

**La nouvelle campagne de mode United Colors of Benetton
mise sur la valeur iconique de la couleur
et célèbre le lancement prochain
de la collection Printemps-Été 2013**

**La campagne présente une team de citoyens du monde:
neuf trend-setters, neuf teintes différentes pour raconter l'identité
et l'excellence d'une marque tournée vers le futur**

Paris, le 23 janvier 2013. L'avenir de United Colors of Benetton est de plus en plus ancré dans la couleur. Ré-interprétée, la couleur revient au premier plan dans une campagne de mode Printemps-Été 2013 iconique qui racontera - à travers les histoires originales d'une équipe cosmopolite d'ambassadeurs - la passion, l'innovation et l'ouverture au monde de **United Colors of Benetton**, la marque qui regarde et anticipe les défis de demain.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Cette campagne est une nouveauté absolue pour la marque Benetton Group. À partir de cette saison, et utilisant une team d'ambassadeurs qui changera en fonction des campagnes suivantes, elle présente un tout nouveau format basé, pour reprendre les mots d'Alessandro Benetton, sur « la valeur iconique de la couleur - une valeur fondatrice pour United Colors of Benetton qui est encore une fois de plus au centre de notre esthétisme et de notre communication – pour affirmer avec force l'identité et l'excellence de cette marque qui fait de la diversité une valeur et de l'union des différences, une richesse à conserver soigneusement. »

Les prises de vue de la campagne mode United Colors of Benetton P/E 2013 ont été faites à Paris au Studio Pin-Up, en novembre dernier. Trois jours de shooting où neuf ambassadeurs de style et de vie - personnages caractérisés par leur multiculturalisme, leur esprit cosmopolite et leur engagement social - « ont raconté » devant l'objectif, leur interprétation de la couleur, miroir chromatique du talent et du caractère qui les ont mis en évidence dans le monde.

La campagne de cette saison présente : **Hanaa Ben Abdesslem**, mannequin tunisien devenu un exemple pour de nombreuses femmes arabes qui ont le même rêve qu'elle, grâce à son professionnalisme et à son dévouement; **Kiera Chaplin**, actrice, mannequin et petite-fille de Charlie Chaplin, qui collabore avec une fondation s'occupant des jeunes et qui soutient activement les activités de l'UNESCO; **Charlotte Free**, mannequin californien connue pour ses cheveux roses; **Mario Galla**, mannequin allemand à mobilité réduite, qui défile avec succès sur les passerelles de la mode; **Dudley O'Shaughnessy**, acteur et mannequin anglais, ex champion national dans les poids welters, qui a transféré dans la mode les valeurs de loyauté et de compétition de la boxe; **Matías Perdomo**, chef uruguayen, qui a porté dans son restaurant milanais un mélange intercontinental original, en unissant tradition et innovation; **Lea T**, mannequin brésilienne transsexuelle, qui va au-delà des préjugés; **Alek Wek**, qui est activement engagée à attirer l'attention internationale sur la

catastrophe humanitaire qui frappe son pays, le Soudan; et **Elettra Wiedemann**, qui apporte dans la mode, depuis l'âge de 15 ans, une culture cosmopolite raffinée, ainsi qu'une attention envers l'environnement et les ressources naturelles.

La nouvelle campagne United Colors of Benetton, conçue pour célébrer et supporter le lancement de la collection Printemps-Été 2013, est caractérisée par les vêtements iconiques en maille de la marque. Les tricots chinés, déclinés dans une large palette de couleurs symbolisent la nouvelle collection, dans laquelle la simplicité règne : le basique est à la mode!

Une édition limitée de T-shirts avec des images de la campagne sera en vente dans le monde entier, en ligne on shop.benetton.com et dans les principaux magasins United Colors of Benetton. Le produit de la vente sera entièrement reversé au profit des activités de la Fondation UNHATE.

La campagne, développée sous la direction artistique de Fabrica, sera bientôt présentée dans la presse, sur des affiches, dans les points de vente et sur Internet.

Cette utilisation symbolique de la couleur se retrouve sur les nouvelles vitrines dynamiques des magasins United Colors of Benetton jusqu'au Net. L'expérience chromatique est en effet l'élément clé d'un nouveau site web qui sera lancé à court terme, une plateforme dynamique, un agrégateur de flux générés par les utilisateurs avec hashtag couleur - images, posts, phrases, tweets - provenant d'Instagram, Pinterest, Twitter et des mobiles tout en créant une communauté web entièrement dédiée aux couleurs.

Le projet web sera en effet associé et intégré par une application, qui deviendra, elle aussi, génératrice de contenus pour le site. Il y aura également de la place pour une partie d'édition internationale. Une collecte d'actualités de type magazine, avec un thème commun: la couleur.

De même, des citations, des épigrammes, des expressions et des proverbes dédiés à la couleur animeront les vitrines colorées des magasins United Colors of Benetton dans les rues et les places du monde. Vous y trouverez de tout : des phrases d'auteurs à la couleur préférée de quiconque souhaite exprimer une pensée, une idée ou une devise sur ses couleurs préférées, seront mises en exergue.

Pour de plus amples détails :
+39 042 519 036

benettongroup.com/media-press
benetton.com

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