



**CHIME FOR CHANGE SE PRÉPARE À TOUCHER DES MILLIONS  
DE NOUVELLES VOIX DANS LE MONDE GRÂCE AU POUVOIR DES  
NOUVELLES TECHNOLOGIES ET À DES PARTENARIATS  
SOUTENANT  
L'ÉMANCIPATION DES JEUNES FILLES ET DES FEMMES**

**CHIME FOR CHANGE lance une nouvelle application avec la voix de sa co-fondatrice  
Beyoncé Knowles-Carter et disponible gratuitement sur l'App Store**

**Un nouveau partenariat avec Special K Europe de Kellogg's devrait permettre de toucher 25  
millions de foyers et d'inciter 250 000 nouvelles voix à rejoindre le mouvement**

**CHIME FOR CHANGE appelle la communauté mondiale à donner de la voix avec l'hashtag  
#CHIMEIN pour soutenir les jeunes filles et les femmes qui les inspirent**

**7 mars 2014, Paris, France** – À la veille de la Journée internationale du droit des femmes, CHIME FOR CHANGE, la campagne mondiale pour l'émancipation des jeunes filles et des femmes créée par Gucci, lance de nouvelles initiatives stratégiques de grande ampleur pour collecter de nouveaux fonds et sensibiliser le public sur des questions touchant les jeunes filles et les femmes du monde entier.

Depuis son lancement au cours de la conférence TED2013 de février 2013, CHIME FOR CHANGE s'est appuyée sur le potentiel des nouvelles technologies pour provoquer le changement, notamment grâce à son partenariat stratégique avec Catapult, la plateforme de financement participatif qui permet de collecter les dons pour cette campagne. D'autres partenariats stratégiques, ainsi que l'utilisation des réseaux sociaux, ont permis de diffuser le message concernant l'émancipation des jeunes filles et des femmes rapidement et auprès d'un public mondial. À ce jour, la campagne a récolté plus de 4,75 millions de dollars, ce qui a permis de financer plus de 280 projets menés par 87 partenaires à but non lucratif et visant à aider les jeunes filles et les femmes de 81 pays.

Restant fidèle à sa stratégie ciblant les nouvelles technologies, CHIME FOR CHANGE célèbre aujourd'hui le lancement de sa nouvelle application qui doit unir, rassembler et renforcer les voix qui s'élèvent pour changer la condition des jeunes filles et des femmes. Cette application permettra à chacun de faire entendre sa voix par des messages contenant l'hashtag #CHIMEIN et de provoquer le changement en finançant des projets soutenant les jeunes filles et les femmes et axés sur l'éducation, la santé et la justice. Disponible gratuitement et en quatre langues (anglais, italien, français et espagnol) sur l'App Store, l'application est née de l'initiative #CHIMEHACK, un hackathon de trois jours qui s'est tenu au siège de Twitter à San Francisco en décembre 2013. Il avait réuni les esprits les plus brillants et les dirigeants les plus visionnaires du monde des nouvelles technologies pour créer des solutions d'applications mobiles innovantes visant à soutenir les jeunes filles et les femmes. L'application CHIME est disponible gratuitement sur l'App Store : [ichime.in/chimeapp](http://ichime.in/chimeapp).



À côté du lancement de l'application, CHIME FOR CHANGE appelle ses partisans du monde entier à célébrer la Journée internationale du droit des femmes en tweetant leur soutien aux jeunes filles et aux femmes qui les inspirent avec l'hashtag #CHIMEIN.

Frida Giannini, la Directrice de la Création de Gucci et co-fondatrice de CHIME FOR CHANGE, a déclaré : « Depuis le lancement de CHIME FOR CHANGE l'année passée, nous avons récolté des fonds importants et sensibilisé le public sur la condition des jeunes filles et des femmes dans le monde, mais notre travail ne fait que commencer. Dans cette optique de changement, nous croyons fermement au pouvoir des nouvelles technologies et en nos partenariats, car nous sommes très soudés. Avec le lancement de cette application, nous appelons notre communauté à faire entendre sa voix : nous pouvons changer les choses en faisant entendre notre voix le plus fort possible. »

Beyoncé Knowles-Carter, co-fondatrice de CHIME FOR CHANGE, a créé un son de cloche unique pour la nouvelle application à partir de sa chanson « Pretty hurts ». En lui donnant sa voix, elle incite les gens du monde entier à en faire de même avec #CHIMEIN : « Je suis très honorée de faire partie de l'aventure CHIME FOR CHANGE, au nom des jeunes filles et des femmes du monde entier, et tout particulièrement en ce jour de la Journée internationale du droit des femmes. »

CHIME FOR CHANGE a également annoncé un partenariat stratégique avec Special K Europe de Kellogg's. Special K s'est engagé à faire entendre le message de CHIME FOR CHANGE dans plus de 25 millions de foyers en Europe. La marque veut agir sur internet et impliquer sa communauté, qui compte 250 000 membres. Elle veut aussi apporter un généreux soutien financier à des projets visant à aider plus de 25 000 femmes.

