

## **BE EVERYTHING**

***Si apre un nuovo capitolo dell'era United Colors of Benetton: il designer Andrea Incontri, nuovo direttore creativo, presenta a Milano, nello store di Corso Buenos Aires, la sua prima sfilata SS23. Il suo minimalismo concreto e chic sposa il DNA di un marchio italiano, simbolo di una cultura del progetto che ha fatto la storia del costume***

Milano, 25 settembre 2022. Andrea Incontri, nuovo direttore creativo di United Colors of Benetton, presenta la sua prima sfilata durante la Milano Fashion Week. La sua SS 2023 prenderà vita nel flagship store milanese di Corso Buenos Aires dove Incontri - architetto e designer di una bellezza pratica e cosmopolita - ha reinterpretato il layout del negozio: un evento inedito che sintetizza come la sua visione del brand sia un progetto di global lifestyle. Benetton sfilerà in uno dei suoi store per sottolineare il valore iconico che il negozio rappresenta per l'azienda, riallacciandosi così in chiave contemporanea alle sue radici e a un elemento di progettazione e design che, assieme alla proposta di un prodotto innovativo, portò il marchio di Treviso a rivoluzionare i canoni della moda e della vendita.

UNITED COLORS  
OF BENETTON.

Massimo Renon, CEO di Benetton Group ha dichiarato: *"Credo fortemente nell'agile cifra stilistica di Andrea per un riposizionamento del marchio verso il settore moda, seguendo il DNA Benetton: libertà espressiva, forte identità, look interpretati in chiave contemporanea. Non a caso il claim di collezione è **Be Everything**. Dove il Be è un invito ad esprimersi in piena libertà"*. In questa collezione debuttano anche una linea di accessori in ecopelle, bijoux, occhiali e oggettistica coordinati. Una capsule, "The new Benetton uniform" di bag e sneaker unisex in ecopelle, cappellini e maglioni, sarà in vendita già dal 15 settembre in alcuni selezionati punti vendita nel mondo.

### **SOFT SKILLS**

Per la donna Benetton, il designer ha creato una collezione discreta e sofisticata. Una moda spontaneamente agender perché figlia dei suoi tempi. Leitmotiv è il tema frutta, in micro e macro proporzioni, in succulenti colori saturi o in varianti glacée. Da designer, Incontri si interroga su una domanda culturale: cosa è healthy oggi? Cosa ci attrae? Un cibo industriale, perfetto, pop o un qualcosa di biologicamente naturale? Forse una commistione di questi due mondi? La sua food obsession parte da qui, e si declina in mille "risposte" nella collezione. Be everything, quindi, ma basandosi sui capisaldi del brand: la maglieria in primis e il color block, rivisitato con un'eleganza sottovoce. La maglieria è leggera, canneté, mélange, mouliné, da abbinare a tessuti bouclé, a cotone vichy, a nylon riciclato, per shirtdress fluidi, crop top, shorts, giacchine e windbreakers. Le righe, altro pilastro del marchio, sono in chiave college décontracté, sobrie. Tutti i look sono accompagnati da accessori: rubber slipper spuntate, bijoux smaltati, occhiali e cinture eco friendly. Fa la sua comparsa la BE bag, in diverse varianti di grandezza e colore, dichiaratamente unisex.

Molti dei temi presenti nei look donna vivono infatti anche nella collezione maschile: sportiva ma "stratificata", è quasi un new grunge con un'anima quotidiana e proporzionata. I pijama look hanno una loro fluida compostezza e si abbinano a scaldamuscoli mouliné, a completi workwear in cotone pesante, a sahariane avvitate. Stampe fruits, righe college, lettering "BE" e denim bicolore, sono gli elementi che compongono un progetto estetico di moda maschile pratico e contemporaneo.

### **BE EVERYTHING, BE BENETTON**

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