

In occasione della Giornata Mondiale dell'Aids e in collaborazione con la LILA
IL FIOCCO ROSSO DELLA PREVENZIONE CONTRO L'AIDS
PROTAGONISTA DELLA NUOVA CAMPAGNA BENETTON

Ponzano, 27 novembre 1997. Un fiocco rosso, simbolo della sensibilizzazione e della prevenzione contro l'Aids, appuntato sulla biancheria intima di giovani donne e uomini: è l'immagine della nuova campagna internazionale di comunicazione Benetton, realizzata in collaborazione con la LILA, la Lega Italiana Lotta contro l'Aids, che sarà lanciata l'1 dicembre prossimo in occasione della Giornata Mondiale dell'Aids. Si tratta di tre fotografie scattate da Oliviero Toscani e firmate Undercolors, il marchio di abbigliamento intimo Benetton, che propongono una spiritosa e chiara riflessione sulla necessità di evitare con la prevenzione i rischi di contagio.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

“Perché ancora un'immagine ispirata all'Aids? Perché dobbiamo almeno illuderci di essere protagonisti in una lotta in cui sempre la natura vince e tocca a noi soccombere” afferma Oliviero Toscani. “La natura ha i suoi equilibri, nei quali rientra anche una malattia mortale come questa, ma dalla sua giustizia noi uomini abbiamo il dovere di difenderci”.

La nuova campagna, che sarà pubblicata da alcune delle principali testate giornalistiche in Italia, Francia, Austria, Germania, Gran Bretagna, Spagna, Portogallo, Grecia, Olanda, Slovenia e Serbia, rientra nel quadro dei programmi di comunicazione Benetton, focalizzati, da più di dieci anni, su temi sociali di rilevanza mondiale. Dal 1991, in particolare, Benetton è impegnato nella campagna di sensibilizzazione anti-Aids, a partire dall'immagine dei preservativi colorati, presentati per la prima volta in una veste giocosa, che ha consentito di sdrammatizzare un importante strumento di prevenzione come il profilattico e di superare il tabù della sua rappresentazione sui media.

In occasione della nuova campagna di comunicazione, Benetton lancerà in Italia, sempre in collaborazione con la LILA, un concorso fotografico sul tema dell'Aids, riservato ai minori di 18 anni. Le immagini più significative saranno scelte da una giuria formata da Oliviero Toscani, lo scrittore Michele Serra e il cantante Jovanotti, ed esposte in una mostra itinerante che toccherà varie città nei primi mesi del 1998.

Negli anni scorsi l'impegno di Benetton è stato rivolto sia a nuove campagne di comunicazione, ad esempio con le controverse e dibattute immagini di David Kirby sul letto di morte e dei corpi marchiati HIV positivo, sia a progetti di collaborazione con oltre 40 Enti per la lotta contro l'Aids in tutto il mondo. Nell'ambito di questi progetti, Benetton è stato partner attivo nella realizzazione di eventi di risonanza internazionale, come il rivestimento dell'obelisco di Place de la Concorde a Parigi con un preservativo gigante, e di concrete campagne di informazione sull'Aids in Sud Africa, India e in vari Paesi dell'America Latina.