



COMMUNIQUE DE PRESSE

PUMA gagne le Prix Allemand du Développement Durable pour son ambitieuse stratégie environnementale

Herzogenaurach, Allemagne, 26 novembre 2010 – Le Prix Allemand du Développement Durable 2010 dans la catégorie « Stratégie de Développement Durable » a été décerné vendredi soir au groupe PUMA. Le jury a été convaincu par la stratégie ambitieuse de PUMA qui prévoit de ne produire à terme que des produits durables. Selon le jury, présidé par Günther Bachmann, secrétaire général du Conseil pour le Développement Durable, le concept PUMAVision, qui rassemble la stratégie du groupe dans le développement durable, allie une réflexion sur le développement durable à la créativité et à la modernité.

Le président du directoire de PUMA, Jochen Zeitz, qui vient par ailleurs d'être nommé Chief Sustainability Officer du groupe PPR, s'est vu remettre le prix à Düsseldorf par le ministre fédéral de l'Environnement, Norbert Röttgen, lors de la soirée de gala.

Il a déclaré : « Nous sommes très heureux que PUMA qui souhaite devenir non seulement la société « Sport & Lifestyle » la plus convoitée, mais aussi la plus durable à l'échelle mondiale soit récompensée par le Prix Allemand du Développement Durable. Je suis intimement convaincu qu'à l'avenir, il sera indispensable pour toute entreprise d'intégrer et d'ancrer des processus éco-responsables à toutes les étapes de la chaîne de création de valeur. Je suis heureux que le Prix Allemand du Développement Durable récompense les initiatives des entreprises dans ce domaine. Cela permet de mettre en lumière le fait qu'une entreprise aujourd'hui doit non seulement se préoccuper de ses résultats, mais aussi de son éco-responsabilité. »

Ces cinq dernières années, PUMA a analysé en profondeur les chiffres clés en matière environnementale de ses implantations et de ses magasins « PUMA Stores ». Le groupe a défini ensuite plusieurs domaines dans lesquels il allait intervenir pour minimiser son empreinte écologique. Dans le cadre de son programme de développement durable à long terme, le groupe s'est fixé des objectifs ambitieux, qui devront être atteints d'ici à 2015. Ainsi PUMA veut créer un indice de développement durable, dénommé « S-Index », qui permettra de mesurer l'empreinte écologique d'un produit et de le faire savoir à ses clients et consommateurs. D'ici à 2015, 50% des collections internationales de PUMA devraient être produites conformément au « S-Index ». A cet effet, l'utilisation de matériaux écologiques

comme le coton biologique, le coton « Made in Africa », ou le polyester recyclé devront être utilisés dans les lignes de production.

Par ailleurs, PUMA a décidé de réduire les émissions de CO₂, d'énergie, d'eau et de déchets de 25% dans tous les magasins et entrepôts de la société ainsi que chez ses fournisseurs directs dans les quatre prochaines années. L'introduction de bureaux « sans papier » doit conduire à une baisse de la consommation de papier de 75%. Une gestion plus efficace des moyens de transport de la part des partenaires logistiques de PUMA doit faire baisser leur taux d'émission de CO₂ de 25%. Pour contrôler l'application de ses engagements, PUMA a créé une commission indépendante composée d'experts en matière de développement durable, qui conseillera le groupe « Sport & Lifestyle » et mènera un audit sur le sujet.

Le Prix Allemand du Développement Durable, dont c'est cette année la troisième édition, récompense des entreprises qui combinent de manière exemplaire succès commercial, responsabilité sociale et protection de l'environnement. L'accent est mis sur la prise en compte substantielle des concepts issus du développement durable dans la gestion de l'entreprise et le brand management. Environ 560 candidats étaient en lice pour le Prix Allemand du Développement Durable 2010.

Pour en savoir plus sur le programme de développement durable de PUMA : <http://www.about.puma.com>

Contact presse:

Ulf Santjer – Corporate Communications – PUMA AG - +49 9132 81 2489 – ulf.santjer@PUMA.com

PUMA

PUMA est l'un des leaders mondiaux de l'industrie « Sport & Lifestyle ». L'entreprise conçoit et développe des chaussures, des vêtements et des accessoires. Elle s'est engagée à opérer de manière à apporter sa contribution au progrès de la société en soutenant la créativité, un développement durable à travers son concept S.A.F.E. et la paix et en restant fidèle aux principes de justice, d'honnêteté, d'optimisme et de créativité dans ses décisions et ses actions. L'activité de PUMA commence dans le secteur du sport et se termine dans celui de la mode. Ses marques « Sport Performance » et « Lifestyle » englobent le football, la course à pied, les sports mécaniques, le golf et la voile. Ses marques « Sport Fashion » collaborent avec des marques de créateurs renommés comme Alexander McQueen, Yasuhiro Mihara et Sergio Rossi. Le groupe possède les marques PUMA, Tretorn et Cobra Golf. La société, qui a été fondée en 1948, distribue ses produits dans plus de 120 pays, emploie plus de 9.000 personnes dans le monde et dispose de bureaux à Herzogenaurach en Allemagne (le siège social de l'entreprise) ainsi qu'à Boston, Londres et Hong Kong. Pour plus d'informations, merci de visiter le site: <http://www.puma.com>