

# Givaudan<sup>o</sup>

ENGAGING  
THE  
SENSES

## Para obter informações adicionais

Esperamos que considere este Sumário Executivo interessante e informativo.

Seus comentários e perguntas serão bem vindos, envie-os para:

### Informações gerais:

[julie.monnet@givaudan.com](mailto:julie.monnet@givaudan.com)

### Informações referentes à Divisão de Aromas:

[ingrid.janson@givaudan.com](mailto:ingrid.janson@givaudan.com)

### Informações referentes à Divisão de

#### Fragrâncias:

[linda.harman@givaudan.com](mailto:linda.harman@givaudan.com)

Para acessar o Relatório de Sustentabilidade completo, visite [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com) ou faça a leitura do código abaixo



Relatório de Sustentabilidade 2012

Sumário Executivo

## Mensagem da liderança

Como líderes globais na indústria de fragrâncias e aromas, estamos continuamente inventando o futuro. Nossas novas descobertas apoiam os esforços de nossos clientes para melhorar a nutrição, o bem-estar e a qualidade de vida do consumidor, satisfazendo as necessidades dos consumidores atuais sem comprometer o futuro.

Nossas conquistas em 2012 demonstram o progresso que fizemos. Atualmente o nosso Programa de Sustentabilidade é parte integrante da forma como atuamos, ou seja, conduzir os princípios de sustentabilidade através da nossa cadeia de valor. O engajamento de todos é fundamental para a concretização desse objetivo.

2012 não foi um ano sem desafios. As incertezas econômicas globais e a pressão contínua sobre a oferta de matérias-primas essenciais continuam a impactar nosso negócio. Enfrentar os desafios atuais de sustentabilidade oferece oportunidades pontuais para criar relacionamentos mais profundos e sólidos em toda a nossa complexa cadeia de suprimentos, resultando em vantagens competitivas de longo prazo e agregando valor para os nossos clientes.

À medida que continuamos a progredir em direção às metas de sustentabilidade, percebemos que sempre há mais a ser feito. Gostaríamos de agradecer a todos os nossos parceiros de negócios pelo engajamento, e queremos trabalhar ainda melhor com todos na nossa jornada.



*G. Andrier*

**Gilles Andrier**, Chief Executive Officer



*Joe Fabbri*

**Joe Fabbri**, Diretor Global de Recursos Humanos, EHS e Presidente do Programa de Sustentabilidade da Givaudan

## Sobre a Givaudan

Nossa participação de mercado é de aproximadamente 25%, e esta posição de liderança na indústria é sustentada pela presença das atividades de vendas e marketing nos principais mercados. Atuamos em mais de 100 países, com escritórios em mais de 40 países.

Sede:  
**Vernier**  
Suíça

**33**

Plantas Produtivas

Fragrâncias **47%**  
Aromas **53%**

**81**

Escritórios no mundo

Vendas do grupo por divisão

Desenvolvidos **44%**  
Emergentes **56%**

**25%**

Participação de mercado do setor (aprox.)

Vendas do grupo por mercado

**9.124**

Colaboradores

## Sobre este documento

Este Sumário Executivo do Relatório de Sustentabilidade foi elaborado em oito idiomas, em reconhecimento à diversidade de nossos parceiros interessados no progresso da sustentabilidade em 2012.

A versão em inglês do Relatório de Sustentabilidade, elaborado de acordo com as Diretrizes G3.1 de Relatórios de Sustentabilidade para o Nível B+ da Global Reporting Initiative, está disponível em PDF em nosso site: [www.givaudan.com](http://www.givaudan.com)

O programa de sustentabilidade é desenvolvido com base na interação com os parceiros da cadeia de valor e nas questões relevantes para todos os envolvidos. O progresso está documentado em cinco seções relativas a cada um dos pilares do programa de sustentabilidade.

