

BENETTON LANCIA UNA CAMPAGNA DI OLIVIERO TOSCANI SULL'INTEGRAZIONE

Due fotografie.

Una classe di ventotto bambini.
Di tredici nazionalità diverse, provenienti da quattro continenti.
Sorridenti. Con il futuro davanti a sé.

Dieci bambini – dal Burkina Faso alle Filippine, dall'Italia al Senegal – riuniti attorno a una maestra che legge Pinocchio.
Rapiti. In ascolto.

La nuova campagna Benetton di Oliviero Toscani rinnova un tema caro alla storia del marchio, dotandolo di nuovi significati e mostrandone l'urgenza. "Il problema del mondo attuale è l'integrazione", dice il fotografo. "Il futuro si giocherà su quanto e come sapremo usare la nostra intelligenza per integrare il diverso, superando le paure".

UNITED COLORS
OF BENETTON.

La nuova collaborazione tra Benetton e Toscani comincia con due immagini che usciranno sulla stampa nazionale ed estera il 1° dicembre e il 7 dicembre.

Le due immagini sono le prime uscite di un prossimo progetto più ampio sul tema dell'integrazione, che Toscani porterà avanti da Fabrica, il centro di ricerca sulla comunicazione del gruppo Benetton.

Toscani curerà anche l'immagine del marchio United Colors of Benetton, a partire da una campagna prodotta che verrà diffusa a febbraio 2018.

Per ulteriori informazioni:

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

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