



## Αγορά

Η PUMA είναι ένας από τους μεγαλύτερους προμηθευτές αθλητικών υποδημάτων, ενδυμάτων και αξεσουάρ, παγκοσμίως. Διαθέτει μια διεθνή βάση διανομής, που φτάνει σε καταστήματα λιανικής, πολυκαταστήματα και μπουτίκ, σε περισσότερες από 120 χώρες στον κόσμο.

Στην καρδιά της εταιρικής στρατηγικής της βρίσκεται η συνεχής επιδίωξη για μια περισσότερο ευέλικτη και αποδοτική οργάνωση, ικανή να ανθίσει σε μια ολοένα και πιο δυναμική και ταχύρρυθμη βιομηχανία. Για τον λόγο αυτό, τα τελευταία έτη η PUMA έχει αποκεντρώσει τη δομή της, προσπαθώντας να δημιουργήσει την πρώτη πραγματικά εικονική αθλητική εταιρεία, δημιουργώντας, μεταξύ άλλων τον ιστοτόπο [www.PUMA.com](http://www.PUMA.com) (2000), που κατέστη κερδοφόρος από το πρώτο κιόλας έτος λειτουργίας του, με υποστήριξη του τοπικού ηλεκτρονικού εμπορίου με τοπικές σελίδες στα Γερμανικά, Γαλλικά, Κορεατικά, Ιαπωνικά και Τσεχικά (2002).

Η PUMA Hellas είναι μέλος του Ομίλου Επιχειρήσεων ΓΛΟΥ Α.Ε.Ε. Από το 1994 ως σήμερα έχει σημειώσει αλματώδη αύξηση κύκλου εργασιών, φθάνοντας το 2005 τα € 50 εκατομμύρια (από μόλις € 2 εκατ. το 1994). Η PUMA Hellas, με πελατοκεντρική φιλοσοφία και ισχυρή επικοινωνιακή πολιτική (total marketing), έχει επιτύχει να καταστήσει την PUMA πρώτη στις προτιμήσεις των Ελλήνων καταναλωτών, με μερίδιο αγοράς περίπου 30%, με δεύτερη τη NIKE (27,5%) και τρίτη την Adidas (22%).

## Επιτεύγματα

Η PUMA έχει προμηθεύσει με τα προϊόντα της και έχει στηρίξει χορηγικά πλήθος κορυφαίων αθλητών και ομάδων του πλανήτη, που έχουν γραφτεί ανεξίτηλα στις σελίδες της παγκόσμιας αθλητικής ιστορίας, με Ολυμπιακά Μετάλλια, παγκόσμια πρωταθλήματα και ρεκόρ επιδόσεων. Ανάμεσά τους οι: Armin Hary, Pele, Abebe Bikila, Johan Cruyff, Guillermo Vilas, Bruno Conti, Evelyn Ashford, Martina Navratilova, Lothar Matthaus, Jonathan Edwards, Heike Drechsler, Dieter Baumann, Linford Christie, Colin Jackson, Oscar De La Hoya.

Το 1999 πέντε αθλητές στίβου της PUMA κερδίζουν τον τίτλο του Παγκόσμιου

Πρωταθλητή στα Παγκόσμια Πρωταθλήματα της IAAF στη Σεβίλλη: ο Colin Jackson (110μ. μετ' εμποδίων), ο Wilson Kipketer (800μ.), ο Christopher Kosgei (3000μ. ανώμαλος), η Παρασκευή Τσιαμήτα (άλμα εις τριπλούν) και ο Noah Ngeny (παγκόσμιο ρεκόρ, 1000μ.).

Ανάμεσα στις ποδοσφαιρικές ομάδες που περιλαμβάνει το "χαρτοφυλάκιο" της PUMA συγκαταλέγονται οι: Εθνική ομάδα της Ιταλίας, Monaco, Fulham, Stuttgart, Ολυμπιακός, S.S. Lazio, Villarreal, Hamburg, Tottenham, ενώ στο World Cup 2006, από τις 32 ομάδες, οι 12 μετέχουν με το σήμα της PUMA.

## Ιστορία

Το 1924 ιδρύεται στο Herzogenaurach της Γερμανίας η "Gebroder Dassler Schuhfabrik" που το 1948 μετονομάζεται σε "PUMA Schuhfabrik Rudolf Dassler". Το ίδιο έτος η PUMA δημιουργεί και εισάγει στην αγορά το PUMA Atom, το πρώτο εξειδικευμένο ποδοσφαιρικό της παπούτσι.

Το λογότυπο της PUMA εμφανίζεται για πρώτη φορά το 1958, στα παπούτσια που φορούν οι παίκτες των εθνικών ομάδων ποδοσφαίρου Βραζιλίας και Σουηδίας, στο Παγκόσμιο Κύπελλο που διεξάγεται στη Σουηδία. Το 1959 Η εταιρεία μετατρέπεται σε Ε.Π.Ε. με την επωνυμία "PUMA - Sportschuhfabriken Rudolf Dassler KG".

