



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 16 novembre 2011



PPR s'engage à mettre en place un Compte de Résultat Environnemental pour le Groupe d'ici à 2015

Cette approche, novatrice, d'évaluation des impacts environnementaux guidera la stratégie de développement durable des marques de Luxe et de Sport & Lifestyle de PPR.

PPR s'engage aujourd'hui, à travers PPR HOME, l'initiative de développement durable du Groupe, à mettre en place un Compte de Résultat Environnemental pour toutes ses marques de Luxe et de Sport & Lifestyle d'ici à 2015. Ce Compte de Résultat Environnemental fournira une première évaluation monétaire des impacts environnementaux des activités opérationnelles et de la chaîne d'approvisionnement du Groupe. Une telle approche n'a encore jamais été mise en place par un groupe de marques mondiales. Elle jouera un rôle essentiel pour permettre à PPR de développer un modèle économique plus durable.

« Le développement durable ne sert pas seulement à minimiser les risques et à réduire les coûts : c'est un impératif pour que nos marques restent désirables et compétitives dans le futur. Le Compte de Résultat Environnemental Groupe reflète notre implication collective à renforcer l'activité de PPR pour le long terme », a déclaré François-Henri Pinault, Président-Directeur général de PPR. « Le Compte de Résultat Environnemental est une solution pionnière qui nous apportera une meilleure compréhension et une réelle visibilité sur nos activités, afin de nous aider à minimiser notre impact environnemental et de nous permettre de prendre des décisions opérationnelles mieux informées, qui prennent en compte le facteur environnemental. »

Partie intégrante de la stratégie de développement durable à long terme conçue par PPR HOME pour le Groupe, le Compte de Résultat Environnemental déterminera l'impact sur l'environnement – et son évaluation monétaire – imputables à la production et à la vente des produits de toutes les marques de Luxe et de Sport & Lifestyle de PPR. Après un premier examen, les impacts environnementaux spécifiques à chaque marque seront identifiés et analysés un par un. Ils pourront inclure, en fonction des marques, les émissions de gaz à effet de serre, la consommation d'eau, l'utilisation des sols, la pollution atmosphérique et la production de déchets, que ces impacts soient issus des activités opérationnelles ou de la chaîne d'approvisionnement. Ce travail permettra ensuite de compléter le Compte de Résultat Environnemental du Groupe.

« Le Compte de Résultat Environnemental permet de mettre en évidence le coût des activités économiques pour l'environnement : pour maîtriser et réduire nos impacts environnementaux, il faut d'abord les mesurer. Le Compte de Résultat Environnemental Groupe va nous aider à identifier et à comprendre quels sont les points que nous devons améliorer. A partir de cela, nous pourrons nous fixer des objectifs clairs et gérer toutes les activités du Groupe de façon plus durable », a indiqué Jochen Zeitz, Chief Sustainability Officer de PPR. « Cette nouvelle

approche en profondeur est unique en matière de reporting environnemental. Elle va radicalement changer la façon dont nous concevons le modèle économique de nos marques de Luxe et de Sport & Lifestyle. Le Compte de Résultat Environnemental nous servira de base pour améliorer notre performance collective en nous donnant une vision claire de nos performances individuelles. Ainsi, nous pourrions identifier les opportunités, les innovations et les changements qui peuvent être déployés à l'échelle de l'ensemble de nos activités. »

Parallèlement, PPR HOME et Puma ont présenté aujourd'hui les résultats finaux du tout premier Compte de Résultat Environnemental (1), celui de Puma, la principale marque de la division Sport & Lifestyle de PPR. Les enseignements et résultats de cette approche serviront à l'ensemble du Groupe. PPR HOME et Puma ont révélé que l'impact environnemental des cinq domaines clés issus des activités opérationnelles et de la chaîne d'approvisionnement de Puma – émissions de gaz à effet de serre, consommation d'eau, utilisation du sol, pollution atmosphérique et production de déchets – était évalué à 145 millions d'euros pour 2010 (2). Le résultat général (3) montre notamment que :

- Bien plus que les activités opérationnelles directes de l'entreprise, c'est la chaîne d'approvisionnement de Puma qui est responsable de 94 % de l'impact environnemental total, soit 137 millions d'euros.
- Plus de de la moitié (57 %, soit 83 millions d'euros) de l'ensemble des impacts environnementaux de Puma tiennent à la production des matières premières (notamment les bovins pour le cuir, le coton et le caoutchouc) au niveau des fournisseurs de rang 4 de la chaîne d'approvisionnement de Puma.
- Seuls 6 % de ces impacts, soit 8 millions d'euros, proviennent des activités opérationnelles centrales de Puma comme les bureaux, les entrepôts, les magasins et la logistique, 9 % (13 millions d'euros) étant imputables aux fournisseurs de rang 1, tandis que les 85 % restant (124 millions d'euros) relèvent des fournisseurs de rang 2 à 4.
- Les émissions de gaz à effet de serre représentent 90 % de l'impact total des bureaux, magasins et entrepôts de Puma.

