



COMMUNIQUE DE PRESSE

PUMA et PPR HOME publient les résultats initiaux du tout premier Compte de Résultat Environnemental

L'entreprise de Sport & Lifestyle PUMA a analysé sa consommation d'eau et ses émissions de gaz à effet de serre à travers l'ensemble de ses activités et de sa chaîne d'approvisionnement

Munich / Londres, le 16 mai 2011 – Avec la publication des premières données de leur Compte de Résultat Environnemental, l'entreprise de Sport & Lifestyle PUMA et PPR HOME, l'initiative de développement durable du Groupe PPR, ont montré que la production de matières premières était responsable de la majeure partie de l'impact environnemental dû aux émissions de gaz à effet de serre et à la consommation d'eau dans les activités et la chaîne d'approvisionnement de PUMA. PUMA est la première entreprise à fournir de telles données, correspondant à une évaluation économique des dommages causés par les émissions de gaz à effet de serre et par la consommation d'eau sur l'ensemble de sa chaîne de valeur. L'objectif final de PUMA est d'inclure d'autres indicateurs environnementaux dans cette première étape, mais aussi d'étudier les impacts sociaux et économiques au cours des étapes suivantes.

La démarche de PUMA, qui s'intègre dans sa stratégie de développement durable à long terme, se fonde sur le constat que la production et la vente de ses produits ont des répercussions importantes tout au long de sa chaîne d'approvisionnement. Identifier les impacts environnementaux les plus importants permet ainsi à PUMA de développer une stratégie de mitigation à la fois des risques pour l'entreprise et des impacts environnementaux. Le Compte de Résultat Environnemental de PUMA est

un outil avant-gardiste qui fournit un niveau de détails encore inégalé. Il va établir de nouveaux standards en matière de reporting environnemental et servira de catalyseur pour inciter d'autres entreprises à suivre son exemple.

Les premières données du Compte de Résultats Environnemental de PUMA ont montré que l'impact environnemental direct de l'activité de Puma équivaut à une valeur économique de 7,2 millions d'euros. 87,1 millions supplémentaires sont à mettre au compte de ses fournisseurs tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Au total, l'impact environnemental des émissions de gaz à effet de serre et de l'utilisation d'eau de l'ensemble de la chaîne de valeur de PUMA correspond à 94,4 millions d'euros. En donnant une valeur monétaire aux impacts environnementaux, PUMA se prépare aux futurs changements dans la législation, notamment en matière de transparence. Ces coûts serviront de référence à PUMA lorsque l'entreprise entreprendra de mitiger ses impacts environnementaux à tous les niveaux de la chaîne d'approvisionnement –mais ils n'affecteront en rien les bénéfices nets de PUMA.

«Le Compte de Résultat Environnemental est un pas décisif qui nous rapproche de notre objectif de devenir l'entreprise Sport & Lifestyle la plus désirable et la plus durable du monde. Il s'agit d'un outil essentiel et d'un tournant dans la manière dont les entreprises peuvent et doivent publier leurs comptes et intégrer dans leur modèle d'entreprise les vrais coûts de leur résilience des écosystèmes. PPR Home va encourager d'autres industriels à adopter cet instrument » a déclaré Jochen Zeitz, président du directoire et PDG de PUMA et Chief Sustainability Officer du groupe PPR. « Mieux comprendre d'où proviennent les ressources naturelles et les services dont PUMA dépend et le fait qu'ils ne sont pas inépuisables va aider PUMA à forger un modèle économique plus solide et durable qui, au bout du compte, lui permettra de mieux gérer ses impacts sur l'environnement ».

