

Protagoniste del nuovo catalogo autunno-inverno 1997/98 sono le persone del Gruppo BENETTON GIOCA IN CASA

Le persone Benetton, trasportate dall'obiettivo di Oliviero Toscani in un dinamico, magico e ironico gioco alla Helzapoppin, sono protagoniste del nuovo catalogo autunno-inverno 1997/98. Dopo i cittadini della striscia di Gaza e i giovani di Corleone, l'ultima collezione di abbigliamento viene presentata da tutti coloro che ogni giorno si riuniscono in Benetton per immaginare, ricercare, produrre, amministrare, comunicare, coordinare, dirigere.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Nel nuovo catalogo le persone Benetton mettono in campo anche un particolare contributo di allegra ironia, che testimonia la "diversità" del Gruppo rispetto agli stereotipi aziendali: l'amministratore delegato e i manager della finanza saltellano in felpa e pigiama sul prato di Villa Minelli; i piloti e lo staff della Ben Air prendono metaforicamente il volo; i fratelli Benetton scherzano sul loro ruolo; le addette alla produzione posano su uno sfondo di candida lana; le specialiste della comunicazione sono ostaggio delle telecamere e dei microfoni di MTV; il direttore generale, in canottiera e mutande, imita i fusti "poveri ma belli"; le stiliste della collezione intimo mostrano con il prodotto le loro doti nascoste; i ragazzi di Fabrica mettono in mostra il loro talento; le addette alla cucina guidano una simbolica rivoluzione di pentole e tegami.

Il reale, questa volta con la mediazione del gioco, diventa comunicazione. La filosofia dinamica e creativa di Benetton si esprime in un sorriso, la sua apertura al mondo in una lunga sfilata di volti, gesti, atteggiamenti e colori. I capi della collezione autunno-inverno fanno già parte della realtà di tutti i giorni: Benetton veste la vita.

Immagini ad alta risoluzione disponibili nella sezione:
[Immagini – Campagne Istituzionali Benetton – Benvenuti in Benetton](#)