

CHIME FOR CHANGE

Gucci lance à l'occasion de TED2013 une nouvelle campagne internationale pour améliorer la condition des jeunes filles et des femmes, menée par Frida Giannini, Beyoncé Knowles-Carter et Salma Hayek Pinault

28 février 2013, Paris – Aujourd'hui, lors du déjeuner TEDxWomen, Salma Hayek Pinault annoncera « Chime for Change », créé par Gucci, une nouvelle campagne internationale pour lever des fonds et sensibiliser à la condition des jeunes filles et des femmes. Salma Hayek Pinault, qui représentera ses co-fondatrices Frida Giannini et Beyoncé Knowles-Carter lors du lancement de l'initiative, dévoilera un court-métrage dont elle assure la narration, sur la nouvelle chanson de Beyoncé, qui inaugurera « Chime for Change ». Salma Hayek Pinault présentera également le premier des dix courts-métrages « Chime for Change », la version longue de la bande-annonce de The Supreme Price, produit et réalisé par Joanna Lipper.

Ce film raconte l'histoire de l'activiste Nigérienne pro-démocratie Hafsata Abiola, qui sera présente au déjeuner avec la cinéaste Joanna Lipper pour une discussion modérée par l'animatrice de TEDxWomen Pat Mitchell. The Supreme Price a bénéficié du Gucci Tribeca Documentary Fund en 2012 et a gagné le Prix Spotlighting Women Documentary.

« Chime for Change » a pour but de rassembler, d'unir et de renforcer les voix qui s'expriment en faveur des jeunes filles et des femmes à travers le monde et se concentrera sur trois piliers centraux : l'Éducation, la Santé et la Justice. Cette campagne arrive à un moment historique et capital pour les jeunes filles et les femmes du monde entier alors que l'attention médiatique se porte sur des histoires internationales allant du combat personnel de Malala pour l'éducation au Pakistan aux gros titres consacrés à la violence contre les femmes aux quatre coins du monde, par exemple en Inde, en Irlande, en Afrique du Sud et aux États-Unis.

Plus qu'une simple campagne de sensibilisation, « Chime for Change », grâce à son partenaire Catapult, encourage les gens à travers le monde à soutenir les projets de jeunes filles et de femmes de façon personnalisée et individuelle. Catapult permet la philanthropie citoyenne et est la première plate-forme de financement participatif qui se consacre à faire progresser la vie des jeunes filles et des femmes. Catapult connecte les membres de la communauté « Chime for Change » directement aux organisations et aux projets centrés sur les causes qui comptent le plus pour eux et représente actuellement plus de 50 organismes au sein de 38 pays.



« Il s'agit de l'urgence et de l'opportunité de notre époque. », a expliqué la Directrice de la Création de Gucci et la co-fondatrice de "Chime for Change" Frida Giannini. « Nous avons atteint un moment important dans l'histoire de la condition des jeunes filles et des femmes et c'est maintenant le temps du changement. Je pense qu'il est essentiel que les jeunes filles et les femmes voient et célèbrent ce qui est possible. J'espère que, grâce à "Chime", nous pourrions aider les voix qui appellent au changement à devenir si fortes qu'elles ne pourront pas être ignorées. »

Gucci s'engage depuis longtemps sur les problématiques concernant les jeunes filles et les femmes et notamment depuis sept ans avec l'UNICEF pour soutenir l'éducation des filles. De plus, la société a créé deux prix cinématographiques féminins, le Spotlighting Women Documentary Award avec l'Institut du Film de Tribeca et le Gucci Award for Women in Cinema avec le Festival du Film de Venise. Gucci soutient aussi activement la Fondation d'Entreprise PPR pour la Dignité et les Droits des Femmes ; Frida Giannini et Salma Hayek Pinault sont toutes deux membres du conseil d'administration.

« Je suis fière de rejoindre ce mouvement international grandissant au nom des jeunes filles et des femmes du monde entier. », a déclaré Salma Hayek Pinault, co-fondatrice de "Chime for Change". « Je suis certaine qu'en travaillant ensemble, nous pouvons changer le cours de l'histoire afin de nous assurer que les jeunes filles et les femmes aient la capacité de réaliser leur potentiel et de s'épanouir. »

La co-fondatrice Beyoncé Knowles-Carter a ajouté : « J'ai toujours eu à cœur l'égalité des chances pour les femmes. Il faut apprendre très tôt aux filles qu'elles sont fortes et capables de devenir tout ce qu'elles ont envie d'être. C'est à nous de changer les statistiques pour les femmes à travers le monde. Je me sens honorée d'être en compagnie de femmes qui vivent sans peur et donnent l'exemple pour la prochaine génération de jeunes femmes. »

CHIME FOR CHANGE est en train de rassembler un éventail d'organisations et d'individus pour réaliser de vrais changements pour les jeunes filles et les femmes du monde entier. La Fondation d'Entreprise PPR pour la Dignité et les Droits des Femmes, la Fondation Bill & Melinda Gates, Facebook, les magazines Hearst et Catapult comptent parmi ses partenaires stratégiques. Le Huffington Post participe également en tant que partenaire média numérique.

