



**GRUPE PROCTER & GAMBLE – OCTOBRE-DECEMBRE 2008**  
**Bénéfice Net par Action et Croissance Organique en ligne avec les prévisions**

- **Le bénéfice net** consolidé s'est élevé à 5,0 milliards de dollars pour la période octobre-décembre 2008, enregistrant une croissance de 53% par rapport à l'année dernière. Le bénéfice net par action a progressé de 61% pour atteindre 1,58 dollar, dont 0,63 sont dus à la cession de la marque de café Folgers.
- **Le chiffre d'affaire** du groupe Procter & Gamble a atteint 20,4 milliards de dollars sur la même période, soit une baisse de 3% par rapport à l'année dernière, essentiellement due aux effets de change et à une baisse des volumes. La croissance organique, quant à elle, a progressé de 2%.

« Comme prévu, ce trimestre a été particulièrement difficile, a déclaré **A.G. Lafley**, Président Directeur Général et Président du Conseil d'Administration. *Pourtant, notre croissance organique a progressé de 2% et nous avons atteint des résultats en phase avec nos objectifs de croissance du bénéfice par action. Nous pensons que l'environnement économique va rester difficile et instable – au moins à court terme. Nous restons concentrés sur nos fondamentaux, cruciaux pour la réussite de nos affaires. Nous continuerons à développer des marques au meilleur rapport qualité-prix pour les consommateurs, en continuant à innover et en menant avec discipline nos programmes de réduction des coûts et d'amélioration de la productivité. Je reste convaincu que nos efforts dans ces domaines permettront à P&G de continuer, sur le long terme, à croître de façon rentable et à générer des bénéfices attractifs pour nos actionnaires* ».

(en millions de dollars, sauf pour le bénéfice net par action exprimé en dollar)	Trimestre octobre-décembre		
	2008	2007	Différence (%)
Chiffre d'affaires	20,4	21,0	-3
Bénéfice net	5,0	3,3	+53
Bénéfice net par action	1,58	0,98	+61

The Procter & Gamble Company est cotée à Paris

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 catégorie de produits et qui ont su gagner la confiance des consommateurs, telles Pampers®, Ariel®, Dash®, Always®, Mr. Propre®, Swiffer®, Pantene®, Head & Shoulders®, Wella®, Gillette®, Mach3®, Fusion®, Pringles®, Iams®, Oral-B®, Actonel®, Duracell® ou encore Braun®. 138 000 personnes travaillent pour P&G dans près de 80 pays, dont près du quart en Europe de l'Ouest. Pour plus d'information, en particulier sur les marques ou l'actualité de P&G, visitez le site internet [www.pg.com](http://www.pg.com) (en anglais) ou [www.fr.pg.com](http://www.fr.pg.com) (en français).