

SOMMAIRE

- Intervention de Luciano Benetton
- COLORS 70: Chroniques Pékinoises
- COLORS: qu'est-ce que c'est
- COLORS. 15 ans en 70 couvertures
- Fabrica

F A B R I C A

- Biographie Luciano Benetton
- Biographie Marco Müller
- Biographie Chen Jiaojiao et Peng Yangjun
- Biographie Amélie Marciasini et Diego Hurtado de Mendoza
- Biographie Zhang Yuan
- Biographie Paolo Landi

INTERVENTION DE LUCIANO BENETTON

Pékin, 5 mars 2007

Mesdames, messieurs, bonjour.

Avant tout, je tiens à vous remercier de votre accueil si aimable et chaleureux. De mon côté, je suis très heureux d'avoir pu profiter de mon voyage en Asie pour participer ainsi à la présentation de ce numéro de Colors consacré à Pékin.

Aujourd'hui, en Chine, plus qu'en Occident, on est projeté vers le futur et on sent partout une grande confiance dans le progrès, un optimisme vis-à-vis de l'avenir et aussi un grand courage pour relever les défis de l'innovation.

Ce sont là des valeurs importantes qui, depuis toujours, ont guidé le développement international du Groupe Benetton et qui – tels des germes de notre culture d'entreprise – ont poussé au sein de Fabrica, le centre de recherche et d'expérimentation qui reçoit depuis plus de dix ans de jeunes artistes venus des quatre coins de la planète.

A Fabrica, on essaie de voir loin, mais aussi en profondeur, à travers le regard et le travail de ces jeunes qui s'expriment au moyen de plusieurs disciplines artistiques telles que le design, la photo, le cinéma, la musique, l'édition, internet et tous les nouveaux médias.

Fabrica est l'avant-poste de la communication Benetton, et en même temps un "propulseur" d'idées, à même de fédérer les ressources créatives dans la mesure où il favorise la recherche collective et interdisciplinaire.

Une recherche qui a donné du reste d'importants résultats, comme par exemple l'exposition *Fabrica : les yeux ouverts*, voulue et accueillie en automne 2006 par le prestigieux Centre Pompidou de Paris et qui a illustré les nombreuses vocations de Fabrica.

En somme, les véritables acteurs de Fabrica, ce sont les jeunes et leurs idées. C'est un projet qui me tient à cœur et que je suis de très près avec curiosité et intérêt car je sais, de par mon expérience personnelle – moi aussi j'ai commencé à travailler très tôt – que les jeunes ont besoin de soutien et de certitudes pour trouver de nouvelles façons d'exprimer leur créativité et d'innover.

Sans oublier par ailleurs que l'échange est réciproque. Et à mon tour, je me trouve « contaminé » par leurs visions, leur énergie et leur enthousiasme.

Ce regard qui va toujours plus loin, au-delà des frontières visibles et invisibles que peuvent être par exemple la superficialité et les préjugés, est à notre avis nécessaire, moderne et stimulant.

Le Groupe Benetton est présent en Chine depuis déjà plusieurs années, et à la base des résultats qu'il y a obtenus, il y a toujours eu une volonté de connaître et de comprendre, de travailler aussi en faveur du rapprochement des cultures, même là où les différences sont très marquées.

C'est à la lumière de cette philosophie de l'écoute et du dialogue qu'est né Colors en 1991, un magazine qui a toujours accordé beaucoup de place aux cultures différentes, car nous avons toujours été convaincus de la valeur essentielle de la diversité. Y compris pour le développement.

Pour raconter le Pékin d'aujourd'hui, Colors a choisi deux jeunes photographes chinois, car notre regard d'Occidentaux ne voit trop souvent que ce qu'il veut voir. Il s'arrête surtout sur ce qu'il connaît déjà, et donc sur ce qu'il « re-connaît » sans le moindre effort et sans le moindre trouble.

Je vous remercie de votre attention et vous souhaite une bonne journée.

