

BENETTON SBARCA IN TV, CINEMA E DIGITALE CON CLOTHES FOR HUMANS

A settembre arrivano i primi episodi della campagna Benetton, frutto della nuova brand strategy del marchio di abbigliamento italiano.

United Colors of Benetton sbarca, per la prima volta nella sua storia, sul grande e piccolo schermo con una serie di episodi che, a partire dal 22 settembre, diffonderanno la nuova campagna del brand di abbigliamento in **tv** (Italia e India) e **cinema** (Italia e Messico) e sui **media digitali di Italia, India, Spagna, Francia, Germania Portogallo, Grecia e Messico**.

Il messaggio di **clothes for humans**, la filosofia di brand ideata in collaborazione con l'agenzia 180 Amsterdam, è già stato tradotto in tre linee di prodotto, una campagna pubblicitaria globale, un nuovo sito web e una serie di iniziative e materiali in-store tra cui un magalog, ibrido tra rivista e catalogo. Ora è il momento dei video.

I vestiti svolgono un ruolo importante nel definire le nostre emozioni. Ogni mattina, quando scegliamo cosa indossare, stiamo decidendo quale sarà la nostra personalità per il resto della giornata e come reagiremo emotivamente alle varie situazioni che ci aspettano. **Clothes for humans è la "design philosophy" di Benetton, un brand che capisce i momenti e le emozioni delle persone e crea una collezione per viverli al meglio** (dress up, dress down, dress to move).

UNITED COLORS
OF BENETTON.

L'idea della campagna video è rappresentare i momenti e le emozioni delle persone, nel modo più vero, come solo Benetton sa fare. E in questi brevi clip da 15 secondi, che raccontano **autentici momenti di vita reale**, gli **abiti** della collezione UCB FW 2016/17 **sono proprio i protagonisti del racconto delle emozioni**.

Una ragazza mette a soqquadro la casa perché ha perso un orecchino, un'altra fa un colloquio di lavoro su skype vestita solo per quel che basta, un'altra ancora si confronta con un dilemma comune a molte fra dieta e fitness. **Nove video a episodi** che raccontano situazioni ordinarie, momenti semplici che di solito sono trascurati dall'industria della moda. Le protagoniste sono donne dalla bellezza originale, non stereotipata, che si muovono in ambienti dall'aria accogliente, contemporanea e allo stesso tempo internazionale, proprio come Benetton. La regia degli spot è di Jaron Albertin, regista pluripremiato nel mondo della pubblicità e osannato sui social network, dove i suoi video raccolgono milioni di views.

La programmazione televisiva prevede il lancio in **Italia** a partire dal 22 settembre. Gli episodi andranno in onda su Mediaset, Rai e i canali satellitari Sky e Discovery. In Autunno la campagna video troverà spazio anche nei palinsesti della **televisione indiana** (canali in lingua inglese dedicati al cinema, entertainment, lifestyle, infotainment, musica & contenuti per un pubblico giovane). Nel corso del mese di ottobre, tre video da 15 secondi saranno trasmessi anche su 362 **cinema italiani** del circuito The Space, mentre a Novembre la campagna sbarcherà in **Messico**, nelle

multisale dei principali centri commerciali di Città del Messico, Monterrey e Puebla.

Gli spot sono anche il cuore della **pianificazione online**, dove i primi sei video saranno affiancati anche da tre episodi aventi come protagonisti i bambini e i loro vestiti. I video avranno un ruolo chiave nella pianificazione digitale di Benetton e saranno il formato per comunicare il concept **clothes for humans** in **Italia, India, Spagna, Francia, Germania, Portogallo, Grecia e Messico**. La visibilità online è destinata a raggiungere i Light TV viewers, specialmente il target femminile delle principali piattaforme video come YouTube, oltre che delle principali testate online di news, intrattenimento e contenuti editoriali dedicati al mondo femminile.

Per ulteriori informazioni:

+39 0422 519036

benettongroup.com/media-press
benetton.com

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

Credits

180 Amsterdam:

President / CCO - Al Moseley
Executive Creative Directors - Dan Treichel (art), Dave Canning (copy)
Art Directors - Hannah Smit, Rachel Kennedy
Copywriter - Chase Kimball
Client Service Director - Melanie Portelli
Account Manager - Nicole Scopes
Planner - Clare Satterthwaite
Film Producer - James Southward
Art Buyer - Jo Borton

Film Production:

Director - Jaron Albertin
Production Company - Smuggler London
Production Company Producer - Nick Fewtrell
Director Of Photography - Sebastian Wintero
Stylist - Julia Sarr Jamois

Editor - Chee-Han Wong
Post Production - MPC
Colourist - Jean-Clement Soret
Sound Studio - Wave Amsterdam
Sound Engineer - Randall Macdonald