque les attentes des clients sont globalement identiques, nous proposons des produits globalement uniformes. Cela s'applique en particulier au secteur industriel. Lorsque les niveaux des revenus, des infrastructures ou les besoins culturels sont différents, nous adaptons nos produits aux conditions locales afin de mettre notre performance et notre qualité à la portée du plus grand nombre. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 19



### Projet pilote pour mesurer l'empreinte carbone des produits.

Afin de pouvoir mesurer l'impact des produits sur le climat, des expériences sont menées dans le monde entier pour mesurer leur empreinte carbone. Pour cela, il est nécessaire d'identifier toutes les émissions de gaz à effet de serre tout au long de la chaîne de valeur d'un produit : de l'achat des matières premières, en passant par la production et l'utilisation, à leur destruction.

Il n'existe pas à ce jour de méthode standard au niveau international pour déterminer l'empreinte carbone d'un produit. Nous participons à des projets pilotes en Allemagne et aux États-Unis. En Allemagne, nous collaborons avec des partenaires spécialisés dans la recherche, l'industrie, la distribution et des organisations non gouvernementales, dans le but d'établir une méthode fiable et harmonisée au niveau mondial qui permette de déter-



miner l'empreinte carbone d'un produit. Sur cette base, il est possible d'élaborer des procédures d'information pertinentes pour les consommateurs en matière de changement climatique, car l'implication des consommateurs sera déterminante si nous voulons véritablement progresser dans la protection du climat.

Nous étudions actuellement activement avec l'Université de l'Etat d'Arizona à Phoenix, Arizona (États-Unis), l'impact de la lessive sur l'environnement – qui est l'un de nos principaux domaines de recherche, en prenant en compte les conditions spécifiques d'utilisation dans les foyers américains. Ces analyses scientifiques démontrent comment les consommateurs peuvent contribuer à la préservation des ressources grâce à l'utilisation efficace des machines à laver, des sèche-linge et des détergents et en modifiant la façon dont ils font leur lessive.

# Détergents et produits d'entretien

## Le développement durable au cœur de notre stratégie

Nos lessives et nos produits d'entretien ménagers doivent allier une excellente performance et un meilleur respect possible de l'environnement. Nous appliquons ce principe fondamental depuis plus de 130 ans. Depuis le début 2007, dans le cadre de notre stratégie de « Performance Basée sur le Développement Durable », nos efforts se sont concentrés sur l'alliance de la performance de nos marques et de la responsabilité envers les personnes et l'environnement. Nous considérons que la combinaison de la qualité et de la responsabilité est un puissant moteur pour l'innovation, qui stimule le développement de solutions et de produits intelligents. Nous démontrons ainsi notre leadership et nous nous positionnons pour le futur dans un contexte économique difficile.

## Différents angles d'attaque

Lorsque l'on considère l'ensemble de leur cycle de vie, c'est pendant leur utilisation par les consommateurs qu'un grand nombre de nos produits consomme le plus d'énergie. Nos produits permettent d'économiser de l'énergie durant leur utilisation et contribuent ainsi de façon importante à la protection du climat. Nous travaillons activement à l'amélioration de nos lessives et produits d'entretien qui sont déjà très efficaces avec des dosages minimes et de basses températures. L'intégration d'ingrédients hautement performants dans notre produit détergent pour lave-vaisselle Somat 7, principalement commercialisé en Allemagne et en Suisse, a permis d'obtenir d'excellents résultats à 40°C seulement. Les programmes de lave-vaisselle qui tournent à 40°C consomment jusqu'à 20 % d'énergie en moins que les programmes qui requièrent une température de 50 ou 55°C.



### Un nettoyage très performant dès 20°C

Nous avons à nouveau amélioré de façon importante l'efficacité de nos lessives européennes vedettes Persil (Le Chat en France), Dixan et Wipp. Les nouvelles formules éliminent plus de 20 types de taches, y compris le rouge à lèvres et le café, avec une efficacité accrue, et ce dès 20 °C. Par rapport aux programmes de lavage à 30°C, un lavage à 20°C permet de réduire la consommation d'énergie jusqu'à 40 %.



### Une excellente performance écologique

Purex Natural Elements a été la première marque de détergents à intégrer le programme « Design for the Environment » de l'Agence Américaine de Protection de l'Environnement (EPA). Ce programme récompense les produits de consommation qui offrent une compatibilité exceptionnelle avec l'environnement et la santé. Les concentrés de Purex Natural Elements atteignent systématiquement d'excellents résultats en termes de nettoyage en utilisant seulement la moitié des doses traditionnelles. [www.epa.gov/dfe](http://www.epa.gov/dfe)



### L'efficacité dans tous les domaines

Grâce à une concentration quatre fois plus grande, l'assouplissant Vernel Max pour tissus que nous vendons en Turquie a permis de réduire le dosage traditionnel de 75 % et de passer de 110 à 24 millilitres, tout en préservant le même effet adoucissant et le même parfum. Le produit peut maintenant être conditionné en bouteilles de 1 litre au lieu de 4 litres, ce qui réduit la consommation de matériaux et d'eau durant sa production et améliore sa prise en charge logistique.



### Economiser l'eau

En Tunisie, l'adaptation de la formule de Nadhif Semi-Automatique aux besoins des machines à laver semi-automatiques réduit les excès de mousse et permet un rinçage plus facile, tout en conservant la même efficacité de nettoyage. Cela supprime la nécessité d'un rinçage supplémentaire et économise l'eau si précieuse.



### Travailler ensemble à la préservation des ressources

En 2008, dans le cadre du « Projet pour une Lessive Durable » de l'Association Internationale de la Savonnerie, de la détergence et des produits d'Entretien (AISE), nous avons également remplacé nos produits par une poudre compacte et efficace. Grâce à cette nouvelle formule, les consommateurs peuvent réduire d'un tiers leur dose par cycle de lessive, soit de 150 à 100 grammes.



Tout cela s'appuie sur notre travail de pionnier accompli depuis les années 1970 dans la recherche sur les enzymes.

Pour contribuer à une utilisation plus rationnelle des matériaux, nous perfectionnons le conditionnement des produits et nous utilisons des matériaux recyclables. Nous proposons aux consommateurs des conditionnements dotés de systèmes verseurs, des produits rechargeables et des concentrés qui permettent de réduire la consommation de matières premières et d'emballages, ainsi que le volume de transport. De plus, nous utilisons au maximum les matières premières renouvelables. Environ 35 % des tensioactifs (substances actives nettoyantes) contenus dans nos lessives et nos nettoyeurs ménagers sont issus de matières premières renouvelables, ce qui est largement au-dessus de la moyenne du secteur des lessives et des produits d'entretien.

Dans la mesure où les détergents et les nettoyeurs ménagers sont rejetés dans les eaux usées après le lavage, nous nous efforçons en permanence d'améliorer leur compatibilité environnementale. Pour ce faire, nous nous appuyons sur les connaissances que nous avons acquises au cours de nos longues années d'expérience. Depuis les années 1960, nous avons établi de nouveaux standards dans notre secteur en créant, par exemple, les lessives sans phosphate et en mettant au point des méthodes de test de biodégradabilité. Notre stratégie de « Performance basée sur le Développement Durable », comprend le développement des produits visant à satisfaire les besoins des consommateurs au niveau



Christian-André Weinberger, Directeur général Corporate de la branche Détergents et produits d'entretien, devant l'affiche « Qualité & Responsabilité ». Cet engagement a été traduit dans plus de 20 langues.

local et l'engagement de nos marques dans le soutien des causes humanitaires. **SR** page 32.

### « Qualité et Responsabilité »

Notre engagement « Qualité et Responsabilité » sur tous nos détergents et produits d'entretien et détergents, vise à mieux sensibiliser les consommateurs au niveau de leur décision d'achat. Grâce à la valeur ajoutée générée par l'alliance de la qualité et de la responsabilité, ils peuvent en effet acheter des produits plus efficaces tout en soutenant le développement durable. En utilisant nos produits, chacun peut économiser de l'eau et de l'énergie. Grâce à l'information et au Service Consommateurs, à Internet, aux promotions spéciales et aux campagnes de publicité ainsi qu'à notre participation active à des initiatives internationales, nous encourageons les consommateurs à utiliser les détergents et les produits d'entretien de façon responsable. **www** [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 20



### Accroître notre leadership dans l'innovation

Notre objectif est d'accroître notre leadership dans le domaine du développement durable. Pour chaque catégorie de produit, nous avons redéfini la manière dont nous traduisons notre conception du développement durable en termes de consommation et de produits. En 2008, notre innovation la plus remarquable a été le lancement de notre nouvelle marque Terra Activ (commercialisée en Allemagne et en Suisse) qui se décline en cinq catégories de produits. En combinant une meilleure efficacité et une plus grande responsabilité envers les personnes et l'environnement, ces produits établissent de nouveaux standards de qualité sur le marché. En moyenne, 85 % des ingrédients proviennent de matières premières renouvelables. L'efficacité de nos cinq produits nettoyeurs ménagers a été confirmée par le label qualité de l'Institut Fresenius SGS. Pour mettre au point ces produits, nous avons puisé dans le savoir-faire que nous avons acquis durant plus de 130 années de recherche et développement. Les avancées technologiques réalisées avec Terra Activ seront progressivement intégrées dans nos autres gammes de produits.

De plus, notre position de leader nous permet d'encourager la création de nouveaux outils commerciaux. Par exemple, nous avons été la première entreprise à acheter de l'huile de palme certifiée que nous avons utilisé pour Terra Activ. Grâce à cela, pour la première fois, de l'huile de palme issue de plantations respectueuses de l'environnement est utilisée dans la chaîne de production de surfactants. Nous sommes convaincus que le système « Book & Claim » peut fortement encourager une culture durable de l'huile de palme. **SR** page 11. **www** [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 21



# Cosmétiques

## Le développement durable au cœur de notre stratégie

Le souci des besoins du consommateur et l'efficacité alliée à une excellente compatibilité sont les conditions préalables pour un succès durable de nos cosmétiques. Le choix des consommateurs est également de plus en plus influencé par les critères écologiques et sociaux.

Tout en travaillant sur des innovations de pointe, nous soutenons la tendance prônant un style de vie porté sur l'environnement et la santé. Nos chercheurs utilisent activement les analyses du cycle de vie des

produits. Nous pouvons ainsi mettre au point des produits novateurs et respectueux de nos secteurs de mobilisation. Nous considérons que c'est dans le maintien et l'amélioration du sentiment de bien-être du consommateur que se situe la valeur de notre contribution au marché des cosmétiques.

## Matières premières naturelles et renouvelables

Nous nous efforçons de mettre au point des produits performants en utilisant des ingrédients actifs et des parfums naturels. C'est le cas, par exemple, des pro-



### L'alliance de la performance et du naturel

Notre marque Essensity établit actuellement de nouvelles normes dans le secteur de la coiffure professionnelle par son souci d'allier efficacité et naturel. Dans tous nos produits, nous avons progressivement remplacé les ingrédients synthétiques par des matières naturelles aussi souvent que possible, sans compromettre la performance. Nos formules sont exemptes de parfum artificiel, de silicone, d'huile de paraffine, d'huile minérale ou de parabène. Nous avons également amélioré la biodégradabilité des ingrédients. Par le biais d'Essensity, nous soutenons également des projets de reforestation dans les zones tropicales.



### L'efficacité naturelle

Le dentifrice Vademecum Bio procure des dents et des gencives saines par des moyens naturels. Il est constitué à 99 % d'ingrédients naturels, dont du thé vert issu de l'agriculture biologique, sélectionnés par nos chercheurs selon les critères de l'organisme de certification indépendant, ECOCERT. L'originalité de la formule de Vademecum Bio tient au fait que, contrairement aux dentifrices conventionnels, il ne contient pas de parfum ou d'édulcorant synthétique, raison pour laquelle il a obtenu le label ECOCERT. Celui-ci informe le consommateur que les ingrédients ont été spécialement sélectionnés et qu'ils proviennent de cultures effectuées selon des méthodes respectueuses de l'environnement.



