Puma : allier fonction et design

Autor(en): **Ramp, Colin**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Mobile : la revue d'éducation physique et de sport**

Band (Jahr): **5 (2003)**

Heft 3

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-996034

Nutzungsbedingungen

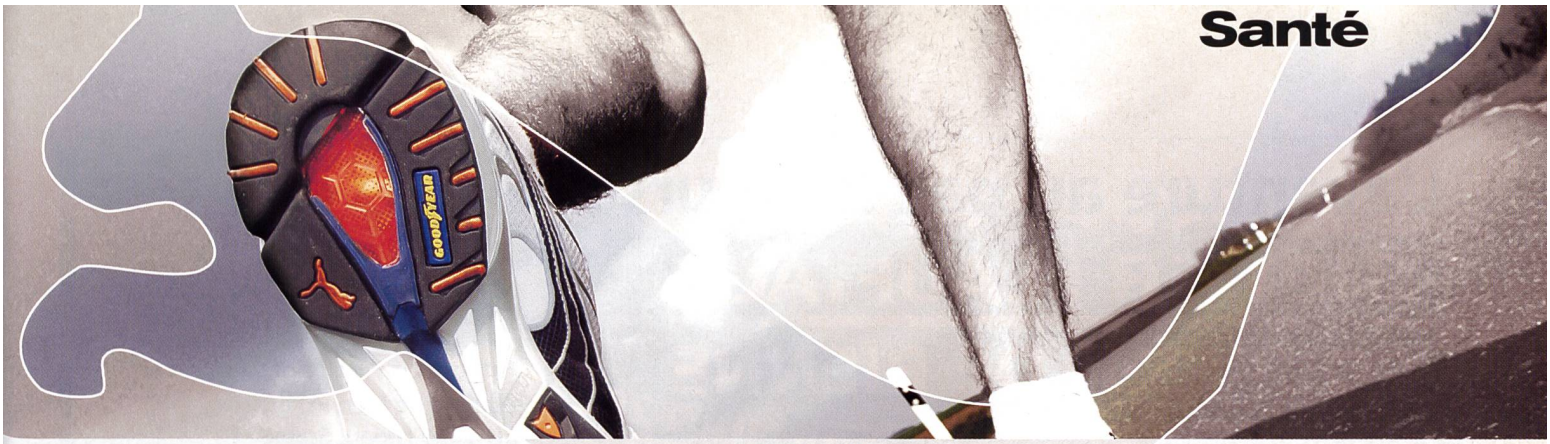
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch



Pieds et sport (3a)

Puma – allier fonction et design

A l'instar des athlètes, les équipementiers sportifs connaissent des hauts et des bas. Puma en a fait l'expérience. Colin Ramp, responsable des relations publiques, nous explique comment la marque a réussi à remonter la pente.

Il semble que l'exercice 2002 ait été bon pour Puma. Mais en a-t-il toujours été ainsi? Colin Ramp: Nous avons connu une croissance incroyable ces dernières années. En 2002, notre chiffre d'affaires a par exemple augmenté de 52,1 %, passant à 909,8 millions d'euros et l'on s'attend à une nouvelle progression cette année. Pourtant, il ne faut pas oublier que Puma avait touché le fond en 1994. Depuis 1996, nos produits ont commencé à remonter la pente. Grâce notamment aux chaussures de course, très porteuses en termes de «lifestyle». Dans ce domaine comme dans tous les autres, nous essayons d'ailleurs d'associer sport et «lifestyle».

Quels sont les axes prioritaires de votre stratégie en matière de chaussures? Avec les modèles de football, de tennis et différentes séries spéciales pour le skating et les sports motorisés, la chaussure de running représente une part importante de nos ventes totales de chaussures. Nos modèles sont subdivisés en 3 catégories: «Stabile Cushioning» (stabilité), «Cushioning» (entraînement) et «Lightweight» (compétition). Les qualités premières d'une chaussure de running sont de stabiliser le pied, d'amortir les chocs et d'accélérer. On peut en ajouter deux autres, tout aussi importantes: protéger le mieux possible les articulations, les tendons et les muscles du coureur et résister à l'usure, la semelle ne doit pas perdre ses qualités au fil des kilomètres.