« Je suis persuadé que, dans le monde entier, les femmes sont au cœur de l'équilibre de nos communautés. Il est nécessaire de transformer les mots en action et de trouver de nouvelles façons d'encourager et de promouvoir les jeunes filles et les femmes. », a affirmé le Président de PPR François-Henri Pinault. « Je suis enthousiaste et fier que PPR, à travers Gucci et notre Fondation, puisse soutenir "Chime for Change". Chez PPR, les femmes constituent la majorité de nos employés ainsi que la majorité de nos clients. J'espère que cette initiative, partagée avec d'autres individus et organismes, contribuera à améliorer les choses pour les femmes et leurs communautés à travers le monde. »



La direction de « Chime for Change » est assistée par un comité consultatif composé d'experts et de défenseurs de ces problématiques ainsi que de dirigeants mondiaux, dont Hafsat Abiola, Muna AbuSulayman, Jimmie Briggs, Gordon et Sarah Brown, Lydia Cacho, David Carey, Joanne Crewes, Waris Dirie, Yasmeen Hassan, Arianna Huffington, Musimbi Kanyoro, John Legend, Pat Mitchell, Alyse Nelson, Sharmeen Obaid Chinoy, François-Henri Pinault, Jada Pinkett Smith, Julia Roberts, Jill Sheffield, Caryl Stern, Meryl Streep ainsi que l'archevêque Desmond Tutu et sa fille Mpho Tutu, parmi d'autres.

Ce mouvement a pour but de susciter, de recueillir et de partager des histoires fortes de jeunes filles et de femmes à travers le monde. La rédactrice en chef Mariane Pearl dirige une plate-forme de journalisme présentant du contenu original, également soutenue par l'International Herald Tribune et par la Fondation Thomson Reuters. Salma Hayek Pinault sera la productrice déléguée d'une équipe de tournage consacrée à la création de dix courts-métrages sur des jeunes filles et des femmes du monde entier qui suscitent l'inspiration et elle modérera et mettra en valeur de courtes vidéos créées par les utilisateurs et soumises à la communauté « Chime for Change ».

« Chime for Change » continuera de mettre à jour sa communauté avec des informations passionnantes, y compris une annonce d'importance à la mi-mars au sujet d'un événement « Chime for Change » de niveau mondial qui placera les problématiques relatives aux jeunes filles et aux femmes au centre de la scène internationale.

Pour vous tenir informés, rendez-vous sur www.chimeforchange.org et rejoignez notre communauté Facebook : www.facebook.com/chimeforchange.

Des photos du déjeuner TEDxWomen et Gucci seront téléchargeables à partir de 15h (heure du Pacifique):
http://assignments.gettyimages.com/mm/nicePath/gyipa_public?nav=pr183923562.

Pour regarder le film du manifeste et télécharger les images, les logos et le press kit de la campagne CHIME FOR CHANGE, merci de cliquer ici <http://www.chimeforchange.org/>

Pour regarder The Supreme Price, merci de cliquer ici www.youtube.com/chimeforchange

Le manifeste CHIME FOR CHANGE

A travers l'histoire, les femmes ont fait les choses différemment.
Quand quelque chose doit être fait, nous le faisons ensemble.



A chaque génération notre histoire s'est développée.
Les voix qui la contaient sont devenues plus braves, plus puissantes.

Mais cette histoire est loin d'être terminée. Nous vivons des temps extraordinaires.
Grâce à la technologie, les femmes du monde entier ont la capacité de communiquer de façons inimaginables pour nos ancêtres.
Nous savons que ce lien nous donne du pouvoir.

C'est avec fierté que nous rejoignons tous les membres de ce mouvement grandissant.
Les plus jeunes comme les plus vieux, les femmes comme les hommes, de toutes les cultures et de tous les modes de vie qui souhaitent voir du changement.
Pas une, mais des milliards de voix demandent la promotion des jeunes filles et des femmes. Une promotion à travers l'éducation, la santé, la justice.

Il s'agit d'entendre un appel – à nous rejoindre où que vous soyez. De donner l'alerte – d'attirer l'attention là où il y a du travail à faire.
Nos problématiques sont les problématiques du monde.

Ceci est le son du courage.
Ceci est le son du progrès.
Ceci est le son du changement.

GUCCI

Fondée à Florence en 1921, est l'une des premières marques de mode de luxe au monde.

Avec une réputation inégalée de qualité et de savoir-faire artisanal italien, Gucci conçoit, fabrique et distribue des produits de luxe comme des articles de maroquinerie (sacs à main, accessoires en cuir et bagages), chaussures, prêt-à-porter, soieries, montres et horloges, bijoux de luxe. Les lunettes et les parfums sont fabriqués et distribués sous licence par des leaders mondiaux dans ces deux secteurs.

