



KONICA MINOLTA

KONICA MINOLTA
RAPPORT RSE
2014



Giving Shape to Ideas

Sommaire

Sommaire / Politique éditoriale	1
Introduction	2
Message du Président	3

Dossier spécial

Créer de nouvelles valeurs qui améliorent la qualité de la société

Thème 1 Utilisation efficace de ressources recyclables	5
Initiatives au sein de l'activité Équipements pour les entreprises	
Thème 2 Contribuer au progrès de la médecine	7
Initiatives au sein de l'activité Santé	
Thème 3 Contribuer aux économies d'énergie dans l'ensemble de la société	9
Initiatives au sein de l'activité industrielle	
Présentation générale du Groupe Konica Minolta	11
La politique RSE de Konica Minolta	13

Faire preuve de responsabilité envers l'environnement et la planète 17

Produits Verts	19
Usines Vertes	21
Marketing Vert	24
Gros plan	25
Synthèse des données environnementales	27

Gagner la confiance de nos clients 29

Assurer la sécurité et la qualité des produits	30
Améliorer la satisfaction des clients	31

Coopérer avec nos partenaires commerciaux 33

Promouvoir la RSE sur l'ensemble de la chaîne logistique	34
--	----

Nous développer aux côtés de nos collaborateurs 35

Multiplier et accroître la diversité des ressources humaines	36
Promouvoir la santé et la sécurité au travail	37
Synthèse des données relatives aux ressources humaines	38

Apports à la société 39

Mise en oeuvre d'actions sociales dans le monde entier	40
--	----

Système de management 41

Politique éditoriale

Le rapport de Konica Minolta sur la RSE est publié afin d'informer toutes les parties prenantes des initiatives prises dans le cadre de la politique de RSE du Groupe. Ce rapport se concentre sur les questions identifiées comme vitales pour la société civile et ayant un impact important sur l'activité du Groupe. Dans les sections organisées par type de partie prenante, il décrit les avancées réalisées par rapport aux objectifs prioritaires qui ont été définis et les initiatives spécifiques prises dans ce sens. Le rapport est publié en cinq langues (japonais, anglais, chinois, allemand et français) afin de faciliter la communication avec les parties prenantes dans le monde entier.

Périmètre du rapport

Ce rapport concerne Konica Minolta, Inc., et ses filiales consolidées. Le périmètre est spécifié séparément pour les données particulières à un sous-ensemble de sociétés.

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

Période concernée

Le rapport couvre les activités mises en place entre le 1er avril 2013 et le 31 mars 2014. Certaines sections peuvent inclure des informations relatives à des initiatives plus anciennes ou plus récentes.

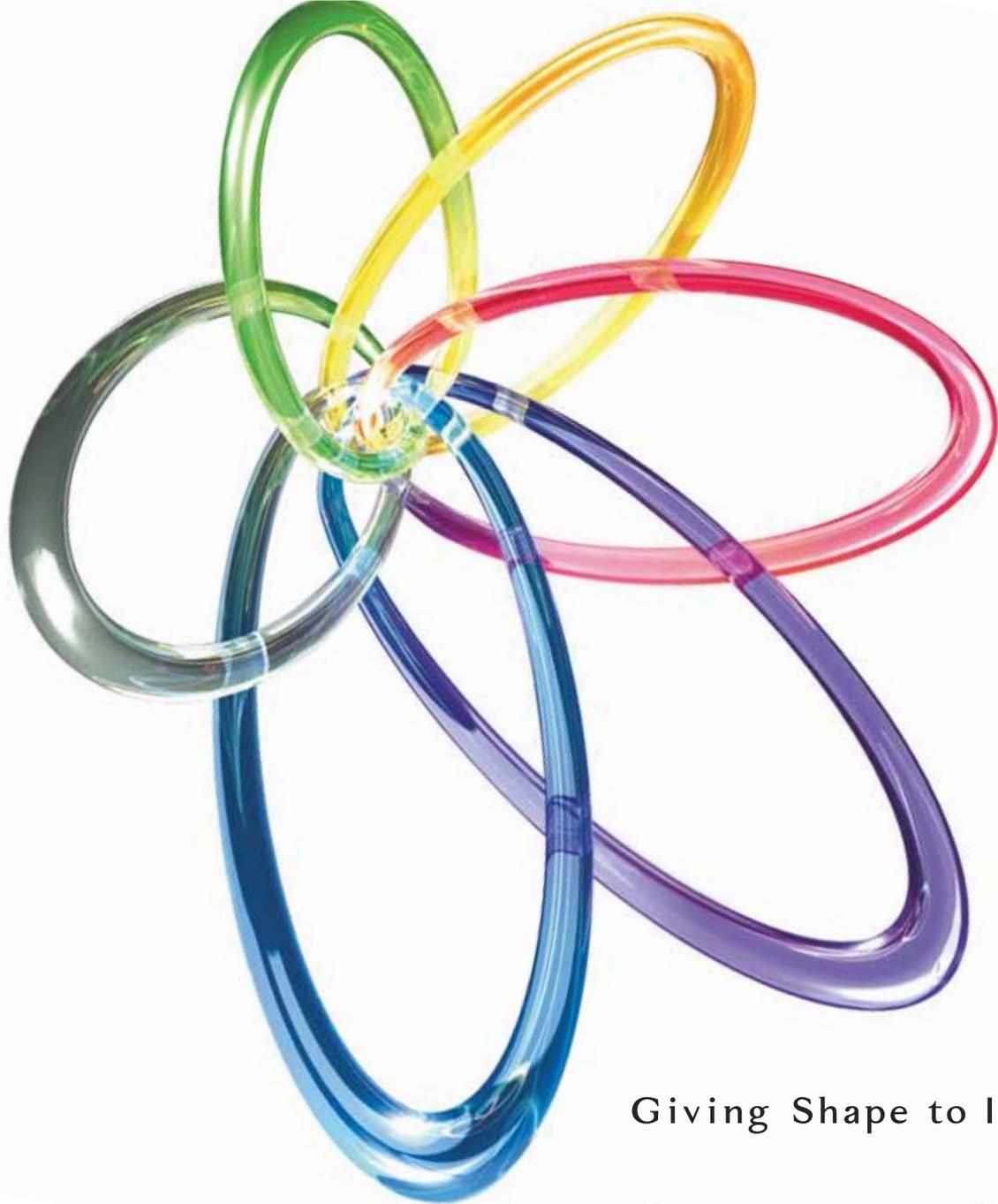
Dans ce rapport, le terme « exercice 2013 » désigne l'exercice comptable débutant le 1er avril 2013 et clos le 31 mars 2014.

Publication

Novembre 2014 (Prochain rapport prévu en novembre 2015 ; rapport précédent publié en novembre 2013)

Mentions légales

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



Giving Shape to Ideas

Créer de nouvelles valeurs pour un monde durable

La mission de Konica Minolta est de « créer de nouvelles valeurs ». C'est pour servir cette ambition que notre Groupe existe : pour utiliser des idées créatives et offrir de nouvelles valeurs tangibles, afin de résoudre les problématiques rencontrées par nos clients et la société au sens large. L'époque où une entreprise n'avait qu'à produire et vendre est révolue. Chez Konica Minolta, nous sommes convaincus qu'une entreprise doit créer des valeurs pour la collectivité et pour elle-même, en adoptant des démarches de résolution des problématiques sociales et d'accroissement de la compétitivité et des bénéfices. Ainsi, nous nous employons à rester un Groupe utile à la société en créant sans cesse de nouvelles valeurs génératrices d'innovation.

Améliorer la société en continuant à créer de nouvelles valeurs pour les clients et la société au sens large

Rechercher la croissance en réorientant nos activités selon les besoins des clients

Chez Konica Minolta, nous nous sommes solidement implantés sur nos marchés d'origine en menant une stratégie « meilleur de sa catégorie » : nos démarches et investissements sont axés sur des secteurs où nous pouvons faire valoir les atouts que nous avons acquis grâce à de nombreuses années guidées par la philosophie du Groupe Konica Minolta, « Créer de nouvelles valeurs ».

Dans le même temps, la société actuelle vit des grands changements, et cela à une vitesse sans précédent. Alors que les écarts de richesse se creusent, nous avons tous été confrontés à des changements difficiles à l'échelle mondiale. L'époque où une entreprise n'avait qu'à produire et vendre est révolue. À présent, les seules entreprises capables de maintenir une croissance durable seront celles qui travailleront étroitement avec leurs clients pour résoudre les problématiques environnementales et sociétales.

Nous avons défini notre nouveau Business Plan à moyen terme, qui débutera sur l'exercice 2014 et s'appuiera sur cette conviction. Le nom du plan, « TRANSFORM 2016 », reflète notre détermination à transformer les activités du Groupe en les concentrant complètement sur des idées et actions orientées vers les clients. Ce plan incitera Konica Minolta à créer de nouvelles valeurs qui contribueront à la qualité de la société en renforçant sa capacité à proposer des solutions et des services aidant à résoudre les problématiques des clients et de la société au sens large. Grâce au changement de notre modèle d'activité, que nous appelons « transformation », nous cherchons à ajouter de la valeur aux activités de Konica Minolta, à affiner nos processus de production, à renforcer nos ressources humaines et à affirmer la croissance de notre entreprise.

La philosophie Konica Minolta

Notre philosophie

La création de valeur ajoutée

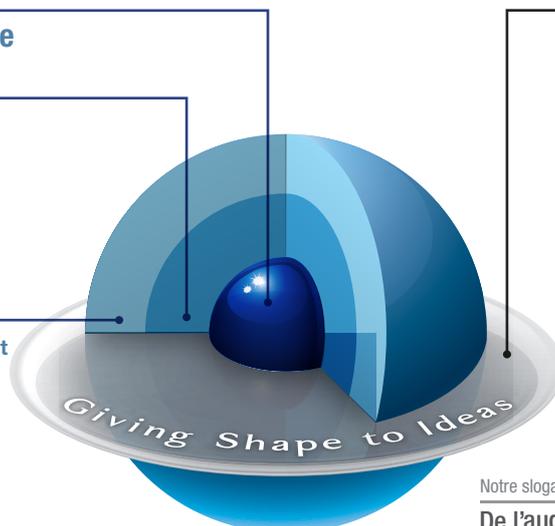
6 valeurs

- Être ouvert et honnête
- Être orienté Client
- Être novateur
- Être passionné
- Répondre de manière exhaustive et collaborative
- Être responsable

Notre vision

Une entreprise internationale jouant un rôle crucial dans la société

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



Promesse de la marque

Donner forme aux idées

Notre slogan pour accompagner la philosophie de Konica Minolta

De l'audace, tout simplement

Politique de base du Business Plan à moyen terme



Réaliser une croissance bénéficiaire durable
Se transformer en une entreprise centrée sur sa clientèle
Mettre en place une structure d'entreprise forte

Perfectionner la gestion de la RSE (Responsabilité Sociale de l'Entreprise)

Afin de réaliser une meilleure croissance en tant que groupe international, Konica Minolta doit penser davantage à assumer ses responsabilités envers la collectivité et à gagner la confiance de la communauté internationale, tout en transformant son activité sur la base du Business Plan à moyen terme.

Konica Minolta participe à l'UN Global Compact et cherche à assumer ses responsabilités sociales dans les domaines des droits de l'homme, du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption. Grâce à ces démarches, l'entreprise s'est forgée une réputation positive au sein de la communauté internationale qui lui a permis, par exemple, d'être intégrée dans les index d'Investissement Socialement Responsable (ISR) du Japon. Avec la mise en œuvre du nouveau Business Plan à moyen terme, je souhaite que ces initiatives aillent plus loin afin que nous franchissions un nouveau cap.

Par exemple, dans le domaine de l'environnement, nous avons mis en place un nouveau plan à moyen terme fondé sur le concept de réponse aux problématiques environnementales et d'accroissement de la compétitivité de l'entreprise. Ainsi, nous nous employons à atteindre des objectifs précis en termes de croissance d'entreprise et de réduction de l'empreinte écologique. Pour cela, nous nous concentrons sur les initiatives de Produits Verts, Usines Vertes et Marketing Vert. Conformément au respect des droits de l'homme, nous avons mis en place en 2014 un politique de conformité à la réglementation sur les minerais de guerre pour aider à la prévention de la violation des droits de l'homme. Nous poursuivons encore nos démarches dans ce domaine.

Pour la suite, nous nous engageons à assumer de façon proactive nos responsabilités en tant qu'entreprise internationale et à répondre aux diverses problématiques rencontrées par la communauté internationale.

Accroître la capacité de chaque employé à produire des résultats

Tout, même les conséquences du Business Plan à moyen terme et nos démarches pour améliorer notre gestion RSE, dépend de la capacité de nos 40 000 collaborateurs dans le monde à produire des résultats. C'est pourquoi nous considérons la philosophie Konica Minolta comme la pierre angulaire de nos démarches, pour permettre à tous nos employés de partager les mêmes valeurs, tout en prenant des décisions et en agissant avec habileté et esprit d'initiative. Cela garantit de tous avancer dans la même direction et démontre la place accordée à l'objectif « Créer de nouvelles valeurs » parmi les six valeurs qui caractérisent les forces et la tradition de Konica Minolta.

Nous nous emploierons aussi à réformer notre politique des Ressources Humaines, en prenant soin de placer les personnes adaptées à chaque poste, en positionnant le personnel dans un contexte international, en encourageant le recrutement de femmes et en positionnant des jeunes à des postes difficiles. Le but de toutes ces démarches est de créer un environnement où nous pourrions identifier et encourager les Ressources Humaines qui montrent des capacités à produire des résultats.

Je suis convaincu que ces stratégies nous permettront de devenir une entreprise capable de réaliser une forte croissance et qui soit essentielle à la société.

Je vous invite à surveiller les initiatives et les résultats de Konica Minolta dans le futur.



Shohei Yamana
Président-Directeur Général
Konica Minolta, Inc.



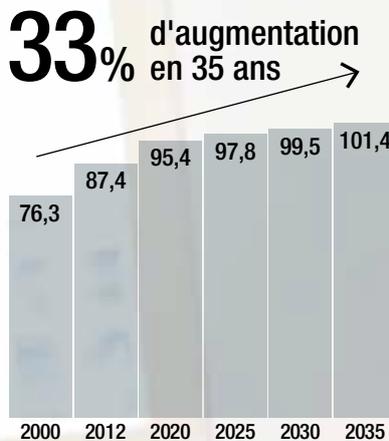
Thème 1 Utilisation efficace de ressources recyclables

Initiatives au sein de l'activité Équipements pour les entreprises



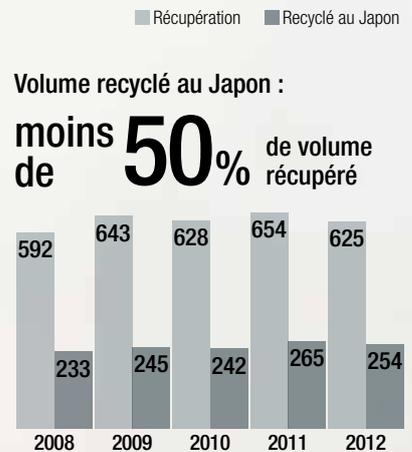
Ressources naturelles limitées et utilisation de Polyéthylène Téréphtalate (PET) recyclé

Prévision de demande mondiale de pétrole (millions de barils/jour)



Source : perspectives énergétiques mondiale (World Energy Outlook) 2013, AIE

Récupération de bouteilles en PET usagées et volume recyclé au Japon (milliers de tonnes)



Source : Rapport annuel sur le recyclage des bouteilles en PET Conseil pour le recyclage des bouteilles en PET.

Volume recyclé au Japon :

moins de **50%** de volume récupéré

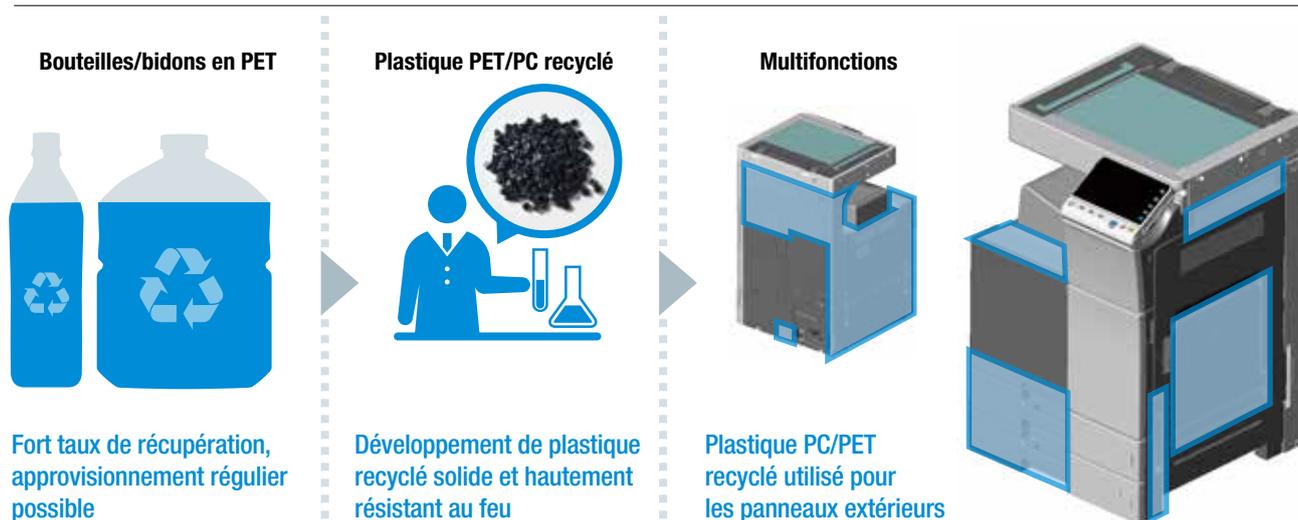
Malgré les menaces de pénurie des ressources et de changement climatique, on s'attend à une demande croissante de pétrole. Dans ce contexte, en théorie, tous les secteurs de l'industrie tentent d'utiliser moins et de recycler plus de plastique et d'autres matières dérivées du pétrole. À ce titre, la bouteille en PET est un article très en vue. L'approvisionnement est relativement stable et les infrastructures de recyclage sont bien implantées. Toutefois, au Japon, son recyclage augmente plus lentement que sa collecte. En termes de volume ; plus de la moitié du PET collecté est exporté à bas prix. Afin de devenir une société réellement soucieuse du recyclage, le Japon doit trouver plus d'applications à valeur ajoutée pour l'utilisation des bouteilles en PET comme ressource recyclable.



Notre approche

utiliser les bouteilles en PET recyclé pour les matériaux externes des MFP

Depuis quelques années, Konica Minolta mène des actions en R&D sur les façons d'utiliser le plastique recyclé, en vue d'aider à construire une société fondée sur le recyclage. Nous avons mis au point une nouvelle technologie pour le recyclage du plastique PET, et nous avons réussi à l'utiliser pour les panneaux extérieurs de nos multifonctions. Un résultat qu'il nous était jusque-là difficile d'atteindre, ce qui augmente la valeur ajoutée de ce matériau recyclé.



