CHIME FOR CHANGE
FOUNDED BY GUCCI

CHIME FOR CHANGE PRÉSENTE:
THE SOUND OF CHANGE LIVE

« CHIME FOR CHANGE », campagne internationale pour améliorer la condition des jeunes filles et des femmes créée par Gucci, annonce un concert événement retransmis à la télévision avec en tête d'affiche la co-fondatrice et directrice artistique du concert, Beyoncé, le 1er juin au Stade de Twickenham à Londres

A ses côtés de nombreux chanteurs et artistes tels que Florence + the Machine, HAIM, Iggy Azalea, John Legend, Laura Pausini, Rita Ora, Timbaland et beaucoup d'autres

Les billets seront disponibles à la vente à partir de 9h GMT le mercredi 27 mars sur le lien www.chimeforchange.org

Londres, le 26 mars 2013 – Aujourd'hui, Salma Hayek Pinault a co-animé une conférence de presse au Soho Hotel avec Mariane Pearl, John Legend et Sharmeen Obaid-Chinoy afin d'annoncer « The Sound of Change Live », un concert événement d'envergure internationale qui aura lieu au Stade de Twickenham à Londres le samedi 1er juin et qui sera diffusé dans le monde entier. Avec en tête d'affiche Beyoncé, ce concert événement sera présenté par « Chime for Change », la campagne internationale récemment lancée par Gucci, qui a pour but de lever des fonds et de sensibiliser à la promotion des jeunes filles et des femmes. « Chime for Change » est dirigé par un comité fondateur constitué de la Directrice de la Création de Gucci Frida Giannini, de Salma Hayek Pinault et de Beyoncé Knowles-Carter.

« The Sound of Change Live » sera mis en scène par la directrice artistique Beyoncé Knowles-Carter, qui se produira également aux côtés de nombreux chanteurs et artistes tels que Florence + the Machine, HAIM, Iggy Azalea, John Legend, Laura Pausini, Rita Ora, Timbaland et beaucoup d'autres lors du concert événement du 1er juin.

« 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.

« 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 promotion des jeunes filles et des femmes et c'est maintenant le temps du changement. Le 1er juin au Stade de Twickenham, j'espère que "The Sound of Change Live" pourra aider les voix qui appellent au changement à devenir si fortes qu'elles ne pourront pas être ignorées. »

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) à partir de 9h GMT le mercredi 27 mars. 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.
L'un de ces films a été projeté lors de la conférence de presse d'aujourd'hui. Il s'agit du deuxième des dix courts-métrages créés pour « Chime for Change », Humaira : The Dream Catcher, de Sharmeen Obaid-Chinoy, réalisatrice de documentaires qui a déjà été récompensée d'un Emmy et d'un Oscar®. Le film relate la vie d'une jeune femme qui se bat pour l'éducation des filles dans sa communauté au Pakistan. A force de détermination, elle a mis en place une école qui accueille maintenant plus de 1200 enfants.

« En tant que réalisatrice de documentaires relatifs à la justice sociale, je voulais faire un film sur l'éducation qui attirerait l'attention du public et lui donnerait un sourire d'espoir », a révélé Sharmeen Obaid-Chinoy. « La vie de Humaira Bachal et son combat pour favoriser l'éducation des jeunes femmes de sa communauté est une source d'inspiration non seulement parce qu'elle n'hésite pas à aller au front mais aussi parce que son attitude toujours directe oblige les hommes de sa communauté à écouter ce qu'elle a à dire. Je pense que son message peut parler à des gens dans le monde entier, en particulier aux femmes en première ligne qui risquent leur vie jour après jour afin d'ouvrir de nouvelles portes pour la prochaine génération. »

La rédactrice en chef de « Chime for Change », Mariane Pearl, a aussi participé à la conférence de presse. Elle dirige une plate-forme de journalisme présentant du contenu

original, également soutenue par l'International Herald Tribune et par la Fondation Thomson Reuters. « C'est un honneur de diriger la plate-forme dédiée aux récits de "Chime for Change" ainsi que l'incroyable équipe de journalistes qui travaillent ensemble pour donner vie à ces histoires de femmes ordinaires faisant preuve d'un courage extraordinaire », a affirmé Mariane Pearl. « Une par une, ces histoires montrent que, partout, les femmes sont prêtes à se défendre elles-mêmes et les unes les autres et à réaliser tout leur potentiel. »

Salma Hayek Pinault, co-fondatrice de « Chime for Change » et membre du conseil d'administration de la Fondation d'entreprise Kering, a ajouté : «Il n'y a aucun témoin innocent dans cette ère de l'information. La technologie nous relie comme jamais auparavant. Mais cela signifie que nous avons aussi l'opportunité et la responsabilité, d'en faire quelque chose. Nous pouvons être définis non seulement par ce que nous savons, mais également par ce que nous faisons et c'est l'idée derrière CHIME FOR CHANGE. »

La campagne « Chime for Change » constituera une alliance d'organisations et d'individus afin de changer les choses de façon significative pour les jeunes filles et les femmes du monde entier. La Fondation Kering, la Fondation Bill & Melinda Gates, Facebook, les magazines Hearst et Catapult comptent parmi les partenaires stratégiques de cette campagne. 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 média numérique.

Le comité consultatif a pour membres Hafsat Abiola, Muna AbuSulayman, Jimmie Briggs, Gordon et Sarah Brown, Lydia Cacho, David Carey, Joanne Crewes, Minh Dang, Juliet de Baubigny, Waris Dirie, Helene Gayle, Yasmeen Hassan, Arianna Huffington, Musimbi Kanyoro, Alicia Keys, John Legend, Pat Mitchell, Alyse Nelson, Sharmeen Obaid Chinoy, Francois-Henri Pinault, Julia Roberts, Jill Sheffield, Jada Pinkett Smith, Caryl Stern, Meryl Streep ainsi que l'archevêque Desmond Tutu et sa fille Mpho Tutu, parmi d'autres.

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

Des photos de la conférence de presse seront disponibles à partir de 13h GMT à cette adresse : http://mm.gettyimages.com/mm/nicePath/Italy?nav=pr185098328
Pour télécharger des images, des logos, des biographies et le dossier de presse de la campagne « Chime for Change », merci de cliquer sur le lien suivant : http://www.chimeforchange.org/

Pour visionner Humaira : The Dream Catcher, merci de cliquer sur le lien suivant : www.youtube.com/chimeforchange

Pour visionner la conférence de presse du concert, merci de vous rendre à :
https://mediaserver2.specialtreats.co.uk:443/cgi-bin/filemanager/
Nom d'utilisateur: GUCCI_SCREENING 2013
Mot de passe: gUcc15cR33n

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.

CHIME FOR CHANGE
FOUNDED BY GUCCI

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.

Le résumé de Humaira : The Dream Catcher

Au Pakistan, seulement 26% des femmes savent lire et écrire. De nombreuses familles n'instruisent pas leurs filles à cause des pressions sociales et religieuses. Ces 6 dernières années, les militants islamiques ont fait exploser plus de 600 écoles dans tout le pays, forçant des milliers de femmes à rester à la maison. Humaira : The Dream Catcher relate la vie d'une jeune femme qui se bat pour l'éducation des filles dans sa communauté. A force de détermination, elle a mis en place une école qui accueille maintenant plus de 1200 enfants pour un centime par jour.