

UNITED COLORS OF BENETTON

« Les vagues de couleur »

Récit d'un voyage initiatique en mer, par Jean-Charles de Castelbajac

Editions : United Colors of Benetton, SS2020

Imaginez ouvrir les pages d'un livre, un journal intime, illustré d'images peintes à la détrempe. C'est l'histoire d'un voyage en voilier, qui touche tous les ports les plus caractéristiques de la Méditerranée, de Hydra à Portofino, de Cannes à Capri. Imaginez voir apparaître, entre les pages de ce journal d'aventure et d'amour, des looks parfaits pour un été joyeux et insouciant, créés avec des teintures naturelles et non toxiques, des matériaux innovants, des fibres recyclées.

Des robes imaginées pour durer toujours, en tricot rayé classique, des manteaux en toile imperméable aux couleurs vives, des maxi jupes et des hauts aux imprimés floraux, micro et macro. Mais aussi des robes en patchwork aux rayures colorées, des maxi stripes rainbow, et le tricot magique de United Colors of Benetton. Comme les pull-overs faits de ces mini tricots qui étaient autrefois utilisés par la Maison comme échantillonneur de couleurs.

L'éclectisme de Jean-Charles de Castelbajac pour United Colors of Benetton est un éclectisme pop qui se décline en une garde-robe « facile », pour les gens de ce millénaire. Même les protagonistes masculins de notre histoire suivent une mode easy chic, qui parle de style et non de tendance : avec des vestes à poches militaires, mais avec des inserts en « rose », des pantalons à pinces, des costumes non doublés de couleur pastel, imprimés ou en toile de jean, et des pull-overs en coton teint en fil. Des pièces cultes, des coupes contemporaines mais qui ne sont jamais exagérées, des looks colorés et combinables, cool et happy, et à l'identité bien précise. Le style Benetton, en fait : né pour naviguer de par le monde, les voiles déployées.

Voilà l'histoire que Jean-Charles de Castelbajac a voulu écrire pour le PE 2020 de United Colors of Benetton : en mélangeant des symboles iconiques comme les ancres, les rayures marines et les nœuds - et en accueillant Popeye comme un ambassadeur de l'écologie qui nous invite à respecter les océans - avec les imprimés " indémodables " des campagnes publicitaires créées par Oliviero Toscani durant les dernières décennies : photos et concepts proposés sur les T-shirts, les maxi sweat-shirts à la coupe over et les accessoires all white,

comme des manifestes de la pensée (voire, pourquoi pas, des manuels de communication pour les jeunes...).

benettongroup.com/media-press
benetton.com

facebook.com/benetton
twitter.com/benetton
youtube.com/benetton
instagram.com/benetton