



KONICA MINOLTA *CSR REPORT* 2007-2008

RAPPORT DE KONICA MINOLTA SUR LA RSE



KONICA MINOLTA

La présence de Konica Minolta dans le monde

L'implantation du groupe Konica Minolta dans 40 pays a favorisé la mise en place d'infrastructures professionnelles stratégiques dans chaque pays en réponse aux différents besoins exprimés par les sociétés.

La société de holding

Konica Minolta Holdings, Inc.

Elle est responsable de la stratégie du groupe ainsi que de la mise en place de deux sociétés de fonctions communes et de cinq sociétés opérationnelles. Elle assure également l'audit et le contrôle de gestion du groupe au niveau mondial en coordonnant l'ensemble du Groupe Konica Minolta.

Les sociétés de fonctions communes

Konica Minolta Technology Center, Inc.

Elle est chargée de promouvoir la Recherche et le Développement de l'ensemble du Groupe et de commercialiser les nouvelles technologies. Elle est aussi en charge des questions relevant de la propriété intellectuelle et de la conception des produits.

Konica Minolta Business Expert, Inc.

Elle fournit un support de gestion dans des domaines tels que les installations de production, les circuits de distribution et d'acquisition, les activités de protection de l'environnement et de sécurité, les affaires générales, les ressources humaines et la comptabilité au sein du groupe Konica Minolta. Elle fournit également de nombreux services complémentaires.

Les sociétés opérationnelles

Konica Minolta Business Technologies, Inc.

Elle fabrique et vend du matériel bureautique : photocopieurs, appareils multifonctions, imprimantes. Elle fournit les services liés à ces produits.



Konica Minolta Opto, Inc.

Elle fabrique et vend des matériels optométriques (lentilles pour lecteurs CD et DVD, etc...), produits dérivés et matériels électroniques (comme les films en triacétate de cellulose).



Konica Minolta Medical & Graphic, Inc.

Elle fabrique et vend du matériel et des films d'imagerie médicale, traitement des images et services dédiés.



Konica Minolta Sensing, Inc.

Elle fabrique et vend des appareils de mesure.



Konica Minolta Photo Imaging, Inc.

Le Groupe a respectivement mis fin à ses activités de vente d'appareils de photographie et de matériels photographiques en mars 2006 et septembre 2007.

Avis aux lecteurs

Objectif de cette publication

Ce rapport a été constitué pour expliquer à l'ensemble des actionnaires, employés et aux autres personnes intéressées par les activités du Groupe, la vision de Konica Minolta sur la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) et la façon dont le Groupe entend la concrétiser. Nous accueillerons avec plaisir toutes questions ou remarques concernant ce rapport. Pour plus d'informations sur les activités du Groupe, reportez-vous aux autres publications existantes (papiers ou site internet), dont vous trouverez la liste sous la rubrique « rapports complémentaires ».

Exercice concerné

Ce rapport concerne l'exercice fiscal 2006 (du 1^{er} avril 2006 au 31 mars 2007). Certains paragraphes peuvent néanmoins contenir des informations antérieures ou postérieures à ces dates.

Domaine

Ce rapport couvre l'ensemble des activités du groupe Konica Minolta (Konica Minolta Holdings, sociétés opérationnelles, sociétés de fonctions communes et filiales).

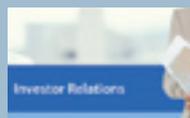
Rapports complémentaires



Site internet : Responsabilité sociale
<http://www.konicaminolta.com/about-fr/csr/>
Regroupe l'ensemble des informations sur les activités RSE du Groupe.



Site internet : Environnement
<http://www.konicaminolta.com/about-fr/environment/>
Fournit des informations précises sur les activités environnementales du Groupe.



Site internet : Relations investisseurs
(en anglais uniquement)
<http://konicaminolta.com/investors>
Offre et partage des informations avec les actionnaires et les investisseurs du Groupe.



Rapport annuel
(en anglais uniquement)



Profil de l'entreprise
(en anglais uniquement)

Ces rapports peuvent aussi être consultés sur le site de Konica Minolta.
<http://konicaminolta.com>

C o n t e n u

1	Description du Groupe
3	Message du Président
5	Activités de RSE chez Konica Minolta
7	Article spécial : La promotion de la RSE par les affaires
13	 1 Produits performants et sûrs
15	 2 Activités loyales et transparentes
17	 3 Communication et publication des informations
21	 4 Protection de l'environnement
25	 5 Apports à la société
29	 6 Respect des employés
33	 7 Responsabilité
34	Opinions sur le <i>rapport sur la RSE de Konica Minolta 2006</i>
35	Opinions sur Konica Minolta
37	Profil du management

Message du Président

Devenir un Groupe essentiel dans la société



Le groupe Konica Minolta augmente le nombre de ses implantations dans le monde dans le but de devenir une entreprise de référence dans le domaine de l'image. Cette stratégie est soutenue par notre ambition de gagner la confiance au niveau mondial et de devenir un Groupe essentiel dans la société ; c'est aussi l'incarnation de notre conception de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE)¹ qui nous oriente sur cette voie. Comme je l'ai mentionné dans le précédent *rapport sur la RSE*, nous avons incorporé des programmes d'envergure mondiale dans notre business plan à moyen terme « Forward 08 ». Tout ceci est fait pour nous permettre d'avancer ensemble, pour réaliser nos aspirations et répondre aux attentes économiques, sociales et environnementales de nos « stakeholders ».²

Chez Konica Minolta, nous élaborons nos activités de RSE en prenant appui sur les forces propres à notre Groupe et nous nous engageons à chaque fois au maximum. C'est en agissant ainsi que nous gagnerons la confiance des « stakeholders » et le respect en tant que Groupe essentiel dans la société. Nous avons donc établi une liste de mesures prioritaires que nous appliquons avec rigueur :

1. Les activités de RSE de Konica Minolta doivent être encouragées mondialement et appliquées à l'ensemble du Groupe.
2. Pour devenir un Groupe majeur dans le domaine de l'image, le Groupe doit, en tant que fournisseur de produits et de services, gagner la confiance de tous en travaillant sans relâche à améliorer la qualité de ses produits et la sécurité dans l'environnement.

Philosophie du management
La création de nouvelles valeurs

Vision du management
Une société innovante qui crée continuellement des produits et des services dans le domaine de l'image
Un Groupe leader sur son marché grâce à des technologies avancées et fiables

MESSAGE DE L'ENTREPRISE

The essentials of imaging

Ce message représente notre volonté d'être reconnu comme un Groupe essentiel, offrant à nos clients des produits, des services et des solutions essentiels dans le traitement de l'image.



Notre logo « Globe Mark » symbolisant une sphère, représente les possibilités d'expansion illimitées de Konica Minolta et les nouvelles valeurs que le Groupe offre à ses clients à travers le monde.

3. Le Groupe doit renforcer sa communication auprès de tous ceux qui sont intéressés par son avenir dont ses actionnaires, ses fournisseurs, les membres des organisations locales et ses employés, et intégrer les avis de la société dans sa gestion.
4. Le Groupe doit avoir une gestion transparente en renforçant son système de contrôle interne, notamment dans le domaine de la conformité.

Konica Minolta adopte toujours un point de vue global lui permettant d'assurer une présence opérationnelle d'envergure mondiale. Cette force se manifeste dans la capacité du Groupe à développer les économies locales partout où il s'implante en respectant les cultures et les sociétés. En m'appuyant sur cette force, je ferai tout mon possible pour accroître la valeur globale du Groupe et affermir la confiance sociale envers celui-ci. Car je crois que le succès du Groupe dépend de la confiance que la société et tous ceux intéressés par son avenir lui témoignent.

Les activités de RSE jouent donc un rôle majeur dans notre Groupe et nous sommes déterminés à les poursuivre avec résolution car elles sont le reflet du sérieux et de l'originalité de notre pensée.

Juin 2007



Yoshikatsu Ota

Président-Directeur Général
Konica Minolta Holdings, Inc.

¹ La gouvernance et l'accès aux informations sont généralement considérés comme des responsabilités majeures d'une entreprise vis à vis de la société mais il y a bien d'autres manières d'interpréter la RSE. Pour Konica Minolta, ce terme signifie d'abord « gagner la confiance de la société ».

² Comprenant les actionnaires, les clients, les fournisseurs, les employés, les membres des organisations locales avec lesquelles le Groupe est en affaire et toutes les autres parties en relation avec le Groupe.



Activités de RSE chez Konica Minolta

La promotion de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) De la responsabilité à la confiance



Hiroshi Ishiko
Directeur Exécutif
- Cadre supérieur
responsable de la RSE
Konica Minolta
Holdings, Inc.

Le groupe Konica Minolta pense que la RSE est l'essence même du management : ainsi la poursuite de la philosophie du Groupe, « la création de nouvelles valeurs », et la réalisation des objectifs de la Charte de Bonne Conduite sont à la base des activités de la RSE de Konica Minolta.

La Charte de Bonne Conduite du groupe Konica Minolta comprend sept objectifs :

- 1 Produits performants et sûrs
- 2 Activités loyales et transparentes
- 3 Communication et publication des informations
- 4 Protection de l'environnement
- 5 Apports à la société
- 6 Respect des employés
- 7 Responsabilité

* Le texte intégral de la Charte de Bonne Conduite peut être lu sur le site internet Konica Minolta.

Le business plan à moyen terme « Forward 08 »

Promouvoir des programmes de RSE d'envergure mondiale

Objectifs principaux :

- Renforcer l'engagement de tous ceux concernés par l'avenir du Groupe¹
- Renforcer la qualité et la gestion environnementale
- Concrétiser et améliorer sans cesse les principes de bonne gouvernance du Groupe

¹ « Ceux concernés par l'avenir du Groupe » et « les intéressés » sont des expressions désignant les actionnaires, les clients, les fournisseurs et les résidents locaux.

« L'engagement » mentionné ici signifie demander et prendre en compte l'opinion des intéressés sur les activités commerciales et de gestion du Groupe.

² L'initiative Konica Minolta « Zéro déchet » a pour but d'encourager le recyclage et la réduction de la quantité de déchets mis à la décharge ou utilisés pour le remblai.

La confiance de nos « stakeholders » est notre force.

La stabilité et la pérennité des relations que le groupe entretient avec les « stakeholders » concourent à démontrer à l'ensemble du monde que nous sommes dignes de confiance.

Chez Konica Minolta, notre vision de la RSE dépasse le simple fait d'assumer les responsabilités économiques, sociales et environnementales. Nous pensons plutôt que le but de nos activités de RSE doit être de devenir un Groupe dans lequel on puisse avoir pleinement confiance partout dans le monde.

Tout en promouvant nos activités de RSE, nous nous développons grâce aux retours d'informations de l'ensemble de nos clients, actionnaires, fournisseurs, contacts locaux et employés. Ces opinions fournissent bien souvent au Groupe une très forte motivation pour poursuivre les efforts et assurer une croissance soutenue.

Promouvoir des programmes à l'échelle mondiale dans le domaine de la RSE est l'une de nos priorités définie dans le business plan à moyen terme du Groupe « Forward 08 ». Pour réaliser nos programmes de RSE efficacement, nous avons fait traduire la Charte de Bonne Conduite du groupe Konica Minolta dans 9 langues, et l'avons distribuée mondialement afin qu'elle serve de fondation commune aux fournisseurs et aux employés. De plus, c'est la troisième année que nous publions notre rapport RSE en 5 langues (japonais, anglais, allemand, français, chinois). Nous espérons que cela permettra une meilleure compréhension des activités de RSE du Groupe à travers le monde.

J'ai visité les sociétés du Groupe au Japon, en Europe, aux Etats-Unis et en Chine afin de discuter avec les responsables locaux de la promotion de nos activités de RSE, et de partager ensemble notre approche sur ces activités. Les opinions rassemblées durant ces entretiens ont contribué à cibler au mieux les mesures qui nous ont permis de renforcer notre démarche. Nous commençons juste à passer le cap de la « responsabilité » vers celui de la « confiance » mais cet objectif est ancré dans l'esprit de tous les employés de Konica Minolta. Nous respectons la culture, les coutumes, les visions historiques et les besoins de chaque région du monde et nous assurons la promotion de nos activités dans le respect des valeurs qui nous sont communes.

Konica Minolta attache un grand intérêt aux questions relatives à la qualité et à l'environnement ; deux facteurs essentiels de la confiance dans le Groupe. En terme d'amélioration de qualité, un de nos objectifs est le renforcement de nos capacités de production. A ce titre, nous avons déjà étendu nos activités d'« amélioration de la production » à l'ensemble de nos sites. Sur le front de l'environnement, nous avons étendu nos initiatives « zéro déchet² » du Japon à la Chine, les incluant ainsi dans notre stratégie mondiale. Deux usines en Chine ont récemment atteint ce que nous appelons le Niveau 1 de l'échelle de critères du « zéro déchet ». Ainsi, nous sommes décidés à gagner la confiance des gens, non seulement par la fourniture de produits et de services, mais aussi par notre volonté d'améliorer la qualité produit et la gestion environnementale. Nous continuerons de considérer notre engagement dans ces

Progrès réalisés durant l'exercice 2006

1. Produits performants et sûrs

- Le concept universel³ a été décliné à tous les niveaux du matériel multifonction (MFP) couleur, bizhub C550⁴ comme, par exemple, l'utilisation de LED bleues plus visibles aux personnes atteintes de daltonisme sur la touche "Impression" et autres indications lumineuses.
- La norme internationale ISO 15408⁵ concernant la sécurité de l'information a été obtenue pour tous les produits MFP. Ces produits sont donc fournis avec un mode sécurité en modèle standard.
- Les produits Konica Minolta ont de faibles impacts sur l'environnement, et sont conformes aux exigences de la directive RoHS⁶. Les labels environnementaux comme le Blue Angel Label⁷ et l'Energy Star⁸ ont récompensé les produits présentant les meilleures performances.

