



La campagne The Girl Effect vise à promouvoir le fait d'investir pour les filles, et de leur donner une chance d'avoir de meilleurs lendemains.

The Girl Effect est une véritable révolution, un programme d'autonomisation économique auto-entretenu pour les filles, qui a déjà fait ses preuves, comme le montre l'exemple d'Anita, une jeune fille indienne qui a appris à tenir son entreprise d'apiculture et utilisé ses revenus pour aller à l'école, réparer la maison de sa famille, et payer les frais médicaux de ses proches.

600 millions d'adolescentes vivent dans la pauvreté dans les pays en voie de développement. En donnant sa chance à l'une d'entre elle, vous déclenchez "l'effet fille", the Girl Effect. Lorsque les filles ont accès à des endroits sûrs pour se rencontrer, à l'éducation, la protection légale, des soins de santé ainsi qu'à la formation et à des compétences professionnelles, elles peuvent prospérer. Et lorsqu'elles prospèrent, tous ceux qui les entourent en profitent également. Une plus grande autonomie économique est ce qu'il nous faut pour réussir.

L'impact des filles sur le développement s'est classé 4ème en nombre de signatures parmi l'ensemble des panels du Forum Economique Mondial de Davos en 2009. Une quantité impressionnante de personnes s'est rassemblée pour entendre l'opinion d'orateurs tels que Melinda Gates sur les moyens de sortir de la crise économique. Des PDG, des chefs d'Etat sont venus pour savoir quel était le rôle des filles. □

Participez.

