

NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL ET C&A À LA DÉCOUVERTE D'UNE MODE ÉCOLOGIQUE

Berlin, le 09 mai 2016

À l'occasion de l'avant-première européenne du documentaire **"For the Love of Fashion"**, **Alexandra Cousteau**, experte des différentes problématiques de l'eau et du développement durable et petite-fille de Jacques-Yves Cousteau, et **Jeffrey Hogue**, Chef du département Développement Durable chez C&A, ont souligné la **nécessité de trouver un modèle de production plus durable pour le coton**. "Près de la moitié des vêtements fabriqués dans le monde est réalisée à partir de coton, mais la culture du coton traditionnel impacte aujourd'hui la planète de manière irrémédiable", a expliqué Alexandra Cousteau lors de la projection du film à Berlin. "Nous sommes ravis de prendre part à ce documentaire qui met en avant des moyens plus écologiques de cultiver le coton. Nous aimerions **donner envie aux marques et aux consommateurs d'opter naturellement pour le coton biologique**, qui présente de nombreux avantages sociaux, économiques et écologiques", ajoute Jeffrey Hogue.

Le documentaire d'une heure présenté par Alexandra Cousteau, met en lumière la nécessité de se tourner vers des méthodes de production plus durables. Lors de son enquête en Inde, aux Etats-Unis et en Allemagne, elle révèle que 2,4% des terres cultivées dans le monde le sont pour la production de coton et que celles-ci représentent 24% des ventes mondiales d'insecticides et 11% des ventes mondiales de pesticides. Le **coton organique**, quant à lui, équivaut à moins de 1% des récoltes mondiales annuelles mais engendre des **bénéfices économiques et environnementaux considérables**.

Dans le documentaire, Alexandra Cousteau s'aventure dans les champs de coton de l'état du Madhya Pradesh, en Inde et part à la rencontre de fermiers indiens dont la qualité de vie s'est améliorée depuis qu'ils ont opté pour des méthodes de production écologiques. Elle rencontre également des bénévoles œuvrant pour des ONG en Inde et interroge en Allemagne et aux Etats-Unis des leaders de l'industrie textile ainsi que les experts du développement durable de C&A, une des enseignes de mode les plus engagées sur cette question. L'exploratrice met ainsi en évidence le besoin de **se tourner rapidement vers une production textile organique** et la **nécessité d'une prise de conscience internationale** sur le sujet. "Les consommateurs européens doivent comprendre que leurs choix ont un impact sur l'essor de la production de coton durable dans les pays en développement", explique Jeffrey Hogue, Chef du département Développement Durable chez C&A.

Deborah Armstrong, Vice-Présidente Exécutive de National Geographic Partners Europe, précise : "Pour National Geographic, la science, l'exploration et le storytelling ont le pouvoir d'aider à changer le monde. **La manière dont nos vêtements sont produits a un impact sur notre environnement**, et c'est malheureusement un sujet auquel peu de personnes pensent tous les jours. "For the Love of Fashion" met en évidence les conséquences de cette production et **propose des solutions pour impliquer nos téléspectateurs** partout dans le monde."

Le documentaire sera diffusé en avant-première sur National Geographic Channel au mois de mai dans plusieurs pays européens dont la France. Rendez-vous sur www.natgeotv.com pour découvrir ses horaires de diffusion.

###

À propos de National Geographic Channels

Les chaînes National Geographic représentent la branche télévision et production de National Geographic Partners, une joint-venture entre 21st Century Fox et la National Geographic Society. En tant que leader mondial de la programmation de documentaires scientifiques, d'aventure et d'exploration de qualité, le groupe compte : National Geographic Channel (NGC), Nat Geo Wild, Nat Geo People et Nat Geo MUNDO. Il possède également sa propre unité de production télévisuelle, National Geographic Studios. Ces chaînes incarnent l'engagement de la National Geographic Society à l'exploration, la conservation et à l'éducation grâce à des émissions innovantes et divertissantes, réalisées par des équipes talentueuses aux quatre coins du monde, et avec des profits visant à soutenir la mission qu'elle s'est donnée. Au niveau mondial, NGC est accessible depuis plus de 440 millions de foyers dans 171 pays et 45 langues ; Nat Geo WILD est disponible dans 131 pays et 38 langues. National Geographic Partners est également un leader sur les réseaux sociaux, avec 250 millions de fans sur ses différentes pages. NGC possède plus de 55 millions de fans dans le monde uniquement sur Facebook. Plus d'informations sur : www.natgeotv.com et www.natgeowild.com.

À propos de C&A Europe

Avec plus de 1 575 magasins dans vingt pays européens et 35 000 employés, C&A est l'une des enseignes leaders sur le marché de la mode en Europe. Elle accueille chaque jour plus de deux millions de visiteurs dans ses magasins européens et s'emploie à offrir une mode tendance et accessible pour toute la famille. L'enseigne est également présente au Brésil, au Mexique et en Chine. En 2012, C&A est devenu l'un des plus gros revendeurs de vêtements en coton biologique : la marque a ainsi vendu 85 millions de pièces en coton biologique, ce qui représente 30% de ses ventes de vêtements en coton (ce chiffre est passé à 38% en 2013). En 2014, C&A a été la première enseigne au niveau mondial à utiliser du coton organique certifié ; elle a également obtenu la première place du classement de *Textile Exchange* des Dix Meilleurs Utilisateurs de Coton Organique ("*Top Ten Users of Organic Cotton*").

Plus d'informations sur : www.canda.com

À propos d'Alexandra Cousteau

En tant qu'exploratrice en résidence pour National Geographic, réalisatrice et militante écologique concernant les différentes problématiques de l'eau, Alexandra Cousteau perpétue l'héritage de son grand-père Jacques-Yves Cousteau et de son père, Philippe Cousteau. Elle s'est faite porte-parole de la conservation et de la gestion durable des ressources en eau pour préserver la planète. Ses initiatives globales visent à inspirer et à responsabiliser les individus à protéger les océans et sa faune, mais également les communautés qui dépendent des ressources en eau douce. Alexandra a été nommée *Young Global Leader* par le World Economic Forum en 2010, intégrant ainsi une communauté qui vise à promouvoir des actions pour un futur durable. En 2008, elle a rejoint les National Geographic Emerging Explorers, une élite composée de onze précurseurs visionnaires qui repoussent les limites de l'exploration et de l'aventure tout en réfléchissant à la résolution de problèmes globaux. Alexandra a également fondé Blue Legacy International en 2008, avec pour objectif de responsabiliser les individus à assainir l'eau dans le monde. Sous sa supervision, Blue Legacy a réalisé des expéditions sur les six continents et a produit plus de cent court-métrages récompensés, initiant un grand nombre d'actions individuelles à travers le monde. Alexandra collabore également avec Oceana en tant que conseillère afin de promouvoir leur travail au profit des océans auprès d'une large audience, à travers des expéditions et des événements.

CONTACTS :

Fox International Channels - Elena Panayides
Directrice Trade Marketing et Communication Europe
Téléphone : 0044 (0) 203426 7276
E-mail : elena.panayides@fox.com

C&A Europe - Thorsten Rolfes
Responsable Communication Corporate
Téléphone : 0049 (0) 211 9872 - 2749
E-mail : thorsten.rolfes@canda.com