PUMA a choisi les émissions de gaz à effet de serre et la consommation d'eau pour la première étape de son compte de résultat environnemental, ces éléments étant considérés comme ayant l'impact environnemental le plus important. L'évaluation économique de ces impacts (rendez-vous sur www.about.puma.com pour plus d'informations sur la méthodologie utilisée) réalisée par PwC (pour les émissions de gaz à effet de serre) et Trucost (pour l'utilisation de l'eau), a permis d'estimer le prix d'une tonne de CO₂e à 66 euros et une valeur moyenne de l'eau de 0,81 euros par m³. L'analyse a mis en évidence les éléments suivants :

- En prenant en compte l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement, l'impact environnemental total pour 2010 a été évalué à 94,4 millions d'euros, dont 47,0 millions d'euros pour les émissions de gaz à effet de serre et 47,4 millions d'euros pour l'eau.
- Les activités de PUMA correspondent à 15% de l'ensemble des émissions de gaz à effet de serre et à 0,001% de la consommation d'eau. Ce qui équivaut à 7,2 millions d'euros de l'impact total.
- Les 85% restants des émissions de gaz et d'utilisation d'eau – l'équivalent de 87,10 millions d'euros – sont à mettre au compte de la chaîne d'approvisionnement de PUMA.

«Fondamentalement, cette analyse porte sur la gestion des risques, à la fois en termes d'environnement et de business, car il n'est pas possible de séparer les deux », a déclaré Alan McGill, associé chez PwC Sustainability and Climate Change. « Il s'agit d'une première pour une entreprise que de mesurer et d'évaluer comptablement l'impact de son activité de cette manière. Cela donne à PUMA des informations uniques et importantes sur sa chaîne d'approvisionnement. Intégrer les questions environnementales dans les modèles économiques actuels est un jalon important pour les entreprises: c'est un point de départ qui va permettre aux entreprises de se rendre compte des impacts de leur fonctionnement en matière de services écosystémiques et de les intégrer dans leur stratégie. Mitiger ces impacts environnementaux va nécessiter des efforts concertés de la part des entreprises vis-à-vis de leurs chaînes d'approvisionnement sachant que PUMA partage la responsabilité avec d'autres marques dans ses usines de production », a ajouté Alan McGill.

Les analyses de l'impact de la consommation d'eau et des émissions de gaz à effet de serre ont porté sur l'ensemble de la chaîne de valeur de PUMA, y compris la production des matières premières, les fournisseurs ainsi que les services logistiques, sur lesquels PUMA a un contrôle limité.

- Fournisseurs de rang 4 : Production de matières premières, comme par exemple les plantations de coton, les forages pétroliers, etc.
- Fournisseurs de rang 3 : Transformation des matières premières, comme par exemple les tanneries, l'industrie chimique, le raffinage
- Fournisseurs de rang 2 : Processus externalisés, comme par exemple la broderie, les imprimeries, la production de semelles
- Fournisseurs de rang 1 : Fabrication des produits PUMA
- Activités opérationnelles réalisées par PUMA : design, services logistiques, stockage, fonctions support au niveau du siège social et distribution

La production des matières premières engendre le plus d'impact environnemental

Les analyses ont montré que dans la chaîne de production de PUMA, ce n'est pas PUMA directement qui engendre le plus d'impacts environnementaux mais les fournisseurs de rang 4 – qui produisent les matières premières issues des ressources naturelles, comme par exemple la culture du coton, l'élevage du bétail pour le cuir et la production de caoutchouc naturel. Cette partie de la chaîne d'approvisionnement est responsable de 36% du total des émissions de gaz à effet de serre (19,7 millions d'euros) et de 43% de l'ensemble de l'utilisation d'eau (24,7 millions) – ce qui montre que l'activité la plus consommatrice en eau dans la production d'un t-shirt se déroule à la première étape de sa fabrication : la culture du coton.

Cette analyse est la première partie de l'étape 1 d'un processus en 3 temps, visant à évaluer l'impact environnemental mais aussi social et économique de PUMA. Ce processus aboutira à l'élaboration d'un Compte de Résultats Environnemental, Social et Economique global.

Les résultats complets de l'Etape 1 seront publiés à l'automne 2011. Ils intégreront des indicateurs environnementaux supplémentaires comme par exemple les pluies acides et la pollution atmosphérique, les composés organiques volatiles, les déchets et l'utilisation du sol. Ces indicateurs viendront compléter l'évaluation de l'impact environnemental de toute la chaîne de valeur de PUMA.

