

COMMUNIQUE DE PRESSE

1^{er} octobre 2009

Kofi Annan lance ‘Beds Are Burning’, une pétition musicale mondiale en faveur de la Justice Climatique, en compagnie de Mélanie Laurent, David Jones, Pdg d’Havas Worldwide, et The:Hours

- Toute première pétition musicale mondiale créée dans le but de mobiliser la planète pour mettre la pression sur les décideurs internationaux afin de parvenir à un accord pour la Justice Climatique lors du Sommet des Nations Unies sur les Changements Climatiques qui se tiendra à Copenhague en Décembre prochain
- Produit par The:Hours, plus de 60 célébrités et stars de la musique ont participé gracieusement à cet enregistrement pour encourager la signature d’un accord pour la Justice Climatique et soutenir la campagne « Tck Tck Tck Time for Climate Justice »
- Midnight Oil a spécialement réécrit les paroles de leur succès “Beds Are Burning” pour souligner le plus grand défi humanitaire que la planète rencontre aujourd’hui

PARIS (1^{er} Octobre 2009) – Kofi A. Annan, Président du Global Humanitarian Forum, a été rejoint aujourd’hui par Mélanie Laurent (star du film « Inglorious Basterds » de Quentin Tarantino) et David Jones (Pdg d’Havas Worldwide) pour le lancement de la nouvelle version réenregistrée de « Beds Are Burning » de Midnight Oil servant de pétition musicale mondiale en faveur de la Justice Climatique lors du sommet des Nations Unies sur les changements climatiques qui se tiendra à Copenhague en Décembre prochain. Cette chanson est également appelée à devenir la bande sonore du mouvement pour la Justice Climatique.

« **Beds Are Burning** » a été produit par The:Hours et sera téléchargeable gratuitement sur toutes les principales plateformes de téléchargement musical. Ce titre sera également disponible sur le site web de la campagne : www.timeforclimatejustice.org.

Plus de 60 célébrités et stars de la musique ont contribué à cette chanson, parmi lesquelles Duran Duran, Mark Ronson, Jamie Cullum, Mélanie Laurent, Marion Cotillard, Milla Jovovich, Fergie, Lilly Allen, Bob Geldof, Youssou N’Dour, Yannick Noah et bien d’autres.

Chaque téléchargement comptera comme une pétition individuelle ajoutant son nom à la requête faite aux décideurs internationaux de parvenir à un accord ambitieux, équitable et mondial pour le sommet des Nations Unies sur les changements climatiques de Copenhague. Plus de 1,3 Million de personnes ont déjà adhéré à cette campagne.

La campagne “**Tck Tck Tck Time for Climate Justice**” du Global Humanitarian Forum a été créée par Havas Worldwide et lancée cette année lors du 56^{ème} Festival International de la Publicité à Cannes.

La Justice Climatique repose fondamentalement sur le principe que les émissions de gaz à effet de serre ont un prix et que leurs émetteurs doivent payer. En outre, les pays et les peuples qui subissent les pires conséquences de ces changements climatiques, actuels et futurs, sont ceux qui en sont les moins responsables.

Monsieur **Annan** a déclaré:

“Les changements climatiques sont le plus grand défi humanitaire que la planète rencontre aujourd’hui. Mais c’est également un enjeu qui comporte une profonde injustice en son sein. Ce sont les principales puissances économiques mondiales qui contribuent à l’écrasante majorité des émissions de gaz à effet de serre de la planète. Mais ce sont les nations les plus pauvres et les plus sous-développées qui en subissent les conséquences les plus graves.”

“Je pense que nous atteignons un moment critique de cette campagne qui mobilise des gens du monde entier en faveur de la Justice Climatique. Plus de 1,3 Million de personnes ont déjà adhéré à notre campagne “Tck Tck Tck Time for Climate Justice”.”

