

BE ON

Entre unicité et sérialité, le Printemps Été 2024 créé par Andrea Incontri est un voyage coloré dans l'univers des codes de United Colors of Benetton. Préparez-vous au Be On

BenettOn : ou l'alpha et l'oméga d'une marque emblématique, un nom qui a marqué l'histoire des coutumes, entrant de plain-pied dans l'imaginaire collectif.

Andrea Incontri, directeur créatif de United Colors of Benetton, a choisi **BE ON** comme slogan pour son nouveau défilé PÉ24, qu'il présente **à Milan le 21 septembre au Museo della Permanente.**

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Be On : pour mettre en lumière la nature de la marque qui, depuis 1965, est synonyme de couleur, de tricot, d'identité et de cosmopolitisme. La mode qui appartient à tous et qui est pour tous, pour habiller une communauté contemporaine faites de groupes créés par des liens d'amour, d'affection et de solidarité.

Be On : comme une invitation à l'éveil, s'illuminant des nombreuses nuances du monde Benetton, braquant les projecteurs sur une marque qui, depuis 1965, donne son rythme au concept de temps - et de mode - qui se projette vers l'avenir mais tourne autour de ses racines, transmettant un héritage et des valeurs empathiques entre les générations. L'échange générationnel est le véritable manifeste de ce défilé. Un passage de témoignages et de sentiments qui, comme dans une vieille horloge, ne fonctionne que si tous les engrenages marchent de manière synergique.

Spontané, simple, unique, personnel. Un défilé de mode dans une agora polychrome, où des rayures colorées envahissent l'espace à 360°, un podium avec des mannequins, hommes et femmes - et même des enfants - représentant des identités réelles : mères, pères, enfants, couples d'aujourd'hui, groupes multiethniques et multigénérationnels, qui viennent souligner la beauté démocratique de Benetton et la recherche de la sensibilité humaine. Incontri applique sa philosophie pratique à l'héritage esthétique de la marque, fasciné par l'interaction entre l'« emblématique » et le « reproductible ».

Emblématique comme le **tricot**, cœur de métier de la marque et vedette du défilé, qui trouve son point fort dans l'indispensable **new basic**. Emblématique comme le **polo** en piqué et en jersey, et comme les **rayures** - le code de la marque - ici reproduites en de multiples styles, au crochet, ou ornées de fils de lurex. La technique du **vanisé**, avec des jeux de couleurs et des poinçons, souligne la silhouette dans une évolution du tricot historique pin-up, tandis que les gilets, cardigans et jupes-culottes classiques deviennent un nouvel **uniforme** Benetton. Les **imprimés** - bananes, myrtilles, mûres, fraises, mais aussi marguerites et dahlias - sont les pop stars du PÉ

2024. Colorés aux crayons de couleur, peints à l'huile, sur route la surface ou en 3D, avec leur répétition presque obsessionnelle, ils activent cette « Reconnaissabilité » qui représente la synthèse entre « Emblématique » et « Reproductible ». Cela se voit dans les tricots au **point maille loop**, une évolution en 3D, vive au toucher et à l'œil. Ou dans les accessoires, comme le Be Bag, sac messenger 3.0 devenu un peu culte, et avec le nouveau Pillow Bag, un sac à bandoulière souple qui devient instantanément penser à un « cocon ».

[benettongroup.com/media-press/
benetton.com](https://benettongroup.com/media-press/benetton.com)

instagram.com/benetton
facebook.com/benetton
youtube.com/benetton
pinterest.co.uk/benetton