Comme l'impact des activités de PUMA ne se limite pas à son environnement naturel, l'Etape 2 va nécessiter d'associer d'autres acteurs économiques et de la société civile pour aborder les facteurs sociaux comme les salaires équitables, la sécurité et les conditions de travail, afin de permettre l'élaboration du Compte de Résultats Environnemental et Social.

L'Etape 3 complétera l'équation, en évaluant les bénéfices sociaux et économiques liés à l'activité de PUMA par le biais de la création d'emplois, des impôts, des initiatives philanthropiques et autres éléments créant de la valeur. Ces bénéfices seront ensuite comparés aux coûts sociaux et économiques des Etapes 1 et 2, pour établir le Compte de Résultat Environnemental, Social et Economique de PUMA. L'Etape 3 requerra un effort commun pour développer une évaluation, une méthodologie et une approche solides. Ce nouveau défi trouvera un écho important auprès des autres entreprises – puisqu'un nombre croissant d'entre elles mettent en place des analyses similaires de leur chaîne d'approvisionnement.

« Les entreprises, qui comprennent comment elles dépendent des ressources naturelles dans toute leur chaîne d'approvisionnement, sont les mieux placées pour gérer les risques liés à la hausse des prix des matières premières et les goulets d'étranglement » a déclaré Richard Mattison, le PDG de Trucost. « Les entreprises doivent déjà faire face à l'augmentation des coûts de production due à la hausse des prix des matières premières, liée au changement climatique et au manque d'eau. PUMA est maintenant en mesure d'identifier très tôt ces dérapages et de mieux les gérer. Les instruments que nous avons mis en place permettent à PUMA de minimiser ces risques à venir, de s'en protéger et d'identifier de nouvelles solutions pour rendre ses produits plus durables ».

Réponses de PUMA pour minimiser ces risques

Afin de réduire son impact environnemental, PUMA va se servir de ces résultats pour mieux orienter ses efforts et ses initiatives en matière de développement durable. Le tableau de bord de développement durable de PUMA, introduit au début 2010 et qui prévoit des objectifs tels que des emballages 100% écologiques, une réduction de 25% des émissions de carbone et de la consommation d'énergie et d'eau d'ici à 2015, prend déjà en compte les impacts environnementaux de l'activité de PUMA et de ses fournisseurs de rang 1. PUMA va étudier la manière dont les objectifs fixés dans son tableau de bord doivent être ajustés suite aux résultats obtenus et chercher des solutions pour l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement.

Afin de mitiger les impacts environnementaux générés par les fournisseurs de rang 2 à 4, PUMA et PPR HOME vont veiller à jouer un rôle moteur pour leur faire prendre conscience que le modèle économique actuel est dépassé et qu'il doit être réformé en profondeur. Cela passera par des partenariats et des collaborations pour explorer des moyens originaux et innovants de déterminer la responsabilité de chacun et de partager équitablement les coûts, tout en améliorant les capacités de production de ses fournisseurs et en développant de nouveaux matériaux et produits.

Provoquer une prise de conscience

PUMA va faire part des résultats de son Compte de Résultat Environnemental à d'autres acteurs industriels ainsi qu'à d'autres entreprises afin de promouvoir l'adoption d'un nouveau modèle économique qui prendrait en compte le coût de l'exploitation des ressources naturelles.

Cette analyse aidera également à mieux appréhender les impacts environnementaux occasionnés par l'approvisionnement dans différents pays et régions. En définitive, cela permettra à PUMA d'améliorer sa chaîne d'approvisionnement et de réduire les risques qui y sont rattachés.

