



# Luciano Benetton

## Corriere della Sera

(29.11.2017) L'idea l'accarezzava da qualche anno e già in quella festa in famiglia il giorno del suo ottantesimo compleanno, il 13 maggio del 2015, avrebbe voluto forse parlarne con fratelli, figli e nipoti. Anche se nessuno di loro ha mai davvero creduto Luciano Benetton fuori dai giochi ne ha sottovalutato le energie del capostipite. Uno che ha cominciato a lavorare a quattordici anni come commesso di un negozio di stoffe della sua città, Treviso. E da allora non ha mai smesso di sognare a colori "e di spingere le cose nella direzione dei sogni", come lui stesso ha spesso raccontato.

Ecco perché il rientro in Benetton di Luciano difficilmente riuscirà a sorprendere il 'clan' di Ponzano Veneto. Il progetto è quello del 'ritorno al futuro' della Benetton come il laboratorio di innovazione che ha reso celebre il marchio in tutto il mondo. E certo il sodalizio ritrovato con Oliviero Toscani ne è un passaggio assai importante. La nuova campagna

pubblicitaria firmata Toscani partirà tra pochi giorni, ai primi di dicembre. L'attesa è alta, anche sul livello della provocazione del lavoro di Toscani il cui intento è stato sempre quello di anticipare i cambiamenti sociali. "Torniamo a divertirci", erano state le parole dello stesso Toscani, settantacinque anni, all'annuncio del suo ritorno (anche) a 'Fabrica', il cantiere della creatività voluto dalla famiglia Benetton e che Toscani aveva contribuito a far crescere.

Alessandro Benetton, figlio di Luciano, hanno portato nella primavera scorsa all'avvicendamento alla guida operativa tra Marco Airoldi e il ticket formato dal chief operating officer Tommaso Brusò e il presidente con poteri esecutivi Francesco Gori.

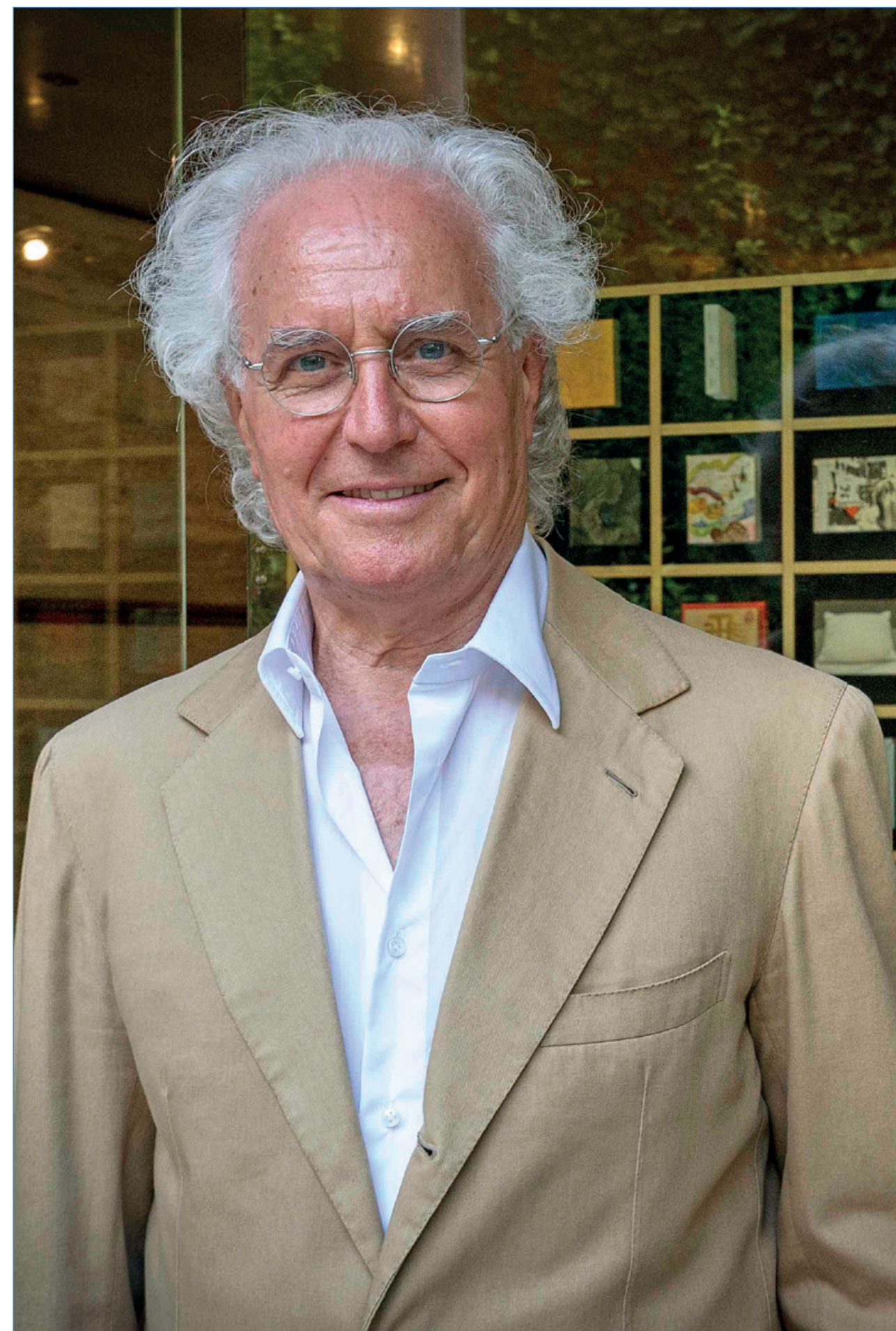
Il rilancio della catena che conta oggi su una rete di cinquemila negozi passerà dunque dal "ritorno a divertirsi" della coppia Benetton - Toscani e dalla voglia di dar

