



KONICA MINOLTA

KONICA MINOLTA
RAPPORT RSE
2015

Giving Shape to Ideas



Sommaire

Sommaire / Politique éditoriale	1
Introduction	2
Message du Président	3
Présentation générale du Groupe Konica Minolta	5
La RSE de Konica Minolta	7

Dossier spécial 1

Partager l'innovation verte 13

Partage de technologie sur la gestion de l'environnement et de savoir-faire avec les clients, les fournisseurs et la collectivité

Dossier spécial 2

L'innovation orientée client 17

Faire face aux problèmes du client pour créer la satisfaction et le bien-être



Faire preuve de responsabilité envers l'environnement et la planète 21

Produits Verts 25

Usines Vertes 27

Marketing Vert 29



Gagner la confiance de nos clients 31

Assurer la sécurité des produits et prévenir les problèmes liés à la qualité 32

Améliorer la satisfaction des clients 33



Coopérer avec nos partenaires commerciaux 35

Promouvoir la RSE sur l'ensemble de la chaîne logistique 36



Nous développer aux côtés de nos collaborateurs 39

Multiplier et accroître la diversité des ressources humaines 40

Développer une culture tournée en priorité vers la santé 41

Promouvoir la santé et la sécurité au travail 42



Apports à la société 43

Mettre en œuvre des actions sociales dans le monde entier 44

Système de management 45

Données 48

Politique éditoriale

Le rapport de Konica Minolta sur la RSE est publié afin d'informer toutes les parties prenantes des initiatives prises dans le cadre de la politique de RSE du Groupe. S'adressant tout à tour à chaque type de partie prenante, il examine les progrès du groupe et apporte des informations sur les nouvelles initiatives et les nouveaux objectifs de l'entreprise, en s'attachant particulièrement aux problèmes identifiés comme socialement très importants et dont l'impact sur l'activité du Groupe est élevé. Le rapport est publié en cinq langues (japonais, anglais, chinois, allemand et français) afin de faciliter la communication avec les parties prenantes dans le monde entier.

Périmètre du rapport

Ce rapport concerne Konica Minolta, Inc. et ses filiales consolidées. Lorsque les données ne concernent qu'un sous-ensemble des sociétés du Groupe, leur périmètre est indiqué séparément.

Remarque : Dans le présent rapport, « Konica Minolta » désigne « le Groupe Konica Minolta ». « Konica Minolta, Inc. » désigne Konica Minolta, Inc., seul.

Période concernée

Le rapport couvre les activités mises en place entre le 1er avril 2014 et le 31 mars 2015. Certaines sections peuvent inclure des informations relatives à des initiatives plus anciennes ou plus récentes.

Dans ce rapport, le terme « exercice 2014 » désigne l'exercice comptable débutant le 1er avril 2014 et clos le 31 mars 2015.

Date de publication

Octobre 2015 (Prochain rapport prévu en octobre 2016 ; rapport précédent publié en novembre 2014)

Mentions légales

Ce rapport décrit des faits présents et passés, les projections et prévisions futures, ainsi que les projets actuels du Groupe. Ces projections sont basées sur les informations actuellement disponibles et jugées suffisamment fiables et pertinentes considérant l'état actuel du Groupe. Cependant, les performances effectives du Groupe peuvent différer des projections envisagées suite à d'éventuels changements dans l'environnement commercial du Groupe.

Introduction

Créer de nouvelles valeurs pour un monde durable

Konica Minolta s'est fixée une mission : « La création de nouvelles valeurs ».

C'est la raison d'être de notre société :
faire appel à des idées créatives pour offrir une nouvelle
valeur tangible et concrète en vue de résoudre les défis auxquels
font face nos clients, mais aussi la société en général.

Pour que les entreprises restent écologiquement viables à l'avenir,
elles devront contribuer à la résolution des défis sociaux
tout en continuant à croître.

En d'autres termes, elles devront créer de la valeur
à la fois pour elles-mêmes et pour la collectivité dans son ensemble.

En collaboration avec ses parties prenantes dans le monde entier,
Konica Minolta s'attache à faire de son entreprise
une force vitale pour la collectivité en continuant à créer
de la valeur nouvelle apportant l'innovation au monde.

La philosophie de Konica Minolta

Notre philosophie

La création de nouvelles valeurs

6 valeurs

Ouverture et honnêteté
Orientation client
Innovation
Passion
Participation et collaboration
Responsabilité

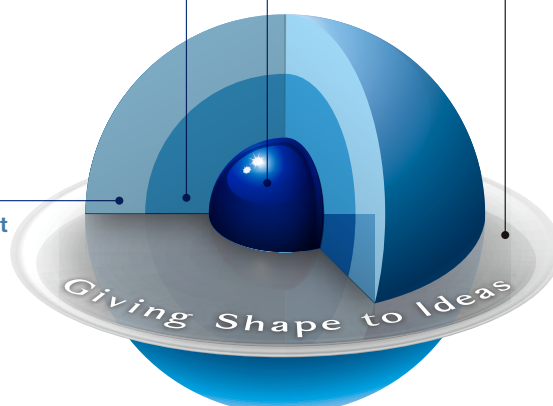
Notre vision

Une entreprise internationale jouant
un rôle crucial dans la société

Une entreprise porteuse
d'innovations, à la fois solide
et en constante évolution

Promesse de la marque

Donner forme aux idées



Créer de nouveaux leviers de croissance pour le groupe tout en assumant notre responsabilité sociale

La création de valeur pour laquelle Konica Minolta déploie tous ses efforts

La valeur de l'entreprise est la combinaison de la valeur des actionnaires et de la valeur sociale. Je crois en l'existence de deux composants dans cette valeur sociale : la gestion RSE et la signification sociale de l'activité en elle-même de l'entreprise. Il est de ma conviction d'homme d'affaires que nous devons accroître la valeur sociale de Konica Minolta pour réaliser sa vision en matière de management : faire du Groupe une entreprise mondiale essentielle à la collectivité.

Depuis sa création, Konica Minolta a connu une croissance continue dans le cadre de sa philosophie de gestion, « la création de nouvelles valeurs ». Pour poursuivre cette croissance durable sur les 50 ou 100 prochaines années, il est important pour nous de ne pas créer uniquement de la valeur économique, mais également de la valeur sociale. C'est pourquoi notre entreprise prend au sérieux sa responsabilité sociale et s'engage à contribuer à la protection de l'environnement dans le monde entier ainsi qu'à la résolution des problèmes sociaux, et ne se contente pas de fournir les produits et services demandés par les clients en reversant le profit obtenu aux actionnaires et aux collaborateurs.

L'unique but de Konica Minolta dans ses activités mondiales consiste à apporter de la valeur nouvelle à ses clients et à la collectivité grâce à des produits et services novateurs. La stratégie fondamentale de croissance de Konica Minolta est la création de nouvelles valeurs par l'offre de solutions aux divers défis par ses innovations technologiques et commerciales.

C'est dans cette démarche que nous avons lancé le plan d'actions à moyen terme « TRANSFORM 2016 ». Avec la stratégie définie par TRANSFORM 2016, nous axons spécifiquement nos efforts sur les besoins des clients et sur les défis sociaux. Par la mise en oeuvre de ce plan, nous visons à créer de nouvelles valeurs qui contribuent à enrichir la collectivité, en utilisant notre technologie et notre savoir-faire pour résoudre les divers enjeux mondiaux.

Contribuer à résoudre les enjeux mondiaux et les problèmes environnementaux

De la disparité des revenus liés aux guerres, à la pauvreté et à la faim, la communauté internationale a été confrontée ces dernières années à de nombreux défis. Parmi ceux-ci, les problèmes mondiaux liés à l'environnement sont particulièrement urgents. En tant que cadre dirigeant d'entreprise, je suis convaincu que les multinationales comme Konica Minolta ont la responsabilité de contribuer à une société durable en réduisant leur impact environnemental. Notre détermination à nous acquitter de cette responsabilité a été soulignée par la création et la mise en oeuvre d'Eco Vision 2050. Ce plan environnemental à

long terme comporte des objectifs environnementaux à longue échéance dirigés dans trois directions, notamment une réduction de 80 % des émissions de CO₂ sur le cycle de vie de nos produits par rapport à l'exercice 2005.

Konica Minolta est engagé à réduire son impact environnemental dans tous ses processus métier, du développement des produits à l'approvisionnement à la collecte des produits usagés et à leur recyclage en passant par la production, la distribution, les ventes et le service après-vente. Parallèlement, nous cherchons à créer de la valeur nouvelle, socialement et économiquement, en poursuivant à la fois notre engagement en faveur de l'environnement et notre recherche de croissance. Voici le fondement de notre gestion environnementale. Pour cela, il est nécessaire de poursuivre nos efforts dans deux directions: l'innovation dans nos technologies et dans notre activité commerciale.

Pour illustrer l'innovation technologique de Konica Minolta, j'aimerais citer l'éclairage par diode électroluminescente organique (OLED). Outre leur rendement énergétique extrêmement élevé, les OLED sont minces et souples, ce qui apporte une grande liberté dans leurs applications. Je pense qu'elles permettront la création de formes nouvelles d'éclairage dont nous n'avons pas encore idée. Et dans les technologies qui relèvent de notre coeur de métier, nous oeuvrons à rénover le modèle d'entreprise lui-même. Nous recherchons à réduire l'impact environnemental en limitant les impressions superflues et le gaspillage, par la diffusion de systèmes d'impression numérique qui n'impriment que la quantité nécessaire au moment nécessaire.

Dans le secteur de l'impression textile, nous avons grandement contribué à la réduction de l'impact environnemental en réduisant les émissions de CO₂ grâce à la conversion vers la technologie jet d'encre. Ce n'est qu'un exemple de la manière dont nous contribuons à la protection de l'environnement à l'échelle mondiale en mettant à profit nos prouesses techniques pour apporter des réponses aux besoins de nos clients et de la collectivité.

Devenir une entreprise multinationale essentielle à la collectivité

40 000 collaborateurs mettent en pratique la philosophie Konica Minolta dans 50 pays. Conscients de l'ampleur de notre influence en tant qu'entreprise mondiale, nous participons au Pacte mondial des Nations Unies et mettons en oeuvre des initiatives dans ce cadre. Notre participation démontre à la communauté internationale notre résolution à assumer nos diverses responsabilités sociales dans les domaines des droits de l'Homme, du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption.



Concernant les droits de l'Homme et les autres problèmes sociaux dans la chaîne d'approvisionnement, nous travaillons avec nos fournisseurs à mettre en oeuvre la RSE dans l'approvisionnement. Au-delà de notre propre comportement éthique dans l'entreprise, nous attendons de nos fournisseurs qu'ils coopèrent dans l'amélioration du respect des droits de l'Homme essentiels et dans la mise en place d'un environnement de travail décent. Par cette collaboration, nous nous efforçons de résoudre ensemble les problèmes sociaux. En outre, nous renforçons les mesures qui assurent notre conformité aux réglementations concernant les minerais de guerre pour éviter les infractions aux droits humains qui résultent des conflits armés.

Ces engagements et ces initiatives ont fait entrer Konica Minolta dans les indices ISR mondiaux et lui valent d'excellentes notations par les institutions de recherche RSE.




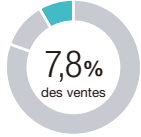

Contribuer à résoudre les défis sociaux en associant la sagesse et les compétences des 40 000 collaborateurs du Groupe avec la définition d'une stratégie de croissance : voilà ma mission de président. C'est le rôle d'une entreprise multinationale.

Alors que nous poursuivons notre objectif de croissance en tant que multinationale essentielle à la collectivité, je vous invite à vous pencher sur les futures réalisations de Konica Minolta.

Shoei Yamana
Président-Directeur Général
Konica Minolta, Inc.

Présentation générale du Groupe Konica Minolta

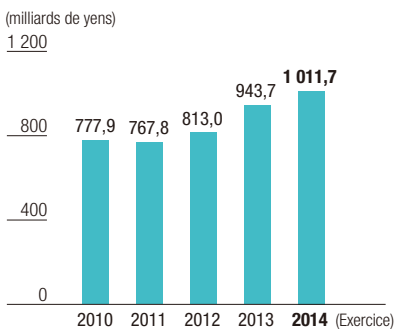
Domaines d'activité

Secteur d'activité	Applications	Principaux produits et services
Équipement pour les entreprises 	Solutions d'entreprise	<ul style="list-style-type: none"> Multifonctions Imprimantes laser Télécopieurs Logiciels et périphériques Services de Cloud Services impression optimisés (OPS) Services de contenus managés (MCS) 
	Impression de production	<ul style="list-style-type: none"> Systèmes d'impression numérique couleur Systèmes d'impression numérique monochrome Systèmes d'épreuves couleur numériques Systèmes de prépresse Têtes d'impression jet d'encre Encres pour imprimantes à jet d'encre Imprimantes textiles à jet d'encre Marketing Print Management (MPM) Marketing Management Service (MMS) 
Secteur industriel 	Matériaux de pointe	<ul style="list-style-type: none"> Films TAC pour polariseurs LCD Film VA-TAC pour augmenter l'angle de vision Plaques photo haute précision Film barrière Film miroir Film fonctionnel pour écran Éclairage par diode électroluminescente organique (OLED) 
	Systèmes optiques à usage industriel	<ul style="list-style-type: none"> Imprimantes à lentille Lentilles pour disques optiques Spectrophotomètres Luxmètres Spectroradiomètres Spectromètres 
Imagerie médicale 	Imagerie	<ul style="list-style-type: none"> Systèmes de radiographie médicale numérique (CR, DR) Mammographie numérique Systèmes d'échographies diagnostiques Systèmes d'archivage d'imagerie médicale Stations d'informations d'imagerie médicale tout-en-un Oxymètres de pouls Bilirubinomètres Médecine de diagnostic Services d'informatique et de communication médicales 

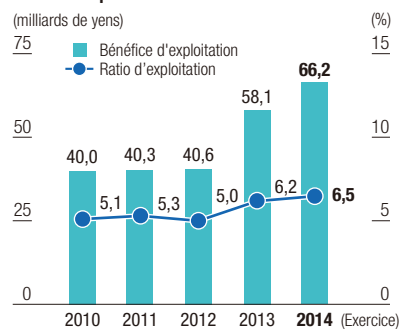
Données relatives à l'entreprise

Dénomination sociale	Konica Minolta, Inc.
Siège social	2-7-2 Marunouchi, Chiyoda-ku, Tokyo, Japon
Président-Directeur Général	Shoei Yamana
Création	22 décembre 1936
Capital social	37 519 millions de yens (au 31 mars 2015)
Fin de l'exercice	31 mars
Effectifs	Non consolidé : 6 348 (au 31 mars 2015) Consolidé : 41 598 (au 31 mars 2015)

Chiffre d'affaires net consolidé



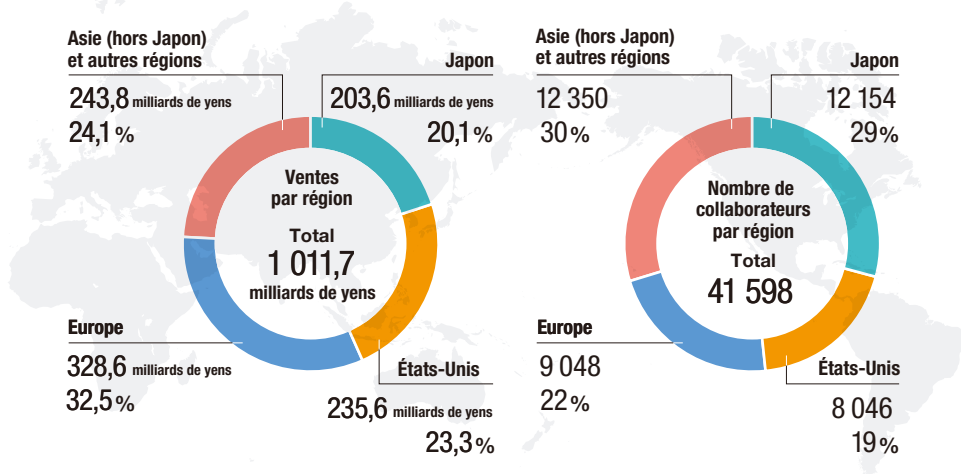
Bénéfice d'exploitation consolidé / Ratio d'exploitation



Caractéristiques du groupe Konica Minolta

Réseau mondial couvrant 150 pays

Konica Minolta dispose de sites de production dans 50 pays avec un réseau de vente et de services couvrant environ 150 pays. Le groupe compte plus de 40 000 collaborateurs qui soutiennent l'activité de sa clientèle dans le monde entier, d'un point de vue mondial et local, en tant que « One Konica Minolta ».



Une stratégie « meilleur de sa catégorie » compétitive dans les domaines à forte valeur ajoutée

Konica Minolta concentre ses efforts et ses investissements dans des domaines à forte valeur ajoutée où la société peut mettre à profit ses atouts, tels que les multifonctions A3 couleur et les imprimantes couleur numériques dans le secteur des équipements pour les entreprises, la radiographie numérique (DR) dans le secteur de la santé et le film TAC dans le secteur industriel. Le groupe a acquis de larges parts de marché dans chaque domaine.

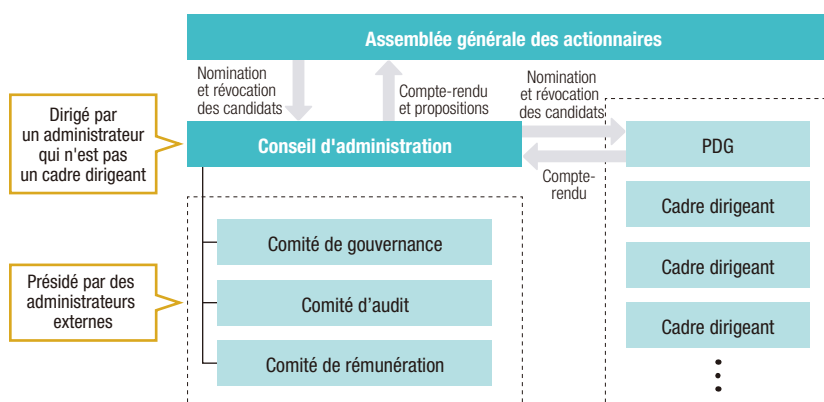
Multifonctions A3 couleur Part de marché prépondérante hors Japon		Système DR sans fil type cassette Part de marché prépondérante au Japon.	
Systèmes d'impression numérique couleur Part de marché prépondérante hors du Japon.		Film VA-TAC pour augmenter l'angle d'affichage Part prépondérante du marché mondial.	

Remarque : Estimation de Konica Minolta basée sur des données extérieures pour 2014

Système de gouvernance d'entreprise transparent, sain et efficace

Konica Minolta, Inc. a adopté un système de « société à comités ». Elle a mis en place trois comités — nomination, audit et rémunération — en plus du Conseil d'administration pour séparer la fonction de supervision des fonctions exécutives exercée par les cadres dirigeants.

De plus, le Conseil d'administration est présidé par un administrateur qui ne fait pas partie de l'équipe de direction et les comités sont tous les trois présidés par des administrateurs externes, ce qui permet une gestion renforcée de la fonction de supervision.



Principe de base

En appliquant sa philosophie du management « Créer de la valeur nouvelle », Konica Minolta s'emploie à se positionner comme une entreprise innovante en constante évolution et jouant un rôle vital pour la collectivité. C'est pourquoi le Groupe, au travers de ses efforts commerciaux, met tout en oeuvre pour contribuer à la résolution des problèmes sociétaux par la création de valeurs qui améliorent la qualité de notre monde. Guidées par cette philosophie du management, les activités RSE de Konica Minolta se fondent sur sa Charte de Bonne conduite. Diffusé à l'échelle internationale, le Konica Minolta Group Guidance for the Charter of Corporate Behavior (Guide du Groupe Konica Minolta concernant la Charte de Bonne Conduite de l'Entreprise) illustre le comportement souhaitable dans chacune des catégories mentionnées dans la Charte de Bonne Conduite. Il sert de base à la compréhension et à la mise en pratique de la Charte. Le Konica Minolta



Group Guidance exprime l'engagement de Konica Minolta en faveur d'une action conforme aux normes sociales internationales telles que le Pacte Mondial des Nations Unies auquel l'entreprise prend part, et la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme. L'entreprise participe à ces deux programmes.

Les dix principes du Pacte Mondial

Droits humains	Principe 1 : Les entreprises sont invitées à promouvoir et à respecter la protection du droit international relatif aux droits de l'homme ; et Principe 2 : à veiller à ce qu'elles ne se rendent pas complices de violations des droits de l'homme.
Droit du travail	Principe 3 : Les entreprises sont invitées à respecter la liberté d'association et à reconnaître le droit de négociation collective ; Principe 4 : l'élimination de toutes les formes de travail forcé ou obligatoire ; Principe 5 : l'abolition effective du travail des enfants ; et Principe 6 : l'élimination de la discrimination en matière de recrutement et d'affectation professionnelle.
Environnement	Principe 7 : Les entreprises sont invitées à appliquer une approche de précaution face aux problèmes touchant l'environnement ; Principe 8 : à entreprendre des initiatives tendant à promouvoir une plus grande responsabilité en matière d'environnement ; et Principe 9 : à favoriser la mise au point et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.
Lutte contre la corruption	Principe 10 : Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion de fonds et les pots-de-vin.

Philosophie du management La création de nouvelles valeurs

Charte de Bonne Conduite du Groupe Konica Minolta

Si les entreprises ont pour vocation de prospérer et de réaliser du profit dans le cadre d'une concurrence loyale, elles doivent aussi être au service de la société civile en général. C'est pourquoi le Groupe Konica Minolta s'attache à se conduire de manière socialement responsable et à faire reconnaître, par tous ses dirigeants et collaborateurs, l'esprit de la présente Charte de Bonne Conduite.

La direction de l'entreprise reconnaît qu'il est de son rôle et de sa responsabilité de faire respecter l'esprit de la présente Charte.

Il lui incombe à ce titre de s'assurer que tous ses dirigeants et collaborateurs connaissent et comprennent parfaitement cette Charte. De plus, la direction prêter une constante attention aux opinions exprimées à l'intérieur comme à l'extérieur de celle-ci, et veillera à promouvoir la mise en oeuvre de systèmes capables d'en garantir le respect.

1. Produits performants et sûrs

Nous nous attachons à gagner la confiance des consommateurs et de nos clients en développant et en fournissant des produits et des services performants qui intègrent les normes de sécurité.

2. Activités loyales et transparentes

En menant loyalement et en toute transparence les activités de notre entreprise, nous respectons la législation et les réglementations sociales en vigueur, et nous agissons conformément aux règles internationales et aux statuts de la société.

3. Communication et publication des informations

Nous communiquons à la société civile au sens large les informations sur notre entreprise avec loyauté et exactitude.

4. Protection de l'environnement

Nous sommes sensibles aux aspects environnementaux et nous agissons avec volontarisme et détermination pour protéger l'environnement.

5. Apports à la société civile

Nous apportons notre contribution à la société civile en nous plaçant dans une perspective mondiale, tout en respectant les coutumes et cultures locales.

6. Respect du personnel

Nous faisons tout ce qui est en notre pouvoir pour rendre la vie de chaque collaborateur confortable et épanouie, en lui offrant un lieu de travail sécurisé, et en respectant sa personnalité et son individualité.

7. Responsabilité

En cas de violation des principes énoncés dans la présente Charte, la Direction de l'entreprise enquêtera sur sa cause pour régler le problème et prendra les décisions qui s'imposent pour empêcher sa réitération, conformément aux procédures en usage dans l'entreprise. Des informations et explications précises concernant cette violation seront rendues publiques dans les plus brefs délais et la responsabilité de la violation sera clarifiée. Des actions disciplinaires strictes et équitables doivent être prises, y compris envers le personnel dirigeant, lorsque nécessaire.