2. Activités loyales et transparentes

- Le Groupe a établi des directives pour l'ensemble de ses filiales et a commencé à les mettre en œuvre afin d'acquiescer la norme ISO 27001 pour son système de gestion de la sécurité de l'information (ISMS)⁹.
- Afin d'être en conformité avec toutes les réglementations environnementales, y compris la directive RoHS, le Groupe a mis en place un système de partage de l'information concernant les questions environnementales avec ses plus importants fournisseurs et a mené une évaluation complète de la situation de leurs sites de production (environ 700 sites pour 500 compagnies).

3. Communication et publication des informations

- Grâce à une complète refonte du site internet de Konica Minolta en avril 2007, le Groupe a pu améliorer l'interface du site en introduisant un système de navigation intuitif permettant aux visiteurs de naviguer aisément et de trouver rapidement l'objet de leur recherche.
- Le Comité en charge de la publication de l'information a confirmé que le système de publication de données importantes sur le Groupe fonctionnait de manière juste et appropriée : rapports financiers diffusés dans les délais aux autorités des marchés, rapports annuels, rapports sur la RSE, etc...

domaines, comme une priorité et ce, au plus haut niveau.

Konica Minolta n'est pas seulement une société, c'est aussi un acteur social sur son lieu d'implantation. Elle fournit bien sûr sa principale contribution à travers son activité commerciale mais elle contribue également au bien de la société par diverses activités sociales dont le but est d'apporter aide et soutien à la communauté. Ainsi, dans le cadre de la campagne citoyenne « Ruban rose » visant à éradiquer le cancer du sein, nous avons fait don aux Hôpitaux universitaires de Pékin et de Shanghai en Chine, de matériels de mammographie, qui permettent la détection précoce du cancer du sein. Nous avons aussi participé à bien d'autres activités sociales qui, peu à peu, portent leurs fruits.

Les activités de RSE du Groupe couvrent aussi d'autres domaines comme la conformité, la sécurité sur le lieu de travail et la communication avec les « stakeholders ». Nous nous sommes fixés des objectifs qui, nous l'espérons, prouveront que Konica Minolta est un Groupe digne de confiance. Nous ne laisserons pas nos projets de RSE perdre de leur élan, ne serait-ce qu'un seul instant, et continuerons à suivre avec rigueur les progrès réalisés à moyen et long terme. De plus, nous relèverons avec sincérité les défis de demain et assurerons une transparence dans toutes nos actions.

Toutes les sociétés du Groupe concourent activement à la démarche de RSE qui vise à faire de Konica Minolta un Groupe digne de confiance, reconnu mondialement. A ce titre nous remercions tous ceux concernés par l'avenir du Groupe Konica Minolta pour leur soutien permanent.

4. Protection de l'environnement

- Konica Minolta a mené des études sur l'ensemble des activités du Groupe afin d'identifier de possibles mesures d'économie d'énergie et de planifier les plans d'action permettant de réduire les émissions de CO₂.
- La volonté du Groupe de faire des économies d'énergie s'est manifestée aussi dans son produit phare, le bizhub C550, qui consomme 40% d'énergie en moins que le modèle précédent.
- Le Groupe travaille à éliminer, d'ici la fin de l'exercice 2007, l'utilisation de métaux lourds qui ne sont pas conformes à la directive RoHS dans ses produits.
- Toutes les installations du Groupe poursuivent leurs efforts vers le « zéro déchet » : déjà six sites sont parvenus à atteindre l'objectif « zéro déchet ». Les rejets de composés organiques volatiles dans l'atmosphère ont diminué de 86% par rapport à l'exercice 2000.

5. Apports à la société

- Konica Minolta a conduit une enquête auprès de toutes ses sociétés pour évaluer les résultats de ses initiatives sociales et déterminer celles qui doivent être renforcées.
- Dans le cadre de son « programme mondial »¹⁰, Konica Minolta continue de s'investir dans la lutte contre le cancer du sein et a notamment fait don de matériels numériques de mammographie à la Chine¹¹.
- Dans le cadre de son « programme régional »¹², Konica Minolta a maintenu son soutien à la réserve ornithologique pour les grues du Japon de Tsurui Ito créée par l'Association de la protection ornithologique du Japon.
- Dans le cadre de son « programme local »¹³, Konica Minolta encourage les filiales et les sites du Groupe à entretenir, de façon autonome, des relations de confiance avec les organisations locales.

6. Respect des employés

- Au Japon, Konica Minolta fait la promotion d'un système de gestion des ressources humaines, juste et équilibré, et a commencé à examiner les possibilités de travail en rotation qui donneraient aux employés plus d'opportunités de montrer leurs compétences.
- Au Japon, le Comité de Gestion du Travail a débuté un programme pour encourager les employés à utiliser le système de congé paternité/maternité sans avoir à négliger leur carrière. Le Comité a également renforcé les mesures de prévention des problèmes de santé liés au surmenage.
- Au Japon, Konica Minolta a amélioré son système d'emploi pour les personnes handicapées. Le Groupe a revu son système de gestion des ressources humaines pour permettre aux personnes ayant atteint l'âge de la retraite de poursuivre leur travail. Le système sera grandement amélioré au cours de l'exercice fiscal 2007.

³ Le concept de la création des produits, de la construction et des espaces tient compte de la diversité du facteur humain (handicap, âge, sexe...).

⁴ Imprimante capable d'assurer plusieurs fonctions comme la photocopie, le scan ou l'envoi de fax.

⁵ Standard international accordé aux produits et aux systèmes de l'information garantissant la fiabilité des fonctions de sécurité intrinsèques aux produits.

⁶ La Directive sur la limitation des substances dangereuses dans les équipements électriques et électroniques (RoHS) est applicable dans toute l'UE depuis juillet 2006.

⁷ Ce label accordé aux produits respectueux de l'environnement en Allemagne, est le plus ancien label écologique dans le monde.

⁸ Ce label du programme international Energy Star est accordé aux produits bureautiques répondant à des critères spécifiques de consommation d'énergie.

⁹ Système de reconnaissance tiers garantissant qu'une organisation maintient correctement son système de sécurité informatique.

^{10, 12, 13}

Les termes « programme mondial », « programme régional » et « programme local » sont des classifications propres à Konica Minolta pour désigner les activités de contributions sociales du Groupe. Voir p. 26 pour des détails.

¹¹ Matériel d'imagerie à rayons X permettant une détection précoce des cancers du sein en révélant des tumeurs indétectables par palpation.

Article spécial :
La promotion de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) par les affaires

En tant que fabricant, Konica Minolta s'est engagé à fournir des produits et des services de première qualité à travers le monde qui suscitent la confiance et répondent à de réels besoins.

Konica Minolta accroît de manière concomitante la maniabilité ainsi que la valeur de ses produits et de ses services envers ses clients.

Dans ce chapitre, les activités de RSE de Konica Minolta seront explicitées à travers l'exemple de la dernière génération de périphériques multifonctions (MFP)¹, le bizhub C550.





Le bizhub C550 : Une réponse aux besoins et à l'environnement professionnel de chaque client

Le monde est en train de connaître une série d'innovations technologiques dans le cadre du rapide développement des Technologies de l'Information (IT) ; le jour est proche où les gens pourront accéder à l'information à n'importe quel moment et de n'importe quel lieu. Konica Minolta pense que c'est la responsabilité du fabricant de fournir des produits de première qualité à la société. Guidé par cette philosophie, le Groupe concentre ses efforts pour adopter le point de vue du client et lui offrir de la « vraie valeur », au-delà même de la simple production et du développement des produits. Konica Minolta a lancé, dans toutes les sociétés et départements de son Groupe, un mouvement dynamique pour fournir à ses clients la plus grande valeur ajoutée. L'une des réalisations de ce vaste mouvement est le MFP couleur bizhub C550.

Les séries bizhub sont recommandées pour un usage de bureau dont l'environnement requiert rapidité et qualité. Au-delà des applications de base telles que la photocopie, l'impression, le scannage et l'envoi de fac-similés, les machines bizhub fournissent un large champ d'applications dans les réseaux et sur internet. Construit autour des fonctions de base du bizhub, le C550 est un produit et un service de première qualité qui répond aux besoins professionnels de tous les clients.

Le C550 est particulièrement avancé en termes de sécurité de l'information et de concept universel (Universal Design, UD)² ; deux facteurs dorénavant

d'intérêt social. En complément de l'identifiant personnel et du code d'authentification, le C550 propose également un système de reconnaissance basé sur le tracé des vaisseaux sanguins des doigts afin de différencier les usagers et de prévenir les fuites d'informations par les MFP. Ce système de haute précision est rapide et rend inutile l'utilisation d'une carte d'accès.

La seconde caractéristique du C550 réside dans son concept universel ; un concept rendu accessible à toute personne qui tend à devenir un standard reconnu. Le Groupe fut un des premiers à établir ses propres standards de concept universel et à les appliquer à ses produits ; ainsi, l'ajustement variable de la hauteur des machines ou les panneaux de commande mobiles dans la verticalité permettent aux personnes se déplaçant en fauteuils roulants d'utiliser nos produits. La maniabilité accrue du C550 offre aussi un tableau de commande mobile ; il intègre des LED bleues sur le bouton « démarrage » et des indications lumineuses sur le tableau de commande pour faciliter la lisibilité des personnes atteintes de daltonisme.

Les MFP couleurs répondent aux besoins et à l'environnement professionnel de chacun des clients : elles représentent la nouvelle vague de produits et de services de première qualité que Konica Minolta envisage de proposer à tous.

Cette caractéristique particulière présente et met en valeur ceux qui ont joué un rôle dans la vente du C550 ainsi que ceux qui ont su travailler avec fierté et sens des responsabilités sur ce projet.



¹ Imprimante capable d'assurer plusieurs fonctions comme la photocopie, le scannage ou l'envoi de fac-similés.

² La conception du modèle des produits, les constructions et les espaces qui tiennent compte de la diversité du facteur humain (handicap, âge, sexe...).

La réponse aux demandes des clients par des produits fiables et faciles d'emploi

Durant la phase de développement du C550, Konica Minolta s'est toujours efforcé de se mettre à la place du client pour créer une machine fiable et facile d'emploi. Le C550 répond à ces deux critères.

La fiabilité signifie bien plus que la simple notion de sécurité dans l'utilisation du produit. Il s'agit de la confiance qui naît de l'assurance que le matériel sera sans défaut, qu'il respecte l'environnement et que le fabricant remplit ses obligations de responsabilité sociale. Le C550 utilise une technologie d'induction de chaleur (Induction Heating, HI)¹ sur une unité fixe



à temps de chauffe court. Ce système permet de réduire la consommation d'énergie en cours d'utilisation et de contrôler au maximum les mouvements inutiles

en standby : il est ainsi possible de limiter la pollution sonore et la hausse de température dans la salle. Le C550 offre l'un des concepts les plus efficaces du secteur en matière de consommation d'énergie tenant compte de la protection de l'environnement tout aussi bien que de l'environnement professionnel.

De plus, lors de la phase de tests, la société a demandé à plusieurs utilisateurs de tester le prototype afin de confirmer la facilité d'emploi du modèle. On a demandé à ces personnes de donner leur opinion sur la qualité de l'image et la rapidité d'impression bien sûr, mais aussi sur de nombreuses questions qualitatives comme la simplicité du maniement, la nuisance sonore, la gêne occasionnée lors de l'utilisation... Des personnes âgées et des personnes handicapées ont aussi participé aux tests afin d'améliorer la facilité d'emploi de la machine. Ainsi, en réponse aux opinions recueillies, nous avons ajouté une fonction zoom sur le tableau de commande et, des couleurs à fort contraste furent adoptées pour rendre la lecture du tableau plus aisée.



¹ Une méthode de génération de chaleur par induction électromagnétique. Cette technologie est notamment utilisée dans des appareils culinaires.



Yoshio Yamazaki
Directeur Général
Centre de R&D des
produits de l'image
Konica Minolta Business
Technologies, Inc.

La communication directe avec les clients pour fabriquer de meilleurs produits

« Nous allons dans les bureaux de nos clients pour leur demander ce qu'ils aimeraient avoir dans un MFP. Ensuite, nous développons les produits en partageant les connaissances que nous avons acquises dans les différents départements. Pour cette raison, je pense que les concepteurs doivent avoir le sens de la communication. »



Xinhua Wei
 Manager
 Département assurance
 qualité des pièces
 Konica Minolta
 Consulting (Shenzhen)
 Co., Ltd.

On n'obtient des résultats qu'en coopérant avec ses fournisseurs

« En Chine, nous avons travaillé dur, car nous n'avions aucune expérience dans ce domaine, pour atteindre notre objectif en 2006 : assurer la conformité RoHS des pièces concernées. Notre succès est le résultat de la coopération des entités chinoises et japonaises du Groupe avec nos fournisseurs. »

Les produits fiables se construisent sur une relation de confiance durable avec le fournisseur

Un produit fiable se construit avec des pièces de qualité. Aussi bien pour le consommateur que pour le technicien (CE)², il est essentiel que les diverses pièces du produit n'occasionnent pas de blessure tel qu'une coupure avec une feuille de métal et que les éléments électriques puissent supporter le voltage et la chaleur indiqués sur la notice. Konica Minolta dépend de ses fournisseurs pour assurer la fiabilité de ses produits.

