

BENETTON COLOURFUL VIBES

**Nuova campagna United Colors of Benetton A/I 2013.
Un grande fotografo di moda, Mikael Jansson, e sei giovani iconici protagonisti di tutto il mondo per dichiarare attraverso la musica che l'unione delle diversità è futuro.**

Ponzano, 3 Luglio 2013. Siamo rock o siamo pop, tecno o hip-hop, alternativi o conformisti: siamo tutti diversi, ma la musica è la passione di tutti. Per la campagna moda autunno inverno 2013, **United Colors of Benetton** ha scelto la **musica** per affermare che nell' **unione delle diversità** – delle persone, delle identità, delle culture, dei tanti sound – sta il futuro del mondo.

La nuova campagna racconta le 'good vibrations' di sei giovani personaggi, già icone della moda e della musica, che attraverso le proprie anime musicali riescono a essere se stessi, a condividere esperienze e comunicare con il mondo. *"Una campagna – dice Alessandro Benetton, Presidente di Benetton Group - che unisce culture ed esperienze diverse in un melting pot all'insegna della musica che, proprio come il colore, è un modo di esprimersi, un veicolo di emozioni personali e, soprattutto, un linguaggio universale che tutti comprendono."*

UNITED COLORS
OF BENETTON.

La campagna è stata affidata a **Mikael Jansson**, uno tra i più importanti fotografi e registi di moda dei nostri tempi, autore di memorabili campagne pubblicitarie, di copertine e servizi per W Magazine, Interview Magazine e varie edizioni internazionali di Vogue, oltre che ritrattista di uno sterminato esercito di celebrities. L'obiettivo di Jansson ha catturato per United Colors of Benetton le performance dei sei speciali ambasciatori, trasformando in immagini di grande forza evocativa le loro personali interpretazioni di musica, energia e bellezza.

Sky Ferreira è attualmente la It-Girl del mondo della musica e della moda. Originaria di Los Angeles, lunghi capelli biondi, mito del pop, Sky ha esordito con MySpace e ha scritto, a oggi, circa 300 canzoni, molte delle quali parlano dei giovani e delle loro aspirazioni. Sky è apparsa spesso durante le Settimane della moda di New York e Parigi, seduta in prima fila o in veste di DJ dopo i party.

Theophilus London, nato a Trinidad e cresciuto a Brooklyn, è noto a livello internazionale per il suo stile culturalmente eclettico, sia nella musica sia nell'abbigliamento. Vera e propria icona dello stile, la figura di Theophilus nel mondo della moda è cresciuta in maniera esponenziale assieme alla sua carriera musicale.

Lily McMenamy, modella inglese, ha scelto di trasferirsi a Parigi, da sola, all'età di 18 anni dopo aver finito le scuole superiori. La sua voglia di sperimentare, la sua delicata e stravagante personalità, il suo look unico

hanno sedotto l'universo della moda. È un mix di varie culture e coltiva molti interessi: dalla cinematografia all'arte, dalla letteratura alla moda, dallo yoga alla cucina.

Chloe Norgaard, modella statunitense di 22 anni, è una vera globetrotter, sempre in viaggio per sfilate e tour come DJ. È famosa per la capigliatura technicolor e il look psichedelico. Ama i colori, i festival musicali (dove trova ispirazione), la musica forte, il metallo e le comodità. Trova la diversità culturale estremamente interessante.

Soo Joo Park, modella sudcoreana, ha 23 anni. Ha studiato pianoforte e flauto per tutta l'infanzia e l'adolescenza, privilegiando poi il piano, di cui ha completato gli studi. Sa anche cantare e ha creato un gruppo con un compagno di college col quale condivide la passione per il rock anni 70. Il suo idolo è David Bowie.

Louis Simonon, inglese di 20 anni, è cresciuto con la musica nel DNA. Suo padre è Paul Simonon, bassista dei Clash, noto gruppo punk rock. Louis e il fratello Claude si sono subito fatti strada nel mondo della moda e della musica. Ha iniziato la carriera da modello nel 2009, comparando sulla copertina di Dazed & Confused.

La nuova campagna moda United Colors of Benetton centrata sulla musica continua il percorso creativo avviato nella primavera 2013 con l'innovativa campagna che ha raccontato, attraverso le passioni cromatiche di una squadra cosmopolita di giovani ambasciatori, il valore fondativo del colore di United Colors of Benetton, metafora di un brand che unisce, supera i confini e dialoga con il mondo. La nuova campagna sarà declinata, a partire da Agosto 2013, sui media off line e on line mondiali.

benettongroup.com/media-press
benetton.com

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