



DÈS LE PETIT DÉJEUNER, SPECIAL K DE KELLOGG'S ENCOURAGE TOUS LES AMATEURS DE CÉRÉALES À SOUTENIR CHIME FOR CHANGE

D'ici mars 2015, Special K de Kellogg's souhaite sensibiliser 25 millions de foyers en Europe à l'action de CHIME FOR CHANGE pour l'émancipation des femmes et des jeunes filles du monde entier.

Dans le cadre de son partenariat avec la campagne internationale CHIME FOR CHANGE, destinée à porter, fédérer et renforcer les prises de paroles en faveur des jeunes filles et des femmes partout dans le monde, Special K de Kellogg's invite des millions de consommateurs européens à choisir les projets auxquels la marque reversera des dons financiers pour l'Éducation, la Santé et la Justice des femmes et des jeunes filles du monde entier.

Lancée en 2013 et fondée par Frida Giannini, Beyoncé Knowles-Carter et Salma Hayek Pinault, la campagne CHIME FOR CHANGE a déjà financé plus de 390 projets de soutien aux femmes et jeunes filles dans 86 pays à travers 132 associations à but non-lucratif.

Pour la co-fondatrice de CHIME FOR CHANGE, Salma Hayek Pinault "Depuis que la campagne a été lancée il y a 18 mois, nous avons été capables de faire la différence pour des femmes et des jeunes filles partout dans le monde, en luttant contre l'injustice et les inégalités et en favorisant l'émancipation. Des marques comme Special K ont la capacité d'aider cette campagne à toucher des millions de personnes supplémentaires et de faire porter notre voix encore plus loin. Nous leur sommes extrêmement reconnaissants pour leur soutien. »

Afin de sensibiliser 25 millions de foyers au travail effectué par CHIME FOR CHANGE, la 1^{ère} grande étape a consisté pour Kellogg's à relayer la campagne sur 18.5 millions de ses paquets de céréales Special K. Ceux qui apprécient prendre un bol de Special K, auront aussi la possibilité de rejoindre la campagne et de supporter, par un vote en ligne, le projet qu'ils souhaiteraient le plus voir financer par Special K.

Les nouveaux paquets Special K- CHIME FOR CHANGE seront en rayons pour la Journée Internationale de la Jeune Fille le 11 octobre prochain. Cette journée, tout comme CHIME FOR CHANGE, sensibilise aux droits des femmes et des jeunes filles, met en lumière l'inégalité des sexes qui subsiste encore, et dénonce les différentes formes de discriminations et d'abus dont les femmes sont victimes à travers le monde.

Depuis son engagement en début d'année pour la campagne CHIME FOR CHANGE, Special K Europe a déjà financé plusieurs projets importants :

- Un programme au Pérou qui permet d'assurer un repas chaud par jour à 100 écolières pour leur donner l'énergie dont elles ont besoin pour apprendre et utiliser tout leur potentiel.
- Un projet de formation de 5 000 agricultrices en Tanzanie afin de leur permettre d'obtenir un revenu régulier.
- Et enfin, un projet de construction de fours plus sains au Guatemala pour réduire de 80 % l'émission de fumées toxiques mortelles.

Special K encourage aujourd'hui tous les amateurs de céréales à faire entendre leur voix, à suivre le mouvement pour mobiliser toujours plus de monde et soutenir les projets de CHIME FOR CHANGE qui tentent d'améliorer la vie de femmes et de jeunes filles partout dans le monde.

« Sensibiliser 25 millions de foyers la première année », fait partie des engagements pris par Special K auprès de CHIME FOR CHANGE. L'engagement 25:25:25 signifie : sensibiliser 25 millions de foyers en Europe au combat mené par la campagne, inciter 250 000 personnes à suivre le mouvement ; et participer à l'amélioration des conditions de vie de 25 000 femmes et jeunes filles à travers le monde dans les domaines de la santé, de l'éducation et de la justice.