COLORS A MAGAZINE ABOUT THE REST OF THE WORLD

**Le numéro spécial de COLORS consacré à Pékin est présenté aujourd'hui dans la capitale chinoise.
COLORS 70: CHRONIQUES PEKINOISES**

Pékin, 5 Mars 2007. A la veille des Jeux Olympiques de 2008, Pékin, une capitale qui, dotée d'une culture millénaire, se transforme rapidement – comme tout le reste du pays – en une mégalopole du capitalisme avancé, est présentée à travers les chroniques de la vie quotidienne de ses habitants racontées par deux jeunes artistes chinois de Fabrica. Cette ville est en vedette dans COLORS 70, le nouveau numéro du magazine Colors proposé aujourd'hui dans la capitale chinoise au cours d'une table ronde à laquelle participent Luciano Benetton, Marco Müller, directeur de Fabrica Cinema et sinologue averti, le réalisateur chinois Zhang Yuan, les deux jeunes auteurs du magazine Chen Jiaojiao et Peng Yangjun, deux boursiers de Fabrica, Amelie Marciasini et Diego Hurtado et Paolo Landi, directeur de la publicité Benetton et de COLORS magazine.

Partant d'une évidence – à savoir qu'au-delà des stéréotypes, les Occidentaux connaissent très mal la Chine -, COLORS a choisi deux jeunes photographes chinois qui ont ratisé les moindres recoins de la ville afin de mieux appréhender à travers les images et les histoires des gens de la rue les évolutions sociales et les changements dans les relations qui se manifestent au sein de ce pays qui fait tout très vite. C'est plus qu'une simple documentation photographique ou qu'une enquête de journalisme : c'est un véritable numéro spécial signé Chen Jiaojiao et Peng Yangjun, lesquels ont réalisé le projet, les photos, le graphisme et les textes. Un COLORS entièrement Made in China, en somme, comme pour démentir par l'« importation » de la créativité chinoise en Italie, cet autre lieu commun selon lequel ce pays ne peut qu'être la destination de délocalisations purement industrielles et uniquement liées à la production.

Les pages de COLORS 70 racontent la ville des chantiers ouverts à deux heures du matin (mais éclairés comme en plein jour), les habitants qui apprennent l'anglais à une vitesse record, la signalisation routière qui change du jour au lendemain et la fameuse loi sur les très célèbres chiens d'appartement.

On y lit surtout les histoires de tous ces gens qui voudraient dire ce qu'ils pensent de leur ville, de leur pays et de leur vie. Et on y découvre par exemple que si l'on veut respecter la tradition, il faut choisir un cadeau de fiançailles de 50.000 RMB [6.250 US\$], ce qui, pour une famille normale, correspond à environ treize années d'économies. Ou bien on y apprend, de la bouche de la couturière de Mao en personne, comment a été créé le costume que portait le Président pour son légendaire portrait. Et puis on peut y revivre les grands bouleversements qui ont transformé la société chinoise à travers le récit d'une princesse de 90 ans, membre de la dynastie

Redazione / Editorial Office
Fabrica, Via Ferrarezza
31020 Catena di Villorba
(Tv) Italy

t +39 0422 516111
f +39 0422 516308
e colors@colors.it
w colorsmagazine.com

Editore: Fabrica S.p.A.
Villa Minelli
31050 Ponzano (Tv) Italia
Società a Socio Unico
Cap. Soc. € 4.128.000 i.v.
Società Coordinata e Diretta
da Benetton Group S.p.A.
C.F./R.I. di Treviso
n° 01926330265
R.E.A. n° 177353
P. Iva 01926330265
Cod. Iso: IT 01926330265

Qing (qui gouvernait le pays avant l'arrivée du communisme), laquelle a vécu directement – en tant que princesse, puis de détenue – tous ces événements historiques.

Distribué dans plus de 40 pays et publié en trois éditions et quatre langues, présent également sur Internet avec un site qui compte parmi les plus visités et récompensés par la critique, COLORS sort tous les trois mois et parvient à tous les jeunes du monde entier. Fondé en 1991 sous la direction de Tibor Kalman à partir d'une idée de Luciano Benetton et Oliviero Toscani selon laquelle les différences sont positives et toutes les cultures ont la même valeur, COLORS s'inscrit aujourd'hui dans les activités éditoriales de Fabrica, le centre de recherche sur la communication de Benetton. Le nouvel ensemble architectural Fabrica, restauré et agrandi par l'architecte japonais Tadao Ando, accueille aussi la rédaction du magazine, lequel bénéficie d'un réseau de collaborateurs externes éparpillés partout sur la planète.

