

BENETTON LANCE UNE CAMPAGNE SIGNÉE OLIVIERO TOSCANI SUR L'INTÉGRATION

Deux photos.

Une classe de vingt-huit enfants.
De treize nationalités différentes, originaires de quatre continents.
Souriants. Avec l'avenir devant eux.

Dix enfants - du Burkina Faso aux Philippines, de l'Italie au Sénégal - réunis autour d'une enseignante qui lit Pinocchio.
Absorbés. En train d'écouter.

La nouvelle campagne Benetton d'Oliviero Toscani reprend un thème cher à l'histoire de la marque, en lui attribuant des sens nouveaux et en montrant l'urgence. "Le problème du monde actuel est l'intégration", explique le photographe. "L'un des enjeux essentiels de l'avenir sera la manière avec laquelle nous saurons utiliser notre intelligence pour intégrer les différences, en dépassant la peur."

UNITED COLORS
OF BENETTON.

La nouvelle collaboration entre Benetton et Toscani commence par deux images qui seront publiées dans la presse nationale et étrangère le 1er et le 7 décembre.

Les deux images sont les premières issues d'un projet à venir de plus grande ampleur sur le thème de l'intégration sur lequel Toscani travaillera depuis Fabrica, le centre de recherche sur la communication du groupe Benetton.

Toscani soignera également de l'image de la marque United Colors of Benetton, avec une campagne produit qui sera diffusée en février 2018.

Pour plus d'informations: <http://www.benettongroup.com/media-press/events/I-see-colors-everywhere>

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

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