

Volunteers in Colors

La nuova campagna Benetton in collaborazione con l'UN Volunteers, per celebrare l'Anno Internazionale del Volontariato. PROFESSIONE: VOLONTARIO

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Berlino, 25 settembre 2001. Un ex appartenente a una gang di strada, che mostra sulla pelle i segni tatuati della sua vita di ieri, oggi lotta contro la violenza; un giovane avvocato promuove e protegge i diritti umani; un travestito distribuisce preservativi alle prostitute; un'anziana ballerina di tip-tap anima le giornate dei ricoverati nelle case di cura. Provengono da nazioni di tutto il mondo, hanno vissuto le esperienze più diverse, sono giovani e meno giovani, ma hanno tutti in comune l'impegno solidale nei confronti dei più deboli e di chi soffre. Sono i testimonial della campagna di comunicazione United Colors of Benetton per l'autunno 2001, realizzata in collaborazione con United Nations Volunteers (il programma delle Nazioni Unite che da trent'anni si occupa di volontariato nel mondo), in occasione dell'Anno Internazionale del Volontariato, le cui celebrazioni culmineranno il 5 dicembre 2001 nella giornata dedicata ai volontari di ogni Paese.

Con questa nuova campagna internazionale stampa e affissioni, fotografata da uno dei creativi di Fabbrica, James Mollison, Benetton affronta uno dei temi tipici della sua comunicazione che, ancora una volta, parla di "gente vera" e tocca problemi concreti del vivere civile. Nell'ideazione della campagna, *Fabbrica* (il Centro di Ricerca sulla comunicazione di Benetton) ha indagato sui vari modi di essere volontari oggi, privilegiando aspetti meno consueti e mostrando che si possono dedicare il proprio tempo e le proprie energie agli altri anche per migliorare noi stessi e la qualità della nostra vita.

In occasione della campagna sarà anche pubblicato un numero speciale di *Colors*, interamente dedicato al volontariato, mentre *Fabbrica Musica* (il Dipartimento dedicato alla musica del centro di ricerca Benetton) eseguirà in concerto, il 5 dicembre a Roma, musiche espressamente composte per la Giornata Mondiale.

"Con la nuova campagna abbiamo scelto di schierarci a favore del volontariato - ha detto Luciano Benetton - di tutti coloro che scelgono di scendere in campo senza pregiudizi a favore di chi ha bisogno d'aiuto. La collaborazione con un ente prestigioso come le Nazioni Unite ci ha insegnato che esistono molti modi di essere volontari. Abbiamo voluto contribuire a migliorare la visibilità di una multiforme realtà di impegno, spesso sottovalutata se non ignorata, che al contrario rappresenta, quale occasione concreta di dare un significato profondo alla nostra vita, uno degli esempi più vitali e positivi per i giovani di tutto il mondo."

Secondo United Nations Volunteers, che ha sede a Bonn, in Germania, e muove ogni anno 5.000 persone per servire le cause della pace e dell'impegno per lo sviluppo, il volontariato non ha finora richiamato sufficiente attenzione sul suo valore sociale ed economico, anche se rappresenta l'espressione più diffusa della solidarietà umana nei paesi sviluppati e in via di sviluppo. Basti pensare che nei pochi Paesi in cui è

stato quantificato, il volontariato costituisce tra l'8 e il 14 per cento del Pil. Uno studio condotto in nove Paesi europei stima che l'apporto elargito dai volontari in un anno, equivalga a quello offerto da circa due milioni di lavoratori. In Germania, in particolare, il 34 per cento della popolazione sopra i 14 anni (22 milioni di persone) partecipa regolarmente ad attività di volontariato. Negli Stati Uniti la forza lavoro volontaria vale 225 miliardi di dollari l'anno.

"L'anno Internazionale dei Volontari è stato dichiarato proprio per mettere in risalto queste enormi potenzialità -spiega Sharon Capeling-Alakija, coordinatrice esecutiva di UNV- e, in questo ambito, la campagna Benetton fornisce un importante contributo per fare uscire dall'ombra i volontari e metterli al centro dell'attenzione pubblica, mostrandoli per quello che sono: il collante della società".

La collaborazione tra Benetton e Nazioni Unite risale al 1996 con la prima, grande campagna di comunicazione in occasione del *World Food Summit*, organizzato dalla FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) sui problemi della fame nei Paesi in via di sviluppo. Nel 1997 le Nazioni Unite e Benetton furono ancora insieme per festeggiare, con una campagna mondiale, il 50° Anniversario della Dichiarazione dei Diritti dell'Uomo, mentre è del 1999 la campagna di raccolta fondi per il Kosovo realizzata in collaborazione con l'*Acnur-Unhcr* (l'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Rifugiati).

La campagna Benetton-UNV verrà diffusa in tutta Europa, Stati Uniti, Sud America e Far East, su quotidiani, settimanali, stampa femminile e di tendenza, e billboard ubicati nelle principali capitali mondiali.

Per ulteriori informazioni: +39 0422 519036

www.benetton.com/UNV

www.unv.org

Immagini ad alta risoluzione disponibili nella sezione:

[Immagini – Campagne Istituzionali Benetton – Volontari](#)