



14 mars 2012

C&A S'ENGAGE POUR UN COTON DURABLE ET RESPONSABLE

D'ici 2020, tous les articles de l'enseigne seront fabriqués en coton dit « durable ».

Le coton durable est cultivé avec des engrais et pesticides moins artificiels que ceux utilisés pour le coton conventionnel. Par ailleurs, les producteurs de coton durable sont garants de la protection des végétaux, d'une utilisation optimale de l'eau et de la protection des sols.

« Passer au coton durable d'ici 2020 constitue un autre jalon dans la stratégie de développement durable de notre marque », explique Andreas G. SEITZ, porte-parole de la Direction C&A Europe.

En parallèle, C&A souhaite accélérer la vente de vêtements en coton biologique certifié. Le coton biologique certifié par le label, Organic Exchange 100 (OE100) est soumis à des exigences encore plus strictes que le coton durable. Le coton biologique est cultivé sans l'utilisation de produits chimiques artificiels et de pesticides. Par ailleurs, la plante est cultivée à partir de graines qui ne sont pas génétiquement modifiées et nécessite beaucoup moins d'eau que le coton conventionnel. Il ne s'agit pas seulement de protéger l'environnement et les ressources dans les territoires de culture du coton, mais aussi de protéger la santé des producteurs locaux. Pour C&A, l'engagement de l'entreprise pour le coton biologique est considéré comme un investissement d'avenir qui profitera à l'Homme et à son environnement, comme à la société toute entière.

En 2011, les ventes de vêtements en coton biologique C&A ont atteint 32 millions d'articles contre 26 millions en 2010, soit une augmentation de 20%. La proportion de produits en coton biologique parmi toutes les collections, a déjà augmenté d'environ 13%.

L'objectif de C&A est de doubler ses ventes annuelles à plus de 60 millions d'articles en coton biologique d'ici 2013. Un objectif qui devrait même être atteint cette année.

Ainsi C&A renforce sa position comme l'un des premiers vendeurs de vêtements en coton bio au monde.

«Nous sommes très satisfaits de l'augmentation de la demande concernant les vêtements en coton bio, car elle reflète une réponse positive du marché à la production de vêtements issus du développement durable. Nos clients apprécient notre engagement à offrir des vêtements tendance au meilleur prix mais également de le faire en mettant le développement durable au cœur de nos préoccupations », ajoute Andreas G. SEITZ.

L'engagement va bien au-delà de la simple vente des vêtements bio.

C&A coopère également avec divers organismes, aide les agriculteurs à changer leurs méthodes de culture, organise des formations avec les fournisseurs et investit dans des programmes de développement globaux visant à étendre les capacités de production de coton organique. Tout cela contribue également à améliorer la situation économique des producteurs de coton en développement.

Bien que le coût du coton biologique soit actuellement encore plus élevé que celui du coton conventionnel, C&A n'a pas répercuté la différence de prix sur ses produits destinés à la vente. C'est pourquoi C&A vend les produits en coton bio au même prix que le coton traditionnel en prenant le surcoût à sa charge.

C&A souhaite par ailleurs lancer une vaste campagne pour informer ses clients sur les avantages des produits en coton bio. Une campagne d'information qui vise à accroître encore la sensibilisation du public à cette cause et dont tous les aspects concernant le coton biologique et le développement durable sont développés de manière ludique sur le site dédié www.welovebio.com.

C&A est l'un des leaders de l'habillement en Europe pour la femme, l'homme et l'enfant. Aujourd'hui implantée dans 18 pays européens avec plus de 1.300 magasins, C&A a su fidéliser une large clientèle, qui lui permet d'occuper une place significative sur chacun des marchés.

En France, C&A gère plus de 120 points de vente, en centre-ville, en centre commercial et en périphérie des grandes villes. Tous les magasins C&A privilégient le confort d'achat, la lisibilité de l'offre, la liberté de choix et d'essayage et la qualité du service.

La vocation de distributeur de C&A repose sur la volonté de toujours proposer l'assortiment le plus large avec le meilleur rapport choix/mode/qualité. C&A offre à ses clients des collections complètes pour la femme, l'homme et l'enfant, avec 10 marques différentes, une gamme de tailles toujours très large et des prix très étudiés.

Contact presse C&A France

PIETRI | PUBLICIS CONSULTANTS – 01 53 70 27 27

Olivier.josserand@pietri.pubconsultants.fr - olivia.fournier@pietri.pubconsultants.fr