Développer les synergies et les partenariats

PPR, l'actionnaire principal de PUMA, a récemment rejoint le Conseil mondial des affaires pour le développement durable (World Business Council for Sustainable Development) qui offre une plateforme idéale aux débats sur les thèmes de la responsabilité différenciée et du partage équitable des coûts de l'impact environnemental tout en explorant de nouveaux modèles économiques visant à réduire ces coûts à l'avenir. Depuis de nombreuses années, PUMA s'engage dans d'autres initiatives à l'échelle planétaire ainsi que dans le dialogue industriel et les partenariats d'entreprises dans le but de faire face aux défis du développement durable. Ces initiatives comprennent entre autre : le Pacte Mondial des Nations Unies, la Fair Labor Association, le Carbon Disclosure Project et, plus récemment, la 2 Degree Initiative. Les marques de luxe de PPR sont depuis longtemps membres d'organisations telles que le groupe de travail du luxe durable (créé par The Business for Social Responsibility) et le RJC (le comité des bijoutiers responsables).

PUMA va bientôt rejoindre la Sustainable Apparel Coalition, une fédération regroupant de grandes marques de vêtements et de chaussures, des fabricants et des experts ainsi que l'Agence américaine de protection de l'environnement, qui cherche à réduire l'impact environnemental et social de la production de vêtements et de chaussures. Ces démarches témoignent des efforts entrepris par PUMA pour développer les échanges avec ses pairs dans l'optique de réduire les impacts environnementaux à tous les stades de la chaîne d'approvisionnement où ils travaillent ensemble.

Créer un « effet boule de neige »

En étroite coordination avec d'autres industriels, PUMA va porter une attention accrue aux programmes de formation continue afin d'aider les dirigeants des fournisseurs de rang 1 à identifier quels sont les points faibles de leur activité, en les formant et en les accompagnant dans leurs efforts d'amélioration, et ce de manière indépendante. Depuis plus de 6 ans, PUMA s'engage avec d'autres industriels dans des projets de formation continue dans le but d'améliorer la situation environnementale et sociale dans les usines de ses fournisseurs de rang 1.

Ces dix dernières années, PUMA a fait en sorte que les fournisseurs de rang 1 adhèrent à ses standards sociaux et environnementaux. L'entreprise va désormais demander à ses fournisseurs de rang 1 de garantir le respect de ces normes par leurs propres fournisseurs. Par ce biais, le groupe souhaite, qu'au fil du temps, tous ses fournisseurs se conforment au Code de conduite de PUMA et à ses standards environnementaux, sociaux, de santé et de sécurité.

Innovier pour le développement de matériaux et de produits durables

D'ici 2015, 50% des collections internationales de PUMA seront fabriquées selon les standards de développement durable de PUMA, le PUMA S-Index, en utilisant plus de matériaux prenant en compte l'énorme impact environnemental de la production de matières premières, comme le polyester recyclé. En développant de nouveaux matériaux et produits durables et innovants, PUMA veut également réduire l'impact environnemental des fournisseurs de rang 1 à 4.

Contact médias :

