














OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE





Objectifs de développement durable des Nations Unies	Exemples de contributions de Henkel aux ODD
 <p>Mettre fin à la pauvreté sous toutes ses formes et partout dans le monde</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Engagement social: Nous visons à améliorer la qualité de vie de 10 millions de personnes d'ici 2020 grâce à nos activités d'engagement social. Notre fondation « Fritz Henkel Stiftung » soutient les quatre piliers de notre programme d'engagement : Bénévolat, partenariats sociaux, engagement de la marque et aide d'urgence. • Bénévolat : Nos salariés soutiennent des projets d'engagement social et nous les accompagnons à travers le programme de bénévolat MIT (Make an Impact on Tomorrow). Ce programme porte notamment sur des projets d'aide aux réfugiés, par exemple par le biais de bénévolat dans des foyers, par le soutien de projets d'intégration, par des partenariats d'apprentissage et des dons en nature. • Shaping Futures : Cette initiative sociale de Schwarzkopf Professional est un programme de formation à l'échelle mondiale qui enseigne le métier de la coiffure à des jeunes défavorisés pour qu'ils se forment un avenir meilleur. À ce jour, 1200 jeunes issus de 25 pays ont été formés grâce au travail bénévole de près de 250 coiffeurs et employés. • Secours populaire français : Henkel en France soutient le Secours populaire français à travers des initiatives mobilisant à la fois l'entreprise, ses collaborateurs, ses partenaires et les consommateurs. Cette mobilisation s'articule autour de plusieurs axes : dons financiers de l'entreprise et des salariés avec la possibilité de souscrire à un programme d'arrondi sur salaire - développé en partenariat avec microDON - abondé par l'entreprise, mais également des produits-partage et des dons de produits d'hygiène et d'entretien (notamment lors des situations d'urgence comme cela a été le cas lors des inondations dans le département de l'Aude).
 <p>Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aide aux petits producteurs agricoles : Nous nous sommes fixé l'objectif clair d'augmenter l'offre d'huile de palme durable sur le marché d'un volume égal à celui consommé par Henkel en 2020. Nous avons pour but d'atteindre cet objectif sur l'huile de palme durable par le biais de projets collaboratifs en travaillant directement avec les petits producteurs afin qu'ils certifient leurs cultures et augmentent la productivité de leurs plantations.

<p>3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE</p>  <p>Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sécurité des produits : La sécurité des consommateurs a toujours été primordiale pour Henkel. Nous proposons à nos clients uniquement des produits sûrs et respectueux de la santé. Lors de la phase d'élaboration de la formule de nos produits, nous utilisons uniquement des ingrédients conformes à toutes les réglementations pertinentes en vigueur et dont le respect de la santé a fait l'objet de tests stricts. • Améliorer les normes de travail et la sécurité : Nous visons à améliorer les conditions de travail d'un million de personnes travaillant sur nos chaînes d'approvisionnement en collaborant avec des partenaires, tout au long de la chaîne de valeur, afin de mener des programmes de formation et des projets communs. Nous avons également comme objectif à long-terme d'atteindre le « zéro accident », et nous visons à réduire notre taux d'accident du travail mondial de 40 % d'ici fin 2020 (2010 étant l'année de référence).
