Los empleados de C&A recaudan más de un millón de euros para apoyar el desarrollo sostenible

original

MADRID, 27 Jul. (EUROPA PRESS) -

Los empleados de C&A han logrado recaudar, en el marco de la campaña global 'Inspiring World', más de un millón de euros que se destinarán a diferentes organizaciones sociales, según ha informado la compañía.

Con el objetivo de involucrar sus trabajadores y colaboradores en sus compromisos corporativos, C&A les invitó a compartir sus "sueños" con sus compañeros para construir una sociedad más responsable tanto con el entorno como con los recursos naturales.

Para ello, compartieron una fotografía o vídeo explicativo y por cada participación obtenida la Fundación C&A donó 10 euros a la organización social escogida por el propio participante. Así, se verán beneficiadas más de 46 organizaciones y ONG en todo el mundo.

Se trata de una acción impulsada por la Fundación C&A en la que han participado más de 32.000 trabajadores de 22 países y que se enmarca dentro de su estrategia de sostenibilidad corporativa, cuyo foco se centra en generar un impacto positivo a través de la moda y contribuir así a construir un mundo más sostenible.

En el caso de España se han recaudado un total de 44.610 euros que servirán para apoyar la labor de las organizaciones locales Humana Fundación Pueblo para el Pueblo y Galicia Ambiental así como de WWF India, socio global de la Fundación C&A para la promoción del cultivo de algodón orgánico, una de las principales apuestas de la compañía en materia de sostenibilidad.

El director general de C&A para España y Portugal Domingo Esteves, ha afirmado que desde la compañía trabajan "día a día para la preservación de los recursos naturales en colaboración con las organizaciones locales".

Por otro lado, la compañía hizo públicos recientemente en su 'Informe Global de Sostenibilidad 2017' sus objetivos a 2010, enfocados tanto en sus productos como en su red de proveedores y colaboradores. En el marco de estos compromisos C&A consiguió reducir su huella de carbono en un 15% y su huella hídrica en un 14%, durante el año 2017. La compañía lanzó además prendas biodegradables con certificación 'Cradle to Cradle GoldTM', diseñadas para ser recicladas en su totalidad, y la campaña #WearTheChange, con
productos más sostenibles.

- Desarrollo Sostenible