

BENETTON GROUP ACELERA EN LAS TIENDAS: COMIENZA UN PROGRAMA DE NUEVAS APERTURAS

Color, luz, prendas de punto e innovación son los elementos distintivos de las tiendas que expresan el nuevo rumbo de la marca United Colors of Benetton.

Nuevas aperturas en Italia y en las principales ciudades del mundo y un nuevo formato con la intervención exclusiva del arquitecto Tobia Scarpa.

Ponzano Veneto, 17 de abril de 2019. Benetton Group ha lanzado un importante plan para fortalecer su red de ventas que dará lugar a la **apertura de numerosas tiendas** en Italia y en las principales ciudades del mundo a finales de 2019.

El ambicioso plan de potenciación de la red comercial supone un paso más en el **nuevo rumbo de la marca**, y tiene como objetivo convertir las **tiendas** de United Colors of Benetton en el **hogar de los colores, las prendas de punto, la luz y la innovación**.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

La nueva estrategia de desarrollo de la red se concreta a través de **dos conceptos de tienda** para ofrecer a los clientes una innovadora experiencia de compra y una auténtica inmersión en el ADN de la marca. El primero es el **nuevo «Light Colors»**, ideado por el departamento de Retail Design de Benetton con la intervención exclusiva del arquitecto **Tobia Scarpa**. Un **concepto ágil y optimizado para un despliegue comercial rápido, eficiente y flexible**. «*Co coren fen fin fum*» (cuando corremos hasta echamos humo): así es como Tobia Scarpa ha querido sintetizar, a través de una típica expresión véneta, la nueva fase estratégica de Benetton, que apunta a una decidida aceleración del desarrollo de la red de ventas.

Un rasgo distintivo de las tiendas «Light Colors» es su sistema de iluminación especial, diseñado por el arquitecto Scarpa, que se convierte en hilo conductor de la narración de los nuevos puntos de venta. «*La iluminación articulada en tres elementos, Disco, Nón-Lá y Barra Luminosa, posee una calidad de luz que permite que los colores de los objetos expuestos expresen su felicidad. La originalidad de este proyecto radica en el uso de una fuente de luz difusa, directa e indirecta, y en la difusión de la luz lineal usada de manera innovadora en la tienda*», explica el arquitecto.

Inspirada por el uso de tramas naturales, típicas del estilo italiano, dentro de las tiendas se recrea una atmósfera acogedora en la que el mobiliario, vibrante y luminoso, permite que el producto sea el protagonista mediante un sistema de muebles extremadamente flexible, de sencilla instalación y fácil utilización.

En un mercado internacional como el del retail, en constante evolución a un ritmo sorprendente, el departamento de Retail Design de Benetton, siempre a la búsqueda de nuevas soluciones que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes, ha desarrollado *Light Colors* con el objetivo de adaptarse a la amplia red de tiendas wholesale y franchising de United Colors of Benetton.

Las primeras tiendas «*Light Colors*» se inaugurarán entre la primavera/verano de 2019 en **Novara**, en **Corso Italia 6**, en **Roma**, en **Via del Corso**, y en **Palermo**, en **Via Sciuti**. Por otra parte, en el extranjero el nuevo concepto de tienda ya ha desembarcado en **Estambul**, donde en los últimos días ha reabierto con su nuevo aspecto la mayor tienda de Turquía. Les seguirán **Faenza**, **Nápoles** y **Trapani**, así como **Bangalore** y **Deauville**, entre otros.

El concepto de tienda del **emblemático** flagshipstore de Londres, inaugurado en marzo de 2018, será el modelo de referencia para los puntos de venta **de las principales encrucijadas comerciales**: después de Londres, Düsseldorf, Padua y Turín, inaugurados en 2018, el nuevo concepto llegará en breve a **las tiendas flagship Benetton del paseo de Gracia en Barcelona** y **Connaught Place en Nueva Delhi**.

El «**London concept**», desarrollado íntegramente por el departamento de Retail Design de Benetton, se caracteriza por ser un espacio informal y tecnológico que va más allá de la idea tradicional de tienda. Una tienda que, de simple espacio dedicado a la venta, pasa a ser una sala de exposición urbana y contemporánea en la que se presenta una historia integral de la marca United Colors of Benetton, y en la que la experiencia de compra adquiere cada vez más un carácter de **omnicanal**.

Las nuevas aperturas marcan un paso decisivo en el desarrollo de la red de ventas: a día de hoy Benetton Group tiene una red de distribución amplia y generalizada de alrededor de **5000 tiendas** en todo el mundo.

benettongroup.com/media-press
benetton.com

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