



Communiqué de presse

Procter & Gamble France
163, Quai Aulagnier
92665 Asnières sur Seine Cedex

PROCTER & GAMBLE REVOIT SES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE À LA HAUSSE

ASNIERES-SUR-SEINE, le 26 Mars 2009 – Procter & Gamble renforce son engagement en faveur du Développement Durable en annonçant aujourd’hui une révision à la hausse des objectifs définis en 2007 et à atteindre d’ici 2012. Cette réévaluation reflète les efforts continus de la société non seulement pour améliorer le profil environnemental de ses produits et de ses opérations, mais aussi pour venir en aide à l’enfance en difficulté, au travers de son programme de responsabilité sociale mondial *Vivre, Apprendre et S’épanouir*.

« L’engagement de P&G en faveur du Développement Durable est fondamental. Il est au cœur de notre gestion quotidienne des affaires » a déclaré A.G. Lafley, le CEO de P&G. « En renforçant les objectifs de nos stratégies Développement Durable, nous renouvelons notre volonté constante d’innover durablement pour faire croître l’entreprise ».

Lancées en 2007, les 5 stratégies en faveur du Développement Durable sont chiffrées et mesurables dans le temps. En novembre 2008, le rapport annuel Développement Durable (dont c’était la dixième édition) a fait un point d’étape et évalué l’avancement de chacune d’entre elles.

Les objectifs révisés à atteindre d’ici 2012 sont les suivants :

- Développer et commercialiser, à hauteur d’un chiffre d’affaires cumulé d’au moins 50 milliards de dollars, des “produits innovants et durables”, c’est-à-dire des produits dont l’empreinte environnementale est significativement réduite (> 10 %) par rapport aux produits précédents ou aux offres alternatives. En comparaison avec le précédent montant de 20 milliards de dollars de vente cumulées, ce nouvel objectif annonce le lancement de nombreuses initiatives.
- Parvenir à réduire encore de 20 % (par unité de production) les émissions de CO₂, la consommation d’énergie et d’eau et l’élimination des déchets des usines de P&G, ce qui permettrait d’atteindre une réduction globale d’au moins 50 % sur la décennie 2002-2012. P&G, qui s’était fixé à l’origine un objectif de 10% dans chacun de ces domaines, décèle à présent des possibilités d’amélioration supplémentaires de ses opérations de production.

- Permettre à 300 millions d'enfants de *Vivre, Apprendre et S'épanouir (Live, Learn and Thrive)* et fournir 3 milliards de litres d'eau potable dans le cadre du programme Children's Safe Drinking Water (Accès à l'eau potable pour les enfants). P&G s'était originellement donné pour ambition d'aider 250 millions d'enfants à travers le programme *Vivre, Apprendre et S'épanouir* et s'était engagé à distribuer 2 milliards de litres d'eau potable. Le groupe entend ainsi développer davantage ses programmes pour venir en aide à plus d'enfants.

« Inscrites dans la durée, nos stratégies en faveur du Développement Durable sont assorties d'objectifs ambitieux et chiffrés, ce qui nous permet de mesurer régulièrement les progrès accomplis », explique Len Sauers, Vice Président pour le Développement Durable. « Notre approche exigeante de l'innovation signifie que les consommateurs ne doivent pas avoir à choisir entre d'un côté la performance et le rapport qualité-prix et, de l'autre, un comportement responsable ».

P&G a récemment été récompensée par le *Financial Times* et *Just Means* en recevant le Trophée de l'Innovation Sociale 2009, qui distingue les sociétés qui ont intégré dans leur modèle économique une véritable dimension sociale et environnementale. P&G figure également au palmarès de « 100 Best Corporate Citizens 2009 ». Réalisé par *CRO Magazine*, ce classement prestigieux récompense les entreprises apportant une attention particulière aux huit domaines suivants : environnement, changement climatique, droits de l'Homme, gouvernance, relations avec les salariés, finance, philanthropie et lobbying. P&G se classe 14^{ème} parmi les 100 sociétés retenues dans la liste.

Plus d'information sur le Développement Durable chez P&G sur le site : www.pg.com/sustainability.

A propos de Procter & Gamble

Trois milliards de fois par jour, les marques de P&G sont utilisées par les consommateurs du monde entier. P&G possède un portefeuille de marques de qualité, leaders dans leur domaine et qui ont su gagner la confiance des consommateurs, comme Pampers®, Ariel®, Dash®, Always®, Mr. Propre®, Swiffer®, Pantene®, Head & Shoulders®, Mach3®, Pringles®, Iams®, Oral-B®, Actonel®, Duracell®, Wella, Gillette® ou encore Braun. 138 000 personnes travaillent pour P&G dans près de 80 pays. Pour plus d'information, en particulier sur les marques ou l'actualité de P&G, visitez le site Internet www.pg.com (en anglais) ou www.fr.pg.com (en français).

#

Contacts P&G :

- Julien Wintenberger – 01 40 88 54 82 – wintenberger.j@pg.com
- Ségolène Moreau - 01 40 88 54 51 - moreau.se@pg.com