### Une tradition d'excellence

En France, nos savons liquides Le Chat Bio Abricot et Le Chat Bio Figue portent aussi le label ECOCERT. Le Chat, une marque de savon traditionnelle présente sur le marché depuis 1853, a lancé ces deux produits afin de répondre à une demande croissante des consommateurs pour des produits naturels certifiés par des organismes indépendants. Tous les deux répondent à des critères écologiques très stricts tout au long de la chaîne de production et contiennent, selon les normes d'ECOCERT, 99 % d'ingrédients dérivés de produits naturels. Ils ne contiennent ni colorants ni parfum synthétique.



### Un système de recharges intelligent

Les poches de recharges Eco-Smart destinées à nos savons liquides Dial sur le marché américain contiennent environ 67 % de plastique en moins que les bouteilles de recharge traditionnelles. Cela réduit non seulement le gaspillage d'emballages par le consommateur, mais également, et de manière considérable, la quantité d'énergie nécessaire pour les fabriquer. Le processus de production des poches de recharge est beaucoup plus économique d'un point de vue énergétique que la production de bouteilles. De plus, les poches de recharge vides peuvent être transportées en un volume beaucoup plus compact, si bien qu'il faut 85 % de carburant en moins pour les livrer sur le site de production.



priétés du beurre de karité et du yaourt, ou les effets adoucissants de l'aloë vera. En même temps, nous contribuons à la préservation des ressources en incorporant des matières premières renouvelables dans nos formules.

Plus des deux tiers des ingrédients présents dans les formules de nos savons, shampooings et gels douche proviennent de matières premières renouvelables. Nous nous efforçons également de prendre en compte les aspects écologiques et sociaux lorsque nous achetons des matières premières renouvelables. Nos formules incluent de plus en plus d'ingrédients issus de l'agriculture biologique certifiée. De plus, lorsque nous achetons des ingrédients, nous cherchons à collaborer avec des fournisseurs et des acteurs locaux qui soutiennent le commerce équitable avec les pays exportateurs.

### Une utilisation plus sûre

Tous les produits cosmétiques et leurs ingrédients sont soumis à des programmes d'évaluation complets afin de vérifier qu'ils respectent la santé et l'environnement. Nous employons des méthodes de tests in-vitro (tests en éprouvette) sans animaux et des études dermatologiques afin de vérifier l'innocuité de nos produits cosmétiques finis. Depuis le début des années 1980, nous avons mis

au point des méthodes de tests alternatives afin de remplacer les tests sur animaux rendus obligatoires par la loi pour certains ingrédients. Ces dernières années par exemple, nous avons introduit des tests in-vitro pour mesurer les propriétés d'absorption par la peau et la compatibilité dermatologique **SR** pages 9 et 10.

### Et une élimination sans problème après usage

Lorsqu'un produit a été utilisé, sa compatibilité environnementale se mesure de deux manières : le niveau de biodégradabilité de ses ingrédients et les possibilités de recyclage du conditionnement. Nos produits qui partent dans les eaux usées sont conçus pour avoir une biodégradabilité optimale. Nous voulons faire encore mieux et notre objectif est d'élever la proportion de matières directement dégradables de nos savons, shampooings et gels douche de 65 % à 80 % en 2012.

Pour réduire le gaspillage d'emballages par le consommateur, nous essayons constamment de réduire la quantité de matériaux utilisés dans le conditionnement sans compromettre la qualité et la stabilité. Nous sommes également constamment à la recherche de bioplastiques appropriés pour satisfaire nos importants besoins en matériaux de conditionnement.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 22



### Leadership dans l'innovation avec des engagements certifiés en termes de développement durable

Au cours de l'année dernière, nous avons fortement augmenté la proportion de nos produits cosmétiques à compatibilité environnementale élevée. Nous élaborons toujours plus de produits sur ce segment de sorte qu'ils soient dépourvus de colorant ou de parfum de synthèse, de glycol polyéthylène ou d'huile à base de paraffine minérale. Les propriétés naturelles des produits que nous sélectionnons sont soumises à un processus de certification indépendant particulièrement rigoureux et sont confirmées par différentes instances, telles que l'organisme de certification ECOCERT. Pendant son processus de certification, ECOCERT vérifie non seulement les ingrédients utilisés, mais il audite également toute la chaîne de production, allant jusqu'à la certification des sites de production selon certains critères spécifiques. Nos premiers produits ayant obtenu le label ECOCERT, sont les dentifrices Vademecum

bio et les savons liquides Le Chat Bio Abricot et Le Chat Bio Figue. Ils respectent les critères écologiques les plus rigoureux tout au long de la chaîne de production.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 23



# Adhesive Technologies

## Le développement durable au cœur de notre stratégie

Nous sommes leader mondial dans le secteur des adhésifs et des produits d'étanchéité, d'un point de vue technologique, écologique mais également en termes de protection de la santé. Nos adhésifs, produits d'étanchéité et traitements de surfaces sont destinés à de nombreux marchés tels que l'automobile, l'électronique, l'aérospatiale et les industries métallurgiques, l'entretien et les réparations, et l'industrie des emballages. Ils contribuent à la création ou à la conservation de valeur dans les applications industrielles et les projets de construction, les travaux des artisans et

des bricoleurs, de même qu'à la maison, à l'école et au bureau. Les adhésifs, les mastics et les traitements de surfaces sont utilisés pour réparer des objets de la vie quotidienne, pour protéger les bâtiments contre le froid et l'humidité, pour construire des panneaux solaires flexibles et fabriquer des produits plus résistants, plus légers et plus efficaces.

Nos technologies et nos produits innovants, y compris les nouveaux produits issus de l'acquisition des activités de National Starch, allient de solides avantages économiques pour les clients et les consommateurs à une responsabilité accrue envers les personnes et l'environnement.



### Trois problèmes – une solution pour les murs et fenêtres



Les bâtiments subissent une déperdition de chaleur, particulièrement par les fenêtres, les portes et les façades. Nous sommes les seuls fournisseurs au monde à distribuer actuellement deux systèmes d'isolation certifiés – les mastics et isolants de fenêtres WINTeQ et l'isolation de façade Ceresit – pour résoudre les trois problèmes de la perte d'énergie, de l'humidité et du bruit. Le concept bénéficie du soutien d'un calculateur d'économie d'énergie, d'une gamme de sessions de formation et d'un site Internet.



### Henkel redéfinit le processus de prétraitement des métaux



Avec son efficacité, son intérêt économique et son respect de l'environnement, TecTalis constitue la nouvelle technologie innovante de Henkel pour protéger les métaux contre la corrosion. Elle remplace la méthode traditionnelle de prétraitement par phosphatation au zinc dans l'industrie de l'automobile et des biens durables, elle diminue le coût des process et réduit considérablement les nuisances pour l'environnement tout comme la consommation d'énergie.



### Nouveaux adhésifs pour éoliennes

Avec Macroplast UK 8340, nous sommes les premiers à avoir développé un adhésif en polyuréthane pour la construction d'éoliennes qui respecte les directives pour l'isolation des lames de moteurs. Cette nouvelle technologie permet aux fabricants d'éoliennes d'optimiser leur process, d'accroître leur productivité et de réduire les coûts.



### La première colle instantanée et flexible au monde

Super Glue-3 Ultragel crée une adhésion instantanée, puissante et résistante à l'eau entre des surfaces en bois, métal, plastique, caoutchouc et cuir, et convient par conséquent à la fois aux usages intérieurs et extérieurs. La flexibilité du produit repose sur des particules microscopiques de caoutchouc. Une réparation rapide et solide de biens durables allonge leur durée de vie et préserve les ressources.



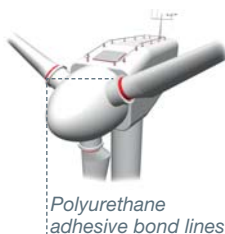
### Des normes exigeantes pour la sécurité des conditionnements flexibles alimentaires

La sécurité des conditionnements souples est absolument prioritaire dans l'industrie des emballages alimentaires. Les systèmes utilisés doivent non seulement protéger les aliments des influences extérieures, mais aussi éviter la contamination provenant de substances dangereuses contenues dans les matériaux d'emballage eux-mêmes. Les adhésifs de laminage de quatrième génération établissent un standard de sécurité sans précédent grâce à leur prise exceptionnellement rapide.



### Des températures inférieures pour les adhésifs de conditionnement

Lors de l'acquisition des activités de National Starch, Henkel a pu accroître son rôle de leader dans le secteur des adhésifs de conditionnement. Traditionnellement, on devait appliquer des soudures à chaud à 160 ou 180°C, alors que notre Cool-Melt Ultra peut s'appliquer à 100°C seulement. Nos clients bénéficient ainsi d'une diminution des coûts d'énergie.



Dans de nombreux cas, nous contribuons à réduire la consommation d'énergie et d'eau, ainsi que les coûts d'élimination des déchets en optimisant les produits et traitements. Nos solutions reposent sur notre connaissance des process de nos clients et découlent souvent d'un travail d'équipe avec les équipementiers et les fournisseurs de matières premières. Cette connaissance nous permet d'évaluer les avantages procurés par nos innovations et d'en apporter clairement la preuve à nos clients avec par exemple notre Calculateur de valeur. Nous pouvons alors contribuer à l'optimisation entière de chaînes de process.

### Les différentes pistes d'amélioration

Les innovations et l'analyse approfondie de notre portefeuille contribuent à l'amélioration de nos produits et de nos technologies en rendant les process plus efficaces, en réduisant en permanence leur impact sur l'environnement et en améliorant leur compatibilité avec la santé. Depuis de nombreuses années notre politique a consisté à remplacer les métaux lourds et les solvants par des solutions alternatives très performantes qui nous permettent de proposer des technologies et des adhésifs de soudure à chaud à base d'eau et de rayons ultraviolets. Lorsque les contraintes techniques ou les exigences du marché représentent une difficulté, nous recherchons des solutions alternatives et développons des programmes de remplacement à long terme.

Pour optimiser les caractéristiques de nos produits, nos chercheurs de la branche Adhesive Technologies utilisent également des ressources renouvelables. Un exemple connu du monde entier est le bâton de colle



*Le Bonderite NT de Henkel est un prétraitement nano-céramique des surfaces métalliques qui offre non seulement une meilleure qualité, mais qui présente également une performance supérieure d'un point de vue écologique et économique à la phosphatation au fer classique. En juin 2008, le Prof. Dr. Ramón Bacardit (second à droite), Directeur Général pour la recherche sur les Adhesive Technologies, a reçu le prix de l'environnement de la Fédération Allemande des Industries (BDI) pour ce produit.*

Pritt, dont pratiquement tous les ingrédients proviennent désormais de matières renouvelables. Henkel utilise des matières renouvelables depuis de nombreuses années. Dès les années 1920, nous produisons des adhésifs et de la colle de décorateur à base d'amidon, ainsi que de la colle pour papier peint à base de féculles de pomme de terre. Pendant des décennies, la cellulose a représenté une matière première importante qui permet d'obtenir, par exemple le méthylcellulose utilisé dans les colles pour papier peint.

Dans le monde entier, nos adhésifs, mastics et traitements de surfaces personnalisés ont permis à Henkel de développer de nouvelles sources d'énergie propres telles que les piles à combustible et les panneaux solaires légers et flexibles.



### Innovation dans les adhésifs structuraux

La prochaine génération d'avions tels que l'Airbus A350 ou le Boeing 787 Dreamliner contiendra 50 % de fibres composites. Jusqu'à présent, avant usage, les fibres composites devaient être stockées à des températures négatives puis dégelées avant emploi. Grâce à notre technologie Epsilon, les fibres composites peuvent dorénavant être conservées à température ambiante. Cela simplifie le processus, diminue la quantité de matériaux rejetés et réduit la consommation d'énergie durant la fabrication de l'avion. Parmi d'autres avantages, on peut noter une meilleure résistance thermique, une stabilité et une dureté accrue des matériaux. Des procédures d'agrément sont actuellement en cours chez les principaux constructeurs d'avions.

