

**I COLORI DI BENETTON DIVENTANO TECH:
ARRIVA A PADOVA IL NUOVO FLAGSHIP STORE
UNITED COLORS OF BENETTON**

Il 26 ottobre ha aperto, con un format completamente rinnovato, lo store padovano: spazi informali, contenuti digitali, capi personalizzati e il knitwear bar. Così va in scena il racconto a 360° del brand

Ponzano, 29 ottobre 2018 - Il nuovo format dei negozi United Colors of Benetton entra in scena a **Padova**: ha aperto il **26 ottobre**, completamente rinnovato, lo **store di Via Emanuele Filiberto** all'angolo di Via Risorgimento con un concept hi-tech e informale che porta anche in Veneto le caratteristiche dell'innovativo punto vendita di Londra, inaugurato nel marzo scorso a Oxford Street.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Il nuovo **flagship store** è uno spazio informale e tecnologico che va oltre l'idea tradizionale di negozio. Uno store che, da semplice spazio dedicato alla vendita, diventa uno **showroom urbano e contemporaneo** in cui va in scena un racconto a 360° del brand United Colors of Benetton.

Ad ospitare il punto vendita è lo **storico edificio del "Supercinema Principe"** aperto al pubblico nel febbraio 1931 e progettato dall'architetto veneziano Duilio Torres. All'esterno l'edificio si caratterizza per uno stile eclettico con decorazioni, timpani e balconate che rendono la facciata monumentale ma elegante; l'interno è di chiara impronta novecentesca con elementi in stile Art Déco ancora visibili al primo piano.

Il progetto di restyling ha voluto rendere **omaggio alle caratteristiche e alla funzione originaria dell'edificio**: il **cinema**. Un omaggio che inizia già dall'esterno: due grandi vetrate, che si affacciano sul portico, accolgono due salette cinematografiche con schermo e poltrone da cinema per l'**anteprima** del mondo Benetton. L'ingresso torna ad essere un **foyer** che accoglie i clienti per condurli, dopo aver attraversato il **sipario**, rappresentato da tre **archi a led multicolor**, al vero **spettacolo** costituito dal negozio.

Lo store si sviluppa su una superficie di circa 1600 mq suddivisa in tre piani: il **piano terra** accoglie le **collezioni dedicate alla donna** e si caratterizza per la presenza del **knitwear bar**, uno spazio di esposizione della maglieria interattivo e di condivisione con punti di informazione multimediale che raccontano il brand e i suoi prodotti, oltre a una **ricamatrice** per la personalizzazione dei capi.

Ed è proprio il **knitwear bar il cuore pulsante dello store** che richiama l'innovazione introdotta negli anni sessanta nei negozi Benetton con l'eliminazione del bancone che ha scardinato l'idea del negozio tradizionale, favorendo una relazione diretta tra cliente e prodotto.

Il **primo piano** continua con l'offerta dedicata alla donna per proseguire con la collezioni Undercolors e quelle dedicate all'uomo. Anche qui è presente un banco dedicato alla maglieria e posizionato nell'area con finestroni dove sono ancora presenti le decorazioni originali dell'edificio che si affacciano sul corso principale della città. Il **secondo piano** infine ospita la collezione bambino dove, la scelta dei colori crea un'atmosfera vivace e briosa.

I visitatori hanno poi la possibilità di muoversi fluidamente in tutta la superficie del negozio grazie a **innovativi banchi per il check-out**: una serie di postazioni diffuse circolari, che sostituiscono le casse tradizionali, dove i clienti possono pagare con smartphone e carte, consentendo un servizio rapido e senza code. Il nuovo punto vendita è stato concepito per offrire ai clienti una nuova esperienza di acquisto sempre più coinvolgente: una naturale prosecuzione della modalità di acquisto online, indirizzata sempre più verso l'**omnicanalità**.

Il rinnovato store di Padova rappresenta il nuovo flagship UCB in Italia e si caratterizza per un concept fatto di tecnologia, essenzialità e gusto italiano, con l'obiettivo di valorizzare i punti di forza del brand: maglieria, colore e innovazione. Il nuovo corso del gruppo passa anche attraverso il rinnovo della rete retail perché i negozi tornino ad essere la casa dei colori, della maglieria e della luce. Dopo Londra, Torino e Padova il nuovo format arriverà nel 2019 anche in altre città europee per offrire ai clienti una nuova esperienza di acquisto e una vera e propria immersione nel dna del brand.

benettongroup.com/media-press
benetton.com

facebook.com/benetton
twitter.com/benetton
youtube.com/benetton
instagram.com/benetton