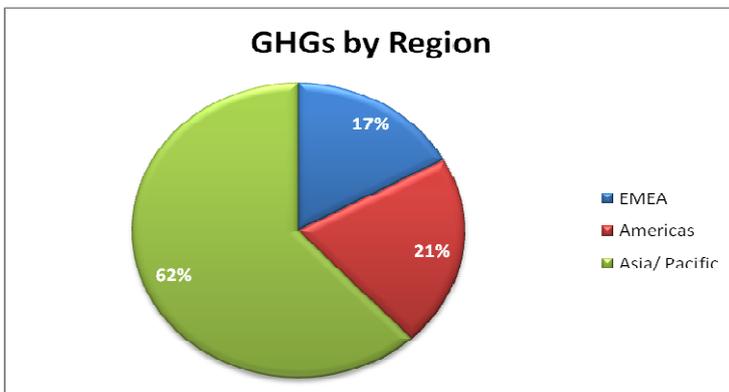
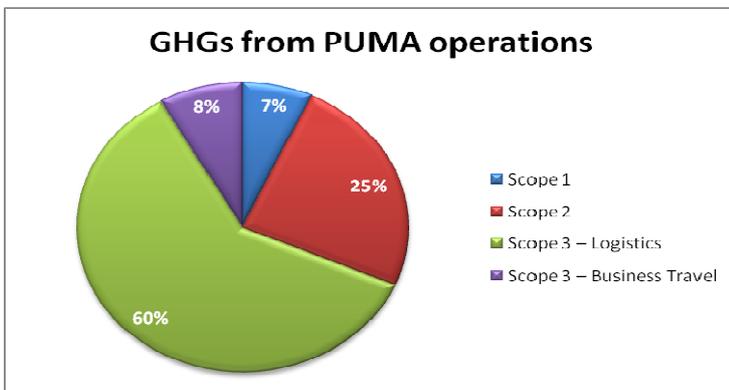
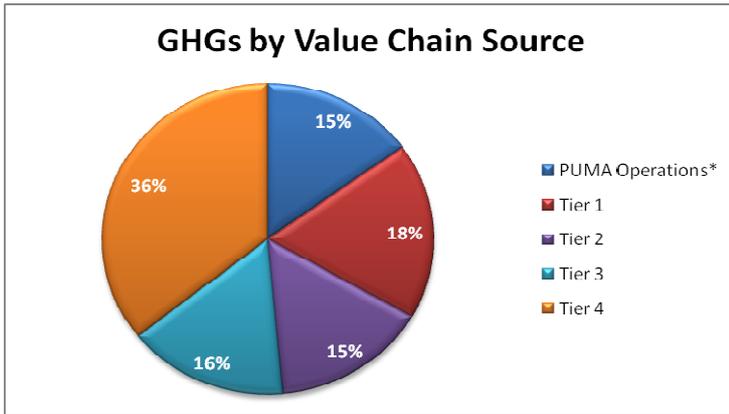
Kerstin Neuber - Corporate Communications - PUMA AG - +49 (0) 9132 81 2984 - kerstin.neuber@puma.com

Mich Ahern – PPR HOME - +44 (0) 7908 507672 – mich.ahern@gmail.com

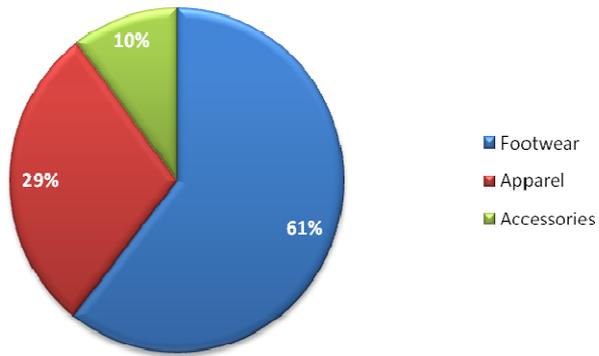
Tableaux

| 2010 | Performance non-financière | Valeur économique m € | Valeur économique % |
|---|-----------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| <i>Opérations de PUMA :</i> | | | |
| Gaz à effet de serre (ktCO ₂ e) | 109,2 | 7,2 | 7,6% |
| Eau ('000 m ³) | 108,8 | 0,1 | 0,1% |
| <i>Fournisseurs de rang 1 :</i> | | | |
| Gaz à effet de serre (ktCO ₂ e) | 131,4 | 8,6 | 9,1 |
| Eau ('000 m ³) | 5.319,8 | 0,8 | 0,8% |
| <i>Fournisseurs de rang 2 à 4 :</i> | | | |
| Gaz à effet de serre (ktCO ₂ e) | 476,0 | 31,2 | 33,1% |
| Eau ('000 m ³) | 72.064,5 | 46,5 | 49,3% |
| <i>Total:</i> | | | |
| Gaz à effet de serre (ktCO₂e) | 716,6 | 47,0 | 49,8% |
| Eau ('000 m³) | 77.493,1 | 47,4 | 50,2% |
| <i>Valeur économique totale</i> | | 94,4 | 100% |

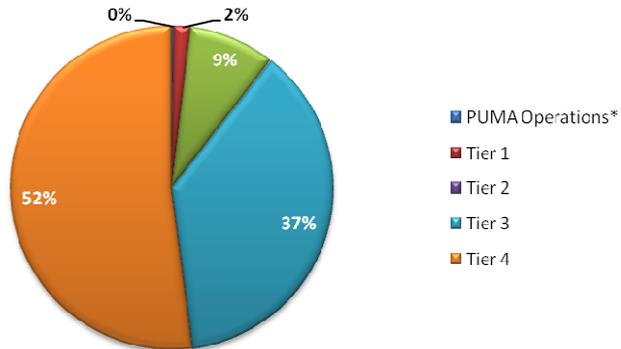
Répartition des émissions de gaz à effet de serre et de l'utilisation de l'eau