<p>4 ÉDUCATION DE QUALITÉ</p>  <p>Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Activités d'éducation sociale : Plusieurs de nos activités sociales portent sur l'éducation. Notre programme <i>Sustainability Ambassador</i>, par exemple, forme les employés de Henkel à transmettre les principes du développement durable, notamment en intervenant dans des écoles voire auprès de nos clients. Notre initiative <i>Shaping Futures</i> permet aux jeunes défavorisés de découvrir s'ils peuvent faire carrière dans la coiffure, et notre partenariat avec <i>Teach First Deutschland</i> mobilise des diplômés universitaires dans des écoles pour travailler avec des jeunes défavorisés. Nous participons également au <i>Light Up Project</i>, qui vise à améliorer les compétences en lecture d'enfants chinois en faisant don de livres et de matériel. • Formation et développement professionnel : L'apprentissage quotidien dans le cadre du travail et par la rotation des postes joue un rôle central chez Henkel et nous mettons tout en œuvre pour fournir une formation continue à l'ensemble de nos employés. • Say Yes! to the Future : Les équipes commerciales à travers le monde sont formés aux enjeux du développement durable et appliquent leurs connaissances dans les projets communs avec nos clients retail. • Forscherwelt : Le projet <i>Forscherwelt</i> (le monde des chercheurs) de Henkel consiste à faire vivre des aventures scientifiques à des enfants de l'école primaire, par le biais de leçons et en leur faisant réaliser des expériences adaptées à leur âge. L'objectif est de leur montrer à quel point la recherche peut être amusante. Ce projet est en place dans plusieurs pays à travers le monde.
<p>5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES</p>  <p>Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • On the Way to Work : Un programme d'orientation et de formation de 10 semaines pour aider les femmes à réintégrer le marché du travail après une longue période d'inactivité professionnelle. • Million Chances : Une initiative basée sur la collaboration avec des organisations locales et internationales visant à soutenir les femmes et les jeunes filles dans leurs projets afin qu'elles se construisent un avenir professionnel. • Empower Women : Nous visons à augmenter continuellement la part de femmes à tous les niveaux de notre entreprise à travers le monde et nous soutenons leurs projets de développement de carrière. • Équilibre des temps de vie : Depuis 2013 Henkel en France a mis en place un programme pour favoriser l'équilibre des temps de vie et le bien-être au travail de ses équipes. Codéveloppé avec un groupe de salariés volontaires de nombreuses initiatives ont vu le jour - places en crèches, espace beauté sur le lieu de travail, conciergerie citoyenne, ostéopathie, sophrologie, ...- pour permettre à chacun de trouver un équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.

<p>6 EAU PROPRE ET ASSAINISSEMENT</p>  <p>Garantir l'accès de tous à des sources d'eau et l'assainissement</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif de consommation d'eau : Nous nous sommes fixé l'objectif d'utiliser 30 % d'eau en moins par tonne de produit d'ici 2030 (2010 étant l'année de référence). • Gestion des produits : Nombre de nos produits étant évacués dans les eaux usées après usage, la composition de nos produits est formulée de sorte à avoir le moins d'impact possible sur l'environnement.
<p>7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE</p>  <p>Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes à un coût abordable</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif de consommation d'énergie : Nous nous sommes fixé l'objectif d'utiliser 30 % d'énergie en moins par tonne de produit d'ici 2030 (2010 étant l'année de référence). • Lighting Lives : Un projet de développement de l'énergie solaire dans les régions rurales de l'Inde.
<p>8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE</p>  <p>Promouvoir une croissance économique durable et inclusive, l'emploi et un travail décent pour tous</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Notre stratégie « faire plus avec moins » : Notre stratégie en matière de développement durable est élaborée autour du concept « créer plus de valeur » (pour nos clients, nos consommateurs et les communautés dans lesquelles nous sommes présents) tout en réduisant notre empreinte écologique. Notre objectif sur 20 ans à l'horizon 2030 est de tripler la valeur que nous créons par rapport à l'empreinte écologique engendrée par nos opérations, nos produits et nos services actuellement. Nous résumons cette ambition en devenant trois fois plus efficaces, c'est le « Facteur 3 » • Aide aux petits producteurs agricoles : Nous nous sommes fixé l'objectif clair d'augmenter l'offre d'huile de palme durable sur le marché d'un volume égal à celui consommé par Henkel en 2020. Nous avons pour but d'atteindre cet objectif sur l'huile de palme durable par le biais de projets collaboratifs en travaillant directement avec les petits producteurs pour qu'ils certifient leurs cultures et augmentent la productivité de leurs plantations. • Innovation : Nous nous sommes fixé l'objectif que chaque nouveau produit doit contribuer au développement durable. Nos produits sont évalués systématiquement sur ce critère, tout au long de notre processus d'innovation. Code de conduite et Normes sociales : Ces documents servent à encadrer la prise de décision au sein de notre sphère d'influence, également en lien avec les Droits de l'Homme et les droits fondamentaux au travail. Henkel applique une politique claire de « tolérance zéro » en ce qui concerne le travail des enfants et le travail forcé. Nous ne tolérons aucune forme de discrimination.
