

COMUNICATO STAMPA

Il Gruppo Prada e UNFPA estendono al Messico il programma di formazione sulla moda

Il progetto “Fashion Expressions: The Stories She Wears”, che ha l’obiettivo di guidare il percorso formativo di aspiranti professioniste nella moda e promuovere la prevenzione in materia di salute sessuale e riproduttiva, raggiunge le donne di Querétaro (Messico).

Milano, New York e Querétaro, 4 marzo 2024 – In occasione della Giornata Internazionale della Donna, il Gruppo Prada e UNFPA, l’agenzia delle Nazioni Unite per la salute sessuale e riproduttiva, con l’obiettivo di generare un cambiamento sociale positivo attraverso la moda, annunciano l’ampliamento al Messico del programma di formazione “*Fashion Expressions: The Stories She Wears*”. Il progetto, che mira a sfruttare il potere della moda come veicolo per promuovere l’emancipazione femminile, la salute sessuale e quella riproduttiva, coinvolge 30 donne artigiane dello stato di Querétaro, provenienti da comunità autoctone con esperienza nella tessitura e nel ricamo per rafforzarne la preparazione tecnica, artigianale e finanziaria. Lanciata per la prima volta nel 2021, l’iniziativa ha formato 43 partecipanti in Ghana e Kenya, facilitando tirocini e opportunità di impiego in aziende locali.

Il programma è stato avviato in Messico lo scorso settembre, dove un gruppo di ricamatrici e tessitrici di età compresa tra i 18 e i 50 anni è stato selezionato per migliorare le competenze tecniche e acquisire conoscenze di marketing. Si tratta di madri artigiane che lavorano in piccoli laboratori casalinghi a gestione familiare, di solito con l’aiuto dei figli, che supportano le proprie famiglie vendendo oggetti artigianali nei mercati locali di Querétaro.

Attraverso un periodo formativo di sei mesi, il programma consente di valorizzare il patrimonio culturale e permette, allo stesso tempo, una più profonda comprensione dei diritti sessuali e riproduttivi. La formazione è seguita da opportunità di collaborazione con aziende, sotto la supervisione di professionisti del settore moda.

Con il supporto del partner locale Nest, organizzazione no-profit che lavora per promuovere la parità di genere e l’inclusione economica degli artigiani, le partecipanti acquisiscono competenze di *business development* e nozioni finanziarie di base per supportare le proprie attività imprenditoriali e ottenere maggiore indipendenza economica. A completamento del progetto, le artigiane continuano a beneficiare della consulenza di Nest per lo sviluppo delle proprie attività.

Mariarosa Cutillo, Chief of Strategic Partnerships, UNFPA, ha dichiarato: “*Il valore della partnership di UNFPA con il Gruppo Prada è porre la creatività al centro della costruzione di*

comunità inclusive per donne e ragazze. Abbiamo visto l'impatto di questo modello in Africa, dove il potere della moda è stato usato come veicolo per progredire sul tema della salute sessuale e riproduttiva, della parità di genere e dell'emancipazione economica delle donne, e siamo impazienti di vedere i risultati del percorso delle artigiane di Querétaro”.

Lorenzo Bertelli, Head of Corporate Social Responsibility del Gruppo Prada, ha commentato: *“La partnership con UNFPA testimonia il potere della moda, unita all’educazione, di generare cambiamento ed emancipazione, grazie anche alle naturali abilità delle partecipanti. Il nostro obiettivo è supportare queste donne e dare loro speranza per un futuro migliore, mentre continuiamo a lavorare per costruire una società più inclusiva”.*

Malika Savell Cruz, Chief Diversity, Equity & Inclusion Officer del Gruppo Prada, The Americas, ha dichiarato: *“Siamo entusiasti di rafforzare ulteriormente la nostra partnership con UNFPA ed espandere il progetto “Fashion Expressions: The Stories She Wears” al Messico. Questa ulteriore tappa sottolinea il nostro costante impegno nel promuovere la diversità, l’equità e l’inclusione nel settore della moda. Iniziative come questa rafforzano la nuova generazione di creativi, favorendo al contempo il dialogo culturale, la comprensione e la creazione di una comunità globale più inclusiva”.*

Rebecca van Bergen, Direttrice Esecutiva di Nest, ha detto: *“Il programma per lo sviluppo imprenditoriale in campo artigianale di Nest integra in modo significativo il progetto di UNFPA e del Gruppo Prada, consentendo alla partnership di sostenere le donne in modo olistico nel creare un futuro migliore per sé, le proprie famiglie e le comunità”.*

UNFPA

L'UNFPA è l'agenzia delle Nazioni Unite per la salute sessuale e riproduttiva. La missione dell'UNFPA è quella di creare un mondo in cui ogni gravidanza sia desiderata, ogni parto sia sicuro e il potenziale di ogni giovane sia realizzato. L'UNFPA chiede per tutti il diritto alla riproduzione e sostiene l'accesso a un'ampia gamma di servizi per la salute sessuale e riproduttiva, tra cui la pianificazione familiare volontaria, l'assistenza sanitaria materna e l'educazione sessuale completa.

Gruppo Prada

Il Gruppo Prada è impegnato nel sociale per contribuire alla crescita sostenibile delle comunità e stimolare il dibattito culturale in ogni sua forma. Collabora con partner di eccellenza e organi internazionali per lo sviluppo di programmi educativi e di formazione, per la promozione dei talenti, il supporto alla ricerca scientifica, l'empowerment femminile e la valorizzazione del territorio e del patrimonio artistico. Il Gruppo Prada opera nel settore del lusso con i marchi Prada, Miu Miu, Church's, Car Shoe, Marchesi 1824 e Luna Rossa.

Nest

Nest (www.buildanest.org) è un'associazione no-profit che sostiene la crescita responsabile e il coinvolgimento creativo dell'economia artigianale per creare un mondo con maggiore parità di genere e inclusione economica. Dal 2006, Nest sostiene le comunità creative con risorse didattiche e opportunità di accesso al mercato come mezzo per aumentare il reddito basato sulle attività artigianali e preservare le tradizioni culturali.

Per ulteriori informazioni:

Ufficio stampa del Gruppo Prada
corporatepress@prada.com

Ufficio stampa di UNFPA a New York:
Eddie Wright
ewright@unfpa.org