



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

PUMA publie son Rapport de développement durable

Herzogenaurach (Allemagne) / Ho Chi Minh (Vietnam), 10 septembre 2009 – La société de sportlifestyle PUMA a publié son cinquième rapport de développement durable. Il apporte une vision approfondie et transparente de « PUMAVision », un programme qui réunit les activités et les initiatives de responsabilité sociale et environnementale de PUMA et accompagne son travail, ses partenariats et son engagement à travers le monde.

Ce document de 121 pages couvre la période 2007/2008 et a été publié exclusivement sur Internet pour des raisons écologiques. Il détaille les actions entreprises par PUMA en matière d'amélioration des conditions sociales et de travail au sein de la chaîne logistique, de formation dans les usines des fournisseurs, de développement de la gamme de produits durables et de réduction de l'empreinte carbone de la société via le volet « puma.safe » de PUMAVision. Il expose en outre les activités de soutien de PUMA aux artistes et aux créateurs à travers le volet « puma.creative » et les initiatives entreprises pour promouvoir la paix dans le monde par le biais de « puma.peace ».

L'intégralité du rapport est disponible sur Internet à : <http://safe.puma.com/us/en/>

« Notre Rapport développement durable PUMAVision 2007/2008 prouve que chez PUMA, nous ne faisons pas que parler du développement durable, nous le mettons en pratique », affirme Jochen Zeitz, Président-Directeur général de PUMA. « Nous sommes fiers de ce que nous avons accompli au fil des ans et de notre engagement en faveur du développement durable et

de normes éthiques fortes, mais nous sommes conscients qu'en matière de responsabilité sociale, tout reste encore à faire. Aujourd'hui plus que jamais, nous approfondissons nos engagements et nous consacrons à une stratégie qui considère le « tout » comme la somme de ses parties : notre PUMAVision. Tout en contribuant à un monde plus sûr, plus pacifique, et plus créatif, nous continuerons à exercer notre influence en tant que citoyens du monde au-delà des limites de l'entreprise, pas seulement pour le bénéfice de nos parties prenantes, mais pour celui de tous. »

Voici quelques-uns des points forts de ce document :

- Une présentation du concept PUMAVision
- Une description concise de la réponse de PUMA face aux challenges auxquels est confrontée l'entreprise : fonctionnement de la chaîne logistique, développement des compétences et initiatives de collaboration avec d'autres marques
- L'élargissement de la gamme de produits durables PUMA grâce aux ballons et aux maillots de football Fair Trade de « Cotton Made in Africa »
- Un compte rendu détaillé des nombreuses initiatives de PUMA en matière de protection de l'environnement, y compris ses progrès pour atteindre un objectif de 25 % de réduction de sa consommation d'énergie et d'eau, ainsi que le tri des déchets dans les bureaux d'ici 2010 et la réduction de son empreinte carbone
- Un résumé des activités de PUMA à travers le monde en coopération avec l'organisation caritative « Peace One Day » afin d'encourager les gens à la paix dans le monde
- Un compte rendu de son soutien au travail de 31 artistes Afro-Américains dans le cadre de l'exposition *30 Americans*
- Un récapitulatif des nombreux projets de PUMA sur le continent africain

Le rapport a été approuvé par l'agence de certification TÜV Rheinland, qui « fait confiance à PUMA AG pour la mise en place d'un système clair et adapté de centralisation, de mesure, de contrôle et de pilotage de ses activités de développement durable, ainsi que pour la présentation d'informations et de faits qui montrent les résultats réels de la société en matière de développement durable à travers le Rapport développement durable 2007/2008 de PUMA. »

L'organisation indépendante Global Reporting Initiative a attribué la note A+ au document.

Les efforts de PUMA pour améliorer ses standards sociaux et environnementaux sont continus. La société de Sportlifestyle soutient la campagne « Seal the Deal ! » menée par les Nations Unies. Cette campagne a pour vocation de renforcer la volonté politique et le soutien du public pour un accord global mondial sur le climat lors de la Conférence annuelle sur le changement climatique à Copenhague, au Danemark, en décembre 2009, afin de stopper le réchauffement climatique et d'empêcher d'autres changements climatiques dans le futur. En tant que participant au Carbon Disclosure Project, PUMA contribue activement à la réduction des émissions de gaz à effet de serre directes et indirectes.

PUMA s'engage à travailler de manière à s'ouvrir au monde en soutenant la créativité, le développement durable et la paix, en restant juste, honnête, positif et créatif dans ses décisions et ses actions. Ces actions s'inscrivent dans le programme PUMAVision, qui accompagne notre travail et se décline en 3 volets : puma.creative, puma.safe et puma.peace.

Contact Media :

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

A propos de PUMA

PUMA est l'un des leaders mondiaux sportlifestyle de chaussures, vêtements et accessoires de sport. La société s'engage à mettre en œuvre des pratiques destinées à soutenir la Paix, la Créativité et la Durabilité basée sur le concept SAFE, et à rester fidèle aux valeurs d'Équité, d'Honnêteté, de Positivité et de Créativité dans toutes ses décisions et ses actions. Le monde de PUMA commence avec le Sport et se termine par la Mode. Ses marques Sport Performance et Lifestyle regroupent des catégories telles que le Football, la Course à pied, les Sports automobiles, le Golf et la Voile. La collection Black Label fait appel à des stylistes de renommée internationale, comme Alexander McQueen, Yasuhiro Mihara et Sergio Rossi. Le groupe PUMA est propriétaire des marques PUMA, Tretorn et Hussein Chalayan. Fondée en 1948, la société distribue ses produits dans plus de 120 pays. Elle emploie plus de 9000 personnes dans le monde, et possède des sièges sociaux à Herzogenaurach en Allemagne, à Boston, à Londres et à Hong Kong. Pour plus d'informations, visitez le site www.puma.com