**CLOTHES FOR HUMANS.**

**UNITED COLORS OF BENETTON LANZA UNA PLATAFORMA CREATIVA TOTALMENTE RENOVADA**

****Ponzano, 27 de Julio de 2016. Lejos de los estereotipos de la moda, los momentos y los sentimientos auténticos son maravillosos. Este es el mensaje de base de **clothes for humans**, la nueva filosofía de marketing y producto concebida por United Colors Benetton. A partir de este verano, **clothes for humans** constituirá el eje alrededor del cual girarán las tres líneas de producto, una campaña de publicidad global, un nuevo sitio web y una serie de iniciativas y materiales en las tiendas, incluyendo una magalog - un híbrido entre revista y catálogo - que se distribuirá en las tiendas Benetton de todo el mundo.

La ropa juega un papel importante en la definición de nuestras emociones. Todas las mañanas, cuando elegimos qué nos ponemos, estamos decidiendo qué personalidad queremos mostrar durante todo el día y cómo responderemos emocionalmente a situaciones que nos esperan. La filosofía **clothes for humans** comienza aquí: las prendas de ropa de Benetton están diseñadas para permitir que las personas expresen sus emociones y obtengan el máximo provecho de sus experiencias. Dress Up: elegancia smart para el trabajo y ocasiones especiales. Dress Down: estilo relajado para cada momento del día. Dress to Move: ropa funcional para nuestro estilo de vida deportivo.

Las tres líneas de producto, así como todas las futuras colecciones, giran en torno al punto, uno de los tres pilares de la marca Benetton que tiene la intención de materializar y añadir valor a través de todas sus actividades. Los otros dos son el color y el compromiso social, que son también parte de la herencia de la marca.

Reflejada en estas tres nuevas líneas de productos, la filosofía **clothes for humans** nace este verano en forma de una plataforma creativa que se caracteriza por su concepto central - Benetton explora los momentos más auténticos y "humanos" que unen nuestras emociones a nuestra forma de vestir - transmitido con una voz fresca y original. Tanto la idea central como el tono se aplicarán en todos los canales de comunicación de la marca.

Clothes For Humans y su filosofía de marketing del producto se aplicarán a nivel mundial en:

- Revistas

- Medios digitales

- Properties de Benetton y sus canales sociales

- Tiendas

- Eventos out of home

La **campaña publicitaria** presenta a seres humanos auténticos, genuinos y diferentes entre ellos: una chica que se come un plato de comida para llevar frente a una nevera vacía, un grupo de chicas dispuestas a beber vino en una fiesta informal, dos hermanos que se cortan el pelo entre ellos. La luz es tan auténtica como los lugares: casas de personas de verdad, con un estilo acogedor, contemporáneo y, simultáneamente, internacional: igual que los clientes de Benetton. De hecho, la campaña se difundirá online y offline en todo el mundo, y el concepto creativo también tomará la forma de una serie de breves anuncios distribuidos en los canales digitales.

Hoy la marca de ropa italiana también pone en marcha su nueva página web benetton.com, donde, con un diseño sencillo y contemporáneo, se dará la bienvenida a nuevos y antiguos clientes del mundo Benetton. Una sección llamada *Identity* introducirá a los usuarios a los tres elementos identificados como pilares de la marca - knitwear, color y compromiso social - mientras que otra sección llamada **clothes for humans**presentará la nueva filosofía de diseño y ayudará a los clientes a vestir su propio estado de ánimo en función de las tres líneas de ropa: Dress Up, Dress Down y Dress to Move. Además, una reacondicionada tienda online permitirá a los usuarios navegar por el catálogo y comprar de forma rápida y eficiente.

Las **tiendas** Benetton cambiarán de acuerdo a la nueva configuración de diseño. La señalización, el mobiliario y los materiales de comunicación han evolucionado para convertir la experiencia de compra en un momento auténticamente humano, en el que todos - especialmente las chicas más jóvenes- deberán dejar de lado un momento las notificaciones de las redes sociales y los filtros de las fotos, y tomar conciencia de las propias emociones, gracias a la ropa de Benetton.

En las tiendas Benetton el cliente también encontrará el **magalog** clothes for humans, un híbrido entre revista y catálogo que continúa la larga tradición Benetton en términos de productos editoriales de vanguardia. En esta publicación, las imágenes de la colección de Benetton se intercalan con exhaustivos reportajes fotográficos sobre las formas de vestir en diferentes partes del mundo: desde el lugar donde nació el primer uniforme de la escuela pasando por la forma en que las mujeres iraníes llevan el hiyab, hasta las razones por las cuales los niños suelen asociarse al azul y las niñas al color rosa.

"Los humanos. Algunos son felices. Algunos son infelices. Algunos son ambas cosas", reza el cartel que resume la filosofía **clothes for humans** "Hacemos ropa para todos ellos." Abrazar nuestras emociones: un paso hacia adelante natural y, sin embargo, substancial para Benetton, la marca que quizá ha estado siempre al lado de todas las personas, más allá de las diferencias entre ellas.

**Para más información:**

+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) |