<p>9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE</p>  <p>Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Réduction de l'empreinte liée aux opérations de logistique : Nous visons à réduire les émissions liées à nos opérations de logistique d'environ 5 % d'ici fin 2020 (2015 étant l'année de référence). Nous enregistrons systématiquement les émissions de CO₂ liées à nos opérations de logistique. • Objectif de réduction des déchets : Nous nous sommes fixé l'objectif clair de générer 30 % de déchets en moins par tonne de produit d'ici 2030 (2010 étant l'année de référence). Nous nous sommes également fixé comme objectif supplémentaire de réduire le volume de déchets de production mis en décharge. • Logistique verte : Henkel France est signataire de la charte Fret 21 et s'est engagée dans ce cadre à réduire d'ici 2020 de 10% ses émissions de CO₂ liées au transport aval.

<p>10 INÉGALITÉS RÉDUITES</p>  <p>Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diversité et Inclusion : Notre campagne Diversité et Inclusion de 2015 a été conçue pour renforcer la compréhension de la diversité et adopter des comportements toujours plus respectueux. Pour la troisième année consécutive, nous avons organisé notre Semaine de la diversité, avec de nombreuses activités à travers le monde. • Leadership diversifié : Nous visons à augmenter continuellement la part de personnes issues de pays émergents aux postes de direction pour refléter la contribution de ces marchés à notre succès. • Diversité : Henkel France est signataire de la « charte de la diversité » développée par les « Entreprises pour la cité » qui a pour objectif de réduire les inégalités dans le monde du travail. • Café-coaching : Chaque année Henkel en France organise des café-coaching sur ses sites de Boulogne et Serris pour accompagner des étudiants issus des quartiers prioritaires. Ainsi, ce sont plus de 60 étudiants accompagnés chaque année par des managers volontaires lors de sessions dans nos locaux.
<p>11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES</p>  <p>Faire en sorte que les villes humaines soient ouvertes à tous, sûrs, résilients et durables</p>	<p>Nombre de nos activités sociales, produits et initiatives en matière de développement durable soutiennent cet objectif, bien qu'il ne s'agisse pas d'un objectif fondamental directement lié à nos activités commerciales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mobilité : La formalisation des plans de mobilité des différents sites du Groupe en France a par exemple mené à la mise en place sur les sites administratifs de parkings à vélos pour accompagner les collaborateurs dans une mobilité plus respectueuse de l'environnement.