GHGs by Product Category

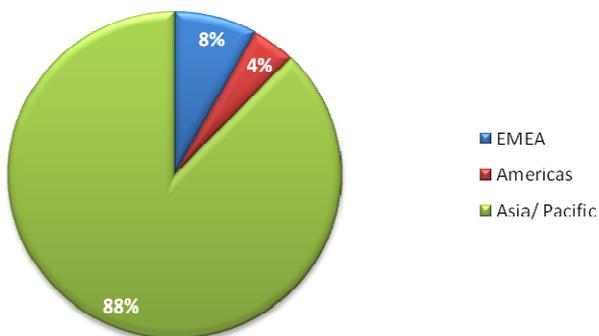


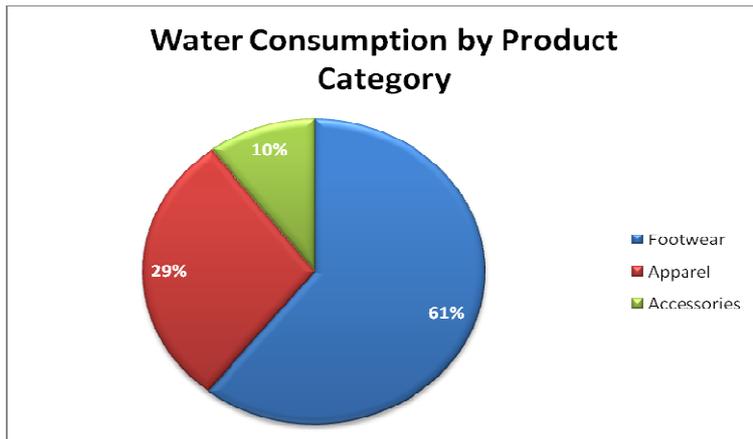
Water Consumption by Value Chain Source



* Les activités de PUMA correspondent à 0,001% de la consommation totale d'eau

Water Consumption by Region





Notes aux rédacteurs:

- Partenaires :** PUMA a mandaté les cabinets Trucost et Pricewaterhouse Coopers (PwC) pour accompagner l'élaboration de son Compte de Résultat Environnemental. Trucost apporte une expérience et un savoir-faire inégalés en matière d'analyse des indicateurs écologiques (e-KPI) sur la chaîne d'approvisionnement et des externalités environnementales. Pour sa part, PwC apporte son savoir-faire en matière d'évaluation et de reporting d'entreprises.
- Méthodologie : Données issues de l'activité opérationnelle de PUMA.** Toutes les données concernant les émissions liées à l'activité opérationnelle ont été récoltées grâce à un système interne à PUMA de management environnemental. Les données collectées englobent toutes les activités dans tous les pays où PUMA détient plus de 50% du capital, au cours de l'exercice 2010 et qui emploient plus de 10 salariés. En ce qui concerne les émissions de gaz à effet de serre, le système prend en compte les émissions dues au fuel utilisé dans les bâtiments et les véhicules, l'électricité achetée et la vapeur, la logistique et les voyages d'affaires. Pour ce qui est de l'utilisation de l'eau, le système prend en compte toutes les consommations au niveau national.
- Méthodologie : Données issues de la chaîne d'approvisionnement.** Les données liées à la chaîne d'approvisionnement ont été calculées par le biais du modèle « input-output » (I-O) de Trucost qui collecte concrètement des données auprès des fournisseurs de rang 1. Ce modèle économétrique se base sur des données issues d'études chiffrées gouvernementales qui analysent les produits utilisés et fabriqués dans plus de 464 secteurs économiques. Il intègre jusqu'à 700 ressources naturelles différentes en analysant le rapport entre ce qui est produit et ce qui est utilisé ainsi que les interactions économiques entre les différents secteurs économiques. Les émissions de gaz à effet de serre et la consommation d'eau sont calculées pour chaque fournisseur de rang 1 de PUMA en fonction de leurs activités et de leur chaîne d'approvisionnement en se basant sur leurs dépenses et leurs secteurs d'activité. Cette modélisation de l'empreinte écologique a permis de montrer que les fournisseurs avaient un grand impact environnemental. Les activités et la chaîne d'approvisionnement de 60 principaux fournisseurs représentent 90% des émissions de gaz à effet de serre et de la consommation d'eau sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement de PUMA. Les données collectées auprès de cette catégorie de fournisseurs comprennent l'utilisation de fuel dans les bâtiments et les véhicules, l'achat d'électricité et de vapeur et la consommation d'eau. PUMA avait auparavant collecté des données auprès de 50 de ces fournisseurs lors d'audits réalisés en 2010. Les fournisseurs restants ont été contactés par le biais de questionnaires en ligne.

