



Au-delà des marques

Edition juin 2011

P&G élu meilleur employeur de Suisse Romande 2011

Pour la deuxième année consécutive, P&G a été élu en 2011 «Meilleur Employeur de Suisse Romande» par le magazine économique Bilan. Classé numéro 1 à la fois dans sa propre catégorie multinationales et toutes catégories confondues, P&G a obtenu le score de 85 points sur 100 possibles.

Les entreprises ont été évaluées sur la base d' environ 50 critères, comprenant entre autres la formation, la diversité, le bien-être au travail, la politique salariale, les avantages en nature et les congés parentaux.

Dans sa publication, le magazine Bilan met en avant des critères qui font la force de P&G dans les domaines des assurances maladies et accidents, du vaste programme de formation dont l'intégralité des employés bénéficie chaque année, de la diversité, des avantages sociaux ainsi que sa politique de responsabilité environnementale.



Au premier plan: Marc Forgas, Directeur RH du site P&G Europe, Giovanni Ciserani, président de l'Europe de l'Ouest, Frédérique Reeb-Landry, Directrice Générale P&G Genève

Innovation dans le domaine du marketing - une vision partagée

Près de 70 leaders d'opinions et dirigeants d'entreprises romands se sont réunis dans les locaux de P&G pour échanger leur savoir et se sont exprimés sur l'innovation dans le marketing.

Pour la troisième année consécutive, l'innovation est au cœur des échanges de cet événement annuel organisé dans les locaux de P&G en collaboration avec le Service de la promotion économique de Genève, à l'initiative de Messieurs Pierre-François Unger, Conseiller d'Etat genevois chargé du Département des affaires régionales, de l'économie et de la santé, et Giovanni Ciserani, président Europe de l'Ouest de Procter & Gamble.

Une soirée inspirante qui a rassemblé des orateurs parmi les plus innovants de la région. Un système de vote interactif a permis de recueillir en temps réel la réaction des participants et permis de conclure que les dirigeants romands se sont d'ores et déjà plongés dans le bain de l'innovation dans leurs stratégies marketing.

- 38% des sociétés représentées sont déjà présentes sur les réseaux sociaux et 22% comptent le faire dans l'année à venir.
- 84% des dirigeants romands considèrent que leurs consommateurs se sont transformés en acteurs de la marque par le biais des blogs et des réseaux sociaux.
- 90 % d'entre eux estiment que la communication sur les réseaux sociaux leur permettra d'augmenter les ventes à terme.
- 92% d'entre eux pensent que la publicité dans les médias traditionnels ne disparaîtra pas ces 10 prochaines années.

De gauche à droite: Mohamed Samir, vice-president Fabric Care pour l'Europe de l'Ouest P&G, Claude Hauser, président du Conseil d'Administration de la Fédération des coopératives Migros, Josée Bélanger Simko, fondatrice de Toutmorrow, Giovanni Ciserani, président de l'Europe de l'Ouest de P&G, Pierre-François Unger, conseiller d'Etat chargé du Département des affaires régionales, de l'économie et de la santé du canton de Genève, Pascal Meyer, fondateur de Qoqa.ch et Jérôme Ventura, CFO Spineart



Gillette® Fusion® ProGlide™

Le plus confortable des rasages Gillette

Gillette® Fusion® ProGlide™ est la plus grande innovation de Gillette depuis le lancement de son prédécesseur, le modèle «Fusion» en 2003.

Testé par plus de 30'000 hommes dans la phase de son développement, Gillette Fusion ProGlide est le fruit de sept innovations remarquables. Ses lames plus fines et plus effilées sont dotées du revêtement anti-friction le plus performant de Gillette. Une sensation de glisse incroyable pour un confort et un résultat de rasage régulier hors du commun.



Wella Pro Series

La compétence de la marque de salon Wella leader dans le monde maintenant dans le commerce de détail

La passion pour de beaux cheveux est un lien qui unit la marque de salon Wella avec plus de 4 millions de coiffeurs partenaires dans le monde.

Développée par des experts de Wella et inspirée par des stylistes de la coiffure, la ligne Wella Pro Series offre maintenant des produits de soins et de styling, disponibles uniquement dans le commerce de détail.

La compétence d'une marque de salon à un prix abordable pour se rapprocher de la sensation de sortir du salon de coiffure.



Febreze devient une marque milliardaire

La marque dépasse le seuil d'un milliard de dollars de chiffre d'affaires

Febreze est un produit conçu pour éliminer les odeurs des textiles. La marque lancée en 1998 est le plus jeune membre du groupe des marques milliardaires de P&G. Le 9 mars 2011, P&G a annoncé que Febreze avait dépassé le seuil d'un milliard de dollars de chiffre d'affaires.

La société dispose ainsi de 24 « Billion Dollar Brands » dans le monde dont Ace, Always, Ariel, Braun, Downy/Lenor, Duracell, Febreze, Fusion, Gillette, Head&Shoulders, Iams, Mach3, Olaz, Oral-B, Pampers, Pantène Pro-V et Wella.



Politique RH et Innovation vues par les Ressources Humaines

Marc Forgas, Directeur des Ressources Humaines du siège stratégique de P&G Genève et Affaires sociales en Europe

Le bien-être des collaborateurs et une politique RH innovante

La politique RH de P&G vise à attirer les talents au sortir des écoles, leur donner la possibilité de se former au sein de l'entreprise et de se développer.

P&G place le bien-être de ses collaborateurs au premier plan de ses préoccupations en proposant des programmes visant à améliorer la qualité de vie au travail, dans les domaines de la santé, de la nutrition ou encore de la promotion de l'exercice physique.

Nous avons créé un endroit qui inspire l'envie d'y travailler, un campus, où les personnes peuvent se développer en tant qu'individus et 'performer' au maximum de leurs capacités. Une politique RH très incitative a été mise en place, par exemple dans le domaine de la formation et du coaching. Ainsi, les collaborateurs ont-ils des projets et des responsabilités importantes dès leur engagement.

Exemple d'innovations RH

Notre objectif est de mettre en place une innovation RH par trimestre afin d'améliorer la qualité de vie de nos collaborateurs et développer leur sens de l'engagement.

Nous avons également mis en place des sessions de recrutement en ligne «virtual career», donnant l'opportunité à des étudiants de rencontrer des responsables de P&G, de «chatter» avec eux et de postuler en ligne.

Lors de notre édition d'octobre 2010, nous avons dénombré 882 participants, 230 responsables de P&G pour répondre à leurs questions et 210 postulants dans la foulée.



Contacts P&G

Frédérique Reeb-Landry | Irène Kämpfen
Directrice Générale P&G Genève | 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

