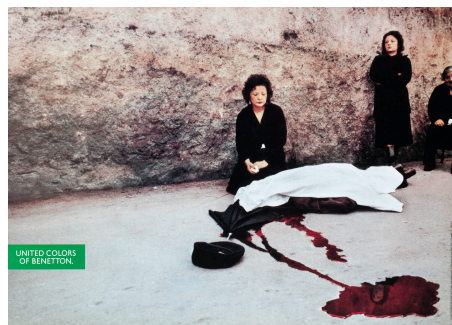


1



2

- 1 Plakat, United Colors of Benetton., 1992, diverse Länder, Gestaltung: Oliviero Toscani, Fotografie: Lucinda Devlin. Abbildung: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK.
- 2 Plakat, United Colors of Benetton., 1992, diverse Länder, Gestaltung: Oliviero Toscani, Fotografie: Franco Zecchin. Abbildung: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK.

Par ses campagnes Benetton qui divisent l'opinion, Oliviero Toscani (né en 1942) démontre qu'il est possible, même dans le domaine de la publicité commerciale, d'attirer l'attention avec une nouvelle rhétorique visuelle. La photographie d'un camion de réfugiés en plein cœur d'une société axée sur la consommation fait prendre conscience avec virulence d'une autre réalité.

Le nourrisson suspendu, impuissant, attire irrésistiblement le regard. Certains réfugiés sont déjà dans le camion, d'autres essaient d'y monter. Une foule dense d'autres personnes, seulement chargées du strict nécessaire, entourent le véhicule. Le sujet n'est pas ici les raisons de leur fuite. La longue campagne *United Colors of Benetton* débute avec des photos innocentes d'enfants du monde entier. Au fil du temps, Oliviero Toscani radicalise toutefois ses messages iconographiques. Dans les années 1990, il commence à montrer des photoreportages sur des événements sociopolitiques mondiaux. L'inévitable confrontation avec ces images dans l'espace urbain doit interpeller. Luciano Benetton a mis au point la stratégie publicitaire de l'entreprise avec Oliviero Toscani et

soulève ainsi la question de savoir s'il est légitime de lier l'entreprise et la responsabilité sociale par le biais de la publicité. Une question encore plus pertinente aujourd'hui, puisque la *Corporate Social Responsibility* est sur toutes les lèvres, mais ne se manifeste guère dans l'espace public. La photographie choisie par Oliviero Toscani et le bateau de réfugiés surchargé sur une affiche Benetton de la même année montrent que ces images n'ont rien perdu de leur actualité 25 ans plus tard. Bien qu'il ait perdu une partie de ses illusions, Oliviero Toscani continue à revendiquer d'utiliser les énormes budgets publicitaires pour aborder des questions sociales et politiques dans l'espace public. (Bettina Richter)

Plakat, United Colors of Benetton., 1992
Erscheinungsland: diverse Länder
Gestaltung: Oliviero Toscani
Fotografie: Patrick Robert
Auftrag: Benetton Group S.p.A., Ponzano Veneto, IT
Material/Technik: Offsetdruck
30 x 42 cm
Eigentum: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK

<https://www.eguide.ch/fr/objekt/united-colors-of-benetton/>