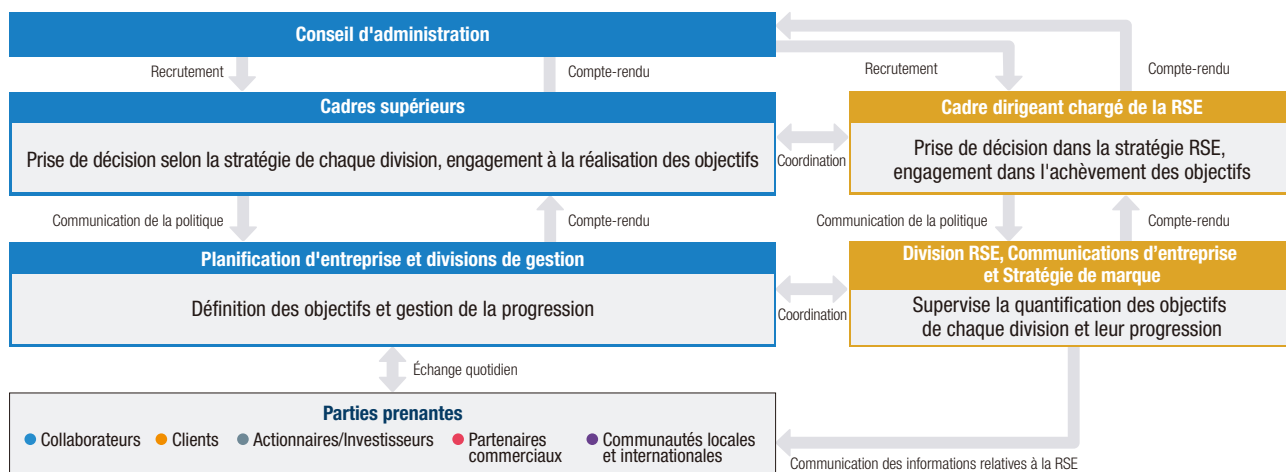
Système de management RSE

Chez Konica Minolta, le directeur de la RSE, nommé par le conseil d'administration, est en charge de tout ce qui a trait à la RSE du Groupe. Sous sa supervision directe, la division Communications d'entreprise et Stratégie de marque RSE gère la mise en place de la gestion RSE pour la totalité du Groupe.

Le directeur de la RSE, la division Communications d'entreprise et Stratégie de marque, rapporte la progression des activités de RSE au dirigeant responsable de la RSE, tout en réexaminant les mesures prises et en apportant des propositions. Concernant les sujets très importants,

le comité de direction, qui se réunit en temps opportun pour délibérer, accorde la priorité à la RSE dans ses décisions de gestion.

Concernant la gestion de l'environnement, la sécurité et le contrôle de qualité, la division RSE rend compte de ces problèmes au dirigeant responsable. La division organise des comités et des réunions des directeurs responsables chacun de ces trois domaines ; elle rédige des politiques, construit des systèmes et gère les progrès, et ce à l'échelle de tout le Groupe.



	Caractéristiques des parties prenantes	Outils et opportunités de communication
Clients ▶ P31	Konica Minolta exerce ses activités commerciales dans le monde entier. Les clients stratégiques des principales filiales de Konica Minolta sont les entreprises, les administrations publiques et les hôpitaux.	<ul style="list-style-type: none"> • Délivrer des services au client via les sites Web et les centres d'appel • Fournir des informations produits via les sites Web et les lettres d'information • Réaliser des enquêtes de satisfaction client • Échanger des informations dans le cadre de visites aux clients • Échanger des informations dans les showrooms et lors des salons • Organiser des séminaires
Partenaires commerciaux ▶ P35	Konica Minolta se fournit en matières premières, en pièces détachées et en composants auprès de différentes entreprises selon le type d'activité. La majorité de ces fournisseurs est située au Japon, en Chine et dans le reste de l'Asie.	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation de réunions avec les fournisseurs • Système d'approvisionnement mondial • Conduite d'enquêtes de RSE (questionnaires d'auto-évaluation)
Actionnaires et investisseurs ▶ Site Web	Les investisseurs institutionnels et étrangers détenant une part importante de Konica Minolta attendent de l'entreprise qu'elle prenne part activement aux initiatives de relations avec les investisseurs à l'échelle mondiale.	<ul style="list-style-type: none"> • Assemblées des actionnaires • Séances d'information à l'intention des investisseurs • Visites aux investisseurs • Séances d'informations destinées aux analystes d'affaires et aux investisseurs institutionnels • Rapports annuels • Site Web de relations investisseurs
Collaborateurs ▶ P39	Konica Minolta compte 41 598 collaborateurs dans le monde. Parmi eux, 29% des collaborateurs se trouvent au Japon, 22% en Europe, 19% en Amérique du Nord et 30% en Chine et ailleurs en Asie, (chiffres correspondant au total des collaborateurs stables des sociétés consolidées au 31 mars 2015).	<ul style="list-style-type: none"> • Intranet interactif • Journal du Groupe • Enquêtes d'attitudes auprès des collaborateurs • Dialogue avec les syndicats • Offre de services d'assistance téléphonique internes • Échanges d'opinions pendant les visites d'inspection des sites de production par les cadres supérieurs • Réunions informelles auxquelles participent les cadres supérieurs
Communautés locales et internationales ▶ P43	Le Groupe Konica Minolta est implanté dans de nombreux pays à travers le monde et agit en tant que membre responsable de chaque communauté où il mène ses activités.	<ul style="list-style-type: none"> • Activités positives pour les communautés locales • Briefings à l'attention des communautés et événements sur invitation • Délégation d'intervenants à des conférences et dans les établissements d'enseignement • Activités industrielles de groupe • Rapports et sites Web concernant la protection de l'environnement • Activités de relations publiques par la diffusion de publications internationales et par des sites Web
Environnement ▶ P21	Dans son activité de fabricant, Konica Minolta est impliqué dans des opérations qui influent sur l'environnement. Par exemple, il génère des émissions de CO ₂ qui contribuent au changement climatique en raison de l'utilisation de dérivés du pétrole, qui est par ailleurs une ressource naturelle en déclin, et affecte ainsi les écosystèmes de plusieurs façons.	<ul style="list-style-type: none"> • Rapports RSE, rapports environnementaux et sites Web • Briefings à l'attention des communautés et réunions pédagogiques • Collaboration avec les instituts de recherche

Identifier les thèmes d'actions RSE concrets et définir des objectifs

Chez Konica Minolta, Inc., la Division RSE, Communications d'entreprise et Stratégie de marque travaille également en concertation avec les divisions en charge de la gestion et de la planification au sein du Groupe afin d'identifier des thèmes d'action et établir les objectifs en matière d'activités de RSE ainsi que d'en surveiller les avancées et les résultats. En identifiant des thèmes d'action et des objectifs prioritaires en matière de RSE, Konica Minolta vise à faire face aux problèmes qui sont les plus importants aux yeux des parties prenantes. Pour ce faire, il analyse les opinions obtenues en recourant à divers modes de communication.

Il prend également en compte les lignes directrices internationales concernant la RSE, y compris le Pacte mondial des Nations Unies et la norme ISO 26000. Plus encore, il synthétise et organise les risques et opportunités envisagés lors de la formulation des business plans de chaque domaine d'activité. D'après les résultats, le Groupe sélectionne les problèmes les plus concrets pour la collectivité et dont l'impact sur son activité est important, les identifie comme thèmes d'action concrets et les définit comme objectifs prioritaires.

Processus d'identification des thèmes d'action RSE concrets et de détermination des objectifs



Présence de Konica Minolta dans les indices d'investissement socialement responsables

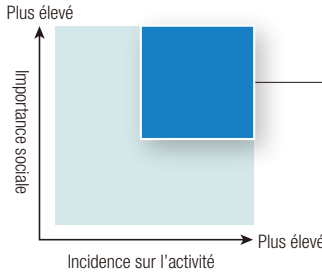
Konica Minolta figure parmi les listes d'entreprises de plusieurs indices internationaux d'investissement socialement responsable (ISR). Konica Minolta est inclus dans la catégorie Monde (depuis trois années consécutives) et dans la catégorie Asie-Pacifique (depuis six années consécutives) du Dow Jones Sustainability Index (DJSI) émis par le Dow Jones aux États-Unis et par l'organisme suisse RobecoSAM. Il fait également partie du FTSE4Good Global Index depuis 12 ans consécutifs ainsi que du Morningstar Socially Responsible Investment Index (MS-SRI).

Konica Minolta est très bien noté par d'autres instituts de recherche RSE, notamment avec la Gold Class

(sa plus haute notation de RSE) du RobecoSAM Sustainability Yearbook, la classification Prime pour le RSE par oekom research AG et les univers d'investissement Ethibel Pioneer et Ethibel Excellence du Forum Ethibel.

De plus, Konica Minolta a été inclus dans le Climate Performance Leadership Index (CPLI) 2014 et le Japan 500 Climate Disclosure Leadership Index (CDLI) de CDP, une ONG internationale œuvrant à la création d'une économie durable. Konica Minolta est la seule société japonaise à avoir été incluse à la fois dans les indices CPLI et CDLI pour le secteur des technologies de l'information cette année (au 31 mars 2015).

Thèmes d'actions RSE concrets de Konica Minolta



Thèmes d'actions RSE concrets	Périmètre	Aspects de l'édition G4 de la GRI*
Assurer la sécurité des produits et prévenir les problèmes liés à la qualité	Groupe	Santé et sécurité des clients
Améliorer la satisfaction des clients	Groupe	
Promouvoir la RSE sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement	Fournisseurs	Pratiques vis à vis de la main d'oeuvre / Respect des droits de l'Homme / Impact sur les fournisseurs
Améliorer la communication avec les actionnaires et les investisseurs	Groupe	
Mettre à profit et développer les diverses ressources humaines	Groupe	Formation
Développer une culture tournée en priorité vers la santé	Groupe	Hygiène et sécurité au travail
Promouvoir la santé et la sécurité au travail	Groupe	Hygiène et sécurité au travail
Mettre en oeuvre des activités d'aide sociale dans le monde entier	Groupe	Communautés locales
Produits Verts	Clients	<ul style="list-style-type: none"> • Matériaux • Énergie • Émissions atmosphériques • Produits et services • Transport
Usines Vertes	<ul style="list-style-type: none"> • Groupe • Fournisseurs 	
Marketing Vert	<ul style="list-style-type: none"> • Groupe • Clients 	

* G4 : 4e édition des lignes directrices pour le reporting développement durable de la Global Reporting Initiative (GRI)

MEMBER OF
Dow Jones Sustainability Indices
 In Collaboration with RobecoSAM



ROBECOSAM
 Sustainability Award
 Gold Class 2015



Morningstar Socially Responsible Investment Index



Objectifs et résultats

Les parties prenantes	Thème d'action concret	Objectifs exercice 2014
Clients P31	Assurer la sécurité des produits et prévenir les problèmes liés à la qualité	1. Nombre d'accidents graves causés par des produits*1 : 0 2. Améliorer la qualité des produits, des ventes et des services tout au long du cycle de vie des produits*2
	Améliorer la satisfaction des clients	
Nos partenaires commerciaux P35	Promouvoir la RSE sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement	<ul style="list-style-type: none"> Auditer les sites de production du Groupe et des fournisseurs Encourager les initiatives indépendantes des fournisseurs Clarifier les perspectives de gains pour les fournisseurs
		<ul style="list-style-type: none"> Mettre en place et promouvoir une politique de conformité à la réglementation sur les minerais de guerre Élargir la portée des initiatives
Actionnaires et investisseurs Web	Améliorer la communication avec les actionnaires et les investisseurs	<ul style="list-style-type: none"> Diffuser activement les informations et encourager la compréhension de TRANSFORM 2016, le nouveau plan de gestion à moyen terme (pour les investisseurs institutionnels et individuels)
		<ul style="list-style-type: none"> Élargir le champ d'application des RP pour encourager les investisseurs individuels à acheter des actions Konica Minolta
		<ul style="list-style-type: none"> Relayer l'opinion des investisseurs individuels et diffuser les informations aidant Konica Minolta à s'imposer comme un choix d'investissement plus attractif
Collaborateurs P39	Promouvoir et développer la diversité des ressources humaines	<ul style="list-style-type: none"> Promouvoir les politiques de RH communes à l'échelle mondiale et basées sur une plateforme de développement et de déploiement des ressources humaines. Instiller la philosophie de KM et promouvoir le développement d'un système réalisant le développement et le déploiement des ressources humaines.
	Développer une culture tournée en priorité vers la santé	1. Établir le plan de santé à moyen terme KM2016 et commencer à l'appliquer 2. Établir des objectifs de niveaux de santé et tenter d'y parvenir par un programme en trois ans <ul style="list-style-type: none"> Réduire au minimum le nombre de collaborateurs exposés à des risques sanitaires Accroître la sensibilisation à la santé par la visualisation des niveaux de santé des collaborateurs
	Promouvoir la santé et la sécurité au travail	1. Nombre d'accidents graves*4 : 0 2. Taux de fréquence des accidents entraînant des arrêts de travail : 0,1 ou moins <ul style="list-style-type: none"> Encourager une culture de la sécurité : implication de la direction générale dans la sécurité, gestion de la sécurité sur le lieu de travail et sensibilisation individuelle à la sécurité Améliorer la gestion de la santé et de la sécurité à l'échelle mondiale Améliorer la sécurité inhérente aux équipements (réduction des risques)
Communautés locales et internationales P43	Mise en oeuvre d'actions sociétales dans le monde entier	P.44 Exemples d'activités d'actions sociétales pour l'exercice 2014
Environnement de la planète P21	Produits Verts	
	Usines Vertes	P.23
	Marketing Vert	

*1 Accidents graves liés au produit : accidents au cours desquels l'utilisation de nos produits met en danger les utilisateurs ou cause des blessures corporelles graves, et ceux au cours desquels des biens autres que les produits eux-mêmes ont été gravement endommagés

*2 Cycle de vie des produits : tous les processus depuis la planification du produit jusqu'à la vente et les services, en passant par l'approvisionnement et la production

Résultats exercice 2014	Objectifs exercice 2015
<p>1. Nombre d'accidents graves : 0</p> <p>2. Améliorer la qualité des produits, des ventes et des services tout au long du cycle de vie des produits*2</p> <ul style="list-style-type: none"> Formation sur l'évaluation des risques en vue d'assurer la sécurité des produits Dans le secteur des équipements pour les entreprises, le score NPS*3 mondial a été mesuré et des mesures ont été mises en oeuvre conjointement par les équipes de développement, de production et de ventes à partir des retours d'information des clients Dans le secteur de la santé, le taux de problèmes résolus par le Centre d'appel est passé de 60 % lors de son ouverture à 80 % 	<p>1. Nombre d'accidents graves causés par des produits*1 : 0</p> <p>2. Améliorer la qualité sur l'ensemble du cycle de vie du produit*2</p>
<ul style="list-style-type: none"> Mener des audits de l'EICC sur les sites de production du Groupe Konica Minolta Envisager des programmes de soutien aux fournisseurs Envisager des programmes d'incitations aux fournisseurs 	<ul style="list-style-type: none"> Exiger des fournisseurs qu'ils mettent en pratique la RSE Conduire des évaluations et des audits de RSE Clarifier les programmes de soutien aux fournisseurs Clarifier les programmes d'incitation aux fournisseurs
<ul style="list-style-type: none"> Konica Minolta a mis au point et publié une déclaration de politique sur les minerais de guerre L'enquête volontaire sur les minerais de guerre a étendu son champ d'application dans le secteur des équipements pour les entreprises et le taux de réponse a été amélioré ainsi que la précision des réponses 	<ul style="list-style-type: none"> Communication des informations appropriées Améliorer encore le taux de réponse et la précision des réponses dans les enquêtes sur les minerais de guerre
<ul style="list-style-type: none"> Une réunion d'information sur la politique de gestion a eu lieu en avril et une réunion sur le business plan à moyen terme destinée aux analystes et aux investisseurs institutionnels en mai, au cours desquelles les cadres dirigeants ont expliqué directement leurs politiques de base et leurs stratégies de croissance Des sessions d'information sur l'entreprise ont eu lieu à l'intention des investisseurs individuels à Tokyo en décembre et à Osaka en février 2015, au cours desquelles les cadres dirigeants ont expliqué directement les stratégies d'affaires et de croissance du groupe à environ 700 investisseurs individuels Deux sessions d'informations destinées aux analystes et aux investisseurs institutionnels ont eu lieu en septembre et en octobre pour expliquer la stratégie de croissance du secteur des équipements pour les entreprises 	<ul style="list-style-type: none"> Continuer à propager l'information pour encourager la compréhension du business plan à moyen terme
<ul style="list-style-type: none"> Rénover le site Web des relations avec les investisseurs Remporter pour la deuxième année consécutive le meilleur classement dans la notation Gomez des sites de relations avec les investisseurs Remporter la plus haute récompense (meilleure place toutes catégories) de Daiwa IR pour l'excellence Internet Sélectionner pour la seconde année consécutive meilleur site dans l'évaluation de Nikko IR Participer à un événement pour investisseurs individuels à Osaka en février 2015, expliqué directement les stratégies d'affaires et de croissance du Groupe dans une session d'information sur la société et une présentation sur stand Tenir une session d'informations sur la société dans une succursale d'une société de courtage en mars 2015 	<ul style="list-style-type: none"> Entretien des évaluations externes favorables sur le site Web des relations avec les investisseurs et améliorer sa facilité d'utilisation pour les visiteurs Poursuivre l'organisation de briefings à l'attention des investisseurs individuels
<ul style="list-style-type: none"> Une petite réunion a été organisée avec des analystes en décembre, et des réunions ont eu lieu avec des investisseurs institutionnels au Japon et à l'étranger à des moments opportuns pour maintenir une communication bidirectionnelle avec les cadres dirigeants Des questionnaires ont été remplis lors de chaque session d'informations et les résultats en ont été partagés en interne, y compris avec les cadres dirigeants, à titre de référence pour les futures relations avec les investisseurs 	
<ul style="list-style-type: none"> Normes d'évaluation communes créées pour le personnel dirigeant Système d'évaluation révisé pour les directeurs de Konica Minolta, Inc. et « les 6 Valeurs » de l'entreprise adoptées dans le cadre de l'axe d'évaluation Réunions informelles entre les collaborateurs et le président sur différents sites 	<ul style="list-style-type: none"> Conduire une enquête mondiale d'attitude auprès des collaborateurs Appliquer des programmes de développement systématique du personnel dirigeant en Asie Continuer de mettre en oeuvre les réunions informelles entre les collaborateurs et le président
<p>1. Plan de santé à moyen terme KM2016 établi et démarré</p> <ul style="list-style-type: none"> Accroissement des efforts des compagnies affiliées au Groupe au Japon pour encourager les collaborateurs susceptibles de connaître des problèmes de santé à consulter un médecin Mesures d'amélioration du lieu de travail mises en oeuvre, basées sur les résultats d'une analyse organisationnelle de tests de résistance Mise en exploitation de KENPOS, un site Web d'encouragement à une vie saine destiné à aider les collaborateurs à améliorer leur santé Marches festives et ateliers d'exercice physique destinés à cultiver des habitudes d'exercice physique et de marche parmi les collaborateurs <p>2. Sélectionné comme marque de la gestion de la santé et de la productivité en mars 2015</p>	<p>1. Continuer la mise en oeuvre du plan de santé à moyen terme Health KM2016</p> <ul style="list-style-type: none"> Améliorer et renforcer le soutien aux sociétés affiliées du groupe au Japon Réduire le nombre des lieux de travail à stress élevé en renforçant les mesures d'amélioration du lieu de travail Accroître le taux d'utilisation continue de KENPOS
<p>1. Nombre d'accidents graves*4 : 0</p> <p>2. Taux de fréquence des accidents causant des arrêts de travail : au Japon : 0,28, hors du Japon : 0,19</p> <ul style="list-style-type: none"> Culture renforcée de la sécurité : tenue d'une formation sur la sécurité pour les directeurs, une formation destinée à renforcer la sensibilité aux dangers et une formation destinée à accroître le niveau des personnels qualifiés pour le travail dangereux Gestion mondiale de l'hygiène et de la santé : tenue d'une réunion du personnel responsable de l'hygiène et de la sécurité en Chine et une formation avec simulation de dangers Sécurité intrinsèque des équipements : mener des évaluations de risque complètes des nouveaux processus 	<p>1. Nombre d'accidents graves*4 : 0</p> <p>2. Taux de fréquence des accidents entraînant des arrêts de travail : 0,1 ou moins</p> <ul style="list-style-type: none"> Encourager une culture de la sécurité : implication de la direction générale dans la sécurité, nommer un responsable de la sécurité sur le lieu de travail et éveiller les consciences à la sécurité Améliorer la gestion de la santé et de la sécurité à l'échelle mondiale Améliorer la sécurité intrinsèque des équipements et conduire des évaluations de risque complètes sur différents aspects de la sécurité

*3 Score NPS (Net Promoter Score) : indicateur mesurant le pourcentage de clients qui ont recommandé l'entreprise et ses produits et services à d'autres

*4 Accidents sérieux : 1. Décès, maladies nécessitant ou pouvant nécessiter des soins de longue durée, blessures causant ou pouvant causer des handicaps et maladies transmissibles spécifiques

2. Accidents entraînant pour au moins trois collaborateurs simultanément le décès, des blessures ou des maladies (y compris les accidents ne provoquant pas de jour d'arrêt de travail)

Partager la technologie et le savoir-faire en gestion environnementale avec les clients, les fournisseurs et la collectivité

Des défis environnementaux tels que le réchauffement climatique et l'épuisement des ressources naturelles ne peuvent être résolus par les efforts d'une seule entreprise. Konica Minolta oeuvre à un future durable en partageant les diverses technologies et savoir-faire en matière d'environnement qu'il a cultivés au cours de nombreuses années avec ses clients et ses fournisseurs, et en travaillant avec eux à réduire l'impact sur l'environnement.

Partage de l'innovation verte



Approche essentielle

“ En nous ouvrant au-delà de notre seule entreprise, nous travaillerons main dans la main avec nos clients et fournisseurs pour résoudre les défis environnementaux ”

Takenori Takahashi

Senior Manager, Département de la gestion environnementale, Division Responsabilité Sociale des Entreprises



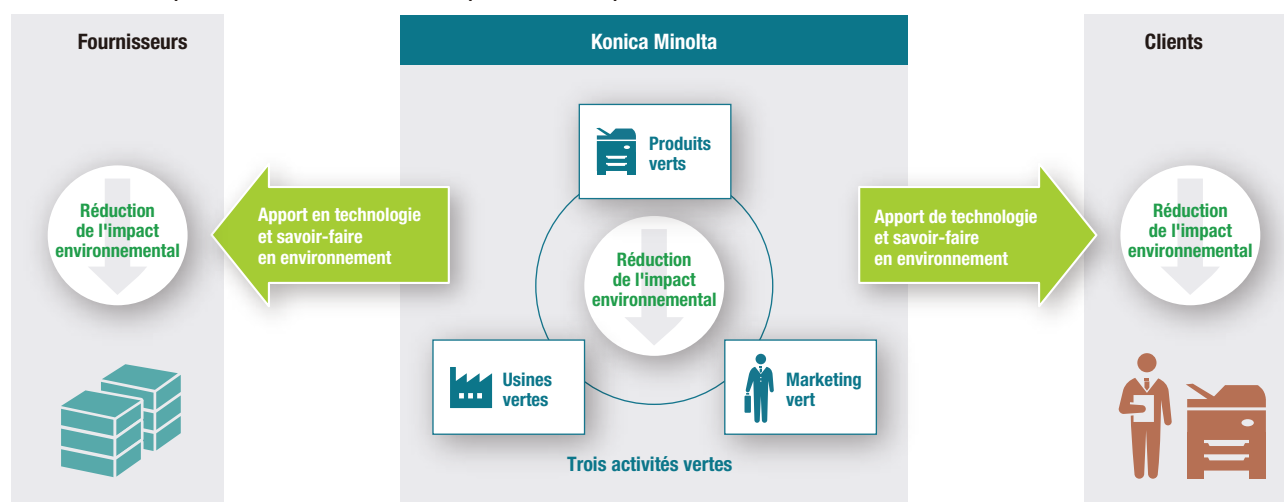
La philosophie du management de Konica Minolta est « la création de nouvelles valeurs » et sa vision consiste à se positionner comme une entreprise internationale essentielle pour la collectivité, novatrice, solide et en évolution permanente. Selon cette approche, nous avons réorienté les objectifs de notre plan environnemental à moyen terme de 2016. Alors que nous ne recherchions initialement qu'à réduire notre impact sur l'environnement, nous avons amélioré ces objectifs en y ajoutant la création de nouvelles valeurs à la fois pour la collectivité et pour l'entreprise. En d'autres termes, nous avons concentré nos efforts sur la question : « Quelles sortes d'activités relatives à l'environnement apporteront la plus grande contribution à la collectivité à travers la croissance de notre entreprise ? » Nous avons envisagé de façon concrète ce en quoi consistait l'augmentation de l'activité et de la valeur environnementale et avons établi des actions mesurables pour obtenir un effet maximal pour notre activité et pour la collectivité à partir de notre technologie et de notre savoir-faire. Nous avons alors formulé le plan environnemental conjointement avec notre business plan pour que l'approvisionnement en produits et services qui contribuent à répondre aux défis environnementaux, ainsi que les processus menés à cette fin, se traduisent en croissance pour l'entreprise.