On sait que 60 à 70 % des gens ne font pas suffisamment d'exercice. Leurs muscles et tendons sont affaiblis et leurs pieds présentent des déformations dont il faut tenir compte pour offrir un soutien idéal. C'est pourquoi la catégorie «Cushioning» est la plus importante.

L'achat d'une nouvelle paire de chaussures peut entraîner des désillusions. A quoi faut-il prêter particulièrement attention? La conversation avec le client est un moment essentiel! Des conseils compétents (tenant compte de l'utilisation, de la fréquence des séances d'entraînement, du style de course, du type de terrain emprunté, de l'anatomie du pied et des éventuels problèmes physiques du coureur) sont indispensables, surtout pour préserver la santé du client. Hélas, le design continue de jouer un rôle excessivement important, notamment dans le domaine des chaussures. Puma a pourtant réussi à allier fonction et design dans ses chaussures de running.

Tournons-nous vers l'avenir. Quel genre de chaussures porterons-nous dans cinq ans? En cinq ans, l'intention de se muscler ne progressera pas beaucoup. Notre résolution – prévenir plutôt que guérir – sera donc encore prioritaire. Celui qui met à contribution son corps et donc ses pieds par un certain niveau de performance ne doit jamais négliger de fortifier sa musculature. Les chaussures continueront certainement à contribuer à cette amélioration. Soutenir et dans le même temps amortir, tout en étant agréable à porter est le but de chaque fabricant. Egalement dans le futur.

Moins nous marchons pieds nus, moins nous entraînons la musculature de nos pieds et plus les blessures augmentent. Pourquoi dans ces conditions porter des chaussures? Votre question est parfaitement légitime. Ce triste constat est une conséquence de notre société axée sur le bien-être. Notre tâche consiste à développer des chaussures dont les propriétés permettent de prévenir les problèmes physiques. N'oublions pas non plus que les athlètes de pointe auront toujours besoin de chaussures optimales. Et nous entendons bien leur fournir les outils dont ils ont besoin.

Quelle chaussure choisir?

Nous recommandons aux coureurs qui hésitent sur le type de chaussures à acheter ou qui se sentent mal conseillés de jeter un coup d'œil au CD-ROM, aux dossiers de formation et au guide rédigé à l'intention des acheteurs de chaussures de running; ces trois supports d'information peuvent être commandés gratuitement chez PUMA à l'adresse info.ch@puma.com.

L'aventure au pas de course

BIELER LAUFTAGE
COURSES DE BIENNE

13./14. JUNI / JUIN 2003

Rentenanstalt
Swiss Life

TROPHY SLV FSA

Bienne – Suisse

45e Course des 100-km
Marathon 42,2 / 21,1 / 10,5 km
Kids Run 0,5–3,0 km

Formules d'inscriptions:
Courses de Bienne, CP 224
CH-2560 Nidau, Suisse
Tél. ++41 (0)32 331 87 09
Fax ++41 (0)32 331 87 14
Internet: www.100km.ch
E-Mail: lauftage@compuserve.com

www.floortec.ch

Nous construisons des surfaces sportives «indoor» et «outdoor»

FLOOR TEC

Sport- und Bodenbelagssysteme AG

Bächelmatt 4 • 3127 Mühlethurnen
Tél. 031 809 36 86 • m.wenger@floortec.ch

Christelirain 2 • CH-4663 Aarburg
Tél. 062 791 12 63

Schachenstrasse 15a • CH-6010 Kriens
Tél. 041 329 16 30

place au sport!

PERMANENTE AUSSTELLUNG IN MÜHLETHURNEN

Bergfrühling «Viola»

Brunftzeit der Rothirsche im Schweizerischen Nationalpark

Herbstleuchten

Spezielle Angebote und Programme für Schulen, Studiengruppen & Vereine
Grosse Auswahl an vielfälltigen Gruppenunterkünften in der Umgebung des Schweizerischen Nationalparks

Weitere Informationen:
TOP Engadin · CH-7524 Zuoz
Tel +41 (0)81 851 20 20 · Fax +41 (0)81 851 20 24
info@topengadin.ch · **www.engadina.ch**

BON pour le nouveau catalogue en couleurs (156 pages)! Envoyez le bon ou commandez par e-mail.

Prénom
Nom
Rue
NP/Lieu
Tél.
E-Mail

mob