

I giovani disabili di un Istituto di cura tedesco protagonisti del nuovo catalogo e della campagna internazionale I GIRASOLI BENETTON FIORISCONO IN AUTUNNO

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Ponzano, 11 settembre 1998. La piccola Hildegard indossa un dolcevita che predica amore, un gruppo di bambini pattina sul ghiaccio, giovani cuochi preparano e gustano ciò che hanno realizzato con le loro mani, Manuela posa con la madre e i fratelli, il piccolo Hansi sorride al sole della campagna con nonni, genitori e un docile vitello pezzato, una squadra di sciatori è pronta a lanciarsi sulla neve, il quattordicenne Stefan imita Elvis con la sua chitarra. Sono alcuni dei protagonisti delle immagini del nuovo catalogo Benetton per la stagione autunno-inverno 1998/99, realizzate da Oliviero Toscani presso l'Istituto St. Valentin, specializzato nell'educazione di giovani disabili, che ha sede a Ruhpolding, nelle Alpi Bavaresi. Diffuso in due milioni di copie in tutto il mondo, il catalogo sarà inoltre l'oggetto della campagna stampa e affissione che uscirà in Italia con la collaborazione di TIM e in Gran Bretagna e Irlanda in collaborazione con la Procter & Gamble (con il marchio Lenor Care), un segnale importante da parte di due imprese che, condividendo questo modello di comunicazione sociale, hanno scelto di affiancare i propri marchi a quello di Benetton.

*"Per la prima volta nella sua storia, TIM è partner attivo in una straordinaria iniziativa di comunicazione indirizzata al mondo dell'educazione e dell'handicap come quella de **I girasoli** in collaborazione con Benetton. Riteniamo che il successo accordato a un'azienda, come nel nostro caso, vada restituito alla collettività, con particolare attenzione verso le categorie sociali più deboli"* ha affermato l'Amministratore Delegato di TIM Umberto de Julio. *"TIM è in prima linea nel campo della solidarietà e del sociale, avendo investito sin dalla sua nascita su tematiche quali l'infanzia, gli anziani e il reinserimento e il lavoro per i detenuti"*. La promozione di questa iniziativa rappresenta una formula innovativa nel panorama della comunicazione. TIM, che è uno dei principali investitori nel settore dell'immagine in Italia, ha da sempre privilegiato la ricerca di nuove forme di comunicazione per il posizionamento sul mercato. *"Migliorare la vita è la nostra missione e speriamo con questo altro nostro piccolo passo nei confronti del mondo dei disabili di essere sulla strada giusta"* ha detto ancora de Julio.

Il nuovo catalogo si intitola **I girasoli**, perché la scrittrice Susanna Tamaro racconta nell'introduzione di vedere questi fiori dalla finestra di casa sua e di associare *"la loro testarda allegria"* e *"la docilità con cui seguono il sole"* al sorriso dei bambini dell'istituto di Ruhpolding. Nelle pagine ci sono bambini e ragazzi disabili, allegri e tristi come tutti i giovani, i loro familiari, gli insegnanti e il personale specializzato dell'Istituto: tutti insieme in una sorta di famiglia allargata, in una comunità serena dove il metro comune della "normalità" viene superato a favore di un più profondo sentimento di solidarietà tra esseri umani. *"Siamo stati molto felici che Benetton abbia fatto le foto per il catalogo qui da noi"*, ha detto suor Michaela, una delle insegnanti *"c'è stata un'atmosfera meravigliosa: è stato un incontro all'insegna del divertimento e dell'amicizia"*.

Dalle fotografie traspare un senso di autenticità senza forzature, di innocenza e speranza. Sono immagini che, come sottolinea la Tamaro, *"ci parlano di un mondo senza difese, senza confini, senza preconcetti. Un*

mondo che viene alla luce offrendo l'immediatezza del suo amore". Per questo il catalogo Benetton, per la prima volta, diventerà anche campagna di comunicazione mondiale, presentando alcune di queste immagini sulla stampa e in affissione, per contribuire ad abbattere il muro che circonda l'handicap come forma estrema di diversità, quindi emarginato perché incomprensibile, spaventoso e, fatto ancor più grave nella società dell'immagine, impresentabile.

Oliviero Toscani, per spiegare la scelta di realizzare queste immagini presso l'Istituto St. Valentin, cita un famoso motto dadaista: *"Gli stupidi vedono il bello solo nelle cose belle"*, per sottolineare come oggi il bello coincida quasi esclusivamente con il modello estetico proposto da pubblicità e televisione. *"Ecco perché -aggiunge- occorre ricercare qualcosa di più profondo della bellezza superficiale. Ho scelto questi bambini, questi giovani, queste famiglie, perché sono belli nel senso più autentico della parola"*.

L'Istituto per disabili St. Valentin di Ruhpolding, in Germania, si occupa con il sostegno statale della cura e dell'educazione di 110 bambini e ragazzi, dai tre ai ventidue anni, di cui 30 ospitati a tempo pieno. Dopo i ventidue anni e secondo le loro capacità, ai giovani viene assegnato un lavoro esterno oppure vengono integrati in altre strutture per adulti disabili. La struttura, che può contare su un team di circa 100 persone tra insegnanti e personale specializzato, è organizzata per offrire cure specifiche secondo la tipologia di handicap o di disagio, e consente ai giovani di vivere a contatto con un ambiente naturale incontaminato. Dotato di due palestre, di cui una dedicata alla fisioterapia, piscina coperta, sala di rilassamento, centro ippico, piste di sci e pattinaggio, l'Istituto è attrezzato anche per lo svolgimento di attività pratiche e ricreative, che spaziano dalle escursioni alla cucina, dalla pittura al teatro alla musica.

Immagine ad alta risoluzione disponibili nella sezione:
[Immagine – Campagne Istituzionali Benetton – I Girasoli](#)