Pour en savoir plus, contacter:

+39 0422 519036

www.benetton.com/colorspress70

www.colorsmagazine.com

www.fabrica.it

COLORS A MAGAZINE ABOUT THE REST OF THE WORLD

COLORS: qu'est-ce que c'est

Une revue, une collection musicale de cd et documentaires, des livres et des expositions

Fondé en 1991 sous la direction de Tibor Kalman à partir d'une idée de Luciano Benetton et Oliviero Toscani selon laquelle les différences sont positives et toutes les cultures ont la même valeur, COLORS s'inscrit aujourd'hui dans les activités éditoriales de Fabrica, le centre de recherche sur la communication de Benetton. Le nouvel ensemble architectural Fabrica, restauré et agrandi par l'architecte japonais Tadao Ando, accueille aussi la rédaction du magazine, lequel bénéficie d'un réseau de collaborateurs externes éparpillés partout sur la planète.

COLORS s'exprime surtout à travers les images : c'est effectivement un moyen universel qui permet de toucher le plus grand nombre de personnes, avec un impact fort et immédiat. Utilisant ce langage visuel, les thèmes abordés par COLORS varient des problématiques fortement engagées – l'écologie, les conflits dans le monde, la lutte contre le SIDA – à d'autres sujets plus amusants comme le shopping, la mode, les jouets, tous revisités selon une optique anticonformiste et iconoclaste.

Du numéro 41 au 60, COLORS s'était concentré sur les diverses "communautés" qui peuplent la planète, décrites par des reportages photographiques et des interviews qui racontent en toute simplicité et de façon très immédiate la beauté intime de tout être humain. Après une parenthèse d'un an à New York au cours de laquelle, grâce à son style unique, la revue a pu retrouver vitalité et visibilité parmi les médias américains, COLORS poursuit maintenant le projet de recherche et de documentation de Fabrica.

Vendu dans plus de 40 pays, publié en 3 éditions et 4 langues, présent sur Internet avec un site parmi les plus fréquentés et appréciés de la critique, COLORS est un magazine trimestriel qui s'adresse aux jeunes du monde entier.

Redazione / Editorial Office
Fabrica, Via Ferrarezza
31020 Catena di Villorba
(Tv) Italy

t +39 0422 516111
f +39 0422 516308
e colors@colors.it
w colorsmagazine.com

Editore: Fabrica S.p.A.
Villa Minelli
31050 Ponzano (Tv) Italia
Società a Socio Unico
Cap. Soc. € 4.128.000 i.v.
Società Coordinata e Diretta
da Benetton Group S.p.A.
C.F./R.I. di Treviso
n° 01926330265
R.E.A. n° 177353
P. Iva 01926330265
Cod. Iso: IT 01926330265

LES PROJETS DE COLORS

Aujourd'hui, COLORS n'est pas seulement une revue, c'est aussi une façon de communiquer et d'employer les divers langages de la communication afin d'interpréter le monde dans lequel nous vivons. L'expérience et le milieu culturel de COLORS ont donné lieu, à leur tour, à un grand nombre de projets éditoriaux.

COLORS Music. Une collection musicale fondée sur l'idée que, tout comme l'image, la musique est un moyen universel qui, au-delà de toute barrière, atteint le plus grand nombre de personnes, toujours avec force et immédiateté. COLORS Music choisit des musiques de plusieurs régions du monde et les présente de façon inédite et dans un contexte contemporain. C'est ainsi que l'on a déjà produit plusieurs compilations comme *Nordic*, *Cumbia*, *Ottomanic* et *Rio*

Funk, en collaboration avec Irma Records, le label international de Sony Music.

COLORS Livres. Du best-seller *1000 Extra/ordinary Objects* à *1000 SIGNS*, publiés avec Taschen, et à la collection préparée avec Skira Editore et les livres intitulés *Hunger* et *Pagine Gialle*. Un grand travail éditorial rendu possible – entre autres – par tout le réseau de correspondants et de photographes de COLORS dispersés aux quatre coins du monde.

COLORS Expositions. COLORS a organisé des expositions dans des endroits de prestige et dans des villes comme Florence, Rome, Londres, Istanbul, Madrid, Barcelone, Maastricht et Budapest.

