



Au-delà des marques

Edition novembre 2010

P&G

M. Giovanni Ciserani, Président P&G Europe de l'Ouest, entre dans le classement des personnalités les plus influentes de Suisse

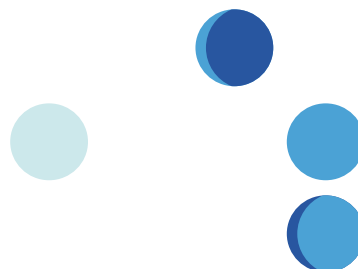
Giovanni Ciserani, Président P&G Europe de l'Ouest à Genève, est entré dans le classement des 300 personnalités les plus influentes de Suisse dans une publication du magazine économique Bilan en juin 2010. Selon le rédacteur en chef du magazine, M. Stéphane Benoit-Godet, «ces personnalités vont avoir de l'impact sur le cours des choses ces prochaines années. Ils sont reconnus et écoutés par leurs cercles et ils ont tous - au-delà de l'habileté à diriger leur activité – la capacité de fédérer les consciences et de générer un état d'esprit positif pour la Suisse».

A vos agendas:

Pour la 3ème année consécutive, P&G célèbre l'innovation en ouvrant ses portes aux décideurs.

Le mardi 15 février 2011, le Conseiller d'Etat M. Pierre-François Unger et M. Giovanni Ciserani accueilleront les acteurs concernés par l'innovation au Lancy Innovation Center. Des intervenants de haut vol viendront s'exprimer sur la thématique retenue «Innovation et Marketing». Cette session fait suite aux deux premières rencontres consacrées respectivement à l'Open Innovation et l'Innovation Durable.





Objectifs développement durable 2020: P&G dévoile sa vision à long terme élaborée en collaboration avec le WWF

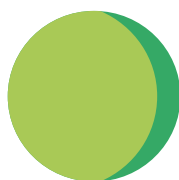
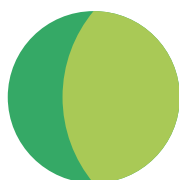
Toutes les actions de P&G sont inspirées par une vision : améliorer la qualité de vie de ses consommateurs maintenant et pour les générations futures. La société renforce donc son engagement vis-à-vis du développement durable à long terme et autour des principes environnementaux suivants:

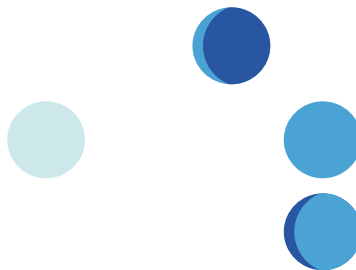
- **Alimenter ses sites de production à l'aide d'énergies renouvelables à 100%.**
- **Utiliser des matériaux 100% renouvelables ou recyclables pour tous ses produits et emballages.**
- **Faire en sorte que ses consommateurs et ses sites de production ne génèrent pas de déchets susceptibles de s'accumuler dans les sites d'enfouissements.**
- **Concevoir des produits qui plaisent aux consommateurs tout en optimisant la conservation des ressources.**

Les objectifs de développement durable (avec bilan annuel) suivants viennent s'ajouter à ceux annoncés en 2007 et fixés pour 2012 :

Catégorie	Objectifs 2020
Produits	
Remplacer les produits à base de pétrole par des matériaux renouvelables dont la source est durable	25%*
Lavage à l'eau froide	70% du total des machines effectuées
Réduction des emballages	20% (par usage de consommation)*
Déchets solides des consommateurs	Études pilotes dans des pays développés et en voie de développement pour comprendre comment éliminer l'enfouissement et l'évacuation de ces déchets
Sites de production	
Alimentation de nos usines en énergies renouvelable	30%
Déchets manufacturiers	<0,5% (enfouis)
Réduction du transport par camion	20% (km/unité de volume)*

* par rapport aux valeurs 2010





Innovation durable

Pampers Dry Max

Qualités écologiques améliorées - sans compromis de performance

Active Fit, équipée de Dry Max, est la couche la plus performante de Pampers. Elle est également 20% plus mince. De par son volume réduit, Pampers Active Fit Dry Max garantit non seulement plus de liberté au bébé, mais elle génère également moins de déchets pour l'environnement (-13% de déchets solides, -11% d'énergie, -10% de ressources par rapport à la couche Active Fit précédente.)



