**CLOTHES FOR HUMANS.**

**UNITED COLORS OF BENETTON LANCE UNE PLATEFORME CRÉATIVE ENTIÈREMENT NOUVELLE**

Ponzano, 27 juillet 2016. Loin des clichés de la mode, les instants et les sentiments authentiques sont les choses les plus belles que nous ayons. C'est le message à la base de **clothes for humans**, la nouvelle philosophie de marketing et de produit imaginée par United Colors of Benetton. A partir de cet été, **clothes for humans** sera le noyau autour duquel se développeront trois lignes de produits, une campagne publicitaire globale, un nouveau site web et une série d'initiatives et de matériel « in-store » dont un magalog – un hybride entre un magazine et un catalogue – qui sera distribué dans les magasins Benetton du monde entier.

Les vêtements jouent un rôle important pour définir nos émotions. Tous les matins, quand nous choisissons comment nous habiller, nous sommes en train de décider quelle sera notre humeur pour le reste de la journée et comment nous réagirons émotionellement aux situations qui nous attendent. La philosophie **clothes for humans** part de là : les vêtements Benetton sont réalisés pour permettre aux personnes d'exprimer leurs émotions et de profiter au maximum de leurs expériences.

Dress Up : l'élégance smart pour le travail et les occasions spéciales. Dress down : le style décontracté pour une garde-robe quotidienne. Dress to Move : des vêtements fonctionnels pour un mode de vie sportif. Les trois lignes de produit, ainsi que toutes les collections à venir, sont axées sur la maille, un des trois piliers de la marque que Benetton entend cristalliser et à laquelle elle entend ajouter de la valeur à travers toutes ses activités. Les deux autres piliers sont la couleur et l'engagement social, qui font également partie de l'ADN de la marque.

Représentée dans ces trois nouvelles lignes de produits, la philosophie **clothes for humans** se présente cet été sous la forme d'une plateforme créative caractérisée par un concept central – Benetton explore les moments les plus vrais et "humains" qui unissent nos émotions à notre style vestimentaire – transmis au travers d’une tonalité fraîche et originale de la voix. L'idée et la voix seront appliquées sur tous les canaux de communication de la marque.

La philosophie de produit et de marketing **clothes for humans** sera développée au niveau global dans :

* les magazines
* les médias numériques
* les properties Benetton et les réseaux sociaux
* les magasins
* les Manifestations out of home

La **campagne publicitaire** met en scène des personnes vraies, naturelles et différentes : une femme qui consomme son repas à emporter devant un réfrigérateur vide, un groupe de filles qui boivent du vin à une réception informelle, deux petits frères qui se coupent les cheveux l'un l'autre. La lumière est authentique, c’est celle des maisons de personnes vraies, à l'ambiance accueillante, contemporaine et en même temps internationale. La campagne sera diffusée en ligne et sur le print dans le monde entier, et le concept créatif prendra aussi la forme d'une série de courtes vidéos dont les épisodes passeront sur les chaînes numériques.

Aujourd'hui nous lançons aussi le **nouveau site internet** benetton.com, qui, avec son design simple et contemporain, sera chargé d'accueillir les nouveaux et les anciens clients de l'univers Benetton. Une section appelée *Identity* introduira les visiteurs aux trois éléments indiqués comme les pilliers de la marque – tricot, couleur et engagement social -, tandis qu'une autre section, Clothes for humans, présentera la nouvelle philosophie de design et aidera les clients à habiller leur humeur selon les trois lignes de vêtements : Dress Up, Dress Down et Dress to Move. Et puis une boutique en ligne renouvelée leur permettra de feuilleter le catalogue et de faire leurs achats d'une manière rapide et efficace.

Les **magasins** Benetton changeront suivant les nouvelles lignes directrices du design. Les panneaux de signalisation, la décoration et le matériel de communication se modifieront pour transformer l'expérience de shopping en un moment authentique et humain, dans lequel chacun – mais surtout les jeunes filles – pourra se décrocher un moment des notifications des réseaux sociaux et des photos avec les filtres, pour entrer de nouveau en contact avec ses émotions, grâce aussi aux vêtements Benetton.

Les clients trouveront aussi dans les magasins Benetton le **magalog** clothes for humans, un hybride entre un magazine et un catalogue qui suit la longue tradition Benetton des produits éditoriaux d'avant-garde. Dans la publication, les images de la collection Benetton seront intercalées d'histoires photographiques autour du vêtement: où est né le premier uniforme scolaire? Comment les femmes iraniennes portent-elles leur hijab ? Pourquoi les petits garçons sont souvent habillés en bleu et les petites filles en rose ?

"Les êtres humains. Certains sont heureux. D'autres sont tristes. Certains sont heureux et tristes" affirme le manifeste qui résume la philosophie clothes for humans, "Nous faisons des vêtements pour chacun d'eux". Embrasser les émotions, un pas en avant, naturel et pourtant fondamental, pour Benetton, la marque qui a toujours été, peut-être plus que les autres, aux côtés de toutes les personnes, au-delà de toutes les différences personnelles.

**For more information:**

+39 0422 519036

|  |  |
| --- | --- |
| [benettongroup.com](http://press.benettongroup.com/)/media-press  [benetton.com](http://www.benetton.com/) | [facebook.com/benetton](http://www.facebook.com/benetton) [twitter.com/benetton](https://twitter.com/benetton)  [youtube.com/benetton](http://www.youtube.com/benetton) |