Chaque multifonction utilise une quantité de plastique PC/PET recyclé équivalente à environ seize bouteilles de 500 cl en PET et deux bidons d'5 gallon en PC.*

* Série multifonction business hub C554e

La plus grande difficulté, lorsque des bouteilles en PET de récupération sont recyclées en PET, c'est la baisse du rendement comparée aux matériaux vierges. C'est pourquoi l'usage du plastique PET recyclé était limité, jusqu'à maintenant aux produits ne nécessitant pas un gros rendement, comme le papier et les textiles.

Les recherches de Konica Minolta sur l'utilisation de plastique PET recyclé pour les matériaux externes des multifonctions ont d'abord rencontré des obstacles au niveau du rendement. Ces difficultés incluaient le fait de le rendre assez transformable pour le moulage par injection, et qu'il soit suffisamment solide et à l'épreuve du feu. Nous avons donc utilisé la technique de l'alliage polymère pour obtenir un meilleur rendement en mélangeant plusieurs résines. En les alliant à du polycarbonate (PC), les chercheurs ont réussi à améliorer la solidité, la résistance au feu et la transformation du plastique PET

recyclé. Le PC est utilisé pour la fabrication des bouteilles d'un gallon pour les refroidisseurs d'eau. Comme les bouteilles en PET, son taux de recyclage est très élevé. En combinant le PC et le PET recyclés pour en faire un matériau composite, Konica Minolta a développé le plastique PC/PET recyclé, un matériau adéquat pour les panneaux extérieurs des multifonctions couleur. Le taux d'utilisation du PC/PET recyclé et d'autres matériaux recyclés continue de croître à chaque nouveau modèle. Les matériaux recyclés représentent plus de 40% de toutes les surfaces plastiques des machines de la série business hub C554e, les modèles principaux lancés en 2013.

L'adoption du plastique recyclé pour les panneaux extérieurs des multifonctions a été une première mondiale dans l'industrie. Poursuivant sur cette lancée, Konica Minolta s'efforcera à l'avenir d'améliorer la qualité et de diffuser l'utilisation des plastiques recyclés.

Thème 2 Contribuer au progrès de la médecine

Initiatives au sein de l'activité Santé

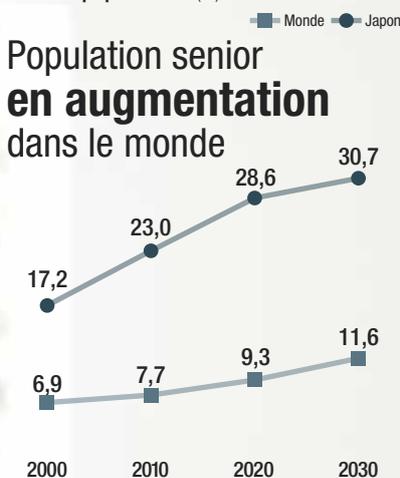


Des populations vieillissantes, une demande croissante de soins à domicile

Partout dans le monde, les populations sont confrontées à un vieillissement démographique de plus en plus rapide, tandis que la population mondiale augmente de façon exponentielle. Au Japon, aujourd'hui, les personnes âgées de 65 ans et plus représentent 25% de la population totale, ce qui en fait l'un des pays où la population vieillit le plus vite au monde. La situation de la santé des seniors a généré de nouveaux défis. De trop nombreux patients ont des difficultés à voir un médecin, ceux-ci étant trop peu nombreux avec des frais médicaux qui augmentent pour tout le monde.

Dans ce contexte, il est nécessaire d'améliorer le système de soins hospitaliers ou de consultations externes, en favorisant les soins à domicile. Le Groupe s'attend à ce qu'ils deviennent plus nombreux à l'avenir.

Pourcentage de seniors (65 ans et plus) dans la population : (%)

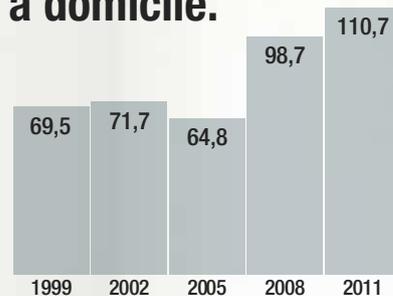


Source : World Population Prospects: The 2012 Revision, Nations Unies.

Population senior en augmentation dans le monde

Patients ayant reçu des soins à domicile au Japon (milliers)

Au Japon, on compte désormais 100 000 patients recevant **des soins à domicile**.



Source : enquête sur les patients menée par le Ministère de la santé, du travail et de la protection sociale.



Notre approche

Fabriquer des dispositifs d'imagerie médicale de haute précision utilisables par les installations de soins à domicile

Les dispositifs de radiographie et d'échographie permettent au personnel soignant de faire des diagnostics précis. Ils peuvent ainsi détecter plus clairement les maladies qui ne peuvent être diagnostiquées à l'œil nu. Encore récemment, les patients qui avaient besoin de services d'imageries médicales, devaient se rendre dans des structures médicales, les dispositifs d'imagerie n'étant pas transportables. Aujourd'hui, Konica Minolta a développé des dispositifs portables qui rendent possible l'imagerie médicale à domicile.



Rendre la radiographie et l'échographie possibles pour les soins à domicile

Pionnier de la radiographie au Japon, Konica Minolta a mis au point plusieurs dispositifs d'imagerie médicale en développant ses technologies d'imagerie de base. Ces dernières années, nous avons piloté la numérisation et la mise en réseau de l'imagerie médicale et contribué à l'élargissement de son champ d'action en fabriquant des dispositifs de plus en plus faciles à utiliser.

Par exemple, le système de radiographie numérique AeroDR, est plus facilement maniable pendant la prise d'images, chose jusque-là difficile. C'est le résultat d'importants efforts pour alléger le système et développer la technologie sans fil. L'AeroDR permet l'imagerie non seulement dans des salles de radiographie mais aussi à l'hôpital, en particulier dans les services d'urgences. Le système d'échographie SONIMAGE P3 se révèle utile dans les hôpitaux et les soins à domicile, grâce à sa forme ultra-légère et compacte, qui permet aux médecins de l'emporter partout.

Dans la continuité de l'AeroDR, facilement transportable et donc utilisable pour les soins à domicile, Konica Minolta a développé, en 2013, un kit portable incluant une tablette numérique pour l'imagerie et une unité de communication sans fil. Ce kit a été utilisé lors d'une opération de promotion de voiture à l'initiative de la préfecture d'Aomori dans trois municipalités comme moyen d'accès aux soins dans les zones peu peuplées. Cette initiative, qui inclut des visites thérapeutiques, des appels à domicile et des visites de contrôle à l'aide d'appareils médicaux portables chargés dans une voiture, a confirmé l'utilité de l'AeroDR pour les soins à domicile.

À l'avenir, Konica Minolta continuera à rendre ses dispositifs d'imagerie de plus en plus faciles d'utilisation pour contribuer au progrès des soins à domicile.

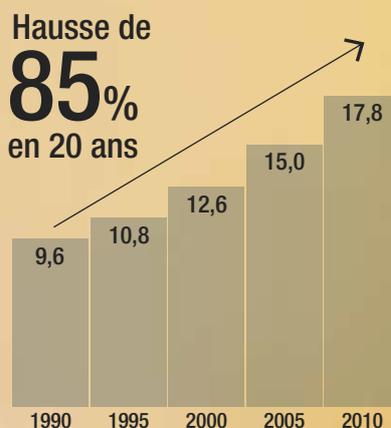
Thème 3 Contribuer aux économies d'énergie dans l'ensemble de la société

Initiatives au sein de l'activité industrielle



Croissance continue de la consommation d'électricité et de la demande d'éclairage à basse consommation

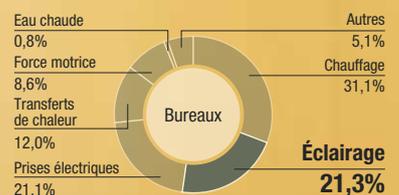
Consommation mondiale d'électricité (milliards de kWh)



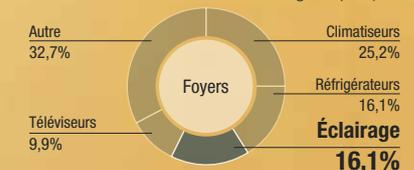
Source : Bilan énergétique des pays de l'OCDE
Statistiques et bilans énergétiques des pays extérieurs à l'OCDE, AIE.

Baisse de la consommation d'énergie dans les bureaux et les foyers

L'éclairage représente un fort pourcentage



Source : Conservation de l'énergie dans les bureaux, Centre de conservation de l'énergie, Japon (ECCJ).



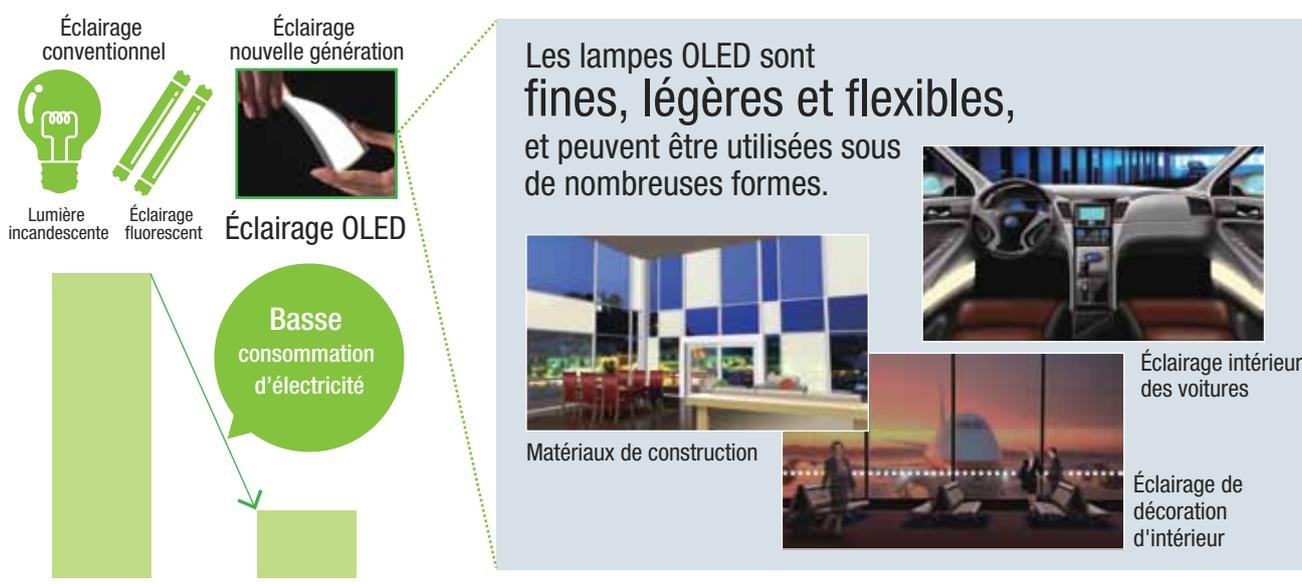
Source : Dictionnaire de la conservation énergétique pour les foyers, ECCJ.

Partout dans le monde, les médias nous parlent de la nécessité de réduire notre consommation d'énergie pour pallier à l'inquiétude croissante du changement climatique et de l'épuisement des ressources. Pourtant, la consommation en électricité ne cesse de croître. Les systèmes d'éclairage représentent le deuxième plus gros pourcentage d'utilisation d'électricité, après le chauffage et la climatisation. Économiser davantage d'énergie sur l'éclairage, élément majeur de notre développement, permettrait à la société de continuer à utiliser de l'énergie, y compris dans les résidences et les bureaux. Cette solution est un moteur pour le développement et la diffusion des systèmes d'éclairage nouvelle génération qui présentent une meilleure efficacité énergétique que les lampes fluorescentes et à incandescence conventionnelle.



Notre approche Trouver plusieurs utilisations pour l'éclairage de pointe à diode électroluminescente organique (OLED)

Konica Minolta s'emploie à répondre à la demande croissante d'éclairage nouvelle génération à plus basse consommation que les lampes fluorescentes ou à incandescence. Nous utilisons nos technologies d'imagerie et optique sur les diodes à lumière organique (OLED), en vue de créer de nouveaux produits qui aideront la collectivité à économiser de l'énergie. Afin d'identifier de nombreuses applications prometteuses, Konica Minolta cherche à améliorer leur fonctionnalité et leur luminosité, et construit d'ores et déjà une usine de production de masse.



Les OLED utilisent une matière organique qui émet de la lumière lorsqu'elle est stimulée par un courant électrique. Ils n'ont pas recours au mercure comme les lumières fluorescentes et assurent d'importantes économies d'énergie. Ainsi, ils représentent une nouvelle génération prometteuse d'éclairage à faible impact environnemental. Les lampes OLED ont également des caractéristiques uniques qui n'ont pas les systèmes d'éclairage conventionnels : elles sont fines, légères et flexibles et leur surface de lumière éclaire de grands espaces. Ces qualités ouvrent de nouvelles voies à l'utilisation de la lumière. Ainsi, Konica Minolta envisage déjà de les utiliser dans différents environnements, à la maison comme au bureau, pour l'intérieur des voitures ou pour les installations en plein air.

Depuis longtemps, Konica Minolta a su s'appuyer sur ses capacités techniques, comme la technologie optique et les techniques de conception et de synthèse des matières organiques, pour orienter la R&D vers l'utilisation pratique des OLED. Depuis 2010, nous avons également pris part au projet Fundamental Technology Development of Next-generation High-efficiency and High-quality Lighting

(développement technologique fondamental de l'éclairage nouvelle génération à importante économie d'énergie et d'excellente qualité) mis en place par l'Organisation japonaise pour le développement des énergies nouvelles et des technologies industrielles (NEDO).

En mars 2014, celle-ci a réussi à se débarrasser d'un frein à l'application de cette technologie en parvenant à augmenter sa luminosité à 131 lm/W, soit plus que l'éclairage LED classique et un record mondial pour la luminosité des OLED ^{*1}

Nous avons d'ores et déjà entrepris la construction d'une usine de production de masse sur notre site de Kofu à Yamanashi, en vue d'une commercialisation à grande échelle. Grâce à un processus rouleau-à-rouleau, ^{*2} qui permet une excellente productivité, nous prévoyons de débiter la production à l'automne 2014.

^{*1} À compter de mars 2014. Parmi des panneaux à OLED blancs couvrant une zone minimum de 15 cm². Basé sur une enquête Konica Minolta.

^{*2} **Processus rouleau-à-rouleau** : méthode de traitement des appareils électroniques sur un rouleau pendant leur montage. Comparé à la fabrication de dispositifs montés individuellement, l'installation et le transport ne requièrent ni temps ni effort.

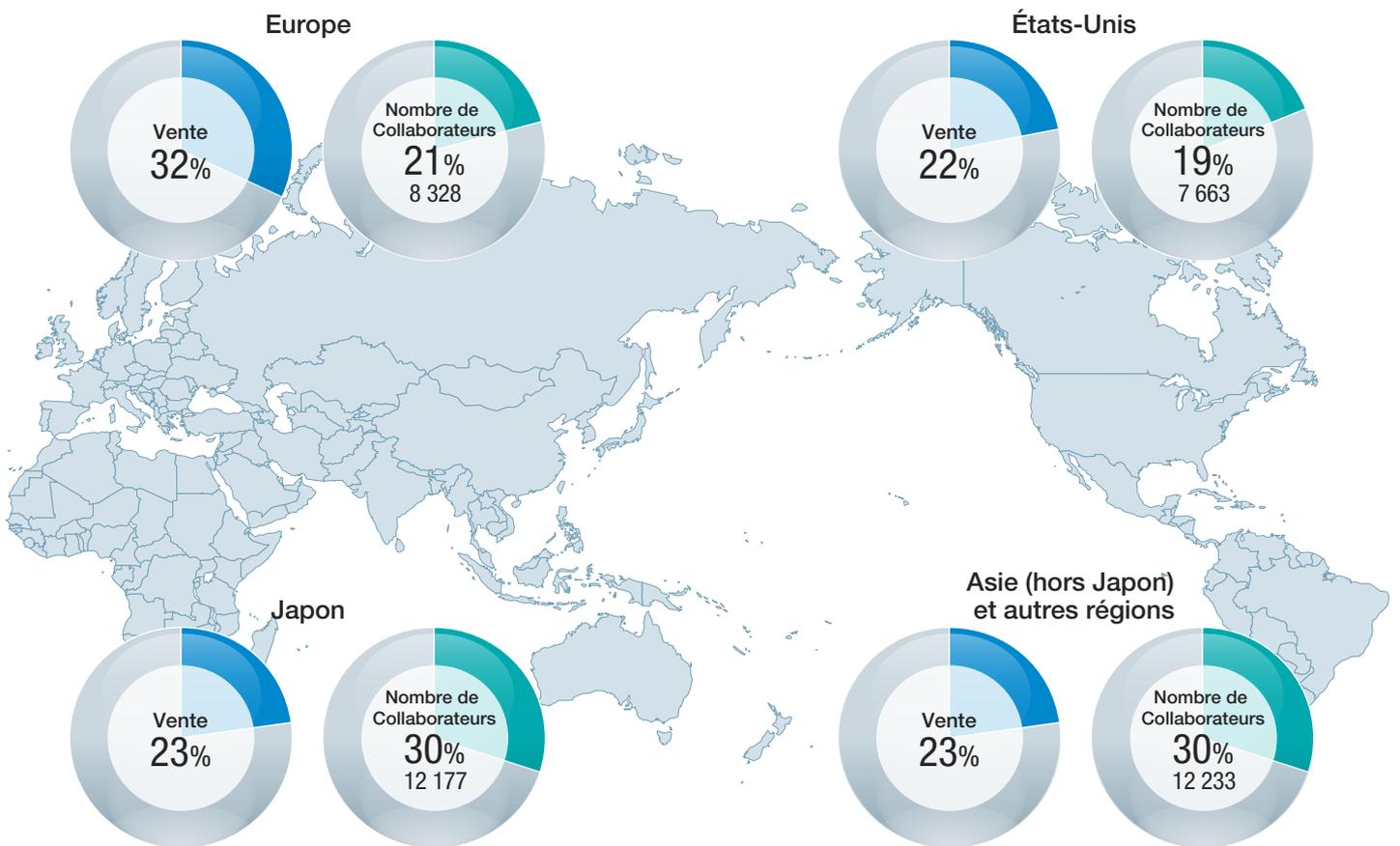
Domaines d'activité

Konica Minolta fait également valoir ses avantages sur le marché des équipements pour les entreprises, son produit phare, ainsi que ses activités médicales et industrielles, pour créer de nouvelles valeurs aidant à résoudre les problématiques sociales.

