

L'Europe construit un avenir durable

AVEC DU COTON EUROPÉEN

Communiqué de presse - European Cotton Alliance (ECA)

Trois ans et près de 200 millions d'Européens sensibilisés : le succès de la campagne EUCOTTON ramène le secteur européen du coton sous les feux de la rampe

- Une ambitieuse stratégie fondée sur l'événementiel, les actes de relations publiques, les réseaux sociaux et la publicité a permis de dépasser, et de loin, les objectifs fixés au début 2022.
- Axée à la fois sur les consommateurs et sur les professionnels du textile en Allemagne, en France, en Italie, en Espagne et en Grèce, la campagne met en exergue la qualité et la durabilité du coton européen et vient souligner l'initiative de traçabilité EUCOTTON.

19/12/2024 : Multiples événements, communiqués de presse, campagnes publicitaires et réseautage stratégique avec les professionnels. Depuis trois ans, la campagne **EUCOTTON** travaille sans relâche pour porter un message clair aux consommateurs et aux professionnels de la mode/du textile : **le coton européen est un produit durable et de qualité**, cultivé depuis d'innombrables générations en Europe par des milliers de producteurs selon des principes de respect social et environnemental ; un produit désormais entièrement traçable grâce à son nouveau plan de gestion. Les résultats ne se sont pas fait attendre : près de **200 millions d'Européens** sont maintenant conscients des avantages de cette matière première locale.

Sous l'égide de l'**Alliance européenne du coton (ECA)**, qui regroupe toute la chaîne du coton en Grèce et en Espagne, les deux pays producteurs sur le vieux continent, cette campagne financée par l'Union européenne a axé ses efforts sur l'Allemagne, la France et l'Italie, en plus de ses deux pays d'origine.

Cette intense activité a partiellement pris place virtuellement, grâce à un site Internet en 6 langues et une présence dans les réseaux sociaux sur Instagram, Facebook et LinkedIn, qui ont cumulativement permis d'atteindre plus de 7,4 millions de personnes à travers les communautés de réseaux sociaux, la publicité et la collaboration avec plus de 200 influenceurs et influenceuses.

Mais l'accent a également été placé sur le face-à-face, avec **plus de 25 événements** dans les cinq pays cible, dont ceux organisés par la campagne elle-même pour faire connaître le coton européen auprès du public professionnel et ceux sponsorisés par EUCOTTON, comme **les Mediterranean Cotton Roads, la Rome Phygital Sustainability Expo et la Bremen Cotton Conference**. Les séminaires et rencontres en B2B organisés par la campagne ont attiré **plus de 500 professionnels des meilleures marques européennes**, tandis que **10 ateliers s'adressant à**

Financé par l'Union européenne. Cependant, les positions et opinions exprimées appartiennent aux auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour la recherche (REA). Ni l'Union européenne ni l'autorité chargée de l'octroi ne sauraient en être tenues pour responsables.

L'Europe construit un avenir durable

plus de 200 étudiants de mode ont tissé une collaboration créative suivie avec de prestigieux instituts supérieurs d'enseignement dans les cinq pays cible.

Et surtout **deux voyages d'étude** ont permis aux représentants de certaines des firmes les plus importantes de la mode et du textile en Europe de **visiter les champs de coton grecs et espagnols** et de **rencontrer les producteurs qui se trouvent à l'origine de l'« or blanc » européen.**

En outre, au fil de plus de trois années de campagne, 30 communiqués de presse ont été publiés sur les cinq marchés visés, ainsi que trois nouvelles en vidéo (en France, en Espagne et en Grèce), réussissant à capter l'attention des médias généraux et spécialisés. Au total, on a dénombré la publication de **732 articles** sur EUCOTTON dans les différents pays, sensibilisant quelques **158 millions d'Européens** et dépassant largement les objectifs initialement posés pour cette campagne lors de son lancement.

Enfin, **neuf campagnes de publicité ont été menées** : trois dans la presse écrite (20 magazines des cinq pays, atteignant 500 000 personnes), et six numériques qui ont réussi à cumuler plus de 28 millions d'impressions.

Tous ces efforts ont permis au coton européen de retrouver la place de leader qu'il mérite en tant que **matière de qualité, socialement responsable et durable**. Une matière qui provient à 100 % de semences non-OGM et qui, grâce à la nouvelle initiative de traçabilité d'EUCOTTON, octroie aux professionnels et aux consommateurs une certitude totale quant à son origine.

Antonios Siarkos, le président de l'ECA, déclare : « *la campagne a été une réussite au niveau européen, aidant le secteur du coton à mieux se faire reconnaître auprès du public professionnel et les consommateurs. Nous allons ainsi pouvoir poursuivre nos progrès à l'avenir pour faire du coton européen un nom de marque indissociable des matières textiles dans l'UE* ».

Pour en savoir plus, visitez le site Internet : eucotton.eu.

Cliquez ici pour voir la vidéo des résultats de la campagne EUCOTTON : https://www.youtube.com/watch?v=PRRve2_V3Xo

À PROPOS DE L'ALLIANCE EUROPÉENNE DU COTON

L'**Alliance européenne du coton (ECA)** est une association européenne constituée par la collaboration active des producteurs de coton et des associations sectorielles dans les pays européens producteurs. Les membres fondateurs de l'Alliance sont des organisations interprofessionnelles, le secteur et les associations de producteurs de Grèce et d'Espagne, qui représentent 100 % du secteur du coton en Europe.

La **campagne EUCOTTON**, mise en place par l'ECA, a la vocation d'accroître la visibilité du coton européen et de sensibiliser à sa durabilité et à sa qualité sur les marchés cible communautaires. Elle est cofinancée par l'Union européenne au titre du Règlement 1144/2014 – *Enjoy it's from Europe*.