### Matérias-primas

Política de compra responsável



### Funcionários

Paixão com propósito



### Inovação e desenvolvimento

Fornecimento de criações sustentáveis



### Operações

Promoção da excelência operacional

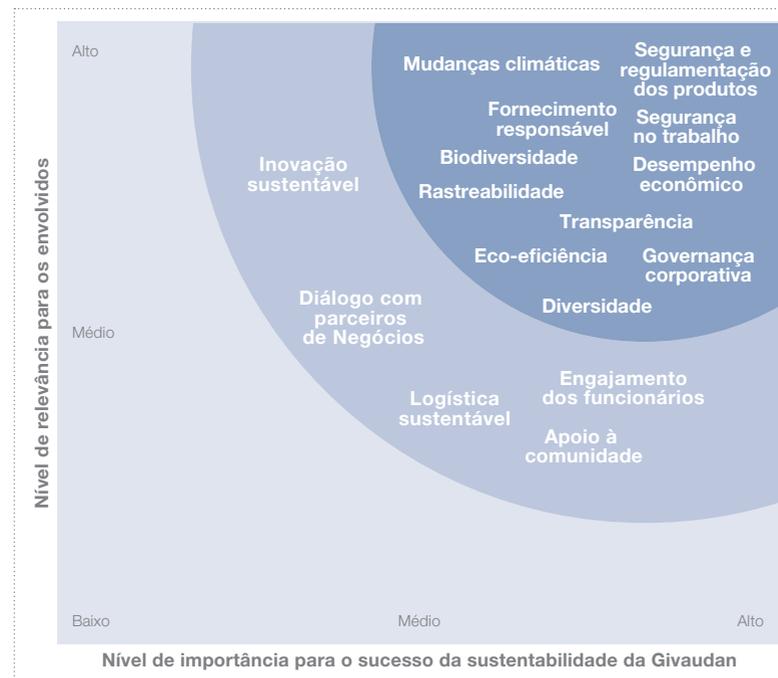


### Clientes e mercados

Impacto do produto



## Sobre o Programa de Sustentabilidade



### Análise de riscos e materialidade

Usamos a matriz de materialidade, de forma permanente, para promover o diálogo estruturado com os parceiros de negócios sobre questões referentes à sustentabilidade e para ajudar a priorizar as iniciativas do Programa de Sustentabilidade.

### Compreensão da cadeia de valor

Nosso objetivo é identificar e reduzir os impactos negativos em todas as etapas da nossa cadeia de valor, e fazer uma diferença positiva para as comunidades onde atuamos.

### Engajamento dos parceiros de negócios em questões importantes

Estamos empenhados em promover um diálogo estruturado com seis grupos de parceiros de negócios prioritários em 2012: clientes, fornecedores, funcionários, comunidades locais, proprietários e investidores, assim como órgãos públicos e regulamentares.

Também estamos envolvidos em uma série de iniciativas estratégicas com estas organizações para obter informações para o nosso trabalho sobre as questões de sustentabilidade mais relevantes:





Nosso progresso

## Matérias-primas

Política de compra responsável

Prospectamos materiais de forma a preservar o meio ambiente, estimular o desenvolvimento e o bem-estar das comunidades e garantir o uso eficiente de recursos preciosos.

### Destaques de desempenho em 2012

- 63 fornecedores auditados, 106 fornecedores associaram-se ao Sedex\*, dos quais 71 completaram o Questionário de Autoavaliação
- Convidamos fornecedores para o Fórum AIM-PROGRESS de Fornecimento Responsável em Cingapura
- Abordagem colaborativa para assegurar o fornecimento e tradição de lavanda francesa
- 11 escolas construídas em Madagáscar desde o início do programa

\* Parceiros com fornecimento de dados Éticos

### Garantia do fornecimento de lavanda

Nós estabelecemos uma relação entre a nossa empresa, a cooperativa francesa de cultivadores de lavanda e a CRIEPPAM, organização francesa de pesquisa de plantas para fragrâncias, para criar uma abordagem colaborativa na cadeia de fornecimento para combater a propagação de uma doença bacteriana que ameaça a produção de lavanda.