Il existe depuis quelques années, des inquiétudes grandissantes sur les dangers éventuels des substances chimiques contenues dans certaines pièces. Un exemple instructif en est la « Directive RoHS », une réglementation de l'UE concernant les substances dangereuses. Depuis juillet 2006, les produits contenant une des six substances classifiées comme étant dangereuses par la directive, dont le mercure et plomb, ne peuvent être vendus dans l'UE. Cette réglementation n'a pas affecté Konica Minolta puisqu'une équipe chargée du problème avait déjà été mise en place et que toutes les mesures nécessaires avaient été prises avant

même l'entrée en vigueur de la directive. Poursuivant le mouvement engagé, Konica Minolta a établi une structure pour un contrôle plus strict de la qualité dans le cadre de son système d'approvisionnement vert³.

Système d'approvisionnement vert



Tout d'abord, Konica Minolta a procédé à des enquêtes minutieuses sur le terrain en visitant plus de 700 fournisseurs à travers le monde pour évaluer des critères comme l'utilisation de substances dangereuses dans les pièces associées ou l'unité elle-même, ou bien encore, le système de drainage des eaux usées dans les usines.

En se basant sur le résultat de ces enquêtes, Konica Minolta a émis un certificat de validation aux fournisseurs ayant mis en place des mesures environnementales suffisantes. Qui plus est, en encourageant la formation d'enquêteurs internes responsables d'évaluer le niveau du respect environnemental des fournisseurs, le Groupe a pu éveiller la conscience écologique de ses employés. La clé du succès du système d'approvisionnement vert de Konica Minolta est peut-être due aux relations de confiance établies avec les fournisseurs lors de ces visites in situ.

² Service chargé de la maintenance et du contrôle des produits chez les clients.

³ Méthode d'approvisionnement pratiquée par les sociétés qui consiste à sélectionner et à acheter les pièces des produits selon leur degré de respect de l'environnement.



« C'est ma deuxième maison » — Motiver les employés et faire naître l'esprit d'entreprise dans les usines chinoises

La Chine est devenue l'usine du monde du fait des multiples délocalisations d'entreprises sur son territoire. Cependant, les responsables locaux doivent relever plusieurs défis en termes de stabilité de la main d'œuvre et de moral. Chez Konica Minolta, le taux de rotation de la main d'œuvre s'est amélioré ces dernières années. Pourquoi? La réponse à cette question est contenue dans le proverbe chinois « Yi chang wei jia », « C'est ma deuxième maison ».

La confiance dans un fabricant d'envergure mondiale dépend de sa capacité à fournir en toutes circonstances des produits de haute qualité identiques sur l'ensemble de la planète. Pour maintenir cette qualité, il faut créer un environnement professionnel agréable pour les employés. La solution trouvée par Konica Minolta est simple : s'occuper de ses employés en organisant des activités culturelles, des événements sportifs ou des programmes de formations en dehors du temps de travail

comme des cours de japonais, d'anglais ou d'informatique. En prenant conscience que Konica Minolta s'investit dans le développement personnel de ses employés, ces derniers éprouvent un sentiment de stabilité qui fait naître en eux un élan d'affection pour leur lieu de travail.

Plus on aime son lieu de travail et plus le sens des responsabilités s'accroît. Les visiteurs sont toujours surpris de voir la capacité avec laquelle les employés réparent les pièces défectueuses. Cela montre simplement que les employés de Konica Minolta sont fiers de leur travail et qu'ils se sentent concernés par celui-ci. La mission commune de l'ensemble du Groupe est de fournir des services à haute valeur ajoutée.

En Chine, la famille et la ville natale sont des valeurs très importantes. Les employés chinois de Konica Minolta considèrent leur lieu de travail de la même manière. Konica Minolta tient sincèrement compte du concept de « Yi chang wei jia », « C'est ma deuxième maison ».



Zhenzhou Chen
Manager de
département
Division Fabrication de
Produits
Konica Minolta
Business Technologies
(Wuxi) Co., Ltd.

Ne jamais ménager ses efforts pour créer des produits de haute qualité

« En septembre dernier, nous avons rencontré plusieurs problèmes sur la chaîne de fabrication pour le lancement du nouveau bizhub C550. Nous avons été néanmoins capables de résoudre ces problèmes grâce aux efforts du personnel au Japon et aux employés de l'usine de Wuxi. Finalement, nous avons pu assurer un solide plan de production tout en garantissant une haute qualité. »



Phil Steele
Technicien Haut Volume
Département Haut
Volume
Konica Minolta Business
Solutions (UK) Ltd.

Fournir aux clients le plus haut niveau de soutien et de service

« Je travaille comme technicien spécialisé dans les logiciels et la résolution des problèmes, y compris ceux concernant les applications et les systèmes de contrôle au sein de la Division Haut Volume au Royaume-Uni. Mon objectif est de fournir aux clients le plus haut niveau de soutien et de service. »

Utiliser à fond le potentiel du C550 — Les capacités technologiques et le sens de la communication engendrent la satisfaction chez le client

Le bizhub C550 a été commercialisé grâce aux efforts combinés de nombreux départements du groupe Konica Minolta. Cependant, si nos clients veulent pouvoir utiliser tout le potentiel du C550, il faut aussi que les techniciens, qui sont le lien direct entre la société et ces derniers, approfondissent leurs connaissances du produit, leurs compétences techniques et leurs méthodes de proposition. Rassembler tous les techniciens pour une grande séance de formation à chaque sortie d'un nouveau modèle serait néanmoins une gêne pour tous les clients qui attendent qu'on s'occupe de la maintenance de leur appareil.

Konica Minolta a donc introduit deux systèmes pour améliorer les capacités de ses techniciens. Le premier est un système de e-learning¹ qui peut être utilisé autant de fois que nécessaire sans considération de lieu ou de temps. Le second est la classification OUTWARD, système en vigueur depuis le printemps 2006. OUTWARD permet de catégoriser les capacités

techniques des techniciens de Konica Minolta répartis dans le monde en quatre catégories : qualifié, professionnel, expertise et maîtrise.



Ce système offre deux avantages combinés : le premier de clarifier le type de service qu'un technicien peut fournir aux clients et le second de renforcer la transparence de l'évaluation du personnel en promouvant les techniciens qui ont obtenu une classification supérieure.

Les produits évoluent car nous répondons aux demandes individuelles des clients. L'objectif futur du Groupe est de développer un nouveau MFP capable de fournir au client le type de document qu'il désire au moment où il le désire. Nous avons pu constater que ce sont les personnes qui comblent le vide entre les clients et les produits. C'est la raison pour laquelle Konica Minolta consacre tant d'efforts à l'éducation et à la formation des ressources humaines.

En ce moment même, les employés de Konica Minolta sur l'ensemble de la planète poursuivent leurs efforts pour améliorer la valeur des services fournis aux clients.

¹ « E-learning », système d'apprentissage utilisant des ordinateurs ou des réseaux d'ordinateurs.





Charte de
Bonne Conduite

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.

En tant que fabricant, Konica Minolta pense que nous devons gagner la foi et la confiance de la société en répondant consciencieusement aux attentes des clients quant à la qualité et à la sécurité des produits. Par conséquent, nous avons pour objectif principal de répondre aux attentes du marché en donnant toujours la priorité la plus élevée à la qualité et à la satisfaction des clients et en fournissant des produits et des services qui atteignent de très hauts niveaux d'exigence.

Impression à la demande (Print-On-Demand, POD) : pour réaliser des impressions dans les temps et dans les quantités que vous souhaitez

Konica Minolta fournit un système POD possédant ses propres périphériques multifonctions de production (MFP). Le système POD, sans épreuves, ni planches, permet au client d'imprimer et de relier des copies à la demande. De plus, dans le cas de documents numérisés, le client peut même les imprimer simultanément à distance et de différents endroits par l'entremise des réseaux de communication. Le système lui permet également de réaliser des opérations normalement impossibles avec des méthodes d'impression traditionnelles à cause du temps demandé ou du coût de l'opération comme par exemple, obtenir immédiatement une copie d'un journal étranger ou celle du texte d'un ouvrage rare.

Films de protection avancés pour écran à cristaux liquides (Liquid Crystal Display, LCD)

Fins, lumineux et de faible consommation d'énergie, les LCD sont souvent utilisés en tant que moniteur TV, écran d'ordinateur, téléphone cellulaire, système de navigation par satellite ainsi que dans bien d'autres produits. Konica Minolta est un fabricant très important de films en triacétate de cellulose (TriAcetyl Cellulose, TAC), matériau utilisé comme film de protection pour les plaques polarisantes, composant principal des LCD. Les hautes technologies requises dans la fabrication de films TAC ne sont maîtrisées que par un nombre très limité de fabricants. Répondant aux besoins grandissants de LCD, Konica Minolta offre un vaste choix de produits et soutient la demande croissante pour des LCD à écran large d'images à haute définition.

Digital Konsensus : la réponse à la demande de système d'épreuves numériques.

Ces dernières années, la demande concernant les CTP (Computer To Plate), système ne requérant pas l'utilisation de films d'arts graphiques, est de plus en plus grande dans le secteur de l'impression. Les systèmes d'épreuves couleurs numériques, une nouvelle étape de l'impression dans laquelle le film d'art graphique n'est plus nécessaire, sont donc maintenant essentiels. Le système d'épreuves numériques Digital Konsensus de Konica Minolta est la réponse à ce nouveau besoin. Dans son dernier modèle, Digital Konsensus Premium, Konica Minolta est parvenu à réduire de moitié les déchets liquides par rapport au modèle précédent en développant de nouveaux types de papier, d'agents de traitement et de processeurs automatiques incorporant de nouvelles technologies de nettoyage.

Oxymètre de pouls réduisant l'inconfort du patient

L'oxymètre de pouls PULSOX est un appareil compact qui mesure la saturation d'oxygène dans le sang artériel en observant les changements de couleur de l'hémoglobine par induction de lumière en application sur le bout du doigt. Cette caractéristique lui permet d'être employé dans le domaine médical et de donner des résultats sans avoir à effectuer de prise de sang. Cet appareil est principalement utilisé pour des examens de la fonction pulmonaire dans les hôpitaux, des bilans médicaux pour des patients sous traitement oxygène à domicile et pour détecter des syndromes d'apnée du sommeil.



Système POD (impression à la demande)



Film TAC utilisé comme protection pour LCD



Digital Konsensus Premium



PULSOX oxymètre de pouls



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, nous agissons en observant les règles internationales et celles les transposant en droit national.

Toute activité effectuée par Konica Minolta sera éthique et convenable. Chaque employé et fournisseur est conscient de son obligation de se conformer aux normes éthiques les plus strictes de l'entreprise dans tous ses actes. En plus du respect strict de toutes les législations et réglementations concernées, il doit assurer la justesse des transactions, le traitement approprié de tous les types d'information délicate et la prévention de la corruption. Au niveau de l'entreprise, nous agissons toujours pour augmenter la transparence et nous nous efforçons d'empêcher toute action inadéquate grâce à des systèmes de contrôle conçus pour découvrir et rectifier toute transgression.

Promotion d'une gouvernance d'entreprise efficace et transparente

Le groupe Konica Minolta a opté pour une structure basée sur une Holding, permettant ainsi à chaque société de se concentrer sur ses activités propres et de faire des choix stratégiques pertinents. Konica Minolta Holdings s'est dotée d'un conseil d'administration composé de comités séparant les fonctions de supervision et d'exécution des opérations afin d'améliorer la transparence de la gestion et d'accélérer le processus de décision. Le Conseil d'administration possède trois comités chargés de superviser des opérations de différents types : le Comité de contrôle, le Comité de compensation et le Comité de nomination. Chaque comité est présidé par un administrateur général issu de l'extérieur, de même que la majorité des administrateurs membres. Cette structure permet une sensible amélioration de la transparence de la gestion.

L'équipe de Konica Minolta mise en place pour le projet J-SOX a commencé à travailler pour s'assurer que le Groupe est bien en conformité avec les instruments financiers et la loi sur la convertibilité¹ qui entrera en vigueur pendant l'exercice 2008. L'équipe a divisé le processus en quatre phases et s'attelle maintenant à mettre à niveau les contrôles internes au Groupe dans les sociétés consolidées. L'objectif final est d'établir un système fiable qui évitera l'apparition d'erreurs dans la préparation des rapports financiers en garantissant ainsi la conformité des procédures de rédaction de même que le contenu des rapports.

Assurer une conformité stricte des lois et des règlements locaux

En Amérique du Nord, Konica Minolta a publié et remis aux autorités son *manuel de conformité antitrust* et organise chaque année des séances de formation à la conformité antitrust auprès des personnels concernés. Le Groupe distribue ce manuel en même temps qu'un *fascicule de Code de Conduite de la distribution* à ses revendeurs et leur demande de se conformer aux lois et aux règlements ; des lettres de suivi leur sont également régulièrement envoyées afin de leur fournir les informations nécessaires.

En Europe, Konica Minolta s'assure que les sociétés du Groupe sont au fait des questions de conformité en distribuant un *Guide de conformité sur les lois réglementant la concurrence en Europe* à ses filiales chargées de la vente dans chaque pays afin de les encourager à débattre des lois réglementant la concurrence à chaque réunion importante.

