

Dit doet Benetton met kubussen

30-05-2017 10:10



Benetton Group is met meer dan vijfduizend winkels wereldwijd goed vertegenwoordigd. Toch kan het Italiaanse kledingconcern de verleiding niet weerstaan om zo nu en dan ook een pop-up winkel te openen. Of beter gezegd: een pop-up kubus.





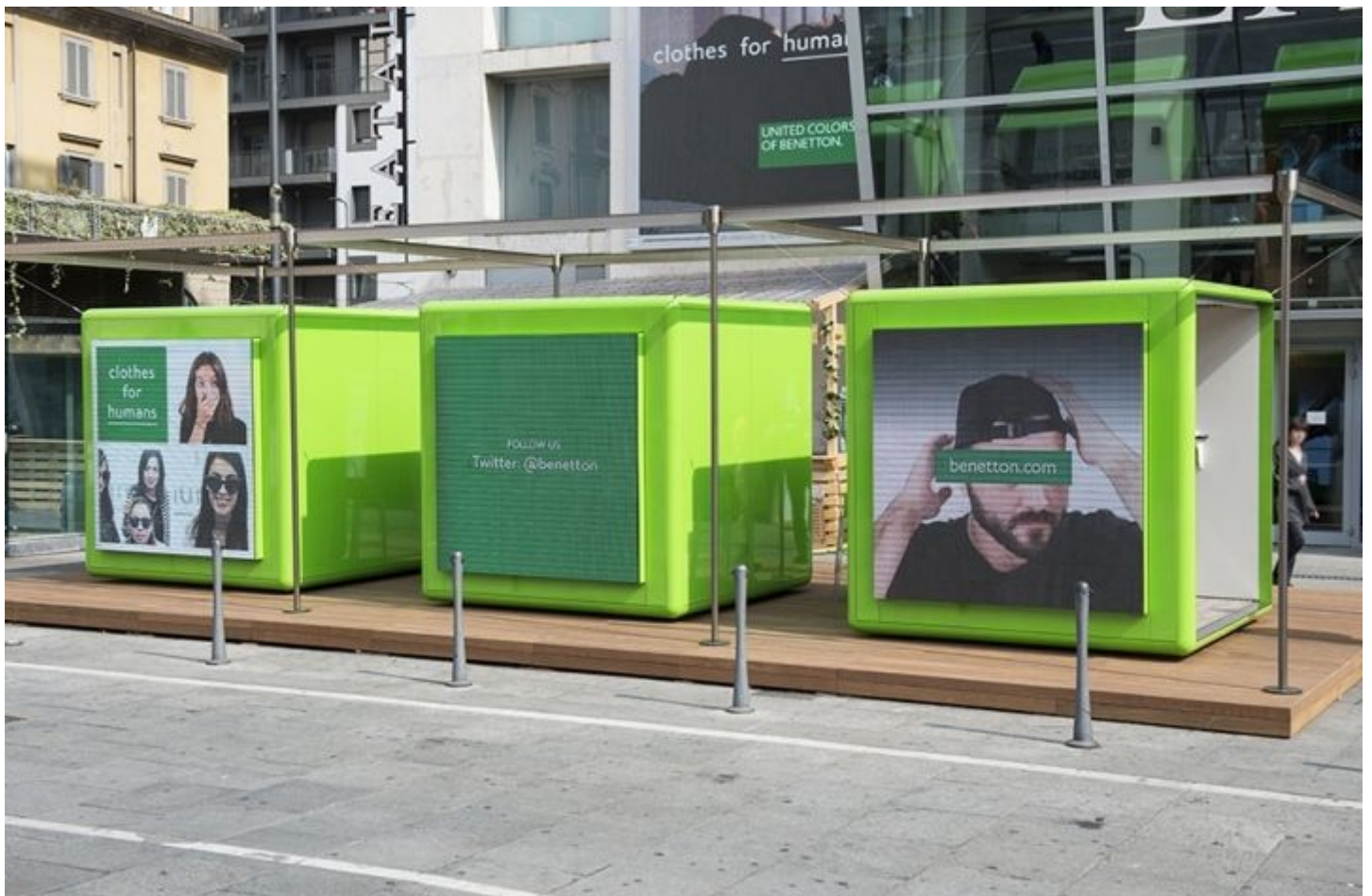
Benneton Group introduceerde vorig jaar drie speciaal ontworpen kubussen, die tijdens speciale events ingezet kunnen worden om het merkbewustzijn te vergroten. De groene blokken werden voor het eerst waargenomen in de modewijk van Milaan tijdens de plaatselijke Fashion Week in september. Niet veel later dook de installatie op tijdens de jaarlijkse retailvastgoedbeurs MapiC in Cannes.





De kubussen hebben elk een omvang van 2,5 kubieke meter. Hoewel voor beide events dezelfde kubussen werden ingezet, konden ze anders worden ingericht. De blokken zijn dynamisch opgebouwd, waardoor ze eenvoudig zijn aan te passen aan specifieke doeleinden.





In Milaan waren de kubussen voorzien van interactieve videocontent, waarbij het publiek de mogelijkheid had om hun gevoelens te uiten in drie verschillende settings. In totaal zijn er zo'n duizend video's gemaakt, waar tweeduizend mensen aan meededen. De gemiddelde leeftijd bedroeg 28 jaar. Tijdens de Mapic waren de blokken gericht op b2b, met acht grote ledschermen die onder meer statistieken en campagnes van het bedrijf toonden.

