

Progettato da Piero Lissoni nell'ambito di una collaborazione internazionale, partita da Istanbul, che continuerà in altre importanti città europee

**IL RINNOVATO NEGOZIO BENETTON
DI OXFORD CIRCUS A LONDRA
GUARDA AL FUTURO E DIALOGA CON LA STORIA**

Ponzano, 6 agosto 2010. Il megastore Benetton di Londra riapre il prossimo 19 agosto con un nuovo design progettato da Piero Lissoni, in cui l'innovazione viaggia di pari passo con la storia. Ospitato in un palazzetto ottocentesco affacciato su Oxford Circus - crocevia obbligato dello shopping internazionale - il negozio si estende su quattro piani, con un concept capace di far dialogare l'identità innovativa di Benetton che guarda con ottimismo al futuro, con lo spirito storico della capitale britannica.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Il rinnovo del negozio di Londra rappresenta una nuova tappa della collaborazione tra Benetton e Lissoni: un vero itinerario internazionale dello stile e della modernità, avviato a Istanbul nel 2009 con il flagship store interamente progettato da Piero Lissoni, che continuerà con altri negozi in edifici suggestivi di grandi città europee, da Francoforte a Milano, a Parigi, interpretando di volta in volta le loro culture.

A Londra l'intervento sull'edificio è partito da un recupero attento delle condizioni originali, base imprescindibile per la valorizzazione degli spazi, capaci di sottolineare con la massima eleganza le caratteristiche e la complessità dei diversi brand e delle collezioni. Il piano interrato ospita Sisley, il marchio glamour del Gruppo; il piano terra le collezioni Benetton donna; il piano primo presenta Benetton donna e uomo; il piano secondo è dedicato a Benetton bambino.

"Per il negozio di Londra, il linguaggio scelto è nitido e rarefatto, espresso con mezzi essenziali, usati con misura: luce naturale, materiali poveri, linee e geometrie pure, bianco, nero" ha dichiarato Piero Lissoni. "Per me l'importanza della luce, come elemento strutturante dello spazio, è sottolineata anche dalla scelta cromatica che punta sul bianco, su cui inscrivere i volumi puri degli arredi, perfettamente tecnici e funzionali. I materiali impiegati per la realizzazione degli arredi sono volutamente poveri, ma capaci di acquistare una qualità materica e decorativa forte e sobria. Il motivo delle scatole di lamiera è esteso all'illuminazione con un sistema di lampade appese, sospese o incassate, e nelle vetrine, come insegna che ospita il logotipo, tagliato al laser e retroilluminato".

Integralmente disegnati su misura da Lissoni, eccetto il divano Bubble Rock di Living Divani, gli arredi sono grandi scatole metalliche o in legno, armadi su rotelle, tavoli dalle forme organiche, sistemi di barre, scaffali e appenderie interpretati come grandi librerie anni Cinquanta, leggere e colte: una famiglia di elementi pensati per dare ordinato risalto ad abiti e accessori Benetton, che sono i veri protagonisti dello spazio.

Il pavimento è in cemento resina beige eccetto che al piano interrato, dove è in cemento resina grigio scuro: scelta volta a differenziare l'area Sisley, cromaticamente connotata da un'elegante scala di grigi. Il richiamo al colore, elemento fondamentale dell'identità Benetton, accompagna il visitatore durante la salita ai diversi piani: una gradazione di 40 colori che si estende per l'intera altezza del negozio, sia nella colonna accanto alle scale mobili, sia lungo le scale, dove a ogni gradino corrisponde un colore.

Particolare attenzione è riservata agli ambienti delle aree bambino, in cui le tre diverse fasce di età - 0/1, 1/5, 6/12 - sono interpretate con elementi forti della comunicazione, a suggerire differenti atmosfere fantastiche e fiabesche.

Al mondo della comunicazione e del linguaggio estetico, elementi distintivi di Benetton, allude l'installazione disegnata da Piero Lissoni: una frase di Shakespeare tratta da *Romeo e Giulietta*: "*What's in a name? That which we call a rose by any other name would smell as sweet* " (*Che cosa c'è in un nome? Quella che noi chiamiamo rosa, anche chiamata con un'altra parola avrebbe lo stesso odore soave*). Sospesa nel vuoto e realizzata in lamiera e neon, è anche manifestazione visibile, sottile e luminosa, dello spirito e della cultura inglese.

Il rinnovato grande negozio Benetton di Londra e la collaborazione con Lissoni rientrano nel quadro di *Opening Soon...*, un programma di investimenti nella rete distributiva per applicare nuove idee di architettura e design agli spazi di vendita nelle grandi capitali e in alcune città-simbolo della trasformazione del mondo. La "nuova frontiera" dei negozi Benetton ha debuttato nel 2009, proprio con il flagship store di Istanbul.

Per ulteriori informazioni e contatti:

Media

+39 0422 519036

www.benetton.com

www.benettongroup.com/press

www.benettonpress.mobi