

P&G annonce ses nouveaux objectifs

en termes de développement durable environnemental

“Ambition 2030” - P&G a pour objectif d’avoir un impact positif sur l’environnement à travers 4 piliers : marques, logistique, société et collaborateurs

CINCINNATI–16 avril 2018. The Procter & Gamble Company (NYSE:PG) annonce aujourd’hui que la société a atteint la plupart de ses objectifs 2020 de développement durable environnemental avec des plans précis pour les atteindre à 100% d’ici 2020. De nouveaux objectifs ont été mis en place pour 2030. Ces nouveaux objectifs, appelés “Ambition 2030,” visent à avoir un impact positif sur l’environnement et la société tout en créant de la valeur pour l’entreprise et les consommateurs.

“Nous pensons que P&G peut avoir un impact positif pour l’environnement tout en accélérant sa croissance, et nous adoptons une approche plus intentionnelle pour satisfaire les attentes des consommateurs et permettre une consommation responsable,” a indiqué David Taylor, P&G’s Chairman, Président du conseil d’administration et Président Directeur général de P&G. « Les consommateurs attendent des marques en lesquelles ils ont confiance qu’elles fournissent des performances supérieures et aident également à résoudre certains des défis les plus complexes auxquels notre monde est confronté. Notre portée mondiale, notre compréhension des cinq milliards de consommateurs que nous servons, et nos capacités d’innovation nous offrent le moyen unique de faire la différence. ».

Les objectifs “Ambition 2030” de P&G incluent les quatre piliers suivants :

- **Marques** : Les 20 marques leaders de P&G’s parmi lesquelles Always, Ariel, Febreze, Gillette, Head & Shoulders, Oral-B, Pantene, Pampers et Tide, permettront et inspireront une consommation responsable grâce à des emballages 100% recyclables ou ré-utilisables, grâce à des innovations durables, et grâce à une confiance renforcée vis-à-vis de nos produits à travers toujours plus de transparence et le partage de notre expertise en matière de sécurité.
- **Logistique** : Les sites de production de P&G réduiront de moitié leurs émissions de gaz à effet de serre et s’approvisionneront suffisamment en électricité renouvelable pour alimenter 100 % de nos usines. L’entreprise se fournira également d’au moins 5 milliards de litres d’eau provenant de sources circulaires.
- **Société** : P&G continuera de tisser des partenariats décisifs pour le bien des populations et de la planète tout en aidant au développement de la croissance de P&G – des partenariats qui permettront par exemple de réduire la quantité de plastique qui se retrouve dans les océans, des partenariats qui protègent et renforcent les forêts, ou encore des partenariats qui permettent de développer des solutions de recyclage des matières absorbantes de nos produits d’hygiène, et de protéger l’eau dans les zones à risque.
- **Collaborateurs** : P&G engagera et sensibilisera au quotidien ses collaborateurs à sa stratégie RSE. Ils seront récompensés pour leurs progrès et cette reconnaissance sera intégrée dans les évaluations de performance.

Découvrez plus de détails sur les objectifs “Ambition 2030” de P&G via ce lien : [ici](#).

Pionnier dans le domaine du développement durable environnemental, P&G a déjà atteint la plupart de ses objectifs 2020 dans ce domaine : climat (réduction de ses émissions de gaz à effet de serre de 16 % depuis 2010), eau (réduction de son utilisation d’eau dans ses sites de production de 27 % depuis 2010), et déchets (a atteint l’objectif zéro déchet de fabrication en décharge dans plus de 80 % de ses usines dans le monde).

L’impact des progrès réalisés par P&G sont visibles à travers nos différentes marques et les différents pays : des produits comme Ariel purclean qui intègre des ingrédients bio-sourcés et Head & Shoulders

dont l'emballage inclut du plastique collecté sur les plages ; nos sites de production alimentés par de l'électricité éolienne et en vapeur provenant de la biomasse; et des recherches innovantes qui transformeront la recyclabilité de tonnes de plastique chaque année et qui profiteront à différentes industries, bien au-delà de la portée de P&G.

Les progrès sont détaillés dans le rapport annuel RSE/citoyenneté 2017 ([2017 Citizenship Report](#)).

« Forts des progrès réalisés à ce jour, nos objectifs 2030 visent à relever deux des défis environnementaux les plus pressants au monde : la limitation des ressources et la consommation croissante », a déclaré Virginie Helias, vice-présidente Global Sustainability de P&G. "Nous savons que P&G n'a pas toutes les réponses. Il nous faudra établir des partenariats et une forte collaboration pour faire des progrès significatifs. Nos marques devront développer des innovations qui amèneront à une consommation responsable. "

" P&G a été pionnier dans le domaine du développement durable environnemental. Leur stratégie est alignée sur notre conviction que les entreprises auront plus de succès en étant plus durables. Nous félicitons P&G pour ces objectifs « Ambition 2030 » qui ont le potentiel de générer un impact mondial positif, significatif pour les actionnaires, l'environnement et les sociétés », a déclaré Peter Bakker, Président de World Business Council for Sustainable Development.

A propos de P&G et la RSE

Le développement durable environnemental est l'un des piliers de la stratégie RSE/citoyenneté de P&G, avec l'éthique et la responsabilité sociale et sociétale de d'entreprise, les actions solidaires auprès des communautés, l'égalité des genres et la diversité et l'inclusion. Ces piliers soutiennent les objectifs de développement durable des Nations Unies pour mettre fin à la pauvreté, protéger la planète et assurer la prospérité pour tous. Pour plus d'informations sur les efforts de P&G en matière de citoyenneté, lisez le Rapport de Citoyenneté 2017 de P&G [ici](#).

A propos de Procter & Gamble

P&G améliore la vie des consommateurs à travers le monde grâce à un portefeuille de marques de qualité qui ont su gagner la confiance des consommateurs. Parmi ces marques, leaders dans leur domaine, figurent notamment Always®, Ambi Pur®, Ariel®, Febreze®, Gillette®, Head & Shoulders®, Lenor®, Oral-B®, Pampers®, Pantene® et Vicks®. P&G est présent dans près de 70 pays. Pour plus d'informations, en particulier sur les marques ou l'actualité de P&G, vous pouvez visiter le site internet <http://www.pg.com>.

Contact presse :

H+K Strategies – pg.team@hkstrategies.com

Estelle GOUIN - +33 (0)1 41 05 44 59