

PRIMO PREMIO A BENETTON LIVE WINDOWS AL DIGITAL SIGNAGE EXPO DI LAS VEGAS

Oro nella sezione Retail degli Apex Awards consegnati nella principale manifestazione al mondo sulla creatività digitale

Treviso, 8 marzo 2012. **Benetton Live Windows**, il progetto di digital signage sviluppato da Fabrica per selezionati flagship store Benetton, è stato insignito ieri sera del Gold Apex Award nella categoria Retail da una giuria composta da giornalisti del settore. Il premio è stato consegnato nel corso di una cena di gala tenutasi al Caesars Palace di Las Vegas nell'ambito di Digital Signage Expo (DSE), la più importante manifestazione a livello mondiale per il settore dell'interaction e del digital signage, ed è stato ritirato da **Alfio Pozzoni**, ideatore del progetto per Fabrica, e **Giovanni Flore**, Project Manager di Benetton Live Windows.

Benetton Live Windows è una **rete gestita centralmente da Fabrica** che, grazie ad un'architettura software d'avanguardia, connette **in tempo reale** 10 flagshipstore Benetton distribuiti in tutto il mondo, da New Delhi a Mosca, da Londra a Shanghai. Tutto ruota attorno alla vetrina, primo punto di contatto tra il marchio e l'utente: lo spazio non è più occupato da manichini, ma da enormi **videowall** ad alta definizione. Il negozio si trasforma in un **digital place-based media**, interconnesso con gli altri flagship store.

Punto focale del progetto Live Windows è la **collaborazione di Fabrica con accademie internazionali di design multimediale**, che unisce in una rete virtuale giovani talenti da tutto il mondo, dando vita ad uno scambio virtuoso di creatività. Questi creativi sono invitati, anche attraverso **workshop di Fabrica** presso le loro università, a confrontarsi e scambiare la propria visione del mondo sulla rete internazionale delle Live Windows, ed ottengono così per i propri lavori una visibilità altrimenti irraggiungibile. Questa varietà di temi conferma la filosofia di Benetton nel concepire il valore sociale della comunicazione del brand e l'impegno di Fabrica nel sostenere e promuovere la creatività giovanile.

Fabrica realizza un palinsesto dinamico di contenuti ed applicazioni, concepiti ad hoc per aderire ai formati diversi delle varie vetrine nonché al tipo di pubblico che gravita attorno al punto vendita. L'obiettivo è **attirare l'attenzione** del passante, tramite l'iperscala, l'effetto sorpresa e la provocazione. Oltre alla comunicazione legata al **prodotto**, i contenuti includono anche tematiche di attualità e a **sfondo sociale**. Le **applicazioni interattive** costituiscono il motore principale per la partecipazione e l'esperienza degli utenti.

Benetton Live Windows nasce dalla considerazione che lo store si è trasformato molto velocemente da ambiente in cui semplicemente avviene un acquisto a luogo in cui avviene l'esperienza più complessa di **percezione emozionale dei valori**

F A B R I C A

del brand. Benetton Live Windows inverte quindi la consuetudine secondo cui il marchio è l'unico attore nella comunicazione verso l'utente e sviluppa un nuovo linguaggio che lo porta a dialogare intuitivamente con il brand.

Oltre a Londra, Mosca, Shanghai e New Delhi, il **network** comprende ad oggi, tra gli altri, i flagship store Benetton di Milano, Barcellona e Monaco di Baviera. Nelle prossime settimane la rete si arricchirà anche di Parigi e New York, per unire così in un'esperienza partecipativa, globale e locale, persone di tutte le latitudini.

Per maggiori informazioni:

Ufficio Stampa Fabrica
Barbara Liverotti
Tel. +39 0422 51 6349
bliverot@benetton.it
www.fabrica.it