Secteur d'activité	Principaux produits	Domaines d'activité
Équipement pour les entreprises	Solutions d'entreprise <ul style="list-style-type: none"> ● MFP (Multifonctions) ● Imprimantes laser ● Systèmes d'archivage ● Télécopieurs ● Logiciels et périphériques ● Services de Cloud 	 <ul style="list-style-type: none"> ● Bureaux
	Impression commerciale et industrielle <ul style="list-style-type: none"> ● Systèmes d'impression numérique couleur ● Systèmes d'impression numérique monochrome ● Systèmes d'épreuves couleur numériques ● Système CTP (ordinateur à la plaque) ● Systèmes de prépresse ● Têtes d'impression jet d'encre ● Imprimantes textiles à jet d'encre ● Unités d'impression à jet d'encre ● Encres pour imprimantes à jet d'encre 	 <ul style="list-style-type: none"> ● Imprimeries ● Centre de reprographie intégrée ● Impression numérique ● Teinture textile ● Électronique imprimée
Domaine Industriel	Matériel de pointe <ul style="list-style-type: none"> ● Films TAC pour polariseurs LCD ● Film VA-TAC pour augmenter l'angle d'affichage ● Plaques photo haute précision ● Film barrière ● Film fonctionnel pour écran ● LED organiques (OLED) 	 <ul style="list-style-type: none"> ● Industries électroniques ● Industries automobiles ● Instituts de recherche ● Hôpitaux/ soins à domicile
	Système optiques à usage industriel <ul style="list-style-type: none"> ● Imprimantes à lentille ● Lentilles pour disques optiques ● Spectrophotomètres, colorimètres ● Luxmètres et colorimètres ● Spectroradiomètres ● Spectromètres ● Oxymètres de pouls ● Équipement de mesure et de calibrage à cellule solaire 	
Imagerie médicale	<ul style="list-style-type: none"> ● Systèmes de radiographie médicale numérique (CR, DR) ● Mammographie numérique ● Systèmes d'échographies diagnostiques ● Systèmes d'archivage d'imagerie médicale ● Stations d'informations d'imagerie médicale tout-en-un ● Assistance et service au management médical ● Médecine de diagnostic 	 <ul style="list-style-type: none"> ● Hôpitaux ● Cliniques

Un réseau mondial

Depuis le 31 mars 2014, Konica Minolta possède des filiales dans 45 pays.



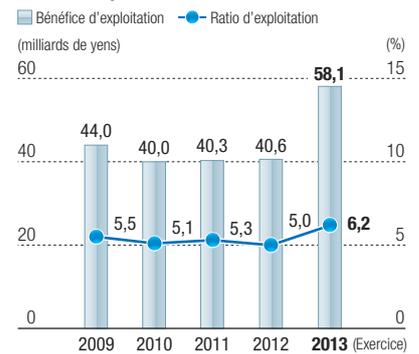
Données relatives à l'entreprise

Nom de l'entreprise Konica Minolta, Inc.
 Siège social 2-7-2 Marunouchi, Chiyoda-ku, Tokyo, Japon
 Président et PDG Shohei Yamana
 Création Le 22 décembre 1936
 Capital social 37 519 millions de yens (au 31 mars 2014)
 Clôture de l'exercice Le 31 mars
 Effectifs
 Non-consolidés : environ 6 300 (au 31 mars 2014)
 Consolidés : environ 40 400 (au 31 mars 2014)

Chiffre d'affaires net consolidé



Bénéfice d'exploitation consolidé/ Ratio d'exploitation



La politique RSE de Konica Minolta

En appliquant sa philosophie du management « Créer de nouvelles valeurs », Konica Minolta s'emploie à se positionner comme entreprise innovante en constante évolution et essentielle pour la société. C'est la raison pour laquelle le Groupe met tout en œuvre pour contribuer à la résolution des problèmes sociétaux par la création de valeurs qui améliorent la qualité de la société au travers de ses efforts commerciaux. Guidées par cette philosophie du management, les activités RSE de Konica Minolta se fondent sur sa Charte de Bonne conduite. Diffusé à l'échelle internationale, le Konica Minolta Group Guidance for the Charter of Corporate Behavior (Guide du Groupe Konica Minolta concernant la Charte de Bonne Conduite de l'Entreprise) illustre le comportement souhaitable dans chacune des catégories mentionnées dans la Charte de Bonne Conduite. Il sert de base à la compréhension et à la mise en pratique de la Charte. Le Group Guidance exprime l'engagement de Konica Minolta en faveur d'une action conforme aux normes sociales internationales telles que la



Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et le Pacte Mondial des Nations Unies, auquel participe l'entreprise.

Les dix principes du Pacte Mondial

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

Philosophie du management La création de nouvelles valeurs

Charte de Bonne Conduite du Groupe Konica Minolta

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

1. Produits performants et sûrs

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

2. Activités loyales et transparentes

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

3. Communication et publication des informations

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

4. Protection de l'environnement

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

La direction de l'entreprise reconnaît qu'il est de son rôle et de sa responsabilité de faire respecter l'esprit de la présente Charte. Il lui incombe à ce titre de s'assurer que tous ses dirigeants et collaborateurs connaissent et comprennent parfaitement cette Charte. De plus, la direction prêterait une constante attention aux opinions exprimées à l'intérieur comme à l'extérieur de celle-ci, et veillerait à promouvoir la mise en œuvre de systèmes capables d'en garantir le respect

5. Apports à la société civile

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

6. Respect du personnel

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

7. Responsabilité

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

Système de mise en œuvre de la RSE

Chez Konica Minolta, le directeur de la RSE, nommé par le conseil d'administration, est en charge de tout ce qui a trait à la RSE du Groupe. Sous sa supervision directe, la division Communication et RSE gère la mise en place de la gestion RSE pour la totalité du Groupe. Cette division travaille également en concertation avec les divisions en charge de la gestion et de la planification au sein du Groupe afin d'établir les objectifs prioritaires en matière d'activités de RSE, d'en surveiller les avancées et de superviser la diffusion publique des informations.

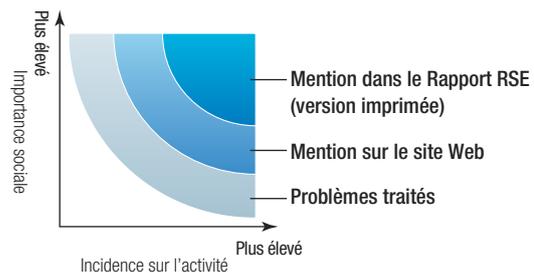
Une organisation traitant des activités de Responsabilité Sociale de l'Entreprise, sous la direction du cadre administratif en charge de la gestion environnementale, de la sécurité et du contrôle qualité, supervise ces thèmes importants sur l'ensemble des activités de RSE.

Elle organise les réunions des comités de direction dans chacun de ces trois domaines afin de créer des politiques de Groupe, d'édifier des systèmes et de gérer les avancées. Elle communique également les informations et appuie les mesures politiques en étroite concertation avec les autres divisions. Chaque semaine, le directeur de la division RSE, Communication et Stratégie communique un rapport sur l'avancement des activités de RSE au responsable en charge de la RSE, dans lequel les mesures politiques sont examinées et des propositions sont formulées. Le Conseil de direction et d'autres instances se réunissent également régulièrement afin d'aborder les sujets importants et réservent une place de choix à la RSE dans le management.

Définir des objectifs prioritaires pour les activités de RSE

En définissant des objectifs prioritaires en matière de RSE, Konica Minolta s'est efforcé de comprendre les souhaits et les problèmes qui sont les plus importants aux yeux des parties prenantes. Pour ce faire, il analyse les opinions obtenues en recourant à divers modes de communication. Il a également pris en compte les directives internationales en matière de RSE, notamment le Pacte Mondial des Nations Unies et l'ISO 26000. Par la suite, il a synthétisé et organisé les risques et opportunités envisagés lors de la formulation des Business Plans de chaque domaine d'activité. D'après les résultats, le Groupe a sélectionné les questions qui sont de la plus haute importance pour la société civile et ont un grand impact sur son activité, puis les ont définies comme objectifs prioritaires.

Le rapport RSE (version imprimée) expose les mesures spécifiques adoptées et l'avancement des objectifs considérés comme prioritaires par les parties prenantes.



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

Konica Minolta a été intégré dans les catégories Monde et Asie-Pacifique de l'Indice de durabilité Dow Jones (DJSI) 2013 établi sur la base du Dow Jones américain et du RobecoSAM suisse. Depuis 11 ans, l'entreprise figure également dans l'indice FTSE4Good Global, établi par le FTSE, l'un des indices ISR les plus connus.

Konica Minolta a reçu de bonnes notations de divers autres organismes de recherche ISR : il figure ainsi dans

les catégories Monde et Asie-Pacifique de l'indice Dow Jones Sustainability Index (DJSI) 2014, dans l'indice Morningstar Socially Responsible Investment Index (MS-SRI), dans la notation Prime pour la RSE par oekom research AG et dans l'univers d'investissement Ethibel Pioneer et Ethibel Excellence du Forum Ethibel (à compter du 31 mars 2014).

MEMBER OF
Dow Jones
Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM



MS-SRI | Morningstar Socially Responsible Investment Index



La relation entre Konica Minolta et les parties prenantes		Objectifs et résultats	
Les parties prenantes		Outils et opportunités de communication	Thématiques importantes
<p>Clients</p> <p>▶ P29</p>	<p>Konica Minolta exerce ses activités commerciales dans le monde entier. Les clients stratégiques des principales sociétés opérationnelles de Konica Minolta sont les entreprises, les administrations publiques et les hôpitaux.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Délivrer des services au client via les sites Web et les centres d'appel ● Fournir des informations produits via les sites Web et les lettres d'information ● Réaliser des enquêtes de satisfaction client ● Échanger des informations dans le cadre de visites aux clients ● Échanger des informations dans les salles d'exposition et lors des salons ● Organiser des séminaires 	<p>Garantir la fiabilité des produits et prévenir les problèmes de qualité</p> <hr/> <p>Améliorer la satisfaction des clients</p>
<p>Partenaires commerciaux</p> <p>▶ P33</p>	<p>Konica Minolta se fournit en matières premières, en pièces détachées et en composants auprès de différentes entreprises selon le type d'activité. Plus de 90% de ces fournisseurs sont situés au Japon, en Chine et dans le reste de l'Asie.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Organiser des réunions avec les fournisseurs ● Système d'approvisionnement mondial ● Mener des enquêtes RSE (questionnaires d'auto-évaluation) 	<p>Promotion de la RSE sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement</p>
<p>Actionnaires et investisseurs</p> <p>▶ WEB</p>	<p>Konica Minolta compte 26 191 actionnaires. La ventilation souligne la représentation relativement importante des actionnaires institutionnels et étrangers, une part totale de 45% étant détenue par les actionnaires étrangers, contre 37% par les institutions financières japonaises (au 31 mars 2014).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Réunions d'actionnaires ● Briefings à l'attention des investisseurs ● Visites aux investisseurs ● Briefings pour les analystes commerciaux et les investisseurs institutionnels ● Rapports annuels ● Site internet RI 	<p>Améliorer la communication avec les actionnaires et les investisseurs</p>
<p>Collaborateurs</p> <p>▶ P35</p>	<p>Konica Minolta compte 40 401 collaborateurs dans le monde. Parmi eux, 30% des employés se trouvent au Japon, 21% en Europe, 19% en Amérique du Nord et 30% en Chine et ailleurs en Asie, entre autres (chiffres correspondant au total des collaborateurs stables des sociétés consolidées au 31 mars 2014).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Intranet interactif ● Journal du Groupe ● Enquêtes de comportement des collaborateurs ● Dialogue avec les syndicats ● Proposer des systèmes internes d'aide en ligne ● Échanger des opinions pendant les visites d'inspection des sites de production par les cadres supérieurs 	<p>Promouvoir et développer la diversité des ressources humaines</p> <hr/> <p>Promouvoir la santé et la sécurité au travail</p>
<p>Communautés locales et internationales</p> <p>▶ P39</p>	<p>Le Groupe Konica Minolta est implanté dans quelque 45 pays de par le monde et agit en tant que membre responsable de chaque communauté où il mène ses activités.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Activités positives pour les communautés locales ● Briefings à l'attention des communautés et événements sur invitation ● Déléguer des intervenants à des conférences et dans les établissements d'enseignement ● Activités sectorielles ● Sites Web et rapports environnementaux 	<p>Mettre en œuvre des activités de contribution à la société dans le monde entier</p>
<p>Environnement de la planète</p> <p>▶ P17</p>	<p>En tant que fabricant, Konica Minolta exerce diverses activités qui ont un impact sur l'environnement, par exemple en générant des émissions de CO₂, et qui contribuent au changement climatique, notamment en employant des dérivés du pétrole, une ressource naturelle en phase de déclin, et ayant une incidence sur les écosystèmes de diverses manières.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Rapports RSE, rapports environnementaux et sites Web ● Briefings à l'attention des communautés et réunions pédagogiques ● Collaboration avec les instituts de recherche 	<p>Produits Verts</p> <hr/> <p>Usines Vertes</p> <hr/> <p>Marketing Vert</p>

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

*2 Indice de produit de qualité : il s'agit d'un indice créé par Konica Minolta basé sur les coûts liés aux problèmes de qualité qui surviennent lors du processus de création des produits, ou sur les coûts impliquant des produits déjà mis sur le marché

	Objectifs exercice 2013	Résultats exercice 2013	Objectifs exercice 2014
	<p>1. Nombre d'accidents graves causés par des produits*1 : 0</p> <p>2. Indice de problème de qualité*2: baisse de 80% par rapport à l'exercice 2008</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Achever la formation à la sécurité des produits de tout le personnel cible ● Visualiser la gestion des risques qualité tout au long du cycle de vie du produit ● Atteindre des indicateurs de management pour renforcer la gestion de la relation client pour chaque entreprise (par ex. mesures de la loyauté) 	<p>1. Nombre d'accidents graves : 0</p> <p>2. Indice des problèmes de qualité : baisse de 77%</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Fin de la formation de tout le personnel concerné ● Partage des problèmes de qualité survenus dans tout le Groupe et déploiement des contre-mesures ● Mise en place d'ICP (en fonction des caractéristiques des activités, comme la satisfaction, la volonté de continuer à acheter, le niveau de recommandation ou le taux de résolution de problèmes des centrales d'appels) pour toutes les activités et objectif atteint pour la volonté de continuer à acheter, qui constitue un élément important 	<p>1. Nombre d'accidents graves liés au produit*1 : 0</p> <p>2. Améliorer la qualité des produits, des ventes et des services tout au long du cycle de vie des produits*3</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ● Intégrer l'approvisionnement RSE dans les évaluations des fournisseurs dans le cadre du système de gestion de la qualité ISO9001, et le mettre en œuvre ● Poursuivre la formation des examinateurs dans toutes les divisions commerciales ● Établir un système de management à des fins de conformité avec les réglementations relatives aux minerais de guerre 	<ul style="list-style-type: none"> ● Intégration complète de l'approvisionnement RSE dans l'évaluation des fournisseurs dans le cadre du système de gestion de la qualité ISO9001, et la mise en œuvre ● Formation à l'approvisionnement RSE pour 143 personnes, y compris pour les évaluateurs ● Poursuite des évaluations des fournisseurs, dont 36 terminées ● Adhésion à la CICE pour relever d'un cran les activités d'approvisionnement RSE ● Mise en place d'un système de management à des fins de conformité avec les réglementations relatives aux minerais de guerre ● Enquête sur les minerais de guerre au sein de l'activité Technologies d'Affaires et briefings pour les fournisseurs 	<ul style="list-style-type: none"> ● Audit des sites de production et des fournisseurs du Groupe ● Encouragements pour les initiatives indépendantes des fournisseurs ● Clarifier les perspectives de gains pour les fournisseurs ● Mettre en place et promouvoir une politique de conformité à la réglementation sur les minerais de guerre ● Élargir la portée des initiatives
	<ul style="list-style-type: none"> ● Améliorer le site Web destiné aux investisseurs individuels ● Organiser des briefings à l'attention des investisseurs individuels 	<ul style="list-style-type: none"> ● Rénovation du site Web destiné aux investisseurs individuels ● Diffusion d'un film de présentation de l'entreprise de trois minutes ● Médaille d'or du classement du site internet Gomez IR ● Prix d'excellence de Daiwa Internet IR ● 12 briefings tenus avec des sociétés d'investissement ● Stand d'exposition à la Tokyo Stock Exchange IR Festa 2014 et briefings au stand et dans la salle de conférence. Présentation à environ 500 personnes de l'activité du Groupe, de ses stratégies et notre politique de rendement des actions. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Diffuser activement les informations et encourager la compréhension de TRANSFORM 2016, le nouveau plan de gestion à moyen terme (pour les investisseurs institutionnels et individuels) ● Élargir le champ d'application des RP pour encourager les investisseurs individuels à acheter des actions Konica Minolta ● Relayer l'opinion des investisseurs individuels et diffuser les informations aidant Konica Minolta à s'imposer comme un choix d'investissement plus attractif
	<ul style="list-style-type: none"> ● Déployer une plate-forme à l'échelle du Groupe pour le déploiement et le développement des ressources humaines ● Étendre le programme de développement des dirigeants d'entreprise au personnel de direction et proposer un programme dans différentes régions 	<ul style="list-style-type: none"> ● Début du programme de développement des chefs d'entreprises régionaux en Chine ● Création du Conseil de stratégie mondiale, un organisme de management du Groupe pour l'application des connaissances et les opinions du personnel senior des entreprises affiliées ● Création de Konica Minolta With You, Inc., une filiale soutenant l'autonomie des personnes handicapées en leur offrant un emploi 	<ul style="list-style-type: none"> ● Promouvoir les politiques RH communes à l'échelle mondiale et basées sur une plateforme de développement et de déploiement des ressources humaines. ● Instiller nos principes et promouvoir le développement d'un système mettant à exécution le développement et le déploiement des ressources humaines.
	<p>1. Nombre d'accidents graves*4 : 0</p> <p>2. Taux de fréquence des accidents entraînant des arrêts de travail : 0,1 ou moins</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Réduire le risque d'accidents pendant les heures de travail et éviter que des accidents similaires se reproduisent ● Continuer à apporter des améliorations fondamentales des installations 	<p>1. Nombre d'accidents graves : 0</p> <p>2. Taux de fréquence des accidents causant des arrêts de travail : Au Japon : 0,32, Hors du Japon : 0,06</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Évolution de l'évaluation des risques : rendre les formations accessibles à plus de personnes et améliorer l'identification et les contre-mesures des risques de travail non-conventionnel ● Introduction d'exemples d'accidents internes et externes, amélioration de la prévention de la récurrence des accidents similaires grâce à la méthode 4MSE basée sur l'analyse des causes d'accidents conduisant à un arrêt de travail 	<p>1. Nombre d'accidents graves : 0</p> <p>2. Taux de fréquence des accidents entraînant des arrêts de travail : 0,1 ou moins</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Encourager une culture de la sécurité : implication de la direction générale dans la sécurité, nommer un responsable de la sécurité sur le lieu de travail et éveiller les consciences à la sécurité ● Améliorer la gestion de la santé et de la sécurité à l'échelle mondiale ● Améliorer la sécurité inhérente aux équipements (réduction des risques)
	<p>▶P.40 Exemples types de l'exercice 2013</p>		
	<p>▶P27</p>		

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

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

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

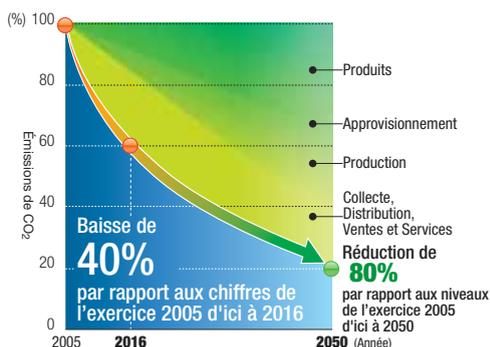
Faire preuve de responsabilité envers l'environnement et la planète

Konica Minolta a créé le programme Eco Vision 2050, comprenant des objectifs de réduction de son empreinte environnementale d'ici 2050. Ce programme porte sur trois thématiques : la lutte contre le réchauffement climatique, le recyclage et la préservation de la biodiversité. Pour le Groupe, le plan environnement 2016 constitue un jalon essentiel pour progresser vers le plan Eco Vision 2050. Ainsi, Konica Minolta s'est investi dans les « trois activités » éco-responsables afin de favoriser la réalisation des objectifs de son plan à moyen terme. L'entreprise crée des innovations environnementales lors de chaque étape de ses processus opérationnels, du développement des produits à l'approvisionnement, en passant par la production, la distribution, la vente et les services, la collecte et le recyclage. Cette initiative vise à favoriser la réduction de l'empreinte écologique et l'amélioration de la valeur de l'entreprise.