nuovi contenuti all'antico motto 'United Colors'. I colori Luciano Benetton non ha mai smesso di coltivarli, anche fuori dall'azienda della quale vuole tornare a disegnare

le strategie. 'Imago Mundi' è stata la sua impresa negli ultimi anni: una collezione di oltre diciottomila opere, commissionate o raccolte, di altrettanti artisti in tutto il mondo incontrati viaggiando e visitando gallerie d'arte. Sono quasi cento i Paesi e le popolazioni rappresentate nel progetto non profit che vuole "portare nel futuro una mappa visiva delle culture umane".

Paola Pica

## UNITED COLORS OF BENETTON.



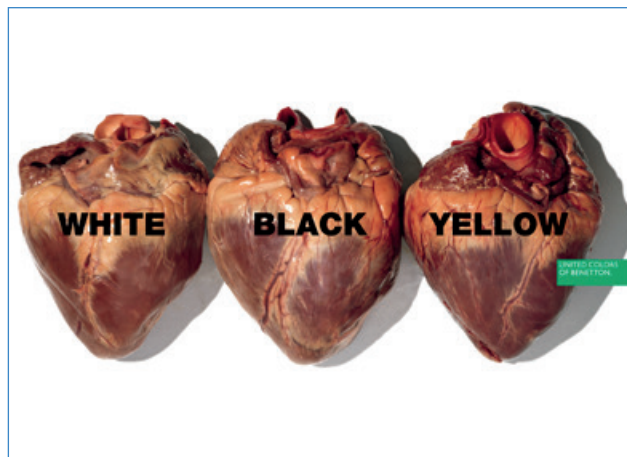




UNITED COLORS OF BENETTON.



UNITED COLORS OF BENETTON.



WHITE

BLACK

YELLOW

UNITED COLORS OF BENETTON.



UNITED COLORS OF BENETTON.



UNITED COLORS OF BENETTON.



UNITED COLORS OF BENETTON.



UNITED COLORS OF BENETTON.



UNITED COLORS OF BENETTON.

SCUOLA ELEMENTARE A MILANO

ALESSANDRO • ALESSIA E. • ALESSIA K. • ANDREA • ASHRAF • AYOTOMW • CHARA • DELIA • DOMINIQUE • EDOARDO • FRONIA • KALEY • KEERTEN

LUKE • MAHMOUD • MARLON • MIZUNA • MINATALLAH • MOHAMED • MOUNTAGHA • PRINZ • SARA • SAVAN • SIMONA • THOMAS • VALENTINA • VALERIA • VITALIE



UNITED COLORS OF BENETTON.

RANZ BRITTANY • GHERARDO • JOHNWAYNE • LUCE • GUGLIELMO • MOHAMED • CECILIA • REBECCA • AISHA





ph. Sergio Oliverio/Imagoeconomica







## Benetton Group

'Benetton Group' è una delle aziende di moda più note nel mondo, presente nei principali mercati con una rete commerciale di circa cinquemila negozi; un Gruppo responsabile che progetta il futuro e vive nel suo tempo, attento all'ambiente, alla dignità delle persone e alle trasformazioni della società. Nel rispetto della sua storia costruita sull'innovazione – attraverso il colore, la rivoluzione dei punti vendita, un network commerciale unico, una comunicazione universale da sempre fenomeno di costume e dibattito culturale – 'Benetton Group' affronta le sfide della globalizzazione grazie a costanti investimenti e a un'organizzazione competente e flessibile, allenata al cambiamento. Il Gruppo ha una consolidata identità di stile, colore, moda autentica, qualità a prezzi democratici, passione: valori

che si riflettono nella personalità forte e dinamica di 'United Colors of Benetton' e 'Sisley'.