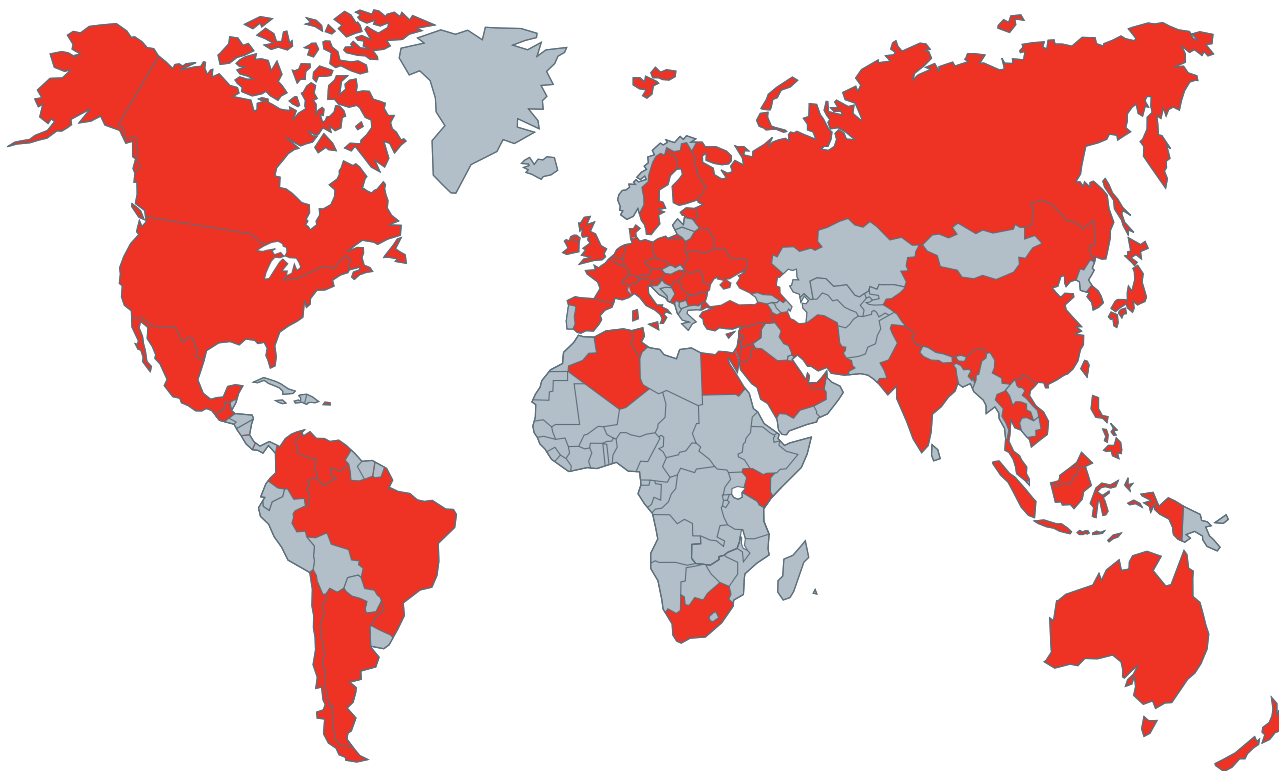
À poids égal, les fibres composites sont dix fois plus résistantes que les câbles en acier ou en aluminium, ce qui permet aux ingénieurs d'accroître la résistance des pièces tout en réduisant leur poids. Notons également qu'un avion plus léger consomme moins de carburant.

[www.henkepsilonresin.com](http://www.henkepsilonresin.com)



# Production et logistique

## Des sites de production répartis dans 57 pays



[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 24

- » Optimisation des processus : un pilotage à l'échelle internationale, une adaptation locale
- » Contributions mondiales à une utilisation plus rationnelle des ressources
- » Des économies par le biais de plannings logistiques intelligents

### Une production efficace, partie intégrante de notre engagement de qualité

Henkel gère des sites de production dans 57 pays. Nous possédons également des sites administratifs, de recherche et de marketing, ainsi que des entrepôts et des antennes logistiques dans de nombreux pays. En tant qu'employeur et entrepreneur local, nous stimulons le développement économique de nombreuses régions. La fabrication de produits de qualité élevée passe par des sites de production efficaces et modernes. L'amélioration constante de nos process et 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.

### Des outils de gestion à l'échelle de l'entreprise et des programmes d'action locaux

Nos programmes mondiaux reposent sur des analyses et des simulations poussées qui permettent d'augmenter la productivité, la qualité et la sécurité, tout en réduisant simultanément la consommation des ressources, le gaspillage et les coûts d'entretien. La diversité de nos produits soumet nos process de production à des exigences variables. Par exemple, nous employons des process radicalement différents pour fabriquer des tuiles adhésives, des détergents ménagers et des crèmes pour la peau. Ces process diffèrent également beaucoup en termes de consommation d'eau et d'énergie. L'expérience et les activités de nos différentes usines sont également canalisées au travers de programmes d'efficacité à l'échelle de l'entreprise. En fait, ce sont souvent des idées de process spécifiques et la créativité de nos employés qui apportent une contribution majeure à la réalisation de nos objectifs. Lorsqu'une mesure s'est avérée efficace nous l'introduisons dans les sites qui utilisent des process similaires.

L'interaction des outils de pilotage à l'échelle de l'entreprise et des programmes d'action locaux nous permettent d'harmoniser les projets d'optimisation aux process et de relever les défis locaux. En 2008, nous avons lancé de nombreux projets pour améliorer la gestion des ressources sur nos sites. **SR** Voir le tableau ci-dessous. Nous avons pu ainsi améliorer encore notre performance au niveau de certains indicateurs de développement durable importants pendant la période de l'exercice. **SR** Voir deuxième de couverture. Nos économies d'énergie ont fortement contribué à atténuer l'impact de l'augmentation du prix de l'énergie sur notre résultat. De plus, grâce à la réduction de nos émissions en dioxyde de carbone qui en découle, nous aidons les pays dans lesquels nous opérons à atteindre leurs objectifs en termes de protection du climat.

### Transferts de connaissances et de technologie

Grâce au transferts de connaissances et de technologie, nous garantissons que les process de production soient sûrs, efficaces et préservent les ressources. Cela va de pair avec l'introduction de méthodes de management modernes et de programmes de développement et de qualification pour nos employés. L'attitude de la direction, les programmes de formation du personnel et la sensibilisation sont autant de facteurs majeurs qui ont

contribué à la réussite de la stratégie de développement durable de Henkel.

En conséquence, depuis 2007, nous avons accordé une très grande priorité au programme de formation spécifique sur le leadership en matière de Sécurité, Santé et Environnement (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 83 journées de séminaires de leadership SHE auxquelles ont participé plus de 140 sites et des directeurs de production d'Asie, d'Afrique, d'Europe et des Amériques. Ces séminaires encouragent également un partage d'expériences.

### Des normes mondiales

Nos normes en matière de sécurité, de santé et d'environnement (les normes SHE) et nos normes sociales s'appliquent à l'ensemble de nos sites dans le monde. Nous menons régulièrement des audits pour vérifier si elles sont appliquées correctement. **SR** page 7. Les audits sont un outil-clé d'identification des risques et des améliorations potentielles, et jouent un rôle essentiel dans le transfert de connaissances sur le plan international. Pour disposer d'une vision globale de nos régions, nous étoffons régulièrement nos audits afin d'y inclure les sous-traitants et les centres de logistique.

### Contributions mondiales à une utilisation des ressources toujours plus efficace

| Secteur de mobilisation                                                             | Contribution                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | » <b>Pune, Inde</b> : optimisation des process de production d'adhésifs par l'installation d'une nouvelle unité d'extrusion pour mélanger les adhésifs. Résultat : une consommation d'énergie de l'usine réduite de 30 %.                                                                                   |
|  | » <b>Yantai, Chine</b> : diverses campagnes pour motiver les employés à contribuer aux économies d'énergie sur le site, comme le fait de fixer un minimum et un maximum pour la climatisation. Résultat : une réduction de 7 % de la consommation d'énergie.                                                |
|  | » <b>Chonburi, Thaïlande</b> : des mesures importantes pour accroître l'efficacité, y compris une amélioration dans les mélanges pour les usines de production des cosmétiques. Résultat : une réduction de 28 % de la consommation d'énergie.                                                              |
|  | » <b>Maribor, Slovénie</b> : des mesures importantes pour réduire la consommation d'énergie et d'eau. Résultat : une réduction de 9 % dans la consommation d'énergie et de 19 % de la consommation d'eau.                                                                                                   |
|  | » <b>Montornès, Espagne</b> : une nouvelle technique permet de mélanger les ingrédients de la poudre à lessive sans ajouter d'eau. Le détergent n'a donc plus besoin de sécher dans la tour de séchage. Résultat : une réduction de 20 % dans la consommation de gaz et de 23 % dans la consommation d'eau. |
|  | » <b>Norrköping, Suède</b> : mise en œuvre de nombreux projets d'optimisation dans tous les domaines de la production d'adhésifs. Résultat : 8 % de réduction dans la consommation d'électricité, 22 % dans la consommation d'eau et 14 % de déchets en moins.                                              |
|  | » <b>St. Louis, Missouri, USA</b> : la production de lessives se tourne vers les concentrés. Résultat : une réduction de 33 % de la consommation d'eau et 29 % de déchets en moins sur le site.                                                                                                             |
|  | » <b>Woodruff, Caroline du Sud, USA</b> : une nouvelle conception du carton d'expédition pour les adhésifs industriels de conditionnement. Résultat : une réduction de 27 % des matières nécessaires à l'emballage extérieur.                                                                               |
|  | » <b>Mixco, Guatemala</b> : optimisation du processus de production dans l'usine de production de poudre lavante. Résultat : Baisse de 11 % de la consommation d'énergie dans la tour de lavage.                                                                                                            |
|  | » <b>Bogotá, Colombie</b> : optimisation du process de lavage et de l'usine de traitement des eaux usées dans les installations de production des cosmétiques. Résultat : réduction de 22 % du volume des eaux usées et baisse de 53 % des déchets.                                                         |

Depuis 2006, tous nos sites de production réalisent des auto-évaluations dans les domaines de la sécurité, de la protection de l'environnement, de la santé et de la sécurité au travail.

Nous veillons à ce que nos systèmes de gestion de l'environnement soient certifiés par des organismes indépendants au niveau de chaque site, si cela procure des avantages concurrentiels. Fin 2008, 54 % du volume de la production provenait de sites certifiés conformes à la norme internationale de gestion de l'environnement ISO 14001. Environ 62 % du volume de la production ont été réalisés dans des sites certifiés conformes aux normes internationales de management de la qualité.

### **L'introduction des normes de Henkel à la suite d'acquisitions**

Immédiatement après l'achat des activités de National Starch en avril 2008, nous avons instauré une concertation étroite entre les responsables de la protection de l'environnement, de la santé, et de la sécurité au travail issus des deux entités. Outre l'intégration des sites de National Starch dans les systèmes de traitement des données, les discussions ont porté principalement sur une comparaison des normes SHE existantes chez Henkel, de leur reporting et de leur gestion avec celles de National Starch.

Sur la base de cette comparaison, chaque site nouvellement acquis a évalué ses propres performances en termes de protection de l'environnement, de santé et de

sécurité au travail. Les études ont clairement mis en évidence un niveau de corrélation élevé entre les normes et les systèmes. Il était donc possible d'intégrer les nouveaux sites dans un système de reporting uniforme en 2008. Seules certaines zones ont nécessité des mesures de mise à niveau avec les normes de Henkel. Inversement, nous avons décelé des domaines dans lesquels Henkel pouvait s'inspirer des procédures existantes chez National Starch.

