

LE GROUPE BENETTON

Aujourd'hui, le Groupe Benetton est présent dans 120 pays du monde. Son activité principale est l'habillement: un groupe avec un caractère italien fort dont le style, la qualité et la passion se retrouvent clairement dans ses marques: le casual *United Colors of Benetton*, *Sisley*, plus orientée vers la mode, le sportswear *Playlife* et le streetwear *Killer Loop*. Le Groupe produit plus de 130 millions de vêtements par an. Son réseau commercial de 5000 magasins dans le monde offre une excellente qualité des services clients, et génère un chiffre d'affaires total de plus de 1,9 milliards d'euro.



UNITED COLORS
OF BENETTON.

Le développement de l'organisation commerciale caractérisée par des emplacements privilégiés dans les quartiers historiques et commerçants des centre-villes et par la haute qualité des services proposés à la clientèle, est soutenu par un important programme d'investissements dans le monde entier. Les boutiques Benetton offrent des collections complètes d'habillement, en plus d'un très large choix d'accessoires et compléments vestimentaires incarnant de manière globale le style et la qualité Benetton.

Tout comme l'évolution du réseau commercial, la volonté d'innovation permanente, considérée comme un facteur de développement essentiel, traverse depuis le commencement les différents secteurs de l'organisation de l'entreprise: de la communication aux systèmes informatiques, de la recherche de nouveaux matériaux à la logistique intégrée. Dans cette optique, la structure de production fait l'objet d'un effort d'innovation particulier avec le renouvellement intégral, tous les cinq ans, des systèmes et des appareils. Le cœur de cette organisation se trouve dans le centre de coordination de Castrette (Trévise), l'un des complexes logistiques industriels de confection les plus modernes au monde.

Malgré sa dimension globale, le Groupe Benetton a maintenu des liens étroits avec le territoire d'origine, en particulier à travers les activités culturelles de la *Fondazione Benetton Studi e Ricerche* et les projets qui tournent autour du sport. De son engagement traditionnel dans le rugby, le volley et le basket-ball, aux victoires historiques remportées en Formule 1, en plus de la recherche de la primauté en compétition, l'idée sportive de Benetton insiste sur le caractère social de rencontre, partage et bien-être physique qui se traduit, en particulier, par l'initiation au sport de milliers de jeunes chaque année.

Cette capacité d'enracinement dans la société s'incarne également dans Fabbrica, le centre de recherche sur la communication de Benetton. Le défi lancé par Fabbrica est celui de l'innovation et de l'internationalisme: une manière de conjuguer culture et industrie par le biais de la communication, laquelle ne dépend plus des techniques publicitaires traditionnelles, mais véhicule la "culture industrielle" et "l'intelligence"

de l'entreprise par d'autres moyens comme le design, la musique, le cinéma, la photographie, l'édition et Internet.

www.benettongroup.com

www.benetton.com

www.benettonpress.mobi

Octobre 2007