

DIE FARBEN VON BENETTON KOMMEN ZU PRINTEMPS HAUSMANN, EIN IKONISCHES ZIEL DES EINKAUFES IN PARIS

United Colors of Benetton erweitert seine Vertriebsstrategie um die Einführung seiner Premium-Kollektionen in den renommiertesten Kaufhäusern.

Ponzano Veneto, 30. August 2019 – Im Anschluss an eine Zusammenarbeit mit dem Londoner Partner Selfridges, einer historischen Adresse für internationales Shopping, entscheidet sich **auch , Printemps Hausmann, der Pariser Symbol für Einkaufen, für die Einführung der Kollektionen von United Colors of Benetton.**

Im dritten Stock des **Kaufhauses im** Herzen von **Paris**, am Boulevard Haussmann, **hat die Benetton Group den neuen Raum United Colors of Benetton eröffnet**, der ausschließlich der Frauenmode gewidmet ist. In einem Bereich des prestigeträchtigen Kaufhauses werden nun die Kleidungsstücke der Herbst-Winter-Kollektion angeboten, die seit Oktober 2018 unter der künstlerischen Leitung von **Jean-Charles de Castelbajac** entworfen wird. Eine Feier der DNA einer Marke, in der sich die Energie der Farben, italienische Strickwarenkunst, die Fantasie der Details und der schick-sportliche Geist zur Belebung eines zeitgenössischen Pop-Universums vereinen.

Der Benetton-Bereich innerhalb von Printemps Hausmann, der sich über eine Fläche von 200 Quadratmetern erstreckt, ist in zwei Teile unterteilt: Der eine ist den **Premium-Kollektionen** gewidmet, während sich der andere auf **Strickwaren** mit einer **großen Farbvielfalt** konzentriert.

Die beiden Bereiche sind durch farbenfrohe Bänder verbunden, die an den markanten „Stich“ des Logos von United Colors of Benetton erinnern, das auch am Eingang des Benetton-Bereichs prangt. Die farbigen Bänder erstrecken sich in verschiedenen Formen und in verschiedene Richtungen in den Bereich hinein: Von den Kleiderstangen bis hin zur Ausstellung der Kollektionen werden sie zu einem vielseitigen Pfad hin zu den im „**Color Theatre**“ ausgelegten Kleidungsstücke, wo **die ikonische Strickwarenlinie gefeiert** wird.

Der Bereich wurde so gestaltet, dass er **ein einzigartiges und ansprechendes Erlebnis** bietet: Rund um das „Color Theatre“ finden sich runde Loungebereiche, in denen die Kunden die Strickwarenkollektion bewundern und den innovativen und originellen Raum genießen können.

Der Einstieg von United Colors of Benetton in die Welt der Kaufhäuser ist ein strategischer Schritt zur Neupositionierung der Marke, insbesondere in großen Städten wie Paris und London, globalen Modezentren, die den Trend bestimmen und den Weg zu internationalen Märkten ebnen.

Heute ist Benetton in **den renommiertesten internationalen Einkaufszentren vertreten**, darunter Selfridges in London, Arnotts in Dublin, De Bijenkorf in den Niederlanden und Printemps Hausmann in Paris, wo neben der Damenabteilung am 25. August eines speziell der Herrenmode gewidmetem Pop-up-Bereich in Printemps Homme eröffnet wurde, der ab der Frühlings-/Sommer-Saison 2020 in einen dauerhaften Bereich umgewandelt wird. Dank des unverwechselbaren Benetton-Stils wird das Einkaufen in den Kaufhäusern somit zu einem einzigartigen Erlebnis und einer Inspirationsquelle für Kunden und Trendsetter auf der Suche nach neuen exklusiven Angeboten.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

benettongroup.com/media-press
benetton.com

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