Au Japon enfin, Konica Minolta a développé un système de formation pour le contrôle interne des directeurs de ses filiales, répondant ainsi au renforcement de la loi sur les entreprises entrée en vigueur en mai 2006. En octobre, des directives et des études de cas ont été fournies aux cadres dirigeants des principales filiales afin d'assurer le respect de l'éthique de l'entreprise. Le Groupe a également organisé des formations par niveau pour ses cadres, ses nouveaux collaborateurs et ses directeurs récemment nommés.

Rôle des comités



Comité de nomination

Ce comité nomme des candidats pour être les prochains membres du conseil d'administration qui seront choisis par l'assemblée générale des actionnaires.

Comité de compensation

Ce comité décide de la rémunération des administrateurs et des administrateurs exécutifs.

Comité de contrôle

Ce comité assure les activités de contrôle de gestion en lieu et place des précédents auditeurs d'entreprise.

Plan de travail projet J-SOX

- Phase 1: Etablissement d'un plan général (achevé durant l'exercice 2006)
- Phase 2: Documentation sur le contrôle interne (en cours pendant l'exercice 2007)
- Phase 3: Conception et réalisation de tests d'efficacité
- Phase 4: Améliorations continues

Le système sera complètement intégré avant la fin du mois de mars 2008.

¹ Appellation d'usage : « loi J-SOX ». Une série de scandales financiers au Japon a mis en évidence l'importance du contrôle interne de l'entreprise. La loi sur la convertibilité et les instruments financiers votée en 2006 a pour but d'assurer la fiabilité des rapports financiers. La loi entrera en vigueur durant l'exercice fiscal 2008.



**Charte de
Bonne Conduite**

3

Communication et publication des informations

Nous communiquons les informations sur notre entreprise avec loyauté et exactitude.

Konica Minolta pense que les communications bi-directionnelles permettent aux diverses personnes de partager leurs connaissances et de collaborer de façon constructive. En conséquence, nous nous engageons dans des dialogues avec diverses parties, y compris nos clients, actionnaires et investisseurs ainsi que les communautés locales et autres entreprises. Pour obtenir une compréhension étendue et une confiance dans le groupe Konica Minolta, nous mettons l'accent sur ce que nous rendons public au bon moment et de façon appropriée non seulement les informations financières mais aussi les informations non financières telles que celles relatives à nos activités sociales et environnementales.

Exploiter au maximum les opinions des investisseurs lors des réunions trimestrielles

Une réunion est organisée chaque trimestre pour exposer les résultats financiers du Groupe aux investisseurs institutionnels et aux organismes de classement. Par exemple, la quatrième réunion trimestrielle de mai 2006 fut l'occasion d'exposer le business plan à moyen terme « Forward 2008 ». Les cadres et les employés des divisions conception projet du Groupe participent à ces réunions où ils peuvent bénéficier directement des opinions et des commentaires des investisseurs. Ces avis sont ensuite incorporés dans le processus de décision comme dans la conception de projets.

Le même jour, les documents distribués au cours de la réunion sont mis en ligne, en japonais et en anglais, sur le site internet des relations investisseurs de Konica Minolta (Investors Relations, IR) et des conférences téléphoniques sont organisées pour les investisseurs institutionnels situés hors du Japon. Tous les efforts sont mis en œuvre afin que les actionnaires et les investisseurs reçoivent les mêmes informations en même temps.

Réunions entre les investisseurs situés hors du Japon et les équipes dirigeantes

En juillet 2006, le Président et PDG de Konica Minolta Holdings, Inc., Yoshikatsu Ota, s'est rendu au Royaume-Uni, en Allemagne et en France, puis en septembre aux États-Unis et au Canada pour rencontrer plus de 40 investisseurs institutionnels. Lors de ces réunions, il n'a pas seulement exposé les résultats financiers actuels du Groupe, mais il a aussi discuté des orientations de gestion et de la stratégie commerciale définies pour le moyen et long terme.

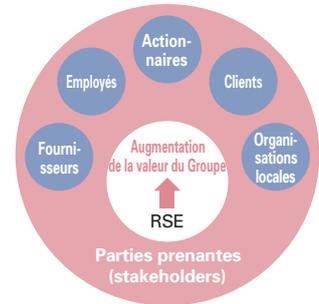
Konica Minolta organise fréquemment des réunions privées afin de faciliter le dialogue avec ses investisseurs institutionnels en leur rendant visite dans leurs bureaux, de même qu'il organise des réunions dans ses propres locaux lorsqu'on lui en fait la requête. Les équipes dirigeantes sont en première ligne de ces réunions et savent refléter les opinions ainsi obtenues dans la gestion du Groupe. Durant l'exercice 2006, on a ainsi organisé des entretiens privés avec environ 400 investisseurs institutionnels. Plus d'une centaine d'entretiens furent conduits par des membres des équipes dirigeantes de Konica Minolta.

Un système de vote électronique pour tous les actionnaires dans le monde

Konica Minolta assure également une communication stable avec ses investisseurs institutionnels en leur fournissant l'ordre du jour de l'assemblée générale des actionnaires.

Dans le cas de l'assemblée générale des actionnaires de juin 2007 par exemple, les investisseurs institutionnels dans le monde (principalement ceux des États-Unis et du Royaume-Uni mais aussi d'autres pays) furent en mesure d'exercer leur droit de vote via un système de vote électronique ; système qui s'est avéré fiable et qui a été utilisé par plus de 2000 investisseurs institutionnels. Dans le passé, les investisseurs institutionnels hors du Japon recevaient l'ordre du jour de l'assemblée générale des actionnaires organisée au Japon par l'intermédiaire de différentes institutions ; ils avaient donc peu de temps pour en étudier le contenu. Grâce à ce nouveau système qui accélère l'ensemble du processus et crée un environnement plus adapté, ils peuvent désormais étudier les informations fournies avec plus de temps et plus d'attention avant le vote.

Dialogue avec les parties prenantes (stakeholders)



Colonne du Personnel

Kaori Gokyu
Manager
Relations avec les
investisseurs du
Groupe
Konica Minolta
Holdings, Inc.



« Afin de permettre au Groupe de croître continuellement en tant que créateur de valeurs, il est important de poursuivre nos efforts pour conserver la confiance des « stakeholders ». Nos activités IR consistent à maintenir les lignes de communication ouvertes avec ceux-ci pour renforcer leur confiance dans le groupe Konica Minolta. »



Réunion IR pour investisseurs

3

Nous communiquons les informations sur notre entreprise avec loyauté et exactitude.



Exposition « IMPRIMEZ MIEUX » organisée au George V de Paris

Colonne du Personnel

Daniel Mathieu

Directeur
Département
Marketing et
Communication
Konica Minolta
Business Solutions
France S.A.S.



« Nous continuerons à fournir des solutions à forte valeur ajoutée à la société, non seulement par l'intermédiaire des technologies innovantes de nos produits mais aussi par différents services et activités de RSE. »

Tom Rohde

Manager
administratif
Konica Minolta
Supplies
Manufacturing
U.S.A., Inc.



« Je suis très fier que pendant 18 ans Konica Minolta ait servi la communauté de Goshen à New-York en offrant nos services de photocopie aux organisations de charité et en prêtant nos locaux pour des manifestations locales. »

Les expositions Konica Minolta encouragent le dialogue

Les expositions représentent une excellente opportunité de dialoguer directement avec de nombreux visiteurs. Par la présentation de ses produits et de ses activités de RSE, Konica Minolta encourage le dialogue avec tous ceux qui s'intéressent à l'avenir du Groupe.

En février 2007, la société commerciale Konica Minolta Business Solutions France S.A.S. a organisé une exposition de périphériques multifonctions (MFP) nommée « IMPRIMEZ MIEUX » au Four Seasons Hôtel George V à Paris. De nombreux visiteurs se rendirent sur les lieux, y compris des clients et des revendeurs, donnant ainsi à la société l'occasion de prouver son statut de numéro 1 dans le domaine des plates-formes de communication couleur. Afin de fêter le 20^{ème} anniversaire du début de ses ventes de produits couleur. Une partie de l'exposition présentait au travers d'un mini-musée un historique des modèles couleur de la société et des efforts faits par celle-ci pour la protection de l'environnement. *Le rapport en français de RSE de Konica Minolta 2006* fut largement distribué ainsi qu'une brochure présentant les activités de RSE en France. De nombreux visiteurs furent notamment surpris de constater le lien existant entre le développement technique des MFP et les activités de RSE de la société.

Construire des relations de confiance avec les organisations locales

Les sites Konica Minolta prennent à cœur la communication avec les acteurs locaux et organise régulièrement des visites et des expositions ouvertes au public.

Depuis la construction de son usine de fabrication de toners, Konica Minolta Supplies Manufacturing U.S.A., Inc. a toujours encouragé le dialogue avec les organisations locales sur les questions environnementales et bien d'autres encore. L'un des résultats encourageants de ces interactions est la création d'une large zone marécageuse préservée dans l'enceinte du terrain de l'usine qui est devenue un refuge pour les oies et les daims. La société fournit également des services gratuits d'impression pour des brochures ou des lettres d'information à de nombreux groupes à buts non lucratifs des environs comme les Musées d'art ou le Rotary Club. Les papiers utilisés pour tester la qualité des toners sont réutilisables ; la société fait don de ces papiers aux YMCA (Young Men's Christian Association) et YWCA (Young Women's Christian Association) des États-Unis.

Konica Minolta Supplies Manufacturing U.S.A. soutient également l'Association Japonaise qui propose aux résidents locaux des cours d'introduction à la culture japonaise par l'arrangement floral japonais, la cérémonie du thé ou la poésie haïku. La société loue aussi une salle de conférences à la Chambre de commerce locale permettant ainsi de faire croître la compréhension réciproque au sein de la communauté locale.

Sensibiliser à la qualité de gestion de Konica Minolta

Le site de fabrication Konica Minolta en Chine invite activement ses clients, dont ses revendeurs et les sociétés commerciales du groupe, à participer à des visites de découverte de l'usine. Le but du projet est de leur montrer l'ampleur des efforts réalisés pour garantir la qualité du produit à travers une observation directe de la chaîne de production. Les participants peuvent apprécier de visu la qualité de gestion du système, rencontrer directement les employés et comprendre leur motivation et leur implication à la fabrication de bons produits. En voyant la passion avec laquelle les produits Konica Minolta sont faits, les visiteurs auront encore plus confiance dans ces produits et pourront les recommander avec conviction à leurs clients.

Promouvoir la participation des employés dans les initiatives de RSE à travers des campagnes d'encouragement

La promotion des activités de RSE ne signifie pas seulement mettre en place des politiques de gestion, c'est aussi s'assurer que tous les employés participent bien à ces dernières. Afin d'approfondir la compréhension des activités de RSE chez les employés de première ligne, Konica Minolta a lancé en novembre 2006 une campagne intitulée « Comprendre et promouvoir la RSE ».

Les membres du groupe de promotion RSE rendirent visite aux sites du Groupe au Japon et expliquèrent simplement le sens de la RSE. Ces activités ont pour but de promouvoir la compréhension chez l'ensemble des employés y compris ceux en travail partiel et temporaire.

Des tableaux explicatifs et des documents concernant la RSE sont disposés dans des lieux ouverts comme les cafétérias des sites Konica Minolta. On organise des discussions avec les employés se rendant dans ces lieux et on leur explique des cas spécifiques de RSE. Ces manifestations réunissent en moyenne 200 personnes chaque jour et parfois jusqu'à près de 500. A l'heure actuelle (juin 2007), 3.000 employés y ont déjà participé. Ces activités réunissent des employés de différentes appartenances et leur permettent de discuter de ce qui leur semble important et de la juste manière de promouvoir la RSE.



Visiteurs du site de l'usine de Shilong

Colonne du Personnel

Yuefeng He
Senior Manager
Division de
production 1, usine
de Shilong
Konica Minolta
Business
Technologies
Manufacturing (HK)
Ltd.



« L'usine de Shilong est une usine de niveau international qui évolue sans cesse et fabrique des produits de haute qualité donnant grande satisfaction aux clients. La qualité de nos produits est le résultat de nos efforts continus en vue de les améliorer. L'usine est comme une grande famille où le respect règne entre les employés. Nous espérons sincèrement que les visiteurs de l'usine pourront apprécier les résultats de nos efforts dans tous les produits fabriqués ici. »



Comprendre et promouvoir la campagne de RSE

Protection de l'environnement

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

Konica Minolta s'efforce de réduire son impact sur l'environnement. A travers sa Politique environnementale, le groupe vise non seulement à fournir des produits et des services utiles aux clients et ayant une réelle valeur économique mais aussi à réduire l'impact sur l'environnement pour l'ensemble du cycle de vie de ses produits – depuis la sélection de matières premières et des composants, en passant par la conception, la production, la distribution, l'utilisation, la maintenance et le traitement des déchets.

Des produits à faible consommation d'énergie réduisant l'impact sur l'environnement

Les systèmes de faible consommation d'énergie sont devenus des sujets d'importance dans la création des périphériques multifonctions (MFP) depuis la progression du réchauffement planétaire.

Le développement de technologies peu consommatrices d'énergie sont des exigences clés lors de la conception des nouveaux périphériques multifonctions (MFP), compte tenu de la prise de conscience du réchauffement climatique global.

Le bizhub C550, un MFP couleur en vente depuis février 2007, intègre une technologie d'induction de chaleur par unité de fusion¹ (Induction Heating, IH), qui réduit son temps de montée en température. Le C550 utilise également des toners polymérisés de haute qualité Konica Minolta qui nécessitent une température plus faible pour fusionner avec le papier. Nous avons ainsi obtenu une réduction de la consommation d'énergie de 40% par rapport au précédent modèle².