Le contact avec les fournisseurs de rang 2 et 3 a permis de connaître leur emplacement. La détermination de l'origine géographique de chaque catégorie de produits (Vêtements, Chaussures, Accessoires) a permis de déterminer la localisation par marché des fournisseurs de rang 4.

4. **Méthodologie : Emissions des gaz à effet de serre.** Pour calculer l'impact des émissions de gaz à effet de serre en termes financiers, PUMA s'est appuyé sur le concept de « Coût Social du Carbone » (SCC, Social Cost of Carbon) ". Le Coût Social du Carbone définit le coût pour la société du changement actuel et à venir du climat (par exemple : baisse de la productivité agricole, augmentation des dégâts dus aux ouragans) attribuable à chaque tonne d'équivalent CO₂ (CO₂e)¹. Le Coût Social du Carbone utilisé ici provient d'un sous-ensemble de l'évaluation du coût social du carbone développée par l'économiste Richard Tol dans son étude de 2009 sur "Les impacts économiques du changement climatique". Plusieurs facteurs jouent un rôle dans l'estimation des coûts sociaux du carbone : la manière dont sont évalués les dommages, la valorisation actualisée des dommages futurs, la manière dont est pris en considération le risque de catastrophes ou encore la pondération entre les différents pays selon leur niveau de revenus. PUMA a appliqué ce qu'il estime être des hypothèses raisonnables pour chacun de ces facteurs. En se fondant sur ces hypothèses, le coût d'une tonne de CO₂e peut être estimé à 66€.

¹ L'équivalent CO₂ (CO₂e) correspond à la concentration de CO₂ qui pourrait accroître le potentiel de réchauffement global de certains gaz à effet de serre. Par exemple, de tels gaz à effet de serre sont le méthane, les perfluorocarbones et l'oxyde nitreux. La mesure du CO₂e se fait en parts par million par volume (ppmv). (CO₂e) émis au cours d'une année donnée.

5. **Méthodologie : Evaluation de l'eau.** La mise en place de cette méthodologie s'appuie sur la nombreuse littérature existante sur le sujet, pondérée en fonction des revenus locaux et de la rareté de l'eau. Les valeurs de l'eau représentent la perte relative à la valeur d'usage indirecte de l'eau en faveur d'autrui tels que la reconstitution d'eau douce, le maintien de l'écosystème et des nutriments résultant de la consommation d'eau tout au long de la chaîne d'approvisionnement de Puma – y compris pour la production des matières premières – et de ses opérations de production. La valeur perdue liée à la diminution de l'eau disponible pour la consommation directe (coût d'opportunité de l'eau) n'est pas comprise dans la méthodologie de l'évaluation de l'eau car elle est supposée être incluse dans le prix payé par PUMA et par ses fournisseurs pour puiser l'eau et l'utiliser.