COLORS Documentaires. Une nouvelle génération de documentaires pour attirer l'attention du public sur des thèmes importants concernant le monde entier dans toute sa diversité et pour faire entendre la voix des gens de la rue : de Hong Kong à la Patagonie, de la *favela* de Rocinha au lac d'Aral, ce dernier documentaire ayant reçu le premier prix du Festival du cinéma de Turin, section "documentaires".

www.colorsmagazine.com

www.fabrica.it

COLORS A MAGAZINE ABOUT THE REST OF THE WORLD

LE MAGAZINE

15 ans en 70 couvertures

1991. 1 It's a baby! (directeur : Tibor Kalman)

Une petite fille en train de naître symbolise l'irruption de cette nouvelle revue dans le monde de l'édition. L'image réalisée par Oliviero Toscani avait déjà été utilisée pour une publicité de Benetton et en cela, elle définit également le caractère nouveau de cette expérience : on a là une revue qui, comme le dit le premier éditorial, s'appuie sur une idée simple – la diversité est positive – « empruntée » à la publicité Benetton.

1993. 4 Race (directeur : Tibor Kalman)

Le quatrième numéro de Colors est aussi le premier consacré à un seul thème, une formule qui est encore celle d'aujourd'hui, et ce thème ne pouvait être que celui de la Race, au singulier bien sûr car il n'y a qu'une race, la race humaine. Ce numéro aborde la question du racisme avec humour et ironie. Mais, malgré leur sens proverbial de l'humour, les Anglais se sont fâchés quand ils ont découvert la reine Elizabeth avec la peau noire.

1994. 7 AIDS (directeur : Tibor Kalman)

Pour la première fois, le problème du sida est abordé de façon claire et directe, en brisant les préjugés et en diffusant une information correcte sur la prévention, tout cela avec même de l'ironie (il y a un reportage d'articles de mode en latex) et sans alarmisme. Le numéro se termine par un éditorial comprenant une image du président Reagan victime du virus et un éloge de l'homme qu'il aurait pu être s'il avait agi autrement vis-à-vis du sida.

1996. 13 No words (directeur : Tibor Kalman)

Le dernier numéro dirigé par Tibor Kalmann : la revue est complètement dépourvue de mots et rend hommage à la vocation visuelle de Colors.

1997. 21 Smoking (directeur : Oliviero Toscani)

Un numéro consacré au tabac dans tous ses aspects – économiques, sociaux et religieux. A l'intérieur, une affiche du style des playmate de Playboy, montre impitoyablement quelles conséquences désastreuses le tabac peut avoir sur l'être humain. Ce document est encore utilisé par l'Organisation Mondiale de la Santé dans ses campagnes d'information contre le tabagisme.

1998. 28 Touch (directeur : Oliviero Toscani)

L'image d'un baiser entre homosexuels ouvre le numéro de Colors consacré au toucher, le sens qui permet aux gens d'entrer le plus directement en contact les uns avec les autres, et montre que la façon de se toucher révèle elle aussi des différences culturelles et la présence de tabous.

Redazione / Editorial Office
Fabrica, Via Ferrarezza
31020 Catena di Villorba
(Tv) Italy

t +39 0422 516111
f +39 0422 516308
e colors@colors.it
w colorsmagazine.com

Editore: Fabrica S.p.A.
Villa Minelli
31050 Ponzano (Tv) Italia
Società a Socio Unico
Cap. Soc. € 4.128.000 i.v.
Società Coordinata e Diretta
da Benetton Group S.p.A.
C.F./R.I. di Treviso
n° 01926330265
R.E.A. n° 177353
P. Iva 01926330265
Cod. Iso: IT 01926330265

1999. 31 Water (directeur : Oliviero Toscani)

La couverture, avec ce petit garçon qui fait pipi – symbole de la vitalité de l'eau – a été considérée comme pornographique en Suisse. La commission de contrôle de l'édition a ordonné le retrait de tous les exemplaires de Colors, à moins de les envelopper dans de la cellophane, comme les revues pornographiques.

2000. 36 Monoculture (directeur : Oliviero Toscani)

Voilà une couverture qui s'est pratiquement faite toute seule. Un cliché inutilisé d'une série réalisée plusieurs années auparavant par Oliviero Toscani pour une campagne en faveur de l'HCNUR (le Haut Commissariat des Nations Unies pour les Réfugiés) représentait une tache de sang dont la forme – tout à fait due au hasard – évoquait Mickey : quelle image aurait pu mieux illustrer le risque d'une culture unique et omniprésente contre laquelle Colors essaie depuis toujours de réagir ?