Réduire la consommation d'énergie grâce à des toners polymérisés avancés

À la différence d'un toner conventionnel pulvérisé, le toner polymérisé Konica Minolta se présente sous forme de particules fines et uniformes et produit des images de haute qualité comparables à l'impression offset. Tous les nouveaux modèles de MFP et d'imprimantes lasers Konica Minolta sont équipés de système à toner polymérisé.

La production de toner polymérisé requiert 30% d'énergie en moins que les méthodes conventionnelles de production des toners pulvérisés, car le broyage n'est plus nécessaire. L'élimination de cette phase permet aussi de réduire les émissions de CO₂. Qui plus est, le lancement du toner polymérisé dès 2006 a permis au Groupe de réduire d'environ 15%, la consommation d'énergie liée à l'utilisation des produits car il faut moins de chaleur pour fixer le toner. Pourtant, si l'on considère les impacts de la consommation d'énergie sur l'ensemble du cycle de vie du produit, la réduction de la consommation lors de l'utilisation est plus significative que la réduction liée à la production.

Éliminer les substances dangereuses dans les produits

La directive Européenne RoHS³ limite l'utilisation de six substances chimiques dangereuses pour la santé et l'environnement, même si les produits en fin de vie sont traités correctement. Ainsi, la directive prohibe l'utilisation du plomb, du mercure, du cadmium, du chrome hexavalent, du polybromodiphényl (PBB) et du polybromodiphényléther (PBDE) comme retardateur de flamme dans les équipements électriques et électroniques vendus après le 1^{er} juillet 2006. En réponse à la directive RoHS, Konica Minolta a élevé ses standards de conformité et les a étendus à tous ses produits quelque soit leur lieu de commercialisation. Le Groupe a conduit une enquête et a pris de sa propre initiative, la décision de changer les pièces contenant l'une des substances prohibées pour les remplacer par des pièces conformes. Ainsi depuis janvier 2006, le Groupe n'utilise que des éléments conformes à la directive RoHS pour la production de ses nouveaux produits.



bizhub C550

Colonne du Personnel

Egbert Pape

Manager
Environnement et
sécurité Europe
Konica Minolta
Medical & Graphic
Imaging Europe
GmbH



« Les trois directives environnementales européennes, WEEE, RoHS et EuP⁴, soulèvent des questions relatives à la production des équipements et aux composants utilisés pour leur fabrication. Par ailleurs, toutes les substances chimiques incluses dans les produits sont sujettes à la réglementation REACH⁵ de l'UE. Nous devons donc désormais tenir compte de la gestion des substances chimiques dès la conception afin d'optimiser les performances écologique des produits. »

¹ L'induction de chaleur est une technologie basée sur un procédé d'induction de chaleur par électromagnétisme.

² En comparaison avec le bizhub C450 sorti en 2005.

^{3, 4, 5}

La Directive de Limitation des substances dangereuses dans les équipements électriques et électroniques (RoHS), la directive de gestion des déchets d'équipements électroniques et électriques (WEEE) et la directive sur les produits consommateurs d'énergie (EuP), de même que l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des produits chimiques (REACH) sont des réglementations environnementales applicables aux produits. Elles ont été établies en Europe il y a quelques années.

4

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

■ Colonne du Personnel

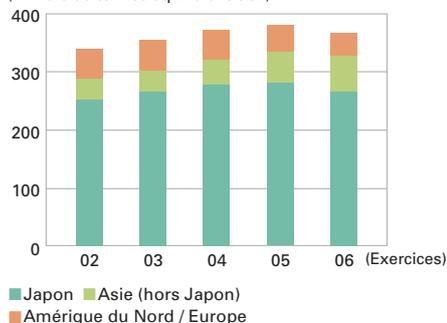
Florence Buhot
Manager Qualité et
Environnement
Konica Minolta
Business Solutions
France S.A.S.



« Le 2 février 2007, le quatrième rapport du groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat, était rendu public. En réponse à ce rapport, qui fournit les dernières données en matière de réchauffement planétaire, nous devons accélérer nos programmes environnementaux. Le Groupe adoptera pour l'exercice 2007 la méthode du Bilan Carbone® afin de mesurer ses émissions de CO₂ et d'établir des plans d'action pour les réduire. »

Emissions de CO₂ de Konica Minolta R&D et sites de production

(milliers de tonnes équivalent CO₂)



¹ Niveau 1 du programme « zéro déchet » : Le taux de recyclage doit être de 90% ou plus. Le taux de déchet ultime doit être de 5% ou moins (y compris les résidus secondaires) ; la réduction des coûts est obtenue par une augmentation des ventes des matériels recyclés et/ou un effet de réduction des coûts inhérent au rachat par des tierces parties des matières recyclables issus des déchets.

² Niveau 2 du programme « zéro déchet » : Le volume de déchets traités en extérieur doit être réduit de 30% par unité de vente (comparé à l'exercice de référence).

La réduction de dégagement de CO₂ dans le cycle de vie du produit

Konica Minolta met tout en œuvre pour atteindre l'objectif partagé par toutes les sociétés du Groupe : réduire les émissions de CO₂ sur l'ensemble du cycle de vie des produits, de la fabrication à la distribution jusqu'à l'utilisation, de 20% pour l'exercice 2010 par rapport à celui de 2000.

Le Groupe déploie un programme de maîtrise de l'énergie qui permet de mesurer l'énergie économisée ainsi que les secteurs à améliorer sur chaque site de production. Qui plus est, le Groupe continue à développer des produits qui nécessitent moins d'énergie pendant leur utilisation (voir page 22).

Les avions émettent bien plus de CO₂ que les bateaux pour transporter un même produit sur une distance équivalente. Konica Minolta privilégie les voies maritimes pour transporter ses produits et n'utilise qu'occasionnellement le système aérien. Le Groupe essaye donc de réduire les émissions de CO₂ en limitant le nombre de transports par fret aérien. Le pourcentage d'émission de CO₂ due au fret aérien durant l'exercice 2006 a ainsi été réduit d'environ 60% par rapport à celui de 2004.

« Zéro déchet » — Contribuer à la création d'une société promouvant le recyclage

Konica Minolta veut réduire l'impact environnemental de ses activités lié à la production de déchets et s'est fixé un objectif pour l'exercice 2010 : réduire les déchets sur l'ensemble de ses sites de 20% (par rapport à l'exercice 2000). Pour atteindre cet objectif, le Groupe a lancé sa campagne « zéro déchet » qui préconise le recyclage comme alternative à la mise en décharge. Les étapes de réalisation qualifiées par Konica Minolta de niveau 1¹ et niveau 2², seront appliquées sur tous ses sites. Le niveau 1 consiste à diminuer la quantité de déchets mis en décharge par l'orientation de ces déchets dans des filières de recyclage. Une fois le niveau 1 validé, les sites devront s'atteler à la réalisation du niveau 2, c'est-à-dire réduire le volume de déchets produit par unité de vente.

Konica Minolta Business Technologies (Wuxi) Co., Ltd., et l'usine Shilong de Konica Minolta Business Technologies Manufacturing (HK) Ltd. ont atteint le niveau 1 au cours de l'exercice 2006. C'est la première fois qu'un site hors du Japon parvient à remplir ce niveau d'exigence. Le taux de recyclage est de 94,4% pour l'usine de Wuxi et de 99,9% pour celle de Shilong. Cette information a été relayée par les médias chinois et sur internet, présentant ainsi le système de contrôle environnemental de Konica Minolta, à la société chinoise.

Au Japon, quatre nouveaux sites ont atteint les objectifs du niveau 2, portant ainsi le nombre total de sites à dix dans le pays.

Une gestion intelligente des substances chimiques et une réduction volontaire des substances toxiques

Pour l'exercice 2008, Konica Minolta s'est fixé pour objectif de réduire ses rejets de composés organiques volatiles dans l'atmosphère (COV)³ à 1/10 de l'exercice 2000. Durant l'exercice 2006, le Groupe a réduit ses rejets à environ 1/6 de ceux de l'exercice 2000. Le Groupe a également fixé des objectifs de réduction prioritaires de certaines substances ayant un impact important sur l'environnement comme le dichlorométhane⁴.

Après analyse, Konica Minolta a détecté des pollutions des sols et des nappes phréatiques sur neuf de ses sites. Des équipes spécialisées ont été mises en place pour gérer ces sites et, poursuivre leurs actions de traitement et de contrôles réguliers. Des informations détaillées concernant ces sites sont disponibles sur le site internet du Groupe.

Lors du lancement d'un nouveau produit sur une chaîne de fabrication, Konica Minolta sécurise le produit et ses employés en appliquant ses propres critères de sécurité pour la gestion des produits chimiques. Par exemple, l'usine de American Litho aux États-Unis dans le Michigan a récemment agrandi sa chaîne de fabrication de plaques d'impression de nouvelle génération. Les méthodes de traitement des substances chimiques ont été examinées avec l'aide d'experts et d'ingénieurs industriels. Puis, tenant compte de l'avis des experts, American Litho a organisé une réunion sur les mesures de sécurité chimiques mises en oeuvre pour assurer une sécurité optimum dans les procédés de fabrication.

Pour plus de détails concernant les initiatives environnementales de Konica Minolta et pour accéder à la version en ligne du rapport sur l'environnement, consultez le site Environnement de Konica Minolta :

<http://www.konicaminolta.com/about-fr/environnement/>



Le site internet du nouveau district de Wuxi présente les progrès de l'usine sur le programme « zéro déchet ».

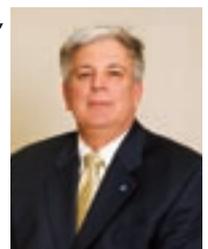
Colonne du Personnel

Jianli Gong
Responsable
des questions
environnementales
Konica Minolta (China)
Investment Ltd.



« En mars, les usines de Wuxi et de Shilong ont toute deux atteint le niveau 1 du programme « zéro déchet » en obtenant un taux de recyclage de plus de 90% des déchets matériels produits. Nous poursuivons nos efforts pour faire avancer nos autres mesures environnementales tout en continuant à améliorer notre programme « zéro déchet ». »

David A. Pasquini,
Docteur
Vice président
de la gestion
santé, sécurité et
environnement
Konica Minolta
Headquarters North
America, Inc.



« En effectuant une gestion sûre du stockage et du traitement des substances chimiques durant ses opérations de fabrication, Konica Minolta est en mesure d'utiliser de façon fiable des substances chimiques dans la fabrication de produits de haute qualité sur ses sites de production américains. »

³ Les COV sont largement utilisés comme détergents, solvants et carburants. Ils sont considérés depuis quelques années comme substances toxiques mises en cause dans des pollutions (brouillard photochimique) et des maladies (syndrome du « sick house »).

⁴ Solvant organique aussi appelé chlorure de méthylène.



Charte de
Bonne Conduite

5

Apports à la société

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

Konica Minolta vise à devenir une entreprise citoyenne excellente à tout endroit où elle agit et travaille pour réellement comprendre les valeurs régionales et pour s'assurer que ses activités sont en harmonie avec ces valeurs. A travers ces opérations, le groupe montre son respect pour les cultures, histoires et coutumes régionales en aidant les communautés à surmonter les problèmes régionaux.

Contribuer à la société mondialement, régionalement et localement

Les activités de contribution sociale de Konica Minolta sont classifiées en trois types de programmes selon l'ampleur de leur contenu. Les programmes mondiaux se concentrent sur les défis partagés par toute l'humanité et par le Groupe dans sa totalité. Les programmes régionaux sont menés sur une aire géographique moins étendue et peuvent impliquer des activités ciblées sur l'Amérique du Nord, l'Europe, l'Asie (Chine) ou le Japon. Les programmes locaux sont lancés par les filiales et les installations du Groupe sur l'ensemble de la planète pour contribuer au bien-être des communautés locales.

Les programmes mondiaux

Améliorer le niveau de technicité pour soutenir la campagne de sensibilisation mondiale au cancer du sein

Afin de sauver le plus grand nombre de femmes des ravages du cancer du sein grâce à de nouvelles technologies, Konica Minolta offre des systèmes de mammographie numériques à phase-contraste (Phase Contrast Mammography, PCM) à rayons X permettant d'améliorer la détection en amont des cancers du sein.

En relation avec cette initiative, la totalité du Groupe soutient la campagne du « Ruban rose¹ » et l'éradication du cancer du sein. Au Japon, Konica Minolta est responsable de l'exposition *Pink ribbon visual exhibition* qui se tient au Konica Minolta Plaza à Tokyo. Le Groupe co-sponsorise de nombreux colloques dans le cadre de cette campagne. En Chine, aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Australie et ailleurs, la compagnie prend part à diverses activités charitatives et de volontariat en relation avec le sujet.

En Chine, le cancer du sein tue chaque année près de 40 000 femmes en devenant ainsi la première cause de mortalité parmi celles-ci. En 2006, le gouvernement chinois a lancé le projet « un millions d'examens de cancer du sein » afin de sensibiliser davantage les femmes et de promouvoir les examens pour permettre une amélioration du taux de détection précoce des cancers du sein.

Pour soutenir ce projet, Konica Minolta a fourni des systèmes PCM aux hôpitaux universitaires de Pékin (le First Hospital) et de Fudan (le Cancer Hospital) à Shanghai. Une centaine de personnes ont participé aux cérémonies de présentation dans ces hôpitaux qui ont soutenu les efforts de la campagne du « Ruban rose » en Chine.

