

Dress Your Face!

Vesti il tuo viso! Non con il trucco e nemmeno con arditi piercing e tatoo.

E' la riscossa dei cari, indispensabili, "curativi" occhiali da vista, che in una o due mosse diventano un capo cult per fashion victim, da indossare e abbinare esattamente come un pull, una sciarpa, una camicia, un cappotto.

Dress your Face è un'idea nata dalla collaborazione tra Allison e il Gruppo Benetton. A partire da aprile, uomini e donne potranno creare ogni giorno i propri occhiali da vista **United Colors of Benetton**, secondo il look e il mood.

Il progetto è tanto semplice quanto geniale e divertente.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Si sceglie la montatura tra sei modelli in tre varianti metalliche ciascuno - dorato, argentato o canna di fucile - con aste flessibili e terminali trasparenti su cui è inciso il punto di maglia distintivo del marchio.

Alla montatura base si applicano con un semplice scatto tre tipi di leggerissime cover di grilamid: intere a coprire tutto il frontale, mezze per la sola parte alta del frontale e, infine, a mo di cigliare.

Le varianti cromatiche delle cover sono tante quante solo **United Colors of Benetton** poteva inventare: tinte unite sgargianti e tenui, tonalità screziate, sfumate, fiammate, lucide, opache, a due e tre colori usati insieme. E, strettamente riservate alle donne, versioni con applicazioni di minuscoli, luccicanti e ultrafemminili cristalli Swarovski.

Per riassumere e contemporaneamente perdere la testa: 18 montature, 87 cover diverse per ottenere altrettante paia di occhiali.

Il gioco degli abbinamenti sembra non avere fine, perché dagli occhiali si passa alle custodie, di plastica rigida in sei vivaci colori con interni a contrasto, e naturalmente munite di scomparto riservato alle cover.

Non solo. A disposizione dell'ottico, scatole colorate da tenere anche in vista per custodire e organizzare le sue scorte e colorati espositori a vassoio, che ricordano le tavolozze dei make up artist hollywoodiani.

E se le parole non bastano, molto eloquente la campagna pubblicitaria affidata all'obiettivo di David Sims, in perfetto stile Benetton. Close-up di un lui e di una lei determinati a suggerire che vivere gli occhiali da vista con creatività da stilista è un gioco da ragazzi.

Tentazioni irresistibili già dalle vetrine degli ottici per modaioli e appassionati del total look dai dieci decimi in giù.

Per ulteriori informazioni: +39 02 54924500

prmilano@benetton.it

www.benetton.com/press