**IN STORE NEWS**

**Crafted bijoux: dettagli di stile**



La collezione primavera-estate 2014 United Colors of Benetton è fatta di abiti e di colori. Ma non solo. La donna che veste United Colors ha a disposizione molti più strumenti per completare il suo look e portare un tocco di stile al suo guardaroba. Bracciali, collane e orecchini: accessori indispensabili, per tutti gli stili e le occasioni. Gioielli smaltati nei rosa, turchese e oro, pietre dure che danno corpo a importanti collier, catene dorate dal gusto semplice ed elegante: sono componenti essenziali delle nuove proposte United Colors of Benetton, nati nello stesso mood creativo della collezione

**Gift ideas: sempre più design**



United Colors of Benetton è un marchio da vivere, oltre che da indossare. Nell’universo del marchio l’esperienza d’acquisto comprende oggetti di uso quotidiano, che esprimono il mix di ricerca estetica e accessibilità di United Colors: orologi, telefoni vintage, cuffie - un vero e proprio bestseller, con più di un milione di pezzi venduti -. Continua anche la capsule nata dalla collaborazione con Fabrica, il laboratorio creativo di Benetton Group, una collezione che partendo dalle mugs - in vendita anche da Colette a Parigi - propone tazzine da caffè in coppia, candele, vassoi, cover per smartphone e notebook, dal design e packaging raffinatissimi.

**Lo scaffale infinito: tra reale e virtuale**

****

Lo “scaffale infinito” è una delle innovazioni al centro del nuovo concept store On Canvas. United Colors of Benetton per primo in Italia porta l’e-commerce all’interno del punto vendita, grazie ad una combinazione di tablet e monitor verticali pensata per rendere l’esperienza del cliente fluida e accessibile. I mini iPad presenti nel punto vendita contengono un’app dedicata, collegata allo store online United Colors of Benetton, che interagisce con i monitor permettendo ai commessi di assistere il cliente nella scelta dei capi. Gli schermi non sono più semplici manifesti digitali ma rispondono alle esigenze del pubblico. Se non c’è il prodotto in negozio, l’acquisto è a portata di touch!

**Color Room: tentazioni di mix&match**



L’esperienza del cliente nel nuovo store On Canvas coinvolge i sensi e l’attenzione. Ci sono le sensazioni tradizionali, quando si guarda e si tocca il prodotto sugli scaffali. E ci sono le sensazioni extra-sensoriali, che oggi United Colors of Benetton trasmette dai sedici schermi del negozio di Piazza Duomo a Milano. Le novità dei prodotti del marchio vengono presentate in brevi video che mostrano gli abbinamenti e gli stili delle nuove collezioni. La scelta dei video si adatta al corner dove si trova il monitor, con palinsesti personalizzati e flessibili. I clienti, con l’assistenza del personale dello store, possono interagire con i monitor attraverso i mini iPad presenti in negozio, e al termine dell’operazione gli schermi riprendono la programmazione.

**On Canvas: apre le porte virtuali del nuovo concept store**



L’innovativo concept store On Canvas nasce nel segno della tecnologia al servizio del pubblico, grazie benetton.com. Il nuovo store potrà essere visitato da computer, tablet e smartphone, con un percorso che con una sequenza di immagini panoramiche ricrea l’esperienza di “passeggiare” online. Guardare e non toccare, quindi? Al contrario: la tecnologia Tour Dash integra quest’esperienza fornendo nuovi strumenti al visitatore virtuale. Chi si affaccia nell’ On Canvas virtuale da benetton.com può lasciarsi incuriosire dai numerosi hotspot, ricchi non solo di informazioni, ma di immagini dei capi esposti. Dal Virtual Tour all’acquisto il passo è altrettanto intuitivo: con un clic le preview portano alle immagini di collezione e al servizio e-commerce di United Colors of Benetton.