Il y a une limite à ce que nous pouvons faire à l'intérieur de l'entreprise pour réduire l'impact environnemental.

En partageant nos valeurs avec toutes les parties prenantes et en oeuvrant avec eux sur toute la chaîne d'approvisionnement, des fournisseurs de pièces aux clients à qui nous fournissons les produits, nous pouvons apporter une contribution plus importante à la protection de l'environnement. C'est pour cela que Konica Minolta a lancé une initiative destinée à partager avec ses clients et fournisseurs la technologie et le savoir-faire qu'il a cultivés en matière d'environnement et à stimuler les efforts de gestion de l'environnement de ses fournisseurs. Cette initiative englobe une réduction des émissions de CO₂ d'envergure encore plus large que Périmètre 3, qui traite les émissions de CO₂ sur toute la chaîne d'approvisionnement. Nous croyons que la contribution à la protection de l'environnement à l'échelle mondiale augmentera par des activités qui dépassent les frontières d'une simple entreprise.

Je crois que l'une des raisons pour lesquelles Konica Minolta a obtenu des évaluations très favorables dans l'enquête sur la gestion environnementale des entreprises menée par Nikkei Inc. et dans l'enquête de l'organisme mondial à but non lucratif CDP réside dans l'engagement de Konica Minolta à diffuser sa technologie et son savoir-faire en matière environnementale dans toute la collectivité, ce qui lui a valu une reconnaissance à grande échelle. À partir de là, nous allons continuer à travailler avec les parties prenantes pour créer une société durable à l'échelle mondiale.

Initiatives menées par les clients et les fournisseurs pour réduire l'impact environnemental



Action
1

Lancement de l'initiative Fournisseurs verts pour aider les fournisseurs à réduire leur impact sur l'environnement

Contexte et but de l'initiative

La coopération avec des fournisseurs en matières premières et en pièces ainsi que les initiatives d'approvisionnement responsable au sein de l'entreprise sont essentielles pour accroître la valeur des produits et services de la société. Sur cette base, Konica Minolta a traditionnellement mené des activités d'approvisionnement collaboratives afin de partager et de soutenir la résolution des défis environnementaux par le dialogue avec les fournisseurs et la visite de leurs sites. Pendant l'exercice 2014, nous avons lancé l'initiative Fournisseurs verts pour apporter aux prestataires la technologie et le savoir-faire que l'entreprise a cultivés en matière d'environnement afin de les aider à réduire leur impact environnemental.

Initiatives de l'exercice 2014

Au cours de l'exercice 2014, première année de l'initiative Fournisseurs verts, nous avons commencé à travailler avec les fournisseurs qui acceptent le principe du programme.

Toyo Communication Technology (Shenzhen) Co., Ltd. à Shenzhen en Chine, en est un exemple. Des spécialistes expérimentés des opérations de gestion environnementale de Konica Minolta ont visité le site de production de la société, procédé à une évaluation de la conservation de l'énergie et à des consultations. Ils ont mené une enquête détaillée, en évaluant notamment la consommation d'électricité sur le site. À partir des résultats de l'analyse, ils ont suggéré des améliorations par étapes, de mesures immédiates telles que la mise hors tension des ventilateurs inutiles à des opérations requérant un investissement comme l'amélioration de l'isolation de l'équipement et l'installation d'inverseurs sur les pompes d'eau de refroidissement pour la climatisation. Les effets prévus de la réduction sont présentés ensemble, ce qui facilite l'examen de l'ordre des priorités et contribue à renforcer la motivation du fournisseur.



Aider les fournisseurs à mettre en œuvre des mesures environnementales dans l'usine

De plus, nous collaborons avec les fournisseurs pour les aider à développer des plans de protection de l'environnement dans des perspectives à moyen ou à long terme.

Ces activités n'ont pas pour but de forcer les fournisseurs à économiser l'énergie et les ressources, mais à les encourager à prendre volontairement de telles initiatives en leur donnant un aperçu des effets de l'économie qu'elles apporteront. À l'avenir, nous partagerons la portée et les principes de notre engagement dans la gestion environnementale en plus de nos technologies et savoir-faire, créant ainsi une valeur environnementale du fait de la collaboration entre Konica Minolta et ses fournisseurs.

Témoignage ► Retour d'informations d'un fournisseur

Cela nous a permis d'améliorer notre approche de la gestion environnementale, et non uniquement notre technologie et notre savoir-faire.

Je pense que la caractéristique la plus importante de l'initiative Fournisseurs verts est la manière dont Konica Minolta s'engage à venir jusque sur les sites des fournisseurs et à collaborer avec eux pour apporter des améliorations.

En fait, les personnes qui ont visité notre usine n'ont pas seulement apporté telles quelles les méthodes mises au point au Japon ; elles ont réfléchi avec nous sur les types de mesures dont nous avons besoin. Cette méthode a renforcé la motivation de notre personnel, et une attitude de réflexion personnelle et d'initiatives d'améliorations a commencé à se répandre dans toute l'entreprise.

Désormais, nous sommes déterminés à poursuivre notre collaboration avec Konica Minolta pour former et mettre en œuvre des plans et des mesures environnementales ainsi que pour développer un système et une culture qui accordent de l'importance à la gestion environnementale.



Lou Yiliang
Président
Directeur général
Toyo Communication
Technology
(Shenzhen) Co., Ltd.

Action 2

Introduction des approches de gestion environnementale et études de cas destinées à aider les clients à relever leurs défis environnementaux

Contexte et but de l'initiative

Konica Minolta a cherché à partager les défis par une communication étroite afin d'apporter des solutions optimales à chaque client. En étendant cette initiative à l'environnement et en introduisant l'approche de Konica Minolta à la gestion environnementale et aux études de cas réels, nous soutenons les efforts de nos clients en matière de gestion environnementale. Par cette initiative, nous renforçons nos relations avec les clients tout en faisant profiter la collectivité dans son ensemble de la technologie et du savoir-faire que Konica Minolta a cultivés en matière d'environnement pour réduire son impact. Nous fournissons ce service que le client ait installé ou non des produits Konica Minolta.

Initiatives de l'exercice 2014

Pendant l'exercice 2014, nous avons déployé des efforts pour promouvoir cette initiative, dont c'était la première année.

Ainsi, pour expliquer l'approche de gestion environnementale de Konica Minolta et ses mesures spécifiques, nous avons tenu un stand de consultation en gestion environnementale au salon Eco-Products, le plus grand du genre au Japon, ainsi qu'au salon Bizhub 2014 organisé par notre activité Équipements pour les entreprises.

Nous avons également organisé des séminaires en différents lieux à l'intention des directeurs de la société. Lors de ces séminaires, nous avons expliqué la gestion environnementale de Konica Minolta en prenant certaines de nos réalisations en exemple. Nous avons également distribué des questionnaires relatifs aux défis et aux

besoins des clients en vue de définir les sujets importants pour eux. Grâce à notre stand de consultation et à nos séminaires, nous avons pu présenter notre programme de gestion environnementale à des membres de près de 300 sociétés. Il en a résulté des consultations individuelles avec un grand nombre de ces sociétés, destinées à partager et à résoudre ces défis. Dans ces discussions, nous avons notamment présenté des études de cas portant par exemple sur l'approche de la gestion environnementale, l'identification des problèmes environnementaux importants, le savoir-faire sur la conservation de l'énergie et la gestion des substances chimiques.

À l'avenir, nous continuerons à améliorer notre propre gestion environnementale tout en approfondissant la communication avec nos clients.



Promotion de la gestion environnementale de Konica Minolta à une exposition sur l'environnement



Conférence donnée lors d'un séminaire de gestion environnementale organisée par l'Osaka ATC Green EcoPlaza



Dossier spécial 2

Faire face aux problèmes du client pour créer de la satisfaction et du bien-être

« Être orienté client » est l'une des six valeurs essentielles qui résument les forces et l'héritage de Konica Minolta. Cette valeur désigne l'attitude orientée vers le client que chaque collaborateur doit avoir quotidiennement. Attaché à cette attitude, Konica Minolta est déterminé à établir des relations honnêtes à long terme avec ses clients et à continuer d'évoluer avec eux.

Innovation
orientée client



Approche essentielle

“ **Établir des relations solides avec les clients pour favoriser une croissance mutuelle par la co-création** ”

Masafumi Uchida
Directeur général
Division Gestion environnementale



La relation avec le client ne se termine pas dès que les produits de Konica Minolta tels que les équipements bureautiques ou les appareils médicaux sont vendus : un suivi après-vente régulier est essentiel. Cette activité et son système mondial de ventes directes a permis à Konica Minolta d'établir des relations solides de confiance en recherchant une communication suivie et à long terme avec ses clients.

Alors que les besoins des clients sont aujourd'hui de plus en plus divers et sophistiqués et que la concurrence est de plus en plus dure à l'échelle mondiale, il est important de cultiver des relations fortes avec les clients et de se rendre indispensable. C'est pourquoi nous ne nous préoccupons pas seulement de nos clients immédiats, mais également des clients de nos clients et travaillons avec eux pour co-créer de nouvelles valeurs dans la poursuite de la réussite de nos activités et dans la création de la satisfaction et de bien-être pour nos clients.

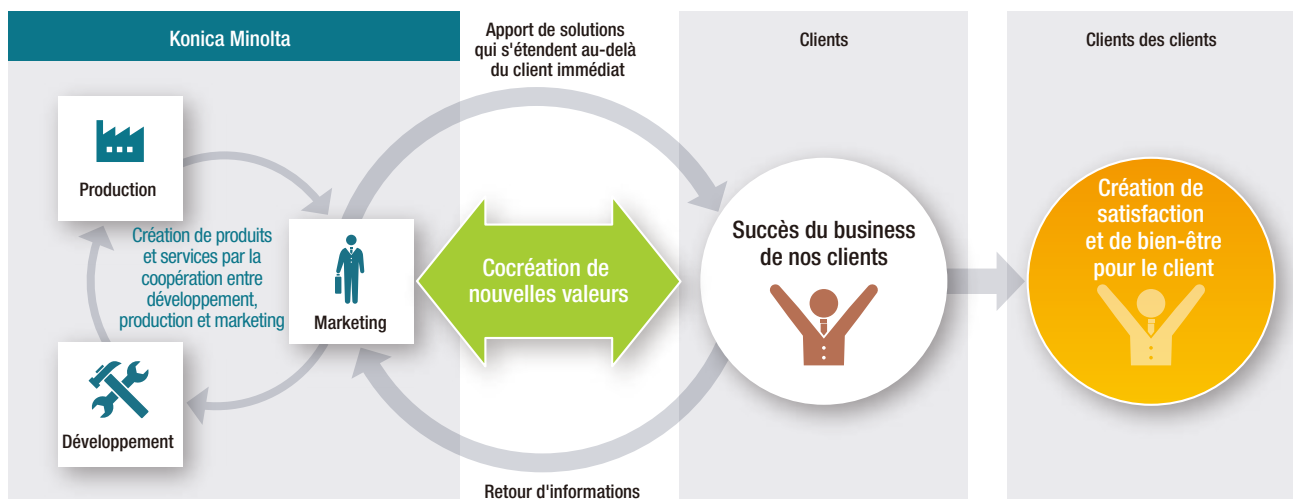
Par exemple, pour améliorer la relation client (RC), l'activité Équipements pour les entreprises a mis sur pied un département Relations Client au siège. Ce département planifie des mesures destinées à améliorer la gestion de la relation client et, pour cela, utilise le score NPS*. Pendant l'exercice 2013, il a lancé des enquêtes de NPS (voir page 34) à l'échelle mondiale.

Les résultats et détails des enquêtes de NPS, meilleures pratiques et autres informations font l'objet de discussions lors d'une conférence mondiale sur la RC (voir page 34) à laquelle participent les directeurs de la relation client des filiales du Japon, des États-Unis, de l'Europe et de la région Asie-Pacifique, qui les partagent ensuite avec les dirigeants et le groupe dans son ensemble. Les départements développement, production et marketing travaillent alors en étroite collaboration pour résoudre les problèmes identifiés, et utilisent les résultats pour soutenir l'optimisation du workflow GRC et une amélioration continue de la gestion de la relation client.

L'Union of Japanese Scientists and Engineers a reconnu la valeur de ces initiatives orientées client en plaçant Konica Minolta au premier rang dans sa recherche sur les niveaux de gestion de la qualité pour l'exercice 2014. Nous continuerons à l'avenir à renforcer nos relations avec les clients en expérimentant des initiatives destinées à améliorer la gestion de la relation client à une échelle mondiale par la coopération entre développement, production et marketing.

* Score NPS (Net Promoter Score) : indicateur mesurant pour une société, un produit ou un service, la probabilité d'être recommandé à d'autres.

Concept des solutions Konica Minolta de création de nouvelles valeurs prenant en compte les clients des clients



Cas 1

Création d'un environnement plus ouvert aux médecins communautaires et aux patients

— Soutien à la coordination des soins de santé communautaires dans l'activité Santé de Konica Minolta

Alors que le manque de médecins communautaires est de plus en plus criant au Japon, la mise en place d'un système généralisé de soins primaires accessibles et d'hôpitaux généraux dotés de spécialistes et d'équipements de pointe devient un problème important pour la collectivité.

La communauté Ryoban de la préfecture d'Iwate envisageait l'établissement d'un réseau d'informations médicales capable de partager les données de diagnostic telles que les dossiers cliniques et les radiographies dans le but de créer un nouveau type de soins communautaires. Pour contribuer à la réalisation de cet objectif, elle a décidé d'adopter la solution Informity Collaboration Box Service de Konica Minolta. Les facteurs décisifs ont été la facilité d'utilisation de ce service et sa sécurité, tous les types d'appareils terminaux pouvant s'y connecter et les données pouvant être partagées en toute sécurité sans crainte de fuites d'informations. Le service est très prisé des utilisateurs, qui apprécient que même les petits établissements puissent l'adopter grâce à son faible coût en comparaison d'une ligne dédiée.

En 2010, un réseau de soins communautaires a pris forme avec la participation d'environ 10 institutions

médicales. Ce réseau contribue à l'amélioration des soins de santé de la communauté et sauve littéralement des vies. Par exemple, lorsque le système est utilisé pour envoyer des données d'imagerie diagnostique des patients d'un cabinet à un hôpital général, il donne des instructions sur le transfert à l'hôpital avec le diagnostic d'un spécialiste. Plus encore, la résilience du système aux catastrophes a été confirmée par sa rapide remise en état lors du grand séisme de mars 2011. Les évaluations positives du système se répandant, la participation au réseau s'est accrue à plus de 20 institutions à la fin de l'exercice 2014.



Dr Shin Nakamura, Directeur adjoint de l'hôpital Iwai de la préfecture d'Iwate, qui a œuvré en faveur de la mise en place du réseau d'informations médicales

Cas 2

Soutien aux activités marketing de nouvelle génération

— Services de gestion d'impression commerciale dans le secteur des équipements pour les entreprises

Ces dernières années, les sociétés ont adopté des stratégies cross-media dans leurs activités de marketing, en incorporant sites Web, réseaux sociaux et autres techniques nouvelles en plus de leurs supports imprimés. Dans ce contexte, un grand constructeur automobile européen a formé le souhait de limiter ses dépenses en supports imprimés pour s'engager dans des stratégies de médias nouveaux et de faire appel à des types de supports multiples pour atteindre une image de marque cohérente.

En réponse à ces besoins de publicité nouvelle génération, Konica Minolta a proposé son service MPM de

gestion de l'impression marketing. Conçu pour optimiser la qualité, les délais de livraison et les coûts, ce service gère de façon centralisée la conception et la production de grandes quantités de supports publicitaires imprimés produits par les entreprises. En fournissant ce service, la filiale Charterhouse PM Limited de Konica Minolta au Royaume-Uni a envoyé une équipe de plus d'une dizaine de personnes dans les bureaux du client pour traiter tout le travail nécessaire de la conception à la production de supports imprimés tels que les catalogues de produits destinés à promouvoir les ventes.

Auparavant, le client avait conçu et produit séparément de gros volumes de supports promotionnels imprimés en fonction des besoins de chaque division ou produit de la société. En gérant de façon unifiée tous ces matériaux, Charterhouse PM a réduit les coûts et amélioré la productivité, permettant d'améliorer la qualité des supports imprimés et d'assurer la cohérence de l'image de marque. Tirant la leçon de sa contribution positive aux activités marketing du client, Charterhouse PM a adapté son offre de service pour fournir à la fois des solutions marketing en ligne et des supports marketing imprimés, renforçant ainsi son partenariat commercial avec le client.



Le personnel de Charterhouse PM traite la production de supports publicitaires dans les bureaux du client

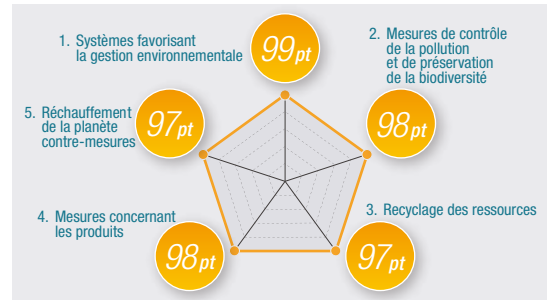
Konica Minolta à la première place de l'enquête Nikkei sur la gestion environnementale

Konica Minolta a obtenu la première place du secteur industriel dans son ensemble à la 18^e enquête sur la gestion environnementale annoncée en janvier 2015. Dans cette enquête, Konica Minolta a été très bien noté dans les cinq domaines d'évaluation, particulièrement pour les systèmes favorisant la gestion environnementale et les mesures concernant les produits.

L'entreprise pense que sa politique et ses actions concernant la gestion environnementale unissant la réduction de son impact sur l'environnement et l'amélioration de la valeur de l'entreprise, ainsi que ses efforts pour contribuer à la réduction de son impact sur l'environnement dans toute la collectivité en apportant à ses clients et fournisseurs sa propre technologie et son propre savoir-faire en matière d'environnement ont attiré l'attention des juges.

Pour Konica Minolta, ces notes élevées sont dues à son utilisation d'une technologie des matériaux brevetée pour recycler les bouteilles en PET et les grandes bouteilles de plastique ainsi qu'à sa technologie à la pointe du secteur permettant d'utiliser du plastique recyclé dans les carters externes de ses imprimantes multifonction.

Diagramme de la notation de Konica Minolta



Qu'est-ce que cette enquête sur la gestion environnementale ?

Cette étude, menée par Nikkei Inc., analyse et évalue la gestion environnementale des entreprises dans cinq domaines : systèmes favorisant la gestion environnementale, mesures de contrôle de la pollution et de préservation de la biodiversité, recyclage des ressources, mesures environnementales concernant les produits et mesures contre le réchauffement de la planète. Cette fois, le questionnaire de l'étude a été envoyé à 1 729 industriels. Konica Minolta a obtenu globalement la première place parmi les 419 sociétés qui ont répondu.

Konica Minolta a obtenu la première place dans la Recherche JUSE sur les niveaux de gestion de la qualité

Konica Minolta a obtenu globalement la première place de la 8^e recherche sur le niveau de gestion de la qualité annoncé en octobre 2014, en tête de deux des six domaines d'évaluation : orientation client et capacité d'utilisation et de déploiement des systèmes. Il a également été classé dans les trois premiers dans la formation des ressources humaines chargées de la gestion de la qualité et dans la gestion de la fiabilité, de la sécurité et de la confiance.

La société pense que ces résultats témoignent de la reconnaissance dont elle bénéficie pour la manière dont elle a développé globalement un système d'amélioration de la qualité par une collaboration entre développement, production et marketing et recherché la valeur client par une démarche orientée client.



Cérémonie de remise des prix

Qu'est-ce que la recherche JUSE sur les niveaux de gestion de la qualité ?

Cette enquête, lancée conjointement par l'union des scientifiques et ingénieurs japonais (JUSE) et Nikkei Inc. en 2004, évalue les systèmes et pratiques de gestion de la qualité dans six domaines : engagement des cadres supérieurs ; formation des ressources humaines chargées de la gestion de la qualité ; gestion de la fiabilité, de la sécurité et de la confiance ; mise en place de processus et leur application ; orientation client ; et capacité d'utilisation et de déploiement des systèmes. Cette fois-ci, la 8^e étude a été menée sur 602 industriels, entreprises de construction et sociétés de logiciels de premier plan au Japon.

Être responsable d'un environnement devenu mondial

Pour une croissance durable, une entreprise doit conjuguer valeur économique et résolution des défis environnementaux et sociaux.

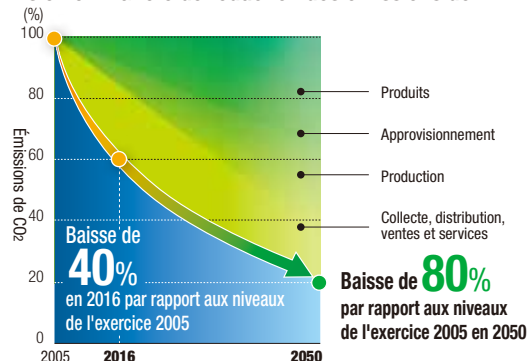
Selon sa philosophie de gestion « la création de valeur nouvelle », Konica Minolta s'engage à réduire son empreinte écologique à toutes les étapes du cycle de vie du produit. Cela va du développement des produits à la collecte des déchets, leur recyclage, en passant par l'approvisionnement, la production, la distribution, les ventes et le service après-vente des produits. La gestion environnementale est le fondement de la stratégie de croissance de Konica Minolta. Elle permet de créer de nouvelles valeurs, en réalisant à la fois la réduction de l'empreinte écologique et la croissance du Groupe. Notre détermination s'exprime dans Eco Vision 2050, objectif à long terme dans la perspective de 2050.



Eco Vision 2050

1. Réduire les émissions de CO₂ de 80% sur toutes les étapes du cycle de vie des produits d'ici à 2050 (par rapport à l'exercice de 2005)
2. Promouvoir le recyclage et l'utilisation optimale des ressources naturelles
3. Promouvoir les activités de restauration et de préservation de la biodiversité

Vision en matière de réduction des émissions de



Plan environnemental 2016

Résolution des défis environnementaux et croissance du Groupe

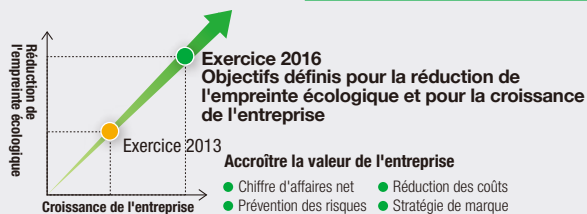
Les entreprises apportent de la valeur à la collectivité. De plus en plus, elles couplent leur développement à la résolution de problématiques sociales. D'un point de vue environnemental Konica Minolta a associé éco-responsabilité avec performance économique afin de fournir des produits et services qui contribuent à résoudre les défis environnementaux en créant de la croissance pour l'entreprise.