En plus de valeurs telles que la qualité, la créativité et le savoir-faire artisanal italien, pour lesquelles la marque est reconnue, Gucci croit aussi à l'importance d'un comportement responsable envers les individus, l'environnement et les communautés où il est présent. L'engagement citoyen fait partie intégrante de la mission et de la philosophie en action dans cette société.

Pour plus d'informations sur Gucci, rendez-vous sur www.gucci.com

La fondation d'Entreprise PPR pour la Dignité et les Droits des Femmes

La Fondation d'Entreprise PPR pour la Dignité et les Droits des Femmes combat la violence contre les femmes et favorise la promotion des femmes. Lancée en janvier 2009, la Fondation PPR soutient des projets communautaires et encourage



l'implication des employés pour aider la cause des femmes dans le monde entier. A travers quatre programmes, elle soutient des ONG locales et internationales ainsi que des entrepreneurs sociaux, elle contribue à sensibiliser au sujet et elle a mis en place des projets en commun avec les marques PPR. En 2012, plus de 80 000 femmes ont bénéficié de son soutien au sein de 16 pays.

www.fondationppr.org @FondationPPR

Facebook

Fondé en 2004, Facebook a pour mission de rendre le monde plus ouvert et plus connecté. Les gens utilisent Facebook pour garder le lien avec leurs amis et leur famille, pour découvrir ce qui se passe dans le monde et pour partager et communiquer ce qui compte pour eux.

Catapult

Catapult est la première plate-forme de financement participatif qui se consacre entièrement à améliorer la vie des jeunes filles et des femmes à travers le monde. Catapult connecte des organisations de confiance à un nouveau public international afin d'accroître les financements et l'engagement. Ces organismes peuvent publier des projets en ligne et les donateurs peuvent consulter et financer les problématiques qui leur parlent le plus. Chaque dollar versé va à l'organisation et les donateurs reçoivent des rapports sur l'avancement du projet. La version bêta de Catapult a été lancée le 11 octobre 2012 avec le soutien de partenaires de renom, tels que la Fondation Bill & Melinda Gates, le Fonds Mondial pour les Femmes et le Fonds des Nations Unies pour la Population. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.catapult.org et suivez Catapult sur Twitter : @wecatapult et sur Facebook : facebook.com/catapult.org Catapult est un projet de WOMEN DELIVER, une association à but non lucratif. Investissez en faveur des jeunes filles et des femmes. Cela paie !

Les magazines Hearst

Les magazines Hearst sont une branche de Hearst Corporation, l'une des plus grandes entreprises de communication diversifiée des Etats-Unis. Les magazines Hearst sont le plus grand éditeur de magazines mensuels aux Etats-Unis (ABC 2012) et touchent un lectorat de 83 millions d'adultes (MRI automne 2012) avec 20 titres. Par ailleurs, l'entreprise a publié plus de 300 éditions dans le monde entier. Hearst Magazines Digital Media, consacré à la création et à la mise en place de la stratégie numérique des magazines Hearst, a plus de 28 sites web et 14 sites mobiles pour des marques telles que Cosmopolitan, Popular Mechanics, ELLE, ELLE DECOR, Esquire, Good Housekeeping, Marie Claire et Seventeen, ainsi que des sites uniquement numériques tels que Delish.com, un site consacré à la nourriture en partenariat avec MSN, MisQuinceMag.com et RealBeauty.com. Les magazines Hearst ont publié plus de 150 applis et éditions numériques. De plus, l'entreprise est propriétaire d'iCrossing, une agence de marketing numérique international.

Le comité fondateur



Frida Giannini, Beyoncé Knowles-Carter et Salma Hayek Pinault.

Le comité consultatif

Hafsat Abiola, Muna AbuSulayman, Jimmie Briggs, Gordon et Sarah Brown, Lydia Cacho, David Carey, Joanne Crewes, Waris Dirie, Yasmeen Hassan, Arianna Huffington, Musimbi Kanyoro, John Legend, Pat Mitchell, Alyse Nelson, Sharmeen Obaid Chinoy, François-Henri Pinault, Jada Pinkett Smith, Julia Roberts, Jill Sheffield, Caryl Stern, Meryl Streep ainsi que l'archevêque Desmond Tutu et sa fille Mpho Tutu, parmi d'autres.

Les partenaires stratégiques

La Fondation d'Entreprise PPR pour la Dignité et les Droits des Femmes, Facebook, les magazines Hearst, Catapult et la Fondation Bill & Melinda Gates comptent parmi ses partenaires stratégiques. L'International Herald Tribune et la Fondation Thomson Reuters sont partenaires de la plate-forme de journalisme « Chime for Change ». Le Huffington Post participe également en tant que partenaire média numérique.