Récompense au niveau européen pour le train P&G (TINA)

En janvier 2010, P&G a reçu la distinction de «l'European Intermodal» pour son initiative TINA (Train, Intermodalité, une Nouvelle Approche). Avec le projet TINA, lancé en 2008, P&G vise à réduire le transport par la route en développant le transport des produits finis par voie ferroviaire. Ainsi, la Société entend augmenter son utilisation du transport ferroviaire en Europe de 10% aujourd'hui, à 30% d'ici 2015.



Responsabilité sociale



Vivre, Apprendre
et S'épanouir

CHF 100'000 pour offrir des sourires aux enfants hospitalisés

Le 20 novembre 2010, Journée internationale des droits de l'enfant, P&G Suisse a remis un chèque d'une valeur de CHF 100'000 à la Fondation Théodora. Créée en Suisse en 1993, la Fondation organise la visite de Docteurs Rêves» dans les hôpitaux et institutions en Suisse et à l'étranger dans le but de soulager par le rire le séjour hospitalier des enfants.

La Fondation Theodora fait partie des institutions partenaires soutenues par P&G dans le cadre de son programme mondial de responsabilité sociale «Vivre, Apprendre et S'épanouir» créé en 2005 avec l'ambition de soutenir 300 millions d'enfants âgés de 0 à 13 ans d'ici à 2012, dans tous les pays où la compagnie est implantée.



M. Ralf T. Gehlen, Directeur de P&G Suisse, remet le chèque à M. André Poulie, Président de la Fondation Théodora.

J'ai choisi de prendre un congé sabbatique pour soutenir un projet de l'UNICEF

Une conversation avec Sarah Conrads, Responsable de Marketing chez P&G Genève

Le 28 août 2010, Sarah Conrads débarque à Nouakchott en Mauritanie pour soutenir un projet mis sur pied par Pampers en collaboration avec UNICEF dans le cadre d'un congé sabbatique de 3 mois. Sarah nous fait part de sa motivation et de ce que cette expérience représente pour elle.

Sarah, comment l'idée de ce projet a-t-elle germé en toi?

Je projetais depuis longtemps de faire une coupure dans mon travail actuel pour me consacrer à une bonne cause. Lorsque P&G a annoncé ce projet, qui permettait à ses employés de travailler pour l'UNICEF dans le cadre d'un congé sabbatique, j'ai sauté sur l'occasion!

Comment ceci est-il compatible avec ta vie professionnelle?

Mon chef et toute mon équipe chez P&G m'ont beaucoup soutenue. Il a fallu régler quelques questions concernant la suite de mon parcours professionnel, mais tout s'est passé à la perfection. Mon prochain job, à mon retour, dans le «marketing clients», sera fantastique. Je peux même dire que ce projet aura eu des retombées positives sur ma vie professionnelle.

Comment se passent tes journées?

Ma mission est d'aider le département «Partnerships for Child Rights» dans la recherche de fonds dans divers projets. Mais ce que je préfère de loin, c'est de partir «en mission» pour visiter les familles et leurs enfants qui travaillent dans les champs. Là, vous réalisez à quel point leur vie quotidienne est difficile et vous comprenez pourquoi vous faites ce travail.

Pour en savoir plus sur le voyage de Sarah, vous pouvez visiter son blog : <http://www.pgcareers.com/about-socialresponsibility/2010pgunicefsabbaticalblogs/sarahconrads/page/362/default.htm>

P&G contacts

Frédérique Reeb-Landry | Irène Kämpfen
Public Relations Director | Manager relations publiques

Procter & Gamble
47, rte de Saint-Georges – 1213 Petit-Lancy 1

Pour plus d'informations sur P&G et ses marques:

Tél. +41(0) 58 004 6111
www.ch.pg.com