La valeur indirecte attribuée à l'eau dépend en grande partie de sa rareté. Afin d'évaluer le rapport entre la valeur et la rareté de l'eau, PUMA s'est appuyé sur une sélection de 18 études sur le sujet. En raison de l'insuffisance d'études qui puissent faire l'objet de comparaison, la décision a été prise de ne s'appuyer que sur un sous-ensemble d'études américaines comparables. La valeur de l'eau varie en fonction de la situation géographique et est proportionnelle entre la relation de la valeur et de la rareté.

Le rapport observé entre la rareté (diminution de l'eau disponible en surface et des eaux souterraines comme un pourcentage des ressources actuelles d'eau douce renouvelables) et la valeur a été établi en fonction de l'estimation de la valeur obtenue en se fondant sur des études sur le sujet, et appliqué à travers tous les sites et les pays où PUMA est présent ainsi que dans sa chaîne d'approvisionnement pour évaluer les externalités de l'utilisation de l'eau. L'évaluation du niveau de rareté de l'eau utilisée pour les opérations de PUMA et de sa chaîne d'approvisionnement a été définie au niveau régional quand des informations locales étaient disponibles et sinon au niveau national. Compte tenu des lieux où PUMA est implanté et en prenant en compte l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement, la valeur moyenne pondérée de l'eau est de 0,81 €/m³.

PUMA

PUMA est l'une des plus grandes entreprises au monde dans le domaine du sport et du lifestyle. La Marque crée et développe des chaussures, des vêtements et des accessoires. PUMA s'engage par son action à contribuer à la construction d'un monde meilleur pour les générations futures en encourageant la créativité, le développement durable et la paix, et en s'efforçant d'appliquer l'équité, l'honnêteté, le positivisme à tout instant dans les décisions prises et les actions effectuées. PUMA débute avec le sport et finit avec la mode. Les domaines Sport Performance et Lifestyle englobent les catégories football, running, sport automobile, golf, voile. Le Sport Fashion propose des collaborations avec des designers de renom tels qu'Alexander McQueen, Mihara Yasuhiro et Sergio Rossi. Le groupe PUMA est le propriétaire des marques PUMA, Cobra Golf et Tretorn. L'entreprise, fondée en 1948, distribue ses produits dans plus de 120 pays et emploie plus de 9.000 personnes dans le monde. Elle dispose de plusieurs sièges à Herzogenaurach/Allemagne, Boston, Londres et Hong Kong. Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site <http://www.puma.com>

PPR

Le Groupe PPR développe un ensemble de marques mondiales à fort potentiel de croissance distribuées dans plus de 120 pays. Avec ses marques Grand Public et ses marques de Luxe, PPR a réalisé, en 2010, un chiffre d'affaires de 14,6 milliards d'euros et rassemblait plus de 60.000 collaborateurs au 31 décembre 2010. Le titre de PPR est coté à Euronext Paris (FR 0000121485, PRTP.PA, PFP).

Retrouvez tout l'univers des marques de PPR sur www.ppr.com : le Pôle Luxe (Gucci, Bottega Veneta, Yves Saint Laurent, Balenciaga, Boucheron, Sergio Rossi, Alexander McQueen et Stella McCartney), Puma, Fnac et Redcats (La Redoute, Vertbaudet, Somewhere, Cyrillus, Daxon, Ellos, The Sportsman's Guide, The Golf Warehouse et les marques Grandes tailles).

PPR HOME

En fédérant ses marques autour de PPR Home, son initiative de développement durable, le groupe PPR vise à réaliser la vision de PPR HOME d'un monde meilleur qui serait plus durable – d'un point de vue économique, social et écologique – que celui que nous connaissons et dans lequel nous vivons aujourd'hui. Avec PPR Home, le groupe s'engage à minimiser son impact sur l'environnement, en prenant ses responsabilités et adoptant des mesures volontaristes pour mettre en œuvre les meilleures pratiques d'entreprise. Au-delà du modèle classique de Responsabilité Sociale d'Entreprise, PPR HOME a pour ambition d'établir de nouveaux standards en matière de développement durable qui stimuleront la créativité et l'innovation, et vice-versa, et créeront de la valeur sur le long terme aussi bien sur le plan financier, social qu'environnemental.