**CLOTHES FOR HUMANS.**

**UNITED COLORS OF BENETTON LANCIA UNA PIATTAFORMA CREATIVA TOTALMENTE NUOVA**

Ponzano, 27 luglio 2016. Lontano dagli stereotipi della moda, i momenti e i sentimenti autentici sono la cosa più bella che abbiamo. Questo il messaggio alla base di **clothes for humans**, la nuova filosofia di marketing e di prodotto ideata da United Colors of Benetton. Da quest’estate, **clothes for humans** costituirà il perno attorno al quale ruoteranno 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 - che verrà distribuito nei negozi Benetton di tutto il mondo.

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. La filosofia **clothes for humans** comincia da qui: i capi d'abbigliamento Benetton sono realizzati per permettere alle persone di esprimere le proprie emozioni e ottenere il massimo dalle proprie esperienze.

Dress Up: l’eleganza smart per il lavoro e le occasioni speciali. Dress Down: lo stile rilassato per ogni momento della giornata. Dress to Move: indumenti funzionali per uno stile di vita sportivo. Le tre linee prodotto, così come tutte le future collezioni, ruotano attorno alla maglieria, uno dei tre pilastri del brand che Benetton intende cristallizzare e a cui intende aggiungere valore attraverso tutte le sue attività. Gli altri due sono il colore e l’impegno sociale, anch’essi parte del DNA del marchio.

Riflessa in queste tre nuove linee di prodotti, la filosofia **clothes for humans** prende vita quest’estate sotto forma di una piattaforma creativa caratterizzata da un concetto centrale - Benetton esplora i momenti più veri e "umani" che uniscono le nostre emozioni al nostro modo di vestire – trasmesso attraverso un tono di voce fresco e originale. Sia l’idea che il tono di voce saranno applicati su tutti i canali di comunicazione del marchio.

La filosofia di prodotto e di marketing **clothes for humans** sarà declinata a livello globale su:

* Magazine
* Media digitali
* Properties Benetton e canali social
* Punti vendita
* Eventi out of home

La **campagna pubblicitaria** mette in scena persone vere, genuine e diverse: una donna che consuma cibo take away davanti a un frigorifero vuoto, un gruppo di ragazze intente a bere vino a un party informale, due fratellini che si tagliano i capelli a vicenda. La luce è autentica così come lo sono i luoghi: case di gente vera, dall’aria accogliente, contemporanea e allo stesso tempo internazionale, proprio come i clienti Benetton. Di fatto, la campagna verrà diffusa online e offline in tutto il mondo, e il concept creativo assumerà anche la forma di una serie di brevi video a episodi distribuiti sui canali digitali.

Oggi viene lanciato inoltre il suo **nuovo sito web** benetton.com, dove un design semplice ma contemporaneo avrà il compito di accogliere nuovi e vecchi clienti nel mondo Benetton. Una sezione chiamata *Identity* introdurrà gli utenti ai tre elementi identificati come pilastri del brand - maglieria, colore e impegno sociale - mentre un'altra sezione chiamata Clothes for Humanspresenterà la nuova filosofia di design e aiuterà i clienti a vestire il proprio stato d'animo secondo le tre linee di abbigliamento: Dress Up, Dress Down e Dress to Move. Inoltre, uno shop online rinnovato permetterà ai consumatori di sfogliare il catalogo e fare acquisti in modo rapido ed efficiente.

I **negozi** Benetton cambieranno secondo le nuove impostazioni di design. Segnaletica, arredi e materiali di comunicazione evolveranno per trasformare la shopping experience in un momento autenticamente umano, in cui chiunque - in particolar modo le ragazze - potrà prendersi una pausa dalle notifiche dei social network e dalle foto con i filtri, rientrando così in contatto con le proprie emozioni, anche grazie ai capi Benetton.

Negli store Benetton i clienti troveranno inoltre il **magalog** clothes for humans, un ibrido tra una rivista e un catalogo che prosegue la lunga tradizione Benetton in fatto di prodotti editoriali d'avanguardia. All'interno della pubblicazione, le immagini della collezione Benetton saranno intervallate da storie fotografiche di approfondimento su cosa indossano le persone in diverse parti del mondo: dal luogo in cui è nata la prima uniforme scolastica al modo in cui le donne iraniane portano il loro hijab, fino alle ragioni per cui i bimbi di solito vestono azzurro e le bimbe rosa.

"Gli esseri umani. Alcuni sono felici. Altri tristi. Alcuni sono felici e tristi” recita il manifesto che riassume la filosofia clothes for humans, “Facciamo capi d’abbigliamento per ciascuno di loro". Abbracciare le emozioni, un passo avanti naturale eppure sostanziale per Benetton, il brand che forse più di ogni altro è stato da sempre con tutte le persone, al di là di ogni differenza individuale.

**Per ulteriori informazioni:**

+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) |