

EL GRUPO BENETTON

Hoy en día el Grupo Benetton está presente en 120 países del mundo, su actividad se focaliza en el sector de la confección: un grupo con una afianzada identidad italiana por estilo, diseño y pasión, propuestos a través de las marcas United Colors of Benetton, más casual, Sisley, más orientada al fashion, Playlife, ropa para el tiempo libre y Killer Loop, ropa street. La empresa cuenta con una producción anual de cerca de 115 millones de prendas. La red comercial de 5.000 modernas tiendas en todo el mundo ofrece a los clientes servicios de alta calidad y genera una facturación total de cerca de 1,8 mil millones de euro.

El desarrollo de la organización comercial de Benetton está sostenido por un significativo programa de inversiones destinado a la apertura de megatiendas, incluso en régimen de gestión directa, que se caracterizan no sólo por sus grandes dimensiones sino por ocupar una posición privilegiada en los cascos históricos y en los centros comerciales, así como por la elevada calidad de los servicios que ofrecen a su clientela. Las nuevas megatiendas presentan las colecciones completas de confección informal para mujer, hombre, niños y prendas íntimas, además de una amplia gama de accesorios y complementos de vestir, proponiendo ampliamente el estilo y la calidad de la gama de productos Benetton.



Al igual que en la evolución de la red comercial, la constante orientación hacia las novedades, entendida como factor relevante de desarrollo, ha atravesado desde el principio los distintos sectores de la organización empresarial: de la comunicación a los sistemas informáticos, de la investigación aplicada a los nuevos materiales a la logística integrada. Un específico esfuerzo innovador está dedicado a la estructura de producción, cuyos sistemas y dotaciones se renuevan completamente cada cinco años. Esta organización tiene su corazón en centro de coordinación productivo en Castrette (Treviso), uno de los complejos industriales más modernos del mundo dedicados a la confección.

No obstante las dimensiones, el Grupo Benetton ha mantenido vínculos profundos con el territorio de origen, especialmente a través de las actividades culturales de la *Fondazione Benetton Studi e Ricerche* y de los proyectos que gravitan alrededor del deporte. De los recursos destinados al rugby, al voleibol y al baloncesto así como a las históricas victorias en Fórmula Uno, la idea deportiva de Benetton propone, no sólo alcanzar un nivel de excelencia en la competición, sino lograr un carácter social de encuentro, coparticipación y bienestar físico coronado, en especial, con la iniciación a la práctica deportiva de miles de jóvenes todos los años.

Además, su capacidad de arraigo en la sociedad se manifiesta a través de Fabrica, el centro de investigación sobre la comunicación de Benetton. La innovación y la internacionalidad es el desafío de Fabrica:

una manera de conjugar cultura e industria a través de la comunicación, que no se manifiesta simplemente en las formas publicitarias tradicionales, sino que se convierte en vehículo de la "cultura industrial", de la "inteligencia" de la empresa a través de otros medios que abarcan del diseño industrial a la música, del cine a la fotografía, de la producción editorial a internet. Fabrica decidió apostar por la creatividad latente de los jóvenes y los artistas-experimentadores procedentes de todo el mundo. Fabrica los acoge tras una exhaustiva selección y los incentiva en la creación de proyectos concretos de comunicación, desarrollados bajo la dirección artística de algunos de los principales protagonistas en los distintos sectores.

www.benettongroup.com

www.benetton.com

Octubre 2006