

## **BENETTON LANZA UNA CAMPAÑA DE OLIVIERO TOSCANI SOBRE LA INTEGRACIÓN**

Dos fotografías.

Una clase de veintiocho niños.

De trece nacionalidades diferentes, procedentes de cuatro continentes.  
Sonrientes. Con el futuro ante ellos.

Diez niños - desde Burkina Faso hasta Filipinas, de Italia a Senegal -  
reunidos en torno a una maestra que lee Pinocho.

Absortos. Escuchando.

La nueva campaña de Benetton de Oliviero Toscani renueva un tema de larga tradición en la historia de la marca, dotándolo de nuevos significados y mostrando su urgencia. "El problema del mundo actual es la integración", indica el fotógrafo. "El futuro dependerá de cuánto y cómo sepamos usar nuestra inteligencia para integrar lo diferente, superando los miedos".

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

La nueva colaboración entre Benetton y Toscani comienza con dos imágenes que saldrán en la prensa nacional y extranjera el 1 y el 7 de diciembre.

Las dos imágenes son los primeros lanzamientos de un próximo proyecto más amplio sobre el tema de la integración, que Toscani continuará desde Fabrica, el centro de investigación sobre la comunicación del grupo Benetton.

Toscani cuidará también de la imagen de la marca United Colors of Benetton, empezando con una campaña de producto que se emitirá en febrero de 2018.

Para más información:

[benettongroup.com/media-press](http://benettongroup.com/media-press)  
[benetton.com](http://benetton.com)  
[fabrica.it](http://fabrica.it)

[facebook.com/benetton](https://facebook.com/benetton)  
[twitter.com/benetton](https://twitter.com/benetton)  
[youtube.com/benetton](https://youtube.com/benetton)