### Progressos no óleo de palma

Estamos monitorando de perto a disponibilidade de óleo de palma e os derivados rastreáveis, bem como a viabilidade comercial de usá-lo no futuro. Em 2012, usamos os certificados da Green Palm para garantir a certificação de 100% do óleo de palma consumido pela empresa. Continuaremos trabalhando com nossos fornecedores para incentivá-los a usar o óleo de palma certificado.

### Apoio ao comércio justo de vetiver

Quantidades significativas de óleo de vetiver que compramos do Haiti foram certificadas como orgânicas e de comércio justo pela empresa independente de certificação ECOCERT.

### Programa de compra de baunilha agrega valor

Nosso Programa de Compra Ética de Baunilha continua a garantir uma oferta sustentável e monitorar os grãos de baunilha de Madagáscar de alta qualidade, apoiando os produtores de baunilha locais. Durante o ano de 2012, financiamos a criação de três novas escolas, elevando o total para 11. Também apoiamos projetos de infraestrutura, inclusive a construção de barragens, irrigação e a instalação de oito poços, fornecendo água potável para mais de 5.000 moradores.





Foto: Coco Yang, da KidStrong

Nosso progresso

## Funcionários

Paixão com propósito

Sem o apoio dos nossos funcionários, não poderíamos transformar em realidade a nossa visão de sustentabilidade. Queremos que os funcionários contribuam para uma sociedade cada vez mais sustentável e tenham orgulho de suas conquistas.

### Destaques de desempenho em 2012

- SafeStart™, parte do programa “Zero é Possível”\* lançado em mais 14 unidades de produção, com 35 locais já treinados
- Redução de 57% da Taxa de Acidentes com Suspensão da Atividade (LTIR, sigla em inglês) em relação ao ano de 2009
- Incorporação e apoio às Equipes Verdes
- Lançamento da iniciativa de equilíbrio entre o trabalho e a vida pessoal como parte do programa de diversidade
- Suporte permanente para programas de caridade

\* Programa de Comportamento Seguro da Givaudan



### Valorização do sucesso da Equipe Verde

O Comitê Executivo da Givaudan selecionou dois vencedores do Prêmio Equipe Verde, em dezembro. A unidade de Jaguaré, no Brasil, combinou a redução de resíduos com um projeto de geração de renda para mulheres de baixa renda, e a unidade de Argenteuil, na França, ganhou pelo apoio à Semana Nacional de Desenvolvimento Sustentável. Além de troféus, as unidades vencedoras receberão 10.000 francos suíços cada uma para investir em iniciativas de sustentabilidade em 2013.

### Uma abordagem equilibrada

Publicamos uma declaração explicando e apoiando nosso posicionamento com o compromisso de promover o equilíbrio entre o trabalho e a vida pessoal. Muitas unidades já promovem uma série de atividades de sucesso para apoiar esta iniciativa. O objetivo é criar um ambiente onde os funcionários que têm dificuldade de equilibrar o trabalho e a vida pessoal se sintam confortáveis para discutir este assunto com seus gerentes e encontrar uma solução eficaz.

### Apoio a crianças emigrantes em Xangai

Nossos voluntários atuam em dois programas chamados KidStrong, desenvolvidos Roots and Shoots, uma ONG local. Um programa é focado em nutrição e o outro na saúde ocular. Alguns de nossos especialistas se ofereceram para dar aulas sobre nutrição. Em outra escola, nossos voluntários organizaram uma aula sobre proteção ocular. Também oferecemos suporte para que as crianças consumissem mais proteína, além de exames de vista e acesso a óculos.

### Contagem regressiva

Continuamos a fazer progressos para atingir o marco de segurança de 2020, para ter menos de um Acidente com Suspensão da Atividade por 1.000 funcionários e o nosso objetivo de ter zero acidentes\*. Em 2012, o nosso desempenho melhorou em 57% em relação à referência de 2009, posicionando a empresa um ano antes do planejado.