<p>12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES</p>  <p>Établir des modes de consommation et de production durables</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Notre stratégie « réaliser plus avec moins » : Notre stratégie en matière de développement durable est élaborée autour du concept « créer plus de valeur » (pour nos clients, nos consommateurs et les communautés dans lesquelles nous sommes présents) tout en réduisant notre empreinte écologique. Notre objectif sur 20 ans à l'horizon 2030 est de tripler la valeur que nous créons par rapport à l'empreinte écologique engendrée par nos opérations, nos produits et nos services actuellement. Nous résumons cette ambition en devenant trois fois plus efficaces, c'est le « Facteur 3 » • Objectif de réduction des déchets et activités de recyclage : Nous nous sommes fixé l'objectif de générer 30 % de déchets en moins par tonne de produit d'ici 2030 (2010 étant l'année de référence). Nous nous sommes également fixé comme objectif supplémentaire de réduire le volume de déchets de production mis en décharge. De même, nous visons à réduire le poids des emballages par unité de vente de 20 %, augmenter la part de PET recyclé dans les bouteilles et d'aluminium recyclé dans les aérosols, et enfin de sensibiliser plus de 300 millions de consommateurs aux enjeux du recyclage. • Aider les consommateurs à réduire leurs émissions : Nous avons pour objectif d'aider nos clients et nos consommateurs à réduire leurs émissions de CO₂ de 50 millions de tonnes d'ici 2020, en encourageant nos fournisseurs à diminuer l'impact des matières premières que nous leur achetons et en commercialisant des produits innovants afin que nos clients et consommateurs réduisent leur empreinte écologique. • Politique d'approvisionnement durable : L'intégralité de notre approvisionnement respecte cette politique. Cette initiative a un impact positif sur l'ensemble de la chaîne de valeur, par le biais de programmes de formation, de projets communs sur l'optimisation des processus et l'amélioration des normes environnementales et sociales. • Sécurité des emballages alimentaires : Notre plateforme d'informations sur la sécurité des emballages alimentaires est à la disposition des parties prenantes des industries de l'alimentaire et de l'emballage. Celle-ci propose des webinaires et des vidéos en plusieurs langues pour qu'ils se familiarisent avec l'actualité des

	<p>législations et des développements.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ColdZyme : Notre lessive ColdZyme est conçue avec une formule unique qui offre des résultats de nettoyage de première classe à seulement 20 degrés Celsius. Elle permet aux consommateurs de réduire leur consommation d'énergie en utilisant un programme de lavage à froid. • Aérosols en aluminium : Les aérosols ultralégers utilisés pour nos marques de déodorants Fa, Souplesse et Neutromed contiennent 25 % d'aluminium recyclé. L'utilisation d'aluminium recyclé réduit la consommation d'énergie et les émissions de carbone, car le processus de recyclage de l'aluminium nécessite beaucoup moins d'énergie que l'extraction de l'aluminium primaire contenu dans la bauxite. En outre, la fabrication de ce type d'aérosol nécessite beaucoup moins de matériaux. • Logistique verte : Henkel France est signataire de la charte Fret 21 et s'est engagée dans ce cadre à réduire d'ici 2020 de 10% ses émissions de CO₂ liées au transport aval. • Donner une seconde vie à des produits : grâce à des partenariats développés avec le Secours populaire Français et l'entreprise Phénix, Henkel France a mis en place des programmes pour éviter des destructions de produits invendus pouvant encore être utilisés. • Communication responsable : Henkel France est signataire du Programme FAIRe de l'Union des Annonceurs. Ce programme comporte 15 engagements répartis autour de 5 axes avec pour objectifs de renforcer les actions des entreprises signataires en faveur d'un marketing et d'une communication responsable.
<p>13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES</p>  <p>Gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des sols et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif d'émissions de CO₂ : Nous nous sommes fixé l'objectif d'émettre 30 % de CO₂ en moins par tonne de produit d'ici 2030 (2010 étant l'année de référence). Nous visons à aider nos clients et nos consommateurs à réduire leurs émissions de CO₂ de 50 millions de tonnes d'ici 2020, en encourageant nos fournisseurs à diminuer l'impact des matières premières que nous leur achetons et en commercialisant des produits innovants afin que nos clients et consommateurs réduisent leur empreinte écologique. • ColdZyme : Notre lessive ColdZyme est conçue avec une formule unique qui offre des résultats de nettoyage optimum à seulement 20°. Elle permet aux consommateurs de réduire leur consommation d'énergie en utilisant un programme de lavage à froid. • Aérosols en aluminium : Les aérosols ultralégers utilisés pour nos marques de déodorants Fa, Souplesse et Neutromed contiennent 25 % d'aluminium recyclé. L'utilisation d'aluminium recyclé réduit la consommation d'énergie et les émissions de carbone, car le processus de recyclage de l'aluminium nécessite beaucoup moins d'énergie que l'extraction de l'aluminium primaire contenu dans la bauxite. En outre, la fabrication de ce type d'aérosol nécessite beaucoup moins de matériaux. • Loctite GC 10 : Notre pâte à souder à température stable crée une connexion entre le circuit imprimé et les éléments semi-conducteurs contenus dans les dispositifs électroniques. Cette formule révolutionnaire élimine le besoin de transporter ou de stocker les pâtes à souder en conditions réfrigérées, ce qui réduit la consommation d'énergie. • Logistique verte : Henkel France est signataire de la charte Fret 21 et s'est engagée dans ce cadre à réduire d'ici 2020 de 10% ses émissions de CO₂ liées au transport aval.

