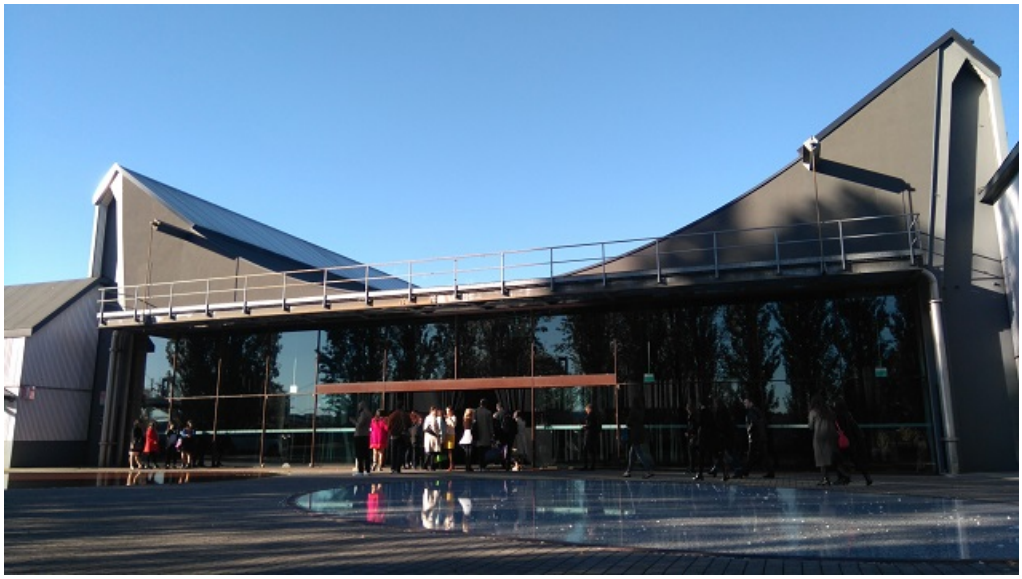
Modaes

Back Stage

Un paseo por el corazón de Benetton en Treviso, cincuenta años después

S. Riera
27 oct 2015 - 04:55



En medio de la llanura de la región del Veneto, entre Venecia y las Dolomitas, se encuentra la sede de Benetton, la compañía de punto que lideró la moda durante parte de los ochenta y los noventa, que a nadie dejó indiferente con sus campañas firmadas por **Oliviero Toscani**, que llegó a tener su propia escudería de Formula 1 (con la que Michael Schumacher ganó sus dos primeros premios) y que sentó las bases del actual negocio de la moda, poniendo la semilla al *fast fashion* actual.

El imperceptible movimiento de una discreta **Shima Seiki** frente a uno de los archivos de **Benetton** recuerda el origen industrial, totalmente ligado al género de punto, de la que fue una de las empresas más importantes de la moda en Europa y en el mundo. Sobre los archivadores de múltiples colores, se amontonan en riguroso orden bobinas de hilo de lana también de color: primero los amarillos, luego los naranjas, después

https://www.modaes.com/back-stage/un-paseo-por-el-corazon-de-benetton-en-treviso-cincuenta-anos-despues

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

los rojos, los rosas, los azul turquesa... Son los **United Colors**.

Esta es una de las salas de la antigua fábrica de **Benetton** en las afueras de Treviso, uno de los edificios que conforman las instalaciones de la sede del grupo. Desde hace cuatro años, nadie teje ya bajo las paredes de este inmueble cuya reconversión firmaron los hermanos Afra y Tobia Scarpa. En la actualidad, la empresa ha alargado la vida a las inmensas salas de la nave para albergar eventos especiales, como presentaciones, desfiles y otras celebraciones, además de cuidar de un archivo, que guarda desde la contabilidad del grupo a las imágenes de todas sus campañas, sus modelos más emblemáticos e incluso todas las publicaciones que en algún momento han hablado de ellos.

Un guiño zen da la bienvenida al edificio. Dos pequeños círculos de cantos rodados cubiertos con dos dedos de agua muestran el camino hasta la entrada del edificio, cuyo techo parece una inmensa tela sostenida desde arriba por sus extremos. En su interior, cincuenta años de la historia de un grupo que dio un vuelco a la industria de la moda, que pasó de un modelo industrial a otro de retail y que aceleró los tiempos como nunca nadie hasta entonces entre el diseño y el punto de venta.