Eco Vision 2050

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

Vision en matière de réduction des émissions de CO₂



Plan environnement à moyen terme 2016

Konica Minolta a mis en place un plan Environnement à moyen terme 2016. Il se fonde sur l'idée qu'une entreprise qui crée de la valeur, travaille sur des solutions pour résoudre les problèmes sociaux et accroît la compétitivité et les profits des entreprises, soit une entreprise pratiquant la CVP (Création de Valeur Partagée), est une entreprise durable et capable de

Accroître la valeur environnementale

- Lutter contre le réchauffement climatique
- Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage
- Réduire les risques liés aux substances chimiques
- Restaurer et préserver la biodiversité

Vision

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



Plan environnement à moyen terme 2016

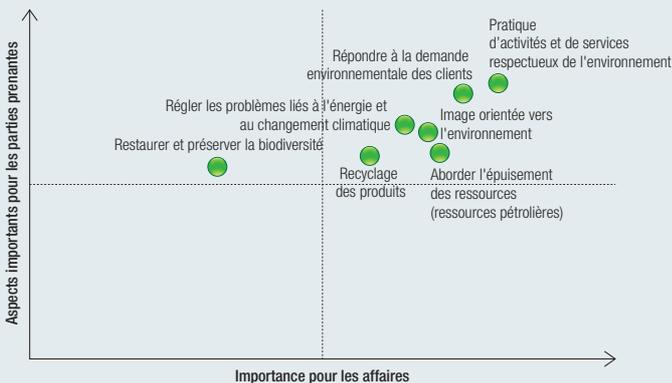
Thématiques importantes	Problématiques importantes	Objectifs de l'exercice 2016	
		Valeur de l'entreprise	Valeur environnementale
Thème Important 1 Produits Verts (planification et développement)	(1) Créer et proposer les produits verts demandés par les clients et la communauté	Vente ● Ventes de Produits Verts : 640 milliards de yens (Part des ventes : 58%) Réduction des coûts ● Réduire le coût des matériaux de production Image ● Favoriser la reconnaissance de la marque dans la société et chez les clients	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réduction des émissions de CO ₂ pendant la production : 97 000 tonnes ● Réduction des émissions de CO ₂ au niveau des fournisseurs : 100 000 tonnes Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées : 42 000 tonnes Réduire les risques liés aux substances chimiques ● Contrôler les émissions
	(2) Se conformer aux normes gouvernementales d'approvisionnement et aux exigences environnementales d'étiquetage	Vente ● Aucune occasion de vente perdue	Environnement en général ● Réduire l'impact environnemental en se conformant aux normes et aux exigences d'étiquetage
	(3) Respect des lois et réglementations sur la production	Prévention des risques ● Aucun effet sur les ventes	Réduire les risques liés aux substances chimiques ● Réduire les risques liés aux substances chimiques dangereuses en se conformant aux lois et réglementations
Thème Important 2 Usines Vertes (approvisionnement et production)	(1) Opérations Usine Verte se traduisant par la compétitivité des prix	Réduction des coûts ● Réduire le coût de l'énergie et des matériaux (réduire les pertes)	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réduction des émissions de CO ₂ pendant la production : 20 000 tonnes Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées : 400 tonnes Restaurer et préserver la biodiversité ● Utilisation durable des ressources en eau
	(2) Coopération avec les fournisseurs se traduisant par des prix compétitifs	Réduction des coûts ● Réduire le coût de l'énergie et des matériaux (réduire les pertes)	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réduction des émissions de CO ₂ chez les fournisseurs : 2 000 tonnes Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées : 600 tonnes
	(3) Respect des lois et réglementations sur la production	Prévention des risques ● Aucun effet sur la production	Environnement en général ● Réduire l'impact environnemental en se conformant aux lois et réglementations
Thème Important 3 Marketing Vert (distribution, ventes et services, collecte et recyclage)	(1) Réponse aux exigences environnementales axée sur les clients	Vente ● Saisir les occasions de vente ; aucune occasion de vente perdue Image ● Favoriser la reconnaissance de la marque dans la société et chez les clients	Environnement en général ● Réduire l'impact environnemental en répondant aux attentes des clients
	(2) Encourager la vente de services TIC et réduire l'impact environnemental	Vente ● Encourager la vente de services TIC réduisant l'empreinte écologique des clients	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réduction des émissions de CO ₂ chez les clients : 42 000 tonnes Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées par les clients : 2 000 tonnes
	(3) Optimisation de la chaîne d'approvisionnement et des initiatives environnementales liées	Réduction des coûts ● Réduire les coûts de distribution et d'emballage	Lutter contre le réchauffement climatique ● Réduction des émissions de CO ₂ pendant la distribution : 4 000 tonnes Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Ressources réellement utilisées : 700 tonnes
	(4) initiatives 3R pour les produits	Prévention des risques ● Renforcer les initiatives 3R	Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage ● Utiliser efficacement les ressources grâce aux initiatives 3R pour les produits

répondre aux enjeux du XXI^{ème} siècle. Le plan Environnement à moyen terme définit les objectifs pour la réduction de l'impact environnemental ainsi que pour la croissance de l'entreprise.

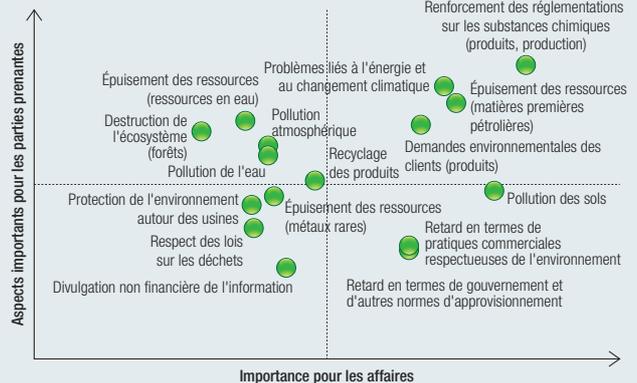
Pour définir ces objectifs, Konica Minolta a mené une analyse visant à identifier les problèmes affectant l'environnement et l'entreprise. Les risques et opportunités identifiés ont ensuite été intégrés aux thématiques et

problématiques importantes. Les thématiques importantes sont les « Trois Activités Vertes » : les Produits Verts (planification et développement), les Usines Vertes (approvisionnement et production) et le Marketing Vert (distribution, vente et services, collecte et recyclage). Les problématiques importantes ont été organisées autour de ces thématiques, en établissant des objectifs respectivement pour la valorisation de l'entreprise et de l'environnement.

Importance (Opportunités)



Importance (Risque)



Au service de l'environnement et de la planète

Gagner la confiance de nos clients

Coopérer avec nos partenaires commerciaux

Nous développer avec nos collaborateurs

Apports à la société

Thème Important
1

Produits Verts

Contexte et problématiques

À mesure que les problèmes environnementaux et sociaux pèsent de plus en plus lourd, la société s'adapte. Le monde évolue: d'un âge où la demande se concentrait sur l'affluence de matériaux, il passe à une ère accordant de la valeur aux produits et services favorisant la durabilité.

Saisissant la chance offerte par ce changement de valeurs, Konica Minolta se concentre sur la création de produits et services qui contribuent à la résolution de problèmes sociaux.

Le Groupe accorde une importance particulière aux problèmes environnementaux. Ainsi, il s'efforce de développer des produits hautement compétitifs favorisant la réduction de l'impact écologique des clients et de la société dans son ensemble, tout en générant plus de profits.

Mesures clés

Konica Minolta a introduit un système de certification Produits Verts, son propre système d'évaluation et de certification des produits ayant une performance environnementale significative. Le Groupe a défini des objectifs pour accroître la part des ventes des Produits Verts. Konica Minolta a également privilégié des produits respectueux de l'environnement, selon son propre plan de progression.

Grâce à cette initiative, le Groupe a créé de nouvelles valeurs écologiques, adaptées aux différentes activités et caractéristiques produits, dans le but de réduire l'impact environnemental des clients et de la société.

Système de certification des Produits Verts

Actif depuis 2011, le système de certification des Produits Verts de Konica Minolta est un système unique permettant d'évaluer et de certifier des produits qui ont d'importantes performances environnementales. Le système vise à créer une valeur environnementale adaptée aux différentes activités et aux caractéristiques du produit dans le but d'aider les clients à réduire leur impact environnemental.

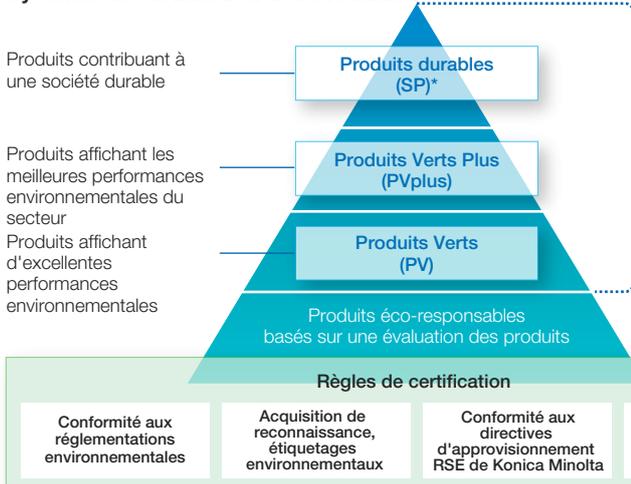
Pour être certifié Produit Vert Konica Minolta, un produit doit répondre à des critères spécifiques et présenter des caractéristiques respectueuses des normes de certification adaptées aux problématiques environnementales. Les objectifs à atteindre sont définis au stade de la conception du produit, et le produit est certifié à l'un des trois niveaux selon qu'il ait plus ou moins bien atteint son objectif.

Le plan environnemental à moyen terme pose des objectifs spécifiques pour accroître la part des ventes totales des Produits Verts certifiés. Afin d'atteindre ces objectifs, Konica Minolta développe des produits hautement compétitifs favorisant la réduction de l'impact environnemental des clients et de la société, tout en générant de plus gros profits. Dans le même temps, le Groupe publie la performance environnementale de ses produits certifiés au travers de ses catalogues produits et de ses sites internet, afin de s'assurer que le public ait connaissance de ses efforts.



green products

Système de certification des Produits Verts



Critères de certification (extraits)

Lutter contre le réchauffement climatique

- Réduire les émissions de CO₂ découlant de l'utilisation des produits
- Réduire les émissions de CO₂ sur l'ensemble du cycle de vie des produits

Encourager l'avènement d'une société basée sur le recyclage

- Réduire l'utilisation des matières premières pétrolières
- Fabriquer des produits plus compacts et plus légers
- Accroître la durée de vie des produits
- Encourager l'emploi de matériaux recyclés et réutilisés
- Encourager l'emploi de matériaux à base de plantes
- Réduire l'emploi de métaux rares

Réduire les risques associés aux substances chimiques

- Restreindre l'emploi de substances chimiques dangereuses

Restaurer et préserver la biodiversité

- Utiliser les ressources biologiques de manière durable

Innovation dans les procédés de fabrication

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

Performance pour l'exercice 2013

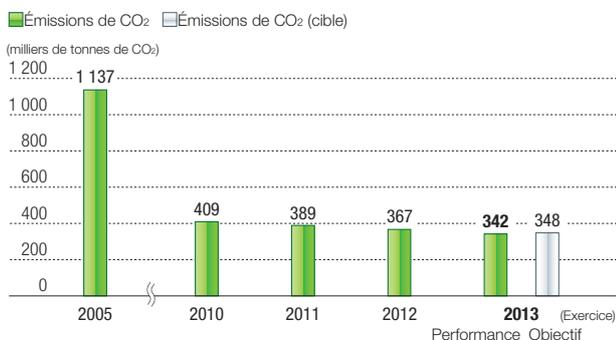
Davantage de Produits Verts certifiés

Durant l'exercice 2013, 39 nouveaux modèles de Produits Verts sont entrés sur le marché, portant le nombre total à 114 modèles. De plus, la part des ventes de produits certifiés comme Produits Verts Plus (réalisant la meilleure performance environnementale pour des produits industriels) a atteint 37%. La création et l'incitation à l'utilisation de Produits Verts a également permis d'atteindre les objectifs de l'exercice 2013 pour la réduction des émissions de CO₂ liées à l'usage des produits, la réduction de l'emploi de matières premières pétrolières, et la gestion des substances chimiques.

Objectif de vente pour les Produits Verts

	Exercice 2013 Objectif	Exercice 2013 Résultats	Exercice 2016 Objectif
Produits Verts (PV)	30%	41%	58%

Émissions de CO₂ liées à l'utilisation des produits



Initiatives dans chaque secteur d'activité

Konica Minolta agit dans des domaines tels que l'économie d'énergie, l'emploi de matériaux recyclés et la réduction de la taille et du poids des MFP et presses numériques. En termes d'économies d'énergie, le Groupe a nettement réduit la valeur TEC*¹ et équipe les machines d'options qui permettent d'économiser l'énergie, comme le tableau ECO, qui indique la quantité d'énergie économisée en temps réel. Les machines intègrent aussi trois types de plastiques durables : le PC/PET recyclé, le PC/ABS recyclé et le bioplastique. Le PC/PET, issu des technologies les plus récentes, offre une meilleure résistance au feu et un champ d'application plus large. ▶ P5

Par ailleurs, Konica Minolta a réduit son impact environnemental et accru la compétitivité de ses produits en réduisant leur épaisseur, comme un film TAC ultra-fin, dans le domaine du matériel d'exposition. De plus, sur le marché de l'isolation thermique automobile, Konica Minolta a développé un film pour fenêtres fonctionnel offrant le meilleur niveau d'isolation thermique*², aidant ainsi à réduire la consommation d'énergie associée à l'utilisation de l'air conditionné.

En imaginant un design ultra-léger pour la série AeroDR de machines de radiographie numérique, notre activité santé a augmenté la portabilité de ses produits dans les installations médicales ainsi que leur impact environnemental. Cela a amélioré la convivialité des produits et leurs économies d'énergie en réduisant de façon substantielle le temps de recharge des batteries grâce à des condensateurs au lithium ionique et à une technologie de conception basse consommation.

*1 TEC : Consommation électrique moyenne par semaine : une mesure de la consommation d'énergie établie par le Programme International Energy Star.

*2 Basé sur une étude réalisée par Konica Minolta. Comparé à des chaînes de production émettant le même niveau de luminosité (émission de lumière visible).

Exemples de Produits Verts certifiés au cours de l'exercice 2013

business hub C654e/754e MFP couleur

- Format le plus compact*¹ de sa catégorie (économie de place)
- Meilleure technologie industrielle*¹ de PC/PET non-inflammable recyclé



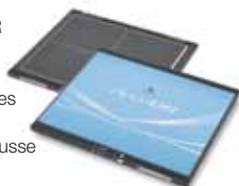
business hub 224e/284e/364e/454e/554e MFP monochrome

- Class-top*³ basse consommation électrique (TEC) (business hub 224e)
- Industry-top en PC/PET industriel non inflammable recyclé



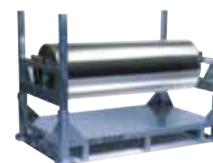
AeroDR 10X12HQ Appareil de radiographie numérique

- Le plus léger au monde*² avec système DR sans fil
- Baisse de la consommation d'énergie d'environ 22% pendant la lecture des images (comparé au précédent modèle)
- Baisse d'environ 77% de la quantité de mousse plastique pour les matériaux d'emballage (comparé au précédent modèle)



Films TAC pour polariseurs LCD

- Industry-top*⁴ finesse obtenue par optimisation des paramètres de dépôt



*1 Lancement en juillet 2013 *2 Lancement en juillet 2013, 10 x 12 pouces *3 Lancement en septembre 2013 *4 Lancement en juin 2013

Usines Vertes

Contexte et problématiques

Les problèmes de réchauffement climatique et d'épuisement des ressources s'avèrent de plus en plus graves, et l'augmentation du prix de l'énergie et du pétrole ont un impact croissant sur la gestion des entreprises.

En réponse à ces problèmes, Konica Minolta met en place des processus de production plus efficaces sur ses sites de production partout dans le monde. Entre autres, le Groupe s'efforce de minimiser sa consommation d'énergie et de ressources et de réduire les déchets de production. De plus, le Groupe se concentre également sur le développement de technologies de production favorisant l'économie d'énergie et la baisse du coût de matériaux, et qui réduisent les émissions de CO₂, les déchets et les substances chimiques.

Mesures clés

Le système de certification Usine Verte de Konica Minolta facilite l'évaluation complète des activités environnementales des sites de production, dans le but de réduire à la fois les coûts et l'impact environnemental de la production.

Le système de certification réduit les coûts et l'impact environnemental en encourageant des activités conformes à la stratégie de production de chaque site commercial et des usines, créant ainsi de la valeur pour la société et pour l'entreprise.

Système de certification Usine Verte

Depuis 2010, Konica Minolta gère son système de certification Usine Verte à des fins d'évaluation complète des activités environnementales de ses sites de production. L'objectif de ce système est de réduire les coûts et de limiter l'impact environnemental de ses usines, en développant des activités en adéquation avec la stratégie de production. Le système de certification requiert la réalisation d'objectifs liés aux thématiques environnementales de lutte contre le réchauffement climatique, de contribution à une société soucieuse du recyclage, de réduction des risques liés aux substances chimiques et de restaurer et préserver la biodiversité. Par ailleurs, il permet également de répondre à 250 critères en rapport avec le processus de mise en œuvre qui cristallise le savoir-faire de Konica Minolta de sorte qu'il aide à améliorer la qualité des activités environnementales.

Tous les sites de production ont atteint le niveau 1 de certification durant l'exercice 2011, et huit d'entre elles ont atteint le niveau 2 durant l'exercice 2013. Par la suite, des actions centrées sur les défis de chaque site seront entreprises afin que toutes les unités d'affaires atteignent le niveau 2 de certification.



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

Critères de certification Usine Verte

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

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

^{*2} L'année de référence est l'exercice 2005. C'est sur la base de ce chiffre (année de référence) que les critères adaptés aux caractéristiques de l'usine sont établis.

