

Depuis 2002,  
Procter & Gamble  
consacre le site  
scienceinthebox.com  
à l'information  
scientifique  
et environnementale  
sur ses produits.



# Procter & Gamble : la carte du dialogue via internet

propos recueillis par Jean Lambert

## Depuis quand le développement durable est-il une priorité chez Procter & Gamble ?

**Erwan Saouter** : Le concept inspire en fait la politique du groupe depuis très longtemps comme en témoigne la mission de Procter & Gamble : "Améliorer la vie quotidienne des consommateurs". Pensez aux lessives synthétiques ou aux couches pour bébés inventés par notre groupe et qui sont des produits qui ont changé pour toujours la vie des femmes. Les enjeux liés au développement durable étant très nombreux, Procter & Gamble a choisi de se concentrer sur ceux qui sont les plus cohérents avec ses activités : la préservation de l'eau, la santé et l'hygiène, le management environnemental, l'éco-efficacité.

Procter & Gamble a publié dès 1999 un rapport développement durable mondial s'inspirant des normes GRI. Ce rapport est publié chaque année et il a été complété cette année par la brochure "Au-delà de nos marques" qui décrit la contribution spécifique de Procter & Gamble France.

Quant à la communication scientifique, c'est au cours des dix dernières années que le groupe s'y est impliqué, afin de combler une lacune auprès de certaines parties prenantes qui ignoraient jusqu'alors les actions de Procter & Gamble

en matière d'environnement et de sécurité humaine. Ces publications dont certaines remontent aux années 70 sont consultables sur le site scienceinthebox.com.

**Le développement durable est-il une nouvelle contrainte ou une opportunité ? Comment le groupe Procter & Gamble se singularise-t-il ?**

**E.S. :** C'est clairement une opportunité pour notre groupe qui s'est engagé, comme l'atteste notre site scienceinthebox.com, dans la recherche scientifique et environnementale depuis de très nombreuses années dans le but de contribuer à plus de bien-être au quotidien. Nous disposons, aujourd'hui, de technologies nous permettant d'aller au devant des attentes des consommateurs pour leur offrir des produits et des services encore plus sûrs et performants dans le respect de l'environnement. Au reste, notre action est récompensée puisque, en 2002, et pour la troisième année consécutive, notre groupe est à la première place dans sa catégorie du *Dow Jones Sustainability Group Index*.

**En tant que membre fondateur d'Eco-Emballages et partenaire historique de Vacances Propres, Procter & Gamble intègre depuis longtemps le concept de développement durable**

**E.S. :** Absolument. Ajoutons également la Fondation Procter & Gamble France pour la protection du littoral qui, depuis dix ans, apporte au Conservatoire du Littoral des compétences humaines et financières. Un engagement et des actions concrètes qui existaient avant que l'on parle du développement durable.

**Depuis quand existe le site scienceinthebox ?**

**E.S. :** Le site a été ouvert en septembre 2002 mais le projet a débuté en 1997 sur un constat fait par le groupe dans les pays scandinaves où des associations de consommateurs lui demandaient de s'engager davantage dans la problématique environnementale alors qu'il réalisait déjà depuis longtemps des études sur ce sujet. Devant une telle pression et un manque évident de communication, Procter & Gamble a mis en place

un groupe de travail avec Amsterdam IMSA, une agence spécialisée dans le dialogue avec les parties prenantes. Des experts suédois et norvégiens ont accepté de travailler avec nous et ont eu accès à toutes nos données de sécurité et de management environnemental. Ils ont pu ainsi découvrir, à leur grand étonnement, tous les travaux que réalisait Procter & Gamble et qui fondaient la stratégie du groupe en terme de sécurité et de qualité des produits. Procter & Gamble a décidé de jouer la carte de la transparence sur un site internet. Une première expérience a donc été tentée au Danemark avec l'ouverture d'un premier site scientifique, puis face à la réaction très positive des parties prenantes, étendue il y a un an et demi à l'Europe.

**Combien de visiteurs ? Existe-t-il une typologie ?**

**E.S. :** Nous enregistrons dix mille visiteurs par mois, un chiffre à ce jour satisfaisant compte tenu du fait que le site propose des informations à dominante technique et scientifique. Afin de mieux connaître nos visiteurs, nous leur proposons sur le site un questionnaire afin de mieux cerner leur profil.

**Comment se site est-il enrichi et quelles sont vos ambitions ?**

**E.S. :** Une équipe, basée à Genève, reçoit des informations grâce à un réseau de compétence que nous avons tissé dans les différents départements du groupe. Le site est également enrichi en fonction des souhaits formulés par les parties prenantes. Nous travaillons actuellement sur une nouvelle version de scienceinthebox, plus sophistiquée sur les différentes informations. Notre objectif principal est de montrer que derrière les produits du groupe, il y a une recherche scientifique élaborée qui leur confère une vraie raison d'être. Nous entendons jouer la carte du dialogue vis-à-vis du monde extérieur et répondre aux attentes de la société. Destiné aujourd'hui à l'Europe de l'ouest, le site, accessible par tous, sera demain étendu à l'ensemble du monde avec des informations ciblées selon les régions. ■



**“Nous disposons de technologies nous permettant d'offrir aux consommateurs des produits et des services plus sûrs et performants dans le respect de l'environnement”.**