

BENETTON SI ISPIRA ALLA COREA CON UNA NUOVA CAPSULE

United Colors of Benetton lancia BBOLD, la nuova capsule collection ispirata alla K-Wave coreana.

Milano, 16 aprile 2025 - United Colors of Benetton presenta BBOLD, la nuova capsule collection tutta al femminile, ispirata alla K-Wave coreana. Disegnata a Seoul da un team di creativi locali e disponibile a partire dal 18 aprile in Europa- Milano (Corso Vittorio Emanuele), Roma (Trevi), Londra (Oxford Street), Parigi (Opera) e Vienna (Kaertnerstrasse), online in Italia, Regno Unito, Francia, Germania, Austria, Irlanda per citarne alcuni- e in Corea del Sud, BBOLD mixa l'heritage colorato del brand con codici estetici ben riconoscibili.

Così, i pilastri di United Colors of Benetton - colore, maglieria, denim - si contaminano con lo stile contemporaneo che detta la tendenza nella capitale coreana, dove vita dinamica, praticità e creatività sono gli ingredienti fondamentali per uno styling inclusivo.

In BBOLD il colore si esprime con una linea di felpe in blend cotone/viscosa e camicie in popeline caratterizzate da fit rilassato, righe verticali e tinte vivaci oltre a stampe e dettagli che riportano il logo Bb.

Poi c'è la maglieria, reinterpretata in chiave contemporanea. Oltre ai cardigan, ci sono t-shirt, felpe, shorts e tubini, tutti realizzati in knitwear. Cotone e morbida viscosa, fit moderni, colori pastello, loghi jacquard o ricamati abbinati a dettagli sporty ma sofisticati.

Infine il denim. Camicie over in cotone resistente di alta qualità con cuciture color corda e bottoni vintage con perle, giacche cropped e boxy che giocano con le proporzioni, e naturalmente i classici 5 tasche a vita alta, straight o a gamba larga con un fit 'semi-over', disponibili in due lavaggi e con dettagli vintage.

La capsule è completata da una linea di activewear ispirata al trend coreano del running. La linea include due look completi di top, shorts attillati o da running e calze, caratterizzati da tessuti tecnici, nastri e dettagli color block.

Benetton Group, da sempre aperta alla contaminazione tra culture e idee diverse, con il lancio della capsule BBOLD, testimonia la grande attenzione ai gusti delle nuove generazioni, guardando ad un paese, la Corea, che negli ultimi anni è stato capace di influenzare il panorama culturale, dal cinema alla musica, dalle serie tv alla moda.

BBOLD è parte della nuova strategia di Benetton Group, dove la Corea del Sud è un mercato cruciale per l'azienda di moda italiana, presente nel Paese asiatico con circa 300 punti vendita dei suoi due marchi - United Colors of Benetton e Sisley - che rappresentano un punto di riferimento per i consumatori alla moda e in linea con le tendenze.

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

[Instagram](#)
[Facebook](#)
[TikTok](#)

UNITED COLORS
OF BENETTON.