



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

PUMA veut devenir neutre en carbone en 2010

La société de Sportlifestyle compensera l'empreinte carbone générée par les voyages à destination et au départ d'Afrique du Sud de ses équipes participant à la Coupe du Monde

Séoul, Corée/ Herzogenaurach, Allemagne, 22 avril 2010 - La société de Sportlifestyle PUMA a annoncé jeudi, au cours de la conférence « Business for the Environment Summit » (B4E) qui se tenait à Séoul, qu'elle compenserait la totalité de ses émissions mondiales de CO₂ et deviendrait ainsi la première société neutre en carbone de l'industrie du Sportlifestyle. En outre, PUMA prendra à sa charge la compensation de toutes les émissions de CO₂ générées par les déplacements internationaux des équipes de football sponsorisées par PUMA et qui participent, cet été, à la Coupe du Monde de Football en Afrique du Sud.

« Devenir la première société de Sportlifestyle à être neutre en carbone s'inscrit logiquement dans notre mission consistant à devenir la société de Sportlifestyle la plus désirable et la plus durable au monde, » a déclaré Jochen Zeitz, président-directeur général de PUMA. « Nous avons également pris très au sérieux le défi que nous avait lancé le PNUE de compenser l'empreinte carbone générée par les voyages vers l'Afrique du Sud de nos équipes de football internationales. Au vu de notre engagement vis-à-vis de l'environnement et de notre collaboration de longue date avec le football africain, il nous paraissait évident de soutenir cette initiative. Nous espérons, d'ailleurs, faire des émules auprès des autres parties prenantes à la Coupe du Monde FIFA 2010. »

PUMA compensera ses émissions directes et indirectes de CO₂ en finançant des projets en Afrique qui répondront à la fois aux besoins des communautés locales, préserveront la biodiversité et entreront dans le cadre des programmes de RSE. Le portefeuille de projets de compensation destinés à l'Afrique est en cours de vérification par une société d'audit reconnue mondialement afin de déterminer sa conformité aux normes de qualité internationales régissant les projets de compensation, telles que le Mécanisme de développement propre (MDP), le Gold Standard et le Voluntary Emission Reduction Standard. L'empreinte carbone totale de PUMA est également vérifiée en externe à l'aide d'une méthodologie similaire appliquée au siège de la société lui-même neutre en carbone.

L'objectif du programme de développement durable mis en place par PUMA étant de réduire sa consommation d'eau et d'énergie, ses déchets et ses émissions de CO₂ de 25 % d'ici à 2015 ; la quantité d'émissions de CO₂ à compenser diminuera au fil des ans. Néanmoins, pour aller au-delà de la simple économie d'énergie, PUMA exigera de ses bureaux, magasins et entrepôts locaux qu'ils utilisent, dans la mesure du possible, des sources d'énergie électrique renouvelables afin de s'aligner avec le siège « PUMAVision » en Allemagne. Cette initiative permettra de réduire considérablement l'empreinte carbone des bâtiments. En outre, en compensation pour les émissions de CO₂ restantes générées par son siège social, PUMA soutient activement un parc éolien basé en Turquie. Grâce à toutes ces actions, le siège est devenu le premier siège social neutre en carbone de l'industrie du Sportlifestyle et des articles de sport.

PUMA a commencé à intégrer son programme de développement durable dans le fonctionnement de l'entreprise et dans son cycle de production. Cette volonté éco-responsable est devenue l'essence même de PUMA. Le football étant au cœur des activités de la société, il était on ne peut plus naturel que PUMA réponde favorablement à la demande du Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) qui souhaitait que toutes les Fédérations de Football participant à la Coupe du Monde 2010 en Afrique du Sud compensent les déplacements de leurs équipes nationales. PUMA

compensera donc l'empreinte carbone de ses équipes de foot, soit un total de 336 joueurs et officiels. Parmi les équipes PUMA qualifiées pour la Coupe du Monde, on retrouve l'Algérie, le Cameroun, la Côte d'Ivoire, le Ghana, l'Italie, la Suisse et l'Uruguay. Pour aller encore plus loin et souligner l'importance de l'appel à l'action du PNUE, PUMA a décidé de compenser également tous les déplacements et hébergements locaux de ses équipes.