2000. 38/39 Extraordinary Fashion (directeur: Oliviero Toscani)

Voici une couverture atypique, avec une photo de mode de Patrick Demarchelier : ce numéro de Colors était entièrement consacré à la mode, et c'était aussi le dernier réalisé par Oliviero Toscani.

Mais il n'était pas pour autant en contradiction avec les principes préconisés au début de la revue (pas d'actualité, pas de mode, pas de célébrités) : c'était plutôt un voyage anthropologique et visuel dans les différentes façons de s'habiller dans le monde entier.

2001. 41 Refugees (directeur créatif : Fernando Gutierrez)

Entièrement consacré à un camp de réfugiés en Tanzanie et produit avec la collaboration de l'HCNUR (Haut Commissariat des Nations Unies pour les Réfugiés), ce numéro inaugure une nouvelle vie de la revue Colors. Toutes les photos ont été réalisées spécialement par la rédaction et Fernando Gutierrez signe une nouvelle maquette. C'est le début d'un cycle sur les "communautés". La couverture est un dessin original d'un réfugié auquel on avait demandé de dessiner la physionomie typique des deux ethnies en guerre, les Hutus et les Tutsis.

2002. 47 Madness (directeurs créatifs : Adam Broomberg et Oliver Chanarin)

Un autoportrait d'un patient de l'hôpital psychiatrique de Camaguey, à Cuba, sert de couverture à ce numéro consacré à la folie et où l'on peut découvrir des reportages réalisés dans des pays différents afin de comparer les conditions de vie de ce type de malades : de la Belgique, où ils sont accueillis dans des familles normales, à la Côte d'Ivoire où on les enchaîne comme des chiens avant de les abandonner en dehors des villages.

2002. 49 Tours (directeurs créatifs : Adam Broomberg et Oliver Chanarin)

Un format particulier pour un numéro qui se propose au lecteur comme un guide touristique alternatif, avec des adresses et des références précises, de l'École des Elfes, en Finlande, au Musée du Beurre en Tchéquie, ou encore des informations pour un circuit des favelas brésiliennes.

2002. 52 Trujillo (directeurs créatifs : Adam Broomberg et Oliver Chanarin)

Ce portrait de Rolando Trujillo illustre la couverture de ce numéro entièrement consacré à une seule personne, Trujillo justement, qui vit isolé dans une contrée lointaine de Patagonie. La conclusion idéale du cycle des communautés, porté à son extrême avec cette communauté constituée par un seul individu, mais aussi une réaffirmation de la vocation de Colors qui veut donner la parole à tous ceux qui normalement ne l'ont pas.

2003. 53 Slavery (directeurs créatifs : Adam Broomberg et Oliver Chanarin)

Une photo des esclaves de notre siècle dans une carrière de Pietra, en Inde, ouvre ce numéro consacré à l'esclavage et réalisé en collaboration avec l'association "Anti-Slavery" : Ici, Colors dénonce de façon dramatique un fléau que beaucoup considèrent comme un problème du passé, avant de découvrir en fait que les esclaves existent toujours et sont souvent plus près de nous que nous ne le pensons (par exemple, dans une belle villa de Los Angeles).

2004. 61 Fans (directeur: Kurt Andersen)

Le numéro 61 ouvre une autre parenthèse américaine avec la nouvelle rédaction désormais à New York. Il est consacré au fanatisme sportif, politique, religieux et musical.

2005. 65 Freedom of Speech (directeur : Renzo di Renzo)

Les graffitis calligraphiques de Tsang Tsou-Choi, qui se considère comme le roi ou même l'empereur de la Chine, évoquent ici la liberté d'expression : une contribution à la liberté de la presse, à l'occasion du 20ème anniversaire de l'organisation Reporters sans frontière.