### **Planning logistique : une équation à plusieurs variables**

Notre planning logistique est adapté à la nature des produits que nous transportons. Pour les produits relativement encombrants, nous réduisons la distance de transport et 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 pour le transport, la production est centralisée et réalisée en grandes quantités chaque fois que cela est possible. Par exemple, les produits adhésifs instantanés sont fabriqués seulement sur certains sites dans le monde.

De plus, notre réseau de distribution doit satisfaire un certain nombre d'exigences. Il doit s'assurer que nos clients disposent des bons produits au bon moment, en quantité adéquate et au bon endroit.

### **Accidents d'exploitation en 2008**

**Brésil :** en mars 2008, sur notre site de Boituva, environ deux mètres cubes d'un mélange d'eau et de solvants ont débordé du système de canalisation et se sont écoulés dans le réseau des eaux usées, puis ont émergé en surface à l'extérieur du site. Nous avons immédiatement informé les autorités environnementales et pris toutes les mesures nécessaires pour limiter les conséquences hors de l'enceinte de Henkel. L'équipe d'urgence de Henkel a réagi immédiatement en lançant un nettoyage complet de la zone. Grâce à la réactivité et au professionnalisme de l'équipe, les autorités n'ont infligé aucune amende à Henkel. Une analyse ultérieure du sol et de la nappe phréatique n'a pas décelé de pollution résiduelle dans les zones affectées. Une analyse des causes de l'incident a permis de mettre en évidence une défaillance du système gérant l'ajout de solvant, qui a provoqué une fuite puis le débordement du réservoir. L'installation a été réparée et une liste des actions préventives a été dressée afin d'accroître la sécurité de ce processus et éviter que de tels incidents se reproduisent à l'avenir.

**Pologne :** en août 2008, un grave incendie s'est déclaré à Posen dans notre entrepôt central de cosmétiques et d'adhésifs. Le bâtiment et une partie importante des produits finis et des supports publicitaires ont été détruits. Grâce à la réaction adaptée de nos employés, toutes les personnes se trouvant dans le bâtiment ont pu en sortir indemnes. Le bâtiment avait été inspecté par les autorités locales de protection contre l'incendie la veille de l'incident sans qu'aucune défaillance n'ait été relevée. L'incendie s'est probablement déclaré dans des bureaux situés dans l'entrepôt, loués par une autre entreprise. Les réactions professionnelles de nos employés ont confirmé l'intérêt de nos formations sur la sécurité, la santé et l'environnement (SHE), que nous souhaitons renforcer.

Dans le cadre de notre projet « Optimisation du Transport et des Entrepôts », nous travaillons sans relâche au développement de concepts de logistique efficaces et respectueux de l'environnement. L'un des critères de sélection de nos partenaires logistiques est le rendement énergétique de leur parc automobile. Nous participons au programme européen « Réponse Efficace du Consommateur » afin d'identifier les améliorations potentielles dans la collaboration avec nos partenaires de distribution. [www.ecrnet.org](http://www.ecrnet.org)

### La logistique, une composante de l'empreinte carbone opérationnelle

Afin de parvenir à une amélioration globale de l'empreinte carbone de nos activités opérationnelles, nous nous efforçons en permanence de perfectionner et de compléter la base de données des émissions de notre production et de notre logistique. Depuis de nombreuses années, nous avons mis au point des systèmes perfectionnés de gestion de notre production. Ceux-ci prennent en compte aussi bien nos propres émissions de dioxyde de carbone que celles de tiers. [SR page 24](#). La mesure des émissions de dioxyde de carbone liées à la logistique, au

transport de nos produits ou aux déplacements d'affaires 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 données tirées des bases de données sur les cycles de vie, les estimations pour 2008 indiquent que les émissions annuelles de dioxyde de carbone imputables au transport de nos produits avoisinent les 500 000 tonnes. Pour les déplacements d'affaires, notre estimation se situe à environ 150 000 tonnes par an. Ces deux chiffres concernent Henkel au niveau mondial, hors activités de National Starch. Nous surveillons étroitement 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 trouver le moyen d'améliorer notre empreinte carbone opérationnelle à tous les niveaux. [SR voir le tableau ci-dessous](#).



### Plusieurs angles d'attaque pour une amélioration continue partout dans le monde

| Domaine                     | Action                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Structures logistiques      | <ul style="list-style-type: none"> <li>» Poursuite du concept d'Eco-logistique introduit en Allemagne en 1994 visant à remplacer le transport routier par le rail.</li> <li>» 2009 : début des livraisons par rail à notre entrepôt central de cosmétiques à Monheim près de Düsseldorf. Diminution du kilométrage, de 1,25 millions de kilomètres routiers à 125 000 kilomètres ferroviaires, réduisant ainsi les émissions de dioxyde de carbone de 2 500 tonnes par an.</li> </ul>                                                                                              |
| Synergies/Coopération       | <ul style="list-style-type: none"> <li>» Centralisation et coordination des achats logistiques et, lorsque cela est possible, regroupement des chargements transitant entre chaque site. Un exemple aux Etats-unis et en Europe : augmentation du poids des chargements et donc de l'utilisation des capacités des camions en regroupant les expéditions des sites de Henkel et celles des nouveaux sites voisins de National Starch.</li> <li>» Amplification de la coopération avec d'autres sociétés dans le domaine du transport pour éviter des transports à vide.</li> </ul> |
| Optimisation des produits   | <ul style="list-style-type: none"> <li>» Optimisation des produits en termes de poids et de volume, lorsque cela est possible, sans compromettre la performance et la stabilité du conditionnement. Exemple : remplacement aux Etats-unis du détergent liquide de marque Purex par un concentré. Résultat : diminution d'environ 17 000 tonnes par an des émissions de dioxyde de carbone résultant du transport grâce à un volume réduit des produits.</li> <li>» Relocalisation progressive de la production des matériaux d'emballage sur les sites de fabrication.</li> </ul>  |
| Déplacements professionnels | <ul style="list-style-type: none"> <li>» Directives pour remplacer les déplacements professionnels et les voyages en avion par des télé-conférences. Exemple : lors des trois dernières années seulement, la durée de nos télé-conférences dans le monde a été multipliée par dix. Cela s'est accompagné d'une économie considérable d'émissions de dioxyde de carbone.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                 |
| Véhicules de société        | <ul style="list-style-type: none"> <li>» 2008 : spécifications de véhicules de référence et établissement de critères pour l'achat de nouvelles voitures.</li> <li>» Test avec les concepts alternatifs de carburant dans différentes régions : bioéthanol en Suède, moteurs hybrides au Japon.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                         |

# Indicateurs environnementaux

## Transparence

Dans l'ensemble de la Société, nous utilisons des indicateurs pour identifier les potentiels d'amélioration, piloter les programmes et vérifier les performances ciblées. Ces indicateurs sont également très utiles pour informer le public de manière synthétique et transparente sur les performances et les progrès réalisés.

Nos indicateurs s'inspirent des indicateurs environnementaux du Conseil Européen de l'Industrie Chimique. Dans notre rapport Développement Durable, nous mettons l'accent sur les principaux indicateurs globalement pertinents. Par ailleurs, les valeurs de contrôle que nous estimons moins appropriées ne sont publiées que sur Internet. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 26

## Une perspective internationale

Les données liées à la production ont été établies à partir de 226 sites de Henkel répartis dans 57 pays, y compris les sites de National Starch acquis en 2008. Ces sites représentent plus de 95 % de notre production mondiale en 2008. Les données sont centralisées et validées pour le reporting annuel, mais elles sont également vérifiées localement dans le cadre de notre programme d'audits internes. [SR page 8](#). Tous les écarts constatés ou signalés au niveau des données à une date ultérieure sont corrigés de façon rétroactive dans notre système de reporting. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 27

## Une base de comparaison

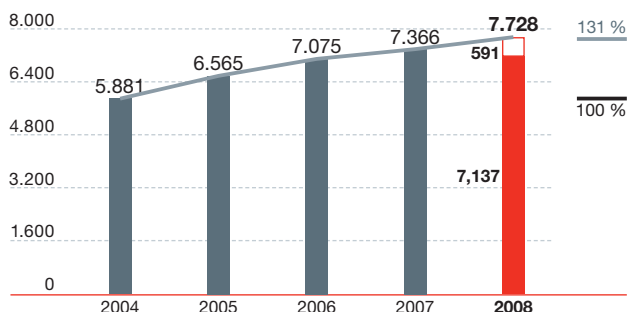
Henkel continue de croître, ainsi que le nombre de sites qui transmettent leurs données par les indicateurs environnementaux, qui sont passés de 141 en 2004 à 226 en 2008. Comme cette croissance n'est pas uniforme, il y a des écarts dans les chiffres. Par exemple, les indicateurs des sites de National Starch ont été intégrés dans le système de reporting depuis que ses activités ont été acquises en avril 2008. Les chiffres de National Starch pour 2008 figurent séparément, pour mieux souligner l'influence de cette acquisition sur nos indicateurs environnementaux.

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 2004 (= 100 %).

Afin de faciliter l'interprétation des chiffres, la part des sites de National Starch acquis en 2008 est représentée par une zone blanche.

## Volumes de production

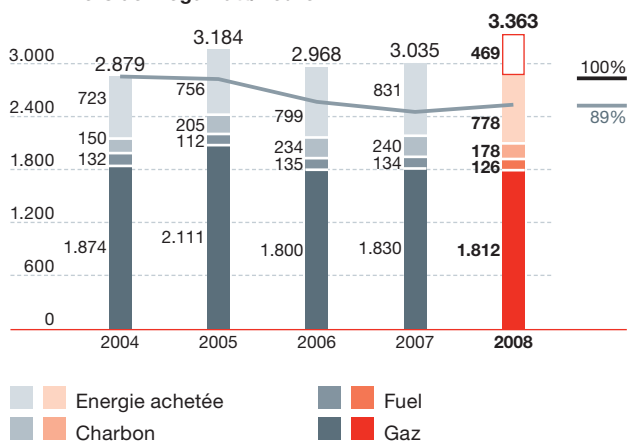
En milliers de tonnes



Le volume de la production a progressé d'environ 5 % durant l'exercice 2008 à la suite d'acquisitions réalisées et, en particulier, des activités de National Starch.

## Consommation d'énergie

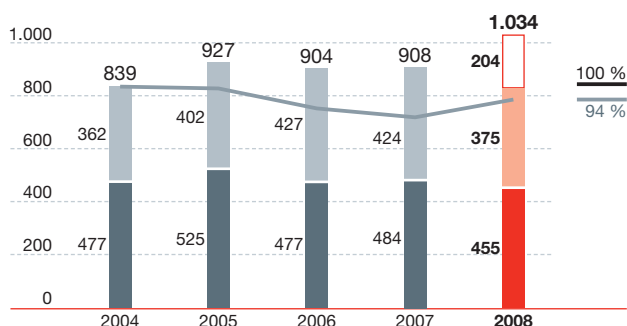
En milliers de MegaWatt/heure



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

## Emissions de dioxyde de carbone

En milliers de tonnes

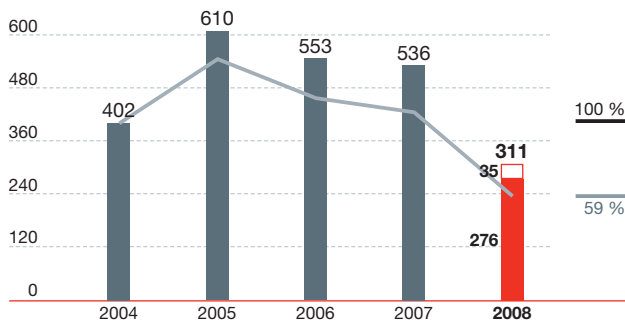


Emissions de dioxyde de carbone produites par l'énergie achetée  
Emissions de dioxyde de carbone produites par Henkel

La production d'énergie représente pratiquement la totalité du dioxyde de carbone rejeté 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**

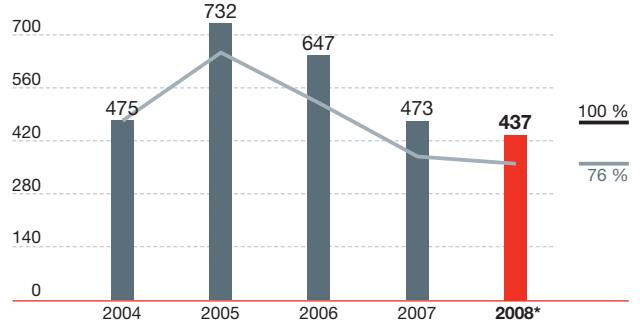
En tonnes



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

**Emissions de composés organiques volatils (C.O.V)**

En tonnes

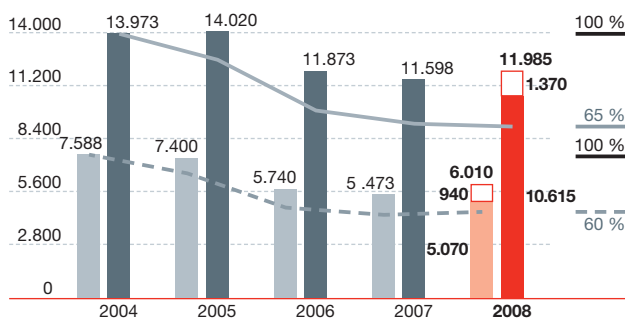


L'augmentation en 2004 et 2005 est principalement due aux acquisitions. En 2007 et 2008, des mesures supplémentaires ont permis de réduire les émissions de composés organiques volatils.