 <p>14 VIE AQUATIQUE</p> <p>Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable</p>	<p>Nombre de nos activités sociales, produits et initiatives en matière de développement durable soutiennent cet objectif, bien qu'il ne s'agisse pas d'un objectif fondamental directement lié à nos activités commerciales.</p>
 <p>15 VIE TERRESTRE</p> <p>Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des terres et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Huile de palme durable et zéro déforestation : Nos objectifs en matière de production d'huile de palme durable vont de pair avec notre engagement pour lutter contre la déforestation. En effet, nous avons mis en place une traçabilité totale des huiles de palme et de palmiste utilisées dans nos produits, nous veillons à ce que toutes les huiles que nous achetons soient cultivées de manière durable et nous augmentons l'approvisionnement en huile durable sur le marché d'un volume égal à notre demande d'ici 2020. Nous nous sommes également fixé comme objectif d'atteindre un taux zéro de déforestation nette d'ici 2020. • Politique d'approvisionnement durable : L'intégralité de notre approvisionnement respecte cette politique. Cette initiative a un impact positif sur l'ensemble de la chaîne de valeur, par le biais de programmes de formation, de projets communs sur l'optimisation des processus et l'amélioration des normes environnementales et sociales.
 <p>16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES</p> <p>Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et ouvertes à tous aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Code de conduite et Normes sociales : Ces documents servent à encadrer la prise de décision au sein de notre sphère d'influence, également en lien avec les droits de l'homme et les droits fondamentaux au travail. Henkel applique une politique claire de « tolérance zéro » en ce qui concerne le travail des enfants et le travail forcé. Nous ne tolérons d'ailleurs aucune forme de discrimination.
 <p>17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS</p> <p>Revitaliser le partenariat mondial pour le développement durable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dialogue avec les parties prenantes : Henkel participe à de nombreuses initiatives aux niveaux local, national et international. Nous pouvons ainsi agir de manière proactive pour construire un développement durable en collaborant et en échangeant avec d'autres parties prenantes. • Pacte mondial des Nations Unies : Nous sommes devenus membre du Pacte mondial des Nations Unies en 2003. • Ensemble pour le développement durable : Vise à harmoniser les processus de gestion de la chaîne d'approvisionnement toujours plus complexes en matière de développement durable et à améliorer les conditions de travail et les normes environnementales. • Communication responsable : Henkel France est signataire du Programme FAIRE de l'Union des Annonceurs. Ce programme comporte 15 engagements répartis autour de 5 axes avec pour objectifs de renforcer les actions des entreprises signataires en faveur d'un marketing et d'une communication responsable. • Secours populaire français : Henkel en France soutient le Secours populaire français à travers des initiatives mobilisant à la fois l'entreprise, ses collaborateurs, ses partenaires et les consommateurs. Cette mobilisation s'articule autour de plusieurs axes : dons financiers de l'entreprise et des salariés avec la possibilité de souscrire à un programme d'arrondi sur salaire -

	<p>développé en partenariat avec microDON - abondé par l'entreprise, mais également des produits-partage et des dons de produits d'hygiène et d'entretien (notamment lors des situations d'urgence comme cela a été le cas lors des inondations dans le département de l'Aude).</p>
--	---