Η PUMA είναι ο πρώτος κατασκευαστής αθλητικών υποδημάτων που χρησιμοποιεί την τεχνολογική προηγμένη μέθοδο κατασκευής ενθείωσης. Το 1968 η PUMA γίνεται ο πρώτος κατασκευαστής που προσφέρει αθλητικά παπούτσια με δέστρες από Velcro®. Το 1976 η PUMA εισάγει την επαναστατική τεχνολογία S.P.A., ενώ το 1982 ο Armin A. Dassler ανακαλύπτει την σόλα Duoflex.

Το 1986 η Ε.Π.Ε. PUMA μετατρέπεται σε συμμετοχική εταιρεία. Οι μετοχές της εισάγονται στα χρηματιστήρια Μονάχου και Φρανκφούρτης.

Το 1989 η PUMA λανσάρει το σύστημα αθλητικού υποδήματος "Trinomic", ενώ το 1990 παρουσιάζει το "INSPECTOR", ένα σύστημα για τα παιδικά παπούτσια, όπου το άνοιγμα στην μεσαία σόλα επιτρέπει την παρακολούθηση της ανάπτυξης του ποδιού.

Το 1991 η PUMA εισάγει το αθλητικό παπούτσι υψηλής τεχνολογίας "PUMA DISC SYSTEM" και ξεκινά μια αποκλειστική συνεργασία με την Pittards, καταξιωμένη εταιρεία επεξεργασίας δέρματος, με έδρα στην Αγγλία.

Το 1994 γεννιέται η επιτυχημένη πρωτοβουλία της PUMA για τους ερασιτέχνες, το Street Soccer. Το 1996 η PUMA παρουσιάζει την τεχνολογία PUMA CELL, όπου για πρώτη φορά η σόλα στην μέση δεν έχει αφρό. Την ίδια χρονιά η PUMA αποκτά αντιπρόσωπο στην Βόρεια Αμερική και ιδρύει



τη θυγατρική πλήρους κυριότητας PUMA North America, Inc. Το 1997 αρχίζει τις δραστηριότητές της η νέα ιταλική θυγατρική της PUMA και ιδρύεται η πρώτη κοινοπραξία της PUMA στη Χιλή.

Το 1998, όντας πλέον η κυρίαρχος αθλητική μάρκα, η PUMA αναμειγνύει τη μόδα με τον αθλητισμό και ξεκινά μια συνεργασία με τον σχεδιαστή Jil Sander, λανσάροντας μαζί μια συλλογή υποδημάτων. Στο Παγκόσμιο Κύπελλο, τα ποδοσφαιρικά παπούτσια της PUMA φοριούνται από το 23% των παικτών. Το 1999 Η PUMA ανοίγει το πρώτο της κατάστημα λιανικής τύπου Concept Store στη Santa Monica, California.

Το 2001 η PUMA διεισδύει δυναμικά στη σκανδιναβική αγορά με την απόκτηση του Ομίλου Tretorn. Το 2003 ιδρύει τη θυγατρική "PUMA Japan K.K." και την ίδια χρονιά η πλειοψηφική μέτοχος της PUMA, "Monarchy/Regency", πουλά τις μετοχές της στην PUMA, σε μια ευρεία βάση από θεσμικούς επενδυτές. Για πρώτη φορά από την ίδρυσή της η PUMA AG λειτουργεί χωρίς πλειοψηφικό μέτοχο.

## Προϊόν

Η PUMA επιδιώκει να ενσωματώνει ξεχωριστά σχέδια και παγκόσμιο στυλ σε κάθε σειρά προϊόντος, αναμειγνύοντας επιρροές από τον αθλητισμό, την καθημερινή ζωή και τη μόδα. Αυτή η μείξη είναι γνωστή ως "Sportlifestyle" και, με αυτή την έννοια, το "προϊόν" που προτείνει η PUMA στους καταναλωτές της δεν είναι απλώς κορυφαίας ποιότητας αθλητικά είδη, αλλά ένας δραστήριος τρόπος ζωής.

Η PUMA θεωρεί τον αθλητισμό φιλοσοφία ζωής - μια φιλοσοφία που τονίζει την υγεία και την ευημερία, σωματική και ψυχική. Καθώς ο αθλητισμός σημαίνει διαφορετικά πράγματα σε διαφορετικούς ανθρώπους, η PUMA τον



προσεγγίζει μέσα σε ένα γενικότερο πλαίσιο τρόπου ζωής, χωρίς να πραγματοποιεί παραχωρήσεις στον τομέα της απόδοσης. Αυτός είναι ο ακριβής ορισμός της έννοιας "Sportlifestyle", όπως τη χρησιμοποιεί η μάρκα.