Accroître la valeur environnementale

- Lutte contre le réchauffement climatique
- Développement du recyclage
- Réduction des risques liés aux substances chimiques
- Restauration et préservation de la biodiversité

Vision

Une entreprise qui crée de la valeur pour la collectivité et pour elle-même en intégrant des solutions pour résoudre les problèmes sociaux et accroître la compétitivité et les profits des entreprises.



Création de valeur et croissance en collaboration avec les parties prenantes

Le Groupe contribue à la résolution de problématiques environnementales en collaborant avec toutes les parties prenantes le long de la chaîne d'approvisionnement — des fournisseurs jusqu'aux clients à qui il fournit ses produits.

Dans cet esprit, le plan environnemental de Konica Minolta propose au Groupe et à ses parties prenantes de travailler ensemble pour créer de la valeur.

Création de valeur avec les parties prenantes



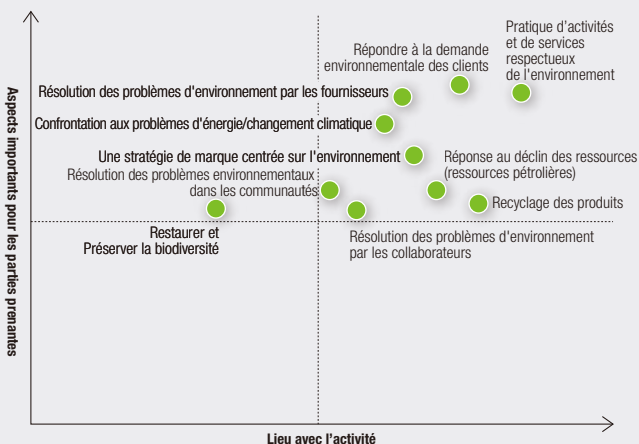
Des objectifs environnementaux en phase avec l'activité du Groupe

Le Plan environnemental 2016 englobe les opportunités et les risques associés à l'impact de Konica Minolta sur l'environnement.

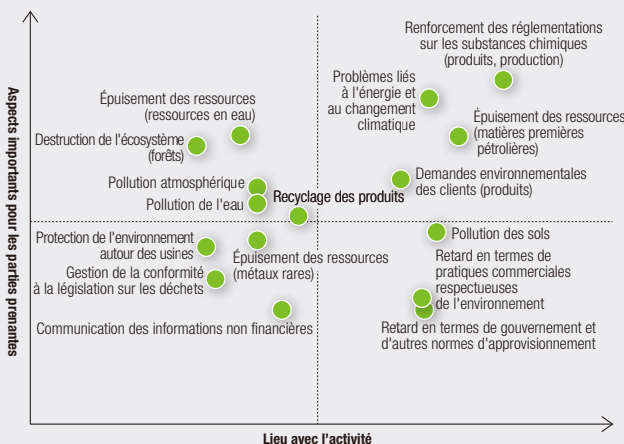
Pour les identifier, Konica Minolta collecte des données et mène un examen annuel à l'aide d'une méthode d'évaluation objective. Cette méthode permet de fiabiliser les données et de les suivre dans le temps.

Elle engage ainsi tout le Groupe. Une gestion environnementale très efficace est réalisée en coordonnant objectifs d'amélioration de l'activité — tels que l'amélioration des revenus des ventes et des services et la réduction des coûts — avec les objectifs environnementaux.

Opportunités



Risques



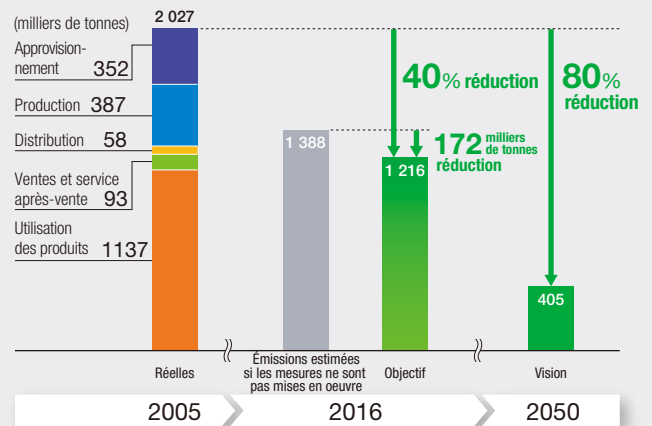
Faire preuve de responsabilité envers l'environnement et la planète

Prendre en compte l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement et du cycle de vie du produit

À travers Eco Vision 2050 Konica Minolta s'engage à réduire son empreinte écologique au cours de toutes les étapes du cycle de vie de ses produits.

Le Plan environnemental 2016 s'articule autour de trois composantes — Produits verts (planification et développement), Usines vertes (approvisionnement et production) et Marketing vert (distribution, ventes et service après-vente, collecte et recyclage).

Objectif de réduction des émissions de CO₂ sur le cycle de vie



Remarque : Depuis l'exercice 2014, l'objectif de réduction des émissions de CO₂ sur le cycle de vie couvre les émissions de CO₂ depuis l'étape de l'approvisionnement.

Objectifs du Plan environnemental 2016 et objectifs et résultats de l'exercice 2014

	Problèmes concrets	Objectifs du plan environnemental à moyen terme de 2016	
		Valeur métier	Valeur environnementale
Priorité 1 Produits Verts (planification et développement)	(1) Créer et proposer les produits verts demandés par les clients	Ventes ● Ventes de produits verts : 640 milliards de yens (Part des ventes : 58%) Réduction des coûts ● Réduire le coût des matières premières	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réduction des émissions de CO ₂ au cours de l'utilisation du produit : 59 000 tonnes ● Réduction du CO ₂ à l'étape d'approvisionnement : 105 000 tonnes Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées : 33 000 tonnes Réduire les risques liés aux substances chimiques ● Contrôler les émissions
	(2) Se conformer aux normes locales d'approvisionnement et aux exigences environnementales d'étiquetage	Ventes ● Éliminer les opportunités de vente perdues	Environnement en général ● Réduire l'empreinte écologique en se conformant aux normes et aux exigences d'étiquetage
	(3) Respect des lois et réglementations sur la production	Prévention des risques ● Éliminer les effets sur les ventes	Réduire les risques liés aux substances chimiques ● Réduire les risques liés aux substances chimiques dangereuses en se conformant aux lois et réglementations
Priorité 2 Usines Vertes (approvisionnement et production)	(1) Opérations Usine Verte se traduisant par la compétitivité des prix	Réduction des coûts ● Réduire le coût de l'énergie et des matières premières (réduire les pertes)	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réduction des émissions de CO ₂ pendant la production : 9 200 tonnes Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées : 400 tonnes Restaurer et préserver la biodiversité ● Utilisation durable des ressources en eau
	(2) Recyclage amélioré qui répond aux défis environnementaux de la société	Réduction des coûts ● Réduire le coût des matières premières	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réduction des émissions de CO ₂ à l'étape de l'approvisionnement (objectif fixé au 1 ^{er} trimestre 2015) Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées (objectif fixé au 1 ^{er} trimestre 2015)
	(3) Coopération avec les fournisseurs se traduisant par des prix compétitifs	Réduction des coûts ● Réduire le coût de l'énergie et des matières premières (réduire les pertes)	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réduction du CO ₂ chez les fournisseurs (objectif fixé en accord avec chaque fournisseur cible) Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Utilisation efficace des ressources (fixé en accord avec chaque fournisseur cible)
	(4) Respect des lois et réglementations sur la production	Prévention des risques ● Éliminer les effets sur la production	Environnement en général ● Réduire l'empreinte écologique en se conformant aux lois et réglementations
Priorité 3 Marketing Vert (distribution, ventes et service après-vente, collecte et recyclage)	(1) Résolution des défis environnementaux des clients	Chiffre d'affaires net ● Acquérir des opportunités de vente	Environnement en général ● Réduire l'empreinte écologique du côté du client
	(2) Optimisation de la chaîne d'approvisionnement	Réduction des coûts ● Réduire les coûts de distribution et d'emballage	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réduction des émissions de CO ₂ pendant la distribution (objectif fixé au 2 ^e trimestre 2015) Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées (objectif fixé au 2 ^e trimestre 2015)
	(3) Initiatives 3R pour les produits	Prévention des risques ● Renforcer les initiatives 3R	Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Utiliser efficacement les ressources grâce aux initiatives 3R pour les produits

Remarque : Les objectifs de l'exercice 2016 ont été partiellement modifiés sur la prévision d'une réduction du CO₂ de 40 % sur le cycle de vie des produits, un objectif contraignant.

Objectifs prioritaires de l'exercice 2016

Valeur environnementale Jalons à atteindre Eco Vision 2050	1. Prévenir le réchauffement de la planète	Réduire les émissions de CO ₂ de 40 % sur toute la durée de vie du produit par rapport aux niveaux de 2005 : 2 027 K tonnes (2005) --> 1 216 K tonnes (2016) Réduction du CO ₂ : 172 K tonnes
	2. Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage.....	Ressources réellement utilisées : 33 000 tonnes
	3. Réduire les risques liés aux substances chimiques	Mise en conformité avec les réglementations environnementales sur les produits et le contrôle des émissions
	4. Préserver la biodiversité	Gestion de l'eau du Groupe



Création de valeur nouvelle pour la société et pour la croissance du Groupe

Valeur métier	1. Contribution aux ventes	Ventes de produits verts : 640 milliards de yens (58 % du total des ventes) Éliminer les opportunités de vente perdues dans les demandes des clients relatives à l'environnement Création d'opportunités de vente fondées sur des approches environnementales
	2. Réduction des coûts	Réductions des coûts dans des activités liées à l'environnement (produits, approvisionnement, production, distribution)
	3. Prévention des risques	Élimination des effets négatifs sur les ventes et la production en raison d'une conformité inappropriée avec les réglementations environnementales relatives aux produits et à la production
	4. Stratégie de marque	Maintien dans les principaux indices ISR

Objectifs exercice 2014

Résultats exercice 2014

Valeur métier	Valeur environnementale	Valeur métier	Valeur environnementale
Vente ● Ventes de produits verts : 540 milliards de yens (Part des ventes : 54 %) Réduction des coûts ● Réduire le coût des matières premières	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réduction des émissions de CO ₂ pendant l'utilisation du produit : 50 000 tonnes ● Réduction du CO ₂ à l'étape d'approvisionnement : 70 000 tonnes Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées : 24 000 tonnes Réduire les risques liés aux substances chimiques ● Contrôler les émissions	Vente ● Ventes de produits verts : 547,1 milliards de yens (part des ventes : 54 %) Réduction des coûts ● Réduire le coût des matières premières	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réduction des émissions de CO ₂ pendant l'utilisation du produit : 43 000 tonnes ● Réduction du CO ₂ à l'étape d'approvisionnement : 76 000 tonnes Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées : 24 000 tonnes Réduire les risques liés aux substances chimiques ● Contrôler les émissions
Vente ● Éliminer les occasions de vente perdues	Environnement en général ● Réduire l'empreinte écologique en se conformant aux normes et aux exigences d'étiquetage	Vente ● Éliminer les occasions de vente perdues	Environnement en général ● Réduire l'impact environnemental en se conformant aux normes et aux exigences d'étiquetage
Prévention des risques ● Éliminer les effets sur les ventes	Réduire les risques liés aux substances chimiques ● Réduire les risques liés aux substances chimiques dangereuses en se conformant aux lois et réglementations	Prévention des risques ● Éliminer les effets sur les ventes	Réduire les risques liés aux substances chimiques ● Réduire les risques liés aux substances chimiques dangereuses en se conformant aux lois et réglementations
Réduction des coûts ● Réduire le coût de l'énergie et des matières premières (réduire les pertes)	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réduction des émissions de CO ₂ pendant la production : 1 700 tonnes Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées : 180 tonnes Restaurer et préserver la biodiversité ● Utilisation durable des ressources en eau	Réduction des coûts ● Réduire le coût de l'énergie et des matières premières (réduire les pertes)	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réduction des émissions de CO ₂ pendant la production : 1 900 tonnes Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées : 230 tonnes Restaurer et préserver la biodiversité ● Utilisation durable des ressources en eau
(Nouveau problème important à partir de l'exercice 2015)			
Réduction des coûts ● Réduire le coût de l'énergie et des matières premières (réduire les pertes)	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réductions du CO ₂ chez les fournisseurs : 1 000 tonnes Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées : 300 tonnes	Réduction des coûts ● Réduire le coût de l'énergie et des matières premières (réduire les pertes)	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réductions du CO ₂ chez les fournisseurs : 1 000 tonnes Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées : 300 tonnes
Prévention des risques ● Éliminer les effets sur la production	Environnement en général ● Réduire l'empreinte écologique en se conformant aux lois et réglementations	Prévention des risques ● Éliminer les effets sur la production	Environnement en général ● Réduire l'empreinte écologique en se conformant aux lois et réglementations
Chiffre d'affaires net ● Acquérir des opportunités de vente	Environnement en général ● Réduire l'empreinte écologique du côté du client	Chiffre d'affaires net ● Acquérir des opportunités de vente	Environnement en général ● Réduire l'empreinte écologique du côté du client
Réduction des coûts ● Réduire les coûts de distribution et d'emballage	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réduction des émissions de CO ₂ pendant la distribution : 400 tonnes Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées : 300 tonnes	Réduction des coûts ● Réduire les coûts de distribution et d'emballage	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réduction des émissions de CO ₂ pendant la distribution : 700 tonnes Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées : 250 tonnes
Prévention des risques ● Renforcer les initiatives 3R	Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Utiliser efficacement les ressources grâce aux initiatives 3R pour les produits	Prévention des risques ● Renforcer les initiatives 3R	Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Utiliser efficacement les ressources grâce aux initiatives 3R pour les produits

Remarque : Les formulations de certains problèmes importants et nouveaux problèmes ont été modifiées, selon les résultats d'une analyse de matérialité.

Priorité

1

Produits Verts



green products

Contexte et problématiques

L'intensification des problèmes environnementaux, sociaux et sociétaux tel que le changement climatique, s'accompagnent d'un changement de la société. Le monde évolue : d'une demande concentrée principalement sur l'abondance matérielle, il passe à une ère où la valeur est accordée aux produits et services à valeur ajoutée environnementale et sociale.

Konica Minolta fait de ce changement une opportunité. Nous reconnaissons pleinement l'importance des produits et services innovants et compétitifs qui bénéficient aux clients et à la collectivité. Nous travaillons à développer des solutions aux problèmes sociaux tout en réduisant l'empreinte écologique et en contribuant aux profits du Groupe.

Mesures clés

Procéder à une certification des Produits Verts
Système d'évaluation et de certification des produits performants sur le plan environnemental

- Définir des objectifs chiffrés pour accroître la part des produits verts dans le total des ventes
- Promouvoir la création systématique de produits verts
- Créer de la valeur environnementale adaptée aux différentes activités et caractéristiques des produits pour aider les clients et la collectivité dans son ensemble à réduire son empreinte écologique

Initiatives sur les produits

Système de certification des Produits Verts

Depuis l'exercice 2011, le système de certification des Produits Verts de Konica Minolta est un processus innovant d'évaluation et de certification des produits performants sur un plan environnemental.

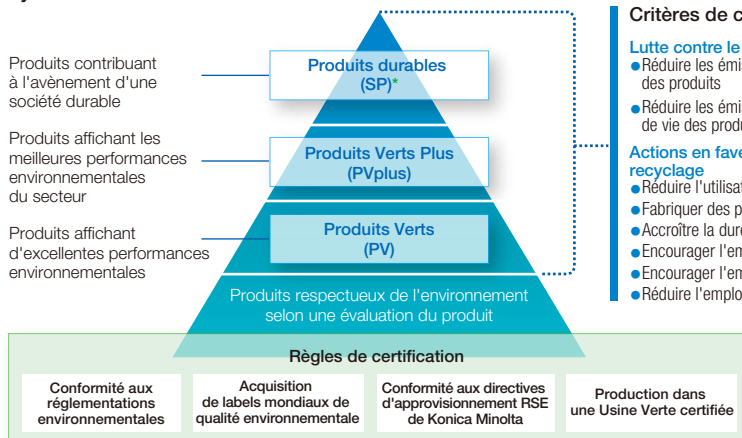
Le système vise à créer une valeur environnementale adaptée aux différentes activités et aux caractéristiques du produit dans le but d'aider les clients à réduire leur empreinte écologique. Tout en se conformant aux normes d'étiquetage environnemental en usage dans les différents pays, Konica Minolta a introduit son propre système pour proposer des produits qui réduisent encore davantage l'empreinte écologique.

Pour être certifié Produit Vert Konica Minolta, un produit doit répondre à des critères spécifiques et présenter des

caractéristiques respectueuses des normes de certification adaptées aux problématiques environnementales. Les objectifs à atteindre sont définis au stade de la conception du produit, et le produit est certifié à l'un des trois niveaux selon qu'il a plus ou moins bien atteint son objectif.

Le plan environnemental à moyen terme 2016 pose des objectifs spécifiques pour accroître la part des ventes totales des Produits Verts certifiés. Afin d'atteindre ces objectifs, Konica Minolta développe des produits hautement compétitifs favorisant la réduction de l'impact environnemental des clients et de la Société, tout en améliorant les profits. Dans le même temps, le Groupe publie la performance environnementale de ses produits certifiés au travers de ses catalogues produits et de ses sites internet, afin d'informer le public sur ses efforts.

Système de certification des Produits Verts



Critères de certification (extraits)

- Lutte contre le réchauffement climatique**
- Réduire les émissions de CO₂ découlant de l'utilisation des produits
 - Réduire les émissions de CO₂ sur l'ensemble du cycle de vie des produits
- Actions en faveur d'une société orientée vers le recyclage**
- Réduire l'utilisation des matières premières pétrolières
 - Fabriquer des produits plus compacts et plus légers
 - Accroître la durée de vie des produits
 - Encourager l'emploi de matériaux recyclés et réutilisés
 - Encourager l'emploi de matériaux à base de plantes
 - Réduire l'emploi de métaux rares

- Réduire les risques associés aux substances chimiques**
- Restreindre l'emploi de substances chimiques dangereuses
- Restauration et préservation de la biodiversité**
- Utiliser les ressources biologiques de manière durable
- Innovation dans les procédés de fabrication**

* Pour satisfaire le critère de certification des Produits durables, le produit doit non seulement atteindre une performance environnementale supérieure à celle obtenue par les produits précédents, mais également intégrer une technologie novatrice. Tout en cherchant naturellement à réduire l'impact environnemental de tous nos produits, en définissant notamment un niveau de certification très strict, nous entendons également promouvoir l'innovation et contribuer ainsi de manière plus proactive au développement durable.

Davantage de Produits Verts certifiés

Pendant l'exercice 2014, Konica Minolta a mis sur le marché 33 nouveaux modèles de Produits Verts certifiés, atteignant ainsi un total de 147. Les ventes de produits verts en 2014 ont atteint 547,1 milliards de yens, soit 54% des ventes totales du groupe. Cette augmentation considérable par rapport aux 41% (389,6 milliards de yens) de 2013 a aidé les clients et la collectivité à réduire leur empreinte écologique et contribué à une croissance des profits pour Konica Minolta. Toujours pendant l'exercice 2014, les produits verts ont contribué à la réduction des émissions de CO₂ de 43 milliers de tonnes dans l'utilisation des produits pour 24 milliers de tonnes de ressources réellement utilisées.

Ventes de produits verts

	Exercice 2014 Objectif	Exercice 2014 Résultats	Exercice 2016 Objectif
Vente	540,0 milliards de yens	547,1 milliards de yens	640,0 milliards de yens
Part du total des ventes	54%	54%	58%

Exemples de technologies environnementales qui permettent la création de Produits Verts

Recyclage amélioré

■ PC/PET recyclable

Konica Minolta s'est appliquée à développer une technologie novatrice pour le recyclage des bouteilles à boissons en PET en un matériau plastique doté d'une résistance mécanique, d'une résistance à la flamme et d'une utilisabilité suffisantes pour l'enveloppe externe des imprimantes multifonction. En utilisant une technologie d'alliage de polymère pour obtenir de meilleures performances par l'association de différentes résines, la société a développé un plastique à base de PC/PET recyclé, qui est un matériau composite fait de polycarbonate (PC) recyclé. Ce matériau a été le premier à être utilisé dans le secteur pour l'enveloppe externe des imprimantes couleur multifonction, dans la série bizhub de Konica Minolta.



bizhub PRESS 2250P construite en PC/PET recyclés

■ Recyclage de bouteilles de lait

Konica Minolta recycle des bouteilles de lait en polyéthylène, largement distribuées en Europe et aux États-Unis, pour en faire des bouteilles de toner pour multifonctions.

Il a développé une technologie de lavage qui élimine l'odeur du lait et les minuscules cellules qui dégraderaient la qualité et a installé un système de production en série au Mexique et en Malaisie. L'entreprise a l'intention de faire passer de 25% à 100% la proportion de matériau recyclé dans les matières premières utilisées dans les récipients de toner.



Bouteilles de toner en matériau recyclé

Diode électroluminescente organique (OLED)

Les OLED, qui utilisent un matériau organique émettant de la lumière lorsqu'il est stimulé par un courant électrique, sont très prometteuses comme source d'éclairage à faible empreinte écologique de la prochaine génération. Grâce à sa technologie propriétaire, Konica Minolta est l'un des premiers à avoir orienté sa R&D dans les applications pratiques des OLED. En juin 2014, il a atteint la plus forte efficacité lumineuse* d'une OLED avec 139 lm/W, ce qui dépasse celle des LED



Tulipes à OLED, la première illumination de fleurs à OLED au monde

* En juin 2014.

Imprimante textile

L'imprimante jet d'encre textile rend superflus le clichage des plaques et le mélange des apprêts colorés, opérations qui étaient nécessaires à la sérigraphie conventionnelle. Elle contribue également à réduire la consommation d'énergie et de ressources ainsi que la production de déchets, car elle permet une production à la demande qui n'utilise que la quantité d'encre et de support nécessaire. Comparée à la sérigraphie conventionnelle, elle réduit sensiblement l'empreinte écologique, avec une réduction de 97% de la consommation d'apprêt, de 62% de celle des ressources en eau et de 57% de celle d'électricité.



Imprimante jet d'encre pour textile Nassenger PRO1000

Priorité

2

Usines Vertes



green factory

Contexte et problématiques

Les problématiques environnementales et l'envolée du coût de l'énergie ont un fort impact sur la gestion des entreprises.

Pour optimiser les processus de production, nous déployons de nombreux efforts pour minimiser la consommation d'énergie et de ressources. Cela passe par la réduction du gaspillage dans les processus de fabrication et le développement de technologies de production qui réduisent les émissions de CO₂, de déchets et de substances chimiques.

Nous sommes également conscients de la nécessité d'accompagner nos fournisseurs dans la réduction de leur empreinte écologique.