Lo sviluppo della rete commerciale 'United Colors of Benetton', caratterizzata da una posizione privilegiata nei centri storici e commerciali, è sostenuto da un significativo programma di investimenti in tutto il mondo. I nuovi punti vendita sfruttano ambienti altamente modulari per creare spazi in cui le collezioni, i loro colori e il loro design, possano presentarsi sempre più velocemente al consumatore in un contesto di vendita ancora più attrattivo, dinamico e interattivo. La costante attenzione al nuovo attraversa anche settori come la logistica: il centro di coordinamento di Castrette (Treviso) infatti è tra i più moderni complessi logistici industriali dedicati all'abbigliamento

servendo in maniera efficace la rete globale di negozi. La capacità di radicamento attivo nel mondo e nella società si esprime anche attraverso 'Fabbrica', il centro di ricerca sulla comunicazione di 'Benetton Group'. Pur proiettata in una dimensione internazionale, 'Benetton Group' ha mantenuto forti legami con il territorio d'origine, la provincia di Treviso e il Veneto, in particolare attraverso le attività culturali della 'Fondazione Benetton Studi e Ricerche' e i progetti che ruotano intorno allo sport. Dall'impegno nel rugby alle storiche vittorie in Formula 1, l'idea sportiva del Gruppo propone, oltre che la ricerca dell'eccellenza agonistica, un carattere sociale di incontro, condivisione e benessere fisico che sfocia, in particolare, ogni anno nell'avviamento allo sport di migliaia di giovani.

## Fondazione Benetton Studi e Ricerche

Il lavoro della Fondazione Benetton prende avvio nel 1987, quando Luciano Benetton raccoglie attorno a sé un gruppo di intellettuali per dare origine a un'istituzione culturale. Fin dall'inizio la Fondazione viene affidata all'architetto Domenico Luciani che con l'architetto Tobia Scarpa e lo storico Gaetano Cozzi danno vita a una realtà che pone al centro dei suoi obiettivi scientifici gli studi e le ricerche su territorio e paesaggio: la storia, la geografia, il patrimonio naturale e culturale, il comportamento degli uomini che lo abitano attraverso i secoli. Nella sede di piazza Crispi a Treviso si forma un gruppo di lavoro che cresce negli anni assieme a un ricco centro documentazione, che

si viene definendo come insieme di biblioteca, archivio, cartoteca, un deposito ordinato e consultabile di materiali diversi, dai libri alle riviste, alle cartografie. Con il 2003 arriva la nuova prestigiosa sede di via Cornarotta, ospitata nei palazzi Bomben e Caotorta, oggetto di un complesso e prestigioso intervento di restauro diretto da Tobia Scarpa, che restituisce a nuova vita due edifici gravemente danneggiati dai bombardamenti del secondo conflitto mondiale. Gli spazi aperti, collegati alla città anche da una passerella sul corso d'acqua La Roggia, prendono la forma di un giardino urbano aperto al pubblico, disegnato e realizzato da Domenico Luciani con Ippo-

lito Pizzetti e Luigi Latini. A trent'anni dalla sua istituzione, il gruppo di lavoro della Fondazione si è ampliato, sotto la presidenza di Luciano Benetton e la direzione di Marco Tammaro, e opera con il supporto sistematico di comitati scientifici composti da studiosi ed esperti di fama internazionale. L'attività si articola in tre diversi ambiti, ognuno con una propria fisionomia distinta, sedimentata e aggiornata nel corso del tempo per cercare di mantenere il carattere innovativo impresso fin dalle origini e precisamente: il centro studi sul paesaggio, il settore dedicato alle 'indagini sulla storia e la civiltà del gioco' e quello più recente, denominato 'beni culturali'.