\*Les chiffres des composés organiques volatils n'incluent pas les activités de National Starch.

**Consommation d'eau et volume des eaux usées**

En milliers de mètres cubes

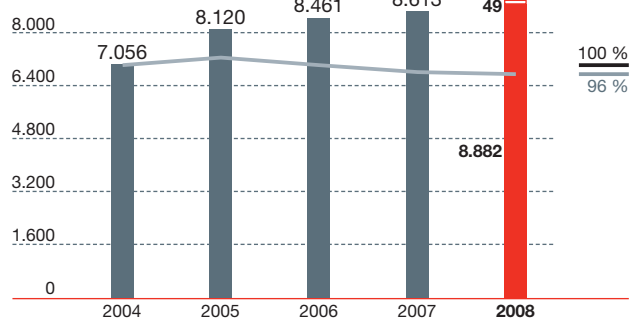


■ Consommation d'eau ■ Volume des eaux usées

Ces valeurs comprennent toute 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 dans les eaux de surface**

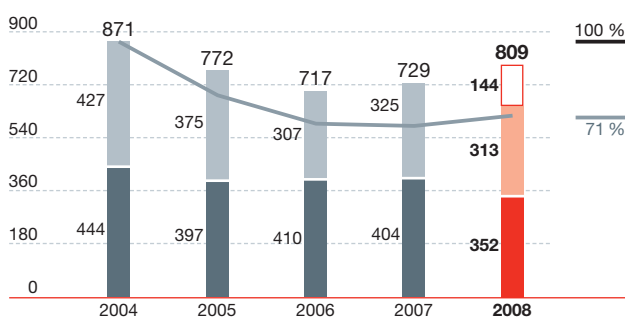
En tonnes



Demande Chimique d'Oxygène (DCO) : mesure de la pollution des eaux usées par des substances organiques.

**Emissions de métaux lourds dans les eaux usées**

En kilogrammes



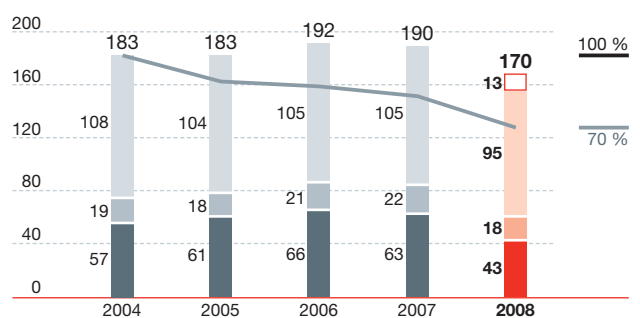
■ Plomb, chrome, cuivre, nickel \*  
■ Zinc

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 considérés comme dangereux par la réglementation des différents pays concernés et qui figurent sur la liste des déchets dangereux de 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.

# Employés et emplois



Le 1<sup>er</sup> septembre 2008, 117 jeunes hommes et femmes ont commencé leur formation chez Henkel à Düsseldorf. Notre photo illustre la cérémonie d'accueil. Au total, 511 stagiaires ont reçu une formation dans plus de 20 métiers en Allemagne en 2008.

- » Renforcer notre équipe mondiale
- » Promouvoir la diversité et l'intégration
- » Objectif : zéro accident de travail

## Privilégier le développement durable

Le renforcement de notre équipe mondiale est l'une de nos trois priorités stratégiques. Les compétences et la performance de nos employés sont des facteurs déterminants pour la réussite future de notre Société. Nous encourageons le développement de nos employés, répartis dans 110 pays, afin qu'ils réalisent pleinement leur potentiel, et nous associons leur engagement personnel à la réussite de l'entreprise. Un management ciblé, une rémunération liée à la performance, des évaluations régulières et une formation continue s'inscrivent dans ce sens. Nous favorisons en permanence le développement de nos employés à différents niveaux de responsabilité en concordance avec les demandes croissantes de postes à pourvoir. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 28

Notre culture d'entreprise joue un rôle majeur dans la motivation de nos employés et l'instauration d'un climat de travail positif. Elle repose sur l'autonomie de nos employés tant au niveau de la pensée que de l'action. Nous honorons notre obligation de respecter la dignité de la personne, de préserver le droit à la vie privée de tous nos employés et d'appliquer les principes d'égalité et d'équité. Tous ces éléments incarnent les règles de

comportement essentielles de notre Code de Déontologie. Chez Henkel, la santé et la sécurité de tous les employés sont une priorité essentielle. Nous nous efforçons d'améliorer constamment l'hygiène et la sécurité au travail. Des programmes sont spécialement conçus pour promouvoir la bonne santé et garantir les capacités de travail de nos employés sur le long terme.

## À la recherche des meilleurs talents

Face au développement démographique de l'Europe et à la concurrence croissante dans le monde pour le recrutement des employés qualifiés, il est de plus en plus important que Henkel ait une image d'employeur attractif. Cette démarche nécessite de rechercher des étudiants talentueux à travers le monde, de s'adresser à eux personnellement et nouer des liens étroits avec eux le plus tôt possible. Grâce à une offre de stages motivants et par le biais du programme de recrutement « Career Track », nous prévoyons d'établir des contacts intensifs avec les jeunes diplômés. Nous organisons, par exemple, le Henkel Innovation Challenge, qui est un concours ouvert aux étudiants de toutes disciplines de onze pays d'Europe et qui est pour nous l'occasion de nouer des relations avec des étudiants hautement qualifiés, motivés et talentueux. [www.henkelchallenge.com](http://www.henkelchallenge.com)



*Lors d'un gala à Berlin, en Allemagne, organisé par VICTRESS Initiative e.V., Henkel a obtenu le prix Corporate VICTRESS. C'est Tina Müller, Directrice Générale pour les départements Soins des cheveux/Soins de la peau/Soins dentaires de la branche Cosmétiques, qui a reçu la récompense au nom de Henkel. Ce prix est décerné par l'Initiative depuis 2005 aux sociétés dont les politiques d'entreprise témoignent d'un soutien affirmé à la femme et la famille. Le jury, composé de représentants du monde des affaires, de la politique et du public, a été très impressionné par le soutien constant de Henkel aux mesures en faveur de la famille.*

### La gestion des talents

L'évaluation régulière des employés est une condition préalable essentielle à l'évolution et à la motivation de nos collaborateurs. Depuis 1998, Henkel utilise le Management Competencies Assessment Evaluation (Evaluation des Compétences de Management) au niveau mondial, comme outil de mesure de la performance de ses cadres. Nous utilisons également un système d'évaluation et de développement pour les employés non-cadres.

Les potentiels d'évolution sont identifiés lors de réunions privées entre employé et responsable et des actions de formation sont alors définies en fonction des forces et des points d'améliorations de l'employé. Les cadres doivent veiller à ce que les employés se voient attribuer des tâches motivantes tout en leur apportant le soutien nécessaire au travers d'actions de formation et de coaching qui leur permettent d'évoluer en permanence.

### Un développement professionnel continu

L'évolution et le développement systématique des talents et des compétences de nos employés sont des éléments d'une importance vitale pour le succès de Henkel. Tous les employés ont accès à une formation continue sous la forme de séminaires, d'ateliers, d'e-Learning et de modules dispensant des compétences professionnelles ciblées. Nous avons conçu de nouveaux outils qui tiennent compte des aspects de la diversité et de l'intégration, pour les séminaires de management au niveau mondial et local. Ces nouveaux supports représenteront une proportion fixe de nos formations 2009.

Pour diffuser l'expérience pratique et les connaissances théoriques au plus haut niveau, nous collaborons depuis les années 1990 avec des partenaires externes et

des écoles de commerce de renommée internationale. En 1997, nous avons créé l'Académie Internationale Henkel pour notre personnel d'encadrement, qui est suivie chaque année par 420 cadres en moyenne.

En 2008, l'Association des Chambres de Commerce et d'Industrie Allemandes (DIHK) a reconnu un concept de formation conçu par Henkel. Ce concept intègre la formation à la communication et aux langues étrangères. Nos employés peuvent l'utiliser pour apprendre une nouvelle langue ou pour améliorer leurs connaissances linguistiques.

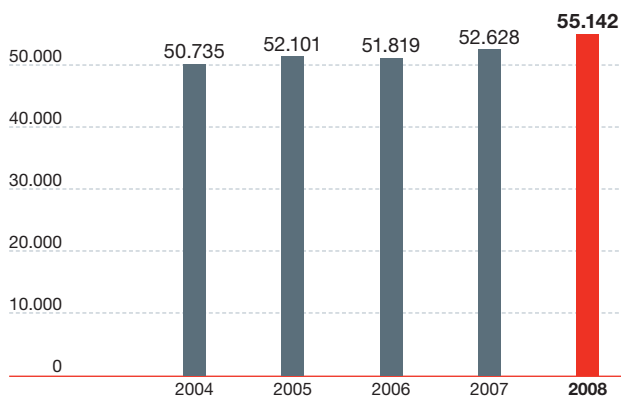
### Diversité et intégration

La diversité est une composante importante de notre culture d'entreprise. L'aspect international de Henkel se reflète dans la structure de son personnel. Nous sommes convaincus que la diversité des cultures et des compétences de nos employés nous aident à mieux comprendre nos marchés et à assurer une réussite à long terme. Nous voulons posséder les meilleures équipes quels que soient l'âge, le sexe et la nationalité de leurs membres. Nous sélectionnons nos employés en fonction de leurs compétences et de leur potentiel, et non pour satisfaire des quotas.

Des changements sociodémographiques tels qu'un vieillissement de la population des pays occidentaux et la pénurie de jeunes recrues qui en résulte représentent de nouveaux défis pour Henkel. En collaboration avec l'Université RWTH Aix-la-chapelle en Allemagne, nous avons mis au point un « radar démographique » grâce auquel nous pouvons simuler la structure de notre personnel au niveau international dans des conditions données. En utilisant les informations ainsi obtenues, nous pouvons prendre des mesures de gestion des ressources humaines à un stade précoce pour nous permettre de mieux répondre aux défis des évolutions démographiques.

## Nos employés dans le monde

Situation au 31 décembre 2008\*



\*Les chiffres des années précédentes sont corrigés. Base : les employés permanents, à l'exclusion des stagiaires.