Encourager le personnel féminin à faire des bilans médicaux réguliers pour la détection précoce du cancer du sein

Au Japon, le Groupe propose à ses employés son propre programme « Ruban rose » par l'entremise de ses divisions santé. Elles distribuent des fascicules contenant des informations sur les méthodes d'auto-examen et les adresses des établissements médicaux proposant des tests de détection du cancer du sein. Le Groupe utilise les forums de son réseau intranet² et des affichettes pour conseiller aux employées de s'auto-examiner une fois par mois et de subir un examen professionnel médicalisé une fois par an.



Symbole de la campagne du « Ruban rose » de Konica Minolta



Affichette pour la *Pink ribbon visual exhibition*



Cérémonie de donation d'un système de mammographie numérique

¹ La campagne du « Ruban rose » a commencé lorsque la fille d'une femme américaine mourut d'un cancer du sein. La mère fabriqua et distribua alors, accompagnée de ses deux autres petits enfants, des rubans roses avec le message « détection précoce, diagnostic et traitement avancé du cancer du sein ». Porter un ruban rose permet d'envoyer un message à la société : il est important de pratiquer l'auto-examen et de se faire suivre régulièrement par un professionnel.

² Un réseau d'information interne à une société ou un département qui opère sur une technologie internet.

5

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



Cérémonie de rentrée des classes organisée à « l'École de l'Espoir »



Les grues du Japon que Konica Minolta tente de protéger

¹ La grue du Japon est un grand oiseau au plumage blanc doté d'une houppe rouge au sommet de son chef. Son habitat s'étend de l'Eurasie orientale à l'île d'Hokkaido au Japon.

² Le système d'impression à la demande désigne une technique d'impression permettant de réaliser des photocopies selon les besoins sans avoir à utiliser des plaques d'impression. Les multipériphériques numériques permettent des impressions rapides et peu coûteuses à la demande.

Programmes régionaux

Soutenir les programmes d'éducation pour les enfants en Chine

Les « Ecoles de l'Espoir » font partie d'un programme de volontariat connu sous le nom de « Projet Espoir » qui a débuté en 1989 sous les auspices de la Fondation pour le développement de la jeunesse chinoise. Le projet soutient la scolarisation des enfants à travers trois axes de programmes : la construction d'écoles de l'espoir, la donation de bibliothèques de l'espoir et la formation de professeurs en milieu rural.

Désirant aider au mieux le « Projet Espoir » dans ses initiatives, Konica Minolta a fait un don financier pour construire une école élémentaire à Zhuanghe, Dalian, dans la province de Liaoning. La nouvelle école, nommée « Ecole de l'espoir Zhuanghe Shanzhen Konica Minolta », a été inaugurée le 1^{er} septembre 2006 avec la présence du député-maire Wang Peng. Le même jour, Konica Minolta Opto (Dalian), Inc., également située à Dalian, a offert à cette école des ordinateurs portables, du matériel d'écriture et des équipements sportifs.

Inquiétudes concernant les animaux en voie de disparition : les efforts pour sauver les grues du Japon

Il n'y a pas si longtemps, les grues du Japon¹, espèce d'oiseau de l'archipel, déclinaient en nombre et furent un temps à la limite de l'extinction à cause de la détérioration de leur habitat. Heureusement, grâce à l'établissement de la réserve ornithologique de grues du Japon de Tsurui Ito en 1987 par la Société ornithologique du Japon et aux efforts des résidents locaux ainsi que des organisations concernées, leur nombre a augmenté pour maintenant atteindre plus d'un millier.

Konica Minolta a toujours soutenu les activités de protection des grues depuis l'établissement de la réserve. Le Groupe a en plus fabriqué des cartes postales incluant des photographies de grues pour les offrir aux donateurs de la réserve. Pour le 20^{ème} anniversaire de la réserve en 2007, Konica Minolta envisage de créer une collection de 30 photographies sélectionnées parmi celles ayant gagné un prix lors des concours photographiques de charité sur les grues du Japon organisés par Konica Minolta. La collection sera réalisée grâce au système d'impression à la demande² d'une machine série bizhub PRO C.

Les programmes locaux

Contribuer à la sécurité des plages en Australie

En Australie, les activités des surveillants de baignade qui patrouillent sur les plages et s'assurent de la sécurité pour que les plaisanciers puissent en profiter librement, sont réalisées par des membres volontaires et soutenues financièrement par des subventions du Gouvernement national. Konica Minolta Business Solutions Australia Pty. Ltd., une filiale de distribution de matériel bureautique, aide et soutient financièrement l'Association de surveillance des plages du Queensland.



Des surveillants de baignade

Les employés britanniques participent à une « démonstration » pour lever des dons : un saut pour la vie

Dans le cadre de leur activités de contribution à la communauté, les employés de Konica Minolta Business Solutions (UK) Ltd., une filiale de distribution de matériel bureautique, et leurs familles ont récemment participé à une démonstration pour lever des dons, appelée « Un saut pour la vie », au bénéfice du département de gynécologie de l'Hôpital universitaire de Southend. Au cours de cette démonstration, les employés descendirent du toit du bâtiment en rappel afin de récolter des dons pour financer l'achat d'un défibrillateur cardiaque³. Les employés de Konica Minolta ont relevé le défi avec courage et enthousiasme.



Démonstration pour lever des dons au Royaume-Uni

Aider à la reconstruction d'une école détruite par le cyclone Katrina

En 2005, le cyclone Katrina avait causé des ravages dans le sud-est des États-Unis. Konica Minolta Business Solutions U.S.A. Inc., une filiale de distribution de matériel bureautique, a planifié son aide dans le cadre des efforts de reconstruction dans les régions touchées pour soutenir la restauration de l'École des arts créatifs « McDonough 15 » dont le bâtiment fut endommagé lors du désastre. La société prévoit également d'aider l'Établissement à lever des fonds pour créer un programme de bourse pour l'école.



L'École des arts créatifs « McDonough 15 »

Faire découvrir aux japonais le plaisir de courir

Le Club de course de Konica Minolta a connu de nombreux succès dans les courses routières de relais longue distance et moyenne-longue distance. Il propose des cours de course ouverts au public dans son centre d'entraînement à Tokyo mais aussi ailleurs sur l'ensemble du Japon. Chaque classe est composée de 100 à 150 participants, de l'élève du cours élémentaire à l'adulte. Ils reçoivent l'enseignement des membres du club, depuis les mouvements de base d'étirement jusqu'aux techniques de course.



Cours de course

³ Appareil servant à restaurer le rythme du cœur d'une personne en arrêt cardiaque par l'administration de chocs électriques.



Charte de
Bonne Conduite

6

Respect des employés

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

Konica Minolta s'efforce toujours d'assurer à tous les employés du groupe, partout où ils se trouvent, des environnements de travail qui suscitent la motivation et le dynamisme, et qui leur permettent de développer leur potentiel en déployant toutes leurs capacités.

Créer un environnement de travail respectueux des cultures et des coutumes à travers le monde

Konica Minolta pense que ses ressources humaines sont sa plus grande richesse et qu'elles sont la clé qui lui permettra de faire connaître ses valeurs d'entreprise. Le Groupe considère donc avec beaucoup d'attention le développement des ressources humaines et la progression de carrière de ses salariés. Le Groupe a une culture d'entreprise qui encourage ses employés à explorer de nouvelles idées pour accroître leur motivation et encourage leur réalisation en canalisant leur passion et leur énergie.

Au 31 mars 2007, le Groupe totalisait 30 207 employés répartis sur 40 pays (voir le schéma à droite). Konica Minolta respecte les cultures et coutumes aussi bien nationales que régionales et crée un environnement sur le lieu de travail qui épanouit ses employés et leur donne de l'ardeur à la tâche.

Des employés encouragés à partager leurs opinions et à exprimer leurs idées ouvertement

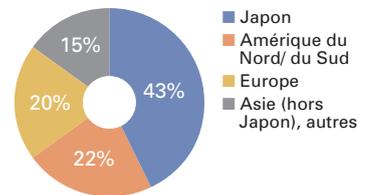
En octobre 2006, une discussion fut organisée entre des employés du Groupe et le Président Yoshikatsu Ota dans la salle du Conseil d'administration de Konica Minolta Holdings Inc., à Tokyo. Cinq employés, âgés de 20 à 30 ans, furent conviés à cette discussion. Ces participants furent sélectionnés parmi les employés qui avaient exprimé leur souhait d'y participer, issus des différentes filiales du Groupe au Japon et de spécialités diverses comme la conception projet, le développement, la production ou la vente. Une discussion enthousiaste avec le Président Ota, pendant près de deux heures porta sur des sujets comme les réformes et les défis auxquels le Groupe doit faire face. Les participants purent exposer sincèrement leurs idées et le Président leur répondit avec autant d'honnêteté. Grâce à ce genre de réunion, la distance séparant les équipes dirigeantes et les employés peut être réduite et cette atmosphère d'entreprise franche et ouverte encourage les employés de Konica Minolta à relever de nouveaux défis.

Depuis 2005, Konica Minolta publie une édition de son *rapport de RSE* en langue allemande.

En février 2007, le Directeur responsable de la RSE chez Konica Minolta Holdings s'est rendu en Europe pour une réunion du Comité de promotion RSE ; il a eu l'occasion de discuter de la RSE avec de jeunes employés qui avaient lu le rapport. Certains exprimèrent l'envie de comprendre plus en profondeur, non seulement leur devoir lié à la vente des produits, mais aussi le contenu des activités de RSE de l'ensemble du Groupe. D'autres employés exprimèrent le vœu de contribuer plus pleinement à la vie de la société en apportant, notamment, une aide aux Centres de soins, aux personnes âgées, aux enfants de foyers défavorisés ou aux personnes handicapées.

Répartition mondiale des employés

(au 31 mars 2007)



Colonne du Personnel

Chao King

Président
Konica Minolta
Technology U.S.A.,
Inc.



« Travailler chez Konica Minolta n'est pas qu'un simple travail,

c'est une partie de ma vie. Je n'encourage pas les personnes à changer fréquemment d'employeur comme cela se pratique dans la Silicon Valley. Je dis souvent aux salariés que Si la compagnie s'occupe bien de vous, alors vous devez en retour lui répondre avec justice et loyauté. Konica Minolta est une bonne société avec un grand potentiel. Mais comme je le dis toujours la valeur la plus importante d'une société, ce sont les personnes de valeur qui la composent. »



Des employés échangeant leurs opinions avec le Président Ota au Japon



Des employés échangeant leurs idées avec le directeur RSE en Allemagne

6

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



Cérémonie d'embauche dans l'équipe d'encadrement.



Employés de l'usine de Wuxi



Konica Minolta Business Technologies (Wuxi) Ltd.

Créer des programmes qui encouragent la croissance et le développement de nos employés en Chine

Konica Minolta soutient ceux qui sont prêts à explorer leur propre potentialité et leur capacité de changement en proposant un vaste panel de programmes éducatifs. Le Groupe promeut également ses employés sur la base de leurs compétences et de leurs mérites.

Konica Minolta Business Technologies (Wuxi) Ltd., un site de production en Chine, a multiplié son effectif par huit en un an et demi (y compris les employés en travail temporaire) depuis le lancement de ses opérations, tout en connaissant une croissance constante.

L'usine a lancé un projet en 2006 pour l'introduction de nouveaux produits. Bien qu'il y eut de nombreux obstacles et des échecs, les employés purent acquérir une expérience utile pendant le processus. Des experts de divers domaines et sites au Japon se rendirent à l'usine pour soutenir le début des opérations et partager leurs connaissances. Les employés de l'usine travaillèrent durement pour absorber les connaissances et l'expertise fournies par ces spécialistes. Aujourd'hui, ces mêmes salariés sont devenus capables d'organiser et de systématiser les compétences et les informations ainsi acquises pour être en mesure de les appliquer à de futurs projets.

D'autre part, les employés en travail temporaire ayant prouvé leur compétence peuvent avoir la chance d'être embauchés en CDI. Il existe par ailleurs un système formel pour qualifier le personnel selon ses compétences et ses aptitudes. Ceux sélectionnés pour être des membres de l'équipe d'encadrement s'occupent de la gestion du site de production et supervisent les activités informatiques. En avril 2007, 160 employés furent officiellement engagés et parmi eux, 27 purent devenir membres de l'encadrement.

Pour compléter ce système de promotion du personnel, un programme de formation a été introduit pour améliorer les connaissances professionnelles des employés concernant les bases de la gestion, l'organisation du Groupe Konica Minolta et les procédés informatiques élémentaires. Les employés ayant suffisamment acquis de connaissances et de compétences, grâce à l'assistance de cadres plus âgés, peuvent obtenir une qualification en passant un examen. Actuellement, 30 employés étudient pour devenir membres de l'encadrement. Ce programme contribue aussi au développement du personnel en donnant l'opportunité aux enseignants d'améliorer leurs aptitudes en préparant du matériel pédagogique simple à comprendre afin de faciliter au mieux le transfert des connaissances.

Parallèlement au développement de l'usine et à celui des ressources humaines, la société a commencé, en octobre 2006, à promouvoir du personnel local dans son équipe vers des postes d'encadrement. En avril 2007, 22 employés chinois locaux furent ainsi promus. Nous avons l'espoir que de nombreux autres suivront leur exemple et rejoindront le rang des dirigeants dans le futur.

