



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### **Un nouveau système d'emballage et de distribution chez PUMA pour économiser plus de 60% de papier et d'eau par an**

***PUMA lance la prochaine grande étape de son Programme de développement durable à long terme avec la mise en place d'un système d'emballage respectueux de l'environnement***

**Londres / Herzogenaurach, Allemagne, 13 avril 2010** – Après la mise en œuvre réussie des normes sociales et environnementales (puma.safe) au cours des dix dernières années et l'introduction de l'initiative PUMAVision l'année dernière, la société de Sportlifestyle PUMA a lancé, ce mardi au Musée du Design de Londres, la prochaine grande étape de son ambitieux programme de développement durable à long terme. Avec l'introduction de son système innovant d'emballage et de distribution durable créé par le célèbre designer industriel, Yves Béhar, PUMA est en passe de définir de nouvelles normes au sein de l'industrie du Sportlifestyle. Cette solution réduira considérablement le nombre de déchets et d'émissions de CO<sub>2</sub> générés habituellement par des emballages tels que des boîtes à chaussures ou des sacs en polyéthylène. Elle permettra également à PUMA d'atteindre son objectif visant à diminuer de 25% le carbone, l'énergie, l'eau et les déchets ainsi qu'à développer, d'ici 2015, 50% de ses collections internationales de chaussures, vêtements et accessoires selon des normes durables de bonnes pratiques.

Au cours des cinq dernières années, PUMA a recensé les principaux indicateurs de performance environnementale (IPE) au sein de ses bureaux et de ses magasins à travers le monde et a identifié plusieurs domaines majeurs dont l'entreprise doit s'occuper afin de réduire davantage son « empreinte écologique ». Pour cela, PUMA lance la prochaine grande étape des initiatives puma.safe de son programme de développement durable à long terme en présentant des objectifs ambitieux à atteindre d'ici 2015. Les principaux objectifs de PUMA comprennent :

- Une réduction de CO<sub>2</sub>, d'énergie, d'eau et de déchets de 25% dans les bureaux, les magasins, les entrepôts PUMA et les usines des fournisseurs directs.
- Une réduction de 75% de la consommation de papier dans les bureaux avec des initiatives visant à compenser le pourcentage de papier restant, telles que la plantation d'arbres.
- Une réduction de 25% de CO<sub>2</sub> grâce à des solutions de transport de produits efficaces de ses partenaires logistiques.
- Une collaboration avec ses fournisseurs stratégiques et ses prestataires de services logistiques pour leur permettre de compenser leur propre empreinte sur le long terme.
- L'introduction de la norme relative à l'indice de durabilité environnementale de PUMA (S-Index) qui servira de référence pour les produits durables et présentera les caractéristiques durables du produit aux consommateurs.
- D'ici 2015, 50% des collections internationales de PUMA seront fabriquées selon la norme S-Index grâce à l'utilisation de matériaux durables tels que du coton biologique, du coton *Made in Africa* ou du polyester recyclé et grâce à la mise en place de bonnes pratiques en matière de processus de production.

Afin de veiller à la réalisation de ces objectifs, un comité consultatif externe composé d'experts en développement durable a été mis en place. Il a pour but de conseiller PUMA sur ses missions et de contrôler le programme de développement durable.

*« Pendant longtemps, notre mission a été de devenir la société de Sportlifestyle la plus désirable. Avec cette étape de notre programme de développement durable, notre mission a évolué et consiste désormais à devenir la société de Sportlifestyle la plus désirable mais aussi la plus durable au monde », a déclaré Jochen Zeitz, Président du Directoire de PUMA. « Grâce à PUMAVision et à notre programme puma.safe, nous avons déjà commencé à diminuer nos émissions de carbone, à restreindre l'usage de transports qui consomment trop de carburant, à recycler et à réutiliser les matériaux disponibles ainsi qu'à réduire notre consommation d'eau et de papier. »*

Grâce à PUMAVision, notre vision d'un monde meilleur, les initiatives entrent dans le cadre des trois domaines d'actions constitués par puma.safe, puma.peace et puma.creative afin d'amener la société à employer des systèmes et des pratiques plus propres, plus écologiques, plus sûrs et plus durables tout en contribuant à la paix et en soutenant la créativité et les arts. Avec le programme puma.safe, l'objectif principal de PUMA est de redonner à l'environnement ce qu'on lui a pris. Le

travail acharné et les efforts de PUMA pour améliorer les normes de travail ainsi que les normes sociales et environnementales au travers de ses actions datent de 1999. Dès lors, la société n'a eu de cesse d'intégrer des pratiques respectueuses de l'environnement destinées à réduire son impact sur la planète et a mis en œuvre plusieurs initiatives de grande ampleur telles que l'approvisionnement en matières premières grâce à la campagne *Cotton made in Africa*, l'établissement de la capacité de production de ses fournisseurs ainsi que l'ouverture du premier siège social neutre en carbone de l'industrie, le siège social de PUMAVision à Herzogenaurach, en Allemagne, l'année dernière, après avoir rejoint le Réseau pour un climat neutre des Nations unies (Climate Neutral Network).