Salma Hayek Pinault, co-fondatrice de CHIME FOR CHANGE, a déclaré : « Aujourd'hui est un moment important pour CHIME FOR CHANGE, car ce partenariat avec Special K de Kellogg's va nous permettre de continuer à sensibiliser des millions de foyers du monde entier à propos de l'émancipation des jeunes filles et des femmes. CHIME FOR CHANGE donne aux jeunes filles et aux femmes du monde entier une plateforme leur permettant de s'unir. Grâce à nos partenariats stratégiques, leur voix se fait plus forte et nous renforçons notre combat contre les inégalités et l'injustice. »

À propos de ce partenariat, Peter Soer, vice-président du marketing chez Kellogg Europe et nouveau membre du Comité consultatif de CHIME FOR CHANGE, explique : « Nous sommes ravis de nous joindre à autant d'autres voix pour aider les jeunes filles et les femmes à briller et vivre aussi bien que possible, car telle est la philosophie de Special K de Kellogg's. Les grandes marques comme la nôtre peuvent avoir des effets positifs sur un grand nombre de personnes dans le monde en les sensibilisant, en inspirant leurs actions et en les aidant à provoquer le changement. »

Special K de Kellogg's est le dernier partenaire stratégique en date à rejoindre CHIME FOR CHANGE, après Twitter, avec qui un autre partenariat stratégique a été conclu récemment, mais aussi la Fondation Kering, la Fondation Bill et Melinda Gates, Facebook, les magazines Hearst, Catapult et enfin P&G Prestige. Tous ces partenariats visent à soutenir l'émancipation des jeunes filles et des



femmes dans le monde entier. Grâce à une promotion mondiale pour la fête des Mères, qui concerne 13 000 points de vente, Gucci s'engage à faire un don d'au moins 1 million de dollars pour soutenir des projets visant à aider les jeunes filles et les femmes dans le monde entier. Le soutien de ses partenaires, ainsi que cette annonce concernant le nouveau partenariat avec Special K, prouvent que l'engagement actuel de CHIME FOR CHANGE concerne une coalition croissante de marques, d'organisations et de personnes partageant la même philosophie et impliqués dans l'éducation, la santé et la justice pour les jeunes filles et les femmes du monde entier.

FIN

Pour les images de la conférence de presse d'aujourd'hui, merci de vous rendre à :  
<http://www.image.net/ChimeforChange>

Pour vous tenir informés, rendez-vous sur [www.chimeforchange.org](http://www.chimeforchange.org) et rejoignez notre communauté Facebook : [www.facebook.com/chimeforchange](http://www.facebook.com/chimeforchange) et suivez-nous sur Twitter @ChimeforChange

Téléchargez l'application CHIME sur [ichime.in/chimeapp](http://ichime.in/chimeapp)

Pour regarder et télécharger des films, merci de vous rendre sur [www.chimeforchange.org](http://www.chimeforchange.org) ou [www.youtube.com/chimeforchange](http://www.youtube.com/chimeforchange)

Pour télécharger des images, des logos, des biographies et le dossier de presse de la campagne « Chime for Change », merci de cliquer ici : <http://www.chimeforchange.org/>

**Pour plus d'informations sur la campagne CHIME FOR CHANGE, merci de contacter :**

[Jana.Kapeller@freuds.com](mailto:Jana.Kapeller@freuds.com)  
+44 (0) 7585 971 507

\*\*\*\*\*

#### CHIME FOR CHANGE

Fondée par Gucci, la campagne CHIME FOR CHANGE s'attache à rassembler et faire entendre les porte-parole qui défendent la cause des jeunes filles et des femmes à travers le monde en privilégiant des approches innovantes pour collecter des fonds et sensibiliser le grand public aux projets d'éducation, de santé et de justice. En partenariat avec la plate-forme de financement participatif Catapult, CHIME FOR CHANGE a déjà entièrement financé plus de 260 projets dans 81 pays à travers 87 organisations à but non lucratif. Outre Catapult, la campagne bénéficie de plusieurs partenaires stratégiques, dont la Kering Foundation, la Bill & Melinda Gates Foundation, Facebook, Hearst Magazines, P&G Prestige et Twitter.