“En téléchargeant gratuitement “Beds Are Burning” sur une des principales plateformes de téléchargement musical sur internet, les gens du monde entier ajouteront leur nom à cette pétition internationale grandissante rejoignant ainsi la campagne pour la Justice Climatique et devenant par la même occasion des défenseurs du climat.”

“Cela sera la toute première pétition musicale créée dans le but de réclamer des actions décisives aux décideurs internationaux. Je suis persuadé que cela peut devenir le Band Aid de la génération internet. Ensemble, nous pouvons créer un tel émoi que nos dirigeants ne pourront ignorer nos messages quand ils se retrouveront à Copenhague en Décembre prochain pour trouver un accord post-Kyoto sur le climat. Les bons leaders sont aussi de bons suiveurs.”

Monsieur Annan a été rejoint pour ce lancement par **Mélanie Laurent**, la star du dernier succès de Quentin Tarantino « Inglorious Basterds ». Cette dernière a déclaré :

“Il est extrêmement important que le prochain accord post-Kyoto soit une réussite là où le précédent sommet avait échoué.”

“La contribution la plus importante à l’augmentation des gaz à effet de serre dans l’atmosphère n’est pas la combustion des énergies fossiles par le secteur des transports, ni la pollution industrielle mais la déforestation. L’unique proposition intéressante de Kyoto était l’effacement par les pays riches de leur empreinte carbone moyennant des versements aux nations les plus pauvres afin de maintenir leurs forêts. Malheureusement cette décision n’a pas fait son chemin et les forêts brûlent toujours.”

“Je soutiens l’initiative de Kofi Annan et espère que cette chanson sera entendue par le plus grand nombre de gens avant Copenhague. Cette campagne aidera à garantir un futur meilleur pour notre planète et pour les générations futures. Et comme le dit la chanson «The Time has come » (le moment est venu) ».”

David Jones, Pdg d’Havas Worldwide, réseau qui a créé la campagne pour le Global Humanitarian Forum de M. Annan, a affirmé :

“Notre industrie excelle dans l’art de changer les comportements humains. Je suis convaincu que nous ne tenons pas seulement une simple opportunité de changement mais également un devoir d’utiliser notre créativité pour résoudre un des plus importants problèmes auquel fait face notre planète.

“Pour obtenir des résultats tangibles à Copenhague, il faut que chacun mette la pression sur ses dirigeants afin de parvenir à un accord équitable post-Kyoto. Ceci est précisément le but de la campagne et les communautés du marketing et de la publicité y ont un rôle crucial à jouer. ”

Alexandre Sap, CEO de The:Hours qui a rassemblé tous les artistes et produit la bande sonore a déclaré :

“La musique est un langage universel capable de transcender les cultures, les générations, les religions et les races. Une chanson ou un artiste a vraiment le pouvoir de porter un message ou un mouvement au plan mondial, plus qu’aucun politicien ou leader international ne le peut.

“C’est pourquoi nous croyons qu’en produisant une chanson pour M. Kofi Annan et pour la campagne « Tck Tck Tck Time for Climate Justice » nous créerons un mouvement qui mérite d’avoir voix au chapitre à Copenhague en Décembre. L’objectif est d’attirer massivement l’attention sur cet évènement qui impactera la vie de chaque habitant de notre planète.”

Contacts :

Communication :

Lorella Gessa

Directrice de la Communication du Groupe Havas

Tel: +33 (0)1 58 47 90 36

lorella.gessa@havas.com

Pete Bowyer

Apex Communications: + 44 7725 063377

(pete.bowyer@apexcommunications.com)

NOTES AUX EDITEURS

1. Pour écouter la version audio de la chanson, voir la vidéo et pour les autres supports media, merci de vous rendre sur :

www.highrisepr.com/tcktcktck

login : climate

password : change09

La chanson est également téléchargeable gratuitement sur itunes à l'adresse :

<http://itunes.apple.com/WebObjects/MZStore.woa/wa/viewalbum?i=332754461&id=332754130&s=143442&uo=6>