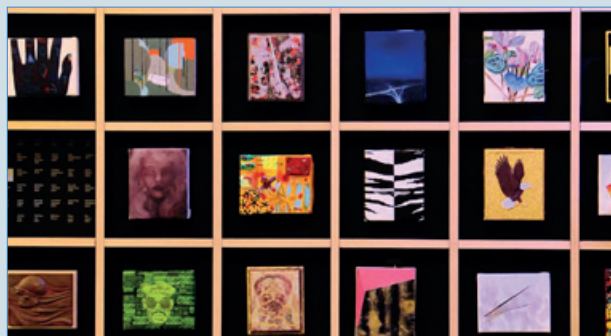
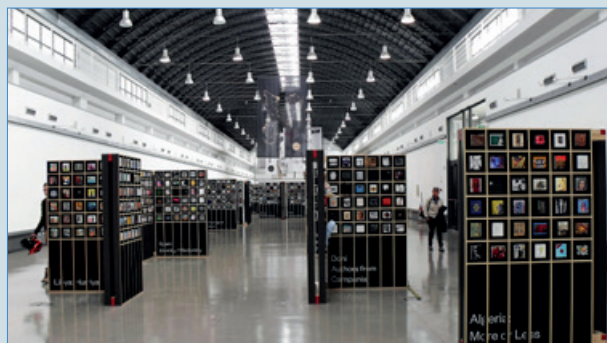
ph. Corrado Piccoli





**imago  
ipunw**

Luciano Benetton  
Collection



## Imago Mundi

'Imago Mundi' è la collezione di arte contemporanea formata da migliaia di opere che Luciano Benetton ha commissionato e raccolto nei suoi viaggi nel mondo coinvolgendo, in modo volontario e senza fini di lucro, artisti affermati ed emergenti di differenti Paesi, che hanno realizzato ciascuno un'opera con l'unico vincolo del formato: 10x12 centimetri. Sotto l'egida della Fondazione Benetton Studi Ricerche, 'Imago Mundi' è un progetto non profit, democratico e globale che guarda ai nuovi orizzonti in nome dell'incontro e della convivenza delle diversità espressive, per realizzare una catalogazione – delle poetiche e dei linguaggi, come delle opere – diversa da quella

consueta, museale, di tendenza o di mercato che sia. A oggi i Paesi e le popolazioni native del mondo coinvolti sono quasi cento e gli artisti più di diciottomila. Ogni paese è rappresentato da una collezione che comprende centoquaranta/ duecentotrenta artisti selezionati da un curatore locale (un esperto d'arte, un direttore di un museo, un artista). L'obiettivo principale di 'Imago Mundi' è costruire e portare nel futuro una mappa visiva delle culture umane, promuovendo gli artisti attraverso:

- i cataloghi (ogni collezione è pubblicata in un catalogo dedicato che contiene tutte le opere, tutte le biografie degli artisti insieme a una

serie di introduzioni affidate ad esperti. I cataloghi sono pubblicati in tre lingue: italiano, inglese e lingua locale di riferimento)

- la piattaforma: [www.imagomundiart.com](http://www.imagomundiart.com)
- la partecipazione a rassegne ed esposizioni realizzate in collaborazione con istituti privati e pubblici in tutto il mondo: da Venezia (Biennale, 2013) al Senegal (Dak'Art Off, 2014), da Roma (Museo Carlo Bilotti, 2014/2015) a New Orleans (NOMA, 2014/2015), da Vienna (Belvedere & Winter Palace, 2015) a Torino (Fondazione Sandretto Re Rebaudengo, 2015) ... e molte altre.



**F A B R I C A**



## Fabrica

'Fabrica' è un centro di ricerca sulla comunicazione. Situato a Treviso, è parte integrante di Benetton Group. 'Fabrica' è stata fondata nel 1994 da un'idea di Luciano Benetton e Oliviero Toscani e offre borse di studio a un gruppo molto eterogeneo di ricercatori da tutto il mondo. La gamma di discipline è altrettanto varia e include design, grafica, fotografia, interaction, video, musica e giornalismo. 'Fabrica' ha sede in una villa del XVII secolo restaurata e notevolmente ampliata dall'architetto giapponese Tadao Ando. Una volta superata una impegnativa selezione, i giovani borsisti intraprendono un percorso di formazione e ricerca basato su progetti reali, in cui centrale è la convinzione che la comunicazione deve essere strumento di cosciente cambiamento sociale in tutte le sue applicazioni. 'Fabrica' vuole ispirare una precisa categoria di creativi, fatta di giovani 'catalizzatori sociali' che, una volta terminata la loro esperienza nel centro, continueranno autonomamente il proprio impegno. Oggi più che mai, la ricerca di 'Fabrica' vuol essere un impegno transdisciplinare, in cui la comunicazione si relaziona con altri settori vitali come l'economia, le scienze sociali e quelle ambientali, e resta vigile sui cambiamenti e le tendenze del mondo contemporaneo, attraverso un'intensa attività di sperimentazione.