Mesures clés

Procéder à une certification d'usine verte
Système facilitant l'évaluation complète des activités environnementales sur les sites de production

- Encourager les activités conformes à la stratégie de production de chaque activité et de chaque site de fabrication
- Créer de la valeur à la fois pour la Société et pour l'entreprise en réduisant simultanément l'empreinte écologique et les coûts

Favoriser les activités de Fournisseur vert qui facilitent une réduction de l'empreinte écologique avec les fournisseurs

- Réduire l'empreinte écologique en apportant la technologie et le savoir-faire de Konica Minolta en matière d'environnement aux fournisseurs

Initiatives de production

Système de certification Usine Verte

Depuis 2010, Konica Minolta gère son système de certification Usine Verte à des fins d'évaluation complète des activités environnementales de ses sites de production. L'objectif d'un tel système est de réduire les coûts et de limiter l'impact environnemental de ses usines, en développant des activités en adéquation avec l'essentiel de la stratégie de production dans chaque activité. La certification du système exige non seulement la réalisation d'objectifs liés à la lutte contre le changement climatique, le soutien à

l'avènement d'une société basée sur le recyclage, la réduction du risque lié aux substances chimiques ainsi que la restauration et la préservation de la biodiversité. Le système incarne le savoir-faire de Konica Minolta et contribue à améliorer la qualité des activités relatives à l'environnement.

En 2015, toutes les unités opérationnelles s'appliquent à atteindre le niveau 2.

Remarque : Une unité opérationnelle unique est une entreprise engagée dans les mêmes activités de production y compris sur différents sites. Un site unique peut englober plusieurs unités opérationnelles.

Critères de certification Usine Verte

Gestion des objectifs	Indicateurs		Niveau 1	Niveau 2
Lutter contre le réchauffement climatique	Émissions de CO ₂ (par unité de production ^{*1})		Baisse de 12% ^{*2}	Baisse de 20% ^{*2}
Encourager l'avènement d'une société fondée sur le recyclage	Politique zéro déchet	Déchets rejetés en externe (par unité de vente)	Baisse de 30% ^{*2}	Baisse de 50% ^{*2}
		Taux de déchets ultimes du total des déchets	0,5 % ou moins	0,5 % ou moins
	Quantité de déchets à base de matières premières pétrolières (par unité de vente)	Baisse de 30% ^{*2}	Baisse de 50% ^{*2}	
Réduire les risques liés aux substances chimiques	Émissions atmosphériques de composés organiques volatiles (COV)		Objectifs de 2011 atteints pour chaque site conformément au Plan environnement à moyen terme 2015	Atteintes des objectifs de 2015 pour chaque site conformément au Plan environnement à moyen terme 2015
	Directives concernant la gestion des risques de contamination des sols		-	Conforme aux directives
Restaurer et préserver la biodiversité	Directives concernant la préservation de la biodiversité (considération des ressources en eau et des eaux usées et gestion appropriée de la végétation sur les sites de production)		-	Conforme aux directives
Activités reposant sur les directives	Taux de réalisation des catégories désignées		70 % ou plus	90 % ou plus

*1 Par unité de production : impact environnemental en termes de rendement ou de volume de production.

*2 L'année de référence est l'exercice 2005. C'est sur la base de ces données (année de référence) que les critères adaptés aux caractéristiques de l'usine sont établis.

Davantage de sites d'usines vertes de niveau 2 Certification

En 2014, six autres unités (cinq au Japon et une en Chine) ont atteint le niveau 2, amenant le total à 14 unités (10 au Japon et 4 en Chine). Les quatre unités restantes s'appliquent à y parvenir au cours de l'exercice 2015.

Principales mesures d'économie d'énergie

Améliorer la productivité	Analyse du travail en génie industriel, amélioration des taux de rendement, installation de machines automatiques, réduction du takt time, optimisation de l'espace de production
Optimiser le temps de fonctionnement des équipements	Arrêt de production durant les temps d'indisponibilité, réduction de la consommation d'énergie en veille
Reconsidérer le fonctionnement de la climatisation	Optimisation des réglages de température, optimisation du temps de fonctionnement
Économiser l'énergie dans l'éclairage	Réduction de l'éclairage, conversion à un éclairage à haut rendement
Économiser l'énergie dans les machines de moulage	Chauffage infrarouge, installation de servomoteurs, isolation des chauffe-eau
Économiser l'énergie utilisée pour l'air comprimé	Installation d'inverseurs, optimisation de la pression d'air
Reconsidérer l'utilisation des groupes frigorifiques	Intégration des groupes frigorifiques, remise en cause du réglage de la température de sortie
Utilisation de la chaleur perdue	Réduction de la production de vapeur par l'utilisation de la chaleur perdue par les appareils de déshumidification
Réduire les pertes de chaleur par rayonnement	Isolation des conduits de vapeur, intégration des tuyauteries, réduction des fuites de vannes

Principales mesures de réduction et de recyclage des ressources

Réduire les pertes en matières premières	Amélioration des taux de rendement des matériaux, des pièces et des produits
Réduire les matériaux d'emballage	Passage à un emballage simple, augmentation des quantités emballées
Réutiliser les matériaux d'emballage	Passage à des conteneurs d'expédition réutilisables à l'intérieur de l'entreprise, entre sites de production et avec les fournisseurs de pièces
Réduire les chutes de moulage	Adoption de moules sans chutes de moulage, minimisation et recyclage interne des chutes de moulage
Réduire les rebuts de presse	Réduction du pas d'entraînement à son minimum
Réduire les matériaux de support	Réutilisation des solvants de nettoyage et de l'huile des machines de moulage
Réutiliser les palettes	Adoption de palettes réutilisables avec les fournisseurs de pièces, modification de la taille des palettes de pièces et réutilisation pour expédier les produits

Unités ayant atteint le niveau 2 lors de l'exercice 2014

Unité	Pays/Région
Konica Minolta Business Technologies (Dongguan) Co., Ltd.	Chine
Konica Minolta Electronics Co., Ltd.	Japon
Konica Minolta Supplies Manufacturing Kansai Co., Ltd.	Japon
Toyohashi Precision Products Co., Ltd.	Japon
Konica Minolta Electronics Co., Ltd.	Japon
Konica Minolta, Inc., Inkjet Business Unit	Japon

Exemple des actions menées par une unité qui a atteint le niveau 2

Recherche d'économies d'énergie dans l'atelier de production, y compris avec les machines de moulage et les groupes frigorifiques Konica Minolta Business Techno Co., Ltd.

Konica Minolta Business Technologies (Dongguan) produit des multifonctions dans la ville de Dongguan au Guangdong (Chine).



Konica Minolta Business Technologies (Dongguan)

L'usine a réalisé des économies d'énergie sensibles en améliorant la méthode de chauffage pour les machines de moulage et en modifiant les réglages de température des groupes frigorifiques.

Le passage du chauffage électrique au chauffage infrarouge pour les machines de moulage a augmenté l'efficacité du chauffage, le rendant plus rapide. De plus, l'ajout d'une isolation à la surface des chaudières a réduit les pertes de chaleur par rayonnement et contribué à réduire la charge de la climatisation en évitant une hausse de la température dans les locaux.

Les réglages de température des groupes frigorifiques ont été modifiés selon les résultats d'une évaluation d'économies d'énergie menée par un expert de Konica Minolta. L'élévation de ces réglages des groupes frigorifiques destinés à la climatisation générale a entraîné des économies d'énergie grâce à un meilleur rendement.

Initiatives liées à l'approvisionnement

Activités de fournisseur vert

Konica Minolta mène des activités de Fournisseur vert destinées à réduire son empreinte écologique avec ses fournisseurs.

En 2014, l'entreprise a lancé ces activités en collaboration avec deux fournisseurs. Des experts en gestion de l'énergie

et du gaspillage ont visité les usines des fournisseurs et ont proposé des mesures de réduction à partir de la situation existante. Ils ont travaillé avec les fournisseurs pour formuler et mettre en oeuvre des plans d'amélioration.

Priorité

3

Marketing Vert



Contexte et problématiques

Avec le changement climatique, les préoccupations environnementales des clients sont de plus en plus importantes. Dans ce contexte, Konica Minolta accompagne les consommateurs dans la réduction de leur empreinte écologique.

C'est pourquoi le Groupe propose des produits et des services qui contribuent à réduire l'impact environnemental des clients dans l'environnement bureautique. De plus, le Groupe reconnaît la nécessité d'atteindre une plus grande efficacité dans ses activités de transport, de vente et de services, ce qui se traduit également par une baisse des coûts et de l'empreinte écologique.

Mesures clés

Mettre en place des activités de marketing vert pour des produits et des services respectueux de l'environnement :

- Aider la Société dans son ensemble à réduire son empreinte écologique en fournissant des produits et services répondant aux besoins des clients en matière d'environnement.
- Mettre à profit la technologie et le savoir-faire de Konica Minolta pour aider les clients à résoudre les défis environnementaux.
- Travailler sur les défis identifiés dans chaque région, par exemple sur l'amélioration de la distribution, l'emballage, les ventes et les services et la mise en place d'un système de récupération et de recyclage des produits.

Initiatives liées aux ventes et au service après-vente

Des services d'impression optimisés pour les clients

Les services d'impression Optimised Print Services (OPS) proposés par Konica Minolta sont une solution pour optimiser l'utilisation de périphériques d'impression tels que des imprimantes et des périphériques multifonctions. Konica Minolta rend les services OPS disponibles dans le monde entier. Les sociétés ayant signé des contrats à l'échelle mondiale couvrent un large éventail de secteurs, tels que les banques, les assurances, les transports, les machines industrielles et l'électroménager.

L'optimisation de l'infrastructure d'impression grâce à OPS ne se contente pas de renforcer la productivité et de réduire les coûts des clients, elle les aide également à réduire leur empreinte écologique. Par exemple, le regroupement de plusieurs périphériques en une seule imprimante multifonction et leur renouvellement permettent des économies d'énergie. Le contrôle permanent de l'utilisation du périphérique permet une réduction des impressions inutiles tandis que la numérisation des documents permet de réduire l'espace de stockage et la consommation de papier.

Création de valeur partagée avec les clients

En plus des efforts de réduction de l'empreinte écologique due à ses seules activités commerciales, Konica Minolta encourage une initiative qui soutient la gestion environnementale de ses clients en vue d'apporter une contribution plus importante à la protection de l'environnement planétaire.

Le but de cette initiative consiste à travailler en partenariat avec les clients pour résoudre leurs défis environnementaux en faisant appel à la technologie et au savoir-faire cultivé depuis de nombreuses années dans nos activités environnementales. Konica Minolta et ses clients axent leurs efforts sur les trois initiatives vertes que sont les produits verts, les usines vertes et le marketing vert.

Par cette initiative, Konica Minolta renforce sa coopération avec ses clients et espère renforcer encore sa technologie et son savoir-faire en répondant aux besoins très larges des clients dans de nombreux domaines. Ainsi, Konica Minolta vise à créer une valeur partagée avec ses clients et atteindre une croissance durable avec eux.

Initiatives liées à la distribution

Réduction des émissions de CO₂ associées à la distribution

Pour réduire les émissions de CO₂ liées à la distribution, il est essentiel d'améliorer l'efficacité du transport et d'utiliser des méthodes dotées d'une faible empreinte écologique. Konica Minolta réduit les émissions de CO₂ des opérations de distribution en réduisant les distances de transport. Par l'optimisation des itinéraires de distribution dans le monde entier, le Groupe réduit le nombre de conteneurs par un chargement plus efficace tout en réduisant la fréquence des transports aériens.

En 2014, Konica Minolta a amélioré la capacité de charge des conteneurs livrant les équipements destinés aux entreprises dans les pays européens à partir du centre de distribution allemand, grâce à un programme de simulation de chargement en Europe. L'entreprise a également ouvert un centre de distribution en Europe de l'Est, permettant ainsi un transport plus efficace des équipements destinés aux entreprises. Alors que les produits étaient transportés d'un site de fabrication en Chine vers l'Europe de l'Est via un centre de distribution situé en Allemagne, l'expédition directe vers le centre de distribution d'Europe de l'Est a réduit la distance de transport.

Au Japon, Konica Minolta a également renforcé l'efficacité du transport en regroupant dans la région de Kanto les sites de stockage des produits de santé précédemment dispersés dans le pays.

De plus, l'entreprise travaille à réduire ses émissions de CO₂ en réduisant la fréquence des transports aériens grâce à une planification plus précise de la demande ainsi que par l'adoption de tournées de ramassage qui collectent le chargement de plusieurs fabricants en même temps.

Réduction des matériaux d'emballage

Au cours de l'exercice 2014, Konica Minolta a oeuvré à réduire les matériaux d'emballage des pièces de rechange dont le volume de distribution est élevé. Elle a étudié la situation de l'acheminement dans chaque pays et réduit la taille des emballages en optimisant la résistance aux chocs pendant le transport.

Une réduction de la taille et du poids des produits a minimisé l'utilisation des matériaux d'emballage et contribué à la réduction des émissions de CO₂ en améliorant l'efficacité du transport.



Petits emballages des pièces de rechange (ancienne configuration à droite, nouvelle configuration plus petite à gauche)

Initiatives de recyclage des produits

Recyclage des produits informatiques

Konica Minolta développe des systèmes de recyclage des produits informatiques dans le monde et s'efforce d'améliorer le taux de recyclage.

Au Japon, l'entreprise collecte les systèmes d'impression en fin de vie par l'intermédiaire des sociétés puis en démonte et sépare les composants sur sept sites dans tout le pays. Les composants sont séparés en métaux, plastiques et autres catégories et expédiés vers différentes

entreprises de traitement pour être recyclés en matériaux réutilisables ou en combustible.

Konica Minolta a également créé son programme Clean Planet, un système de récupération gratuite et de recyclage des cartouches de toner d'imprimantes laser au Japon, dans 18 pays européens et aux États-Unis. Aux États-Unis, le programme a été étendu pour accepter les bouteilles de toner usagées des systèmes d'impression.

Machines collectées au Japon pendant l'exercice 2014

Taux de collecte estimé

70%

Taux de recyclage (en poids)

98%

Gagner la confiance des clients

Konica Minolta oeuvre à maximiser la satisfaction et la confiance des clients en fournissant des produits et services performants.

Le Groupe a exprimé sa démarche fondamentale pour y parvenir dans la Politique de Qualité de Konica Minolta, qui régit les entreprises du Groupe dans le monde. Garantir des produits et services fiables est une question particulièrement importante. Par conséquent, Konica Minolta a instauré un système d'assurance qualité unifié sur l'ensemble du Groupe et envisage l'assurance qualité sur la totalité du cycle de vie du produit. Konica Minolta est déterminé à contribuer à la création d'un monde meilleur en relevant les défis des clients et de la collectivité et, à cette fin, cherche à approfondir ses relations avec ses clients pour être en mesure d'identifier et de satisfaire à la fois leurs besoins latents et leurs demandes spécifiques.



Priorité 1

1

Garantir la sécurité des produits et prévenir les problèmes de qualité

-Exercice 2010 Exercice 2011 Exercice 2012 Exercice 2013 Exercice 2014

Exercice 2010 : Mettre en place une formation complète à la sécurité des produits pour les techniciens Konica Minolta

Exercice 2010 : Extension de la réalisation d'une carte des risques pour l'évaluation de la sécurité et niveaux d'évaluation relevés

Exercice 2014 : Développement d'une formation sur la sécurité axée sur l'évaluation du risque

Exercice 2011 : Mise en place d'un système de double assurance qualité

Exercices 2013-14 : Auto-évaluations de la gestion de la qualité utilisées pour analyser les problèmes de qualité

Priorité 2

2

Augmentation de la satisfaction des clients

Exercice 2011 : Actions lancées pour améliorer la gestion de la relation client

Exercice 2012 : Indicateurs établis pour la gestion de la relation client

Exercices 2013-14 : Bonnes pratiques déployées de façon croisée par des conférences mondiales sur la RC

Exercice 2014 : Initiatives prises pour améliorer la GRC par le développement d'une coopération production marketing

Priorité

1

Assurer la sécurité des produits et prévenir les problèmes de qualité

Contexte et problématiques

Depuis ces dernières années, les clients et la collectivité en général exigent des produits et services de plus en plus performants. Konica Minolta pratique l'évaluation des risques dans tout le Groupe, en axant ses efforts sur la prévention des dysfonctionnements de qualité dus à des comportements défectueux et des accidents dus à des dysfonctionnements de sécurité des produits. Une formation sur la sécurité des produits fondée sur la pratique est mise en oeuvre dans tout le Groupe afin de renforcer la sensibilisation de chaque collaborateur à la sécurité. De plus, Konica Minolta a établi des normes de sécurité des produits encore plus rigoureuses afin de prévenir des accidents. Si un problème de qualité survient, l'entreprise relaie l'information et s'efforce de le résoudre rapidement et de façon adaptée.

Mesures clés

Prévenir les incidents majeurs liés aux produits

- Appliquer des pratiques d'évaluation des risques dans le cadre de la formation à la sécurité des produits

Éviter les incidents produit

- Faciliter la visualisation des risques de qualité tout au long du cycle de vie du produit
- Relayer les informations relatives aux problèmes de qualité et croiser le déploiement des contre-mesures

Principales initiatives de l'exercice 2014

L'ajout d'un programme d'amélioration de l'évaluation du risque

Depuis l'exercice 2010, Konica Minolta organise des formations à l'échelle du Groupe sur la sécurité des produits pour les techniciens impliqués dans la conception et le développement, le processus de fabrication, l'approvisionnement et l'assurance qualité. Les formations ont vocation à enrichir les connaissances des techniciens en matière de sécurité des produits et à développer leur maîtrise des problèmes potentiels.

Pendant l'exercice 2014, le Groupe a lancé un programme d'amélioration de l'évaluation des risques fondé principalement sur l'identification des risques et une pratique d'évaluation à partir des équipements existants pour que les connaissances et savoir-faire acquis lors des formations précédentes puissent être mises en pratique dans le travail. Des questionnaires ont été remplis par les participants à la fin du programme et leur retour d'information a permis d'évaluer l'efficacité des formations et d'en améliorer le contenu.

Désormais, Konica Minolta continuera à former et à sensibiliser les collaborateurs sur la sécurité des produits par des programmes de formation permanente.



Programmes d'amélioration de l'évaluation des risques utilisant les équipements existants

Partage d'informations sur les problèmes de qualité et déploiement croisé de mesures de réaction à l'intérieur du Groupe

Konica Minolta redouble d'efforts à l'échelle de tout le Groupe pour communiquer les informations concernant les dysfonctionnements de qualité et déployer de façon croisée des mesures de réaction sous la forme de la politique « One Konica Minolta » lancée au cours de l'exercice 2013 et dont le but consiste à accroître la prise de conscience des problèmes de qualité, permettant ainsi de résoudre précocement les dysfonctionnements et d'assurer une meilleure réponse.

Au cours de l'exercice 2014, le Groupe a mené des évaluations de capacité de production sur 19 sites de fabrication, y compris hors du Japon. Des personnels de chaque site servent d'évaluateurs dans cette évaluation croisée mutuelle des établissements. Les évaluations sont conçues pour révéler les problèmes de chaque site par la quantification de plusieurs aspects tels que les 5S (Supprimer l'inutile, Situer les choses, faire Scintiller, Standardiser les règles, Suivre et progresser), la visualisation, l'élimination des pratiques inefficaces et la gestion d'usine. Les 5S et la visualisation sont destinées à encourager des améliorations proactives dans l'atelier de production en fournissant des lignes directrices constituées d'idéaux donnés en modèle. De plus, les bonnes pratiques sont déployées de façon



Évaluation de la capacité de production

croisée par un partage des résultats et des exemples d'initiatives de chaque site sur l'intranet de la société.

Priorité

2

Améliorer la satisfaction des clients

Contexte et problématiques

Dans ses activités d'équipements pour les entreprises, d'appareils médicaux et d'instruments de mesure, Konica Minolta est déterminé à renforcer la confiance de ses clients en développant et en maintenant des relations à long terme. Il espère établir une notoriété qui poussera les clients à recommander Konica Minolta aux autres clients potentiels. C'est pourquoi la société rassemble activement les impressions de ses clients, les réutilise via un système qu'elle a créé pour améliorer ses produits et services, et qu'elle s'efforce sans cesse de perfectionner sa relation clients afin d'aider sa clientèle à réaliser ses objectifs.

Mesures clés

Améliorer la gestion de la relation client

- Élaborer des actions de coopération développement-production-marketing dans chaque activité sur la base du retour d'informations clients
- Mettre en place des indicateurs de mesure de la GRC dans chaque activité et les mettre en oeuvre à l'échelle mondiale

Principales initiatives de l'exercice 2014

Encourager l'adoption de la télémaintenance dans l'activité Santé

Les produits proposés par le secteur Santé sont utilisés dans des services traitant des affections mortelles, aussi ce secteur se doit-il d'être extrêmement réactif en cas de panne ou de dysfonctionnement. C'est pourquoi Konica Minolta s'applique à améliorer le temps de réponse de son centre d'appels pour minimiser les durées d'indisponibilité des équipements de diagnostic. Nous avons mis au point des indicateurs clés de performance (KPI) centrés sur la réduction du temps d'attente des clients au téléphone, l'amélioration des capacités de résolution des problèmes par le centre d'appels et l'augmentation de la satisfaction des clients, que nous avons ainsi pu améliorer.

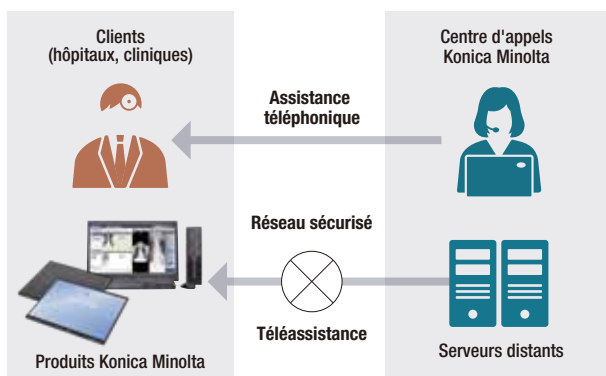
Dans le cadre de cette action, le centre d'appels du Japon encourage l'adoption de la télémaintenance pour résoudre rapidement les problèmes en pilotant à distance par Internet les produits situés dans les locaux des clients.

Ce système permettant de résoudre les problèmes sans envoyer d'ingénieurs, il réduit les temps d'indisponibilité des produits et par conséquent l'interruption du diagnostic dans les établissements de soins.

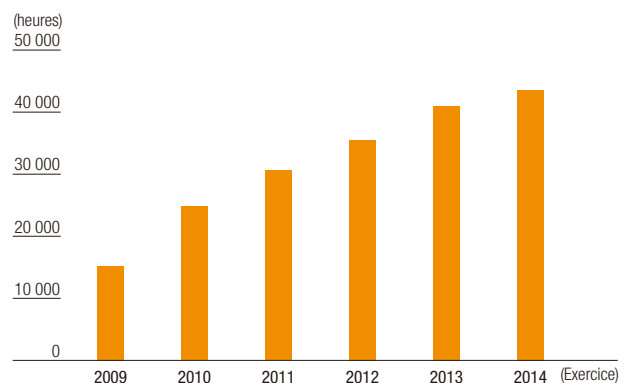
Au cours de l'exercice 2014, environ 50% des appels reçus par le centre d'appels provenaient de clients utilisant la télémaintenance. Il en a résulté une baisse des temps d'interruption d'environ 45 000 heures par an*, soit une amélioration de 65% sur les cinq années précédentes. Grâce à l'adoption de la télémaintenance, la réduction des envois de techniciens a entraîné une réduction de coût d'environ 70 millions de yens. De plus, l'indicateur KPI « amélioration de la capacité du centre d'appels à résoudre les problèmes par lui-même » s'est amélioré, passant d'environ 60% lors de son ouverture à environ 80% aujourd'hui.

* Calcul basé sur les indicateurs de Konica Minolta

Système de télémaintenance



Réduction des temps d'arrêt



Déploiement mondial d'enquêtes de NPS pour mesurer la gestion de la relation client dans l'activité Équipements pour les entreprises

En avril 2012, l'activité Équipement pour les entreprises a créé une division Relation client (RC) et adopté le score NPS* comme son indicateur cible. Développant une approche scientifique, elle a intégré le score NPS à l'enquête traditionnelle de satisfaction client et l'a déployée à l'échelle mondiale. Dans le but d'améliorer la satisfaction client, des mesures ont été mises en oeuvre pour analyser les retours d'information clients sur le Groupe. Cette enquête a aidé le Groupe à mesurer les points de vue des clients et à savoir si le Groupe avait un réel impact et si les clients recommanderaient ainsi la société à d'autres clients potentiels. Elle a également évalué comment les produits de la société contribuaient aux activités des clients.

