

Benetton sempre più social e digital ***Su Facebook superati i 500.000 fan, raddoppiati da inizio anno***

Ponzano, 4 luglio 2011. Facebook, Twitter, Foursquare, You Tube e **United Blogs of Benetton**, il superblog internazionale,: Benetton è sempre più rivolta al mondo dei social media e del web 2.0, grazie ad una precisa strategia digitale di comunicazione, capace in breve tempo di ottenere risultati importanti.

Le persone - fan e follower - al centro di tutto: ogni iniziativa è partita dalla condivisione e dialogo con gli utenti, portando a 500.000 il numero di fans su Facebook, con una crescita del 50%, oltre 55 milioni di post visualizzati da gennaio 2011 e un indice di gradimento aumentato del 115%. Una partecipazione attiva e virale in Rete che si è concretizzata in numerose proposte di successo.

United songs of Benetton, applicazione Facebook che permette agli utenti di ascoltare, scaricare e condividere le nuove canzoni electro-dance scritte per l'occasione da Francesco Novara. La compilation *Benetton Spring Summer 2011*, lanciata il 21 giugno in occasione della Festa Europea della Musica, ha già superato i 2.000 download e i 4.000 ascolti. Un legame - quello Benetton e musica - destinato a diventare una delle colonne portanti dell'immagine del brand.

I'm Unique, il casting dedicato ai tutti i bambini d'Italia, che ha trovato spazio in un blog dedicato e in una pagina Facebook di riferimento, con oltre 60.000 visualizzazioni a partire dal 9 maggio 2011.

Grande risalto sulla pagina Facebook hanno avuto anche le schede dedicate ai prodotti e i giochi a tema, che hanno permesso ai fan di condividere sulla propria bacheca i capi preferiti - come nel caso di *Blue Denim*, *Valentine's day* o del recentissimo *Personal Styles* - o di colorare il mondo del Web grazie ad applicazioni come *Colors of you*. Un successo testimoniato dalle oltre 50.000 visualizzazioni totali delle iniziative.

Non poteva mancare poi un occhio di riguardo per il marchio **Sisley**, la cui pagina su Facebook è cresciuta di decine di migliaia di fans grazie ad attività virali come *Don't call me doll*, flash-mob organizzato nelle principali città italiane ed estere, che ha suscitato grande entusiasmo nei fan, così come la nuova collezione realizzata da Milo Manara, i cui disegni sono scaricabili come *screensaver* e *wallpaper* proprio dalla pagina Facebook di Sisley: quasi 5 milioni di post visualizzati e un indice di gradimento aumentato del 1.375% sono i numeri che meglio testimoniano la crescita del brand.

Senza dimenticare il look totalmente rinnovato del sito **sisley.com** e la nascita di un blog/magazine nuovo di zecca, che fa dell'indipendenza il proprio nome e il proprio credo: **independentpeople.com**.

Benetton, quindi, diventa sempre più social, sfruttando tutti gli strumenti e le piattaforme del 2.0: **Facebook, Twitter, Foursquare, You Tube**, e ora, in più, United Blogs of Benetton e Independent People.

Il futuro è in Rete, Benetton anche.

Per ulteriori informazioni:

+39 0422 519036

press.benettongroup.com
benetton.com
benettonpress.mobi

facebook.com/benetton
twitter.com/benetton_ucb
youtube.com/benetton

UNITED COLORS
OF BENETTON.