La prochaine grande étape pour que PUMA devienne la société de Sportlifestyle la plus désirable et la plus durable au monde consiste à mettre en place un système d'emballage et de distribution des produits PUMA innovant qui permettra de diminuer la consommation de papier pour les boîtes à chaussures de 65% et les émissions de carbone de 10 tonnes par an. Les matériaux d'emballage restants seront entièrement durables d'ici 2015. PUMA s'est associé au designer Yves Béhar, dont le studio Fuseproject est basé à San Francisco, pour repenser la façon dont les millions de paires de chaussures vendues chaque année sont emballées : moins d'emballage signifie moins de matières premières, une consommation et une production d'eau et d'énergie réduites, moins de poids à envoyer et par conséquent, moins de matériaux à éliminer. Béhar a dessiné un « petit sac intelligent » destiné à remplacer la boîte à chaussures en carton. Ce sac à chaussures protège chaque paire de chaussures de sa sortie d'usine jusqu'au consommateur final générant ainsi des économies de production grâce à une diminution du nombre de matériaux, une réduction du poids lors du transport et la suppression de sacs de transport en plastique. Grâce à ce concept, la diminution de la consommation de papier de 65% permet à PUMA de réduire sa consommation d'eau, d'énergie et de carburant de plus de 60% par an au niveau de la fabrication. En d'autres termes, environ 8 500 tonnes de papier en moins seront consommées, 20 millions de mégajoules d'électricité seront économisées, 1 million de litres de carburant en moins seront utilisés et 1 million de litres d'eau seront économisés. Au cours du transport, 500 000 litres de carburant seront économisés et enfin, la différence de poids provenant du remplacement des sacs traditionnels par un sac intégré plus léger peut faire économiser jusqu'à 275 tonnes de plastique.

*« J'étais enthousiaste à l'idée de m'associer à PUMA et de contribuer à un tel changement des règles du jeu », a déclaré Yves Béhar. « L'initiative de PUMA de s'attaquer à l'un des problèmes les*

*plus ambitieux de l'industrie de la distribution en matière d'environnement et de développement durable était stimulante. En modifiant entièrement le processus d'emballage et de distribution, nous espérons que notre nouvelle solution design complète encouragera d'autres entreprises du secteur à suivre notre exemple. »*

Les collections de vêtements PUMA seront désormais emballées dans des matériaux durables qui remplaceront les traditionnels sacs en polyéthylène. Ainsi, 720 tonnes de sacs en polyéthylène en moins seront utilisées par an, ce qui équivaut à une économie de 29 millions de sacs en plastique, soit la superficie de 1 000 terrains de football. De plus, les T-shirts PUMA seront pliés une fois supplémentaire de façon à réduire la taille de l'emballage pour ainsi diminuer les émissions de CO<sub>2</sub> et les frais de transport.

Avec l'utilisation de sacs biodégradables durables dans les magasins PUMA, la société de Sportlifestyle espère en plus économiser 192 tonnes de plastique et 293 tonnes de papier par an.

Le déploiement de ce nouveau système d'emballage et de distribution est prévu pour le second semestre 2011.

Cependant, le programme de développement durable à long terme de PUMA ne s'arrêtera pas à la réalisation des ambitions citées précédemment. La société s'engage à réduire davantage son impact sur l'environnement en travaillant sur des systèmes en boucle fermée et sur des programmes de recyclage des déchets. PUMA continuera de rechercher des solutions innovantes qui réduisent la consommation de ressources et compensera son « empreinte écologique » lorsque de telles actions ne sont pas possibles.

PUMA effectuera sa prochaine annonce importante en matière de développement durable dans le cadre de la conférence des Nations unies « The Business for the Environment Summit (B4E) » qui aura lieu à Séoul, les 22 et 23 avril 2010.

##

**PE INTERNATIONAL a réalisé une évaluation du cycle de vie, de l'ensemble du processus de fabrication (y compris l'approvisionnement des matériaux et les vecteurs d'énergie) jusqu'à la fin de la vie, tout en analysant la performance environnementale des différentes options d'emballage de chaussures. Material ConneXion a effectué des recommandations relatives aux matériaux, aux méthodes de fabrication et au processus de développement durable auprès du studio Fuseproject d'Yves Béhar pour PUMA.**

**Un dossier de presse numérique ainsi que des visuels sont disponibles sur demande.**

**Vous trouverez de plus amples informations sur le concept de développement durable PUMAVision 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=100001](http://ir2.flife.de/data/puma_csr/igb_html/index.php?bericht_id=100001)**

### **Contact Media :**

Ulf Santjer - Directeur de la Communication - PUMA AG - + 49 170 565 8228 - [ulf.santjer@puma.com](mailto:ulf.santjer@puma.com)

Kerstin Neuber - Responsable Communication - PUMA AG - +49 170 562 6763 - [kerstin.neuber@puma.com](mailto:kerstin.neuber@puma.com)

## **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](http://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.

## **YVES BÉHAR**

---

Designer industriel de renommée mondiale et fondateur du projet Fuseproject, Yves Béhar s'engage à promouvoir des modes de vie durables et est à l'origine de créations innovantes telles que l'ordinateur portable XO (dans le cadre du projet One Laptop Per Child), la première lampe à LED Herman Miller, et d'autres produits durables dans les domaines de la mode, du lifestyle, du sport et de la technologie.