

## Procter & Gamble fête ses 60 ans de présence en Belgique

**L'innovation ouverte et les enquêtes consommateurs comme axes-clés pour continuer à améliorer la vie des Belges**

**STROMBEEK-BEVER, le 8 décembre 2016 – Procter & Gamble fête ses 60 ans de présence en Belgique. En quelques décennies à peine, l'entreprise a lancé et construit des marques aujourd'hui emblématiques pour les Belges. Mais elle est aussi devenue un acteur-clé pour l'économie belge, entre autres grâce à la création à Strombeek-Bever du plus grand centre de R&D de P&G pour les produits de lessive et de nettoyage. Outre son 60<sup>e</sup> anniversaire, P&G célèbre aussi sa position durable de leader du marché dans différentes catégories de produits, et fête ses nombreuses innovations conçues pour améliorer la vie des Belges au quotidien. À l'avenir, P&G mettra davantage encore sur l'innovation ouverte et renforcera ses capacités à sonder les besoins des consommateurs. Car en 2017, plus que jamais, l'entreprise restera fidèle à sa devise : le consommateur est roi.**

### **Six produits P&G achetés chaque seconde en Belgique**

P&G a ouvert son premier site belge en 1956. Depuis, des marques comme Pampers, Dash, Oral-B, Gillette et Head & Shoulders ont eu un tel impact sur la vie du consommateur belge qu'elles se sont érigées au rang de valeurs sûres. Épinglons l'emblématique lessive Dash, qui lave toujours plus blanc que blanc après tant d'années. Mais aussi les légendaires Pampers qui devinrent la nouvelle norme après les couches en tissu et contribuèrent à donner plus de temps libre aux mamans. Au sujet de ces inventions, le sociologue Herman Konings note : « *P&G fut un des pionniers de la 'disruption'. Au milieu des années '50, l'entreprise était déjà aux côtés des femmes dans leur quête d'indépendance et de confiance en elles* ».

L'entreprise est aujourd'hui un des plus grands acteurs au monde sur le marché des produits de consommation et est omniprésente en Belgique : six produits de P&G sont achetés chaque seconde en Belgique. P&G a, en outre, un grand impact sur l'emploi en Belgique : elle compte 1.500 collaborateurs, dans les activités diverses de service, R&D et production, répartis respectivement au siège central de Strombeek-Bever, au Brussels Innovation Center et sur le site de Malines.

### **La clé du succès : observer, investir, innover**

P&G doit son succès à une belle interaction entre les études de marché et la science. Au niveau mondial, l'entreprise investit chaque année deux milliards de dollars dans la recherche et le développement, soit plus que toute autre entreprise dans le secteur. « *L'innovation constitue un aspect fondamental de la croissance de notre entreprise* », indique Luc Suykens, Directeur Marketing chez P&G Benelux. « *Pour développer les bons produits, il est essentiel de comprendre nos consommateurs et leurs besoins. Nous utilisons cette connaissance pour renouveler et renforcer nos marques afin de pérenniser leur pertinence dans un monde qui change constamment et se diversifie toujours plus.* »

Le Brussels Innovation Center est le centre mondial de recherche et de développement de P&G pour le soin du linge et de la maison. Des scientifiques et des experts venus des quatre coins du monde y collectent chaque jour de nombreuses observations sur les consommateurs par le biais d'enquêtes et de multiples dialogues, pour ensuite les traduire en innovations capables de répondre à leurs besoins. Chaque année, plus de 10.000 consommateurs sont ainsi interviewés afin de mieux cerner leurs habitudes et plus de 30.000 lessives sont réalisées. C'est aussi au Brussels Innovation Center qu'ont été développés le premier produit de vaisselle liquide et la première poudre à lessiver enzymatique, mais aussi les Ariel 3en1 Pods, qui simplifient encore la lessive. Ce format, appelé « Single Unit Dose », est également celui qui connaît la plus forte croissance dans cette catégorie, avec des ventes de deux milliards de dollars l'an passé, soit deux fois plus que l'année précédente.

### **Au programme de 2017 : renforcer l'innovation ouverte et multiplier les enquêtes auprès des consommateurs**

L'entreprise a encore bien des ressources pour le futur. En 2017, P&G entend tirer parti du campus inQbet, récemment créé, pour collaborer encore plus efficacement avec les startups et les PME. L'objectif est d'aboutir, entre autres par le biais d'hackathons au cours desquels les chercheurs se plongent dans les plus récentes technologies, à de nouvelles perceptions et idées susceptibles de déboucher sur des innovations révolutionnaires. « *L'innovation ouverte fonctionne,* » explique David Ingram, Directeur R&D chez P&G Benelux. « *La clé du succès à l'avenir réside, selon nous, dans la collaboration avec les PME, les institutions de recherche et les consommateurs. C'est ainsi que les fameux Pods ont vu le jour ici avant de partir à la conquête du monde.* »

P&G envisage, en outre, de créer une nouvelle « maison du consommateur » trois fois plus grande que le bâtiment actuel et permettant de réaliser des enquêtes à grande échelle, mais dans un environnement domestique. Tous les ans, plus de mille consommateurs visitent déjà la maison actuelle et donnent ainsi un feed-back direct et tangible aux chercheurs sur leurs plus récentes innovations.

###

### **Contacts presse**

Inge De Backer – P&G Belgium

[debacker.ij@pg.com](mailto:debacker.ij@pg.com)

+32 2 456 2807

+32 479 99 34 12

Perrine Sokal - Ketchum

[Perrine.sokal@ketchum.com](mailto:Perrine.sokal@ketchum.com)

+32 2 550 00 64

+32 478 34 49 69