Le programme d'échange de lieux de travail facilite la compréhension des employés sur les autres métiers

En 2006, Konica Minolta Business Solutions France S.A.S., une filiale de distribution de matériel bureautique, a mis en place une nouvelle action en ressources humaines appelée « *Vis Mon job* », qui permet aux employés de partager une journée de travail d'autres salariés de la société. En expérimentant ainsi différents environnements de travail dans l'entreprise, les participants apprennent à mieux connaître d'autres fonctions en dehors de leur domaine de compétences et acquièrent une image globale de l'ensemble des fonctions de la filiale en France. Ce programme a déjà donné lieu à trois sessions (en juillet et décembre 2006 puis en juillet 2007) réunissant une vingtaine d'employés sélectionnés dans le personnel lors de chaque session. Le programme prévoit la participation de 30 ou 40 personnes chaque année.

Ce programme permet aussi de favoriser la promotion interne des employés. Entre autres exemples, on note le cas d'un technicien de service clientèle qui a évolué à la suite d'une session de « *Vis Mon Job* » pour devenir ingénieur avant ventes (IAV). Grâce à ce programme, les employés peuvent développer une meilleure compréhension du travail de chacun avec en plus, la possibilité de découvrir de nouvelles fonctions et de nouvelles compétences riches d'intérêt.

Créer un équilibre vie-travail pour les hommes et les femmes par un soutien sur le lieu de travail

Le Japon fait face au déclin de sa natalité dont le record de baisse a été atteint en 2005 avec 128 millions d'habitants. La population japonaise devrait continuer de baisser pour tomber à 100 millions de personnes en 2050. Le défi que doit relever le Japon consiste à former une nouvelle génération de citoyens et à créer une société capable de subvenir aux besoins d'éducation d'enfants en bonne santé.

Konica Minolta relève ce défi en créant un environnement professionnel où hommes et femmes peuvent équilibrer leur travail et leur vie privée. En avril 2005, de nombreux programmes furent lancés dont l'établissement en 2006 d'un Comité pour l'éducation de la prochaine génération. Depuis, Konica Minolta a organisé diverses activités pour renforcer ces programmes et c'est ce qui a permis à Konica Minolta Business Technologies Inc. et Konica Minolta Technologies Center Inc. de répondre aux critères du Ministère de la santé, du travail et de la sécurité sociale du Japon concernant les sociétés favorisant l'aide à la natalité durant les exercices 2005 et 2006. Les deux sociétés sont donc habilitées à utiliser le logo *Kurumin*. Konica Minolta continuera d'adopter des politiques encourageant la diversité de ses ressources humaines, aussi bien hommes que femmes, en leur fournissant un environnement professionnel optimum. C'est ainsi que Konica Minolta participe et aide à sa manière à créer une société capable d'éduquer sainement les futures générations.



Article sur le programme « *Vis Mon Job* »

■ Colonne du Personnel

Alain Bendavid

Directeur des Ressources Humaines
Konica Minolta Business Solutions France S.A.S.



« Chacun sait aujourd'hui que le facteur humain est essentiel dans la réussite d'une entreprise. L'objectif principal du programme « *Vis Mon Job* » est de créer une nouvelle culture d'ouverture d'esprit où les employés apprennent à être conscients des conséquences de leurs actes professionnels quotidiens sur le travail des autres. Ainsi, ce programme contribue également à une meilleure communication transversale. »



Le logo *Kurumin*, symbole des efforts faits pour contribuer à la naissance de la prochaine génération.

¹ Technicien chargé de la maintenance et de la vérification des appareils chez les clients.



7

Responsabilité

En cas de violation des principes énoncés dans notre Charte, la Direction de l'entreprise enquêtera sur sa cause pour régler le problème considéré et prendra les décisions qui s'imposent pour empêcher sa réitération, conformément aux procédures en usage dans l'entreprise. Des informations et des explications précises concernant cette violation seront publiées dans les plus brefs délais et la responsabilité engagée par cette action sera déterminée. Une mesure disciplinaire stricte et équitable sera prise, le cas échéant envers la Direction de l'entreprise si nécessaire.

Protéger les informateurs volontaires

Konica Minolta entretient un système permettant à ses employés de signaler toute entorse aux règles de conformité qui serait découverte. Une hotline a été mise en place pour mettre en contact les employés du Groupe Konica Minolta au Japon souhaitant signaler une violation aux équipes dirigeantes ou au Directeur responsable des questions de conformité. Ce système garantit une rapide transmission de l'information pour la compagnie et une protection, si nécessaire, du salarié ayant relevé la non-conformité. Konica Minolta Business Solutions U.S.A., Inc. a ouvert une hotline « alertes internes » en août 2006 gérée par une tierce partie afin de protéger l'anonymat des salariés émettant une alerte. Plusieurs rapports furent communiqués par l'intermédiaire de ces deux hotlines durant l'exercice 2006. Dans les deux cas, une enquête fut ouverte tout en assurant l'anonymat des employés ayant signalé les faits et des ordres furent rapidement donnés pour améliorer la situation.

Rapporter et prévenir la perte d'informations privées

En novembre 2006, un incident se produisit au cours duquel un fichier contenant des informations clients fut égaré au Japon. Une simple erreur humaine de la part de l'employé en charge du dossier fut à l'origine de cette perte. Konica Minolta informa immédiatement le Ministère de l'économie, du commerce et de l'industrie, compétent pour cette affaire. La société contacta également les clients concernés pour leur rapporter l'incident et leur présenter des excuses ; les détails de l'incident furent mis en ligne sur le site internet du Groupe. Afin que ce genre d'incident ne se reproduise plus, le Groupe a rappelé à ses employés la nécessité d'être attentifs à la protection des informations et a fortement renforcé les mesures d'application de son règlement intérieur d'entreprise.

Opinions sur le *rapport sur la RSE de Konica Minolta 2006*

Opinions (commentaires et avis)

De la part des actionnaires individuels

- Konica Minolta devrait sensibiliser davantage aux questions de sécurité et d'utilisation de ses produits, développer ses canaux de vente, améliorer ses profits et donner aux actionnaires un dividende plus élevé. En même temps, le Groupe doit être attentif à maintenir de bonnes relations avec les organisations locales.
- Plutôt que de vanter ses efforts environnementaux et philanthropiques, le Groupe devrait immédiatement prendre des actions concrètes et lier ces dernières à une hausse des bénéfices.
- Tout en passant en revue ses activités passées, Konica Minolta devrait expliquer plus en détail ses plans futurs.

De la part des employés des compagnies du Groupe

Allemagne

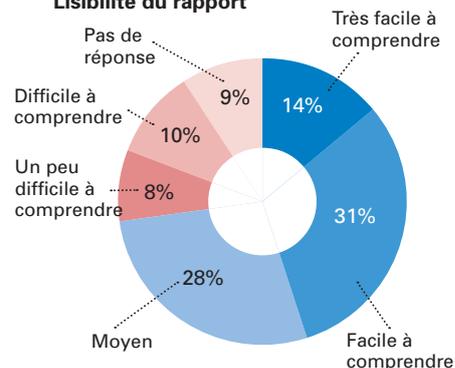
- Je n'avais jamais entendu parler du *rapport RSE* jusqu'à présent. Je viens de le lire et je l'ai trouvé très informatif.
- Le contenu est brut et difficile à lire. Il devrait être plus accessible et mettre l'accent sur l'approche émotionnelle.

États-Unis

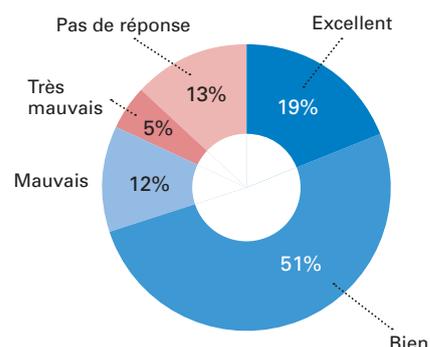
- Le département local du Personnel a joint un résumé du rapport avant de l'envoyer. Cela nous a permis de nous sentir plus impliqué lors de la lecture.
- Dans le Michigan, où une nouvelle usine vient d'être montée, le rapport fut un outil efficace pour présenter Konica Minolta aux agences administratives locales, aux banques et aux cabinets de comptabilité.
- Il y a une grande richesse d'informations sur le Japon et la Chine mais pas assez sur les activités aux États-Unis.

Résultat du questionnaire sur le *rapport RSE 2006* (enquête réalisée au Japon)

Lisibilité du rapport



Activités de RSE de Konica Minolta



Réponses aux opinions émises

Les réponses de Konica Minolta aux opinions émises (*rapport sur la RSE 2006*)

- Le Docteur Morita de l'hôpital Chunichi avait suggéré au groupe de sensibiliser davantage ses employées sur le besoin de réaliser des examens du cancer du sein. En réponse à ce commentaire, le groupe a mis en place des affichettes sur le cancer du sein sur les lieux de travail, a fait passer des messages sur son intranet¹ et a distribué des fascicules expliquant les procédés d'examen du cancer du sein. (voir page 26)
- En réponse à l'article paru sur l'usine en Chine, Mme. Kawaguchi de l'Institut de recherche Daiwa avait émis l'opinion qu'il serait préférable de se concentrer sur les employés pour rendre les activités de RSE plus compréhensibles. Suite à ce commentaire, les sujets concernant le statut des employés en Chine ont été couverts avec maints détails dans l'« Article spécial » et la section « Respect des employés » du rapport 2007.
- Un actionnaire avait préconisé de commenter les progrès réalisés sur les engagements spécifiques pris par le Groupe dans le rapport 2007. Dans le présent rapport, les résultats obtenus dans le courant de l'exercice 2006 sont présentés sous forme de tableaux. (voir page 6)
- En réponse aux commentaires faits par de nombreux actionnaires sur la trop petite taille des caractères utilisée dans le rapport, nous avons agrandi celle-ci cette année.

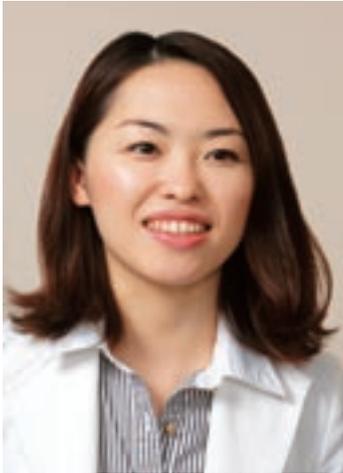
Réponses aux autres commentaires et avis

- Des employés en Allemagne avaient exprimé leur satisfaction de voir des visages familiers figurer dans le *rapport sur la RSE*. Cette année, nous avons donc présenté les photographies de plusieurs employés de différents pays.

¹ Un réseau d'information interne à une société ou un département qui opère sur une technologie internet.

Opinions sur Konica Minolta

Des personnes en relation avec Konica Minolta ont partagé leurs perceptions et leurs opinions sur le Groupe.



Asuka Yoshikawa

Journaliste
Toyo Keizai Inc.

L'approche originale de Konica Minolta

D'avril 2005 à mars 2007, j'ai été chargée de rédiger un article sur les activités de Konica Minolta. Alors que je rassemblais des informations pour le *kaisha shikiho* (revue trimestrielle sur les entreprises au Japon) et des publications du *Weekly Toyo Keizai*, je me suis rendue compte que Konica Minolta était un Groupe qui prenait à cœur sa responsabilité de publier des informations auprès du public. Le Groupe est non seulement disposé à fournir du matériel informatif aux médias, mais il est tout aussi disposé à dévoiler ses sources d'information. À une époque où la publication des informations sur les entreprises prend une importance toute particulière, Konica Minolta est prêt à publier des informations qui lui sont défavorables et évite systématiquement de cacher la vérité.

Chaque année, Le Toyo Keizai sponsorise le prix du « Rapport vert » et le prix du « Rapport de durabilité ». J'ai moi même eu de nombreuses occasions de lire ces rapports et il me semble que ces derniers, minutieusement préparés par les sociétés, reflètent parfaitement l'esprit de chaque entreprise. Konica Minolta a pris en considération la lisibilité de son rapport et fournit des informations concises et digestes. Le Groupe publie également son rapport en anglais, français, chinois et allemand en plus de la version originale en japonais et en distribue des exemplaires à ses employés et à ses actionnaires sur l'ensemble de la planète. C'est là une politique tout à fait propre à Konica Minolta.

À propos de la publication d'informations, il me semble que les actionnaires ont trop peu de chance de connaître réellement la société dans laquelle ils investissent. Même si l'information est disponible, les actionnaires sont souvent incapables de trouver l'information exacte qu'ils désirent. Bien que certaines sociétés publient des rapports de RSE de plus de 100 pages dans le but de fournir le plus d'information possible, je félicite Konica Minolta pour avoir adopté une approche unique et personnelle. Je pense que l'idée du Groupe de réduire le volume du rapport de RSE, d'en distribuer de nombreux exemplaires pour qu'il soit lu par un maximum de personnes est une excellente méthode pour améliorer sa communication.

Nécessité d'une meilleure information sur les changements internes

En même temps, il me semble que cette information n'est pas tout à fait complète. Par exemple, Konica Minolta est en train d'effectuer un changement majeur en déplaçant le centre de gravité de ses activités et le Groupe devrait expliquer à ses clients et à ses actionnaires les raisons de ce changement ainsi que les objectifs poursuivis. Alors que le Groupe est en train de passer d'un marché entreprise-client à un marché entreprise-entreprise, en créant ainsi une tendance qui lui fera perdre des clients individuels, il lui faudra faire comprendre l'importance de ces changements.