Performance pour l'exercice 2013

Davantage de sites de second niveau de certification

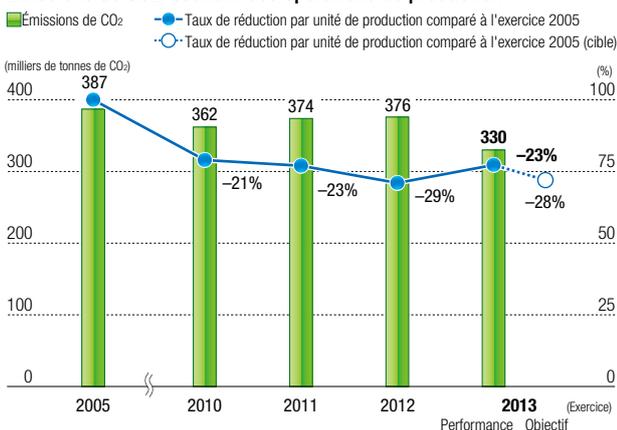
Konica Minolta s'est fixé pour objectif d'obtenir le niveau 2 de certification Usine Verte pour tous ses sites de production d'ici l'exercice 2015. Au cours de l'exercice 2013, trois nouvelles unités (deux au Japon et une en Chine) ont atteint ce niveau, portant le total à huit unités (cinq au Japon et trois en Chine).

Réduire les émissions de CO₂ associées aux opérations de production

Konica Minolta s'efforce de réduire les émissions de CO₂ résultant des opérations de production afin de participer à la lutte contre le réchauffement climatique.

Au cours de l'exercice 2013, le Groupe n'a cessé de prendre des mesures d'économie d'énergie destinées à minimiser les effets de la hausse du prix de l'énergie. Malgré ces efforts, l'objectif des unités de vente n'a pas été atteint durant l'exercice 2013. Ceci s'explique par notre retrait du marché du disque dur et la réduction de notre capacité de production (due à la baisse du volume du matériel produit). Pourtant, dans chaque unité de production, les réductions imputables au système de certification Usine Verte ont généré une baisse des émissions de CO₂ d'environ 57 000 tonnes comparé à l'exercice 2005.

Émissions de CO₂ résultant des opérations de production



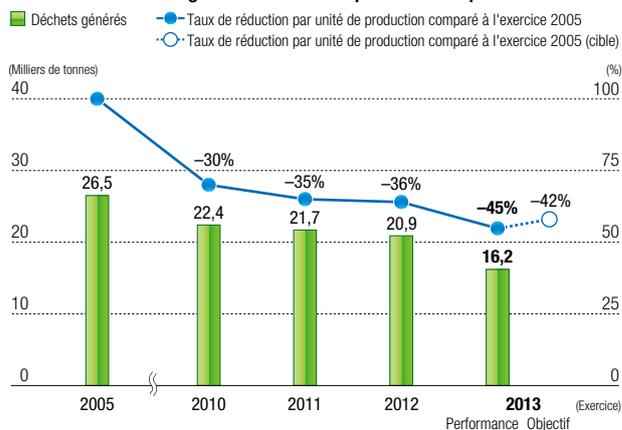
Réduire les déchets générés en dehors des opérations de production

Chez Konica Minolta, nous nous efforçons de réduire les déchets générés en dehors des opérations de production, afin d'encourager le recyclage.

Durant l'exercice 2013, le Groupe a mené des activités « Zéro déchet » comme l'amélioration de la capacité de production, le recyclage des matériaux d'emballage et de la réutilisation des matériaux d'emballage. Un site de production malaisien a été fermé, aidant ainsi à atteindre les objectifs de l'exercice 2013. Pour chaque unité de production,

les réductions imputables au système de certification Usine Verte ont généré une baisse totale des déchets externes de 10 000 tonnes comparé à l'exercice 2005.

Réduire les déchets générés hors des opérations de production

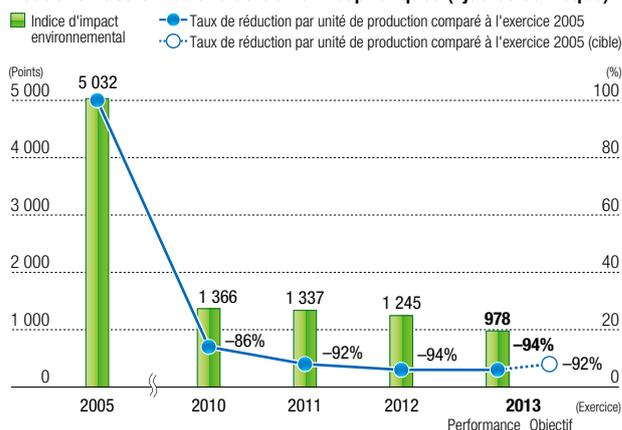


Réduire les émissions atmosphériques de COV

Depuis 1993, Konica Minolta fait en sorte de réduire les émissions de composés organiques volatils (COV) de tous ses sites de production, en accordant une attention plus particulière aux COV identifiés comme les plus dangereux en termes de risques et de volumes d'utilisation. L'objectif est de réduire ainsi l'ensemble des risques liés aux substances chimiques. Le Groupe a établi son propre indice d'impact environnemental : le volume de COV émis multiplié par l'impact sur la santé et sur l'environnement, auquel on ajoute un facteur lieu. C'est cet indice qui oriente les efforts de réduction.

Au cours de l'exercice 2013, la réduction par unité de production comparé à l'exercice 2005 s'est maintenue au même niveau que l'exercice précédent, relevant le défi de l'exercice 2013.

Réduction des émissions de COV atmosphériques (ajustée au risque)



Restaurer et préserver la biodiversité

Concentré sur ses sites de production, Konica Minolta a défini un certain nombre de démarches pour restaurer et préserver la biodiversité. Le Groupe a fait du respect des normes de ses Directives sur la biodiversité un critère d'obtention du niveau 2 de certification Usine Verte. Cela implique une prise en compte des ressources en eau et des eaux usées ainsi qu'une gestion appropriée de la végétation sur les sites de production.

Durant l'exercice 2013, le Groupe a effectué une évaluation complète des risques liés à l'utilisation des ressources en eau sur ses sites de production et de R&D. Les résultats d'une analyse réalisée avec l'Aqueduct* de l'institut des ressources mondiales (WRI) montrent qu'aucun site du Groupe ne présente de risques extrêmement élevés. Certains sites de production chinois ayant été ciblés pour les risques liés à leur consommation d'eau s'efforcent désormais d'atteindre des objectifs précis pour réduire leur utilisation d'eau.

* **Aqueduct** : Cartographie et informations concernant les risques sur l'eau publié par le WRI, sur la base de 12 indicateurs clés de risques comme le stress hydrique et le risque de réglementation lié aux ressources d'eau.

Réduire l'émission de CO₂ en collaborant avec les fournisseurs

Environ 26% des émissions de CO₂ de la chaîne d'approvisionnement de Konica Minolta sont liés à l'achat de pièces. En travaillant avec des fournisseurs pour améliorer les processus de production, Konica Minolta progresse dans la réduction à la fois des coûts et de son impact environnemental. Cette démarche a pour but une meilleure qualité, une plus grande productivité et des coûts réduits, mais elle aboutit également à un moindre impact environnemental grâce à l'économie de matériaux et d'énergie.

Dans ce cadre, les ingénieurs de Konica Minolta visitent les usines des fournisseurs et leur proposent des améliorations pour aider à réduire leur utilisation de matières premières plastiques et à réduire les délais. Pour mettre en place ces améliorations, ils travaillent en partenariat avec les employés des fournisseurs. En réduisant l'utilisation de matières plastiques, non seulement Konica Minolta réalise des économies matérielles, mais réduit également les émissions de CO₂ issues de la production des matériaux. Les délais plus courts réduisent la consommation d'énergie et se traduisent par une diminution des émissions de CO₂ en améliorant le rendement. Durant l'exercice 2013, ces démarches ont entraîné une réduction des émissions annuelles de CO₂ d'environ 1 800 tonnes.

Le Plan Environnement à moyen-terme 2016 définit les objectifs de réduction des émissions de CO₂ liées à l'approvisionnement en complément des objectifs de réductions des émissions de CO₂ fixés pour les sites de production du Groupe. Konica Minolta continue d'étendre sa coopération avec des fournisseurs dans le but d'atteindre ces objectifs.

Succès : histoire d'un site qui a su atteindre le niveau 2 de certification Usine Verte

L'usine Wuxi devient le Premier Site de Production à atteindre le niveau 2

En 2012, Konica Minolta Business Technologies (Wuxi) Co., Ltd., à Jiangsu, en Chine, a adopté des analyses de travail de l'ingénierie industrielle comme nouvelle méthode pour réduire son empreinte écologique tout en améliorant sa productivité.

Cette méthode est fondée sur un savoir-faire acquis au Japon par Konica Minolta et redéployé à l'échelle internationale. En repensant entièrement sa fonctionnalité et la logique de ses chaînes de production, l'usine a réduit son espace de production, raccourci ses délais de production et diminué sa consommation d'énergie, y compris pour l'air conditionné et la lumière.

L'usine a également augmenté sa surface de production et stimulé les prises de conscience en encourageant les initiatives coordonnées. Ainsi, des concours d'amélioration ont dynamisé l'originalité créative des employés locaux.

En mars 2014, en conséquence de ces initiatives, l'usine Wuxi est devenue le premier site de production de systèmes d'impression à atteindre le niveau 2 de certification Usine Verte.



Konica Minolta Technologies d'Affaires (Wuxi)

Thème Important
3

Marketing Vert

Contexte et problématiques

Les exigences écologiques des clients du monde entier sont de plus en plus nombreuses, à mesure que la société prend conscience des problèmes environnementaux. Dans ce contexte, Konica Minolta considère la valeur ajoutée qui aide les consommateurs à réduire leur empreinte écologique comme un point essentiel de sa responsabilité sociale et un moteur de sa croissance.

Ainsi, Konica Minolta propose des produits aidant à réduire l'impact environnemental et s'emploie à les populariser. De plus, le Groupe assure une plus grande efficacité dans ses activités de transport, de vente et de services. Cela se traduit aussi par une baisse des coûts et de l'impact environnemental.

Mesures clés

Konica Minolta mène des initiatives de Marketing Vert qui s'inscrivent dans sa pratique d'activités de vente et de services respectueux de l'environnement. En proposant des produits et services répondant aux exigences environnementales des clients, comme des Produits Verts certifiés et des services d'impression optimisés, Konica Minolta aide les clients et la société à réduire son impact environnemental. Le Groupe s'efforce également d'aider ses clients à réduire leur impact environnemental. Nous travaillons dans chaque région du monde sur l'amélioration du rendement dans la distribution, l'emballage, les ventes et les services et la mise en place d'un système de récupération et de recyclage des produits.

Performance pour l'exercice 2013

Aider les Clients à réduire leur impact environnemental

Dans ses principales filiales commerciales, Konica Minolta pratique le Marketing Vert afin d'encourager plus efficacement la vente de produits et de solutions aidant les clients à réduire leur impact environnemental.

Dans le cadre de cette initiative, au cours de l'exercice 2013, le Groupe a tenu une Conférence sur l'Environnement et la Planète, avec la participation de chaque filiale de ventes, pour échanger sur les expériences et les réussites. Les filiales sont de plus en plus nombreuses à utiliser le savoir-faire environnemental cultivé par Konica Minolta Inc. afin de relever les défis écologiques de leurs clients. Par la suite, le Groupe continuera à améliorer ses initiatives pour soutenir les activités environnementales de ses clients.

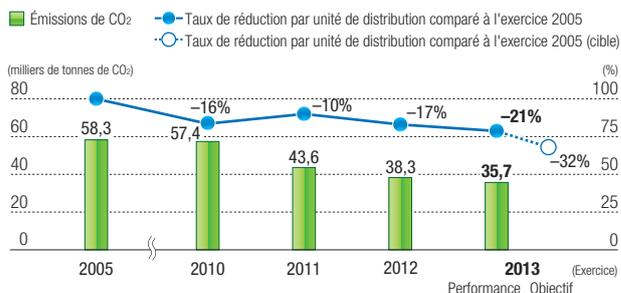
Réduire l'impact environnemental au niveau de l'emballage et de la distribution

Konica Minolta s'efforce de diminuer les émissions de CO₂ générées par la distribution, et d'utiliser moins de matériaux d'emballage afin de réduire l'impact environnemental de la livraison de ses produits et services aux clients.

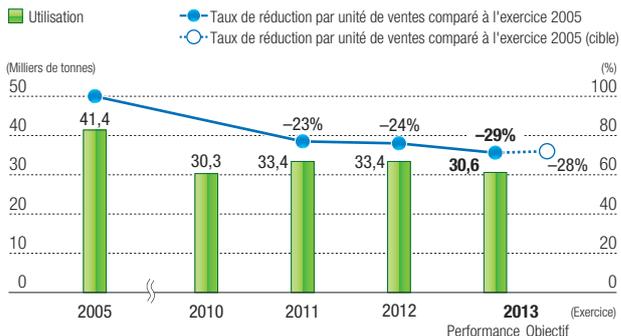
Depuis le dernier exercice, Konica Minolta a réussi à réduire d'environ 1 300 tonnes ses émissions de CO₂ générées par la livraison, grâce à des mesures de gestion au niveau des chaînes d'approvisionnement comme l'optimisation du contrôle d'approvisionnement. Toutefois, nous n'avons pas atteint notre objectif par unité pour l'exercice 2013 en raison de livraison par avion causé par des retards de production.

Konica Minolta a atteint notre objectif pour l'exercice 2013 pour les matériaux d'emballage en réduisant les emballages des pièces après-vente, comme les unités de développement de films et les bacs de récupération de toner.

Émissions de CO₂ liées à la distribution



Utilisation de Matériaux d'Emballage



Gros plan

Les activités environnementales de Konica Minolta reconnues

Obtenir les Écolabels

26 modèles MFP enregistrés comme des produits OR par EPEAT (système américain d'évaluation environnementale)

Chez Konica Minolta, nous faisons notre possible pour obtenir les écolabels les plus reconnus à l'échelle mondiale.

En juillet 2013, 14 modèles de MFP ont été enregistrés par l'EPEAT^{*1} (système américain d'évaluation environnementale) comme « Gold Product », le plus haut niveau de label, dans le secteur des appareils d'imagerie. Puis, le 31 mars 2014, 26 produits ont obtenu le label Or, neuf le label Argent et trois le label Bronze, pour un total de 38 produits.

Aux États-Unis, l'EPEAT est un prérequis des marchés publics et des agences gouvernementales. À l'origine, il a été instauré pour les ordinateurs et leurs écrans. Au début de l'exercice 2013, EPEAT a étendu le périmètre aux équipements d'imagerie, y compris aux MFP.

Sur ce secteur, le label requiert 33 critères obligatoires et 26 optionnels, liés à des critères comme l'économie d'énergie, la réduction des substances dangereuses et la diminution des déchets. Les produits, qui satisfont à tous les critères obligatoires, obtiennent le label Bronze ; ceux qui satisfont à toutes les normes

obligatoires, plus 50% des optionnelles obtiennent le label Argent. Enfin, ceux qui satisfont toutes les normes obligatoires, plus au moins 75% des normes optionnelles obtiennent le label Or.

Dans la catégorie des MFP, Konica Minolta compte le plus grand nombre de produits classés Or dans l'industrie.^{*2}

^{*1} Outil d'évaluation environnemental des produits électroniques : un système qui évalue les effets sur l'environnement des produits électroniques.

^{*2} (à compter du 31 mars 2014)



Le MFP couleur business hub C554e est le premier au monde à obtenir le label Blue Angel depuis la révision de ses critères

Le MFP couleur business hub C554e de Konica Minolta est le premier sur le marché international à acquérir le label écologique allemand Blue Angel, qui a défini des critères plus stricts en janvier 2013.

Introduit en 1978, le label Blue Angel a été l'un des premiers écolabels du monde, avec pour objectif d'encourager le développement et la vente de produits respectueux de l'environnement. Les critères de sélection varient en fonction de la catégorie de produits. Sur le secteur des équipements de bureau, les critères ont été durcis de façon significative en janvier 2013, mettant la barre plus haute pour l'obtention du label.

Konica Minolta a été le premier sur le marché international des MFP à recevoir le label Blue Angel en janvier 1992, mais la marque a su s'adapter en temps voulu aux nouveaux critères. Avec la série de business hub C554e, nous nous sommes efforcés de réduire davantage notre impact environnemental, conformément aux critères durcis, dès le stade de la conception.

L'objectif de Konica Minolta est de conserver le label Blue Angel en adaptant nos futurs modèles aux nouveaux critères.



Reconnaissance de la part des organismes environnementaux

Le système de certification Usine Verte remporte le prix du Ministère de l'environnement pour ses activités de prévention contre le réchauffement climatique

Depuis 2010, Konica Minolta utilise son système de certification Usine Verte à des fins d'évaluation complète des activités environnementales de ses sites de production. Cela constitue l'une des trois Activités Vertes du Groupe visant à la réalisation du programme Éco-Vision 2050 de Konica Minolta. **► P21**

En décembre 2013, grâce à ce système, Konica Minolta a remporté le prix du Ministère de l'environnement pour l'activité de prévention du réchauffement climatique (mise en place de contre-mesures) en reconnaissance de ses initiatives à grande échelle pour prévenir le réchauffement climatique.

Dans ses démarches pour encourager les mesures contre le réchauffement climatique, le Ministère de

l'Environnement attribue chaque année en décembre, désigné comme le mois du réchauffement climatique, le prix du Ministère de l'Environnement pour l'activité de prévention du réchauffement climatique. Ainsi, l'objectif est de saluer les efforts individuels et collectifs qui contribuent de façon significative à la lutte contre le réchauffement climatique.



Cérémonie de remise des prix

L'initiative de Konica Minolta pour le recyclage des ressources naturelles rares remporte le Prix d'encouragement du palmarès des technologies orientées 3R

Dans le processus de production, Konica Minolta utilise l'oxyde de cérium, une ressource naturelle rare employée comme agent polissant pour le verre. Avant, Konica Minolta jetait l'oxyde de cérium après usage, mais depuis, a développé une technologie de recyclage en vue de réduire les déchets et d'une meilleure utilisation des ressources. En utilisant cette technologie, le Groupe a trouvé le moyen de recycler l'oxyde de cérium de façon à ce qu'il soit d'aussi bonne qualité que le neuf, mais sans investissements de capitaux ni de coûts de fonctionnement à grande échelle.

En octobre 2013, Konica Minolta a remporté un Prix d'encouragement dans le Palmarès des technologies orientées 3R, en reconnaissance de cette méthode pour encourager le recyclage des ressources en conservant une grande productivité pour un coût minime.

Avec le soutien du Ministère japonais de l'économie, du commerce et de l'industrie, l'Association japonaise

pour la gestion de l'environnement dans l'industrie (Japan Environmental Management Association for Industry) attribue ces récompenses aux entreprises et initiatives de pointe qui contribuent à réduire, réutiliser et recycler, afin d'encourager et de populariser l'utilisation de leurs produits. Les Prix d'encouragement, figurant parmi les récompenses obtenues par Konica Minolta, sont attribués aux entreprises ou initiatives ayant démontré une originalité et un potentiel de croissance remarquables en termes de création d'entreprise.



