

Procter & Gamble viert 60-jarig bestaan in België

Open innovatie en consumentenonderzoek om het leven van de Belgen te blijven verbeteren

STROMBEEK-BEVER, 8 december 2016 – Procter & Gamble viert zijn 60-jarige bestaan in België. In slechts enkele decennia heeft het bedrijf niet enkel iconische merken uitgebouwd voor de Belgen, maar is het ook uitgegroeid tot een belangrijke speler voor de Belgische economie onder andere door de vestiging van het Brussels Innovation Center in Strombeek-Bever, het grootste R&D-centrum voor was- en reinigingsmiddelen van P&G. Naast zijn 60^{ste} verjaardag viert P&G zijn aanhoudende positie als marktleider in verscheidene productcategorieën, alsook de talloze productinnovaties die het leven van de Belgische consument dag na dag verbeteren. In de toekomst zet P&G nog meer in op open innovatie en zal het zijn faciliteiten voor onderzoek naar consumentenbehoeften verder uitbouwen. Want ook in 2017 blijft het bedrijf zijn motto trouw: de consument is baas.

Elke seconde worden in België zes producten van P&G gekocht

In 1956 opende P&G zijn eerste vestiging in België. Sindsdien hebben merken zoals Pampers, Dash, Oral-B, Gillette en Head & Shoulders danige impact gehad op het leven van de Belgische consument dat ze er niet meer uit weg te denken zijn. Denk maar aan het iconische wasmiddel Dash, dat na al die jaren nog steeds witter dan wit wast, of de legendarische Pampers, die na stoffen luiers de nieuwe norm werden en mama's meer vrije tijd gaven. *“P&G was een van de pioniers van disruptie. Midden de jaren vijftig stond het vrouwen al bij in hun zoektocht naar meer onafhankelijkheid en zelfvertrouwen”,* getuigt socioloog Herman Konings. Het bedrijf is intussen uitgegroeid tot een van de grootste spelers op de markt van consumentenproducten ter wereld en ook in België is P&G omnipresent: elke seconde worden in België zes producten van P&G gekocht. Het bedrijf speelt bovendien een belangrijke rol voor de tewerkstelling in België: voor zijn dienstverlening, R&D en productie, stelt P&G zo'n 1.500 mensen tewerk, verspreid over het hoofdkantoor in Strombeek-Bever, het Brussels Innovation Center en de productiesite in Mechelen.

De sleutel tot succes: observeren, investeren, innoveren

Achter het succes van P&G schuilt een mooi samenspel van onderzoek en wetenschap. Jaarlijks investeert het bedrijf wereldwijd twee miljard dollar in R&D, meer dan elk ander bedrijf in de branche. *“Innovatie vormt een fundamentele component voor de groei van ons bedrijf. Om de juiste producten te ontwikkelen, is het van essentieel belang om onze consumenten en hun noden te begrijpen. We gebruiken deze kennis om onze merken te vernieuwen, versterken en om ervoor te zorgen dat ze relevant blijven in een wereld die alsmaar weer verandert en steeds diverser wordt”,* aldus Luc Suykens, Directeur Marketing bij P&G Benelux.

Het Brussels Innovation Center vormt het onderzoeks- en ontwikkelingscentrum voor was- en reinigingsproducten van P&G wereldwijd. Internationale wetenschappers en experts verwerven er dagelijks diepe inzichten via onderzoek van en dialoog met consumenten, en vertalen hun observaties naar productinnovaties die aan de nieuwe behoeften van de consument beantwoorden. Zo worden jaarlijks meer dan 10.000 consumenten geïnterviewd om hun gewoonten en praktijken te begrijpen, en meer dan 30.000 machines was gedraaid. Het is dan ook in het Brussels Innovation Center dat het eerste enzymatische waspoeder en het eerste vloeibare wasmiddel werden ontwikkeld, maar bijvoorbeeld ook de Ariel 3in1 Pods, die wassen nog eenvoudiger hebben gemaakt. Deze zogenaamde Single Unit Dose is tevens de sterkst groeiende productvorm in deze categorie en genereerde het afgelopen jaar een verkoop goed voor twee miljard dollar, dubbel zoveel vergeleken met het jaar voordien.

Op het programma voor 2017: versterken van het programma voor “open innovation” en nog meer consumentenonderzoek

Ook voor de toekomst heeft het bedrijf nog heel wat in petto. In 2017 wil P&G met de recent geopende inQbet-campus op een nog meer efficiënte en doelgerichte manier gaan samenwerken met startups en kmo's om o.a. via zogenaamde hackathons, waarbij onderzoekers zich verdiepen in de meest recente technologie, tot nieuwe inzichten en ideeën te komen die de basis kunnen vormen voor baanbrekende innovaties. *“Open innovatie werkt”, licht David Ingram, Directeur R&D bij P&G Benelux, toe. “De sleutel tot succes in de toekomst ligt volgens ons in de samenwerking met kmo's, onderzoeksinstellingen en consumenten. Zo werden hier de zogenaamde pods het leven ingeroepen en die veroveren ondertussen de hele wereld.”*

Bovendien plant P&G een nieuw consumentenhuis te bouwen dat drie keer zo groot zal zijn als het huidige gebouw, waardoor onderzoeken op grotere schaal, maar toch in een huiselijke omgeving, mogelijk zullen worden. Jaarlijks komen immers meer dan duizend consumenten in het huidige consumentenhuis langs, waardoor de onderzoekers directe en tastbare feedback krijgen van de consument op de nieuwste innovaties.

###

Perscontacten

Inge De Backer – P&G Belgium

debacker.ij@pg.com

+32 2 456 2807

+32 479 99 34 12

Jacinta De Deckere – Ketchum

jacinta.dedeckere@ketchum.com

+32 2 550 00 52

+32 472 24 09 64