

Retrouvez Arianna Huffington, Blake Lively, Evan Rachel Wood, Freida Pinto, Halle Berry, Jada Pinkett Smith, John Legend, Katy Perry, LI BING BING, Olivia Wilde, ZIGGY MARLEY ET ZOE SALDANA dans une NOUVELLE vidéo VIRALE poignante qui prône que tout est possible pour toutes les femmes du monde

Artistes, acteurs et écrivains unissent leurs forces à Salma Hayek Pinault, Beyoncé Knowles-Carter et Frida Giannini, co-fondatrices du projet CHIME FOR CHANGE, pour faire valoir la cause des femmes et des jeunes filles à travers le monde

La nouvelle campagne internationale de Gucci réunit le 1er juin les artistes les plus célèbres au monde lors du concert événement SOUND OF CHANGE LIVE afin de lever des fonds et de sensibiliser à la promotion des femmes dans le monde

Le 16 avril 2013, Paris – Des acteurs et artistes parmi les plus talentueux au monde s'unissent dans des vidéos dévoilées ce jour par CHIME FOR CHANGE, la nouvelle campagne lancée par Gucci pour la cause des femmes, et proclament que tout est possible pour chaque femme, chaque jeune fille, n'importe où. Dans cette vidéo, les artistes et acteurs mettent en avant les armes puissantes qu'une femme possède pour aider à changer le monde - l'Education, la Santé et la Justice - les trois piliers principaux de CHIME FOR CHANGE.

Dans le nouveau film viral, les acteurs, artistes et activistes évoquent le rôle prépondérant que jouent les médias pour faire valoir la condition des jeunes filles et des femmes. Dans la vidéo, Halle Berry explique comment en un clic une femme peut être connectée au monde entier, et accompagnée de Jada Pinkett Smith, elle insiste sur le fait que les femmes ont leur mot à dire et ne doivent pas être freinées. Arianna Huffington ajoute que, si elles se font passer le mot, les femmes ont le pouvoir de provoquer des révolutions; Evan Rachel Wood quant à elle, démontre le pouvoir que détiennent les médias en rassemblant les gens du monde entier.

Les vidéos s'achèvent sur Beyoncé Knowles-Carter nous confiant qu'elle répète tous les jours à sa fille qu'elle peut devenir Présidente. Reconnaisant qu'à son jeune âge tous les mots ne sont pas forcément bien compris, elle lui inculque simplement que tout est possible.

En tant que directrice artistique de CHIME FOR CHANGE, Beyoncé sera la tête d'affiche parmi plusieurs artistes lors de THE SOUND OF CHANGE LIVE, un concert événement d'envergure internationale qui aura lieu le 1er juin au Stade Twickenham



de Londres avec Ellie Goulding, Florence + the Machine, HAIM, Iggy Azalea, John Legend, Laura Pausini, Rita Ora, Timbaland et bien d'autres encore.

« Notre objectif est de provoquer le changement pour les jeunes filles et les femmes de la façon la plus forte qu'il soit », a déclaré Beyoncé Knowles-Carter, co-fondatrice de « Chime for Change » et directrice artistique du concert. « J'ai vraiment hâte qu'on expose tous ensemble sur la scène mondiale le 1er juin les problèmes d'Education, de Santé et de Justice que rencontrent les jeunes filles et les femmes. »

En tant que fondateur de « Chime for Change », Gucci financera ce concert événement afin que 100% des ventes de billets (sauf TVA et frais de service) soutiennent des projets qui contribuent à améliorer la vie des jeunes filles et des femmes, en particulier dans les domaines de l'Education, de la Santé et de la Justice. Les billets pour le concert seront disponibles sur le site Internet de la campagne, www.chimeforchange.org, et via Ticketmaster (www.ticketmaster.co.uk ou 44-0844-847-1693).

Pour la toute première fois, tous ceux qui achèteront un billet auront l'opportunité de faire don du montant de leur place à l'association à but non lucratif de leur choix. « Chime for Change » s'est associé à Catapult, 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, ce qui permettra aux spectateurs de sélectionner et de soutenir des projets qui favorisent l'Education, la Santé et la Justice pour les jeunes filles et les femmes à travers le monde.

« The Sound of Change Live » sera produit par Kevin Wall et Aaron Grosky de Control Room en partenariat avec Harvey Goldsmith – les moteurs des plus grands événements au monde tels que « Live Earth » et « Live Aid ».

En plus des performances en direct et des collaborations de grands artistes internationaux, ce concert sera la plate-forme de diffusion d'histoires et de courts-métrages poignants mettant en lumière les difficultés des jeunes filles et des femmes.

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

Les artistes de « The Sound of Change Live »
Rendez-vous sur www.chimeforchange.org/soundofchange pour connaître les prochains artistes annoncés

Pour plus d'informations sur l'accréditation des médias pour « The Sound of Change Live », merci de contacter johanna.whitehead@freud.com ou sam.fane@freud.com



Le comité fondateur de « Chime for Change »

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

GUCCI

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

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 Kering*

La Fondation Kering combat la violence contre les femmes et favorise leur promotion. Lancée en janvier 2009, la Fondation 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 met en place des projets en commun avec les marques Kering. En 2012, plus de 80 000 femmes ont bénéficié de son soutien au sein de 16 pays.

*Dans la lignée du changement de nom de PPR, la Fondation d'entreprise PPR pour la Dignité et les Droits des Femmes deviendra la Fondation d'entreprise Kering, sous réserve de l'approbation du conseil d'administration de la Fondation le 26 juin 2013.

www.keringfoundation.org @KeringFoundation

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 faire progresser la vie des jeunes filles et des femmes à travers le monde. Catapult connecte des organisations de confiance à une nouvelle audience internationale 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.