

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

**Lancement en février 2008 de la campagne mondiale de communication consacrée à AFRICA WORKS, un projet de microcrédit au Sénégal
Benetton soutient et promeut l'Afrique des Africains. En collaboration avec Youssou N'Dour**

UNITED COLORS
OF BENETTON.



Dakar, 13 février 2008. Benetton met au premier plan l'Afrique qui travaille : la campagne mondiale de communication 2008 promeut le projet de microcrédit au Sénégal : Birima, la société de crédit coopératif fondée par le chanteur sénégalais Youssou N'Dour à laquelle le Groupe Benetton assure aussi un solide soutien économique.

Africa Works – le slogan de la campagne réalisée par Fabrica, - présentera dans le monde entier, à partir de février 2008, à travers un programme d'affichage et dans la presse, les portraits de travailleurs sénégalais qui, grâce à des financements personnalisés, se sont lancés dans de petites et fructueuses activités entrepreneuriales. Photographiés par James Mollison avec leur outil de travail et sur un fond neutre, ces travailleurs – un pêcheur, un peintre en bâtiment, un musicien, un bijoutier, une paysanne, un tailleur, deux vendeuses d'étoffes, un boxeur – ne sont plus de simples visages quotidiens, mais deviennent les symboles concrets d'un continent – l'Afrique – qui, grâce à la dignité que confère le travail, combat la pauvreté, propose un développement équitable, valorise ses richesses et reprend son destin en main.

Alessandro Benetton, Vice-Président Exécutif de Benetton Group, explique ainsi l'adhésion convaincue de l'entreprise à cette initiative : "nous avons décidé de soutenir et de promouvoir ce projet important parce que, par rapport aux actions traditionnelles de solidarité, celle-ci soutient concrètement les petites entreprises locales grâce à des financements utiles de micro crédit. C'est un projet qui, parce qu'il s'appuie sur les capacités entrepreneuriales, l'engagement dans le travail, l'optimisme et l'intérêt pour l'avenir, mise fortement sur la promotion du nouveau visage de l'Afrique".

Youssou N'Dour, un des chanteurs africains les plus célèbres et engagés dans des projets humanitaires, a déclaré : " mon expérience directe m'a permis de comprendre qu'un prêt -même d'un tout petit montant - est une manière efficace de lutter contre la pauvreté, s'il est destiné à développer une idée, à réaliser un projet. Voilà pourquoi il faut que tout le monde prenne conscience de la valeur du microcrédit : l'Afrique ne demande pas la charité, mais des fonds remboursables à des taux d'intérêt avantageux."

Parallèlement aux opérations de presse et d'affichage, la nouvelle campagne Benetton, officiellement présentée à Dakar aujourd'hui, sera accompagnée d'une série d'initiatives et d'événements : un supplément

spécial de la campagne dans Colors 73, dédié à l'argent sous toutes ses multiples formes et substances; une réédition de *Birima*, chanson déjà enregistrée par Youssou N'Dour en 2000 et arrangée personnellement par le chanteur en 2008 avec la participation extraordinaire de Patti Smith, Simphiwe Dana, Irene Grandi e Francesco Renga; un vidéoclip de la chanson; un dessin animé sur le thème du microcrédit expressément réalisé pour la communauté sénégalaise et les télévisions africaines; un site internet Benetton dédié à la campagne et aux événements qui l'accompagnent ainsi que le portail www.birima.org. Ces deux derniers ont été conçus et réalisés par Fabrica. La campagne Africa Works restera active pendant la tournée internationale du chanteur sénégalais et, plus particulièrement, pendant son concert à Paris Bercy, le 5 avril 2008.

Birima, la société de crédit coopératif fondée par N'Dour, offre des services financiers à de petites et moyennes entreprises, à des artisans, des professionnels et des artistes pour leur permettre de lancer et de développer leur activité en toute autonomie. Titre d'un succès international de l'artiste, Birima est aussi le nom d'un roi légendaire du Sénégal qui, ne s'adressant qu'une fois par an à ses sujets, est devenu le symbole de la valeur de la parole donnée, d'un code moral qui rappelle le principe essentiel de la société : le demandeur de crédit ne doit fournir aucune autre garantie que sa parole et la respectabilité de sa famille.

En se basant en toute confiance sur des principes d'honneur et de dignité – des valeurs profondément ancrées dans la tradition africaine - Birima envisage l'avenir du continent et répond à la demande croissante de financements : elle permet effectivement d'obtenir des prêts supérieurs au microcrédit traditionnel (en terme de durée et de montant), à condition que le projet présenté ait des retombées positives sur la communauté et qu'il puisse réellement assurer profits et développement. A partir du Sénégal, pays choisi comme projet pilote car il compte – malgré des écarts de revenus encore importants – parmi les pays les plus stables du continent, l'expérience de microcrédit élaborée par Birima s'étendra ensuite progressivement à d'autres nations africaines.

La nouvelle campagne Benetton résume quelques-uns des concepts clés de la communication traditionnelle du Groupe. Avec l'appui et la promotion d'un fonds de financement du travail au Sénégal, elle souligne l'importance de la collaboration avec des organismes concrètement engagés dans la solidarité et, en même temps, elle valorise l'implication de l'individu comme première étape du changement de la société toute entière. Ces concepts ont déjà été abordés en 2001, dans le cadre de la campagne *Volunteers in Colors*, réalisée en collaboration avec l'Organisation des Nations Unies pour l'Année du Bénévolat, puis repris en 2003 avec la campagne *Food for Life*, en collaboration avec le World Food Programme, et enfin en 2004 dans la campagne pour la protection des grands singes *James & Other Apes*.

Pour en savoir plus :
Tel. +39.0422.519036