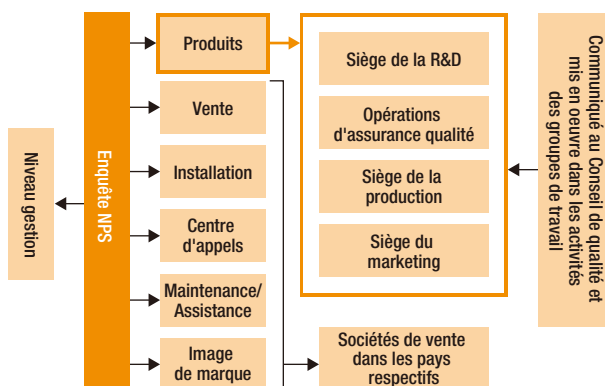
Pour l'exercice 2013, la division RC a mené une enquête NPS au niveau mondial en utilisant les mêmes critères pour les marchés japonais, américain et allemand. Les résultats de l'analyse ont permis d'identifier des problèmes communs qui n'auraient pas pu être détectés simplement à partir des spécifications d'un produit. En réponse à ces problèmes, les départements Développement, Production et Marketing ont examiné ensemble des contre-mesures transversales, créé une équipe de réponse composée de membres du siège de la R&D et de l'assurance qualité, et progressé par des améliorations de produits existants et par la conception et l'évaluation de nouveaux produits. Ensuite, en intégrant ces résultats d'amélioration dans le cycle PDCA pour vérifier la

prochaine enquête NPS mondiale, le groupe réalisera la démarche d'amélioration continue.

Au cours de l'enquête de l'exercice 2014, la division RC a contrôlé en permanence comment les améliorations apportées aux produits existants et le développement de nouveaux produits changeaient la satisfaction client concernant les problèmes identifiés au cours de l'exercice précédent. En retournant les résultats de l'analyse au siège de la R&D et en s'appliquant avec fermeté à résoudre les problèmes, ils ont développé une culture de développement novateur des produits qui a un réel impact sur les clients.

* NPS (Net Promoter Score) : indicateur servant à mesurer le pourcentage de clients ayant recommandé l'entreprise et ses produits et services à d'autres.

Système de résolution des problèmes commençant par une enquête NPS



Focus Conférence mondiale sur la relation client organisée pour mettre en commun les dysfonctionnements et initiatives mondiaux

Depuis l'exercice 2013, Konica Minolta organise tous les ans une Conférence mondiale sur la relation client en collaboration avec ses sociétés de vente au Japon et à l'extérieur afin de déployer des initiatives destinées à améliorer la gestion de la relation client à l'échelle mondiale. Le partage des divers dysfonctionnements et des diverses initiatives liés à l'amélioration de la relation client dans le monde et les connaissances acquises par ces efforts conduisent à la poursuite des meilleures pratiques dans tout le Groupe.

Au cours de l'exercice 2014, la deuxième conférence a eu lieu en janvier 2015. Les directeurs de la relation client des sociétés de vente du Japon, des États-Unis, d'Europe et de la région Asie-Pacifique ainsi que des membres des départements Développement, Production et Marketing ont assisté à la conférence et ont participé à deux journées de discussions fructueuses. La première journée a été consacrée au partage de nos connaissances sur la mise en place et l'utilisation de KPI au niveau mondial, à l'adoption d'une « enquête transactionnelle » pour mesurer la satisfaction client en réponse aux actions de chaque société, à la présentation de la méthode de Carte du parcours client* utilisée par une société de vente américaine et à l'adoption d'un programme

de formation destiné aux directeurs de la relation client et aux dirigeants. Ces activités ont été suivies par des décisions sur les actions futures. Le deuxième jour, tous les participants ont participé à un atelier sur la création de valeur client, mise en oeuvre au Japon avant les autres pays, et ils ont découvert des méthodes de réflexion sur la valeur ajoutée perçue par le client.

* Carte du parcours client : méthode d'analyse permettant de visualiser les divers points de contact entre une société/un produit/un service et ses utilisateurs



Conférence mondiale sur la relation client

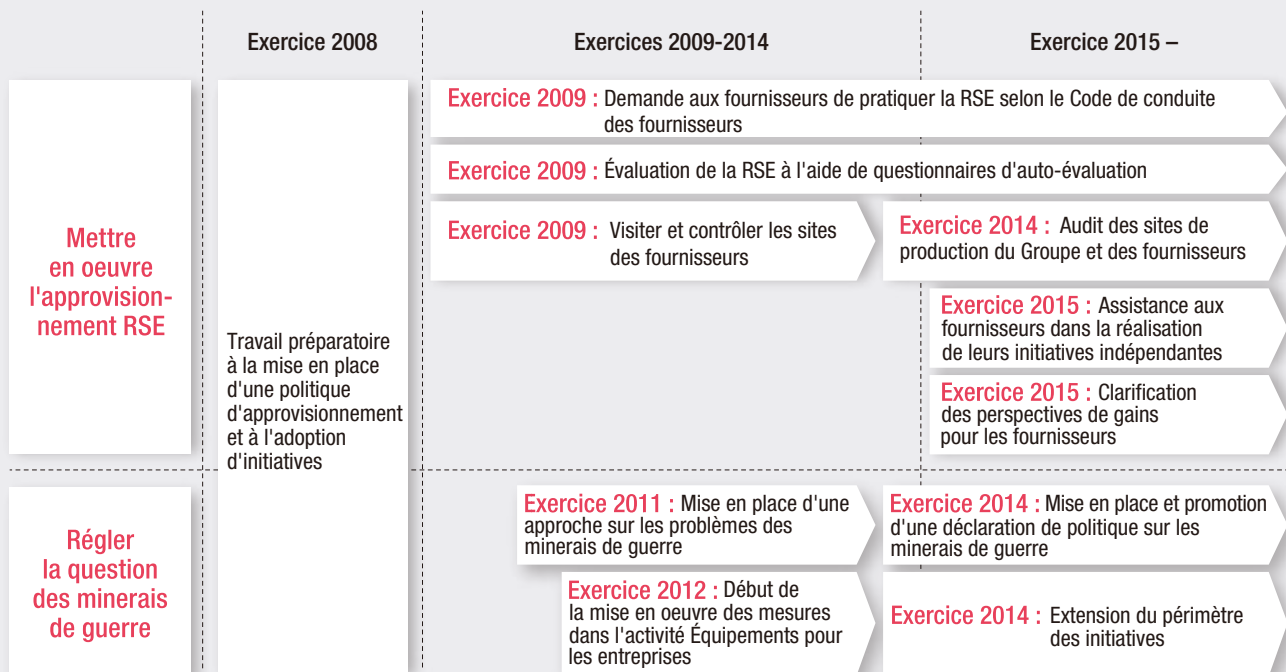
Collaborer avec nos partenaires commerciaux

Konica Minolta considère les fournisseurs qui nous approvisionnent en matières premières et en pièces ainsi que les sous-traitants qui mènent à bien la production comme des partenaires indispensables dans ses activités commerciales. Le Groupe reconnaît qu'il est essentiel d'encourager la RSE non seulement dans ses propres activités, mais également sur toute sa chaîne d'approvisionnement.

C'est pourquoi Konica Minolta favorise l'approvisionnement RSE dans tout le Groupe et demande à ses partenaires commerciaux de prendre en compte les sujets liés aux droits de l'Homme, à l'éthique, à la santé et à la sécurité dans leurs opérations commerciales. De plus, le Groupe prend des mesures pour se conformer aux réglementations sur les minéraux de guerre*1 qui visent à prévenir les violations des droits de l'Homme dans les zones de conflit*2 d'où proviennent les ressources minérales utilisées dans les produits.

*1 Minerais de conflits : Colombie-tantalite (coltan), cassitérite, or, wolframite ou leurs dérivés

*2 Zones de conflits : République Démocratique du Congo ou pays adjacents



Priorité

Promouvoir la RSE sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement

Contexte et problématiques

Convaincu de la nécessité de travailler pour une société durable respectueuse des droits de l'Homme, Konica Minolta coopère avec ses fournisseurs sur l'approvisionnement RSE et la conformité aux réglementations sur les minerais de guerre. L'approvisionnement RSE vise à apporter dans la chaîne d'approvisionnement des améliorations concernant les droits de l'Homme, l'éthique, la santé et la sécurité tout en améliorant la qualité des produits et en réduisant les coûts. Konica Minolta s'efforce d'apporter des améliorations dans sa chaîne d'approvisionnement par des évaluations et des audits fondés sur le Code de conduite des fournisseurs. Concernant la conformité aux réglementations sur les minerais de guerre, qui cherchent à prévenir les violations des droits de l'Homme associés aux conflits armés dans la partie la plus en amont de la chaîne d'approvisionnement, le Groupe procède à des enquêtes auprès des fournisseurs pour se fournir en matériaux non issus de minerais de guerre conformément à une déclaration de politique à ce sujet.

Mesures clés

Mise en oeuvre de l'approvisionnement RSE

- Demande adressée aux fournisseurs de pratiquer la RSE selon le Code de conduite des fournisseurs
- Évaluations et audits RSE
- Soutien aux fournisseurs dans la réalisation de leurs initiatives indépendantes
- Clarifier les perspectives de gains pour les fournisseurs

Régler la question des minerais de guerre

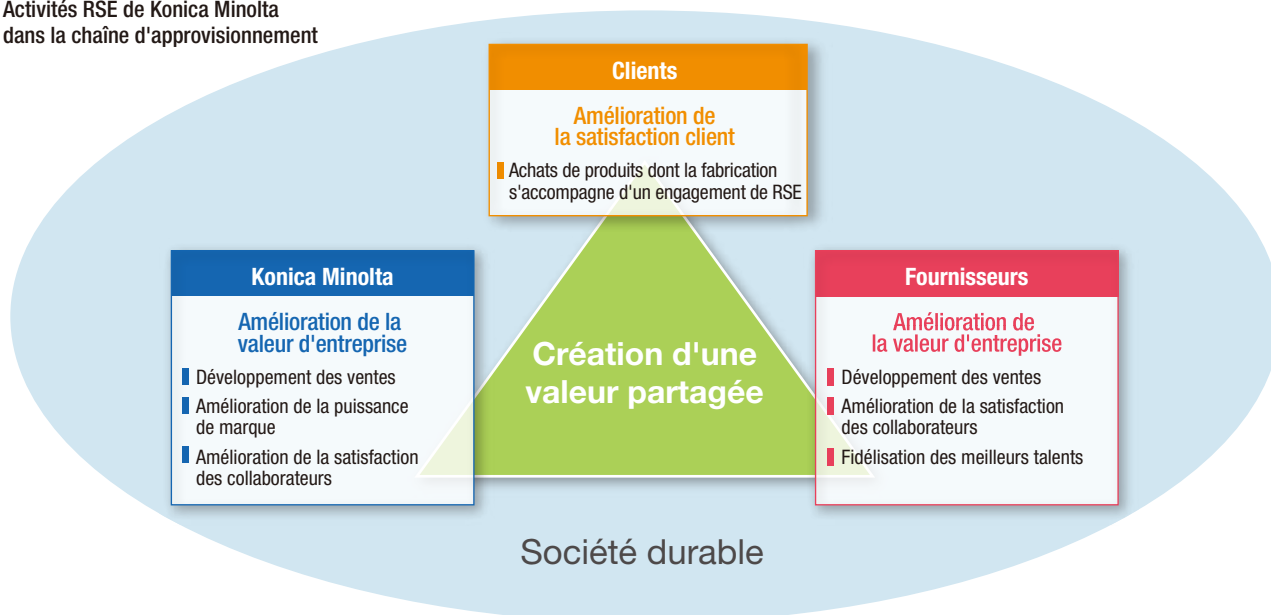
- Élaborer une déclaration de politique sur les minerais de guerre et mettre en oeuvre des mesures
- Assurer la communication appropriée sur les initiatives
- Procéder à une étude sur les minerais de guerre

Approche des activités RSE dans la chaîne d'approvisionnement

Konica Minolta considère que les activités de RSE de la chaîne d'approvisionnement permettent d'établir une société durable respectueuse des droits de l'Homme. Elle croit important d'augmenter la valeur d'entreprise non seulement du Groupe mais également de ses fournisseurs en oeuvrant ensemble au respect des droits de l'Homme et à la résolution de ce problème social dans ses opérations d'approvisionnement et de production, permettant ainsi à ses clients d'acheter des produits en toute sérénité.

Quant à l'approvisionnement RSE, Konica Minolta prévoit de soutenir les fournisseurs, y compris pour la formation d'évaluateurs internes, conjointement à l'identification et à l'amélioration des problèmes par évaluations et audits RSE au moyen d'un questionnaire d'auto-évaluation permettant aux fournisseurs de réaliser leurs initiatives indépendamment.

Activités RSE de Konica Minolta dans la chaîne d'approvisionnement



Principales initiatives de l'exercice 2014 (1) : mettre en oeuvre l'approvisionnement RSE

Mettre en oeuvre l'approvisionnement RSE dans le cadre de l'EICC

En octobre 2013, Konica Minolta est entré à l'EICC* pour renforcer ses activités dans la chaîne d'approvisionnement.

Constituée de plus de 100 entreprises parmi lesquelles figurent les plus grands fabricants mondiaux d'électronique et leurs principaux fournisseurs, l'EICC oeuvre à améliorer les droits de l'Homme, l'éthique, la santé et la sécurité dans la chaîne d'approvisionnement. Pendant l'exercice 2014, tout nouveau membre de l'EICC, Konica Minolta a restructuré la méthode d'évaluation RSE qu'elle utilise pour son approvisionnement et fait procéder à des audits de RSE par des organismes certifiés EICC.

* Electronic Industry Citizenship Coalition : organisme promouvant la SER dans la chaîne d'approvisionnement de l'industrie électronique



Restructuration des évaluations de RSE

Entre l'exercice 2009 et l'exercice 2013, Konica Minolta a mené des évaluations RSE à l'aide d'un questionnaire d'auto-évaluation basé sur des outils et des systèmes de l'EICC. Les évaluations des fournisseurs concernaient en tout 658 sociétés à la fin de l'exercice 2013. Elles ont confirmé qu'avec les sites de production du Groupe, les fournisseurs atteignaient les objectifs fixés par Konica Minolta.

Au cours de l'exercice 2014, Konica Minolta ayant intégré l'EICC, a restructuré son système d'évaluation RSE selon le cadre de travail de l'EICC, tout en conservant son approche de base avec questionnaire d'auto-évaluation. Il a ainsi été possible de partager les résultats de l'évaluation avec les autres sociétés membres de l'EICC.

Audits de RSE par des organisations certifiées par l'EICC

Pendant l'exercice 2014, Konica Minolta a commencé à procéder à des audits de RSE, en complément de ses évaluations, pour vérifier l'état des initiatives sur les droits de l'Homme, l'éthique, la santé, la sécurité et d'autres sujets en se rendant sur les sites de production du Groupe et de ses fournisseurs.

Pendant l'exercice 2014, un audit VAP (Validated Audit Program, processus de vérification validé) de l'EICC a été effectué à l'usine Konica Minolta Business Technologies (WUXI) Co., Ltd., un site de production du Groupe en Chine, en vue d'améliorer les problèmes et de renforcer nos efforts. Le Groupe a également vérifié les résultats d'audit de fournisseurs qui avaient déjà été soumis à un audit VAP de l'EICC.

Les audits VAP sont réalisés par des organismes tiers certifiés par l'EICC. Ils sont menés selon le protocole de l'EICC visant à examiner la conformité des cinq éléments de son code de conduite : travail, éthique, environnement, santé et sécurité ainsi que son système de gestion. Les audits VAP de l'EICC figurent parmi les audits de RSE les plus reconnus au monde.



Audit VAP de l'EICC

Principales initiatives de l'exercice 2014 (2) : régler la question des minéraux de guerre

Établissement d'une politique de conformité avec les réglementations sur les minerais de guerre

Il a été souligné que l'exploitation des ressources minérales de colombite-tantalite (coltan), de cassitérite, d'or, de wolframite ou de leurs dérivés dans la République Démocratique du Congo ou dans les pays voisins pouvait finir par alimenter le conflit.

Pour éviter des violations des droits de l'Homme tels que le travail des enfants ou le travail forcé liés à la guerre, l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) a publié un Guide sur le devoir de diligence pour des chaînes d'approvisionnement responsables en minerais provenant de zones de conflit ou à haut risque, et demande que les sociétés entreprennent des actions responsables dans leurs chaînes d'approvisionnement. De plus, la section 1502 du Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act (2010 aux États-Unis), exige que les entreprises cotées en bourse aux USA communiquent des informations sur les minéraux de guerre extraits dans les zones de conflits.

Konica Minolta considère qu'elle doit assumer sa responsabilité sociale sur ce problème en tant qu'entreprise mondiale. En juin 2014, le Groupe a rédigé et publié la Déclaration de politique Konica Minolta sur les minerais de guerre pour renforcer ses initiatives concernant les réglementations sur ce sujet. Il a renouvelé sa demande aux fournisseurs de coopérer aux enquêtes qu'il effectue depuis l'exercice 2013 selon cette politique. Il a mis au point un système d'enquête sur les minéraux de guerre dans chaque division opérationnelle et procédé à des évaluations.

Enquêtes sur les minerais de guerre dans toutes les divisions opérationnelles

Pendant l'exercice 2014, toutes les divisions opérationnelles de Konica Minolta ont reçu plus de demandes d'informations que l'année précédente sur les minerais de guerre de la part de ses clients. Des réponses ont été apportées à ces demandes selon les enquêtes effectuées auprès des fournisseurs.

L'activité des équipements pour les entreprises, qui constitue le coeur de métier de Konica Minolta et reçoit fréquemment des demandes d'informations, procède à une enquête volontaire sur les minerais de guerre. Pendant l'exercice 2014, elle a effectué l'enquête dans le but d'améliorer le taux de réponse et la précision des réponses en fonction des résultats de l'exercice précédent.

Il en a résulté un taux de réponse supérieur à 90% de la part des fournisseurs, soit beaucoup mieux que les 80% environ de l'exercice précédent. De plus, les réponses étaient plus précises, le nombre de réponses indiquant une origine inconnue étant plus faible que l'année précédente. Le nombre de rapports de fonderies certifiées sans minerais de guerre, qui permet de déterminer quels pièces et matériaux sont exempts de ces minerais, a sensiblement augmenté, passant de 61 sociétés l'année précédente à 199 sociétés, ce qui a permis de vérifier que certaines pièces et certains matériaux n'ont pas été produits à partir de minerais de guerre. Aucune preuve n'a été confirmée d'une quelconque implication des autres pièces et matériaux avec les zones de guerre.

Renforcer notre coopération avec les organisations externes concernées

Konica Minolta participe à la CFSI^{*1}, qui entreprend des initiatives internationales telles que la création de questionnaires liés aux réglementations sur les minerais de guerre et un programme qui audite et certifie les fonderies sans minerais de guerre. Elle participe également au groupe de travail sur le commerce responsable des minerais hébergé par la JEITA^{*2}, une organisation qui collabore avec la CFSI sur les problèmes liés aux minerais de guerre et contribue à ses activités.

Pendant l'exercice 2014, le groupe de travail a continué à encourager la compréhension des réglementations sur les minerais de guerre en déterminant les tendances de ces réglementations et en y réagissant, ainsi qu'en organisant des séances d'informations relatives à l'étude sur les minéraux de guerre.

De plus, Konica Minolta participe au groupe de travail sur l'approvisionnement sans conflit créé par la JEITA avec des entreprises de l'industrie automobile, afin de répondre aux réglementations sur les minéraux de guerre par la coopération entre secteurs.

^{*1} CFSI (Conflict-Free Sourcing Initiative) : organisme international par lequel les sociétés coopèrent pour encourager un approvisionnement responsable incluant les minerais ne provenant pas de zones de guerre, créé par l'EICC et la GeSI (Global e-Sustainability Initiative, un organisme qui promeut la RSE dans le secteur des télécommunications)

^{*2} JEITA : Japan Electronics and Information Technology Industries Association



Nous développer avec nos collaborateurs

Konica Minolta est constituée de personnes de différentes nationalités, parlant des langues différentes et issues de milieux différents.

La source de la compétitivité du Groupe réside dans le partage des valeurs et l'étroite coopération dont fait preuve cette équipe venue de tous horizons. C'est pourquoi Konica Minolta respecte chaque individu et interdit toute discrimination liée à la race, à la religion, à l'origine ou au sexe. Elle s'efforce de former son personnel de manière à tirer le meilleur parti de ses compétences dans une perspective mondiale, en recherchant toujours à créer une valeur nouvelle pour la société.

Konica Minolta axe également ses efforts sur le développement d'une culture attachée à accorder la priorité à la santé et à améliorer la santé et la sécurité sur le lieu de travail à l'échelle du Groupe. L'entreprise cherche à créer un environnement de travail où chaque collaborateur peut réussir tout en bénéficiant d'un bien-être physique et mental.



	-Exercice 2010	Exercice 2011	Exercice 2012	Exercice 2013	Exercice 2014
Priorité 1 Utilisation et développement de diverses ressources humaines	Exercice 2008 : Organisation d'un programme d'échange de collaborateurs entre les entreprises du Groupe au Japon et dans les autres pays				
	Exercice 2009 : Mise en place d'un système commun de gestion des ressources humaines basé sur le Web				
	Exercice 2010 : Organisation d'un programme international pour les cadres dirigeants Exercice 2010 : Mise à disposition de programmes de développement de carrière pour le personnel féminin (ex. : formation aux postes de direction, système de tutorat)				
Priorité 2 Développement d'une culture attachée à « la santé en premier »	Exercice 2010 : Développement d'un Plan de gestion de la santé à moyen terme				Exercice 2014 : Mise en place du plan à moyen terme sur la santé Health KM2016
	Exercice 2011 : Mise en place d'un système fondé sur la déclaration de Konica Minolta sur la santé				
Priorité 3 Promouvoir la santé et la sécurité au travail	Exercice 2009 : Mise en oeuvre de mesures portant sur des sites importants				
	Exercice 2010 : Initiative d'améliorations fondamentales des locaux pour la sécurité			Exercice 2013 : Mise en oeuvre de mesures destinées à développer une culture de la sécurité	

Priorité

1

Multiplier et accroître la diversité des ressources humaines

Contexte et problématiques

Pour croître durablement, une entreprise doit réagir à l'intensification de la concurrence internationale et aux changements des marchés, comme, par exemple, la diversification des besoins des consommateurs. Les collaborateurs talentueux dont le travail dépasse les attentes d'un point de vue mondial et d'un point de vue du client sont la clé du succès.

Pour développer ces talents, il est important d'attirer et de continuer à recruter des collaborateurs aux valeurs diverses. Il est également indispensable de leur offrir un environnement dans lequel leurs talents respectifs pourront être pleinement exercés et utilisés. Par conséquent, chez Konica Minolta, nous déployons énormément d'énergie dans la gestion de nos ressources humaines pour nos plus de 40 000 collaborateurs.

Mesures clés

Améliorer le développement et l'utilisation des ressources humaines à l'échelle mondiale

- Former des dirigeants, choisir les bonnes personnes aux bons postes et avoir une vision globale des collaborateurs

Réformer la culture d'entreprise

- Inspirer le système de philosophie du management, promouvoir la diversité, améliorer la productivité et créer un environnement favorable à la satisfaction des collaborateurs

Principales initiatives de l'exercice 2014

Utilisation d'une plate-forme mondiale de développement et de déploiement des ressources humaines

Konica Minolta a créé une plate-forme (système, outils et philosophie) de formation du personnel et d'optimisation de ses compétences. L'entreprise travaille à développer les atouts collectifs du personnel dans l'ensemble du Groupe. Tout en définissant plus en détail les rôles de l'entreprise aux niveaux international, régional et individuel, le Groupe vise la formation et le déploiement de son personnel du monde entier dans l'optique de « One Konica Minolta ».