\* O conceito de “zero acidentes” é definido pela Administração de Saúde e Segurança Ocupacional



Nosso progresso

## Inovação e desenvolvimento

Fornecimento de criações sustentáveis

Para atingir a meta de longo prazo em obtermos 100% de novos produtos “sustentáveis na criação”, as equipes de inovação e desenvolvimento buscaram soluções, tecnologias e melhorias de processo em 2012.

### Destaques de desempenho em 2012

- A Divisão de Fragrâncias atuou em conformidade com o REACH. Entrega dos registros de 2013 dentro do prazo
- Em linha com nosso objetivo de superar a previsão de 100 milhões de francos suíços de incremento nas vendas de produtos para saúde e bem-estar até 2013
- Finalização do teste de biodegradabilidade de todos os ingredientes de perfumaria
- KeratinoSens™ (método de teste in vitro de sensibilização da pele) em revisão para se tornar padrão da indústria
- Desenvolvido um Novo Modelo de Conformidade Regulatória global baseado no sistema SAP



### Adoçantes substitutos do açúcar

Para ajudar nossos clientes a reduzir o açúcar nos produtos, descobrimos e comercializamos uma série de ferramentas para melhorar o sabor dos adoçantes naturais, aproximando-os ao sabor do açúcar. Nossa pesquisa de sabor sensorial mostrou que há uma gama complexa de notas associadas aos adoçantes naturais, não limitas ao sabor amargo. Nossas tecnologias nos ajudam a solucionar estes problemas.

### Adoção da química ambiental

Técnicas químicas ambientais ajudam a prevenir a poluição no nível molecular, através da otimização do uso de energia, de materiais e da água no processo de planejamento e fabricação. Aplicamos ativamente os princípios da química ambiental nas atividades de 2012. Coletivamente, essas atividades ajudarão a atingir os objetivos de obter processos mais ecológicos, emissões menores e um melhor posicionamento em sustentabilidade

### Expansão das capacidades in vitro

O teste de sensibilização da pele in vitro KeratinoSens™ está em fase de se tornar o padrão da indústria. Além disso, expandimos nossas capacidades in vitro para incluir métodos de avaliação do potencial de bioacumulação de materiais de fragrância em peixes. Tais métodos vêm sendo propostos como alternativa aos estudos de bioconcentração em peixes, que requerem a utilização de um grande número de animais.



### Biodegradabilidade de materiais de perfumaria

Durante 2012, mais de 86 testes de biodegradação foram concluídos no laboratório ecotoxicológico em Vernier, na Suíça, para aprofundar a compreensão da biodegradabilidade de materiais de fragrâncias, apoiar o programa de novas moléculas e registros REACH 2013. No momento, concluímos a triagem de biodegradabilidade de todos os ingredientes de perfumaria, inclusive materiais naturais, e estamos desenvolvendo um programa para melhorar os ingredientes que exigem uma avaliação mais aprofundada.



Nosso progresso

## Operações

Promoção da excelência operacional

A promoção da excelência operacional é o valor central da nossa visão de negócios. É nossa responsabilidade produzir aromas e fragrâncias sem comprometer o meio ambiente, a saúde e o bem-estar de nossos funcionários ou das comunidades onde atuamos.

### Destaques de desempenho em 2012

Por tonelada de produção em relação à referência de 2009:

- 11,5% de redução no consumo de energia
- 9,6% de redução no consumo de água do sistema municipal e de poços artesianos
- 16,6% de redução nas emissões diretas e indiretas de CO<sub>2</sub>
- 13,1% de redução no peso total de resíduos incinerados e despejados em aterros sanitários



### Uso de energia e emissões de CO<sub>2</sub>

Em comparação com 2011, as unidades operacionais reduziram o consumo de energia absoluta, resultando em uma melhoria de 11,5% em eficiência energética por tonelada de produção em relação à 2009. As emissões de CO<sub>2</sub> por tonelada média foram reduzidas em 16,6% em relação à 2009, o que resultou na redução absoluta de emissão de CO<sub>2</sub> em 1,5%, no período de 2009-2012.



