**CLOTHES FOR HUMANS.   
MAGALOG DA BENETTON CHEGA ÀS LOJAS**

*Em Julho chega às lojas um novo catálogo e híbrido de revista onde poderá encontrar fotos da nova coleção, bem como uma série de histórias sobre a forma como os humanos se vestem, de Treviso ao resto do mundo.*

Contar histórias através da moda. A Benetton lança a sua primeira edição de Clothes for Humans neste mês de Julho. Este novo magalog, uma mistura entre catálogo e revista, combina fotos da coleção de Inverno de 2016 com conteúdo editorial criteriosamente escolhido e um olhar atente ao vestuário. O foco *não* vai para as imagens das passerelles nas semanas de moda. Este magalog específico centra-se nas roupas que o cidadão comum usa no seu dia-a-dia um pouco por todo o mundo.

*Clothes for Humans.* O nome remete para o reposicionamento da marca em termos de estratégia, identidade e design. A United Colors of Benetton lança produtos e coleções para todas as áreas de atividade e para todos os estados de espírito, para homem e senhora, inspiradas no dia-a-dia de cada um.

*Dress up*: peças elegantes para usar no trabalho e em ocasiões especiais. *Dress down*: estilo descontraído para todas as horas do dia e da noite. *Dress to move*: peças funcionais para estilos de vida ativos. Híbrido de catálogo e revista, neste *magalog* estão subjacentes estas três vertentes abrangentes e intrínsecas aos produtos da United Colors of Benetton que inspiram a pesquisa e escrita de textos que pode ler nesta revista.

De onde vêm os fatos de bruxa? Porque é que os rapazes usam azul e as raparigas cor-de-rosa? Como transformar um *hijab* num acessório de moda? *Clothes for Humans* assemelha-se a uma enciclopédia de moda do "resto-do-mundo" onde se estudam roupas, acessórios e conceitos de moda da Cidade do México a Londres e Pequim, com explicações sobre a origem de cada peça, a sua história, características físicas e usos mais populares.

Alguns dos artigos desta revista falam das injustiças e oportunidades presentes no mundo em que vivemos. Veja-se o caso das *haenyeo*, por exemplo, uma comunidade de mulheres coreanas que corre o risco de perder o seu modo de vida após décadas a mergulhar em profundidade para apanhar marisco no fundo do mar na ilha de Jeju. E temos também a história do homem de negócios de Lagos que, para fazer a sua filha feliz, concebeu e produziu uma série de bonecas negras vestidas com trajes tradicionais nigerianos.

O magalog da Benetton é uma forma de comunicar com os consumidores e vai além da simples apresentação de produto. A moda assume-se aqui como um canal privilegiado para falar de cultura, trabalho, ambiente e outras forças vivas na sociedade moderna. É o tipo de abordagem pela qual a marca é sobejamente conhecida; A United Colors of Benetton sempre encorajou as pessoas a serem curiosas e a pensarem por si próprias e a descodificarem o mundo que as rodeia.

Criada e editada por membros da equipa da revista COLORS, *Clothes for Humans* apresenta um conjunto de fotos, desenhos e textos criteriosamente escolhidos para ir mais além na área do *branded content*.

A próxima edição centra-se no Inverno. Será lançada em Setembro e contem dicas sobre a melhor forma de enfrentar o frio e como vestir-se nas datas festivas. Este *magalog* está disponível gratuitamente nas lojas Benetton em todo o mundo, em oito línguas (inglês, italiano, francês, espanhol, português, grego, alemão e russo) e em duas edições: Adulto e Criança. Leve-o para casa, folhei-o, leia as várias rubricas, escolha uma peça de roupa e fique a par das novidades das coleções da Benetton.

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