Au cours de l'exercice 2014, le Groupe a mis en place un système de gestion des ressources humaines dans chacune des régions Amérique du Nord, Europe, Chine et Asie. Il y a conduit des évaluations des dirigeants du Groupe selon des critères mondiaux d'évaluation afin d'identifier les forces et les challenges. Sur la base de ces résultats, l'entreprise choisit les collaborateurs les mieux adaptés aux postes tout en formant leurs successeurs.

Extension d'un conseil stratégique composé de cadres dirigeants

Konica Minolta a mis en place le Conseil stratégique mondial pendant l'exercice 2013 pour tirer parti des connaissances et des idées des dirigeants de ses sites hors du Japon et ainsi faciliter la gestion du Groupe. La première année, deux principaux dirigeants de Konica Minolta Inc. et deux principaux directeurs des bases de vente en Europe et aux États-Unis se sont rencontrés en tant que membres du conseil lors de quatre sessions. Les résultats ont ensuite été utilisés dans le business plan à moyen terme suivant.

Depuis l'exercice 2014, des sessions destinées à envisager la planification de la gestion dans une perspective mondiale continuent à avoir lieu avec un dirigeant d'Asie.

Mise en place d'un programme régional de développement des dirigeants d'entreprise

Depuis l'exercice 2010, le Groupe a organisé un GEP (Global Executive Program) pour les cadres des entreprises affiliées du monde entier, en vue de développer les compétences des dirigeants d'entreprises. Depuis la fin de l'exercice 2014, le programme s'est tenu neuf fois. Au total, 148 collaborateurs de 60 entreprises y ont participé.

Le GEP a pour objectif d'éveiller la conscience des dirigeants d'entreprises au sein du Groupe Konica Minolta et de permettre aux participants de tisser entre eux un réseau international de contacts. Pendant le programme, qui se déroule sur une semaine, les participants développent un esprit international et un sens du leadership. À cette fin, ils ont l'opportunité de dialoguer en face à face avec les hauts responsables et de débattre entre eux de différents problèmes.

Depuis l'exercice 2013, le Groupe a organisé un GEP régional en Chine qui a réuni des cadres supérieurs dans le but de former de futurs dirigeants potentiels dans chaque région. Le premier GEP régional a eu lieu en Chine et le deuxième à Singapour en mai 2015.



Session du Global Executive Program

Priorité

2

Développer une culture orientée vers la santé

Contexte et problématiques

Ces dernières années, le risque de maladies liées au mode de vie a augmenté parmi les collaborateurs dans le monde du travail en raison du vieillissement de la population et de l'enracinement d'habitudes de vie irrégulières. De plus, l'absentéisme de plus en plus important dû aux problèmes de santé mentale réduit la productivité du travail et se révèle comme un problème à traiter. Reconnaissant que la santé de ses collaborateurs constitue le fondement de la réussite de ses opérations commerciales, Konica Minolta a à cœur de mettre en oeuvre des mesures d'amélioration de la santé de son personnel en collaboration avec sa mutuelle d'assurance santé. Ces actions sont basées sur la déclaration de Konica Minolta sur la santé, qui incite à favoriser la gestion de la santé en développant une culture engagée vers la santé.

Mesures clés

Minimiser le nombre de collaborateurs présentant des risques de santé

- Améliorer l'assistance individuelle sur la santé physique et mentale

Meilleure sensibilisation par une visualisation du niveau de santé des collaborateurs

- Mettre en place des indicateurs du niveau de santé des collaborateurs
- Clarifier et communiquer la situation de Konica Minolta pour chaque indicateur

Principales initiatives de l'exercice 2014

Établir le plan à moyen terme sur la santé « Health KM2016 »

Au cours de l'exercice 2014, Konica Minolta a mis en place un plan à moyen terme sur la santé Health KM2016, qui vise à mettre en pratique les idées énoncées dans la déclaration de Konica Minolta sur la santé annoncée en mai 2011. Le groupe travaille sur les politiques prioritaires de minimisation du nombre de collaborateurs présentant des risques sanitaires et de sensibilisation du personnel à la santé par la visualisation du niveau de santé des collaborateurs.

Réduire au minimum le nombre de collaborateurs exposés à des risques sanitaires

Konica Minolta a mis en oeuvre un ensemble de mesures destiné à réduire le nombre de collaborateurs susceptibles d'être limités dans leur travail, en arrêt de maladie en raison de problèmes de santé mentale ou subissant des niveaux de stress élevés.

Pendant l'exercice 2014, Konica Minolta a étendu aux sociétés japonaises affiliées ses efforts pour réduire les risques de santé chez ses collaborateurs, une activité jusqu'alors limitée à Konica Minolta, Inc. Du personnel

médical relevant de la santé du travail a été déployé pour mener à bien les visites individuelles dans le cadre de cette initiative. La société espère ainsi réduire le nombre de personnes présentant des risques de santé en son sein.

Dans un effort pour maintenir et améliorer la santé mentale parmi les collaborateurs japonais, des tests de stress ont été fournis à chacun d'entre eux. Ils ont pu voir leurs résultats et les utiliser pour adopter un mode de vie plus sain. Sur chaque lieu de travail, les résultats des tests ont été communiqués aux directeurs et des améliorations ont été effectuées là où le stress était élevé.

Promotion d'initiatives relatives à la santé

Konica Minolta a établi huit indicateurs (tabac, exercice physique, marche, régime alimentaire, alcool, soins dentaires, sommeil et communication sur le lieu de travail) indiquant le niveau de santé des collaborateurs. La société a mis en oeuvre de façon extensive toute une gamme de mesure d'amélioration de la santé dans le but de figurer dans les 10 meilleures sociétés japonaises pour chaque indicateur.

Focus

L'action Konica Minolta entre dans la sélection Santé et productivité 2014

En mars 2015, le ministre japonais de l'Économie, du Commerce et de l'Industrie et la Bourse de Tokyo ont attribué à Konica Minolta le titre de société représentant la valeur d'entreprise par sa gestion de la santé et de la productivité. Grâce aux idées de la société, à son système et à ses efforts de gestion de la santé, Konica Minolta a été choisie dans la sélection des actions « Santé et productivité 2014 ». Dans le cadre d'une action du gouvernement visant à augmenter l'espérance de vie nationale par des modes de vie sains, cette sélection encourage les initiatives de gestion de la santé en apportant une reconnaissance aux sociétés répertoriées qui

accordent de la valeur aux programmes de santé du personnel et les mettent en oeuvre dans une perspective commerciale. Elle les présente aux investisseurs comme des destinations d'investissement attractives. La première sélection a été annoncée pendant l'exercice 2014, distinguant 22 sociétés appartenant chacune à un secteur différent. Konica Minolta a été sélectionnée pour le secteur de l'équipement électrique.



Priorité
3

Promouvoir la santé et la sécurité au travail

Contexte et problématiques

Konica Minolta réussit à maintenir le nombre des accidents de travail sur ses sites de production tant au Japon que dans les autres pays grâce à de nombreuses années d'initiatives pour la santé et la sécurité au travail. Fidèle à l'engagement de « sécurité pour le personnel d'abord », le Groupe s'emploie à favoriser la culture de la sécurité en impliquant les dirigeants seniors, en renforçant la gestion de la sécurité sur le lieu de travail, en continuant à améliorer l'éveil des consciences individuelles à la sécurité et en mettant en oeuvre l'amélioration des installations fondamentales liées à la sécurité.

Mesures clés

Prévenir les accidents du travail

- Prévenir les accidents susceptibles de s'aggraver
- Prévenir les accidents similaires
- Promouvoir la gestion de l'hygiène et de la santé par les cadres dirigeants
- Renforcer la sensibilisation de chaque collaborateur à la sécurité
- Améliorer les installations fondamentales dans le domaine de la sécurité

Principales initiatives de l'exercice 2014

Renforcement des efforts de réduction des risques pour prévenir les accidents du travail

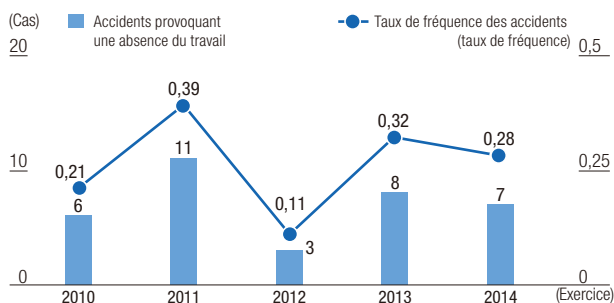
Afin d'éviter les accidents du travail, Konica Minolta a mis diverses mesures en place avec pour objectif zéro accident grave et un taux de fréquence des accidents avec arrêt de travail de 0,1.*1

Pendant l'exercice 2014, le Groupe a formé tous les directeurs sur la gestion de la sécurité sur le lieu de travail. Il a également produit un DVD de formation pour sensibiliser le personnel sur le danger à l'aide d'exemples d'accidents dus à des erreurs humaines. Ce DVD a été distribué sur tous les sites de Konica Minolta au Japon et en Chine dans un effort pour améliorer la sensibilisation à la sécurité de chaque

collaborateur. De plus, la société a dispensé une formation permanente sur les pratiques de travail sûres aux collaborateurs à qualification spécialisée dont les tâches pourraient entraîner des accidents graves. Elle a également mis en oeuvre des initiatives d'amélioration des installations fondamentales pour réduire les risques par les évaluations de risque destinées à améliorer la sécurité des installations et à éviter les accidents graves ainsi que la répétition des accidents mineurs.

En termes de résultat, l'entreprise n'a recensé aucun accident grave sur l'exercice 2014. Le taux de fréquence des accidents impliquant des arrêts de travail s'élevait à 0,28 au Japon et 0,19 hors du Japon. Le taux de gravité des accidents provoquant une absence au travail*2 a été de 0,01 au Japon et hors du Japon.

Accidents entraînant des arrêts de travail sur les sites au Japon

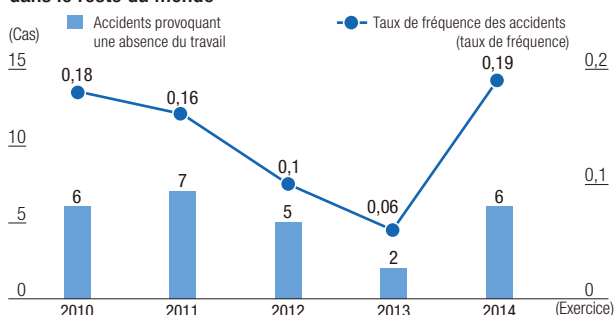


Remarque : Périmètre : collaborateurs réguliers et temporaires de Konica Minolta, Inc. et des entreprises du Groupe au Japon

*1 Taux de fréquence des accidents : nombre de personnes absentes du travail par million d'heures réellement travaillées des collaborateurs existants

*2 Taux de gravité des accidents : nombre total de jours d'absence par millier d'heures réellement travaillées pour les collaborateurs existants

Accidents entraînant des arrêts de travail sur les sites de production, dans le reste du monde



Remarque : Périmètre : collaborateurs réguliers et temporaires des principales entreprises de production de Chine et de Malaisie

Renforcement des initiatives de santé et de sécurité sur les sites hors du Japon

Pendant l'exercice 2014, le groupe a mis en oeuvre des mesures de renforcement de la gestion du risque sur les sites hors du Japon, qui réalisent la plus grande partie des opérations de production.

En Chine, par exemple, outre les initiatives habituelles d'hygiène et de sécurité, le groupe a lancé un Comité des directeurs de l'hygiène et de la sécurité pour tous les sites, y compris les sites de production et les sites de vente. Le Comité encourage le renforcement de l'hygiène et de la sécurité, y compris la gestion de la santé du personnel. De plus, Konica Minolta a mis en place un Dojo de la sécurité, une installation dédiée où les collaborateurs peuvent venir expérimenter des dangers simulés, dans le but d'éviter les accidents dans lesquels une personne serait pincée ou entraînée dans une machine ou tomberait dans les escaliers. Le Dojo de la sécurité a été mis en place sur deux sites de production et de la formation a été dispensée. En Malaisie, une usine créée en 2014 a obtenu la certification OHSAS 18001 et a lancé rapidement la mise en oeuvre d'un système d'hygiène et de sécurité.

Main dans la main avec la collectivité

En tant qu'entreprise d'envergure internationale, Konica Minolta cherche à gagner la confiance de la collectivité et à agir en entreprise citoyenne dans les communautés locales du monde où elle est implantée.

Konica Minolta s'efforce de coopérer avec diverses parties prenantes pour contribuer au développement des communautés locales en respectant la culture, l'histoire et les coutumes de chaque région, selon la politique de base de l'entreprise sur les activités de contribution sociale. Centré sur les problèmes rencontrés par chaque communauté locale, le Groupe s'emploie activement à résoudre les problématiques auxquelles il peut, par son activité, apporter une contribution unique et des solutions efficaces. Pour donner un élan à ces initiatives, le Groupe s'attache à développer des ressources humaines capables de travailler en harmonie dans diverses cultures tout en gardant une vision mondiale. Il soutient et encourage également la participation sociale volontaire de ses collaborateurs.



Politique de base de Konica Minolta sur les activités d'aide sociale

Entreprise citoyenne du monde, Konica Minolta agit à l'échelle entière du Groupe pour répondre aux problèmes sociaux auxquels il peut apporter sa contribution dans ses activités commerciales afin d'être une entité essentielle à la collectivité. Elle s'applique également à contribuer à la création d'une société durable en s'engageant dans des activités qui répondent aux défis locaux dans les divers pays où elle est présente.

Principales activités d'aide sociale



- Création de la Fondation d'entreprise Konica Minolta, une fondation d'aide aux personnes handicapées (France)
- Partenariat prolongé au Marathon vert, qui contribue à la reforestation de l'Éthiopie (France) ● P44
- Soutien aux activités du Prince's Trust, qui apporte une aide à l'éducation, la formation et l'emploi des jeunes défavorisés (Royaume-Uni)
- Collecte de papier à recycler et don à une banque alimentaire pour 10 000 euros de nourriture par tonne de papier collecté (Portugal)

- Événements éducatifs sur le ciel étoilé organisés à l'aide de planétariums et de visites des îles Yaeyama (Japon)
- Contribution apportée à la communauté sous la forme de la ressource en eau en prévision des catastrophes « Source de secours » (Japon) ● P44
- Soutien au transfert d'informations aux personnes mal voyantes apporté sous la forme d'un système de copie 3D de l'écriture braille (Japon)



- Participation au projet Wish, une campagne d'aide à l'éducation des enfants (Chine)
- Organisation d'un concours de peinture pour soutenir les enfants handicapés (Chine) ● P44
- Soutien aux organisations locales à but non lucratif (Australie) ● P44

- Soutien aux enfants en difficulté (États-Unis) ● P44
- Soutien à l'action d'une fondation de lutte contre le cancer du sein grâce aux dons des collaborateurs (États-Unis)



Priorité

Mise en oeuvre d'actions de contributions sociales

Principales initiatives de l'exercice 2014

Marathon Vert pour contribuer à la reforestation en Éthiopie (France)

Konica Minolta Business Solutions France a soutenu le Marathon vert. Créée en 2011, cette initiative contribue aux efforts de reforestation en Éthiopie.

En 2014, environ 200 collaborateurs ont participé au marathon avec des clients. Leurs actions ont permis la plantation de 85 000 arbres en Éthiopie en 2015.



Marathon vert

Soutenir les enfants en difficulté (États-Unis)

Konica Minolta Business Solutions U.S.A. est engagée dans un large éventail de contributions sociales dans des domaines tels que l'éducation, la santé, l'environnement et les secours lors des catastrophes. Au cours de l'exercice 2014, l'entreprise a continué à participer à des activités telles que le programme Back to School/Retour à l'école, qui apporte des fournitures scolaires aux enfants défavorisés, le programme Food for Thought, qui fournit des produits alimentaires aux familles dans le besoin, et le programme Books2BETTER, qui fournit des livres aux jeunes enfants des familles à faible revenu.

Large soutien aux activités des associations à but non lucratif (Australie)

Konica Minolta Business Solutions Australia soutient les activités de diverses associations locales à but non lucratif telles que The Smith Family, qui aide à l'éducation, la formation et l'apprentissage permanent des jeunes défavorisés, le Breast Cancer Network of Australia, qui aide les patientes atteintes du cancer du sein, Project Futures, qui lutte contre la traite des êtres humains à l'échelle mondiale,



Participation à un événement de Landcare Australia

ainsi que Landcare Australia, un organisme de protection de l'environnement. La société apporte son soutien de différentes manières, notamment par des dons, par le sponsoring d'événements, par

la fourniture d'espace de travail et d'imprimantes, ainsi que par les actions bénévoles de ses collaborateurs.

Fourniture de ressources en eau en prévision des catastrophes « Source de secours »

Au cours de l'exercice 2014, Konica Minolta, Inc. a signé un Accord de coopération sur les catastrophes avec la municipalité de Hino à Tokyo et l'hôpital municipal de Hino. Au terme de cet accord, la société a installé un groupe électrogène sur le puits qu'elle possède sur le site Hino de Tokyo pour que ce puits puisse fonctionner même en cas de panne de courant. En cas de catastrophe, le puits peut fournir les grandes quantités d'eau nécessaires aux dialyses et aux traitements dans les établissements médicaux ainsi que l'eau potable ou de consommation courante aux résidents locaux. C'est ainsi que le puits est devenu « source de secours », une ressource d'eau en prévision des catastrophes.

À l'avenir, la société continuera de contribuer à la sûreté et à la sécurité de la communauté par sa coopération avec les institutions médicales, les services de gestion de l'eau et les services de lutte contre les incendies.



Cérémonie en l'honneur de l'Accord de coopération sur les catastrophes

Soutenir les enfants handicapés (Chine)

Depuis l'exercice 2007, Konica Minolta Business Solutions (Chine) apporte son soutien à six écoles de Shanghai et Pékin pour les enfants ayant des besoins spécifiques. L'entreprise a offert aux écoles des manuels scolaires imprimés sur les multifonctions Konica Minolta, ainsi que des articles de papeterie et le soutien de collaborateurs volontaires dans les écoles. Pendant l'exercice 2014, la société a apporté son soutien à huit écoles de Shanghai, Pékin et Wuxi.

Konica Minolta organise également un concours de peinture dans les écoles sur le thème « Rêvez en vert et dessinez le futur en couleur » depuis 2011. Dans sa quatrième année en 2014, le concours a enregistré 63 candidatures et les 20 enfants gagnants ont reçu des bourses.

Système de management

Pour Konica Minolta, le renforcement de la gouvernance d'entreprise constitue un élément important du management. C'est pourquoi un système de « société à comités » consistant en comités de nomination, d'audit et de rémunération a été institué. L'entreprise a établi un système de gouvernance qui élimine la dépendance aux caractéristiques personnelles au profit d'une amélioration de la valeur d'entreprise.

Gouvernance d'entreprise

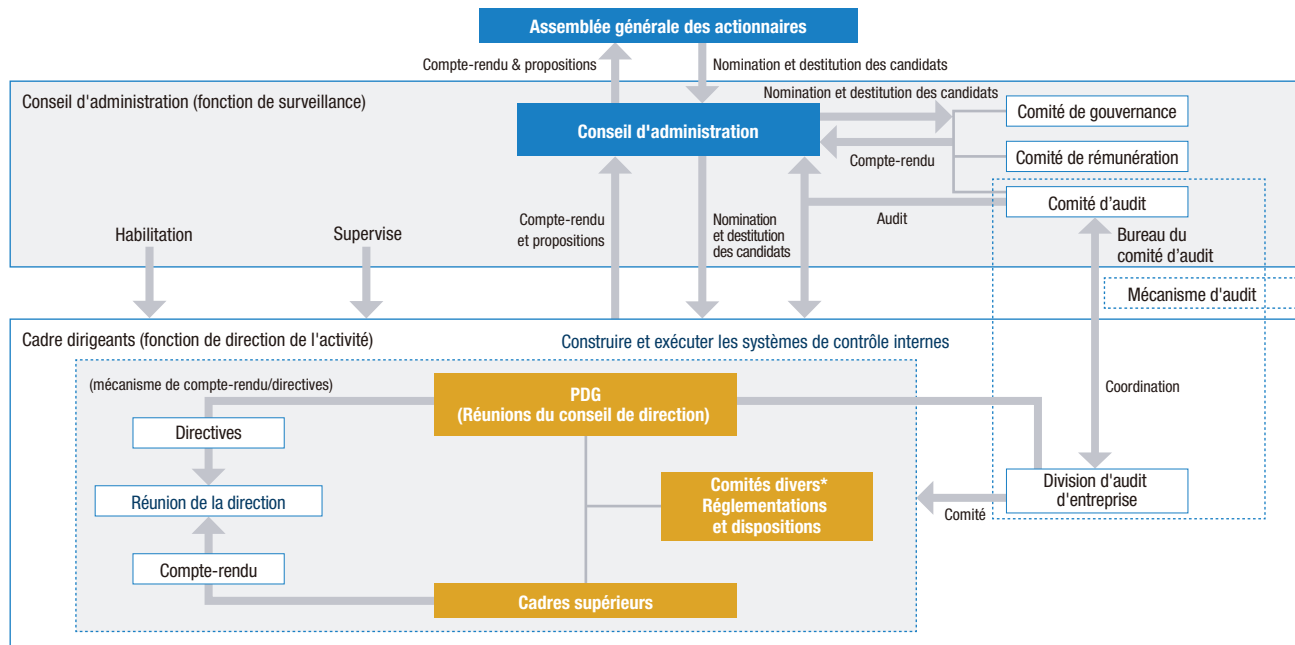
Konica Minolta croit que l'amélioration de la gouvernance d'entreprise est un élément vital pour remplir ses responsabilités envers toutes les parties prenantes. L'entreprise poursuit la réforme de sa structure de gouvernance et de gestion afin de garantir une prise de décision plus adaptée et plus rapide sur des sujets tels que la réorganisation.

Une entreprise organisée en comités

Konica Minolta a adopté un principe de comités permettant une séparation des fonctions de supervision et de management attribuées aux cadres dirigeants.

Les cadres exécutifs sont nommés par le Conseil d'Administration et doivent remplir les fonctions d'exécution qui leur sont attribuées. La fonction exécutive est soumise au contrôle du Conseil d'Administration et aux audits du comité d'audit afin d'améliorer l'efficacité, la validité, la légalité et la qualité du management.

Structure de gouvernance d'entreprise



Remarque : comités relatifs au contrôle interne
comité de gestion du risque, comité de conformité, comité de communication des informations sur l'entreprise, comité d'évaluation de l'investissement, comité d'évaluation de l'activité.

Le Conseil d'Administration et les trois comités (Situation au 19 juin 2015)

● Président

Conseil d'administration (11 personnes)		Comité de nomination	Comité d'audit	Comité de rémunération
Autres cadres (7 personnes)	Administrateurs (Président du Conseil d'administration)	●		
	Administrateur externe	●		●
	Administrateur externe	●	●	
	Administrateur externe		●	●
	Administrateur externe	●	●	●
	Administrateur	●	●	●
	Administrateur		●	●
Administrateurs et cadres dirigeants (4 personnes)	Administrateur, Président-Directeur Général Fondé de pouvoir	Les administrateurs qui sont également cadres dirigeants ne peuvent être membres des trois comités.		
	Administrateur, cadre dirigeant			
	Administrateur, cadre dirigeant			
	Administrateur, cadre dirigeant			

Le Conseil d'Administration compte quatre administrateurs externes totalement indépendants et ne possédant aucune relation commerciale d'importance avec l'entreprise. La majorité des administrateurs ne cumulent pas les fonctions de cadres exécutifs.