### Geração e disposição de resíduos

Pela primeira vez, desde que estabelecemos a meta de melhoria de 15% para 2020, a quantidade de resíduos incinerados e despejados em aterros, por tonelada de produção, foi reduzida. Os indicadores mostraram uma redução de 13,1% em relação à média de referência. Aumentamos a proporção de resíduos reciclados em mais de 10%, em todos os resíduos gerados desde 2009, de 42,9% para 53,5%.

### Uso da água

Em relação à 2009, a eficiência do consumo de água do sistema municipal e proveniente de poços artesianos melhorou em 9,6%, comparado à meta de 15% em 2020. Em 2012, reduzimos o uso de água para resfriamento em uma fábrica, após transferir a produção para uma fábrica melhor equipada. Por isso, houve uma redução significativa do consumo total de água em 2012, mais de 19% em relação ao ano anterior.

### Emissão de carbono em atividades associadas

De acordo com o protocolo de gases do efeito estufa, identificamos as principais atividades de contribuição do escopo três através da coleta de dados e, posteriormente, do desenvolvimento de um programa baseado no monitoramento do transporte, do empacotamento, do deslocamento de funcionários e viagens de negócios.

Atividade	Emissões de CO <sub>2</sub> (toneladas métricas)
Transporte do produto	44,000
Embalagem do produto final	50,500
Deslocamento de funcionários	14,700
Viagens de negócios	12,000



Nosso progresso

## Cientes e mercados

Impacto de produto

As parcerias com os clientes nos permitem acumular conhecimento interno e externo, além de atuar em colaboração para enfrentar os desafios de sustentabilidade compartilhados em todo o ciclo de vida dos produtos.

### Destaques de desempenho em 2012

- Ampliação do patrocínio do Cosmetic Executive Women (CEW) Eco Beauty Award para o Reino Unido
- Organizamos uma conferência sobre a compra responsável em parceria com a AIM-Progress
- Todas unidades de produção da Givaudan agora fazem parte do Sedex



### Sucesso no Ethical Awards

A Lush, empresa de cosméticos, lançou um programa de premiação com a revista Ethical Consumer. Criado para antecipar o fim dos testes em animais dos ingredientes para cosméticos e produtos domésticos, a premiação atraiu mais de 30 inscrições em 15 países. Fomos finalistas do prêmio na categoria “Ciência”, pelo desenvolvimento do teste de sensibilização de pele KeratinoSens™.



### A sensação dos aromas

Lançamos a mais recente linguagem sensorial global, o Sensel™ Mouthfeel, para ajudar os clientes que querem reduzir a gordura dos produtos. Cruzando as barreiras culturais e linguísticas, esta ferramenta exclusiva combina com sucesso o desejo do consumidor, a qualidade do produto e as criações dos aromistas.

### Compreensão das culturas culinárias

A compreensão de culturas culinárias locais também nos ajuda a oferecer os sabores exóticos, tradicionais e locais que os consumidores desejam. As pessoas querem que o alimento tenha um sabor autêntico e isso significa recorrer a preferências muito locais.

Nossos aromistas provaram muitas variedades de pratos diferentes e conquistaram uma maior compreensão científica dos processos e das reações que ocorrem na criação do alimento. Este conhecimento pode ser traduzido em sabores interessantes que ajudam os fabricantes a oferecer produtos saudáveis com excelentes sabores.

### Divulgação de boas práticas na compra responsável

Organizamos uma conferência sobre compra responsável em parceria com a AIM-PROGRESS para promover normas de compra responsável. A conferência contou com a presença de cerca de 100 representantes do setor de fragrâncias, fornecedores de alimentos e bebidas, e fabricantes de produtos de consumo. Discursando ao lado de grandes empresas do setor de alimentos estava o nosso orador, Balaji Padmanabhan, Responsável por Operações, APAC.

