

## **Al via il progetto ‘Obiettivo Sostenibilità’ per promuovere il dialogo tra industria, distribuzione e consumatori sui temi dello Sviluppo Sostenibile**

**Henkel presenta il portale [www.innovazioneSostenibile.it](http://www.innovazioneSostenibile.it)  
e un ciclo di seminari web con esperti e testimonianze  
dal mondo del retail e del largo consumo**

Milano, xxx – Parte ‘**Obiettivo Sostenibilità**’, il progetto che vede Henkel impegnata in prima linea nella diffusione di una maggiore consapevolezza dei temi legati allo Sviluppo Sostenibile, con l’obiettivo di favorire un dialogo costruttivo tra l’industria, la distribuzione e i consumatori. Sulla **piattaforma web [www.innovazioneSostenibile.it](http://www.innovazioneSostenibile.it)** confluiranno tutti i contenuti informativi e formativi del progetto, inclusa una selezione di news, suggerimenti, best practice e case history dal mondo delle aziende e del retail. In collaborazione con *Gdoweek* e *Mark Up*, Henkel promuove inoltre un **ciclo di seminari web** che, grazie al contributo di esperti e testimonial, approfondisce la sostenibilità in termini di assortimento sui punti vendita, comunicazione al consumatore e potenzialità del packaging.

*“Il progetto ‘Obiettivo Sostenibilità’ nasce dalla volontà di Henkel di condividere la cultura dello Sviluppo Sostenibile con tutti gli attori della filiera e gli operatori del settore, con l’obiettivo comune di sensibilizzare il consumatore finale e aiutarlo a riconoscere quelle aziende e quei prodotti che si prendono cura del mondo che ci circonda”, ha sottolineato Giacomo Archi, presidente e amministratore delegato di Henkel Italia. “Henkel è da anni impegnata nella realizzazione di un modello di impresa che, pur perseguendo obiettivi di crescita e competitività, possa ridurre il proprio impatto ambientale e puntare al costante miglioramento delle performance di sostenibilità nel rispetto delle generazioni future”.*

I tre appuntamenti di ‘Obiettivo Sostenibilità’ offrono l’opportunità di ascoltare opinioni e testimonianze su alcuni temi specifici:

- **Assortimento sostenibile:** il seminario si propone di discutere come sia possibile, attraverso il punto di vendita, raccontare al consumatore l’impegno dell’insegna e dei brand verso l’ambiente e il sociale. I nuovi orientamenti della domanda e l’evoluzione dei comportamenti d’acquisto sono al centro dell’intervento di Guido Cristini, Professore ordinario di Economia e Gestione delle Imprese dell’Università di Parma. Il punto di vista della GDO viene discusso attraverso le esperienze di Maurizio Cavazzan, direttore marketing Coop Lombardia, Gabriele Villa, direttore commerciale Esselunga, Mario Gasbarrino e Gabriele Nicotra, rispettivamente amministratore delegato e responsabile sostenibilità di Unes.

Cristina Lazzati, vicedirettore area retail del Gruppo Sole 24 ORE, illustra poi la case history di Whole Foods Market, la nota insegna americana che è riuscita a proporre con successo un vero e proprio stile di vita green. Chiude il seminario la testimonianza di Paolo Rigamonti, direzione vendite, divisione Detergenza di Henkel Italia, sulle opportunità che l'azienda di marca può offrire al mondo della distribuzione.

- **Comunicazione sostenibile** (online da dicembre 2011): questo seminario si concentra sulle modalità e gli strumenti di comunicazione che industria e retail hanno a disposizione per coinvolgere il consumatore sui temi dello Sviluppo Sostenibile.
- **Packaging sostenibile** (online da gennaio 2012): l'ultimo appuntamento affronta la questione degli imballaggi e analizza le nuove tendenze in termini di riduzione degli ingombri, riciclabilità e smaltimento dei materiali, ottimizzazione dei processi di trasporto, stoccaggio e posizionamento a scaffale.

I seminari e tutti i contenuti di 'Obiettivo Sostenibilità' sono disponibili all'indirizzo [www.innovazionesostenibile.it](http://www.innovazionesostenibile.it). Dal portale è inoltre possibile accedere a informazioni e materiali sull'approccio Henkel allo Sviluppo Sostenibile.

## Henkel

Henkel opera a livello mondiale con marchi e tecnologie di qualità in tre settori di business: Cura della Casa, Cura della Persona e Adesivi e Tecnologie. Fondata nel 1876, Henkel detiene posizioni di leadership sia nel settore dei prodotti di largo consumo sia in quello dei prodotti per l'industria con marchi noti quali ad esempio Dixan, Testanera e Loctite. Henkel impiega circa 48.000 collaboratori in tutto il mondo e, nell'anno fiscale 2010, ha conseguito un fatturato pari a 15.092 milioni di euro mentre l'utile operativo, depurato dagli effetti di cambio, è stato di 1.862 milioni di euro.

Le azioni privilegiate sono quotate presso la Borsa tedesca secondo l'indice DAX e l'Azienda fa parte della classifica Fortune Global 500.

## Henkel Italia

Nata nel 1933 con il nome di Società Italiana Persil SpA, Henkel Italia si è sviluppata e affermata nel mercato italiano perseguendo con la stessa tenacia obiettivi economici, ecologici e sociali. Oggi è una realtà produttiva e commerciale con 7 stabilimenti e circa 1.300 dipendenti impegnati nel fornire prodotti e servizi innovativi e di elevata qualità, sia ai consumatori finali sia ai clienti industriali.

### **Per informazioni alla stampa:**

#### **Corporate Communications Henkel Italia**

Cecilia de' Guarinoni  
tel. 02 35792435  
[Cecilia.deGuarinoni@henkel.com](mailto:Cecilia.deGuarinoni@henkel.com)

#### **Burson-Marsteller**

Silvia Vergani  
tel. 02 72143 807  
[silvia.vergani@bm.com](mailto:silvia.vergani@bm.com)

Alessandra Boscolo  
tel. 02 72143 504  
[alessandra.boscolo@bm.com](mailto:alessandra.boscolo@bm.com)