



L'innovation chez P&G

« La mission de P&G consiste à innover pour améliorer la qualité de vie du plus grand nombre de personnes, aujourd'hui et pour les générations futures. »

« Innovation is P&G's Lifeblood »: l'innovation est au cœur de la stratégie de développement de P&G qui investit quelque \$2 milliards par an en recherche et développement à un niveau inégalé dans l'industrie. C'est l'innovation qui permet au groupe et à ses marques de toucher et d'améliorer la vie des consommateurs et d'assurer sa croissance. P&G emploie quelque 9'000 chercheurs, dont 1'100 docteurs, travaillant dans plus de 20 centres de Recherche et Développement à travers le monde.

Le programme d'innovation de P&G est guidé par sa stratégie de croissance :

Innovation verticale: P&G améliore la vie d'UN PLUS GRAND NOMBRE DE CONSOMMATEURS en innovant et en se développant « verticalement » avec des produits allant du haut de gamme aux produits à prix plus abordables. Ainsi par exemple, Pampers Simply Dry offre l'absorption Pampers à un prix abordable en répondant aux besoins de performance de base. Simply Duracell et Simply Always suivront ce même concept.

Innovation globale: P&G améliore la vie des consommateurs dans DAVANTAGE DE REGIONS DU MONDE, en innovant et en se développant dans de nouvelles zones géographiques. Ainsi, Olaz, numéro 1 mondial des soins pour le visage, a l'intention de toucher un plus grand nombre de consommateurs au Mexique, un marché qui devrait accueillir favorablement ce produit unique en raison de ses atouts de qualité et de prix par rapport aux autres marques de soin pour le visage.

Innovation horizontale: P&G améliore la vie des consommateurs DE MANIERE PLUS COMPLETE par des innovations qui améliorent les produits existants, en créant des segments de produits adjacents, mais aussi en encourageant l'utilisation combinée des produits de son portefeuille. Ainsi par exemple, nous avons lancé GilletteFusion ProGlide et le soin pour la peau Gillette Fusion ProSeries, des innovations qui associent l'expérience de plus de 100 ans de Gillette dans le domaine du rasage et les connaissances très poussées de P&G en matière de soins cutanés.

Innovation durable

Nous disposons d'un "pipeline" d'innovations sur plusieurs années qui restera le moteur de notre croissance future. Ceci se traduit par exemple chez Ariel ou Pampers:

Ariel Excel Gel. Une nouvelle génération de lessive. Ariel Excel Gel purifie le linge dès 15 degrés. Il permet non seulement d'économiser de l'énergie pendant le lavage mais également de réduire le dosage grâce au gel doublement concentré. Des aspects impressionnants de durabilité remontent aux phases de production et de logistique : -30% d'énergie, -40% d'eau, -20% de produits chimiques, -14% de matériel d'emballage, -40% de camions pour le transport (par rapport à des lessives liquides traditionnelles).

Pampers Active Fit Dry Max est l'une des innovations les plus importantes de la marque depuis 10 ans. Elle est 20% plus mince et la couche la plus absorbante de Pampers. De par son volume réduit, elle ne garantit pas seulement plus de liberté au bébé : elle génère également moins de déchets pour l'environnement : - 13 % de déchets solides, -11 % d'énergie et -10 % de ressources par rapport à la couche Active Fit précédente.

Innovation ouverte

Pour servir au mieux les besoins de ses consommateurs, P&G est passé d'une culture de l'innovation en interne à un modèle radicalement novateur d'ouverture de l'innovation, le programme « Connect + Develop », qui lui permet d'entrer en contact avec les esprits les plus créatifs du monde entier. Aujourd'hui, P&G conclut plus de 3 accords chaque semaine dans le cadre de « Connect + Develop » et que les 37'000 brevets globaux détenus par P&G sont tous des opportunités pour « C+D ».

www.pgconnectdevelop.com

A propos de Procter & Gamble

Chaque jour, P&G améliore la vie d'environ 4.4 milliards de personnes dans le monde grâce à son portefeuille de marques de qualité qui ont su gagner la confiance des consommateurs. Ces marques, leaders dans leur domaine, incluent notamment Pampers®, Ariel®, Always®, Pantene®, Mach3®, Pringles®, Lenor®, Iams®, Oral-B®, Duracell®, Olay®, Head & Shoulders®, Wella®, Gillette®, Braun®, Fusion®, Febreze® ou encore Ambi Pur®. P&G est présent dans près de 80 pays et ses marques sont disponibles dans plus de 180 pays. Pour plus d'informations, en particulier sur les marques ou l'actualité de P&G, vous pouvez visiter le site internet www.pg.com (en anglais) ou www.ch.pg.com (en français).