

BENETTON COLOURFUL VIBES

La nouvelle campagne AH 2013 de United Colors of Benetton met à l'honneur la musique qui unit les diversités autour d'un avenir commun

Cette campagne ultra-vitaminée présente six jeunes icônes internationales shootées par le célèbre photographe de mode Mikael Jansson

Ponzano, 3 Juillet 2013. Certains aiment le rock ou la pop, d'autres préfèrent la techno, le hip-hop, la musique alternative ou classique : il y en a pour tous les goûts. La passion pour la musique apparaît comme le dénominateur commun qui unit tous les peuples au-delà de leurs différences. La campagne AH 2013 de United Colors of Benetton rappelle que la musique est un facteur d'unité humaine, identitaire et culturelle entre les diversités – l'unité étant la clé de notre avenir à tous.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

La nouvelle campagne met en avant les « vibrations positives » de six des meilleurs jeunes talents d'aujourd'hui, dans la musique ou la mode. A travers leurs chansons, ils expriment leur personnalité, partagent leurs expériences et communiquent avec le monde. Selon **Alessandro Benetton**, Président du Groupe Benetton, « cette campagne célèbre différentes cultures et expériences dans un melting pot de genres musicaux. Comme la couleur, la musique est un mode d'expression de soi, une façon d'extérioriser ses sentiments, et c'est avant tout un langage universel intelligible par tous. »

Mikael Jansson, l'un des plus grands photographes de mode de notre époque, a réalisé la campagne. Il est également à l'origine de campagnes publicitaires mémorables, de couvertures de magazines et d'éditoriaux pour *W Magazine*, *Interview Magazine* et plusieurs éditions internationales de *Vogue*, ayant aussi tiré le portrait d'une longue liste de célébrités. L'objectif de Mikael Jansson a sublimé les six ambassadeurs d'United Colors of Benetton et transformé leur interprétation personnelle de la musique et leur belle énergie en des images éloquentes et puissantes.

Née à Los Angeles, **Sky Ferreira**, la très blonde nouvelle sensation de la musique et de la mode, est déjà une légende de la pop. Elle a fait ses débuts sur MySpace et a écrit plus de 300 chansons à ce jour, autour de sa génération et ses aspirations. Sky Ferreira est une habituée des fashion weeks de New York et de Paris, en tant qu'invitée au premier rang ou officiant comme DJ lors des soirées d'après-défilés.

Né à la Trinité et ayant grandi à Brooklyn, **Theophilus London**, est mondialement connu pour sa musique unique en son genre et pour ses goûts vestimentaires éclectiques. Salué en tant que musicien, Theophilus London est aussi devenu une véritable icône de style.

Le mannequin britannique **Lily McMenamy** avait tout juste 18 ans et venait de terminer le lycée quand elle a pris la décision de déménager seule à Paris. Son esprit curieux et sa beauté inhabituelle ont su séduire le monde de la mode. Venant d'un milieu multi-culturel, elle est passionnée de cinéma et d'arts, mais aussi de littérature, de mode et de cuisine, et trouve encore le temps de pratiquer le yoga.

Âgée de 22 ans, la top américaine **Chloe Norgaard** est connue pour ses cheveux technicolor et son look psychédélique. Grande globe-trotteuse, elle sillonne le monde entier en tant que mannequin ou DJ. Elle adore les couleurs, les festivals de musique – où elle puise son inspiration – écouter la musique métal à fond, et apprécier les bonnes choses de la vie. Le multiculturalisme la fascine.

La Sud-Coréenne **Soo Joo Park** a 23 ans et a récemment percé à son tour en tant que mannequin. Pendant son enfance et son adolescence, elle a pratiqué le piano et la flûte avant de se décider à effectuer des études de piano. Elle a également une très belle voix, et a formé avec des amis un groupe de musique, en hommage au rock des années 70. Son idole est David Bowie.

À 20 ans, le Britannique **Louis Simonon** a la musique dans le sang. Il est le fils de Paul Simonon, bassiste du groupe punk rock The Clash. La mode a très vite fait les yeux doux à ce jeune homme et son frère Claude, mais ils sont également musiciens par ailleurs. La carrière de mannequin de Louis a décollé après un shooting photo qui lui a valu la couverture du magazine *Dazed & Confused* en 2009.

Cette campagne d'**United Colors of Benetton**, véritable hommage à la musique, prolonge l'inspiration créative Été 2013 de la marque, où un groupe multi-ethnique de jeunes célébrait les valeurs profondes d'une marque qui sait unir, traverser les frontières et s'adresser au monde entier.

Lancée en août 2013, la campagne AH 2013 apparaîtra dans les plus grands réseaux sociaux et magazines internationaux.

benettongroup.com/media-press
benetton.com

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