

A LÃ DA BENETTON NÃO ACABA NUNCA

A marca de moda italiana renova a sua parceria com a The Woolmark Company para certificar a qualidade e sustentabilidade das suas peças em lã, uma fibra duradoura, reciclável e biodegradável criada para unir as pessoas

"Lã sem fim": este é o slogan com o qual a United Colors of Benetton renova sua colaboração para a coleção O/I 21 com a The Woolmark Company, uma marca australiana que ao longo de mais de cinquenta anos se estabeleceu como autoridade global na área de lã.

Uma guardiã dos segredos da malha italiana como a United Colors of Benetton não pode ignorar a excelência da lã. Em 2017, o Grupo Benetton foi a primeira empresa europeia do setor da moda a integrar a IWTO (International Wool Textile Organization), a organização internacional da lã, com o objetivo de contribuir para tornar a fileira da lã cada vez mais funcional e transparente.

A parceria renovada com a The Woolmark Company visa certificar a qualidade e sustentabilidade de mais de 500.000 peças de vestuário Merino Extra Fine e Pure Shetland da coleção Outono Inverno 2021. A Woolmark está verdadeiramente empenhada em desenvolver e promover um uso mais responsável da lã e dar garantias às marcas e aos consumidores de que a lã é uma escolha sustentável para a indústria da moda.

Além de ser macia e respirável, de facto, a lã consome menos energia durante a lavagem e torna as roupas, em média, mais duráveis do que outras fibras. Além disso, é a fibra mais reutilizada e reciclada de todas e é biodegradável já que, se libertada corretamente no meio ambiente, decompõe-se em poucos anos.

Para a United Colors of Benetton, no entanto, a lã não é apenas uma matéria-prima, mas uma fibra emocional que mantém as pessoas unidas ao longo dos tempos. A campanha de apresentação desta parceria mostra como as roupas de lã da United Colors of Benetton são geralmente transmitidas de geração em geração, tornando-se verdadeiros marcos familiares.

Confortável, colorida, sustentável: as roupas da United Colors of Benetton + Woolmark serão distribuídas a partir de outubro

UNITED COLORS
OF BENETTON.



em mais de 2.500 lojas em todo o mundo e promovidas com iniciativas específicas, online e offline.

BENETTON GROUP

Benetton Group is one of the best-known fashion companies in the world, present in the most important markets in the world with a network of more than 4,000 stores; a responsible group that plans for the future and lives in the present, with a watchful eye to the environment, to human dignity, and to a society in transformation. The history of Benetton is built on innovation - seen in its bright colors, the revolution of the retail outlet, unique sales networks, and universal communications that have always been social talking points and aroused cultural debate - and now the firm has taken up the challenge of globalisation, with constant investments and a competent, flexible organisation that takes change in its stride. The Group has a consolidated identity comprised of colour, authentic fashion, quality at democratic prices and passion for its work: these values are reflected in the strong, dynamic personality of the brands United Colors of Benetton and Sisley.

[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)

About The Woolmark Company

The Woolmark Company is the global authority on wool. Through our extensive network of relationships spanning the international textile and fashion industries, we highlight Australian wool's position as the ultimate natural fibre and premier ingredient in luxury apparel.

The Woolmark logo is one of the world's most recognised and respected brands, providing assurance of the highest quality, and representing pioneering excellence and innovation from farm through to finished product. The Woolmark Company is a subsidiary of Australian Wool Innovation, a not-for-profit enterprise that conducts research, development and marketing along the worldwide supply chain for Australian wool on behalf of about 60,000 woolgrowers that help fund the company.

@thewoolmarkcompany / woolmark.com