Cérémonie de remise des prix

Konica Minolta listé à la fois comme CPLI et comme CDLI dans le CDP Japan 500

Dans les indices CDP Japan 500 publiés en novembre 2013, Konica Minolta a obtenu la position de leader à la fois pour le Climate Performance Leadership Index (CPLI) et pour le Climate Disclosure Leadership Index (CDLI).

Le CDP est un projet dans lequel des investisseurs institutionnels coopèrent pour demander à des entreprises de révéler les mesures qu'elles ont adoptées pour atténuer le changement climatique ainsi que les informations relatives à leurs émissions de gaz à effet de serre. Ils mènent une enquête nécessitant la divulgation des informations relatives au changement climatique et publient leurs évaluations sur la base des réponses fournies par les entreprises.

Dans l'étude de 2013 réalisée sur les 500 plus grandes entreprises japonaises, huit entreprises, parmi lesquelles Konica Minolta, ont été listées comme CPLI et CDLI, Konica Minolta étant la seule de l'industrie des équipements de précision.



Synthèse des données environnementales

Objectifs et résultats 2013

Auto-évaluation ☆☆☆ Réalisation supérieure à 100% ☆☆☆ Réalisation supérieure à 80% et inférieure à 100% ☆☆☆ Réalisation inférieure à 80%

Objectifs	Plan environnement à moyen terme 2015 (Année de référence : exercice 2005)	Objectifs exercice 2013 (Année de référence : exercice 2005)	Résultats exercice 2013	Résultat	
Lutte contre le réchauffement climatique	Émissions de CO ₂ sur l'ensemble du cycle de vie des produits	-20%	-51%	-54,5%	☆☆☆
	Émissions de CO ₂ découlant de l'utilisation des produits	-60%	-69%	-69,9%	☆☆☆
	Émissions de CO ₂ découlant de la manufacture (par unité de production)	-10%	-28%	-22,7%	☆☆
	Émissions de CO ₂ découlant de la distribution (par unité de distribution)	-30%	-32%	-21,3%	☆☆
	Émissions de CO ₂ générées lors de la vente et des services (par unité de vente)	-50%	-47%	-48,1%	☆☆☆
Encourager l'avènement d'une société soucieuse du recyclage	Utilisation des matières premières pétrolières (par unité)	-20%	-27%	-31,0%	☆☆☆
	Utilisation de matériaux d'emballage (par unité de vente)	-25%	-28%	-28,8%	☆☆☆
	Déchets rejetés à l'issue de la fabrication (par unité de production)	-50%	-42%	-45,2%	☆☆☆
	Recyclage des produits : créer des systèmes de recyclage des produits dans chaque région du monde et atteindre un taux de recyclage de 90% ou plus		<ul style="list-style-type: none"> Matérialisation des trois prochains scénarios pour les MFP re-manufacturés Mise en place de mesure de réduction des emballages 	<ul style="list-style-type: none"> Recherche de matérialisation de scénarios à venir pour les MFP re-manufacturés mais échec déploiement Mise en place réussie de 22 mesures visant à réduire les emballages des pièces après-vente 	☆☆
Réduction du risque des substances chimiques	Gestion des substances chimiques : Assurer une gestion stricte des substances chimiques, y compris sur la totalité de la chaîne		<ul style="list-style-type: none"> Développement et application d'un système de gestion de la réduction des substances dangereuses Développement d'un système de conformité à la directive RoHS révisée 	<ul style="list-style-type: none"> Développement et application de normes internes pour la gestion de la réduction des substances chimiques, conformément aux normes volontaires Mise en place d'un plan de conformité aux révisions des directives RoHS et aux réglementations liées aux phtalates Développement d'un système de conformité aux RoHS2 	☆☆☆
	Émissions atmosphériques de composés organiques volatils (COV) (en terme d'indice d'impact environnemental ; par unité de production)	-75%	-92%	-94,0%	☆☆☆
Restaurer et Préserver la biodiversité	Aider à restaurer et à préserver la biodiversité	Poursuivre la conformité avec les directives de préservation de la biodiversité dans les Usines Vertes	Conformité aux directives sur la Biodiversité dans les trois unités ayant atteint le niveau 2 de certification Usine Verte	☆☆☆	

Remarque : À compter de l'exercice 2013, le Groupe a atteint plus de la moitié des objectifs fixés pour l'exercice 2015 par le Plan environnemental à moyen terme 2015, et il prévoit d'atteindre les objectifs restants. Le Plan environnemental à moyen terme 2016 exige de poursuivre les objectifs 2015 et définit des objectifs plus stricts pour l'exercice 2016.

Comptabilité environnementale

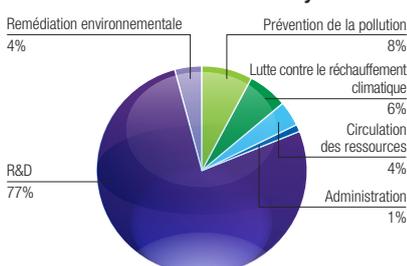
Konica Minolta a mis en place une comptabilité environnementale consolidée à l'échelle mondiale afin d'évaluer de manière quantitative les coûts de préservation de l'environnement dans les opérations commerciales et les avantages découlant de ses activités.

Les investissements pour l'exercice 2013 ont atteint un total de près de 2,1 milliards de yens, soit une augmentation de 12% d'un exercice sur l'autre. Le Groupe a majoritairement investi dans le nouveau bâtiment R&D du site

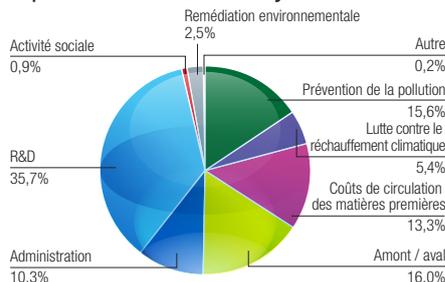
Hachioji, à Tokyo, qui présente plusieurs caractéristiques respectueuses de l'environnement, (atrium à lanterneaux, panneaux solaires pour des locaux conviviaux et écoresponsables). Le Groupe a également investi dans une nouvelle usine sur le site de Kofu pour la première production de masse de panneaux d'éclairage OLED flexibles en substrat plastique.

Les dépenses se sont élevées à un total d'environ 12,5 milliards de yens, restant quasi inchangées par rapport à l'exercice précédent.

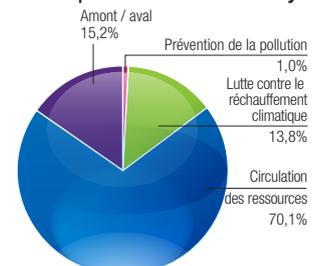
Investissement 2 143 millions de yens



Dépenses 12 577 millions de yens



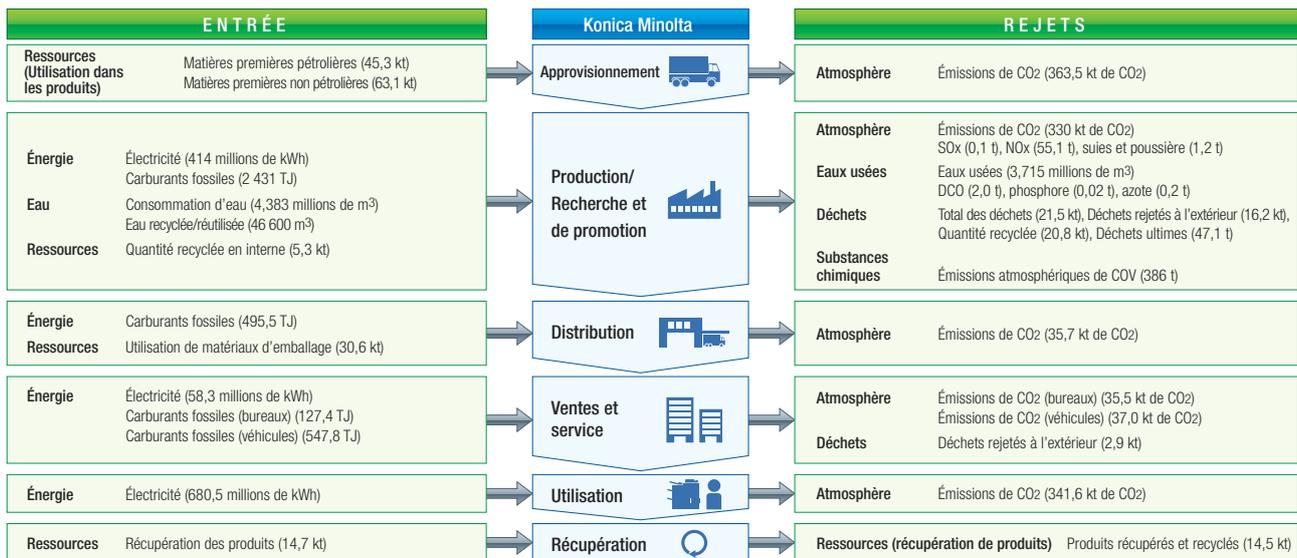
Bénéfice économique 23 397 millions de yens



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

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

Tableau global de l'impact environnemental



Calcul des émissions de CO₂ sur l'ensemble du cycle de vie

Konica Minolta a calculé le total des émissions de CO₂ associées aux activités du Groupe sur l'ensemble du cycle de vie de ses produits, en amont et en aval de ses opérations, principalement sur la base des normes du Protocole des gaz à effet de serre (GES)*, la norme internationale. Le calcul a révélé que les émissions de CO₂, tout au long du cycle de vie des produits, atteignaient environ 1,4 millions de tonnes, soit une baisse d'environ 6,8% depuis l'exercice 2012.

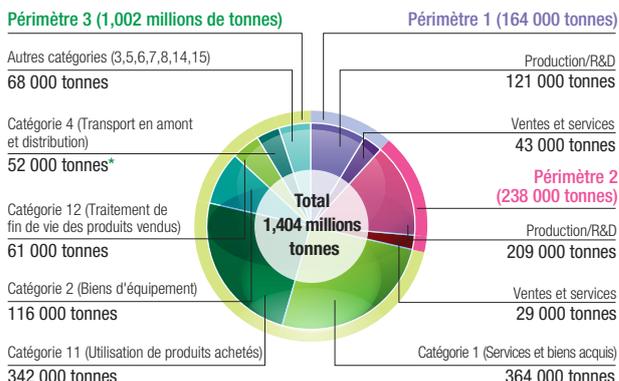
Les émissions causées par les activités du Groupe, c'est-à-dire les émissions directes provenant de l'utilisation de carburant (Périmètre 1), plus les émissions indirectes provoquées par la consommation de vapeur, de chaleur ou d'électricité achetée (Périmètre 2), s'élevaient au total à environ 402 000 tonnes, soit environ 29% de la totalité des émissions. Les autres émissions indirectes (Périmètre 3) associées aux activités du Groupe atteignaient un total d'environ un million de tonnes, soit environ 71% de la totalité des émissions.

Le Groupe a défini de nouveaux objectifs pour la réduction des émissions de CO₂ en coopération avec les fournisseurs de « biens et services acquis », soit 25,9% des émissions sur l'ensemble de la chaîne logistique. Konica Minolta propose une assistance technique et des suggestions pour améliorer les processus de production des fournisseurs et réduire ainsi leur consommation de matériaux et d'énergie. Au stade de la conception des produits, le Groupe travaille au développement de plastiques recyclés et à la conception de produits plus petits et plus légers, ce qui réduit la quantité de ressources entrantes. En termes d'« utilisation des produits vendus », ce qui correspond à 24,3% des émissions,

le Groupe développe des fonctionnalités qui encouragent les clients à économiser de l'énergie, en plus de réduire la consommation d'électricité des produits eux-mêmes. Konica Minolta partagera à l'avenir ces informations avec les parties prenantes et poursuivra les activités de réduction et de maîtrise des émissions de CO₂ sur l'ensemble du cycle de vie.

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

Vue d'ensemble des émissions de CO₂ sur l'ensemble de la chaîne logistique de Konica Minolta



* Émissions de CO₂ attribuées à la distribution des produits : 36 000 tonnes

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



Gagner la confiance de nos clients

Konica Minolta souhaite satisfaire au mieux ses clients et gagner leur confiance totale grâce à des produits et des services de grande qualité. Le Groupe a exprimé sa démarche fondamentale pour y parvenir dans la Politique de Qualité de Konica Minolta, laquelle régit les entreprises du Groupe du monde entier. Garantir des produits et services fiables est une question particulièrement importante. Par conséquent, Konica Minolta a instauré un système d'assurance qualité unifié sur l'ensemble du Groupe et envisage l'assurance qualité sur la totalité du cycle de vie du produit. Konica Minolta est déterminé à contribuer à l'avènement d'un monde meilleur en apportant une solution aux problématiques de ses clients. Pour ce faire, le Groupe cherche à tisser des relations privilégiées avec ses clients afin de pouvoir satisfaire à la fois les besoins et demandes émergents.

	~Exercice 2009	Exercice 2010	Exercice 2011	Exercice 2012	Exercice 2013
Focus 1 Garantir la fiabilité des produits et lutter contre les incidents liés à la qualité		Exercice 2005 Mise en place d'une base de données répertoriant les rapports d'accidents critiques			
		Exercice 2010	Mise en place d'une formation complète à la sécurité des produits pour les techniciens Konica Minolta		
		Exercice 2010	Extension de la réalisation d'une carte des risques pour l'évaluation de la sécurité et relever les niveaux d'évaluation		
		Exercice 2010	Mise en place de diagnostics de gestion par le président et le PDG		
Focus 2 Améliorer la satisfaction des clients			Exercice 2011	Mise en place d'un système de double assurance qualité	
			Exercice 2011	Début des efforts d'amélioration de la gestion des relations client	
			Exercice 2012	Clientèle établie Gestion des relations Amélioration et promotion Comité de gestion	
			Exercice 2012	Indicateurs établis pour la gestion des relations client	

Focus
1

Assurer la sécurité et la qualité des produits

Contexte et problématiques

Depuis quelques années, les clients et la société posent un regard plus sévère sur la qualité des produits. Dans tout le secteur industriel, des critiques se sont élevées contre les entreprises n'assumant pas leur responsabilité sociale de maintien de la qualité. Or les problèmes de qualité impactent la confiance dans une entreprise, ternissent son image de marque et peuvent causer d'importantes pertes virtuelles. Par conséquent, Konica Minolta a établi des normes plus rigoureuses pour la sécurité des produits afin de prévenir des accidents. Si un problème de qualité survient, l'entreprise relaie l'information et s'efforce de le résoudre avec rapidité et pertinence.

Mesures clés

Prévenir les incidents majeurs liés aux produits

- Appliquer une méthode de gestion des risques dans le cadre de la formation à la sécurité des produits

Éviter les incidents produit

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

Principales initiatives de l'exercice 2013

Ajouter une méthode d'évaluation des risques dans la formation sur la sécurité des produits

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

Durant l'exercice 2013, le Groupe a élargi, à d'autres entreprises et questions juridiques, son programme basé sur des études de cas d'accidents. Compte tenu de l'importance de la gestion des risques, Konica Minolta a également ajouté du matériel pour l'apprentissage de la gestion des risques de la vie quotidienne tels que les accidents de vélo,

afin d'améliorer l'évaluation des risques et la capacité à identifier les risques.

L'ensemble du personnel concerné a terminé la formation à la sécurité des produits durant l'exercice 2013, comme prévu. Certains membres du personnel ont assisté volontairement à la formation.

De plus, nombreux ont été ceux qui ont demandé une prolongation de la formation ; preuve que la formation à la sécurité des produits est un principe parfaitement acquis.

Par la suite, Konica Minolta continuera d'approfondir la sensibilisation de ses employés vis-à-vis de la sécurité des produits en proposant une formation continue.

Partager les informations relatives aux problèmes de qualité et croiser le déploiement des contre-mesures au sein du Groupe

Durant l'exercice 2013, Konica Minolta a mis en place une démarche de partage d'informations sur la qualité des produits et le déploiement croisé des contre-mesures à l'échelle du Groupe, pour un « One Konica Minolta ». L'objectif est d'accroître la sensibilité vis-à-vis des problèmes de qualité, de résoudre les problèmes au plus vite et de garantir de meilleures solutions.

Chaque mois, cette initiative identifie, parmi tous les problèmes signalés, les plus graves appelant au renvoi et à la réparation. La somme des actions, depuis le signalement de la part du client jusqu'à la mise en place de contre-mesures pour éviter la récurrence du problème, est communiquée aux services qualité par chaque secteur concerné, dans une dynamique de déploiement croisé.

Plus particulièrement, sur le secteur de l'impression jet d'encre industrielle, la coopération interservices s'accélère, avec notamment la création d'un système de garantie qualité pour les nouveaux produits en collaboration avec le secteur des équipements pour les entreprises.



Formation à la sécurité des produits

FOCUS
2

Améliorer la satisfaction des clients

Contexte et problématiques

Pour les produits tels que les équipements pour les entreprises, le milieu médical et les dispositifs de mesure Konica Minolta, un service après-vente permanent est indispensable. Nous sommes résolus à inspirer davantage de confiance à notre clientèle en instaurant des relations à long terme. Ainsi, nous espérons tisser des liens qui permettront à nos clients de recommander Konica Minolta à d'autres clients potentiels. C'est pour cette raison que nous récupérons les impressions de nos clients, que nous les réutilisons via un système créé par nos soins pour améliorer nos produits et services, et que nous essayons sans cesse de perfectionner notre gestion des relations clientèle à l'échelle du Groupe.

Mesures clés

Améliorer la gestion des relations avec les clients

- Évaluer le niveau de satisfaction des clients et améliorer continuellement nos produits et services à partir de ces données
- Améliorer l'efficacité du centre d'appels du secteur Santé dans ses réponses aux clients.

Principales initiatives de l'exercice 2013

Améliorer le service client de la centrale d'appels du secteur Santé

Les produits proposés par le secteur Santé étant utilisés dans les installations pour le traitement d'affections mortelles, ce secteur se doit d'être extrêmement réactif en cas de panne ou de problème. Par conséquent, Konica Minolta s'efforce de réduire son temps de réaction dans sa centrale d'appels afin de minimiser les temps d'arrêts diagnostiqués en raison de défaillance des produits.

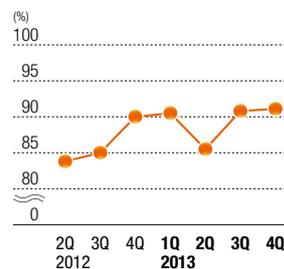
Le centre d'appels répond aux demandes d'hôpitaux et de cliniques du Japon 24h/24, 365 jours par an. Depuis quelques années, les demandes sont de plus en plus nombreuses à mesure que le nombre de modèles et d'appareils installés augmente, générant un besoin d'amélioration des compétences.

En conséquence, au cours du deuxième semestre de l'exercice 2012, nous avons mis au point trois indicateurs centrés sur la réduction du temps d'attente des clients au téléphone, l'amélioration des capacités de résolution des problèmes par le centre d'appels et l'augmentation de la satisfaction des clients. Des objectifs ont été fixés pour chaque indicateur en vue de poursuivre notre amélioration.



