

## BE ON

**Tra unicità e serialità, la Spring Summer 2024 disegnata da Andrea Incontri è un viaggio colorato nell'universo dei codici di United Colors of Benetton. Get ready to Be On**

**Benetton**: ovvero l'alfa e l'omega di un brand iconico, un nome che ha fatto la storia del costume, entrando di diritto nell'immaginario collettivo.

Andrea Incontri, direttore creativo di United Colors of Benetton, ha scelto **BE ON** come claim per la sua nuova sfilata SS24, che presenta **a Milano il 21 settembre al Museo della Permanente.**

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

**Be On**: per accendere l'interruttore sulla natura del marchio, che dal 1965 è sinonimo di colore, maglieria, identità e cosmopolitismo. Una moda di e per tutti, per vestire una comunità contemporanea fatta di nuclei creati da legami d'amore, affetto e solidarietà.

**Be On**: come invito al risveglio, illuminandosi delle tante sfumature del mondo Benetton, accendendo i riflettori su un marchio che dal 1965 scandisce un concetto di tempo - e di moda - che è proiettato verso il futuro ma che ruota sulle sue radici, tramandando un patrimonio empatico e di valori tra generazioni. Lo scambio generazionale è il vero manifesto di questa sfilata. Un passaggio di testimonianze e sentimenti che, come in un vecchio orologio, funziona solo se tutti gli ingranaggi lavorano in sinergia.

Spontaneo, semplice, unico, personale. Un fashion show ospitato in una policromatica agorà, dove righe di colore invadono lo spazio a 360°, una catwalk con modelli e modelle - anche kids - che rappresentano identità reali: madri, padri, figli, coppie di oggi, nuclei multietnici e poligenerazionali, a sottolineare la democratica bellezza di Benetton e la ricerca di sensibilità umana. Incontri applica la sua filosofia di praticità al patrimonio estetico del brand, affascinato dall'interazione tra "iconico" e "riproducibile".

Iconico come la **maglieria**, core business del brand e protagonista della sfilata, che trova nell'indispensabile **new basic**, un suo punto di forza. Iconico come le **polo shirt** in piqué e in jersey, e come le **righe** - codice del brand - qui riprodotte in multipli di stile, a crochet, o impreziosite da fili di lurex. La tecnica **vanisè**, con giochi cromatici e punzonature, enfatizza la silhouette in un'evoluzione della storica maglia pin-up, mentre i classici gilet, cardigan e culotte diventano una nuova **uniforme** Benetton. Le **stampe**, banane, mirtilli, more, fragole, così come margherite e dalie, sono le pop star della PE 2024. Colorate ai pastelli, dipinte a olio, allover o in 3D, con la loro reiterazione quasi ossessiva, attivano quella "Riconoscibilità" che rappresenta la sintesi tra "Iconico" e "Riproducibile". Lo si nota nel knitwear con il **punto maglia loop**, evoluzione 3D, vivace al tatto e alla vista. O negli accessori, come la Be Bag, postina 3.0 che è

diventata un piccolo cult, e con la nuova Pillow Bag, una morbida tracolla che fa subito "nido".

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

[instagram.com/benetton](https://www.instagram.com/benetton)  
[facebook.com/benetton](https://www.facebook.com/benetton)  
[youtube.com/benetton](https://www.youtube.com/benetton)  
[pinterest.it/benetton](https://www.pinterest.it/benetton)