2007. 70 Beijing, stories from a city (directeurs créatifs : Peng Yangjuin et Chen Jiaojiao)

Un numéro spécial sur Pékin réalisé par deux jeunes photographes chinois de Fabrica qui ont voulu raconter à travers les récits de gens de la rue, toutes les transformations que la Chine connaît de nos jours.

www.colorsmagazine.com

www.fabrica.it

FABRICA

Fabrica est le centre de recherche sur la communication de Benetton, créé en 1994 à partir du patrimoine culturel du Groupe. Avec l'achèvement de ce vaste ensemble architectural situé dans les environs de Trévise, restauré et agrandi par l'architecte japonais Tadao Ando, Fabrica se présente comme un pôle multiculturel et international.

Le défi de Fabrica est l'innovation et la dimension internationale : c'est une façon de conjuguer culture et industrie à travers une communication qui ne repose plus sur les formes habituelles de publicité, mais qui véhicule la "culture industrielle", l' "intelligence" de l'entreprise par le biais de moyens différents : le design, la musique, le cinéma, la photo, l'édition et Internet. Fabrica a choisi de miser sur la créativité encore inconnue des jeunes et des artistes-expérimentateurs du monde entier, lesquels sont invités – à l'issue d'une sélection rigoureuse – à développer des projets concrets de communication sous la direction artistique de quelques-unes des grandes figures des divers secteurs concernés.

F A B R I C A

En tant que laboratoire de créativité appliquée (son nom dérive effectivement du sens latin du mot *officina*), Fabrica entend expérimenter ces nouvelles formes de communication suivant deux grands axes parallèles : une approche concrète de formation, car les jeunes boursiers sont appelés à "apprendre en faisant", et la transversalité et l'interaction, tant sur le plan de la conception (les projets sont développés en équipe et en combinant les rôles et les disciplines différentes autour d'une idée de base) que sur celui de l'identité culturelle dont la pluralité est garantie par le brassage qui se fait au sein du groupe de jeunes qui parlent des langues différentes et proviennent de pays, de cultures et de sensibilités diverses.

L'année 2006 s'est surtout distinguée par un résultat international de grande importance. En effet, avec l'exposition "Fabrica : les yeux ouverts" accueillie par le Centre Pompidou du 6 octobre au 13 novembre 2006, Fabrica a reçu la consécration d'une des plus grandes institutions culturelles mondiales. Une reconnaissance soulignée par l'attention de tous les médias internationaux et par l'affluence d'un public nombreux – plus de 100 000 personnes - en cinq semaines. Articulée en secteurs thématiques et associée à tout un programme de projections, de concerts et de conférences, cette exposition a permis aux diverses âmes de Fabrica de s'exprimer : d'une part on a vu son aptitude pour le documentaire, avec Colors et les reportages photographiques, et d'autre part, on a découvert sa production plus artistique, visionnaire et conceptuelle avec ses films et ses installations.

Le travail fourni pour cet important rendez-vous au Centre Pompidou a représenté aussi en quelque sorte le couronnement symbolique des dix premières années d'activité de Fabrica, et a

permis ainsi de jeter les bases de nouveaux développements et évolutions, cohérents avec la mission de précurseur en matière de communication que ce Centre de Recherche entend être.

Le nouvel objectif est maintenant, non seulement de rassembler les jeunes dans ce Centre, mais aussi d'étendre l'activité de Fabrica au monde entier, dans le respect des diverses situations, conditions et réalités quotidiennes. En dix ans, des centaines de jeunes artistes provenant des cinq continents ont pu échanger toute une énergie, une réflexion et des idées, enrichissant ainsi leur expérience ; aujourd'hui, ils pourront faire partie d'un immense réseau télématique que Fabrica est en train de mettre en oeuvre afin de constituer un groupe cosmopolite où de jeunes talents – originaires parfois d'endroits parmi les plus improbables – auront la possibilité de prendre part à des projets ambitieux ou de voir enfin se réaliser leurs idées. Les points de vue de scientifiques, d'artistes et de philosophes qui progressivement s'ajoutent au grand projet de Stock Exchange of Vision (lequel a démarré justement au Centre Pompidou) constitueront un point de départ pour Fabrica afin de comprendre, interpréter et aider à comprendre les grands changements de notre époque.

