**CLOTHES FOR HUMANS.**

**UNITED COLORS OF BENETTON LANÇA NOVA PIATAFORMA CRIATIVA**

Ponzano, 27 de Julho de 2016. Longe dos estereótipos da moda, os momentos e os sentimentos autênticos são sem dúvida o melhor que temos. Esta é a mensagem que está na base de **clothes for humans**, a nova filosofia de marketing e de produto concebida pela United Colors of Benetton. A partir deste verão, **clothes for humans** será o elemento em torno do qual passam a girar três linhas de produto, uma campanha publicitária global, um novo site e uma série de iniciativas e materiais in-store, de entre as quais se conta um magalog – híbrido de revista e ****catálogo –distribuído nas lojas Benetton em todo o mundo.

O vestuário tem um papel importante na definição das nossas emoções. Todas as manhãs, quando decidimos o que vestir, estamos a definir também a nossa personalidade para o resto do dia e a forma como iremos reagir às situações que nos esperam. A filosofia **clothes for humans** começa aqui: as peças de vestuário da Benetton são concebidas para que possamos exprimir as nossas próprias emoções, retirando assim o máximo das nossas próprias experiências de vida.

Dress Up: elegância smart no trabalho e em ocasiões especiais. Dress Down: estilo descontraído para todas as alturas do dia. Dress to Move: peças funcionais para um estilo de vida ativo e desportivo. As três linhas de produto e as coleções futuras giram em torno das malhas, um dos três pilares da marca, e que a Benetton pretende cristalizar também de modo a acrescentar valor a todas as suas atividades. Os outros dois pilares são as cores e o compromisso social, também eles parte do ADN da marca.

Refletida nestas três novas linhas de produtos, a filosofia **clothes for humans** ganha vida durante este verão sob a forma de uma plataforma criativa que se caracteriza por um conceito central – a Benetton explora os momentos mais genuínos e "humanos" que associam as nossas emoções ao nosso modo de vestir – transmitidas aqui através de tons frescos e originais. A ideia é que este tom seja uma constante em todos os canais de comunicação da marca.

A filosofia de produto e de marketing **clothes for humans** será difundida a nível global em:

* Revistas
* Media digitais
* Properties Benetton e redes sociais
* Pontos de venda
* Eventos out of the room

**A campanha publicitária** faz-se representar por seres humanos autênticos, genuínos e diferentes uns dos outros, em situações íntimas que todos conhecemos: uma mulher que consome comida take away frente a um frigorífico vazio, um grupo de rapazes que tenta beber vinho numa festa informal, dois irmãos pequenos que cortam o cabelo um ao outro. A luz é autêntica, assim como autênticos são os lugares: casas de pessoas reais, com ar acolhedor, contemporâneo e ao mesmo internacional, tal como os clientes Benetton. Esta campanha será difundida online e offline em todo o mundo e o conceito criativo assumirá ainda a forma de um vídeo de curta duração com vários episódios, distribuído nos canais digitais.

Hoje é lançado **o novo** **site** desta marca de vestuário italiana, benetton.com, um site com um design simples mas contemporâneo e que tem como objetivo atrair novos e antigos clientes para o mundo Benetton. Uma secção de nome *Identity* apresentará aos utentes os seus três elementos identitários, verdadeiros pilares da marca – malhas, cores e compromisso social – enquanto outra secção de nome Clothes for Humansapresentará a nova filosofia de design e ajudará os clientes a vestirem-se de acordo com o estado de espírito preconizado pelas três linhas de vestuário: Dress Up, Dress Down e Dress to Move. Uma loja online renovada permitirá ainda aos consumidores folhearem o catálogo e fazerem compras de modo rápido e eficiente.

As **lojas** Benetton serão também renovadas de acordo com as novas linhas mestras do novo design~~.~~ Sinalética, mobiliário e materiais de comunicação mudarão, transformando a shopping experience num momento verdadeiramente humano, durante a qual – sobretudo os mais jovens – podemos fazer uma pausa e deixar de consultar por uns momentos as nossas notificações nas redes sociais e as nossas fotos com filtros e entrar assim em contato com as emoções, graças também às peças Benetton.

Nas lojas Benetton os clientes encontrarão por seu lado o **magalog** clothes for humans, um híbrido de revista e de catálogo que segue a longa tradição Benetton, na verdade um produto editorial de vanguarda. No interior desta publicação as imagens da coleção serão intervaladas com histórias ilustradas com fotografias e que representam pessoas em diferentes partes do mundo: desde o local onde nasceu o primeiro uniforme socialista, passando pela forma como as mulheres iranianas usam o seu hijab, até aos motivos pelos quais vestimos meninos de azul e as meninas de rosa.

"Humanos. Uns mais felizes. Outros mais tristes. Outros que são as duas coisas ao mesmo tempo” reza o manifesto que resume a filosofia clothes for humans, “Fazemos roupas para todos ". A Benetton abraça assim as emoções e dá mais um passo em frente, reforçando o seu papel de marca que, mais do que qualquer outra, sempre esteve próxima das pessoas, no seu dia-a-dia, com todas as suas diferenças.

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) |