

TUTTE PER UNA. UNA PER TUTTE.

United Colors of Benetton celebra la Giornata Internazionale per l'Eliminazione della Violenza contro le Donne con una nuova campagna centrata sulle pari opportunità e la non discriminazione, e con un capo arancione in edizione limitata il cui ricavato sarà devoluto interamente a UN Women

25 Novembre 2015. Tutte per una. Una per tutte. Questo è il messaggio della nuova campagna United Colors of Benetton, che sarà lanciata il 25 novembre in occasione della Giornata Internazionale per l'Eliminazione della Violenza contro le Donne promossa dall'ONU. È una dichiarazione importante che connota la nuova strategia di sostenibilità del brand italiano, focalizzata sull'emancipazione e il rafforzamento delle donne in tutto il mondo.

La campagna mostra tre giovani donne, ciascuna pronta a impegnarsi in differenti attività – da dottoressa ad artista, da studentessa ad atleta, da soldato a madre – che tutte le donne del mondo nel corso della loro vita dovrebbero essere libere di perseguire al massimo delle loro capacità, secondo il principio di pari opportunità per tutte le donne e gli uomini del mondo.

Al centro di ciascuna immagine della campagna risalta una donna che indossa un vestito arancione: è un richiamo all'unità nella lotta per l'uguaglianza di genere, oltre che un riferimento a *Orange the World*, una campagna dell'ONU che a partire dal 25 novembre e per 16 giorni si ripromette di promuovere azioni e iniziative contro la violenza di genere.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

WE BENETTON
WOMEN
EMPOWERMENT
PROGRAM

Non è solo una buona azione. È un atto necessario. Oggi una donna su tre ha subito violenza fisica o sessuale, spesso perpetrata dal proprio partner. 700 milioni di donne sono state costrette a sposarsi quando ancora minorenni, un terzo delle quali prima dei 15 anni. Oltre 130 milioni di ragazze e donne sono state sottoposte a qualche forma di mutilazione genitale.

Queste non sono solo violazioni dei diritti umani, sono le conseguenze più visibili di una forma sotterranea di discriminazione di genere che impedisce il progresso delle nostre società. Di fatto, la violenza contro le donne rende più difficile debellare la povertà, lottare contro la diffusione dell'HIV/AIDS e raggiungere la pace e la sicurezza. Quello della non discriminazione, dunque, è un obiettivo chiave per mettere fine alla violenza.

Il vestito arancione che appare nella campagna, capo che fa anche parte di A Collection of Us di Benetton, sarà in vendita solo sul sito benetton.com a partire dal 25 novembre. Il ricavato delle vendite sarà devoluto interamente a UN Women, l'ente delle Nazioni Unite per l'uguaglianza di genere e l'empowerment femminile, per la quale United Colors of Benetton aveva già realizzato una campagna nel 2014 contro la violenza sulle donne.

Quest'anno, Benetton Group ha deciso di rafforzare il suo impegno per migliorare la vita delle donne con il lancio del proprio Women Empowerment Program. È un programma di sostenibilità a lungo termine, che mira a promuovere l'emancipazione e il rafforzamento della donna in tutto il mondo, destinando fondi a iniziative che possano aiutare a raggiungere le cinque priorità recentemente individuate negli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU: mezzi adeguati per una vita dignitosa, non discriminazione e pari opportunità, accesso a un'istruzione di qualità, assistenza sanitaria, fine di ogni forma di violenza sulle donne.

Il braccio operativo del Women Empowerment Program è UNHATE Foundation, la fondazione di Benetton che combatte ogni forma di odio e discriminazione attraverso progetti concreti finalizzati al cambiamento sociale, specialmente tra le nuove generazioni.

La campagna 2015 per gli Orange Days, è stata creata da Erik Ravelo, Direttore delle Campagne Sociali a Fabrica, il centro di ricerca sulla comunicazione di Benetton Group.

Per ulteriori informazioni:

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

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

Benetton Group e United Colors of Benetton

Benetton Group è una delle più note aziende di moda del mondo, presente nei mercati globali più importanti con una rete di circa 5.000 punti vendita. Un Gruppo responsabile che pianifica il futuro e vive nel presente, con un occhio attento all'ambiente, alla dignità umana e alle trasformazioni della società. Il Gruppo ha un'identità consolidata, fatta di colore, moda autentica, qualità a prezzi democratici e passione per il proprio lavoro: questi valori si riflettono nella personalità forte e dinamica dei marchi United Colors of Benetton e Sisley.

L'impegno sociale di United Colors of Benetton è da sempre al centro delle attività del marchio, che attraverso le sue campagne di comunicazione e alle collaborazioni con importanti organizzazioni no-profit, porta il pubblico a riflettere su temi sociali di importanza universale.

Fabrica

Fabrica è un centro di ricerca sulla comunicazione. Situato a Treviso, è parte integrante di Benetton Group. Fabrica è stata fondata nel 1994 e offre a un gruppo molto eterogeneo di ricercatori da tutto il mondo una borsa di studio annuale, alloggio e viaggio di andata e ritorno per l'Italia. La gamma di discipline è altrettanto varia e include design, comunicazione visiva, fotografia, interaction, video, musica e giornalismo. Fabrica ha sede in una villa del XVII secolo restaurata e notevolmente ampliata dall'architetto giapponese Tadao Ando.

UNHATE Foundation

La UNHATE Foundation, voluta e fondata da Benetton Group, ha l'obiettivo di contribuire a contrastare la cultura dell'odio, in linea con i valori che costituiscono il DNA di Benetton Group. I principi su cui si basa la UNHATE Foundation sono: la lotta all'odio e alla non accettazione della diversità in ogni sua forma; il sostegno alle nuove generazioni: i giovani sono i principali attori e beneficiari di progetti concreti, campagne di comunicazione e attività di formazione; la centralità dell'impatto sociale dell'arte come strumento chiave della Fondazione. La UNHATE Foundation rappresenta un altro passo importante nella strategia di responsabilità sociale di Benetton Group: un contributo che avrà un impatto tangibile sulla comunità internazionale, in particolare sulle nuove generazioni, coinvolgendo le istituzioni, le organizzazioni internazionali, le ONG, l'opinione pubblica e la società civile.