

IL GRUPPO BENETTON

Oggi il Gruppo Benetton è presente in 120 Paesi del mondo. Il suo core business è l'abbigliamento: il gruppo ha una consolidata identità italiana di stile, qualità e passione, che si riflettono nei marchi *United Colors of Benetton*, casual, *Sisley*, più orientato al fashion, *Playlife*, abbigliamento per il tempo libero, e *Killer Loop*, streetwear. L'azienda ha una produzione totale di oltre 130 milioni di capi l'anno. La rete commerciale di 5.000 negozi moderni nel mondo offre ai clienti servizi di alta qualità e genera un fatturato totale di oltre 1,9 miliardi di euro.



UNITED COLORS
OF BENETTON.

Lo sviluppo della rete commerciale caratterizzata da una posizione privilegiata nei centri storici e commerciali e da un'elevata qualità dei servizi offerti alla clientela è sostenuto da un significativo programma di investimenti in tutto il mondo. I negozi Benetton ospitano le complete collezioni di abbigliamento, oltre ad un'ampia scelta di accessori e complementi d'abbigliamento, proponendo in modo globale lo stile e la qualità Benetton.

Come nell'evoluzione della rete commerciale, la costante tensione al nuovo, intesa quale rilevante fattore di sviluppo, ha attraversato fin dagli inizi i vari settori dell'organizzazione aziendale: dalla comunicazione ai sistemi informativi, dalla ricerca di nuovi materiali alla logistica integrata. Un particolare impegno nell'innovazione è dedicato alla struttura produttiva, i cui sistemi e apparati sono rinnovati completamente ogni cinque anni. Questa organizzazione ha il suo baricentro nel centro di coordinamento di Castrette (Treviso), un complesso logistico industriale dedicato all'abbigliamento, tra i più moderni al mondo.

Nonostante la dimensione globale, il Gruppo Benetton ha mantenuto forti legami con il territorio d'origine, in particolare attraverso le attività culturali della *Fondazione Benetton Studi e Ricerche* e i progetti che ruotano intorno allo sport. Dall'impegno nel rugby, volley e basket, alle storiche vittorie in Formula Uno, l'idea sportiva di Benetton propone, oltre che la ricerca dell'eccellenza agonistica, un carattere sociale di incontro, condivisione e benessere fisico che sfocia, in particolare, nell'avviamento allo sport di migliaia di giovani ogni anno.

La capacità di radicamento nella società si manifesta anche attraverso Fabrica, il centro di ricerca sulla comunicazione della Benetton. La sfida di Fabrica è quella dell'innovazione e dell'internazionalità: un modo per coniugare cultura e industria, attraverso la comunicazione che si affida non più solo alle forme pubblicitarie consuete, ma veicola la "cultura industriale", "l'intelligenza" dell'impresa attraverso altri mezzi: il design, la musica, il cinema, la fotografia, i prodotti editoriali, internet.

www.benettongroup.com

www.benetton.com

www.benettonpress.mobi

Ottobre 2007