En France, la marque a choisi de soutenir financièrement l'association *Joséphine pour la beauté des femmes* qui réconcilie les femmes les plus démunies avec leur image et les aide à reprendre confiance en elles dans la perspective d'une recherche d'emploi et plus généralement d'une réinsertion sociale. Fondée en 2006 par Lucia Iraci, cette association possède aujourd'hui deux salons solidaires, un à Paris (18ème) et l'autre à Tours, qui accompagnent les femmes pour qu'elles puissent prendre soin d'elles au quotidien. Des actions qui s'accordent totalement avec les valeurs et les missions de Special K.

Peter Soer, vice-président Marketing de Kellogg's Céréales Europe et nouveau membre du Comité Consultatif de CHIME FOR CHANGE explique à propos du partenariat : "En tant que marque, nous sommes engagés pour améliorer la condition des femmes et des jeunes filles, et notre action sur nos paquets de céréales apportera à des millions de familles les informations et l'inspiration dont ils ont besoin pour rejoindre un mouvement international. Si depuis chez eux, les gens sont aussi inspirés par les messages de CHIME FOR CHANGE que nous le sommes, alors nous pensons qu'ensemble nous pouvons faire la différence en aidant des femmes et des jeunes filles à s'épanouir et c'est tout ce qui compte pour Special K ».

EDUCATION. SANTE. JUSTICE. POUR CHAQUE FILLE. CHAQUE FEMME PARTOUT DANS LE MONDE.

REJOIGNEZ LE MOUVEMENT #CHIMEIN

CONTACT PRESSE :

Emily Boussouf

Tel: 01 40 89 91 14

emily.boussouf@agence-elan.com

SPECIAL K DE KELLOGG'S

Depuis son lancement aux Etats Unis en 1956, Special K accompagne les femmes pour qu'elles puissent prendre soin d'elles au quotidien. Il est le partenaire idéal pour les aider à se sentir mieux dans leurs corps, belles jour après jour et plus en confiance. Grâce à une large gamme de produits : des céréales pour le petit déjeuner, des en-cas céréaliers pour la pause gourmande mais aussi des biscuits apéritifs à déguster en toute sérénité, Special K est à leurs côtés à chaque repas de la journée.

CHIME FOR CHANGE

Née sous l'impulsion de Gucci, la campagne CHIME FOR CHANGE a pour but de rassembler, d'unir et de renforcer les voix qui s'expriment en faveur des jeunes filles et des femmes à travers le monde et se concentre sur trois piliers centraux : l'Éducation, la Santé et la Justice. Grâce à son partenariat avec la plate-forme de financement participatif Catapult, le programme a d'ores et déjà financé plus de 390 projets dans 86 pays, à travers 132 associations partenaires à but non-lucratif.

Outre Catapult, CHIME FOR CHANGE compte plusieurs partenaires stratégiques, dont la Fondation d'Entreprise Kering, la Bill & Melinda Gates Foundation, Facebook, Hearst Magazines, P&G Prestige, Twitter et Special K de Kellogg's.

CHIME FOR CHANGE rend compte de l'impact de ces projets et met en lumière le parcours de jeunes filles et femmes singulières par le biais d'articles et de films. Pour en savoir plus sur la campagne et le public auquel elle s'adresse, rendez-vous sur www.chimeforchange.org et www.facebook.com/chimeforchange. Pour visualiser les courts-métrages de CHIME FOR CHANGE, rendez-vous sur www.youtube.com/chimeforchange. Vous pouvez également télécharger l'application CHIME FOR CHANGE sur iTunes.

Le comité fondateur de CHIME FOR CHANGE se compose de Frida Giannini, Beyoncé Knowles-Carter et Salma Hayek Pinault. Parmi les membres du Comité consultatif, on retrouve Hafsat Abiola, Muna AbuSulayman, Valerie Amos, Humaira Bachal, Jimmie Briggs, Gordon et Sarah Brown, Lydia Cacho, David Carey, Charlotte Casiraghi, 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, Monique Villa ou encore Lee Young-Ae.

GUCCI

Fondée à Florence en 1921, Gucci est l'une des premières marques de mode de luxe 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