Centre d'appels

Indicateur 1 : rappels en moins de 10 minutes



Le centre d'appels a modifié et rationalisé son mode de fonctionnement afin que la durée des rappels ne dépasse pas 10 minutes quand aucun technicien n'est disponible pour répondre à l'appel du client. Nous poursuivons nos efforts pour arriver à 100% de réussite pour cet indicateur.

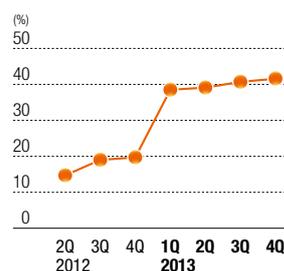
Indicateur 2 : Taux de résolution des problèmes par le centre d'appels



Une formation technique et un service de maintenance consacré aux nouveaux produits a été mis en place pour augmenter le taux de résolution complète des problèmes par le centre d'appels. Ce taux a augmenté pour tous les produits et le temps nécessaire pour ces interventions a été raccourci.

Remarque : Taux de résolution des problèmes pour l'Aero DR par la centrale d'appels

Indicateur 3 : Taux d'appels se concluant par des remerciements



Pour quantifier la satisfaction des clients, le centre d'appels compte le nombre d'appels se concluant par les remerciements du client. En échangeant sur des exemples de réussite, le service tout entier a pu s'améliorer et continuera sur cette lancée avec pour objectif d'atteindre un taux de 50%.

Initiatives visant à accroître la satisfaction des clients au sein du service des équipements pour les entreprises

Au cours de l'exercice 2011, l'activité des équipements pour les entreprises a créé une équipe inter-sectorielle, alliant des équipes commerciales et des équipes développement, dans l'intention de renforcer la coordination pour accroître la satisfaction des clients. Ainsi, cette activité a utilisé le NPS* comme indicateur clé et a commencé à développer ses propres méthodes d'amélioration de la satisfaction des clients.

En avril 2012, l'équipe a créé un Service de Relations Client pour développer ses efforts d'amélioration sur cette méthode à toute l'entreprise. Des réunions ont lieu régulièrement pour la gestion de cette équipe, au cours desquelles les problèmes sont abordés du point de vue des clients afin d'accélérer les prises de décisions.

L'entreprise partage également ses connaissances pour accroître la satisfaction des clients et entretient la sensibilisation à ce sujet par le biais de newsletters, de résumés, de résultats d'enquêtes de satisfaction et de diffusion de l'information par intranet.

De plus, durant l'exercice 2013, l'entreprise a mis en place des initiatives de collaboration à partir des ventes partout dans le monde, comme l'organisation d'une nouvelle conférence internationale.



Interaction des clients dans un showroom

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

Témoignage

Viser la plus grande satisfaction des clients sur le secteur des Technologies d'Affaires

Quelles sont les points forts des produits Konica Minolta ? Les clients reconnaissent-ils ces atouts ? Afin de répondre à ces questions, tous les collaborateurs doivent impérativement avoir conscience du caractère unique de Konica Minolta et de ses forces, ainsi que l'atteinte des objectifs clairement définis. De même, chaque service doit remplir son rôle. Partant de là, nous avons formé un groupe de travail incluant les cadres supérieurs de chaque département. Ainsi, nous nous employons à apporter la plus grande satisfaction à notre clientèle.



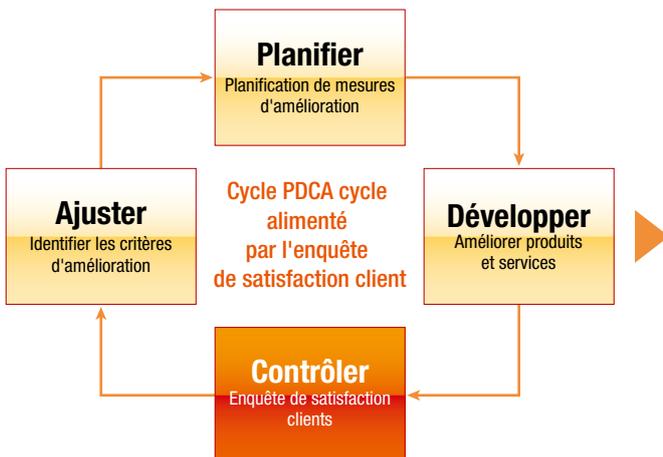
Makoto Takeda,
Directeur général
Département qualité,
Konica Minolta, Inc.

Focus

Enquête de satisfaction client menée à l'échelle mondiale afin de proposer de meilleurs produits et services à la clientèle du monde entier

Au cours de l'exercice 2013, Konica Minolta a mené une enquête de satisfaction client au Japon, aux États-Unis et en Europe. Il en est ressorti une liste de problèmes liés aux produits communs à l'échelle mondiale. Après réflexion sur ces problèmes au cours d'une réunion des services des usines incluant le développement, la garantie qualité et la

production, des décisions ont déjà été prises tant pour des modèles vendus actuellement que pour des modèles prévus pour de prochaines versions. L'efficacité de ces améliorations sera vérifiée avec la prochaine enquête de satisfaction conformément à notre volonté de toujours nous améliorer en suivant le cycle PDCA.



Quelques améliorations appliquées durant l'exercice 2013

- Amélioration afin que l'utilisateur puisse zoomer tactilement
 - Avant le zoom
 - Zoom tactile
 - Après le zoom
- Couleurs de présentation inversées : attention spéciale aux seniors et aux personnes ne distinguant pas les couleurs
 - Présentation normale
 - Interchangeable
 - Présentation inversée



Coopérer avec nos partenaires commerciaux

Konica Minolta a mis en place une politique d'approvisionnement ainsi qu'un code de conduite pour les fournisseurs, et il utilise des questionnaires d'auto-évaluation pour évaluer ses sites de production et ses fournisseurs. Ces démarches visent à garantir la diffusion des initiatives RSE de l'entreprise tout au long de la chaîne logistique. Nous avons également défini une approche simple pour la question des minerais de guerre^{*1} fondée sur notre politique d'approvisionnement, et réalisé les démarches appropriées, principalement dans notre activité de solutions d'entreprise. En octobre 2013, Konica Minolta a adhéré à le CICE.^{*2} En tant que membre, le Groupe utilisera les systèmes et outils de la CICE pour améliorer davantage la qualité et la transparence globales de ses initiatives RSE.

^{*1} **Question des minerais de guerre** : il a été souligné que les minerais tels que le tungstène, le tantalum, l'or et l'étain issus des mines de la République Démocratique du Congo et des pays voisins pouvaient servir à financer les conflits armés et les violations des droits de l'homme dans la région.

^{*2} **Coalition industrielle citoyenne de l'électronique** : un organisme qui encourage les RSE dans l'industrie électronique

	Exercice 2008	Exercice 2009-Exercice 2013	Exercice 2014 prévisions
Recherche de RSE Approvisionnement	Travail préparatoire pour mettre en place une politique d'approvisionnement et prendre des initiatives	Exercice 2009 : Diffusion du code de conduite des fournisseurs tout au long de la chaîne logistique	
		Exercice 2009 : Évaluations par des questionnaires d'auto-évaluation	
		Exercice 2009 : Vérification des sites fournisseurs	Exercice 2014 Audit des sites de production et des fournisseurs du Groupe
Régler le problème des minerais de guerre			Exercice 2014 Mise à disposition d'une assistance pour les fournisseurs
			Exercice 2014 Clarification des perspectives de gains pour les fournisseurs
		Exercice 2011 Mise en place d'une approche de base pour la question des minerais de guerre	Exercice 2014 Mise en place et promotion d'une politique d'utilisation des minerais de guerre
		Exercice 2012 Les mesures commencent par l'Activité des solutions d'entreprise	Exercice 2014 Élargissement de l'objectif des initiatives



Promouvoir la RSE sur l'ensemble de la chaîne logistique

Contexte et problématiques

On attend de toute entreprise non seulement qu'elle propose d'excellents produits, mais aussi qu'elle mette en place des initiatives RSE prenant en compte des valeurs telles que les droits de l'homme, la sécurité et la santé, ou encore l'environnement, tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Ces dernières années, certaines initiatives ont pris de l'importance. Elles concernent l'approvisionnement, élargies aux fournisseurs de matières premières, et les réglementations sur les démarches minerais de guerre, qui empêchent la violation des droits de l'homme en cas de conflit.

Afin d'améliorer ces initiatives de façon permanente, Konica Minolta prévoit la mise en place d'un système de gestion, la formation des personnes concernées et le développement des initiatives RSE volontaires chez ses fournisseurs.

Mesures clés

Promouvoir l'approvisionnement RSE

- Diffusion du Code de conduite Fournisseurs tout au long de la chaîne d'approvisionnement
- Évaluations et audits des sites de production du Groupe et des fournisseurs
- Encouragements pour les initiatives indépendantes des fournisseurs
- Clarification des perspectives de gains des fournisseurs

Régler la question des minerais de guerre

- Mise en place d'une Politique de conformité pour les minerais de guerre et prise de mesures
- Partage des informations avec toutes les parties prenantes

Principales initiatives de l'exercice 2013 et démarches de l'exercice 2014

Adhésion à la CICE (Coalition industrielle citoyenne de l'électronique) et renforcement de l'approvisionnement RSE

Konica Minolta pratique l'approvisionnement RSE à l'aide d'une politique d'approvisionnement, d'un code de conduite pour les fournisseurs et de questionnaires d'auto-évaluation établis dans le cadre de la CICE.

Au cours de l'exercice 2013, le Groupe a réévalué 14 fournisseurs et en a évalué 22 nouveaux. Il a exigé des améliorations appropriées au vu des résultats et s'est assuré que les objectifs étaient bien atteints. Le Groupe a également offert une formation sur l'approvisionnement RSE à 143 personnes concernées, dont des contrôleurs qui effectuent les évaluations des sites des produits et des fournisseurs.

En octobre 2013, Konica Minolta a adhéré à la CICE afin d'améliorer la qualité et la transparence globales de ses initiatives RSE tout au long de la chaîne logistique. En tant que membre de la CICE, à compter de l'exercice 2014, Konica Minolta prévoit de faire l'audit de ses sites de production et de ses fournisseurs, d'encourager les initiatives RSE des fournisseurs et de clarifier les perspectives de gains en plus des initiatives déjà lancées.

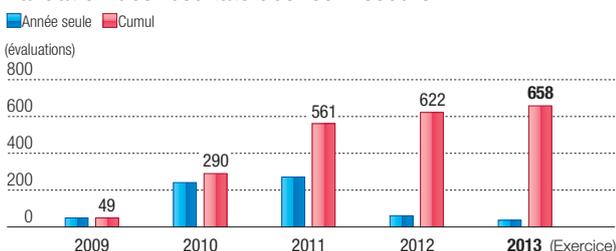
Améliorer la conformité aux réglementations sur les minerais de guerre

La section 1502 du Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act (2010 aux États-Unis), exige que les entreprises cotées en bourse aux USA déclarent le présence parmi leurs produits de métaux liés aux minerais de guerre.

Chez Konica Minolta, nous nous efforçons de nous conformer à cette réglementation, que nous considérons comme partie intégrante de la responsabilité sociale d'une entreprise internationale. Durant l'exercice 2013, nous avons intégré la conformité aux réglementations sur les minerais de guerre dans notre système pour encourager l'approvisionnement RSE. L'activité solutions d'entreprise, qui reçoit de nombreuses demandes de la part des clients, a organisé des réunions d'information pour les fournisseurs et réalisé une enquête sur les minerais de guerre.

Pour l'exercice 2014, Konica Minolta mettra en place une politique de conformité aux minerais de guerre et continuera d'améliorer ses initiatives.

Validation des résultats des fournisseurs



Réunion d'information pour les fournisseurs en Chine



Nous développer aux côtés de nos collaborateurs

Avec le développement de ses activités dans 45 pays à travers le monde, Konica Minolta emploie des collaborateurs de différentes nationalités, cultures et langues. La source de la compétitivité du Groupe réside dans le partage des valeurs et l'étroite coopération dont fait preuve cette équipe venue de tous horizons. C'est la raison pour laquelle Konica Minolta respecte la diversité des façons de penser et des savoir-faire et cherche à former les salariés pour qu'ils jouent un rôle actif sur la scène internationale. Cette démarche s'inscrit dans sa volonté constante de créer de nouvelles valeurs pour la société.

Konica Minolta travaille à l'amélioration de la santé et de la sécurité sur le lieu de travail sur tous les sites du Groupe. Ainsi, il crée un environnement de travail dans lequel chacun peut réussir, tout en s'épanouissant physiquement et mentalement.

	Exercice 2009	Exercice 2010	Exercice 2011	Exercice 2012	Exercice 2013
<p>Thème Important 1</p> <p>Multiplier et accroître la diversité des ressources humaines</p>	Exercice 2008 : Organisation d'un programme d'échange de ressources humaines entre les entreprises du Groupe du Japon et d'ailleurs				
	Exercice 2009 : Mise en place d'une base de données RH internationale commune				
	Exercice 2010 : Organisation d'un programme international pour les cadres dirigeants				
	Exercice 2010 : Mise à disposition de programmes de développement de carrière pour le personnel féminin (ex. : formation aux postes de direction, système de tutorat)				
<p>Thème Important 2</p> <p>Promouvoir la santé et la sécurité au travail</p>	Exercice 2009 : Mise en place de mesures axées sur les sites importants				
	Exercice 2010 : Initiative d'améliorations fondamentales des locaux pour la sécurité				
	Exercice 2010 : Développement d'un Plan de gestion de la santé à moyen terme				
	Exercice 2013 : Mise en place de mesures pour favoriser une culture de la sécurité				

Thème Important

1

Multiplier et accroître la diversité des ressources humaines

Contexte et problématiques

Afin de croître durablement, les entreprises doivent réagir à l'intensification de la concurrence internationale et aux changements des marchés tels que la continue diversification des besoins des consommateurs.

Dans cette démarche, les ressources humaines capables de satisfaire le meilleur niveau d'exigence du point de vue des consommateurs sont la clé du succès.

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

Mesures clés

Renforcer le personnel international (développement des ressources humaines et utilisation à l'échelle mondiale)

- Définir des normes d'évaluation à l'échelle du Groupe, renforcer les compétences des dirigeants d'entreprise, choisir les personnes adéquates pour chaque poste et avoir une vision globale des ressources humaines

Reformer la culture d'entreprise

- Instaurer une philosophie du management, encourager la diversité, améliorer la productivité et offrir un environnement favorisant la satisfaction des employés

Principales initiatives de l'exercice 2013

Agrandir la plateforme de développement et de déploiement des ressources humaines

Konica Minolta a créé une plate-forme à l'échelle du Groupe (système, outils et état d'esprit) pour la formation du personnel et l'optimisation de ses compétences. Il travaille à développer les atouts collectifs du personnel dans l'ensemble du Groupe.

Tout en définissant clairement les rôles de l'entreprise aux niveaux international, régional et individuel, le Groupe vise la formation et le déploiement de son personnel du monde entier dans l'optique de « Konica Minolta One ».

Durant l'exercice 2013, le Groupe a remplacé sa base de données RH internationale, adoptée en 2009, par une nouvelle base de données RH en ligne. Désormais, la base de données aura une plus grande envergure et des fonctions plus efficaces.

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

Depuis l'exercice 2010, le Groupe a organisé un GEP (Global Executive Program) pour les cadres des entreprises affiliées du monde entier, en vue de développer les compétences des dirigeants d'entreprises. Depuis la fin de l'exercice 2013, le programme s'est tenu huit fois. Au total, 132 employés de 60 entreprises y ont participé.

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

Au cours de l'exercice 2013, le premier GEP régional tenu en Chine a réuni des cadres supérieurs dans le but de former d'éventuels futurs dirigeants. À l'avenir, le Groupe prévoit d'organiser des GEP régionaux en Asie, en Europe, en Amérique du Nord.



GEP régional tenu en Chine

Gros plan

Création d'une filiale dédiée, « Konica Minolta With You, Inc. » pour encourager le recrutement de personnes handicapées

En septembre 2013, Konica Minolta a créé une filiale, Konica Minolta With You, Inc; (« Konica Minolta avec vous ») en vue d'encourager l'autonomie de personnes handicapées en leur proposant un emploi.

L'ajout de « With You » au nom de l'entreprise se veut porteur du message que les personnes handicapées peuvent vivre « avec » tout le monde, et non qu'il faut faire quelque chose « pour » eux. Depuis la fin de l'exercice 2013, neuf personnes présentant une déficience intellectuelle travaillent à des fonctions telles que l'impression numérique et les tâches qui y sont liées, la maintenance sur site, l'aménagement, et la gestion de l'historique de l'entreprise.



Promouvoir la santé et la sécurité au travail

Contexte et problématiques

Konica Minolta réussit à contenir le nombre des accidents de travail sur ses sites de production grâce à de nombreuses années d'initiatives pour la santé et la sécurité au travail. Fidèle à l'engagement de « sécurité pour le personnel d'abord », le Groupe s'emploie à favoriser la culture de la sécurité en impliquant les dirigeants seniors, en renforçant la gestion de la sécurité sur le lieu de travail et en continuant à l'éveil des consciences individuelles à la sécurité.

En outre, ces dernières années, les risques de problèmes de santé au travail, y compris dans les bureaux, ont augmenté en raison de la diversification des modes de vie et de la nature du travail. Le Groupe réfléchit à des mesures pour y remédier.

Mesures clés

Prévenir les accidents de travail sur les sites de production

- Évolution de l'évaluation des risques
- Prévention des accidents similaires.
- Promotion par les dirigeants seniors de la gestion de la santé et de la sécurité
- Organisation de formations à la santé et la sécurité au travail

Prévenir les problèmes de santé

- Prévention des problèmes de santé liés au surmenage
- Promotion de la psychologie du travail
- Prévention des maladies liées au mode de vie

Principales initiatives de l'exercice 2013

Renforcer les démarches de réduction des risques pour prévenir les accidents de travail

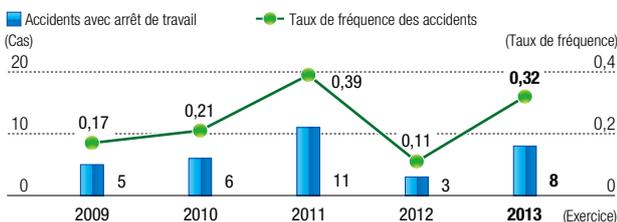
Afin d'éviter les accidents de travail, Konica Minolta a mis diverses mesures en place avec pour objectif zéro accident grave et un taux de fréquence des accidents avec arrêt de travail*1 de 0,1. Durant l'exercice 2013, le Groupe a renforcé ses démarches de réduction des risques en termes d'évaluation des risques et de prévention des accidents similaires.

Conformément à l'évaluation des risques, les employés ont été formés avec leurs superviseurs pour multiplier l'effectif des exécutants et relever le niveau des évaluations. Les évaluations des risques pointant des tâches inhabituelles ont été mises au point. Des risques potentiels ont ainsi été identifiés et les contre-mesures partagées à l'échelle du Groupe.