Du 3 mars au 20 avril, Fabrica est invité au Musée d'Art Contemporain de Shanghai (MoCA) pour présenter son installation "Enchanté, Fabrica", dans le cadre de l'exposition d'art interactif et multimédia remote/control. Une façon pour Fabrica de s'ouvrir à de nouvelles collaborations à travers un réseau international de ressources créatives.

www.fabrica.it

LUCIANO BENETTON

Né en 1935 à Trévis, Luciano Benetton a initié en 1965, en compagnie de sa sœur Giulliana, et de ses frères Gilberto et Carlo, l'activité du Groupe Benetton. La société est présente dans 120 pays du monde avec 5000 boutiques.

Luciano Benetton est président du Groupe Benetton, côté à la Bourse de Milan, Francfort et New York ; il siège au Conseil d'administration de Edizione Holding, société financière familiale. Il a été sénateur de la République italienne de 1992 à 1994.

Luciano Benetton a quatre enfants.

MARCO MÜLLER

Né à Rome en 1953, Marco Müller a une formation d'anthropologue et d'orientaliste (en Italie et en Chine). Depuis 1997 il est directeur de Fabrica Cinema. Depuis 1977, il travaille comme critique et historien du cinéma (livres et essais sur le cinéma asiatique), et signe des documentaires télévisés. Après avoir créé à Turin le grand festival "Ombre Elettriche" ("Ombres électriques"), il a dirigé ceux de Pesaro (1982-1989), Rotterdam (1989-2001) et Locarno (1991-2000). Créateur de fondations ("Hubert Bals Fund" aux Pays-Bas, "Fondazione Montecinemaverità" en Suisse, "Fondazione Officina Cinema Sud Est" en Italie), il est producteur depuis 1997 pour des organismes de production qu'il a lui-même conçus (Fabrica Cinema pour Benetton à Trévise, Downtown Pictures à Bologne et Riforma Film à Lugano), et compte 14 titres à son actif (dont un Oscar, cinq prix à Cannes, trois à Venise et deux à Berlin). Depuis 2001, il a renoué avec l'enseignement universitaire (à la faculté d'Architecture de Mendrisio, en Suisse) et il est actuellement recteur du Conservatoire de Sciences Audiovisuelles de Lugano. Depuis 2004, il est directeur de la "Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica" (le Festival International de Cinéma) de Venise.

COLORS A MAGAZINE ABOUT THE REST OF THE WORLD



Chen Jiaojiao

Pékin, j'y suis née, j'y ai grandi, j'y ai vécu jusqu'à l'âge de 22 ans. Pour la petite fille que j'étais, cette ville évoquait surtout un environnement familial: la maison, l'école, les petites ruelles que je connaissais si bien. Cependant, ces quatre dernières années, j'ai beaucoup voyagé, si bien que Pékin en est venue à me manquer énormément. J'éprouvais l'envie d'en savoir plus sur cette ville.

La réalisation de COLORS m'a donc fourni l'occasion rêvée d'arpenter les rues de Pékin, d'en explorer les recoins et les secrets, le nez au vent, de bavarder avec des gens qu'autrefois je ne faisais que croiser, par hasard. Peut-être faut-il quitter un lieu pour en percevoir enfin l'esprit, la quintessence.

Redazione / Editorial Office
Fabrica, Via Ferrarezza
31020 Catena di Villorba
(Tv) Italy

t +39 0422 516111
f +39 0422 516308
e colors@colors.it
w colorsmagazine.com

Editore: Fabrica S.p.A.
Villa Minelli
31050 Ponzano (Tv) Italia
Società a Socio Unico
Cap. Soc. € 4.128.000 i.v.
Società Coordinata e Diretta
da Benetton Group S.p.A.
C.F./R.I. di Treviso
n° 01926330265
R.E.A. n° 177353
P. Iva 01926330265
Cod. Iso: IT 01926330265

Peng Yangjun

Je suis né dans une petite bourgade de Chine méridionale. La première chanson que j'ai apprise, dans mon enfance, parlait de la place Tian An Men, à Pékin. Comme tous les gosses, je rêvais de voir la capitale, je m'en formais mille et une visions fantasmagiques, à partir de ce qu'en disaient mes livres de classe, la radio, la télévision. Néanmoins, je n'ai eu aucune relation directe avec cette ville avant 1996, l'année où j'y ai mis les pieds pour la première fois. J'ai eu le sentiment, alors, qu'il m'arrivait quelque chose de grand, que je vivais le plus beau jour de mon existence. A présent, Pékin n'est plus que la ville où réside la famille de ma compagne.