### Πρόσφατες εξελίξεις

Το 1993, στην ηλικία των 30 ετών, ο Jochen Zeitz ορίστηκε Διευθυντής και Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου της PUMA. Κατά την διάρκεια των ετών που ακολούθησαν, ο Zeitz επαναπροσδιόρισε το εταιρικό όραμα της PUMA, το επικέντρωσε στην ανάκτηση των



διαφόρων αγορών και επιστράτευσε μια διοικητική ομάδα ανωτάτου επιπέδου. Επίσης, εισήγαγε ένα επιχειρηματικό σχέδιο μακροπρόθεσμης στρατηγικής ανάπτυξης τριών φάσεων.

Η Φάση I διεξήχθη κατά τα έτη 1993-1997, οπότε δημιουργήθηκε μια ισχυρή οικονομική βάση και βελτιώθηκαν τα ίδια κεφάλαια της εταιρείας. Η Φάση II (1997-2002) στόχευσε στην επανατοποθέτηση της μάρκας μέσω επενδύσεων στο μάρκετινγκ και στην ανάπτυξη νέων προϊόντων. Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση των Φάσεων I και II, φθάνοντας τα 1 δισ. ευρώ σε πωλήσεις πέρα από τα προγραμματισμένα, η PUMA ξεκίνησε την Φάση III το 2002. Η φάση IV μόλις ξεκίνησε. Στόχος της να γίνει περαιτέρω εκμετάλλευση της μάρκας PUMA, δημιουργώντας επιθυμητή και επικερδή



ανάπτυξη, με παράλληλη θετική συνεισφορά στο περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί η εταιρεία.

### Προώθηση

Από το 1999, η μάρκα εφαρμόζει μια δυναμική, αναπτυσσόμενη οργάνωση λιανικών πωλήσεων μέσω των καταστημάτων τύπου Concept, σε πολλές μεγάλες μητροπόλεις του κόσμου. Την ίδια εποχή ξεκινά η συνεργασία της PUMA με τη διάσημη Αμερικανίδα τενίστρια Serena Williams που, με χορηγό την PUMA, κερδίζει το πρώτο της U.S. Open το 1999 και το 2002 κερδίζει το U.S. Open, το Roland-Garros και το Wimbledon, φθάνοντας στην κορυφή της παγκόσμιας κατάταξης.

Από το 2000, η PUMA χορηγεί την Εθνική Ομάδα Ποδοσφαίρου του Καμερούν, η οποία κερδίζει το Αφρικανικό Κύπελλο των Εθνών και, έξι μήνες μετά, το πρώτο Χρυσό Ολυμπιακό Μετάλλιο της στο Σίδνεϋ. Το 2002 το Καμερούν κερδίζει και πάλι το Αφρικανικό Κύπελλο των Εθνών, φορώντας την επαναστατική αμάνικη εμφάνιση της PUMA, η οποία "ντύνει" και τη Serena Williams στο Roland-Garros, σε υποστήριξη της εθνικής ομάδας ποδοσφαίρου του Καμερούν στο Παγκόσμιο Κύπελλο του 2002.

Το 2000 ξεκινά η συνεργασία της PUMA με την Porsche και την Sparco για την παραγωγή πυρίμαχων υποδημάτων για τους οπαδούς του μηχανοκίνητου αθλητισμού και το 2001 η PUMA συνάπτει συνεργασία με τη Jordan Grand Prix. Το ίδιο έτος η PUMA αναλαμβάνει την χορηγία του Travis Pastrana, παγκόσμιου πρωταθλητή του μοτοκρός, ο οποίος το 2002 κερδίζει το Χρυσό Μετάλλιο στα Gravity Games πραγματοποιώντας επτά backflips και το 2003 το Χρυσό στα X-Games.

Το 2001 η PUMA λανσάρει μια εξαιρετικά δημοφιλή διεθνή σειρά υποδημάτων κατόπιν συνεργασίας με τον Ιάπωνα σχεδιαστή Yasuhiro Mihara.

Τα έτη 2003, 2004 και 2005 η PUMA συνεργάζεται με τη Ferrari και τον απόλυτο σταρ της Formula I Michael Schumacher και παράλληλα διατηρεί το συμβόλαιο με τις BMW Williams, Renault και WRC.

Η PUMA Hellas επενδύει σημαντικά κεφάλαια στο χώρο του ποδοσφαίρου με τη χορηγία του ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥ και επιπλέον τεσσάρων ομάδων της Α' Εθνικής. Στο χώρο του αθλητισμού συνεχίζεται η παράδοση των Ελλήνων Ολυμπιονικών με τους Φιλιππίδη και Καρασταμάτη.