En vue de prévenir les accidents et de diffuser les mesures préventives adaptées, le Groupe a publié sur l'intranet japonais, une série d'articles sur des exemples d'accidents dans les entreprise Konica Minolta. De plus, les causes des accidents impliquant des arrêts de travail ont été analysées avec la méthode 4M5E,**2 et des contre-mesures ont été déployées sur l'ensemble du Groupe.

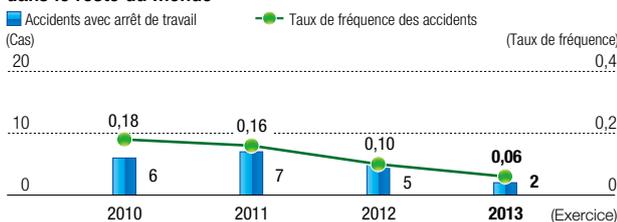
En termes de résultat, l'entreprise n'a recensé aucun accident grave sur l'exercice 2013. Le taux de fréquence des accidents impliquant des arrêts de travail s'élevait à 0,32 au Japon et 0,06 ailleurs. Au cours de l'exercice 2014 et au-delà, le Groupe continuera à se concentrer sur la prévention des accidents impliquant des arrêts de travail.

Accidents entraînant des arrêts de travail sur les sites au Japon



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

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



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

*1 Taux de fréquence des accidents : Nombre de personnes blessées ou tuées dans des accidents de travail, pour un million d'heures de travail

**2 Méthode 4M5E : méthode d'analyse des accidents causés par les « quatre M » : « man » (homme), machine, média et management ; et divisant les contre-mesures selon les « cinq E » : éducation, « engineering » (ingénierie), exécution, exemple et environnement

Améliorer les mesures de psychologie du travail

Konica Minolta, Inc., a développé un système formateur basé sur la hiérarchie pour améliorer les soins psychologiques et préserver la santé psychologique des collaborateurs. Le Groupe a également identifié et pris des contre-mesures pour les lieux de travail et les postes à haut risque psychologique.

Synthèse des données relatives aux ressources humaines

Composition du personnel selon le statut de l'emploi

(à compter du 31 mars 2014)

	Collaborateurs réguliers	Collaborateurs non réguliers*	Total
Konica Minolta, Inc.	6 342	1 937	8 279
Entreprises du Groupe au Japon	5 835	1 504	7 339
Entreprises du Groupe hors Japon	28 224	3 683	31 907

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

Proportion hommes-femmes des collaborateurs

(Femmes : Hommes)

	Exercice 2011	Exercice 2012	Exercice 2013
Konica Minolta, Inc.	16:84	16:84	16:84

Remarque : comprend les collaborateurs détachés dans les entreprises du Groupe

Pourcentage de femmes aux postes de direction

	Exercice 2011	Exercice 2012	Exercice 2013
Konica Minolta, Inc.	1,6 %	1,8 %	2,1 %

Remarque : inclus les collaborateurs détachés dans les entreprises du Groupe

Pourcentages de présidents des filiales hors Japon recrutés localement et de sexe féminin

	Exercice 2011	Exercice 2012	Exercice 2013
Recrutée localement	48,6 %	56,5 %	56,6 %
Femmes	2,7 %	2,4 %	1,9 %

Pourcentage de collaborateurs ayant un handicap

	Exercice 2011	Exercice 2012	Exercice 2013
Konica Minolta, Inc.	1,37 %	2,01 %	1,84 %

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

	Exercice 2011		Exercice 2012		Exercice 2013	
	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes
Congés maternité	2		3		1	
Congé maternité	26		37		30	
Congé maternité du conjoint		129		137		129
Congé parental	61	5	51	9	61	2
Horaires de travail réduits pour s'occuper d'enfants en bas âge	191	1	166	3	156	3
Travail à domicile pour élever un enfant	13	5	13	5	16	2
Congé pour soins aux familles dépendantes	1	0	3	2	1	0
Horaires de travail réduits pour soins aux familles dépendantes	0	0	2	0	0	0

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



Apports à la société

En tant qu'entreprise d'envergure internationale, Konica Minolta cherche à gagner la confiance de la société et à agir en entreprise citoyenne dans les communautés locales du monde où elle est implantée. En conséquence, elle s'efforce de coopérer avec diverses parties prenantes afin de contribuer au développement des sociétés tout en respectant traditions et mœurs de chaque culture. Centré sur les problèmes rencontrés par les sociétés, le Groupe s'emploie activement à résoudre les problématiques pour lesquelles il peut, par son activité, apporter une contribution unique et des solutions efficaces. De plus, pour donner un gros coup de pouce à ces initiatives, le Groupe s'engage à développer des ressources humaines pour qu'elles travaillent en harmonie avec les diverses cultures tout en conservant une vision internationale. Il soutient également la participation volontaire des collaborateurs.

Principales activités d'aide sociale



- La production de dépliants pour les enfants atteints de déficiences visuelles (Pologne)
- Création de la fondation d'entreprise Konica Minolta qui soutient les personnes en situation de handicap (France) ▶ P40
- Mise à disposition d'un showroom pour exposer les créations de jeunes artistes et aide à la production d'un livre de cartes postales (Ukraine)



- Aide au transfert d'informations pour les personnes atteintes de déficiences visuelles grâce au braille reproduit par un système d'impression 3D (Japon)
- Sponsor d'un événement pour les élèves de primaire et de collège (Japon) ▶ P40



- Participation au Wish Project, une campagne pour le soutien des enfants scolarisés (Chine)
- Organisation d'un concours de peinture pour soutenir les enfants en situation de handicap (Chine) ▶ P40



- Création de la Konica Minolta Colorful Tomorrow Foundation et contribution à plusieurs actions sociales (États-Unis) ▶ P40
- Aide aux démarches d'une fondation de soutien aux victimes du cancer du sein grâce à des dons des collaborateurs (États-Unis) ▶ P40
- Participation à une œuvre caritative de sensibilisation au dépistage du cancer du sein (Canada)



Mise en œuvre d'actions sociales dans le monde entier

Principales actions de l'exercice 2013

Soutenir les personnes en situation de handicap (France)

En avril 2011, Konica Minolta Business Solutions France a créé la Fondation d'entreprise Konica Minolta. La Fondation met en œuvre des projets voués à faciliter l'accès aux loisirs, au sport, à la culture, à l'éducation et à l'emploi pour les personnes en situation de handicap.

Au cours de l'exercice 2013, elle a mené à bien des actions comme l'entretien ou la rénovation des infrastructures de loisirs, l'achat d'équipement de parapente pour les personnes en situation de handicap, l'accessibilité aux bateaux de plaisance, et l'achat et le dressage de chiens.



Soutenir le dressage de chiens d'assistance

Soutenir les enfants en difficulté (États-Unis)

La Konica Minolta Colorful Tomorrow Foundation (CTF) est une organisation à but non-lucratif soutenue par Konica Minolta Business Solutions U.S.A. Depuis sa création en 2007, elle a apporté sa contribution sociale dans des domaines comme l'éducation, la santé, l'environnement et l'aide aux victimes de catastrophes naturelles. Durant l'exercice 2013, la CTF a mis en place le programme Back to School, offrant des fournitures scolaires aux enfants en difficulté, le programme Food for Thought, offrant des denrées alimentaires aux familles en difficulté, et le programme Books 2 Better, offrant des livres. En complément de ces programmes continus, elle a adopté une démarche de réparation et de rénovation des habitations pour les personnes à faible revenu.



Subvenir aux besoins alimentaires des familles en difficulté

Soutenir la Breast Cancer Foundation (fondation pour les victimes de cancer du sein) en récoltant des fonds (États-Unis)

Konica Minolta fournit un équipement de radiographie du sein pour la mammographie numérique, qui est efficace dans la détection précoce du cancer du sein. Dans le cadre de cette activité, les entreprises du Groupe à travers le monde soutiennent les campagnes du « Ruban rose », qui cherchent

à sensibiliser à l'importance du dépistage du cancer du sein à son tout début.

En octobre 2013, mois de la sensibilisation au cancer du sein, Konica Minolta Imagerie Médicale États-Unis a fait un don de 2 500 dollars, récoltés auprès de ses employés, et a offert un cadeau au nom de l'entreprise à la Susan G. Komen Breast Cancer Foundation.



Don à la Susan G. Komen Breast Cancer Foundation

Sponsoriser un événement qui connecte les enfants à l'espace (Japon)

Konica Minolta a sponsorisé la YAC Tenku Future Class 2014, un événement organisé en janvier 2014 par le Young Astronauts Club – Japan en collaboration avec la Japan Aerospace Exploration Agency (JAXA). Sept villes d'accueil dans tout le Japon, dont le Planétarium Konica Minolta « Tenku » à TOKYO SKYTREE TOWN®, un planétarium dirigé directement par Konica Minolta, se sont associées à la Station Spatiale Internationale (SSI) pour donner aux élèves de primaire et de collège réunis pour l'occasion la chance de discuter avec l'astronote de la JAXA Koichi Wakata. Une incroyable occasion pour les jeunes participants de développer un intérêt pour les étoiles, l'espace et la science dans son ensemble.



YAC Tenku Future Class 2014

Soutenir les enfants handicapés (Chine)

Depuis l'exercice 2007, Konica Minolta Business Solutions (Chine) apporte son soutien à six écoles de Shanghai et Pékin pour les enfants ayant des besoins spécifiques. L'entreprise a offert aux écoles des manuels scolaires imprimés sur les MFP Konica Minolta, ainsi que des dons fixes et le soutien d'employés volontaires dans les écoles.

L'entreprise organise également des concours de peinture dans les écoles, sur le thème « rêve en vert et dessine le futur en couleur » depuis l'exercice 2011. Au cours de l'exercice 2013, pour la troisième édition, le concours a compté 109 inscrits, dont 20 gagnants pour le prix d'excellence. Les trois meilleures peintures étaient élues par le grand public sur internet. Les 20 enfants qui ont gagné ont bénéficié de bourses scolaires.

Système de management

Konica Minolta considère le renforcement de la gouvernance d'entreprise comme une priorité en matière de management. L'entreprise réforme son système de management afin d'instaurer une structure de gouvernance d'entreprise hautement transparente et d'apporter des réponses efficaces face à l'évolution actuelle de l'environnement professionnel.

Gouvernance d'entreprise

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

Une entreprise organisée en comités

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

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

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

Le Conseil d'Administration se compose de trois comités : un comité de nomination, un comité d'audit et un comité de rémunération ; ces trois comités sont présidés par

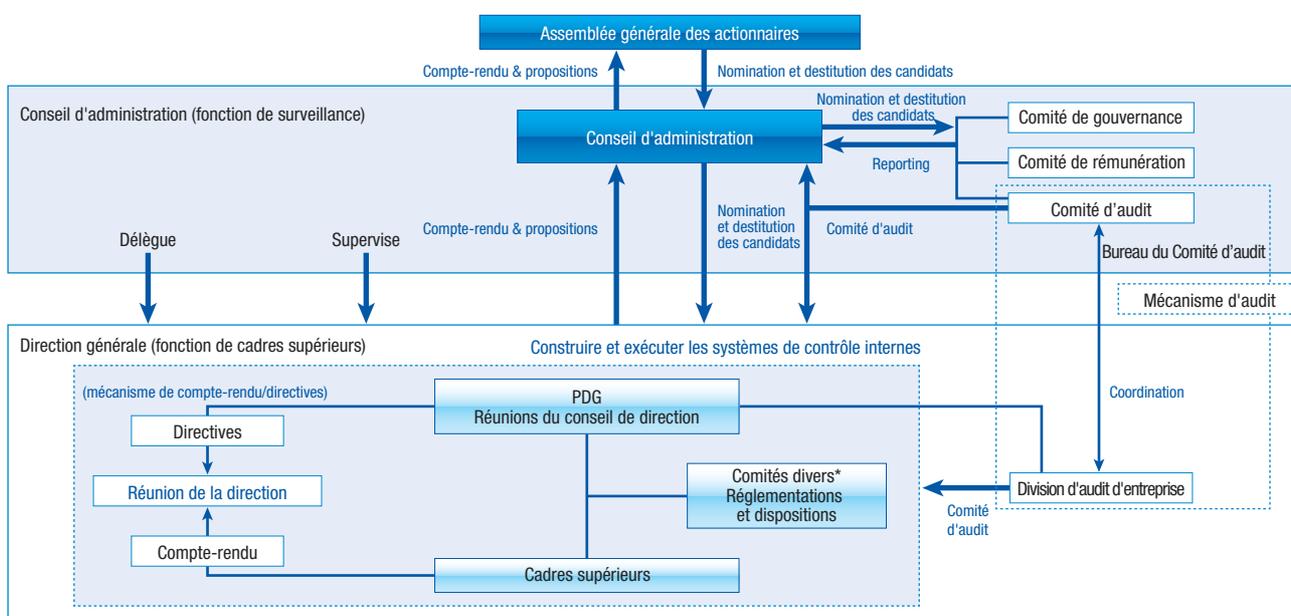
des directeurs externes. Bien que la loi japonaise ne restreigne l'accès des cadres exécutifs qu'au seul Comité d'audit, Konica Minolta a mis en place un système interdisant la nomination de cadres exécutifs dans tous ces comités afin d'assurer une meilleure transparence.

Le Conseil d'Administration et les trois Comités (Situation au 19 juin 2014)

Conseil d'Administration (11 personnes au total)			
Sept cadres non exécutifs			
	Comité de nomination	Comité d'audit	Comité de rémunération
Directeurs (Président du Conseil)	●		
Directeur externe	●	●	
Directeur externe	●		●
Directeur externe		●	●
Directeur externe	●	●	●
Directeur	●	●	●
Directeur		●	●

Quatre directeurs et cadres exécutifs : Président et PDG, un cadre supérieur senior et deux membre de la haute direction. ● Président

Structure de gouvernance d'entreprise



Remarque : Comités relatifs au contrôle interne

Comité de gestion des risques Comité de conformité Comité de diffusion des informations d'entreprise Comité d'évaluation de l'investissement Comité d'évaluation des affaires Conseil de stratégie technologique, etc.

Conformité

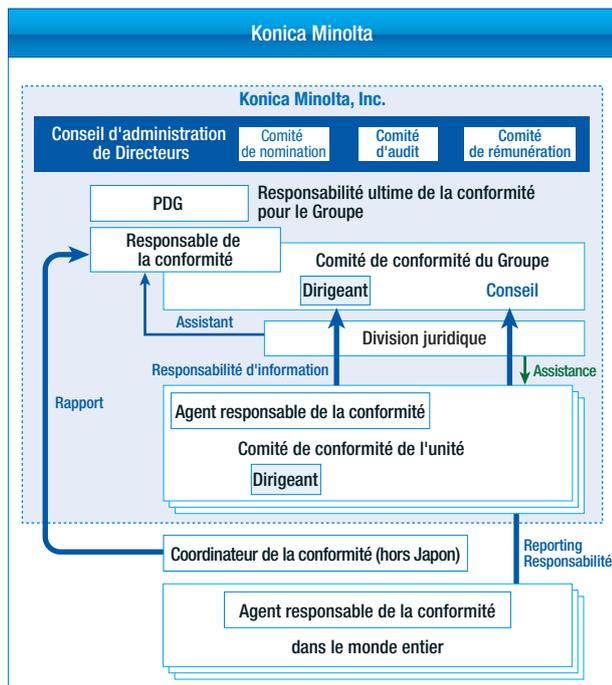
Chez Konica Minolta, le Responsable de la conformité décide des questions importantes relatives à la promotion de la conformité dans le Groupe. Il a la responsabilité de promouvoir et de superviser la conformité sous la direction du PDG de Konica Minolta, Inc., qui assume la responsabilité ultime dans toutes les questions de conformité au sein du Groupe. Pour assumer cette responsabilité, le Responsable de la conformité désigne des délégués à la conformité pour tous les départements. Ces délégués font aussi partie du Comité de conformité du Groupe, un organe consultatif qui statue sur les questions importantes relatives à la conformité.

Le département juridique de Konica Minolta, Inc. aide le Responsable de la conformité sur les questions importantes relatives à la promotion de la conformité et sur la planification de mesures de promotion. Il soutient aussi directement et indirectement les activités de conformité des entreprises du Groupe et soutient la gestion des informations transversales.

Le Responsable de la conformité a désigné des coordonnateurs régionaux de la conformité (pour l'Europe, l'Amérique du Nord et la Chine), renforçant ainsi le système de conformité en dehors du Japon.

Dans les filiales de Konica Minolta, Inc., le président de chaque entreprise dirige un système de conformité en tant que responsable de la conformité.

Système de promotion de la conformité du Groupe



Réseau de conformité mondial

Depuis l'exercice 2011, Konica Minolta travaille sur son Plan de conformité à moyen terme comme partie intégrante de son Business Plan à moyen terme « G PLAN 2013 ». Les mesures prioritaires adoptées sous le Plan de conformité à moyen terme étaient les suivantes : (1) mettre en place des programmes de conformité à l'échelle internationale, (2) répondre à la diversification des exigences sociales et des tendances internationales, et (3) adopter continuellement des démarches de promotion.

Durant l'exercice 2013, dernière année du plan à moyen terme, les coordonnateurs de la conformité en Amérique du Nord, en Europe et en Chine ont véritablement fait débiter les activités de conformité de chaque entreprise pour s'adapter à la conjoncture locale. Dans le même temps, les règlements et les mesures à l'échelle du Groupe étaient mise en œuvre dans un réseau de conformité international.

Actions de lutte contre la corruption

En avril 2011, Konica Minolta a publié le Konica Minolta Group Guidance for the Charter of Corporate Behavior (Guide du Groupe Konica Minolta concernant la Charte de Bonne Conduite de l'Entreprise). Diffusé à l'échelle internationale, il illustre en détail le comportement attendu. Le guide comprend des règles spécifiques de lutte contre la corruption, notamment l'interdiction d'extorsion de dons, de bénéfices ou d'invitations, l'interdiction des pots-de-vin et une position ferme contre tout contact avec des éléments du crime organisé.

En outre, un programme de formation sur la lutte contre la corruption a été mis à disposition sur l'intranet de l'entreprise pour toutes les filiales de vente du Groupe à travers le monde. Il est également demandé aux entreprises du Groupe de partager leurs meilleures pratiques et de produire des programmes conformes aux législations de leurs pays et régions respectifs.

Les entreprises chinoises du Groupe, par exemple, ont édité leur propre guide de conformité incluant les directives spécifiques à propos des cadeaux, des bénéfices ou des invitations. De plus, en réponse à des accusations de violation des lois sur la corruption portées sur des entreprises étrangères en Chine, une formation sur la corruption commerciale a été dispensée en mai 2013 aux personnes en charge de la conformité dans les 15 entreprises chinoises du Groupe.

En Amérique du Nord, en octobre 2013, le coordonnateur de la conformité a révisé la documentation en ligne relative au code d'éthique et de conduite des affaires. Ainsi, il a complété les informations sur la prévention de la corruption afin de se conformer strictement à l'application de la loi sur la corruption dans les transactions à l'étranger (FCPA).



KONICA MINOLTA

KONICA MINOLTA, INC.

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

[Pour toute demande d'informations](#)

CSR, Corporate Communications & Branding Division

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

E-mail : csr-support@konicaminolta.jp

www.konicaminolta.com/about-fr