Il serait peut-être bon aussi de présenter les produits compétitifs et les technologies innovantes du Groupe comme les diodes électroluminescentes organiques, les films en triacétate de cellulose utilisés pour la protection des plaques polarisantes de cristaux liquides et de mammographie ainsi que les planétariums mobiles. De nombreux planétariums ont fermé au Japon et Konica Minolta est maintenant le seul Groupe à en exploiter plusieurs. C'est le genre de contribution qu'aucun autre Groupe ne peut prétendre faire.

Bien que le Toyo Keizai fournisse des informations sur les entreprises aux investisseurs, je ne crois pas qu'il soit bon que les sociétés soient dépendantes de l'opinion des investisseurs. Une entreprise ne doit pas seulement faire du profit, elle doit jouer son rôle dans la société. J'espère que Konica Minolta continuera d'être fidèle à son esprit d'effort et d'unité et poursuivra sa politique de communication pour le plus grand nombre de la partie prenante.



Shigeharu Nakachi
Président
Toxic Watch Network Japan

Une compagnie privilégiant la publication des risques

L'organisation à but non lucratif, pour laquelle je travaille, tente de promouvoir la réduction des risques environnementaux causés par les substances chimiques. Nous gérons un site internet sur le système d'enregistrement des transferts et des échappements polluants (Pollutant Release and Transfer Register, PRTR)¹ qui permet aux citoyens d'accéder aux données fournies par les entreprises et de pouvoir ainsi utiliser les informations avec pertinence. Konica Minolta a reçu le grand prix décerné lors des premiers Prix PRTR organisés en 2004 où j'étais membre du jury. Les activités de Konica Minolta étaient particulièrement innovantes ; le Groupe avait mis en place un système informatique pour rassembler et gérer les informations sur les composants chimiques utilisés en interne. Le Groupe organisa également, et ce de manière volontaire, alors que les autres sociétés ne réagissaient que lors d'une demande officielle de l'administration locale, des réunions publiques avec les organisations locales. J'ai le sentiment que Konica Minolta est un Groupe qui privilégie la publication des risques.

J'ai participé, à l'automne dernier, à la réunion sur l'Environnement organisée sur le site de Konica Minolta Itami. J'ai constaté lors de la réunion que les participants appréciaient l'approche sincère de Konica Minolta, ses expertises technologiques de haut niveau et son contrôle qualité rigoureux. J'espère que ces réunions seront organisées régulièrement dans le futur avec encore plus de participants et qu'elles aideront le Groupe à renforcer ses relations de confiance avec les organisations locales.

Je crois fermement que la publication des risques est un acte extrêmement important en matière de responsabilité sociale. Ces dernières années, des rapports sur la contamination des sols aux abords des usines ont attiré l'attention du public. Peut-être que ce genre de pollution est inévitable dans le cas d'usines construites bien avant l'entrée en vigueur des normes environnementales. Il est cependant important que les sociétés rendent public les faits et prennent des mesures pour tenter de se conformer aux standards actuels.

C'est aussi une excellente idée de mettre à la connaissance du public les substances qui ne sont pas encore réglementées et d'expliquer les risques et les mesures envisagées en cas de désastre naturel comme un tremblement de terre. C'est le genre d'effort qui permet de construire les fondations de confiance avec les organisations locales. Cette vérité vaut également pour les sites hors du Japon.

Amélioration de la publication

La dernière tendance exprimée dans le rapport sur la RSE mettait l'accent sur la lisibilité et je regrette que les sociétés réduisent la taille des données, notamment chiffrées. Si ces données ne peuvent pas être incorporées dans le rapport papier, alors elles devraient être disponibles sur le site internet de la société. Il serait aussi préférable de regrouper les données par site géographique pour faciliter la compréhension des résultats obtenus. La publication de l'information ne se limite pas à une simple divulgation. Il est important de réfléchir à la manière de transmettre chaque information. Plutôt que de dire simplement que les émissions de CO₂ et de matières toxiques ont été réduites, il faudrait expliquer pourquoi et comment cela a été minimisé.

Konica Minolta utilise du dichlorométhane dans ses procédés de fabrication. Les intéressés devraient être informés sur la manière dont chaque matière toxique pour laquelle un substitut n'a pas encore été trouvé, est collectée et traitée.

Il y a trente ans, les sociétés devaient simplement se conformer aux normes existantes. De nos jours, elles doivent cependant faire un pas supplémentaire pour aller au-delà de ce qui est demandé légalement. J'espère que Konica Minolta continuera à se concentrer sur la publication des risques et pourra ainsi obtenir une plus grande confiance de la part des membres des sociétés locales.

¹ Système obligeant les entreprises à évaluer et à publier la liste des substances chimiques dangereuses qu'elles émettent dans l'environnement ou qui sont contenues dans les déchets hors usines.

Profil du management

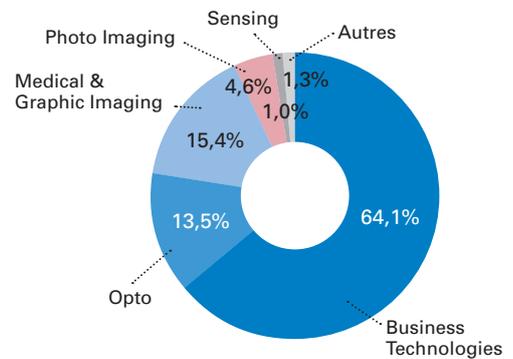
Vous trouverez ci-après un résumé sur le groupe Konica Minolta et sa situation financière. De plus amples informations sur la gestion et les informations financières du Groupe sont disponibles sur le site Konica Minolta section Relations Investisseurs (<http://konicaminolta.com/investors/index.html>).

Profil du Groupe

Raison sociale :	Konica Minolta Holdings, Inc.
Siège social :	Marunouchi Center Building, 1-6-1 Marunouchi, Chiyoda-ku, Tokyo, Japon
Agence dans le Kansai :	Nishi-honmachi Intes, 2-3-10, Nishi-honmachi, Nishi-ku, Osaka-shi, Osaka, Japon
Président-Directeur Général :	Yoshikatsu Ota
Création :	le 22 décembre 1936 (fusion le 5 août 2003)
Capital social :	37 519 millions de yens
Clôture de l'exercice fiscal :	le 31 mars
Effectif :	90 (Groupe : 30 207) (au 31 mars 2007)

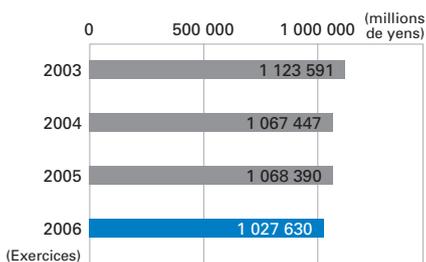
Ventes par segment d'affaires

(exercice fiscal 2006)

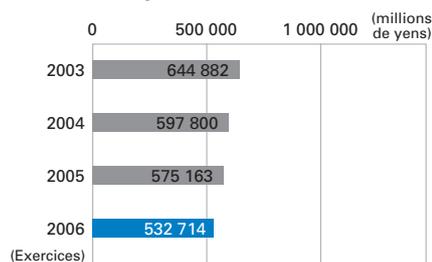


Chiffres principaux

Chiffre d'affaires net

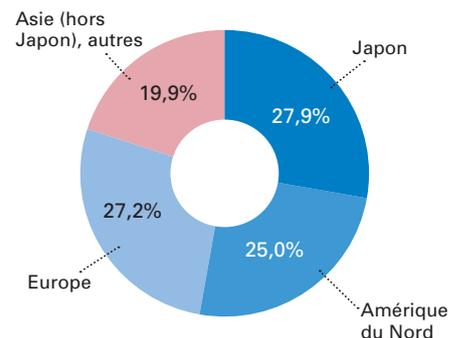


Coût des produits vendus

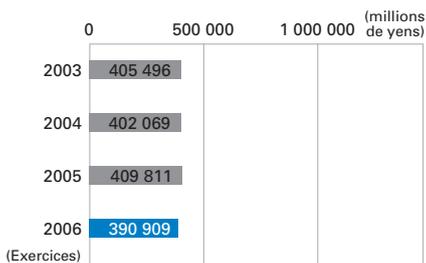


Ventes par région

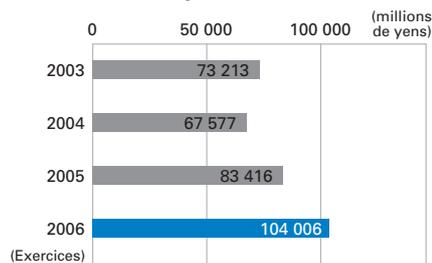
(exercice fiscal 2006)



Frais d'administration et de vente



Bénéfice d'exploitation



Histoire de Konica Minolta

Août 2003	Création d'une nouvelle société holding, Konica Minolta Holdings, Inc. suite à la fusion
Janvier 2004	L'usine de Shilong en Chine devient une « entreprise accréditée » en conformité avec les normes du bureau des douanes de Dongguan.
Mars 2004	Inauguration du planétarium Sunshine Starlight Dome « <i>Manten</i> » à Tokyo.
Novembre 2004	Lancement des machines d'impression à la demande bizhub PRO 1050 et bizhub PRO 1050P pour impressions industrielles.
Janvier 2005	Création de Konica Minolta IJ Technologies, Inc., une nouvelle société spécialisée dans les têtes d'impression à jet d'encre et les imprimantes textiles. Reçoit le prix « 2004 PRTR » (enregistrement des transferts et des échappements polluants).
Février 2005	Lancement du système de mammographie numérique à phase-contraste à rayons X.
Mai 2005	Obtention pour la première fois au Japon, d'une écomarque pour sa nouvelle cartouche toner.
Décembre 2005	Achèvement de l'usine de Wuxi en Chine qui devient la principale plate-forme de fabrication de périphériques multifonctions couleur (MFP). Obtention de la certification ISO 14001 pour toutes les sociétés du Groupe au Japon.
Mars 2006	Lancement de l'imprimante laser couleur A4 grande vitesse et haute qualité magicolor 5450. Konica Minolta Business Solutions, Inc., obtient la certification « système de gestion de la sécurité de l'information » pour l'ensemble de ses bureaux.
Mai 2006	Tous les sites de fabrication au Japon atteignent le niveau 1 du « zéro déchet ». Reçoit le prix « Cool Brands Polska 2005 » en Pologne.
Juin 2006	Développement d'une diode électroluminescente organique ayant la plus haute luminosité au monde. Konica Minolta Information Systems Co., Ltd., obtient la certification « privacy mark ».
Septembre 2006	Achèvement de la construction d'une nouvelle usine à Kobe au Japon pour la production de films en triacétate de cellulose (TAC) (films de protection pour polariseurs LCD). Lancement du MFP couleur numérique à grande vitesse bizhub PRO C6500.
Octobre 2006	Le Konica Minolta Plaza gagne la première place lors des récompenses du « mécénat Japon 2006 » dans la catégorie « Grand Prix du Mécénat ».
Novembre 2006	Un laboratoire de mesure obtient le label « Blue Angel », un standard environnemental allemand. La Lettre d'information du Groupe reçoit le prix de la meilleure Lettre d'information du Keidanren pour la deuxième année consécutive.
Décembre 2006	Achèvement d'une nouvelle usine à Nagano au Japon. Améliore et élargit son système de fabrication pour toner polymérisé. Le bizhub 420 est le premier au monde à obtenir la certification du « Blue Angle Label » sous les nouveaux critères de jugement. Donation d'équipements de mammographie aux Hôpitaux universitaires de Pékin et de Shanghai en Chine.
Janvier 2007	Lancement du « Digital Konsensus Premium », un nouveau système de calibration couleur numérique. Sélectionné parmi les « Fabulous 50 » du magazine <i>Forbes Asie</i> .
Février 2007	Lancement du bizhub C550, un MFP couleur numérique créé selon de nouveaux concepts et compatibles avec les réseaux de la nouvelle génération. Reçoit le Prix « Superbrand 2006 » pour les affaires B2B (entreprise-entreprise) en Russie.
Mars 2007	Partenariat avec le groupe General Electric aux États-Unis afin d'accélérer la commercialisation de la diode électroluminescente organique qui offre d'excellentes performances environnementales. Deux sites de production en Chine (Wuxi et Shilong) atteignent le niveau 1 du critère zéro déchet.
Avril 2007	Création de Konica Minolta Health Care Co., Ltd., une nouvelle société dans le secteur médical au Japon.



KONICA MINOLTA

KONICA MINOLTA HOLDINGS, INC.

KONICA MINOLTA BUSINESS TECHNOLOGIES, INC.

KONICA MINOLTA OPTO, INC.

KONICA MINOLTA MEDICAL & GRAPHIC, INC.

KONICA MINOLTA SENSING, INC.

KONICA MINOLTA PHOTO IMAGING, INC.

KONICA MINOLTA TECHNOLOGY CENTER, INC.

KONICA MINOLTA BUSINESS EXPERT, INC.

KONICA MINOLTA IJ TECHNOLOGIES, INC.

KONICA MINOLTA PLANETARIUM CO., LTD.

Konica Minolta Holdings, Inc.

Division de communication et de publicité

1-6-1 Marunouchi, Chiyoda-ku, Tokyo 100-0005, Japon

Tél : +81-3-6250-2100 Fax : +81-3-3218-1368

Pour tout renseignement

Département de promotion RSE

Tél : +81-3-6250-2120 Fax : +81-3-3287-7701

E-mail : csr-support@konicaminolta.jp

<http://www.konicaminolta.com/about-fr/>