## Nos employés par région

| Situation au 31 décembre 2008* | 2007          |               | en %         |
|--------------------------------|---------------|---------------|--------------|
| Europe/Afrique/Moyen-Orient    | 33.687        | 33.485        | 60,7 %       |
| Amérique du Nord               | 6.438         | 7.360         | 13,4 %       |
| Amérique Latine                | 4.268         | 4.293         | 7,8 %        |
| Asie-Pacifique                 | 8.235         | 10.004        | 18,1 %       |
| <b>Henkel</b>                  | <b>52.628</b> | <b>55.142</b> | <b>100 %</b> |

\*Les chiffres des années précédentes sont corrigés. Base : les employés permanents, à l'exclusion des stagiaires.

## Cadres

Situation au 31 décembre 2008

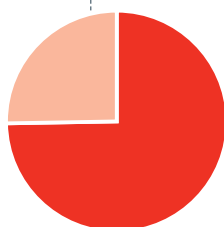
**Total Cadres**  
9.711 employés  
Moyenne d'âge **42,6**

**Cadres supérieurs\***  
795 employés  
Moyenne d'âge **47,1**

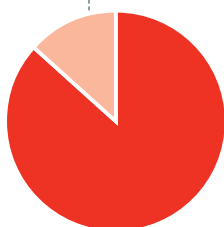
**77 nationalités**

**44 nationalités**

Proportion de femmes **26,4 %**



Proportion de femmes **13,7 %**



\*Comité de Direction, Directeurs généraux adjoints corporate, Management Circles I et IIA dans le monde.

En 2008, nous avons élaboré et mis en application des mesures fondamentales dans le cadre d'une stratégie de diversité et d'intégration au niveau mondial. Par ailleurs, nous souhaitons que les pratiques de recrutement soient adaptées de sorte que les trois candidats finaux envisagés pour un poste quelconque reflètent la diversité en termes d'âge, de sexe et de nationalité.

Nous ne pourrions véritablement utiliser au maximum les compétences et les aptitudes de nos employés que si nous les aidons à concilier leur carrière et leur vie de famille. Dans ce but, nous prévoyons de faciliter les horaires flexibles, le travail à mi-temps et le travail à domicile, lorsque cela est réalisable, et de mieux prendre en compte certaines spécificités individuelles. Nous sommes convaincus que cela renforcera l'attachement de nos employés à l'entreprise. Nous avons mis en place des horaires flexibles sur de nombreux sites depuis longtemps. En 2008, nous avons introduit des modèles d'horaires flexibles sur nos sites russes de Moscou et de Saint Petersburg. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 29

## Une intégration réussie

Lors du rachat des activités adhésives de National Starch, nous avons dû faire face à la nécessité d'intégrer rapidement environ 6 000 employés répartis dans 40 pays et sur 6 continents. À l'approche du « Jour J » – le 3 avril 2008 – nous avons comparé les cultures d'entreprises de National Starch et de Henkel et avons interrogé 1 000 employés des deux sociétés. Il en est ressorti beaucoup plus de similitudes que de différences. Seuls différaient les modèles d'organisation et les process de décision. À la suite d'une analyse de l'entreprise nouvellement acquise et à l'introduction d'une structure d'organisation modifiée, nous avons pu rapidement créer une plateforme de développement commune dès la fin du deuxième trimestre 2008.

Il en est ressorti que les deux entreprises utilisaient des outils et des philosophies similaires au niveau de leurs politiques de ressources humaines. Un an seulement après la fusion des activités, une harmonisation des systèmes de gestion du personnel a déjà permis de faciliter de nombreuses synergies dans la gestion des ressources humaines. De plus, les données sur les ressources humaines et les systèmes de gestion des salaires seront harmonisées au cours du premier semestre 2009.

## Le programme Global Excellence d'amélioration de l'efficacité

Dès 2007, des changements de grande envergure à long terme sont apparus sur nos principaux marchés. En réponse à l'évolution de la demande, nous avons mis sur pied, sans attendre, un grand programme d'amélioration de l'efficacité visant à optimiser les structures et les process pour rendre Henkel encore plus compétitif. En février 2008, nous avons annoncé que notre programme de restructuration Global Excellence se traduirait par la suppression de 3 000 emplois dans le monde, dans toutes les régions et dans tous les secteurs d'activité. La restructuration inclut également la fermeture de certains sites. Toutes les mesures affectant les ressources humaines sont appliquées dans un esprit socialement responsable, visant à réduire les risques et difficultés pour les employés concernés. L'attrition normale ainsi que les retraites anticipées sont toujours prioritaires. De plus, nous aidons activement les employés dans leur recherche d'un nouvel emploi en les recommandant à d'autres sociétés ou en les mettant en contact avec des conseillers externes. Les représentants du personnel sont informés le plus tôt possible avant chaque décision et leurs avis sont pris en compte aussi souvent que possible.



*Henkel a reçu le certificat « Move Europe-Partner Excellence 2008 » du Réseau Européen pour la Promotion de la Santé au Travail en reconnaissance de son engagement envers la santé au travail, en particulier dans les domaines de la nutrition, de la prévention du tabac, de la santé psychologique et des activités physiques pour rester en bonne santé. Tous les employés de Henkel disposent de programmes ciblés pour promouvoir une bonne santé comprenant un large éventail de mesures préventives. Move Europe, qui est une initiative du Réseau Européen pour la Promotion de la Santé au Travail (ENWHP), est une campagne pour l'amélioration de la promotion de la santé au travail adapté au style de vie européen. [www.enwhp.org](http://www.enwhp.org)*

## Exemples du programme de restructuration

Le plus grand projet allemand prévoit de concentrer la production de lessives à Düsseldorf. Notre usine de Genthin, où travaillent actuellement 240 personnes doit donc fermer fin 2009. L'extension de la production de détergents liquides à Düsseldorf va créer 90 nouveaux emplois qui seront proposés aux employés de Genthin. Au vu de l'importance du site de Genthin pour Henkel et la région, nous avons mené de nombreuses discussions avec toutes les parties concernées – y compris pour les solutions alternatives. Les coûts de fabrication et de transport élevés ont cependant rendu nécessaire la délocalisation. Düsseldorf est un point central, d'où nous pouvons desservir tous les marchés importants de l'Europe de l'Ouest. En concertation avec la région « Saxe-Anhalt », Henkel cherche activement des investisseurs potentiellement intéressés par le site de Genthin. Avec nos partenaires

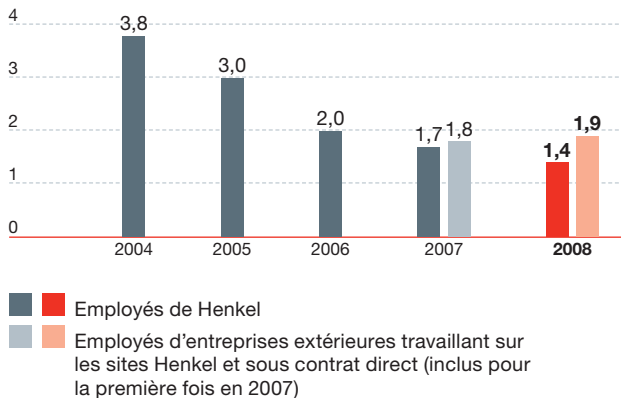
sociaux, nous nous efforçons de trouver de nouveaux emplois pour les salariés de Genthin, chez Henkel ou chez d'autres employeurs. Nous proposons à ces employés un coaching approprié pour les aider à retrouver un travail.

En 2009, pour mieux utiliser la capacité de l'usine, le site de production de Malgrat en Espagne va fusionner avec le site de Montornès situé à 50 kilomètres de là. Lors des discussions préparatoires, les représentants du personnel du site ont trouvé des solutions adaptées à cette délocalisation nécessaire. Les employés de Malgrat qui ont accepté un nouveau travail à Montornès pourront bénéficier d'un service de transport quotidien. Pour les employés qui n'ont pu trouver de nouvel emploi, Henkel a offert une indemnité proportionnelle à l'ancienneté de service. Un plan de retraites anticipées a également été mis en place.

# Santé et sécurité au travail

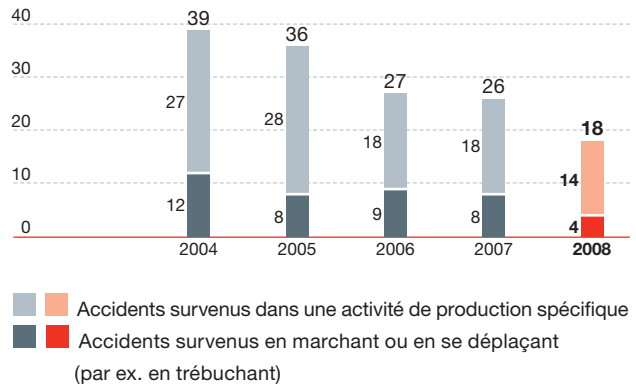
## Accidents du travail par million d'heures travaillées

Au moins un jour non travaillé (à l'exception des accidents de trajet)



## Accidents du travail graves

Plus de 50 jours non travaillés



Dès 2000, nous avons souligné la grande importance de la santé et de la sécurité au travail dans l'ensemble de l'entreprise en fixant un objectif de zéro accident. Via des formations et différentes mesures, nous avons déjà pu réduire le nombre d'accidents du travail de 86 % entre 1998 et 2007. En plus de nos normes et programmes à l'échelle de l'entreprise, nos directeurs d'usine s'engagent dans des initiatives et activités régionales et locales leur permettant de tenir compte des conditions spécifiques et des besoins des employés. L'identification précoce du risque et la prévention des accidents jouent un rôle essentiel.

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. Autant que possible, les entreprises qui travaillent sur nos sites seront intégrées dans notre système d'enregistrement des journées non travaillées à cause d'accidents du travail. En outre, nous impliquons les employés de ces entreprises extérieures dans nos formations. Les cours sont basés sur les exigences de Henkel en matière de santé et de sécurité. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 30

## Accidents graves impliquant mort d'hommes

Notre fort engagement envers la sécurité au travail est l'une des principales raisons pour lesquelles Henkel n'a pas enregistré d'accidents mortels en 2006 et 2007. En 2008, un employé commercial est mort en Russie dans un accident de la circulation en se rendant chez un

client. Deux autres employés de Henkel et un employé d'une entreprise extérieure qui travaillait pour Henkel sont morts dans des accidents qui se sont produits durant les heures de travail, mais qui n'étaient pas liés à leur travail proprement dit. Nous les comptabilisons pour des raisons de transparence, parce qu'ils correspondent à la définition d'un accident du travail par l'OCDE (Organisation pour la Coopération et le Développement Economique) ou parce qu'ils ont été rapportés dans la presse locale :

- » En se rendant à un rendez-vous d'affaires en Italie, un employé de Henkel originaire de Grande-Bretagne est mort dans un accident de moto en Allemagne. L'utilisation de motos est non-conforme aux directives de Henkel relatives aux voyages d'affaires, mais n'était pas explicitement interdite par notre filiale.
- » Un employé d'une entreprise extérieure engagée dans le soutien des activités de ventes de Henkel à Huixquilucan, au Mexique, a été mortellement blessé par des portes coulissantes dans un centre de bricolage. L'accident s'est produit dans une entrée interdite et n'avait aucun rapport avec le travail de l'employé de l'entreprise extérieure.
- » Un employé commercial itinérant qui tentait d'empêcher un vol à l'extérieur de notre site de Xuzhou, Jiangsu, en Chine, a été mortellement blessé par les voleurs, bien que les services d'urgence soient arrivés sur place dans les cinq minutes. Les coupables ont été arrêtés.

# Engagement social



Après le tsunami de l'Océan Indien en 2004, Henkel a créé une école pour plus de 90 garçons et filles à Ranganathapuram, en Inde. Les garçons sont formés à divers métiers dont ceux de menuisier ou encore d'électricien, et les filles apprennent la couture et la broderie, mais également à se servir d'ordinateurs. Tous ces jeunes reçoivent également une bonne instruction générale. En 2008, une formation sur l'agriculture écologique a démarré sur les terrains de l'école. Cette même année, l'école a également obtenu un agrément officiel du gouvernement en tant que centre de formations.

