

A BENETTON APOIA O FUNDO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A POPULAÇÃO COM UMA CAMPANHA MUNDIAL SOBRE PLANEAMENTO FAMILIAR

Hoje, na Cimeira de Londres sobre Planeamento Familiar, organizada pelo governo britânico, pelo UNFPA e pela Fundação Bill e Melinda Gates, o UNFPA e a United Colors of Benetton lançarão a campanha global [Power her Choices](#) que visa proteger as mulheres de gravidezes não planeadas.

Londres, 11 de julho de 2017 - Todas as raparigas e mulheres têm o direito de decidir se e quando engravidar. Esta é a mensagem fundamental que a United Colors of Benetton e o UNFPA, Fundo das Nações Unidas para a População, desejam transmitir ao mundo por ocasião da cimeira de Londres sobre o planeamento familiar.

Hoje, mais de 214 milhões de mulheres não têm acesso a métodos contraceptivos modernos. Em 2016, cerca de 770 000 raparigas - algumas com apenas dez anos - tornaram-se mães, colocando seriamente em risco a sua saúde e o seu futuro. Na África subsariana, por exemplo, 25 % das jovens mulheres são forçadas a abandonar a escola por causa de uma gravidez não planeada.

Organizada pelo governo britânico, com o UNFPA e a Fundação Bill e Melinda Gates, a Cimeira de Londres sobre o planeamento familiar reunirá instituições e partes interessadas com o objetivo de prosseguir em direção a um objetivo comum, o de garantir que mais de 120 milhões de mulheres tenham acesso a métodos contraceptivos modernos em 2020.

"Milhões de mulheres e adolescentes não têm acesso a métodos contraceptivos modernos", diz a Dr.^a Natalia Kanem, Diretora Interina Executiva do UNFPA. "Nos últimos cinco anos, graças à iniciativa Planeamento Familiar 2020, atingimos mais de trinta milhões de mulheres, mas temos de trabalhar ainda mais, ampliar as nossas parcerias e estender o nosso alcance para que ninguém seja deixado para trás."

O mais recente produto de uma parceria de longa data entre o UNFPA e a Benetton, a campanha [Power Her Choices - Dar força às escolhas delas](#) visa aumentar a consciencialização sobre o planeamento familiar e encontrar novos parceiros e signatários para este desafio global. Projetado pela Fabrica, centro de investigação em comunicação do Grupo Benetton, a imagem principal da campanha mostra uma lâmpada que tem o formato de um útero.

"É uma metáfora de como o trabalho do UNFPA pode ajudar a criar uma nova consciência entre as jovens mulheres de todo o mundo", comentou Carlo Tunioli, Administrador Delegado da Fabrica. "Muitas raparigas,



UNITED COLORS
OF BENETTON.

especialmente nos países em desenvolvimento, devem poder decidir sobre as suas vidas e ter acesso a métodos contraceptivos".

A campanha também inclui uma instalação onde algumas lâmpadas se acendem para formar frases que capturam o espírito da campanha. Uma destas diz, aparentemente: *I am pregnant* - "Estou grávida", mas quando o visitante se aproxima da instalação, outras lâmpadas piscam e acendem-se, revelando novas palavras e o verdadeiro significado da obra: *I am not ready to be pregnant* - "Não estou pronta para ficar grávida". A instalação, que será articulada em várias frases, também será documentada num vídeo e numa série de GIF que serão partilhados nas redes sociais.

Para mais informações: benetton.com/news-events/power-her-choices

we.benetton.com
benettongroup.com/media-press
benettongroup.com/sustainability

facebook.com/benetton
twitter.com/benetton
youtube.com/benetton

Para mais informações sobre o UNFPA: unfpa.org

Jeffrey Bates
Tel.: [+ 1 212 297 5208](tel:+12122975208)
Email: bates@unfpa.org

UNFPA

A UNFPA é a agência da ONU que está empenhada por um mundo onde cada gravidez seja desejada, cada criança nasça de forma segura e onde cada jovem realize o seu potencial. A UNFPA atua em mais de 150 países e territórios para aumentar as oportunidades para as mulheres e os jovens para que estes tenham vidas saudáveis e produtivas.

Benetton Group e United Colors of Benetton

O Benetton Group é uma das empresas de moda mais reconhecidas no mundo, presente nos principais mercados com uma rede comercial de cerca de 5000 lojas; um Grupo responsável que se projeta no futuro e vive no seu próprio tempo, atento ao ambiente, à dignidade das pessoas e às transformações da sociedade. O Grupo tem uma identidade consolidada de estilo, cor, moda autêntica, qualidade a preços democráticos, paixão: valores que se refletem na personalidade forte e dinâmica da *United Colors of Benetton* e da *Sisley*.

Fabrica

A Fabrica é um centro de investigação sobre comunicação. Este centro, situado em Treviso, integra o Grupo Benetton. A Fabrica foi fundada em 1994 e oferece a um grupo muito diversificado de investigadores de todo o mundo uma bolsa de estudos anual, alojamento e viagens de ida e volta para Itália. A gama de disciplinas é igualmente variada e inclui design, comunicação visual, fotografia, interação, vídeo, música e jornalismo. A Fabrica está sediada numa villa do século XVII, restaurada e significativamente expandida pelo arquiteto japonês Tadao Ando.