Ces coûts n'affectent pas le bénéfice net de Puma. Ils serviront de mesure de référence pour tendre vers la réduction des impacts des activités de l'entreprise et de tous les niveaux de sa chaîne d'approvisionnement. PPR utilisera les conclusions de son Compte de Résultat Environnemental Groupe de la même manière.

« Le Compte de Résultat Environnemental de Puma met en évidence l'immense valeur des services rendus par l'écosystème à l'entreprise, et sur lesquels reposent ses activités. Il montre aussi les impacts environnementaux réels de l'activité économique qui ne sont pas encore pris en compte dans le reporting environnemental actuel des entreprises », a expliqué Jochen Zeitz. « En tant qu'entreprises, nous ne pouvons plus continuer à négliger les externalités liées à notre activité. En mettant en place un Compte de Résultat Environnemental Groupe, nous préparons l'avenir, et nous défendons clairement une stratégie de développement durable plus énergique et plus ferme. En commençant par réaliser ces analyses pour les marques de notre groupe, nous fournirons des exemples qui permettront à d'autres acteurs du secteur de s'engager dans la prise en compte des impacts de leur activité sur l'écosystème. »

Pour pouvoir accompagner les marques et leur fournir expertise et ressources au cours des différentes étapes de la mise en place du Compte de Résultat Environnemental Groupe, PPR renforce actuellement son équipe de développement durable au sein de PPR HOME. Un spécialiste de la gestion de l'énergie vient ainsi de la rejoindre pour commencer à explorer les opportunités de réduction des émissions de gaz à effet de serre. PPR a également recruté un spécialiste de la conservation et des services écosystémiques, qui va être chargé d'élaborer des définitions acceptable par le plus grand nombre pour le coton et le caoutchouc durables, et de développer ensuite des normes internes pour leur approvisionnement.



Un dossier de presse électronique comprenant le communiqué de presse du Compte de Résultat Environnemental de PUMA et accompagné de documents explicatifs est disponible sur simple demande et sur www.puma.com.

Notes :

1. Le Compte de Résultat Environnemental de PUMA et sa méthodologie ont été développés en collaboration avec PricewaterhouseCoopers LLP et Trucost PLC. Ils s'appuient sur des techniques écologiques et économiques reconnues et sur un grand nombre de recherches dans le domaine de l'économie de l'environnement et des ressources naturelles. L'équipe de PwC Sustainability and Climate Change a apporté son expertise particulière dans les domaines de l'évaluation environnementale et du reporting d'entreprise, tandis que Trucost a partagé son expérience et ses compétences sans équivalents concernant l'analyse des principaux indicateurs de performance environnementale de la chaîne de valeur et des externalités environnementales.
2. Le détail des résultats du Compte de Résultat Environnemental de Puma par type d'impact (consommation d'eau, émissions de gaz à effet de serre, utilisation des sols, pollution atmosphérique et production de déchets) est disponible sur www.puma.com
3. L'ensemble des résultats du Compte de Résultat Environnemental de PUMA est disponible sur www.puma.com



A propos de PPR HOME

En fédérant ses marques autour de PPR HOME, son initiative de développement durable, le Groupe PPR vise à réaliser sa vision 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 en 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.

A propos de PPR

Le Groupe PPR développe un ensemble de marques mondiales à fort potentiel de croissance distribuées dans plus de 120 pays. En 2010, PPR a réalisé un chiffre d'affaires de 14,6 milliards d'euros et rassemblait plus de 60 000 collaborateurs au 31 décembre. L'action PPR est cotée à Euronext Paris (FR 0000121485, PRTP.PA, PPFPP).

Retrouvez tout l'univers des marques de PPR sur www.ppr.com : le pôle Luxe (Gucci, Bottega Veneta, Yves Saint Laurent, Alexander McQueen, Balenciaga, Boucheron, Girard-Perregaux, JeanRichard, Sergio Rossi et Stella McCartney), le pôle Sport & Lifestyle (Puma, Volcom, Cobra, Electric et Tretorn), Fnac et Redcats.



Contacts

PPR HOME / International :	Mich Ahern	+44 (0) 7908 507672	mich.ahern@gmail.com
PPR / France :	Paul Michon	+33 (0) 1 45 64 63 48	pmichon@ppr.com
	Claire Fretellière	+33 (0) 1 45 64 63 31	cfretelliere@ppr.com

Site Internet : www.ppr.com