Παράλληλα με τις ομάδες της Α' Εθνικής η PUMA ανανάωσε το συμβόλαιο συνεργασίας με τον Rivaldo ενώ κυριαρχεί σε συνεργασίες με ανεξάρτητους ποδοσφαιριστές.

Πέρα από τις αθλητικές δραστηριότητες, η PUMA Hellas επενδύει σημαντικά και στο χώρο του entertainment με σταρ από όλους τους χώρους των media, της μόδας και των καλλιτεχνών όπως η Δέσποινα Βανδή, ο Μιχάλης Χατζηγιάννης, ο Κώστας Σόμμερ, η Σμαράγδα Καρύδη, ο Κωνσταντίνος Μαρκουλάκης, η Ελένη Πετρούλακη κ.ά.

### Αξίες

Καθ' όλη την διάρκεια της ζωής της, η PUMA έχει παραμείνει πιστή στις τέσσερις αρχές της: κληρονομιά, άθλημα, τεχνολογική καινοτομία και σχεδιασμό. Οι κεντρικές αξίες που διέπουν την προσωπικότητα της μάρκας και την κουλτούρα της εταιρείας είναι: Πάθος, Δεκτικότητα, Αυτοπεποίθηση και Επιχειρηματικότητα.

Η PUMA διατηρεί ζωντανή την διαρκή επίγνωση ότι έχει τις ρίζες της στον παθιασμένο κόσμο του αθλητισμού. Η ιστορία της μάρκας αντηχεί τις επιτυχίες μεγάλων αθλητών και θρυλικών επιδόσεων, που γιορτάστηκαν σε



στάδια σε κάθε γωνιά του κόσμου. Η PUMA κατασκευάζει προϊόντα που έχουν σχεδιαστεί για να διευκολύνουν τις ατομικές επιδόσεις των αθλητών που, με τη σειρά τους, προκαλούν τον ενθουσιασμό των φιλάθλων.

Η Δεκτικότητα είναι απαραίτητη για την διατήρηση στην κορυφή, όταν η αγορά και οι συνθήκες μεταβάλλονται με τις σημερινές ιλιγγιώδεις ταχύτητες. Η Αυτοπεποίθηση εκφράζει την πίστη στις ατομικές ικανότητες κάθε ενός εργαζόμενου στην PUMA, πάνω στην οποία βασίζεται η επιτυχής αντιμετώπιση των προκλήσεων κάθε ημέρας. Τέλος, η Επιχειρηματικότητα σημαίνει σκέψη έξω από τα τετριμμένα, στροφή δεξιά όταν άλλοι πάνε αριστερά και έμπνευση πέρα από τα προφανή όρια του επιχειρηματικού μας κόσμου. Αυτή η δημιουργικότητα εμπνέει διαχρονικά τη στρατηγική και δραστηριότητα της μάρκας PUMA.

[www.puma.com](http://www.puma.com)

ΙΣΩΣ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΑΤΕ ΟΤΙ...

### PUMA

- Στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1936 στο Βερολίνο, ο αμερικανός ήρωας Jesse Owens κερδίζει τέσσερα χρυσά μετάλλια φορώντας παπούτσια Dassler. Παπούτσια Dassler φορά και κάθε μέλος της γερμανικής ομάδας ποδοσφαίρου, 7 νικητές χρυσών μεταλλίων που καταρρίπτουν δύο παγκόσμια και τρία ολυμπιακά ρεκόρ και 5 νικητές χάλκινων μεταλλίων.
- Το 1948, στον πρώτο ποδοσφαιρικό αγώνα μετά τον Β' Παγκόσμιο πόλεμο, παπούτσια PUMA φορά ο σκόρερ της Εθνικής Ομάδας Δυτικής Γερμανίας του πρώτου μεταπολεμικού γκολ, Herbert Burdenski.
- Το 1968 ο Jim Hines, φορώντας παπούτσια PUMA, γίνεται ο πρώτος άνδρας που ολοκληρώνει την κούρσα των 100μ. σε λιγότερο από 10 δευτερόλεπτα.
- Το 1985 ο Γερμανός Boris Becker κερδίζει το Wimbledon με παπούτσια και ρακέτα PUMA. Εξακολουθεί ως σήμερα να είναι ο πιο νέος και ο μοναδικός παίκτης εκτός ταμπλό που κερδίζει αυτή τη διοργάνωση.
- Φορώντας παπούτσια PUMA, ο θρύλος Diego Maradona παίζει το 1982 στο πρώτο του Παγκόσμιο Κύπελλο και το 1986 οδηγεί τη χώρα του στον Παγκόσμιο Τίτλο, σκοράροντας το διάσημο γκολ "Με το χέρι του Θεού", αλλά και το γκολ με την εκπληκτική ατομική προσπάθεια, που αργότερα θα ψηφιστεί επίσημα ως το Γκολ του Αιώνα από τη FIFA.