



Communiqué de presse

C&A dévoile sa nouvelle stratégie de marque

- C&A lance aujourd'hui la prochaine étape de sa stratégie de modernisation avec la nouvelle campagne de marque « You Do You & We Do The Fashion ».
- Le repositionnement renforce l'ambition de devenir une marque de mode européenne centrée sur le consommateur, lequel n'a pas besoin de faire de compromis entre un meilleur rapport qualité-prix et des styles à la fois modernes et naturels.
- Il met également en relief l'engagement constant de C&A pour des valeurs telles que la qualité et des prix abordables, mais aussi la durabilité et l'inclusivité.

Düsseldorf, 15 septembre 2022 – L'enseigne de mode C&A a lancé aujourd'hui sa nouvelle campagne de marque, qui sera un élément essentiel de sa stratégie de transformation. Fidèle au message « You Do You & We Do The Fashion », C&A renforce sa position de marque européenne de mode centrée sur le consommateur et répond ainsi au besoin des consommateurs de vêtements sans effort, élégants et abordables. Cette campagne souligne l'engagement constant C&A pour des valeurs telles que la durabilité et l'inclusivité.

La nouvelle stratégie de la marque a été établie à la suite d'une étude de marché approfondie auprès de 14 000 consommateurs dans six pays européens et qui a donné des résultats clairs : les consommateurs accordent leur préférence à une marque qui combine accessibilité financière, durabilité, qualité et style. C&A répond désormais à ces critères en proposant des collections d'un excellent rapport qualité-prix pour que les consommateurs se sentent bien dans leur peau et qui s'adaptent à leur style de vie. « Ces dernières années, nous avons franchi plusieurs caps importants dans notre processus de devenir une marque de mode moderne. Dans un monde qui évolue rapidement, nous voulons être la marque de confiance qui permet aux consommateurs de ne pas devoir faire de compromis entre un excellent rapport qualité-prix et des styles modernes et naturels », déclare Maik Kleinschmidt, Head of Marketing chez C&A Europe.

La campagne de la marque bénéficie d'une nouvelle imagerie. Elle repose sur des images émotionnelles, élégantes, naturelles et authentiques dans les spots télévisés, l'affichage, la communication dans les magasins C&A et sur les canaux numériques à travers l'Europe. Elle offrira un immense potentiel de croissance au-delà de la clientèle habituelle, en s'adressant à de nouveaux groupes de consommateurs qui disposent d'un budget limité, mais qui veulent quand même opter pour un style vestimentaire moderne et intemporel.

À propos de C&A

Avec plus de 1300 boutiques réparties dans 17 pays européens et plus de 31 000 collaborateurs, C&A est l'une des principales enseignes de mode en Europe. Chaque jour, C&A accueille environ deux millions de visiteurs dans ses boutiques en Europe et propose une mode de qualité à prix abordables pour toute la famille. Pour de plus amples informations, veuillez consulter notre site Internet : <https://www.c-and-a.com>

**Contact presse**

Betty Kieß, Head of Corporate Communications C&A Europe

Wanheimer Strasse 70 | 40468 Düsseldorf

press@canda.com

C&A Mode AG | Vesna Mitrovic | External Affairs / Brand & Fashion PR Switzerland |

vesna.mitrovic@canda.com

Suivez-nous

- www.linkedin.com/company/c&a/
- www.instagram.com/ca
- www.facebook.com/ca