- » **Henkel Smile : trois axes fondamentaux pour la société**
- » **Objectifs du millénaire pour le développement des Nations Unies : nos contributions**
- » **Les 10 ans de MIT : Projet Anniversaire**

## Henkel Smile

L'engagement social joue un rôle important dans notre culture d'entreprise. Il a constitué une tradition tout au long de notre histoire. Solidement ancré dans nos valeurs d'entreprise, il se reflète dans nos activités quotidiennes. Henkel Smile est l'organisation regroupant nos activités d'engagement citoyen de l'entreprise qui dépassent les intérêts commerciaux directs. Nous avons la conviction que les solutions apportées par notre engagement social vont bénéficier à toutes les parties prenantes. Pour réaliser des progrès durables, nous privilégions le fait d'aider les gens à subvenir à leurs propres besoins. Les employés et retraités sont l'élément moteur de l'engagement citoyen de Henkel à travers le monde. Ils sont au cœur de tout projet Henkel Smile, depuis la sélection, l'organisation et la gestion, jusqu'à une participation active.

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 31

Nous avons structuré nos activités mondiales autour de trois axes fondamentaux :

- » MIT (Make an Impact on Tomorrow) – Engagement des employés,
- » HFI (Henkel Friendship Initiative e.V.) – Fonds d'urgence,
- » Partenariats sociaux – Engagement de l'entreprise et de ses marques.

Nous soutenons des activités dans les domaines des besoins sociaux, de l'éducation et de la science, de l'activité physique et de la santé, de l'art et de la culture, et de l'environnement. Henkel Smile ne se résume pas à la somme de ses 3 axes fondamentaux, car ils se renforcent souvent mutuellement et génèrent des synergies. Le projet d'un employé du Kenya, par exemple, a engendré l'engagement de la marque Schauma dans une coopération avec l'Organisation pour l'Éducation, les Sciences et la Culture des Nations Unies (UNESCO). De même, les mesures d'aide d'urgence du HFI après le tsunami de l'Océan Indien en 2004 ont conduit à développer de nombreux projets MIT. Leur objectif spécifique est de reconstruire des écoles et des infrastructures. En 2008, la somme totale allouée à l'ensemble des activités Henkel Smile s'élevait à quelques 7,5 millions d'euros.

## Accent sur le progrès social

En l'an 2000, les chefs d'Etat et de gouvernement de 189 pays ont convenu de huit objectifs de développement, connus sous le nom des Objectifs du Millénaire pour le Développement des Nations Unies. L'échéance de ces objectifs auxquels Henkel contribue également est fixée à 2015. Comme signe fort, Henkel a souscrit au Pacte Mondial des Nations Unies en 2003 <sup>SR</sup> voir le tableau ci-dessous.

[www.un.org/millenniumgoals](http://www.un.org/millenniumgoals)

Dans toutes les régions où Henkel est implanté, nos employés et retraités mènent des activités qui contribuent à la réalisation des Objectifs de Développement du Millénaire. Plus de la moitié de leurs projets

se déroulent dans les pays émergents et en voie de développement. Des organismes partenaires locaux jouent un rôle important dans la conduite des projets. Les Objectifs du Millénaire pour le développement des Nations Unies sont pris en compte dès les phases de planning et de budget de toutes les activités du projet. Il est alors possible de mesurer les progrès et de documenter les évolutions. Dans de nombreux cas, un projet Henkel Smile peut contribuer à plusieurs Objectifs de Développement du Millénaire. Les projets MIT se concentrent sur l'éradication de l'extrême pauvreté, une instruction primaire universelle, la réduction de la mortalité infantile et la lutte contre le SIDA ou d'autres fléaux.



## Projets Henkel Smile sélectionnés selon les huit Objectifs du Millénaire pour le Développement des Nations Unies

| Objectifs de Développement du Millénaire                                                     | Projets Henkel Smile 2008                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Eradiquer l'extrême pauvreté et la faim                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Pérou</b> : dans une crèche à Lima, les enfants sont gardés durant la journée et reçoivent un repas chaud chaque jour.</li> <li>» <b>Myanmar</b> : fourniture de riz pour six mois pour 50 orphelins et enfants handicapés.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 2. Assurer une instruction primaire universelle et égalitaire pour les garçons et les filles | <ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Vietnam</b> : construction d'une école maternelle ; fourniture de nourriture et une chance d'aller à l'école pour des enfants sous-alimentés de Ho Chi Minh Ville.</li> <li>» <b>Ouganda</b> : soutien permanent du pensionnat pour filles Rushocka Parish à Kabale, incluant les fournitures scolaires de 360 orphelins et enfants handicapés.</li> <li>» <b>Turquie</b> : instruction pour des enfants de la rue dans un foyer à Gaziantep.</li> </ul>                                                   |
| 3. Promouvoir l'égalité des sexes et donner plus de responsabilités aux femmes               | <ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Guatemala</b> : construction d'un laboratoire et d'une salle informatique dans une école à Verapaz pour donner une instruction technique à 250 filles indigènes Maya et ainsi améliorer leurs chances de trouver un travail.</li> <li>» <b>USA</b> : soutien matériel et instruction pour des adolescents en difficulté à Nashville, Tennessee.</li> <li>» <b>Inde</b> : soutien d'un centre d'insertion à Parivalaya, donnant des soins complets à des enfants ayant des besoins particuliers.</li> </ul> |
| 4. Réduire la mortalité infantile                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Népal</b> : soins médicaux annuels pour les enfants dans les écoles, les foyers et dans un hôpital pour orphelins, prodigués par une équipe de médecins itinérante.</li> <li>» <b>Bulgarie</b> : soutien à l'hôpital des enfants de Sofia par la fourniture d'inhalateurs pulmonaires et de pulsomètres.</li> <li>» <b>Turquie</b> : fourniture d'incubateurs pour les prématurés à Mardin.</li> </ul>                                                                                                     |
| 5. Améliorer la santé maternelle                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Congo</b> : soutien à deux hôpitaux près de Kinshasa en fournissant des médicaments, en coopération avec « Arzneibrücke Ehingen-Kinshasa » (pont médical Ehingen-Kinshasa).</li> <li>» <b>Chine</b> : dépistage et opérations chirurgicales à Lhasa pour redonner la vue à plus de 300 mères souffrant de cataracte ou de glaucome.</li> </ul>                                                                                                                                                             |
| 6. Lutte contre le HIV / SIDA, le paludisme et autres maladies                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Chili</b> : fourniture de médicaments, de nourriture et de matériel de réparation pour la fondation Santa Clara à Santiago du Chili pour les enfants infectés par le VIH / SIDA.</li> <li>» <b>Thaïlande</b> : soins et médicaments pour des orphelins atteints du SIDA dans le village de Baan Gerda dans la province de Lopburi.</li> </ul>                                                                                                                                                              |
| 7. Garantir un environnement durable                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Allemagne</b> : le projet Futurino, lancé par la marque Persil (Le Chat en France), soutient 156 projets éducatifs sur le thème de la nature et de l'environnement.</li> <li>» <b>USA</b> : le centre d'éducation à l'environnement Riverbend à Gladwyne, en Pennsylvanie, améliore la sensibilisation des enfants des villes à la nature.</li> </ul>                                                                                                                                                      |
| 8. Développer un partenariat mondial pour le développement                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Kenya</b> : l'hôpital Bethsatha pour enfants atteints du SIDA, près de la ville de Kisumu, a été agrandi et mieux équipé grâce à l'engagement de la marque Schauma.</li> <li>» <b>Salvador</b> : introduction de commandes numériques pour les machines-outils au lycée public de Santa Tecla.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                  |



Dans le cadre du programme Henkel Friendship Initiative e.V., Henkel a fait un don total de 150 000 euros pour soutenir les victimes du tremblement de terre de mai 2008 en Chine. En collaboration étroite avec les entités de Henkel situées en Chine, nous fournissons également de l'aide pour les urgences et la reconstruction par le biais de fonds ou de produits et de projets MIT.



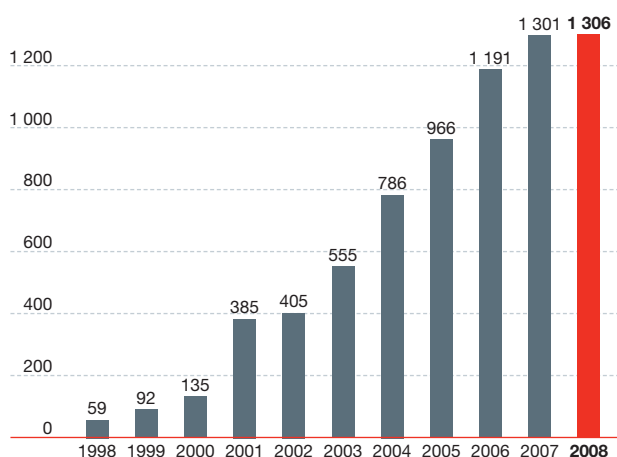
Pour la troisième année consécutive, Henkel a aidé des étudiants en géographie de l'université de Trier, en Allemagne, qui œuvrent pour améliorer les conditions de vie des habitants des taudis de Nairobi, au Kenya. Henkel a financé l'achat de matériaux pour les classes des écoles et pour la construction d'installations sanitaires.

### Onze ans d'engagement des collaborateurs Henkel

Depuis 1998, le programme MIT de Henkel a soutenu les activités bénévoles de ses salariés et retraités par des dons en nature, en produits et en fonds, en leur libérant du temps de travail, en leur donnant des conseils spécialisés. En 2008, le nombre de projets MIT s'est élevé à 7 000. Plus de 5 000 employés et retraités dans plus de 110 pays ont pu ainsi aider des milliers de personnes dans le monde grâce à leur participation au MIT depuis 1998. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 32

La force du MIT ne réside pas dans la quantité de fonds alloués, mais dans la façon dont les projets sont mis en œuvre. La participation des salariés et des retraités en tant que bénévoles, leur implication personnelle et leurs idées, et par-dessus tout le temps qu'ils investissent dans les projets témoignent de la qualité des projets MIT. Les employés et les retraités sont la cheville ouvrière du MIT, et constituent un lien vital entre l'entreprise et les populations que nous aidons. De cette façon, nous sommes assurés que les ressources que nous mobilisons sont employées de façon responsable et transparente, là où elles sont le plus nécessaires. En mai 2008, 120 employés et retraités du monde entier ont assisté à la Table Ronde Annuelle à Düsseldorf, en Allemagne, pour marquer le dixième anniversaire du MIT. La Table Ronde est l'occasion pour les salariés et les retraités de partager leurs expériences et de faire progresser le programme MIT.

### Projets de « Make an Impact on Tomorrow » (MIT) Nombre de projets par an



A l'occasion du dixième anniversaire du MIT, Henkel a accordé une subvention exceptionnelle de 100 000 euros à un projet au Guatemala. Ce projet a été sélectionné parmi 86 candidatures. Il fournit à 120 familles d'une région rurale les moyens de subvenir à leurs propres besoins. Ce soutien comprend la scolarisation des enfants, l'accès à l'eau potable, la construction d'un centre médical et l'amélioration de la productivité agricole. Les employés de Henkel au Guatemala conduisent ce projet en collaboration avec un partenaire de coopération locale, HELPS Changing Lives. Le réseau MIT local au Guatemala et des employés de Henkel appartenant à d'autres réseaux MIT sont aussi impliqués dans ce projet.

# Dialogue avec les parties prenantes



Henkel était l'un des sponsors officiels de l'Expo 2008 à Saragosse en Espagne, dont le thème était « L'eau et le développement durable ». Notre participation à l'exposition était un signe visible de notre engagement envers la protection des ressources en eau. Lors d'une « parade de la marque », durant la Journée Henkel, les visiteurs ont pu s'informer sur les produits Henkel qui peuvent les aider à préserver les ressources en eau.

