



A C&A ambiciózus célokat tűz ki Új globális fenntarthatósági stratégia 2028-ig

- Az elért 2020-as fenntarthatósági célok által vezérelve a C&A bemutatja az új fenntarthatósági stratégiáját a 2028-ig terjedő időszakra

Düsseldorf, 2021.07.15. – A C&A divatcég ma bejelentette új 2028-as globális fenntarthatósági stratégiájának ([Global Sustainability Strategy](#)) elindítását Európa, Brazília, Mexikó és Kína kulcsfontosságú piaci számára. Eközben a korábbi évekre visszatekintve a C&A arról is beszámol, hogy elérte a 2020-ra kitűzött célok nagy részét, amint azt a ma közzétett legújabb globális fenntarthatósági jelentés ([Global Sustainability Report](#)) részletezi.

A pozitív eredmény megerősítette a C&A-t abban, hogy merészebb és ambiciózusabb célokat határozzon meg a 2028-ig terjedő időszakra. Az új stratégia szerint a vállalat a vásárlók lehetőségeit szeretné jelentősen kibővíteni, hogy a még fenntarthatóbb divatot választhassák. Megfogalmaznak olyan ambiciózus és tudományosan megalapozott célokat is, melyek a klímaváltozás elleni harchoz járulnak hozzá és még nagyobb hangsúlyt fektetnek a körkörösség elvére. A divatipar egyik piacvezetőjeként az elmúlt években a C&A a fenntartható anyagok felhasználása tekintetében nagy előrelépést tett, most új kulcsfontosságú célokat határozott meg az európai működésére a 2028-ig terjedő időszakra:

- Az alapanyagok 100% -át fenntarthatóbban kell beszerezni¹.
- 10 termékből 7 termék élettartamának meghosszabbítása az innováció és a körkörösség elveinek összekapcsolása által.
- Az egyszer használatos műanyagok 50% -át fenntartható alternatívákkal váltja ki az üzletekben, az online shopban és a beszállítói láncban.

Az elmúlt öt év során a C&A jelentős lépéseket tett annak érdekében, hogy a fenntarthatóság átalakuljon réteg témából egy sokakat foglalkoztató, hangsúlyos témává. A középpontban az az elképzelés állt és áll, hogy a vásárlók számára megkönnyítse a fenntartható divat beszerzését. Az új

¹ A C&A a fenntarthatóbb alapanyagokat úgy határozza meg, mint a harmadik fél által tanúsított alapanyagok arányát. Ide tartozik többek között:

- az Organic Content Standard (OCS) vagy a Global Organic Textile Standard (GOTS) által tanúsított biopamut
- a Better Cotton Initiative (BCI) védjeggyel ellátott pamut
- a CanopyStyle Initiative feltételei alapján előállított viszkóz
- az újrahasznosított poliészter a Global Recycled Standard (GRS), a Recycled Claim Standard (RCS) vagy ezekkel egyenértékű tanúsítvánnyal
- a Responsible Down Standard (RDS) szabvány feltételeinek megfelelően előállított pelyhely

stratégia hangsúlyozza a vállalat elkötelezettségét, hogy folytassa jelenlegi útját és még fenntarthatóbbá váljon.

Giny Boer, a C&A Europe vezérigazgatója elmondta: „A #wearthechange szlogennel megkérjük vásárlóinkat, hogy divatos, megfizethető és felelősségteljesen készített ruhákat hordjanak. A legfrissebb eredmények azt mutatják, hogy vásárlóink velünk együtt szeretnék megtenni az utat a divat fenntarthatóbb világa felé. Ezért örömmel jelentjük be az új ambíciózus célokat.”

A legfrissebb globális fenntarthatósági jelentés megerősíti, hogy a C&A továbbra is az egyik legnagyobb tanúsított biopamut felvásárló a világon. A jelentés további fő pontjai (C&A Global):

- 2020-ra a fenntarthatóbb pamut felhasználása 96%-ra emelkedett, a 2016. évi 53%-ról, ezzel majdnem teljesítette a vállalat 100%-os célkitűzését.
- 2020-ban a C&A 68%-kal több fenntartható nyersanyagot használt fel, amivel nemcsak elérte, de 1%-kal meg is haladta a kitűzött célt.
- A C&A folyamatos iparági vezető szerepet tölt be a körkörösség terén: 2020-ban gyártotta az első Cradle to Cradle Certified™ platina farmer szövetet ([Cradle to Cradle Certified™ Platinum denim fabric](#)). A divatipart a körkörös divat felé tereli az eddig piacra dobott több mint négy millió Cradle to Cradle Certified™ termékével.

Az elért céljaitól vezérelve a C&A továbbra is küldetésének tekinti, a fenntarthatóbb alapanyagok beszerzését, innovatív megoldások keresését és a ruházati cikkek tartósságának javítását az igazán körkörös divat elérése érdekében.

„Büszkék vagyunk arra, hogy elértük a 2020-as fenntarthatósági céljaink nagy részét. Ez az, ami megalapozza a még ambíciózusabb stratégiát, és tovább visz bennünket azon az úton, hogy a fenntarthatóságot az új normává tegyük” - mondta Aleix Busquets Gonzalez, a C&A globális fenntarthatósági igazgatója.

Az európai C&A:

A C&A Európa egyik vezető divatkereskedője, 18 európai országban közel 1400 üzlettel és mintegy 24 000 alkalmazottal. A C&A minden nap látogatók millióit fogadja üzleteiben és online Európa szerte, kiváló minőségű tartós ruhákat kínálva az egész család számára megfizethető áron. További információkért kérjük, látogasson el weboldalunkra: www.c-a.com

További információkért lépjen kapcsolatba velünk:

Betty Kieß, Head of Corporate Communications, Europe

Betty.kiess@canda.com

Kövessen bennünket:

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