

www.benetton.com/africaworks-press
www.birima.org
www.benettonpress.mobi

Partirà a febbraio 2008 la nuova campagna mondiale di comunicazione dedicata al progetto di microcredito in Senegal AFRICA WORKS
Benetton sostiene e promuove l'Africa degli africani.
In collaborazione con Youssou N'Dour

UNITED COLORS
OF BENETTON.



Dakar, 13 febbraio 2008. Benetton mette in primo piano l'Africa che lavora: la campagna mondiale di comunicazione 2008 promuove il progetto di microcredito in Senegal di Birima, la società di credito cooperativo fondata dal cantante senegalese Youssou N'Dour, alla quale il Gruppo Benetton ha destinato anche un solido sostegno economico.

Africa Works –questo il claim della campagna realizzata da Fabrica, - presenterà in tutto il mondo attraverso affissioni e stampa, a partire dal febbraio 2008, le immagini di lavoratori senegalesi che, grazie a finanziamenti dedicati, hanno avviato piccole e produttive attività imprenditoriali. Ritratti dal fotografo James Mollison con i loro strumenti professionali su un fondale neutro, questi lavoratori- tra i tanti, un pescatore, un imbianchino, un musicista, un gioielliere, una contadina, un sarto, due venditrici di tessuti, un boxeur – diventano, da figure quotidiane, i simboli concreti di un'Africa che attraverso la dignità del lavoro combatte la povertà, propone uno sviluppo equo, valorizza le proprie ricchezze, ridiventa artefice del suo futuro.

Alessandro Benetton, Vicepresidente Esecutivo di Benetton Group, ne spiega la convinta adesione all'iniziativa: “abbiamo scelto di sostenere e promuovere questo importante progetto perché, più delle tradizionali azioni di solidarietà, è un concreto sostegno allo sviluppo della piccola imprenditoria locale, grazie ad efficaci finanziamenti di microcredito. E' un progetto che, proprio perché basato su capacità imprenditoriali, impegno nel lavoro, ottimismo e interesse per il futuro, punta con forza a sostenere il nuovo volto dell'Africa”.

Afferma Youssou N'Dour, uno dei cantanti africani più conosciuti e impegnati in progetti umanitari: “la mia esperienza diretta mi ha aperto gli occhi sul fatto che un prestito, per quanto ridotto sia il suo importo, se destinato a sviluppare un'idea, a realizzare un progetto, è una maniera efficace per lottare contro la povertà. Per questo è necessario che tutti prendano coscienza del valore del microcredito: l'Africa non chiede carità, ma fondi rimborsabili a interessi agevolati.”

In parallelo a stampa e affissioni, la nuova campagna Benetton, ufficialmente presentata oggi a Dakar, potrà contare su una serie di iniziative ed eventi: un inserto speciale della campagna allegato a Colors 73, dedicato al denaro nelle sue infinite forme e sostanze; una riedizione di *Birima*, canzone già incisa da Youssou N'Dour nel 2000 e

da lui riarrangiata nel 2008 con la partecipazione straordinaria di Patti Smith, Simphiwe Dana, Irene Grandi e Francesco Renga; un videoclip della canzone; un cartone animato sul tema del microcredito realizzato appositamente per la comunità senegalese e le tv africane; un sito internet Benetton dedicato alla campagna e agli eventi collaterali e il portale www.birima.org, entrambi progettati e realizzati da Fabrica. La campagna Africa Works sarà protagonista anche durante la tournée internazionale del cantante senegalese, in particolare durante il concerto a Paris Bercy, il 5 aprile 2008.

Birima, la società di credito cooperativo fondata da N'Dour, offre servizi finanziari a piccole e medie imprese, artigiani, professionisti e artisti per l'avviamento e lo sviluppo autonomo delle loro attività. Oltre che titolo di un successo internazionale del cantante, Birima è il nome di un leggendario re del Senegal che, parlando una sola volta l'anno, è diventato simbolo del valore della parola data, di un codice morale che richiama il principio guida della società: chi richiede un credito non deve fornire altre garanzie che la sua parola e la rispettabilità della sua famiglia.

Proprio partendo con fiducia da principi di onore e dignità profondamente radicati nella tradizione africana, Birima guarda al futuro del continente, rispondendo alla crescente necessità di finanziamenti: consente infatti di ottenere un prestito maggiore rispetto al tradizionale microcredito, sia per importo sia per durata, purché il progetto presentato abbia una positiva ricaduta sulla comunità e possa effettivamente garantire profitto e sviluppo. Dal Senegal, scelto quale progetto-pilota perché rappresenta (pur ancora in presenza di profondi squilibri di reddito) uno dei Paesi più stabili, l'esperienza di microcredito evoluto di Birima sarà gradualmente esportata in altre nazioni africane.

La nuova campagna Benetton riassume alcuni concetti guida della sua comunicazione di sempre. Con il sostegno e la promozione di un fondo che finanzia il lavoro in Senegal, sottolinea l'importanza della collaborazione con enti concretamente impegnati nella solidarietà e, nel contempo, valorizza l'impegno del singolo come primo ingranaggio per smuovere l'intera società. Concetti già evidenziati nel 2001, con la campagna *Volunteers in Colors* realizzata in collaborazione con United Nations Volunteers per l'Anno internazionale del Volontariato, ripresi nel 2003 nella campagna *Food for Life* insieme con World Food Programme, e proseguiti nel 2004 con la campagna per la salvaguardia delle grandi scimmie *James & Other Apes*.

Per ulteriori informazioni:

Tel. +39.0422.519036