



Communiqué de presse

21 juillet 2016

## **C&A à nouveau reconnu pour son engagement éco-durable par Textile Exchange**

C&A a une nouvelle fois été reconnu comme **le plus gros acheteur en volume de coton biologique au monde** par textile Exchange dans son rapport 2016 sur le marché du coton biologique. Une place tout en haut du « Top 10 des plus gros utilisateurs de coton organique en volume » que l'enseigne occupe chaque année depuis 2012.

L'engagement éco-durable de C&A est également souligné dans deux autres domaines clés pour l'enseigne puisqu'elle se place en cinquième position dans l'achat de **duvet responsable** et en dixième place pour celui du **Lyocell\*** selon le rapport 2016 de Textile Exchange sur le marché des fibres et matériaux durables. Cette année, Textile Exchange a pu prendre en compte un nombre record de sociétés dans ses différents classements : 89 contre seulement 56 l'an dernier.

« Ce maintien de notre première position dans la filière du coton biologique et nos excellentes performances dans le duvet et le Lyocell, sont le fruit du **travail considérable réalisé par nos designers, nos acheteurs et nos responsables de l'approvisionnement partout dans le monde**. Ces résultats sont encourageants car ils montrent que nos efforts d'approvisionnement en matières premières durables font aujourd'hui la différence et que **nous améliorons notre impact environnemental et social** », souligne Jeffrey Hogue, Directeur du Développement Durable Monde chez C&A. « Nous restons néanmoins concentrés sur nos objectifs pour 2020 avec en ligne de mire une offre en coton 100% biologique. Nous souhaitons également améliorer notre approvisionnement et faire en sorte que 67% de nos matières premières proviennent de sources durables certifiées d'ici cette date. »

*\* Le Lyocell est une fibre fabriquée à partir de pulpe de bois.*



## Intensifier les efforts pour 2020

Il y a plus de dix ans, C&A introduisait le coton biologique dans ses collections, posant ainsi la première pierre de son engagement éco-durable. L'enseigne s'était alors fixé l'objectif d'accroître progressivement l'utilisation de fibres biologiques et de matériaux durables pour la confection de ses collections.

Parce que le coton représente aujourd'hui **60% de ses collections**, le choix du coton biologique est plus que jamais déterminant pour l'enseigne. Il permet à C&A de réduire l'impact environnemental de sa production de coton :

- il évite le recours aux engrais synthétiques et pesticides dangereux,
- il réduit la consommation d'eau jusqu'à 90%,
- et fait diminuer de 46% l'empreinte climatique liée à cette production.

Grâce au coton biologique, C&A a évité l'émission de plus de 115 000 tonnes de dioxyde de carbone l'an dernier.

En 2015, C&A a vendu **plus de 138 millions d'articles en coton biologique certifié** dans le monde, soit plus que n'importe quelle autre marque de mode. Désormais ce sont **40% des articles en coton de l'enseigne qui sont fabriqués à partir de coton durable**, qu'il s'agisse de coton biologique ou de coton cultivé dans le cadre de la Better Cotton Initiative.

Fort de son expérience, C&A souhaite s'investir davantage en 2016 dans le coton biologique ainsi que dans d'autres matériaux durables pour la confection de ses collections. **Dès l'automne 2016, 100% des duvets et plumes utilisés dans ses produits seront certifiés selon la norme éthique RDS** (Responsible Down Standard).

Bien que de grands progrès aient été accomplis dans ce domaine, C&A continuera d'utiliser son envergure et sa position sur le marché pour collaborer avec d'autres marques, d'autres détaillants, la Fondation C&A et des ONG afin de **promouvoir l'utilisation de matériaux plus durables**.

Pour en savoir plus sur l'engagement éco-durable de C&A :  
[www.c-a.com/sustainabilityreport2015](http://www.c-a.com/sustainabilityreport2015).



### **À propos de C&A**

Avec plus de 60 000 employés, près de 2 000 magasins dans 23 pays du monde et une présence en ligne grandissante, C&A est l'une des enseignes leaders sur le marché de la mode en Europe. Elle accueille chaque jour plus de 2,5 millions de visiteurs dans ses magasins européens et s'emploie à offrir une mode tendance et accessible pour toute la famille. Depuis ses débuts en 1841, l'enseigne s'est toujours efforcée d'être à l'avant-garde et d'offrir la meilleure qualité possible à ses clients, au meilleur prix.

Plus d'informations sur : [www.c-a.com](http://www.c-a.com)

### **Contact presse :**

Département communication C&A France

Emilie Blot

T. : 01.44.88.75.10

[emilie.blot@canda.com](mailto:emilie.blot@canda.com)