

TODOS PARA UNA. UNA PARA TODOS.

United Colors of Benetton celebra el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer con una nueva campaña centrada en la igualdad de oportunidades y la no discriminación y con una prenda de color naranja de edición limitada cuya recaudación se destinará íntegramente a UN Women

25 de noviembre de 2015. Todos para una. Una para todos. Este es el mensaje de la nueva campaña de United Colors of Benetton que se lanzará el 25 de noviembre con motivo del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer promovido por la ONU. Es una declaración importante que caracteriza a la nueva estrategia de sostenibilidad de la marca italiana, centrada en la emancipación y el empoderamiento de la mujer en todo el mundo.

La campaña muestra a tres mujeres jóvenes, cada una de ellas dispuesta a desempeñar diferentes ocupaciones — desde médico hasta artista, desde estudiante hasta atleta, desde soldado hasta madre— porque todas las mujeres del mundo, en el transcurso de sus vidas, deben ser libres para aprovechar al máximo sus capacidades de acuerdo con el principio de igualdad de oportunidades para todas las mujeres y los hombres del mundo.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

WE BENETTON
WOMEN
EMPOWERMENT
PROGRAM

En el centro de cada imagen de la campaña destaca una mujer que lleva un vestido de color naranja: es una llamada a la unidad en la lucha por la igualdad de género, así como una referencia a *Orange the World*, una campaña de la ONU que, a partir del 25 de noviembre y durante 16 días, se compromete a promover acciones e iniciativas contra la violencia de género.

No es solo una buena acción. Es un acto necesario. A día de hoy, una de cada tres mujeres ha sufrido violencia física o sexual, a menudo perpetrada por su pareja. 700 millones de mujeres han sido obligadas a casarse cuando aún eran menores de edad, un tercio de ellas antes de cumplir los 15 años. Más de 130 millones de niñas y mujeres han sufrido alguna forma de mutilación genital.

Estas acciones no son solo violaciones de los derechos humanos, son las consecuencias más visibles de una forma clandestina de discriminación de género que impide el progreso de nuestra sociedad. De hecho, la violencia contra la mujer hace que sea más difícil erradicar la pobreza, combatir la propagación del VIH/SIDA y lograr la paz y la seguridad. La no discriminación es, por lo tanto, un objetivo clave para poner fin a la violencia.

El vestido de color naranja que aparece en la campaña, prenda que también forma parte de «A Collection Of Us» de Benetton, estará a la venta solo en el sitio benetton.com a partir del 25 de noviembre. La recaudación de las ventas se donará íntegramente a UN Women, la entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de género y el

empoderamiento de la mujer, para la cual United Colors of Benetton ya había creado una campaña en 2014 contra la violencia de género.

Este año, Benetton Group ha decidido reforzar su compromiso de mejorar la vida de la mujer con el lanzamiento de su Women Empowerment Program. Se trata de un programa de sostenibilidad a largo plazo que tiene como objetivo apoyar la emancipación y el empoderamiento de la mujer en todo el mundo mediante la asignación de fondos para iniciativas que puedan contribuir a conseguir las cinco prioridades identificadas recientemente en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU: medios adecuados para una vida digna, la no discriminación y la igualdad de oportunidades, acceso a una educación de calidad, asistencia sanitaria y el fin de toda forma de violencia contra la mujer.

El brazo operativo del Women Empowerment Program es UNHATE Foundation, la fundación de Benetton que combate toda forma de odio y discriminación a través de proyectos artísticos dirigidos a promover el cambio social, especialmente entre las nuevas generaciones.

La campaña de 2015 para los "Orange Days" ha sido creada por Erik Ravelo, Director de las Campañas Sociales en Fabrica, el centro de comunicaciones y diseño de Benetton.

Para más información:

benettongroup.com/media-press
benetton.com
fabrica.it
unhatefoundation.org

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

Benetton Group

Benetton Group es una de las empresas de moda más conocidas del mundo, presente en los principales mercados con una red comercial de alrededor de 5.000 tiendas. Un grupo responsable que planifica el futuro y vive en el presente, prestando atención a las cuestiones relacionadas con el medio ambiente, la dignidad humana y las transformaciones de la sociedad. El Grupo cuenta con una identidad consolidada, hecha de colores, moda auténtica, calidad a precios democráticos y pasión por su trabajo: estos valores se reflejan en la personalidad fuerte y dinámica de las marcas *United Colors of Benetton* y *Sisley*.

El compromiso de *United Colors of Benetton* con los problemas sociales siempre ha sido una cuestión central para la marca que, mediante sus campañas de comunicación y sus colaboraciones con las principales organizaciones sin fines de lucro, hace reflexionar al público sobre los problemas sociales de importancia universal.

Fabrica

Fabrica es un centro de comunicaciones y diseño. Se encuentra situado en Treviso y se integra dentro de Benetton Group. Fabrica fue fundada en 1994 y ofrece a un grupo absolutamente heterogéneo de investigadores de todo el mundo una beca de estudios anual, incluyendo alojamiento y viaje de ida y vuelta a Italia. Ofrece una amplia variedad de disciplinas, entre las que se incluyen el diseño, el diseño gráfico, la fotografía, la interacción, el vídeo, la música y el periodismo. Fabrica tiene su sede en una villa del siglo XVII, restaurada y ampliada por el arquitecto japonés Tadao Ando.

UNHATE Foundation

UNHATE Foundation, deseada y fundada por Benetton Group, busca contribuir a la creación de una nueva cultura contra el odio, basándose en los valores fundamentales de Benetton Group. Los principios esenciales a través de los cuales opera la Fundación son: la lucha contra el odio y la discriminación en todas sus formas; apoyar a la generación más joven: los jóvenes son los principales actores y beneficiarios de los proyectos específicos, campañas de comunicación y actividades de formación; el impacto social del arte, un instrumento clave de la Fundación en su labor contra el odio y la discriminación. UNHATE Foundation es otro paso importante en la estrategia de responsabilidad de empresa de Benetton Group, una contribución que tiene un impacto real en la comunidad internacional, que involucra en sus actividades una importante serie de protagonistas: las nuevas generaciones, las instituciones, las organizaciones internacionales y ONG, la sociedad civil y el público en general.