

UNHATE
Con la nuova campagna mondiale di comunicazione
United Colors of Benetton invita i leader e gli abitanti del mondo
a combattere la "cultura dell'odio"
e dà vita alla Fondazione UNHATE

Ponzano, 16 novembre 2011. Gli odi non cessano mai grazie all'odio, cessano grazie al non-odio¹. Questa profonda e umana idea di tolleranza riassume i principi ispiratori della **CAMPAGNA UNHATE**, che Benetton ha creato con l'obiettivo di contrastare la cultura dell'odio promuovendo – con un *global call to action* e con gli strumenti più innovativi della comunicazione - la vicinanza tra popoli, fedi, culture e la pacifica comprensione delle ragioni altrui. La **campagna mondiale di comunicazione UNHATE**, prima iniziativa della omonima Fondazione appena costituita, sarà presentata in anteprima mondiale da Alessandro Benetton, Vice Presidente Esecutivo di Benetton Group, mercoledì 16 novembre a Parigi, presso il flagship store di boulevard Haussmann.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

"Se l'amore globale rimane una sia pur condivisibile utopia, l'invito a 'non odiare', a combattere la 'cultura dell'odio', rappresenta un obiettivo ambizioso ma realistico – spiega Alessandro Benetton. Con questa campagna abbiamo deciso di dare visibilità mondiale a un'idea alta di tolleranza, per invitare i cittadini di tutti i Paesi – in un momento storico di grandi turbamenti e non meno grandi speranze - a riflettere su come l'odio nasca soprattutto dalla 'paura dell'altro' e di ciò che non si conosce. La nostra è una campagna universale, che utilizza strumenti come il web, il mondo dei social media, l'immaginazione artistica, e unica perché chiama all'azione coloro ai quali si rivolge, i cittadini del mondo. Al contempo, è pienamente inscritta nei valori e nella storia di Benetton che, scegliendo temi sociali e promuovendo attivamente cause umanitarie che altrimenti non avrebbero potuto essere comunicate su scala globale, ha dato senso e valore al proprio marchio, costruendo un dialogo duraturo con le persone del mondo."

Il progetto di comunicazione **UNHATE**, comprende una serie coordinata di iniziative ed eventi, che iniziano dal 16 novembre sulle principali testate quotidiane, periodiche e web del mondo. Tema centrale è il bacio, il più riconosciuto simbolo dell'amore, tra leader politici e religiosi mondiali, ad esempio: Barack Obama e il leader cinese Hu Jintao; papa Benedetto XVI e Ahmed Mohamed el-Tayeb, Imam della moschea di Al-Azhar al Cairo (il più importante e moderato centro di studi islamico sunnita al mondo); il presidente palestinese Mahmoud Abbas e il primo ministro israeliano Benjamin Netanyahu. Si tratta di immagini simboliche di riconciliazione - con un tocco di speranza ironica e costruttiva provocazione - per sollecitare una riflessione su come la politica, la fede, le idee, anche se diverse e contrapposte, debbano comunque portare al dialogo e alla mediazione.

La nuova campagna, la creazione della Fondazione e le altre iniziative del progetto **UNHATE** testimoniano la volontà di Benetton di essere

motore della volontà di partecipazione e di cambiamento che anima i cittadini del mondo, e i giovani in particolare, invitandoli a essere protagonisti attivi delle sue iniziative, soprattutto attraverso internet, i social media e le altre applicazioni digitali. E' un ulteriore passo avanti della comunicazione Benetton che punta all'intervento e all'azione di tutti, in nome di una democrazia "aumentata" e aperta, senza confini fisici, politici, sociali o ideologici.

Per ulteriori informazioni:

+39 0422 519036

unhatefoundation.org

press.benettongroup.com

benettonpress.mobi

facebook.com/benetton

twitter.com/benetton_uch

youtube.com/benetton

¹**Citazione tratta dal Sutta Pitaka.** Il Canestro dei Discorsi, Sutta Pitaka, comprende più di 10.000 sutta (discorsi) del Buddha o, meno frequentemente, dei suoi discepoli più autorevoli.