“E’ il tuo tempo”: quanto vale il tuo stile?!

Oggi si conclude la prima fase del primo **global casting** lanciato da **Benetton** per cercare i futuri protagonisti della **campagna pubblicitaria AI 2010/211**: i 200 partecipanti più votati dagli utenti web non solo accedono alla fase successiva, ma vincono anche 200 euro in buoni acquisto e appariranno in un book sulle nuove tendenze metropolitane.

La selezione è ora affidata a una giuria autorevole, che sceglierà i 20 futuri modelli ai quali verrà offerto un contratto per un anno a New York.

Il concorso “It’s my time” è perfettamente in linea con lo stile innovativo e anticonvenzionale della marca, abituata a stupire per le campagne shock, multietniche e provocatorie: ognuno ha avuto la possibilità di mostrare al mondo il suo stile, il suo modo di essere, i suoi valori attraverso fotografie del proprio look e filmati per raccontare la sua storia e personalità.

Una visione assolutamente democratica che ha permesso a chiunque di accedere al mondo della moda come portatore di nuove tendenze: gratuito e aperto a tutti, indipendentemente dal sesso e dalla provenienza, con i soli limiti dell’età (minimo 14 anni) e della non dipendenza da agenzia di moda.

Molto “popolare” anche il metodo scelto per iscriversi, in quanto era sufficiente registrarsi e uploadare le proprie foto e filmati sul sito: www.benetton.com/casting.

È proprio la rete a giocare un ruolo fondamentale nel successo ottenuto dalla campagna: il web è un luogo di partecipazione attiva e globale, dove i giovani possono comunicare la loro

visione della realtà e cambiare il mondo. Le nuove tecnologie sono, infatti, sinonimo di libertà e di fantasia: Fabrica ha ideato quest’iniziativa scegliendo di integrare stampa, hi-tech e social network per sposarsi al meglio con l’immagine stessa di Benetton.

Per la prima volta, inoltre, sono stati i clienti stessi a scegliere tra i 65.055 concorrenti chi comparirà nei loro cataloghi, non fermandosi soltanto all’aspetto esteriore, ma giudicandoli in base alla loro creatività e linguaggio.

Il blog “it’s my time” è, quindi, diventato uno spazio aperto al confronto e alle nuove idee, che rimarrà aperto nonostante la chiusura del concorso e che continuerà a far parlare di sé ospitando interventi e articoli scritti dalla comunità degli utenti.

Anche questa volta l’impresa trevigiana è protagonista di una vera rivoluzione, che ha aperto una sconfinata piazza virtuale di grandissimo successo.