» **Echanger pour trouver des solutions viables**

» **La formation au développement durable**

## Dialogue ouvert avec toutes les parties prenantes

Des solutions viables pour le Développement Durable ne peuvent naître que d'un dialogue avec tous les groupes sociaux – au niveau local, régional et international. C'est pourquoi nous cherchons en permanence à établir un dialogue avec toutes les parties prenantes, qui comprennent les clients, les consommateurs, les fournisseurs, les employés, les actionnaires, les communautés locales, les autorités gouvernementales, les associations, les ONG et les scientifiques.

## Un dialogue systématique intégré

Bien que les questions de développement durable soient mondiales, les priorités et les perspectives régionales diffèrent largement. Nous avons donc intégré nos échanges avec les parties prenantes dans nos métiers, nos secteurs d'activité et régions. Ainsi, nous nous assurons que les défis sont discutés entre les experts au

sein de notre entreprise et les groupes d'acteurs appropriés. Nous élaborons des stratégies et des solutions à l'endroit même où elles seront étudiées et mises en application. Les outils, les thèmes, la durée et l'intensité des discussions sont adaptés au type de partie prenante et à leurs problèmes spécifiques. Ce dialogue engendre une compréhension mutuelle et peut être source de nouvelles idées pour l'entreprise. Il nous permet d'identifier l'évolution et les différents défis de nos marchés à un stade précoce et contribue ainsi fortement à la gestion de l'innovation et du risque.

## Une harmonisation des outils

Lors des initiatives internationales, nous élaborons diverses solutions avec nos partenaires, par exemple pour un achat responsable de nos matières premières et ingrédients. Les échanges d'idées avec nos clients industriels débouchent sur la conception de processus améliorés qui vont contribuer de manière décisive à la conservation des ressources. En dialoguant directement avec les consommateurs via le Service Consommateurs, lors de journées d'action et dans les projets d'études de marché, nous les



Depuis 2005, Henkel Inde a organisé dans les écoles un concours baptisé Henkel Éco-petition. Le gagnant reçoit le prix Henkel Enviro Care. En 2008, le thème du concours était « l'eau ». Six finalistes sélectionnés parmi 2 000 concurrents ont présenté leurs idées par vidéo conférence à un jury composé d'employés de Henkel et d'ONG. Le premier prix est revenu à Siddharth Banerjee de l'école Father Angel à New Delhi pour son idée de garder les plantes d'intérieur dans des récipients en verre fermés pour empêcher l'eau de s'évaporer.

informons principalement sur une utilisation de nos produits qui préserve les ressources, et nous recevons en même temps un précieux feedback pour nos chercheurs. Pour mieux ancrer l'idée de pratiques responsables dans la conscience et les activités quotidiennes de nos employés

dans le monde entier, nous organisons des formations et des modules de travail en ligne sur ce sujet, et nous présentons des comptes-rendus sur les intranet et dans nos journaux d'entreprise.

### Exemples de notre approche de dialogue intégrée adaptée à nos interlocuteurs

| Partie prenante                                             | Thème                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Employés                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Inde</b> : pour faire prendre conscience du changement climatique, les employés du site de Chennai ont lancé une campagne intitulée « Campagne lumières éteintes 88888 » le 8 Août 2008, consistant à éteindre les lumières pendant 8 minutes à 8 heures.</li> <li>» <b>USA/Canada</b> : la lettre d'information trimestrielle « Going Green » informe les employés de l'activité Adhésifs Industriels sur les thèmes et tendances du développement durable concernant les consommateurs.</li> </ul> |
| Clients et consommateurs                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Italie</b> : au cours d'une campagne « Distinguez-vous ! », Henkel a diffusé des informations dans les supermarchés de dix villes sur la consommation écologique et la prévention des déchets.</li> <li>» <b>Allemagne</b> : au forum Henkel Packaging, des spécialistes internes et externes du conditionnement ont conçu des solutions durables.</li> </ul>                                                                                                                                        |
| Analystes et investisseurs                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Allemagne</b> : la prise en compte de facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) : les employés de Henkel ont discuté sur les rapports non financiers des marchés des capitaux avec des experts en finances.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Responsables politiques, autorités gouvernementales et ONGs | <ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Espagne</b> : les employés de la recherche et du marketing ont parlé de la consommation durable avec des ONG au Forum de la Préservation Mondiale de l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (IUCN).</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Scientifiques                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>USA</b> : les chercheurs de Henkel collaborent avec l'Université de l'Etat de l'Arizona depuis 2008 pour effectuer les analyses des cycles de vie de produits.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Grand public et communautés locales                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>» <b>Nouvelle-Zélande</b> : les employés de Henkel ont collecté des déchets de production pour une manifestation « Des ordures à la mode » dans des écoles pour sensibiliser sur le sujet du recyclage.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 33



### Formation au développement durable

Aux yeux de Henkel, il est important d'agir pour le développement durable au-delà de sa propre sphère d'influence. En 2008, nous avons donc lancé de nombreux projets et campagnes axés spécialement sur le thème de « la formation au développement durable ».

En Allemagne, Henkel a lancé un portail Internet « Sauvegardez votre Futur » (actuellement disponible en langue allemande, une version anglaise est prévue). Il permet aux jeunes de partager leurs idées sur le sujet du développement durable et d'organiser ensemble des actions et des manifestations.

[www.save-your-future.com](http://www.save-your-future.com)

En collaboration avec les universités de Rostock et d'Oldenburg en Allemagne, nous avons conçu divers supports pédagogiques pour améliorer l'enseignement de la chimie dans les écoles. Ceux-ci comprennent des expériences peu coûteuses sur le sujet de la sensibilisation à l'environnement en relation avec la lessive. Ces documents sont disponibles gratuitement sur Internet. Les supports pédagogiques sont actuellement présentés dans toute l'Allemagne dans les formations pour enseignants. Ils ont déjà été traduits en anglais, et d'autres langues sont prévues, les documents étant distribués au niveau international en partenariat avec l'Organisation pour l'Education, les Sciences et la Culture des Nations Unies. (UNESCO).

[www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 34

# Classements externes

La performance de Henkel dans les domaines du développement durable et de la responsabilité sociale d'entreprise a de nouveau été remarquée par les experts externes en 2008. [www.henkel.com/sr2008](http://www.henkel.com/sr2008) → 35

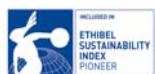
## Evaluations et indices



**Zurich / New York :** en 2008, Henkel figure de nouveau sur la liste du développement durable du Dow Jones DJSI Monde (international) et le DJSI STOXX (Europe) en tant que leader du secteur des produits ménagers de grande consommation.



**Londres :** pour la huitième année consécutive, Henkel fait partie de l'indice international FTSE des sociétés éthiques.



**Paris :** en 2008, comme les années précédentes, Henkel a de nouveau fait partie des 200 entreprises à travers le monde figurant dans l'indice Ethibel Sustainability, dans la catégorie précurseur.

## ECPI E.Capital Partners Indices

**Milan :** Henkel a de nouveau été retenu dans l'indice ECPI Ethical EURO et dans l'indice ECPI Ethical MONDIAL. E. Capital Partners a créé ces deux indices éthiques en 1999.



SARASIN

**Bâle :** en 2008, la banque Sarasin a jugé notre performance en matière de développement durable comme étant « élevée ».

## Récompenses et classements

**Frankfort sur le Main :** la Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (DVFA) – l'association professionnelle des analystes financiers – et la revue d'affaires Wirtschaftswoche décernent le prix annuel ESG à l'entreprise allemande qui a réalisé la meilleure performance dans les domaines de l'environnement, de la responsabilité sociale et du management d'entreprise. En mars 2008, Henkel a été vainqueur dans la catégorie des entreprises DAX (indice des actions allemandes).



Le 5 décembre 2008, à Düsseldorf, au premier Congrès Allemand sur le développement durable, le prix de la « marque allemande la plus durable » a été décerné à Henkel. L'un des principaux critères qui ont prévalu au choix de Henkel a été la préoccupation très en avance de la société pour le défi du développement durable, s'appuyant sur une stratégie CSR très complète. Kasper Rorsted (à droite), Président du Comité de direction de Henkel, et le Dr. Friedrich Stara, Directeur Général de la branche Détergents et Produits d'entretien, ont reçu le prix au nom de l'entreprise.

**Vienne :** pour la troisième fois, le Centre Autrichien pour la Citoyenneté d'Entreprise (CCC-A) a évalué l'engagement des 100 entreprises les plus importantes d'Autriche sur le critère de la responsabilité sociale d'entreprise. En avril 2008, Henkel Europe de l'Est et Europe Centrale a non seulement été lauréat pour son secteur, mais a également remporté la première place du classement avec 82 points sur un maximum de 100.

**New York :** en juin 2008, l'Ethisphere Institute de New York et le magazine d'affaires Forbes ont inclus Henkel dans leur classement des « Entreprises les plus éthiques au monde ». Les entreprises sont évaluées dans les domaines de la gouvernance d'entreprise, de l'innovation, du style de leadership des cadres, des systèmes de gestion internationaux, de la gestion de l'image et de la citoyenneté d'entreprise.

## Rapport Développement Durable

En décembre 2008, le Pacte Mondial des Nations Unies a reconnu les progrès exceptionnels dont témoignait notre Rapport Développement Durable 2007. Parmi les quelques 5 000 entreprises membres qui soumettent un rapport, seules 240 figurent à ce jour dans la liste des Communications Remarquables sur les Progrès dans la mise en œuvre des dix principes du Pacte Mondial.

[www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)

# Contacts, crédits et publications complémentaires

## Vos contacts chez Henkel

Communication Corporate France

Tél. : + 33 (0)1 46 48 91 48

Fax : + 33 (0)1 46 84 92 97

Email : veronique.douville@fr.henkel.com

Communication Corporate Belgique

Tél. : + 32 2 421 27 28

Fax : + 32 2 421 25 44

Email : harold.kruis@nl.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)211-797-39 37

Fax : + 49 (0)211-798-28 63

Email : oliver.luckenbach@henkel.com

## Adresses Internet

[www.henkel.fr](http://www.henkel.fr)

[www.henkel.be](http://www.henkel.be)

[www.henkel.com](http://www.henkel.com)

[www.henkel.com/sustainability](http://www.henkel.com/sustainability)

[www.henkel.com/ir](http://www.henkel.com/ir)

[www.henkel.com/smile](http://www.henkel.com/smile)

PR : 02 09 10.000

ISBN : 978-3-941517-02-8

## Publié par

Henkel France

© 2009 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 et Henkel Belgique

**Conception et mise en page :** Kirchhoff Consult AG, Hamburg

**Typographie :** workstation gmbh, Bonn

**Photos et illustrations :** Henkel, Oliver Blobel, Catherine Bollinger, Olaf Döring, Andreas Fechner, Tino Gil, Steffen Hauser, Christian Kruppa, Bernhardt Link, Rolf Vennenbernd

**Impression :** Altavia

## Autres publications pouvant être téléchargées sur Internet

Le Rapport Annuel, les rapports trimestriels, Vision & Valeurs, le Code de Déontologie, le Code de Coopération et de Management, le Code du Développement Durable, le magazine sur la Recherche et le Développement « In view of tomorrow », l'histoire de l'entreprise, Henkel Smile. [www.henkel.com/publications](http://www.henkel.com/publications)



**Sources mixtes**  
Groupe de produits issu de forêts bien  
gérées et d'autres sources contrôlées  
[www.fsc.org](http://www.fsc.org) Cert no. BV-COC-812488  
© 1996 Forest Stewardship Council

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 façon 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 de Henkel qui procure une protection maximale de la santé et respecte les normes de sécurité. Les encres d'impression ne contiennent pas de métaux lourds. Le motif collé sur la couverture du Rapport Développement Durable est une mosaïque composée de plus de 300 portraits d'employés de Henkel ainsi que de logos et de photos des produits de nos marques principales. Nous remercions tous les employés qui nous ont autorisés à utiliser leur photo.

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 estimations 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 dépendent de nombreux risques et inconnues 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 ne prévoit ni n'entreprend d'actualiser aucune déclaration prévisionnelle.



*A Brand Like a Friend*