Le Conseil d'Administration comporte trois comités : un comité de nomination, un comité d'audit et un comité de rémunération ; ces trois comités sont présidés par des administrateurs externes. Bien que la loi japonaise ne restreigne l'accès des cadres exécutifs qu'au seul comité d'audit, Konica Minolta a mis en place un système interdisant la nomination de cadres exécutifs dans tous ces comités afin d'assurer une meilleure transparence.

Conformité

Chez Konica Minolta, le responsable de la conformité, qui est nommé par le Conseil d'administration, décide des questions importantes relatives à la promotion de la conformité dans le Groupe. Il est responsable de promouvoir et de superviser la conformité sous la direction du PDG de Konica Minolta, Inc., qui assume la responsabilité ultime dans toutes les questions de conformité au sein du Groupe. Pour s'acquitter de cette responsabilité, le comité de conformité du Groupe, qui est

composé de cadres responsables de diverses fonctions de l'entreprise, joue le rôle de corps consultatif auprès du responsable de la conformité.

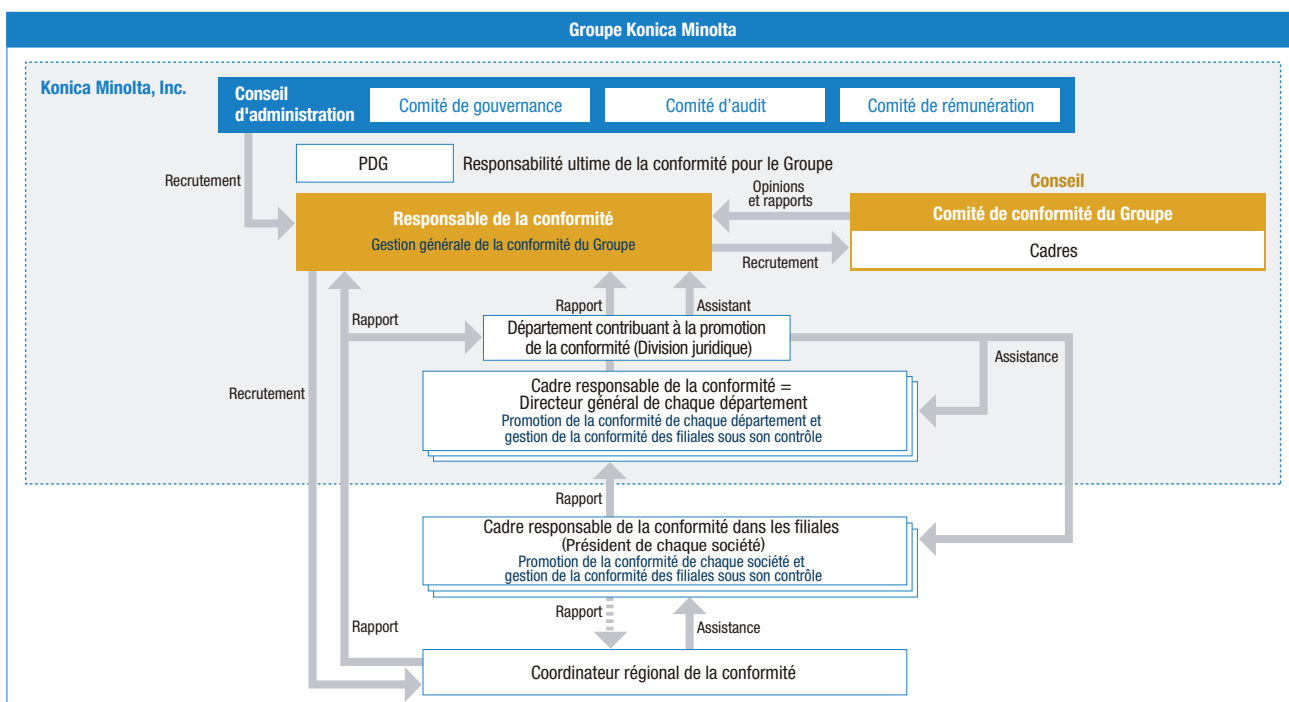
Afin de promouvoir la conformité dans chaque département de Konica Minolta, Inc., la responsabilité de la conformité est confiée au directeur général de chaque département. Dans les filiales au Japon et à l'étranger, il incombe au président de chaque filiale de promouvoir la conformité dans chaque société. Le responsable de la conformité rend compte périodiquement de l'état de conformité du Groupe au comité d'audit.

Système de soutien à la conformité du Groupe à l'échelle mondiale

La division juridique de Konica Minolta, Inc. épaulé également le responsable de la conformité en rédigeant les projets des sujets et mesures importantes de promotion de la conformité du Groupe. Elle soutient également directement ou indirectement les activités de conformité de chaque département et filiale.

Le responsable de la conformité nomme également des coordinateurs régionaux de la conformité en Europe, en Amérique du Nord et en Chine pour mettre en oeuvre les activités de promotion de la conformité selon la situation de chaque région.

Système de promotion de la conformité du Groupe



Système de management

Actions de lutte contre la corruption

La politique de base de lutte contre la corruption est définie par le document Konica Minolta Group Guidance for the Charter of Corporate Behavior (Guide du Groupe Konica Minolta concernant la Charte de Bonne Conduite de l'Entreprise), qui fournit les règles communes de conformité du Groupe Konica Minolta. Ce document interdit l'acceptation de cadeaux et de divertissement, de pots de vin, et bannit tout contact avec la criminalité organisée. Konica Minolta répond au risque lié à la corruption par pays après l'avoir déterminé selon des sources comme l'Indice de perception de la corruption*2 de Transparency International*1.

La prévention de la corruption est définie comme une priorité mondiale commune dans la politique annuelle de conformité du Groupe. Les départements soutenant la promotion de la conformité du Groupe prennent l'initiative dans la formulation des mesures alignées à la législation et aux pratiques de chaque pays et apportent une formation continue en coopération avec les coordinateurs régionaux de la conformité.

Les principales initiatives de l'exercice 2014 comportaient la création d'un document de politique anti-corruption et anti-pots-de-vin dans la filiale nord-américaine de vente des équipements de bureau et des solutions aux entreprises, une formation sur la corruption commerciale en Chine apportée à 13 filiales chinoises, des séminaires au Japon sur la réponse aux lignes directrices sur la transparence dans le secteur de la santé, ainsi qu'une formation juridique au Japon sur la lutte contre la corruption destinée au personnel en charge des transactions en Chine et aux États-Unis.

En Chine, des lignes directrices spécifiques concernant les cadeaux et divertissements ont été introduites dans le Manuel de conformité pour la Chine afin de constituer un guide des mesures anti-corruption. De plus, Konica Minolta a partagé ses meilleures pratiques entre les initiatives de chaque filiale et encouragé des mesures anti-corruption dans l'esprit des législations de chaque pays, sur l'exemple du Foreign Corrupt Practices Act des États-Unis, du Bribery Act du Royaume-Uni et de la loi chinoise contre la concurrence déloyale.

Aucun incident relatif à des pots de vin ou à de la corruption n'a eu lieu pendant l'exercice 2014.

*1 Transparency International : organisation internationale à but non lucratif agissant contre la corruption, principalement la corruption active.

*2 Indice de perception de la corruption : indice produit par Transparency International (TI) qui indique et classe par pays le niveau de corruption dans les relations entre secteurs public et privé.

Conformité aux lois antitrust

Konica Minolta travaille à mettre en place des politiques et à éduquer sur les législations antitrust selon les lois et les environnements commerciaux de chaque région.

Pour cette raison, des mesures conformes aux lois antitrust ont fait l'objet d'un thème commun à l'échelle du monde entier dans la politique annuelle de conformité du Groupe. Les départements contribuant à la promotion de la conformité et les coordinateurs régionaux de conformité en Europe, en Amérique du Nord et en Chine ont pris l'initiative dans la formulation de politiques adaptées aux lois et aux environnements commerciaux de chaque région et en fournissant une éducation suivie.

Les principales initiatives de l'exercice 2014 comprenaient un approfondissement de la sensibilisation sur les lois antitrust par des programmes d'éducation sur la conformité à l'intention des collaborateurs à chaque niveau, une sensibilisation des présidents de la société et des directeurs généraux du département des ventes en Europe, et une sensibilisation sur la loi sur la sous-traitance, une loi complémentaire à la loi anti-monopoles, à l'intention des départements de production au Japon.

Pendant l'exercice 2014, aucun problème lié aux lois antitrust n'a eu lieu.

Gestion du risque

Les cadres dirigeants sont responsables de risques divers incluant les risques stratégiques, les risques financiers, les risques liés aux réglementations environnementales et les risques purs. Ils identifient et évaluent ces risques et développent et surveillent des contre-mesures dans leurs sphères de management respectives. De plus, le comité de gestion du risque, présidé par un cadre dirigeant nommé par le Conseil d'administration, est réuni à intervalles réguliers et lorsque nécessaire. Le comité examine les risques identifiés par chaque cadre dirigeant ainsi que les contre-mesures mises en oeuvre. Il vérifie alors que le système de gestion du risque fonctionne efficacement, en apportant des modifications si nécessaire. Le Groupe, conduit par un cadre dirigeant nommé par le président, répond dans son ensemble aux risques jugés particulièrement importants. Le comité de gestion du risque rend compte périodiquement de ses activités au comité d'audit.

Synthèse des données relatives aux ressources humaines

Composition du personnel selon le statut de l'emploi

(au 31 mars 2015)

	Collaborateurs réguliers	Collaborateurs non réguliers*	Total
Konica Minolta, Inc.	6 348	2 039	8 387
Entreprises du Groupe au Japon	12 154	3 726	15 880
Entreprises du Groupe hors du Japon	29 444	3 248	32 692
Groupe Konica Minolta (monde)	41 598	6 974	48 572

Remarque : Collaborateurs non réguliers : collaborateurs temporaires ou sous contrat à durée déterminée

Proportion hommes-femmes des collaborateurs

(en mai 2015)

(Femmes : Hommes)

	Exercice 2012	Exercice 2013	Exercice 2014
Konica Minolta, Inc.*1	16:84	16:84	16:84
Groupe Konica Minolta (monde)*2			31:69

*1 Inclut les collaborateurs détachés vers des sociétés du Groupe, mais non ceux appartenant à des sociétés du Groupe et détachés dans d'autres sociétés

*2 Recouvre plus de 85% des personnels du Groupe consolidé

Pourcentage de femmes aux postes de direction

(en mai 2015)

	Exercice 2012	Exercice 2013	Exercice 2014
Konica Minolta, Inc.*1	1,8%	2,1%	2,7%
Groupe Konica Minolta (monde)*2			15,1%

*1 Inclut les collaborateurs détachés vers des sociétés du Groupe, mais non ceux appartenant à des sociétés du Groupe et détachés dans d'autres sociétés

*2 Recouvre plus de 85% des personnels du Groupe consolidé

Pourcentage de collaborateurs ayant un handicap

(en juin de chaque exercice)

	Exercice 2012	Exercice 2013	Exercice 2014
Taux d'emploi	1,93%	1,94%	2,02%

Remarque : Pour Konica Minolta, Inc., jusqu'à la fin de l'exercice 2013. Depuis l'exercice 2014, total pour Konica Minolta, Inc., Konica Minolta With You, Inc., et Konica Minolta Electronics Co., Ltd. en raison de la création de la filiale spéciale Konica Minolta With You. La période de détermination des données est passée à juin de chaque exercice.

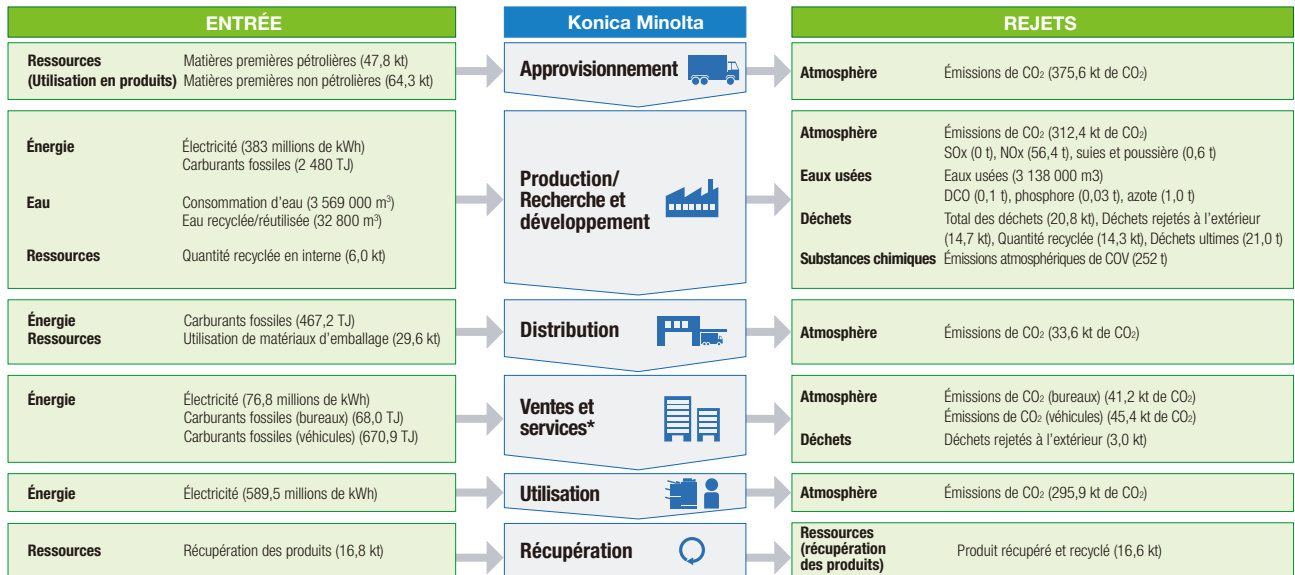
Utilisation d'un programme de soutien en faveur d'un équilibre entre vie professionnelle et vie privée

	Exercice 2012		Exercice 2013		Exercice 2014	
	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes
Congés de gestion de la santé maternelle	3		1		2	
Congé maternité	37		30		19	
Congé maternité du conjoint		137		129		115
Congé parental	51	9	61	2	61	5
Horaires de travail réduits pour garde des enfants	166	3	156	3	159	3
Travail à domicile pendant la garde des enfants	13	5	16	2	18	2
Congé pour soins aux familles dépendantes	3	2	1	0	0	3
Horaires de travail réduits pour soins aux familles dépendantes	2	0	0	0	0	0

Remarque : Périmètre : collaborateurs réguliers de Konica Minolta, Inc.

Synthèse des données environnementales

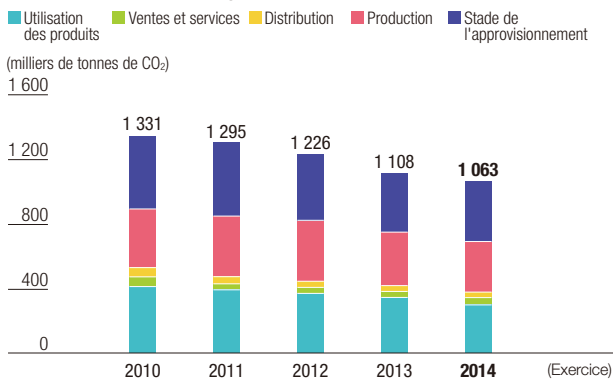
Vue d'ensemble de l'impact environnemental résultant des activités commerciales



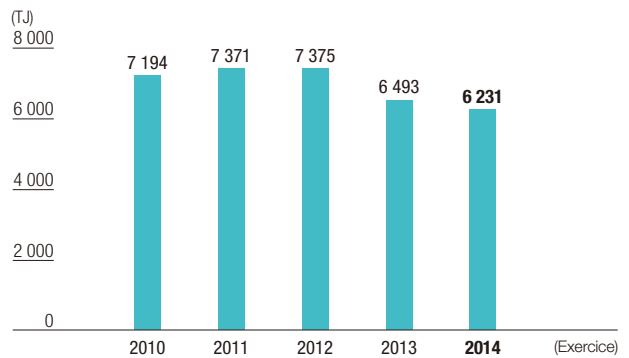
* Périmètre : ventes consolidées toutes sociétés dans le monde entier

Principales données de performances environnementales

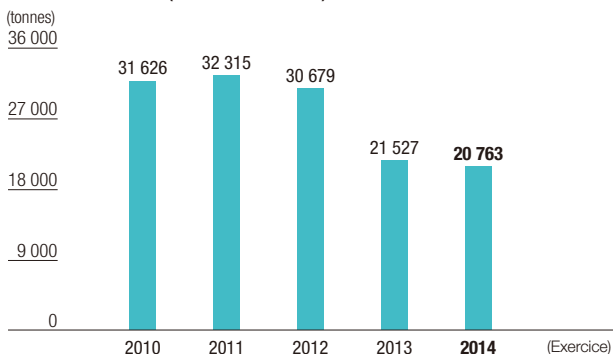
Émissions de CO₂ sur le cycle de vie du produit



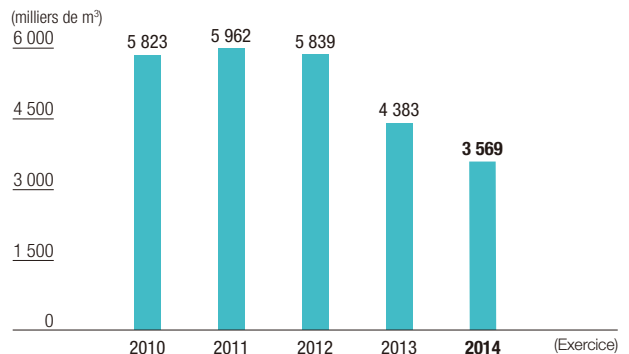
Consommation d'énergie (Production/R&D)



Total des déchets (Production / R&D)



Consommation d'eau



Calcul des émissions de CO₂ sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement

Konica Minolta a calculé le volume des émissions de CO₂ associées aux activités du Groupe sur l'ensemble du cycle de vie de ses produits, de l'amont à l'aval de ses opérations, principalement sur la base des normes du Protocole des gaz à effet de serre (GES)*, la norme internationale. Le calcul a révélé que les émissions de CO₂ tout au long de la chaîne d'approvisionnement atteignaient environ 1,37 millions de tonnes, soit une baisse d'environ 2,7% depuis l'exercice 2013.

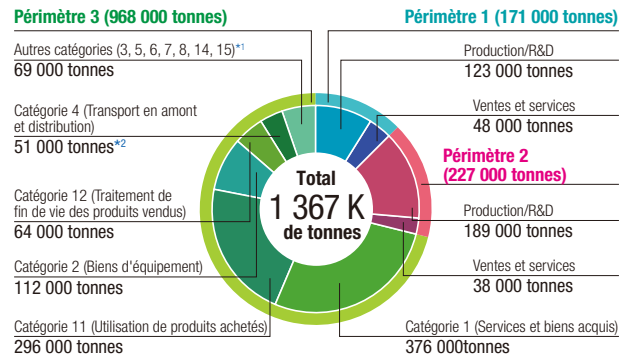
Les émissions causées par les activités du Groupe, y compris les émissions directes provenant de l'utilisation de carburant (Périmètre 1) plus les émissions indirectes provoquées par la consommation de vapeur, de chaleur ou d'électricité achetée (Périmètre 2), s'élevaient au total à environ 0,4 millions de tonnes, soit environ 29% de la totalité des émissions. Les autres émissions indirectes (Périmètre 3) associées aux activités du Groupe atteignaient un total d'environ 0,97 million de tonnes, soit environ 71% de la totalité des émissions. Les émissions de CO₂ correspondant aux « biens et services achetés » représentent 27,5% des émissions de toute la chaîne d'approvisionnement. Le Groupe poursuit ses efforts de réduction des émissions en fixant des objectifs en collaboration avec ses fournisseurs. Il propose une assistance technique et des suggestions pour améliorer les processus de production des fournisseurs et réduire ainsi leur consommation de matériaux et d'énergie. Au stade de la conception des produits, le Groupe travaille au développement de plastiques recyclés et à la conception de produits plus petits et plus légers, ce qui réduit la quantité de ressources entrantes. En termes « d'utilisation des produits

vendus », ce qui correspond à 21,7% des émissions, le Groupe développe des fonctionnalités qui encouragent les clients à économiser de l'énergie, en plus de réduire la consommation d'électricité des produits eux-mêmes.

Konica Minolta partagera à l'avenir ces informations avec les parties prenantes concernées sur la base des résultats du calcul et poursuivra les activités de réduction et de gestion des émissions de CO₂ sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement.

* Protocole GES : directives en matière de calcul et de reporting des émissions de gaz à effet de serre (GES)

Vue d'ensemble des émissions de CO₂ sur toute la chaîne d'approvisionnement de Konica Minolta



*1 Catégories 3 (activités liées aux combustibles et à l'énergie), 5 (déchets générés lors des opérations), 6 (déplacements professionnels), 7 (trajets réguliers des collaborateurs), 8 (actifs en leasing amont), 14 (franchises) et 15 (investissements)

*2 Émissions de CO₂ attribuées à la distribution des produits : 34 000 tonnes

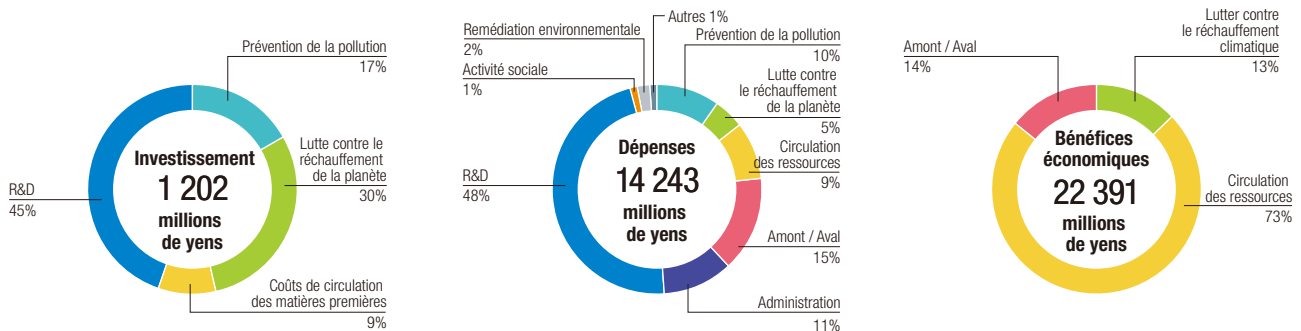
Remarque : Les chiffres ne correspondent pas nécessairement au total en raison des arrondis.

Comptabilité environnementale

Konica Minolta a mis en place une comptabilité environnementale consolidée à l'échelle mondiale afin d'évaluer de manière quantitative les coûts de préservation de l'environnement dans les opérations commerciales et les avantages découlant de ses activités.

Au cours de l'exercice 2014, les coûts ont augmenté de 13% sur douze mois pour atteindre environ 14,2 milliards de yens. Cette augmentation peut principalement être attribuée

à une augmentation des coûts de développement de produits respectueux de l'environnement dans les domaines des équipements pour les entreprises et des produits fonctionnels. L'investissement a représenté 1,2 milliards de yens et se rapportait principalement à des produits de prochaine génération dans le domaine des équipements fonctionnels.



Remarque : Les pourcentages n'aboutissent pas nécessairement à un total de 100, en raison des arrondis.



KONICA MINOLTA

KONICA MINOLTA, INC.

2-7-2 Marunouchi, Chiyoda-ku, Tokyo 100-7015, Japon

[Pour toute demande d'informations](#)

CSR, Corporate Communications & Branding Division

Phone: +81-3-6250-2120 FAX : +81-3-3218-1368

E-mail : csr-support@konicaminolta.jp

www.konicaminolta.com/about-fr

Ce rapport est imprimé sur du papier écologique certifié par le FSC (Forest Stewardship Council).

1511BCD