DIEGO HURTADO DE MENDOZA/BOURSIER FABRICA

Né en Espagne en 1980, le graphiste et designer Diego Hurtado de Mendoza passe aisément de l'art au graphisme. Avant d'arriver à Fabrica, où il mène une expérience essentiellement dans le domaine de la "video dance", il a travaillé comme graphiste pour des marques internationales dont MTV, J&B whisky, Tanqueray Gin, Smirnoff Vodka et la banque Caja Madrid ; ses réalisations ont également été publiées dans l'édition 2006 de "Select E", un annuaire qui présente en Espagne les meilleurs projets de graphisme. A Fabrica, Diego conduit actuellement un projet sur l' "identité de groupe" pour esMadrid TV, une chaîne de télévision de la capitale espagnole, et il se consacre également à l'écriture de scénarios et à la co-réalisation d'une série de spots vidéos sur la sécurité routière pour L'Organisation Mondiale de la Santé (OMS).

AMÉLIE MARCIASINI/BOURSIER FABRICA

Amélie Marciasini, 25 ans, est née à Göteborg, en Suède, mais vit à Stockholm depuis 2004. Entre 2002 et 2003, elle a fréquenté la Malmö Tillskärarakademi, en Suède, où elle a étudié les techniques de base de la réalisation de créations de mode dans le but de devenir modéliste. Puis, entre 2003 et 2004, elle a fréquenté la Lunds Konst och designskola, toujours en Suède, où elle a cultivé sa créativité et a travaillé sur des projets transversaux, entre l'art et le design. Elle est actuellement au département design de Fabrica, et elle vient d'être sélectionnée, en février 2007, parmi les finalistes de +46, un concours de mode organisé à Stockholm à l'occasion duquel elle a pu présenter la collection masculine *Bricolage Couture*, dans le cadre d'un défilé entièrement consacré à ses collections.

ZHANG YUAN

Zhang Yuan, un pilier du cinéma chinois et un précurseur des grandes évolutions récentes de cet art, est un des metteurs en scène dont un film a été coproduit par Fabrica Cinema. Dans les années 90, c'était un des membres les plus importants de ce que l'on appelle la "sixième génération" de metteurs en scène chinois, et ses oeuvres, produites après 1989, ont provoqué le système en place avec une vision critique et sans compromis de la vie urbaine et de ses tensions dans ce pays. Depuis 1999, Zhang a promu le marché cinématographique chinois en analysant le potentiel commercial et en y créant un espace accessible au public local, sans jamais cesser d'approfondir sa propre vision de la création.

Filmographie:

- 1990** Mama (Mum/Maman)
- 1992** Beijing zazhong (Beijing Bastards/Bâtards pékinois)
- 1994** Guangchang (The Square/La place)
- 1995** Erzi (Sons/Les fils)
- 1996** Dong gong, xi gong (East Palace, West Palace)
- 1998** Ding zi hu (Demolition and Relocation/Démolition et relogement)
- 1999** Fengkuang yingyu (Crazy English)
- 1999** Guonian huijia (Seventeen Years/17 ans)
- 2000** Jin Xing xiaojie (Miss Jin Xing/Mademoiselle Jin Xing)
- 2000** Hainan Hainan (Hainan Hainan)
- 2002** Wo ai ni (I Love You)
- 2002** Jiang Jie (Jiang Jie)
- 2002** Lu cha (Green Tea)
- 2006** Kan shang qu hen mei (Little Red Flowers/Les petites fleurs rouges)

PAOLO LANDI

Paolo Landi est depuis 1991 le directeur de la publicité du Groupe Benetton.

Né à Florence (Italie) le 7 mai 1953, il est marié et père de trois enfants. Il a commencé sa carrière comme journaliste, puis a été responsable de bureaux de presse et de la publicité dans plusieurs entreprises avant d'intégrer le Groupe Benetton. Il est le responsable de tous les processus stratégiques et décisionnels (de la créativité à la planification) concernant la communication mondiale des marques du Groupe (United Colors of Benetton, Sisley, Playlife et Killer Loop). Il enseigne le marketing et la communication à l'Université Polytechnique de Milan et est l'auteur d'ouvrages de marketing et communication.