Una Lady Godiva de la década de los sesenta da la bienvenida a un repaso histórico de la publicidad de Benetton, uno de los pilares de su estrategia mundial, sobre todo bajo la mirada de Toscani. Fue precisamente a partir de principios de los sesenta cuando Luciano Benetton empezó a poner en práctica un montón de ideas que más tarde contribuyeron a que pasara de ser una pequeña empresa familiar, la **Maglierie Benetton**, a un gran grupo internacional.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Posters de grandes dimensiones con algunas de las campañas más significativas cubren las paredes de una enorme sala repleta de coches de Formula 1. Desde el anuncio con la nueva colección Lady Godiva hasta los inicios del color como sello de identidad y el salto a la denuncia social con Toscani con la asociación de United Colors a la lucha contra la discriminación por el color de la piel. En gran tamaño se muestran también las campañas emblemáticas en colaboración con Naciones Unidas y algunas de la última etapa, elaboradas por los jóvenes de Fabrica, como el beso entre Barak Obama y Hu Jintao.

Dos filas de coches de Formula 1 llenan en espacio y rememoran el poderío que llegó a tener la casa, que contó con su propia escudería entre 1986 y 2001, que alcanzó su máximo esplendor cuando contó con Michael Schumacher en sus filas. Fueron también los años de máximo esplendor del grupo en general, una vez consolidado ya su negocio internacional. En los ochenta, Carolina de Mónaco y Lady Di vestían de **Benetton**, que contaba ya con tiendas en toda Europa e iniciaba su desembarco en Japón y Estados Unidos. En 1983, la empresa cerró con 2.600 tiendas en Europa y ventas de 356 millones de dólares. Tres años después, la compañía salió a Bolsa.

https://www.modaes.com/back-stage/un-paseo-por-el-corazon-de-benetton-en-treviso-cincuenta-anos-despues

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

En otra de las salas, **Benetton** ha reconvertido un aburrido y polvoriento archivo en una moderna sala de exposiciones. Prendas emblemáticas decoran hileras de cajas y archivadores acumulados en una estructura metálica impoluta de dos niveles, que da al conjunto un aire de una modernidad retrofuturista. Las copias de los balances se mezclan con posters de campañas olvidadas y revistas.

Frente al archivador un conjunto de prendas repasan algunos de los hitos en punto de la empresa, como un jersey rosa en angora de manga murciélago icono de los noventa, que se acompaña de bocetos y fotografías que simbolizan toda una época. Fue precisamente a partir del salto al parqué que **Benetton** culminó su transformación, externalizando todas las actividades más allá del diseño, la logística y la distribución. En 1987, más del 80% de su fabricación la realizaban talleres subcontratados. El 20% restante, la más compleja, continuaba realizándose en la compañía.

https://www.modaes.com/back-stage/un-paseo-por-el-corazon-de-benetton-en-treviso-cincuenta-anos-despues

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Luciano Benetton aseguró una vez que no quería ser como McDonald's en cuanto a producto, pero sí en cuanto a presencia internacional. Al empresario le gustaba más compararse con Coca-Cola, un producto global para la gente joven. Y le ayudó en ello la impactante mirada de Toscani, los pechos de una mujer negra amantando un bebé blanco, el barco repleto de refugiados albaneses que alcanzaba las costas de Italia o el enfermo de sida moribundo en los brazos de su padre. Benetton señaló los males dela sociedad y supo empatizar con el público joven de todo el mundo.

En esta ocasión, las salas de la nave se utilizaron para presentar la nueva colección **A Collection of Us**, que se compone de cinco microcolecciones que la empresa irá comercializando en varias entregas. La primera de estas colecciones cápsula es un homenaje a estos cincuenta años del grupo, un pequeño homenaje al género de punto, a la técnica y al color. Se trata de un recordatorio que pasa casi desapercibido y que se produce en un momento de plena reestructuración de la compañía, una vez **Zara** conquistó el mundo apoyándose en los mismos pilares que en su día levantó **Benetton**.

https://www.modaes.com/back-stage/un-paseo-por-el-corazon-de-benetton-en-treviso-cincuenta-anos-despues

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.