

BENETTON LANCIERT EINE KAMPAGNE VON OLIVIERO TOSCANI ZUM THEMA INTEGRATION

Zwei Fotos.

Eine Klasse von achtundzwanzig Kindern.
Dreizehn verschiedene Nationalitäten aus vier Kontinenten.
Lächelnd. Mit der Zukunft vor sich.

Zehn Kinder - von Burkina Faso bis zu den Philippinen, von Italien bis zum Senegal - versammeln sich um einen Lehrer, der Pinocchio liest.
Begeistert. Lauschend.

Die neue Benetton-Kampagne von Oliviero Toscani beschäftigt sich mit einem Thema, das der Tradition der Marke sehr am Herzen liegt. Sie verleiht ihm eine neue Bedeutung und zeigt seine Dringlichkeit auf. „Das Problem der heutigen Welt ist die Integration“, sagt der Fotograf. „Die Zukunft wird durch die Art und Weise entschieden, wie wir unsere Intelligenz zu nutzen wissen, um Unterschiede zu integrieren, indem wir Ängste überwinden.“

Die neue Zusammenarbeit zwischen Benetton und Toscani beginnt mit zwei Motiven, die am 1. und 7. Dezember in der in- und ausländischen Presse veröffentlicht werden.

Die beiden Bilder sind das Ergebnis der ersten Phase eines größeren Projekts zum Thema Integration, das Toscani mit der Fabrica, dem Forschungszentrum für Kommunikation der Benetton-Gruppe, vorantreiben wird.

Toscani wird sich auch um das Image der Marke United Colors of Benetton kümmern, beginnend mit einer Produktkampagne, die im Februar 2018 gestartet wird.

Für weitere Informationen:

benettongroup.com/media-press
benetton.com
fabrica.it

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

UNITED COLORS
OF BENETTON.