2. Global Humanitarian Forum

Fondé en 2007, le Forum humanitaire mondial est une organisation internationale indépendante dirigée par Kofi Annan et basée à Genève, en Suisse. Le Forum cherche à sensibiliser au visage humain du changement climatique, par opposition aux émissions ou aspects purement environnementaux, et à accroître le soutien aux populations vulnérables les plus touchées par le changement climatique.

www.ghf-geneva.org

3. A propos d'Havas

Havas (Euronext Paris SA : HAV.PA) est un Groupe mondial de conseil en communication. Basé à Paris, Havas développe ses activités autour de ses deux Business Units (ce terme « Business Unit » remplace dorénavant le terme de « Division »), Havas Worldwide et Havas Media, afin de favoriser les synergies et renforcer davantage le positionnement de Havas en tant que groupe le plus intégré du secteur. Havas Worldwide comprend le réseau Euro RSCG Worldwide ainsi que des agences à forte identité locale : Arnold aux Etats-Unis, en Grande Bretagne et en Italie, H et W&Cie en France, Palm+Havas au Canada... Havas Media comprend les réseaux MPG, Arena, Havas Sports & Entertainment et Havas Digital. Groupe multiculturel et décentralisé, Havas est présent dans plus de 75 pays au travers de ses agences et ses accords d'affiliation. Le Groupe offre une large gamme de services de conseil en communication, comprenant la publicité traditionnelle, le marketing direct, le média planning et l'achat média, la communication d'entreprise, la promotion des ventes, la conception, les ressources humaines, le marketing sportif, la communication interactive multimédia et les relations publiques. Havas dispose d'un effectif d'environ 14 700 collaborateurs.

De plus amples informations sur Havas sont disponibles sur le site de la société :

www.havas.fr

4. A propos de The:Hours

The:Hours est une maison de disques fondée par Alexandre Sap et Leslie Dubest, anciens fondateurs de Recall, et Fabien Moreau, un entrepreneur spécialisé dans les medias et de l'entertainment. Opérant entre New York et Paris, ce label est distribué à travers le monde par Universal et fait partie, depuis juillet 2008, du réseau Euro RSCG Worldwide, présent dans 75 pays au travers de 234 agences. The:Hours, parallèlement à ses activités de label et d'éditeur, offre des services de communication et de marketing liés à la musique et à l'entertainment. Son catalogue comprend entre autres des artistes tels que Elbow, Dan Black, Dada Life, Fires of Rome, Via Tania ou AutoKratz et compte Cartier, Tommy Hilfiger, Donna Karan, Michael Kors, Lacoste, Estée Lauder, WhiteWall, Citroën ou Lagardère Active parmi ses clients.

www.the-hours.com

5. The Hours tiennent à remercier :

Lily Allen, Heidy Allende, Amadou et Mariam, Andre, Bamboo Shoots , Alexandre De Betak, Sa Ding Ding, Dan Black, Brazilian Girls, Jamie Burke, Guillaume Canet, Casxio, Aurelia Chaplin, Marion Cotillard, Jamie Cullum, Youssou n'Dour, Duran Duran, Fergie, Fires Of Rome, Khalil Fong, Adam Freeland, Bob Geldof, Grand National, Chanel Iman, Milla Jovovich, Manu Katche, Angelique Kidjo, Klaxons, Melanie Laurent, Will Lee, Jet Li, Xing Li, Theophilus London, Suketu Metha, Midnight Oil, Yannick Noah, Overtone, Vincent Perez, Mark Ronson, Mick Rock, Serena Ryder, Scorpions, Jacques Seguela, Eric Serra, Michael Stevens, The All American Rejects, Olivia Ruiz, The Kin, Desmond Tutu, Via Tania, Hawksley Workman, Charlie Winston, Andrew Wyatt, Yodelice, Eglantina Zingg.