Depuis cinq ans, PUMA recueille des E-KPI (Indicateurs clés de performance environnementale) de tous ses bureaux, entrepôts et magasins afin de déterminer l'empreinte carbone totale annuelle de sa société. Les émissions mondiales de PUMA sont classifiées conformément au Protocole des gaz à effet de serre et incluent à la fois les émissions directes générées par les gaz, les carburants et le parc automobile, les émissions indirectes générées par l'électricité et la vapeur des bureaux, magasins et entrepôts, et même d'autres émissions indirectes provenant des voyages d'affaire. La compensation des émissions de CO₂ de PUMA ne concerne pas les émissions générées par le transport des produits PUMA. Toutefois, PUMA exige de ses partenaires commerciaux qu'ils réduisent également leur propre empreinte carbone.

De plus, PUMA souhaite compenser l'empreinte carbone de ses employés en subventionnant à hauteur de 50 % les émissions produites lors de leurs trajets de et vers leur lieu de travail. Jochen Zeitz, le PDG de PUMA compensera également, et à ses frais, sa propre empreinte carbone, notamment ses émissions de CO₂ directes et indirectes.

###

Vous trouverez de plus amples informations sur le programme de développement durable de PUMA et sur les initiatives actuelles dans le rapport de développement durable de PUMA.

http://ir2.flife.de/data/puma_csr/igb_html/index.php?bericht_id=1000001

Contact média :

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

Kerstin Neuber - Communication Corporate - PUMA AG - +49 9132 81 2984 - kerstin.neuber@puma.com

Notes aux rédacteurs :

De nombreuses émissions de carbone [indiquées ci-dessus] ne font pas partie du Protocole de Kyoto ; les actions de PUMA sont donc totalement volontaires. La compensation des émissions de CO₂ par PUMA ne concerne pas les émissions générées par le transport et la fabrication des produits PUMA.

PUMA

PUMA est l'une des marques de sportlifestyle majeures dans le monde. Elle conçoit et fabrique des chaussures, vêtements et accessoires de sport tout en s'engageant pour la Paix, la Création et le Développement Durable. La marque défend les valeurs d'Équité, d'Honnêteté et de Créativité dans toutes ses décisions et ses actions. L'univers PUMA s'étend du Sport jusqu'à la Mode. Ses marques Sport Performance et Lifestyle regroupent des catégories telles que le Football, le Running, les Sports automobiles, le Golf et la Voile. Les lignes Sport Fashion comptent des collaborations avec des stylistes de renommée internationale tels que Alexander McQueen, Yasuhiro Mihara et Sergio Rossi. Le groupe PUMA est propriétaire des marques PUMA et TRETORN. 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

À propos de PUMAVision

Chez PUMA, nous pensons que notre position en tant que leader créatif dans le domaine du Sportlifestyle nous donne la possibilité et la responsabilité de contribuer à un monde meilleur pour les générations à venir. Selon notre vision, PUMAVision, un monde meilleur doit être plus sûr, plus pacifique, et plus créatif que le monde dans lequel nous vivons aujourd'hui. 4Keys est l'outil que nous avons développé afin de rester fidèles à PUMAVision, et nous l'utilisons en nous demandant constamment si nous sommes justes, honnêtes, positifs et créatifs dans tout ce que nous entreprenons.

Nous pensons qu'en restant fidèles à nos valeurs, en inspirant passion et talent à nos collaborateurs, en travaillant de façon durable et innovante, et en faisant tout notre possible pour rester justes, honnêtes, positifs et créatifs, nous continuerons à fabriquer des produits que nos clients adorent, tout en essayant de nous approcher jour après jour au plus près de cette conception d'un monde meilleur. PUMAVision aspire à un monde plus sûr, plus pacifique et plus créatif pour les générations à venir. Grâce aux programmes de puma.safe (consacré aux enjeux environnementaux et sociaux), puma.peace (pour la paix dans le monde) et puma.creative (qui soutient les artistes et les organismes de création), nous traduisons cette vision de manière réelle et concrète.