



DEPOP S'ASSOCIE À BENETTON

Pour une collection de pièces d'archives et vintage rares, fournies par des vendeurs Depop.

(31 mai 2021) Aujourd'hui, Benetton et Depop annoncent une collaboration qui vise à célébrer l'héritage de Benetton, qui vient s'associer à l'énergie et à l'ADN de la communauté créative de Depop. Pour défendre la longévité des archives de Benetton et la valeur des achats de seconde main, les vendeurs Depop des États-Unis et du Royaume-Uni ont rassemblé une collection de pièces vintage rares de Benetton, disponibles à partir du 31 mai.

« Ce partenariat avec Benetton s'inscrit dans le cadre des efforts déployés par Depop pour continuer à travailler avec des partenaires de marque axés sur la communauté et qui partagent les mêmes valeurs que les nôtres », déclare Steve Dool, responsable mondial des partenariats de la marque. « La réputation dont jouit depuis longtemps Benetton, qui bouscule les conventions et se fait le champion de l'inclusion dans ses campagnes créatives, est directement liée au point de vue de Depop. Grâce à ce partenariat, nous n'engageons pas seulement notre communauté de vendeurs pour aider à prolonger la vie de certains des vêtements les plus convoités de Benetton, mais nous travaillons également en tandem avec Benetton pour amplifier la représentation et l'autonomisation de l'expression créative de soi que nous nous efforçons tous deux de soutenir. »

UNITED COLORS
OF BENETTON.

S'appuyant sur l'héritage de Benetton, la campagne Benetton x Depop vise à mettre en lumière ceux qui s'expriment et rejettent les normes, en offrant une plateforme créative aux membres de la communauté Depop pour défendre quelque chose et partager leurs opinions sur les questions sociales qui sont importantes pour eux aujourd'hui. La campagne met en vedette **@YouthClubStore** qui s'engage à promouvoir une consommation plus consciente de la mode, **@ArchiveSix** qui parle de son épanouissement en tant que femme d'affaires POC, la danseuse **@Ayo**, qui met l'accent sur l'importance de l'amour de soi et de l'acceptation de soi et **@Hadiyahh** qui se passionne pour la représentation de vrais corps féminins dans les médias. Des campagnes de Benetton dans les années 90 à la communauté Depop en 2021, il est évident que la mode a le pouvoir de générer un changement social.

« Dans le cadre du processus d'innovation de United Colors of Benetton - dont l'objectif principal est de revamper la marque et d'augmenter progressivement son attrait par rapport aux jeunes générations - nous sommes ravis d'annoncer cette collaboration prestigieuse avec Depop, l'innovante plateforme en ligne mondiale, spécialisée dans la vente de produits vintage », déclare Massimo Renon, PDG du groupe Benetton. « Grâce au modèle de vente de seconde main de Depop - un élément fondamental pour la mode durable - Benetton entre également dans le circuit d'une manière contemporaine et originale. Nos vêtements vintage qui ont marqué l'histoire retrouveront une vie grâce à Depop, qui partage avec nous le même langage créatif et les mêmes valeurs de diversité, d'inclusion et de durabilité ».

Au Royaume-Uni, la collection de 60 pièces couvre les archives des années 1980 et 1990, englobant les lignes homme, femme et accessoires, mettant en valeur l'ADN éclectique de la marque Benetton et son engagement envers la couleur. On y trouve des pièces vintage qui sont aussi faciles à porter et à styliser aujourd'hui qu'elles l'étaient alors - des rares chemises de rugby et des sweat-shirts colorés iconiques, aux vestes en jean patchwork, aux pulls Argyle et aux shorts en lin. La collection britannique a été fournie par les meilleurs vendeurs [@HMSVintage](#), [@AreaEighteen](#), [@Thrifty Towel](#), [@happydais](#) et [@campervanvintage](#), tous spécialisés dans les vêtements de seconde main et vintage.

Aux États-Unis, tous les produits Benetton rares et d'archives, présentés dans la collection ainsi que dans la campagne ont été fournis par 15 vendeurs Depop à travers les États-Unis, dont [@nostalgic_threadz](#), [@throwbacksvintage](#), [@thegrungedoll](#), [@mineclothingshop](#) et [@heynicholevintage](#).

Les collections seront disponibles via la page d'exploration Depop à partir du 31 mai.

À propos de Depop

Depop est la place de marché de la mode où l'on peut acheter, vendre et s'inspirer. Avec plus de 27 millions d'utilisateurs enregistrés dans 147 pays, sa mission est de construire la maison de la mode la plus diversifiée et la plus progressive au monde. Depop a son siège à Londres, au Royaume-Uni, et possède des bureaux à New York et à Los Angeles. Pour plus d'informations sur Depop, visitez [Depop.com](#) ou téléchargez l'application sur iOS ou Android.

Suivez Depop sur Instagram [@Depop](#).

À propos de Benetton

Le groupe Benetton est une des entreprises de mode les plus connues au monde, et est présente sur les marchés les plus importants avec un réseau de plus de 4 000 magasins ; un groupe responsable qui planifie l'avenir et vit dans le présent, avec un œil attentif à l'environnement, à la dignité humaine et à une société en transformation. L'histoire de Benetton est

fondée sur l'innovation, comme en témoignent ses couleurs vives, la révolution des points de vente, des réseaux de vente particuliers et des outils de communication universels qui ont toujours fait l'objet de controverses sociales et suscité des débats culturels..

benettongroup.com/media-press
benetton.com

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