

BENETTON COLOURFUL VIBES

**Nueva campaña United Colors of Benetton O/I 2013.
Un gran fotógrafo de moda, Mikael Jansson, y seis jóvenes icónicos
como protagonistas para declarar al mundo que, también en la
música, la diversidad es riqueza.**

Ponzano, 3 de Julio de 2013. Somos roqueros o somos pop, tecno o hip-hop, alternativos o conformistas: somos todos diferentes, pero la música es la pasión de todos. Para la campaña de moda de otoño-invierno 2013, **United Colors of Benetton** ha elegido la **música** para afirmar que en la **unión de las diversidades** –de las personas, de las culturas y de los sonidos– está el futuro del mundo.

La nueva campaña habla de las buenas vibraciones de seis jóvenes personajes, que son ya iconos de la moda y de la música, y que a través de sus propias almas musicales consiguen ser ellos mismos, compartir experiencias y comunicarse con el mundo. *«Una campaña –dice Alessandro Benetton, presidente de Benetton Group– que une culturas y experiencias distintas en un crisol caracterizado por la música que, exactamente igual que el color, es un modo de expresarse, un vehículo de emociones personales y, sobre todo, un lenguaje universal que todo el mundo entiende.»*

UNITED COLORS
OF BENETTON.

La campaña se ha confiado a **Mikael Jansson**, uno de los más importantes fotógrafos y directores de moda de nuestros tiempos, autor de memorables campañas publicitarias, de portadas y artículos para W Magazine, Interview Magazine y varias ediciones internacionales de Vogue, además de ser retratista de un innumerable ejército de personajes famosos. El objetivo de Jansson ha capturado para United Colors of Benetton el trabajo de seis embajadores especiales, y ha transformado en imágenes de gran fuerza evocativa sus interpretaciones personales de música, energía y belleza.

Sky Ferreira es actualmente la It-Girl del mundo de la música y de la moda. Originaria de Los Ángeles, de largos cabellos rubios, mito del pop, Sky empezó en MySpace y ha escrito, a día de hoy, unas 300 canciones, muchas de las cuales hablan de los jóvenes y sus aspiraciones. Sky ha aparecido con frecuencia en las semanas de la moda de Nueva York y París, sentada en primera fila o en calidad de DJ tras las fiestas.

Theophilus London, nacido en Trinidad y crecido en Brooklyn, es conocido a nivel internacional por su estilo culturalmente ecléctico, tanto en la música como en la manera de vestir. La figura de Theophilus, verdadero icono del estilo, ha crecido en el mundo de la moda de manera exponencial junto a su carrera musical.

Lily McMenamy, modelo inglesa, decidió instalarse en París sola, a los 18 años, tras haber terminado el bachiller. Su ansia de experimentar, su

delicada y extravagante personalidad y su aspecto único han seducido al universo de la moda. Es una mezcla de varias culturas y cultiva muchos intereses: de la cinematografía al arte, la literatura, la moda, el yoga o la cocina.

Chloe Norgaard, modelo estadounidense de 22 años, es una verdadera trotamundos, siempre de viaje para asistir a pasarelas y giras como DJ. Es famosa por su cabello tecnicolor y su aspecto psicodélico. Le encantan los colores, los festivales musicales (en los que encuentra inspiración), la música fuerte, el metal y la comodidad. Encuentra extremadamente interesante la diversidad cultural.

Soo Joo Park, modelo surcoreana, tiene 27 años. Estudió piano y flauta durante la infancia y la adolescencia, aunque se decantó más tarde por el piano, del que terminó los estudios. También sabe cantar y ha creado un grupo con una compañera de universidad con la que comparte su pasión por el rock de los años 70. Su ídolo es David Bowie.

Louis Simonon, inglés de 20 años, ha crecido con la música en los genes. Su padre es Paul Simonon, bajista de los Clash, conocido grupo punk rock. Louis y su hermano Claude se abrieron camino rápidamente en el mundo de la moda y de la música. Empezó su carrera como modelo en 2009 apareciendo en la portada de Dazed & Confused.

La nueva campaña de moda United Colors of Benetton está centrada en la música y continúa el recorrido creativo iniciado en la primavera de 2013 con la innovadora campaña que nos contó, a través de las pasiones cromáticas de un equipo cosmopolita de jóvenes embajadores, el valor fundamental del color de United Colors of Benetton, metáfora de una marca que une, supera las fronteras y dialoga con el mundo. La nueva campaña aparecerá, a partir de agosto de 2013, en los medios de comunicación convencionales y en línea de todo el mundo.

benettongroup.com/media-press
benetton.com

facebook.com/benetton
twitter.com/benetton
youtube.com/benetton