

Benetton chose Seac02's Augmented Reality for its worldwide communication campaign 2010/2011.

United Colors of Benetton **catalogue** and **worldwide campaign** fall-winter 2010-2011 became interactive using Seac02 Augmented Reality.

The collaboration between Benetton Group and Seac02 began in February 2010 with the launch of the campaign **IT'S MY TIME**: young people was invited to take part of worldwide casting showing their personality and style -what makes them unique- through videos and pictures wich could be uploaded for free on benetton.com or on a Youtube specific section.

To stimulate people imagination also by innovation and hi-tech languages, the campaign was enriched with **Augmented Reality**: this innovation, also experienced in **Colors 77/The Sea** and **Colors 78/Dance**, dips the reader in a mixed real and virtual reality world.

Benetton Group chose Seac02's Augmented Reality to take advantage of generic Image Tracking Technology instead of TAG (or Marker).

A project open to the world and its young people, in perfect Benetton tradition. At the same time, it's innovative because for the first time this campaign highlights personal styles, which are not necessarily the latest trend, and the desire to be unique, using the new media and high-tech tools which are rapidly changing our world and our perception of reality.

Try applications now!

IT'S MY TIME <http://www.benetton.com/portal/web/guest/ar>

COLORS <http://www.colorsmagazine.com>

Benetton sceglie la Realtà Aumentata di Seac02 per la campagna mondiale 2010/2011.

Il catalogo e la campagna pubblicitaria United Colors of Benetton autunno-inverno 2010-2011 diventano interattivi utilizzando la Realtà Aumentata di Seac02.

*La collaborazione tra il Gruppo Benetton e Seac02 è cominciata a febbraio 2010 con il lancio della campagna **IT'S MY TIME**: i ragazzi sono stati invitati a partecipare al casting globale esprimendo la loro personalità e il loro stile - ciò che li rende unici - con video e fotografie che potevano essere caricati in modo libero e gratuito sul sito benetton.com e in una specifica sezione di Youtube.*

*Per stimolare la fantasia dei ragazzi anche attraverso il linguaggio dell'innovazione e dell'hi-tech, le pagine della campagna erano arricchite dalla Realtà Aumentata e interattiva: un'innovazione, già sperimentata in **Colors 77/Il mare** e che continua con **Colors 78/Ballo**, che amplifica l'esperienza della lettura con un'immersione in un mondo misto tra reale e virtuale.*

Il Gruppo Benetton sceglie la Realtà Aumentata di Seac02 per avvalersi del Image Tracking invece di usare un TAG (o Marker).

Un progetto di comunicazione democratico perché aperto al mondo e ai giovani, quindi perfettamente in linea con la tradizione Benetton e al tempo stesso innovativo perché per la prima volta vede protagonisti lo stile personale, non strettamente di tendenza, e il desiderio di unicità, attraverso i new media e gli strumenti hi-tech che stanno cambiando rapidamente il mondo e la percezione della realtà.

Prova le applicazioni adesso!

IT'S MY TIME <http://www.benetton.com/portal/web/guest/ar>

COLORS <http://www.colorsmagazine.com>