CHIME FOR CHANGE envoie aux donateurs des rapports sur l'impact de chaque projet, et met en avant des histoires fascinantes concernant les jeunes filles et les femmes du monde entier à travers des articles de presse et des films. Pour en savoir plus sur la campagne et ses bénéficiaires, rendez-vous sur [www.chimeforchange.org](http://www.chimeforchange.org) et [www.facebook.com/chimeforchange](http://www.facebook.com/chimeforchange). Découvrez les courts-métrages CHIME FOR CHANGE sur [www.youtube.com/chimeforchange](http://www.youtube.com/chimeforchange).



Le comité fondateur de CHIME FOR CHANGE comprend Frida Giannini, Beyoncé Knowles-Carter and Salma Hayek Pinault. Parmi les membres du Comité consultatif de CHIME FOR CHANGE, citons Hafsat Abiola, Muna AbuSulayman, Valerie Amos, Humaira Bachal, Jimmie Briggs, Gordon and Sarah Brown, Lydia Cacho, David Carey, Joanne Crewes, Minh Dang, Juliet de Baubigny, Waris Dirie, Carolyn Everson, Helene Gayle, Leymah Gbowee, Yasmeen Hassan, Arianna Huffington, Musimbi Kanyoro, Alicia Keys, Yang Lan, John Legend, Madonna, Pat Mitchell, Phumzile Mlambo-Ngcuka, Alyse Nelson, Sharmeen Obaid Chinoy, Francois-Henri Pinault, Julia Roberts, Jill Sheffield, Alison Smale, Jada Pinkett Smith, Peter Soer, Caryl Stern, Meryl Streep, l'archevêque Desmond Tutu, Mpho Tutu, et Monique Villa.

### GUCCI

Fondé à Florence en 1921, Gucci est l'une des plus grandes marques de haute couture 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](http://www.gucci.com)

### Fondation d'Entreprise Kering

Lancée en 2009, la Fondation Kering lutte contre les violences faites aux femmes. Elle soutient des ONG et des entrepreneurs sociaux, contribue à sensibiliser aux violences faites aux femmes et à mobiliser les collaborateurs du Groupe en Amériques, en Europe et en Asie.

Depuis sa création, plus de 140 000 femmes ont bénéficié du soutien de la Fondation.

[www.keringfoundation.org](http://www.keringfoundation.org) et @KeringForWomen

### A propos de Kellogg Company

La Kellogg Company (réf. NYSE : K), est engagée à enrichir et à régaler le monde grâce à des recettes et des marques qui comptent. Avec 14,2 milliards de dollars de chiffre d'affaires en 2012, Kellogg est le numéro 1 mondial des céréales pour le petit déjeuner ; le numéro 2 mondial des biscuits salés et sucrés ainsi que des snacks salés ; et l'un des leaders nord-américains des produits surgelés. Chaque jour, nos marques, très populaires, nourrissent les familles pour qu'elles s'épanouissent et se réalisent. Ces marques phares incluent : Kellogg's®, Keebler®, Special K®, Pringles®, Frosted Flakes®, Pop-Tarts®, Corn Flakes®, Rice Krispies®, Kashi®, Cheez-It®, Eggo®, Coco Pops®, Mini-Wheats®, et bien d'autres encore. Convaincus de l'importance du petit déjeuner, nous concentrons nos efforts philanthropiques sur la lutte contre la faim via l'initiative Breakfast for Better Days™, qui permettra d'ici à 2016 la distribution d'1 milliard de portions de céréales pour le petit déjeuner et de snacks – dont plus de la moitié sont des petits déjeuners – aux enfants et aux familles dans le besoin. Pour en savoir plus sur Kellogg, rendez-vous sur le site [www.kelloggcompany.com](http://www.kelloggcompany.com) ou suivez-nous sur Twitter : @KelloggCompany.

### 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](http://www.catapult.org) et suivez Catapult sur Twitter : @wecatapult et sur Facebook : [facebook.com/catapult.org](https://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.

### P&G Prestige

P&G Prestige produit les parfums Gucci. Sa présidente, Joanne Crewes, est également membre du Comité consultatif de CHIME FOR CHANGE et a fait équipe avec Frida Giannini pour créer le programme de dons de Gucci Parfums, lancé en 2013. Gucci Parfums a fait une promesse de don d'un minimum d'un million de dollars pour soutenir les projets CHIME FOR CHANGE par le biais de la vente de cinq parfums mythiques de Gucci : Flora by Gucci, Gucci Guilty pour Femme et Gucci Guilty pour Homme, Gucci Première et Gucci Made To Measure. Chaque produit contient un code unique symbolisant un don avec lequel les clients peuvent choisir d'aider à améliorer la vie de jeunes filles et de femmes en soutenant des projets axés sur l'éducation, de la santé ou de la justice. Gucci Parfums encourage ses clients à échanger ces codes en ligne sur [www.chimeforchange.org/gucciparfums](http://www.chimeforchange.org/gucciparfums) et à faire part de leur engagement en diffusant le message de la campagne.