# BENETTON GROUP

O Grupo Benetton é uma das empresas de moda mais conhecidas dos nossos dias, presente nos mercados mais importantes do mundo com uma rede de cerca de 5 mil lojas; um grupo responsável que planeia o futuro e vive no presente, sempre atento ao ambiente, à dignidade humana e à sociedade em constante transformação.

A história da Benetton assenta na inovação – patente nas suas cores vivas, na revolução das lojas, na sua produção única e nas redes de vendas, bem como na communicação universal que sempre suscitou reacções e comentários na esfera social, motivando o debate em torno de questões culturais. A firma assumiu agora o desafio da globalização, com investimentos constantes e uma organização competente e flexível aberta à mudança. De modo a conseguir o máximo de flexibilidade na gestão das mudanças que ocorrem em todo o mundo, o Grupo saiu da Bolsa de Milão em 2012 de modo a tornar-se cada vez mais internacional, rápido e competitivo, criando valor e apontando para o crescimento não como um fim em si, mas como forma de contribuir para o progresso.



O Grupo tem uma identidade consolidada em matéria de cor, moda autêntica, qualidade e preços democráticos e paixão pelo trabalho: estes valores reflectem-se na personalidade forte e dinâmica das marcas United Colors of Benetton e Sisley. As colecções de vestuário **United Colors of Benetton** para mulher, homem e criança oferecem um estilo reconhecido universalmente e anda de mãos dadas com o design, o bom gosto e a sensação de beleza, um reflexo do estilo italiano da marca. A gama de produtos da marca é ampla: para além de vestuário oferece também leques de acessórios elegantes, óptica, fragrâncias e artigos de viagem. A **Sisley** é uma marca com uma forte personalidade: sexy, inconvencional e com uma forte estética poderosa que a torna imediatamente identificável e popular. As coleções são um eco dos valores expresso pela marca, estão sempre na dianteira, apelativas e atentas ao pormenor, ao estilo e à qualidade.

O desenvolvimento da rede de vendas da United Colors of Benetton, que ocupa localizações privilegiadas nos centros históricos das cidades e dos centros comerciais é apoiado por um programa significativo de investimentos em todo o mundo. As novas lojas exploram estas estruturas altamente modulares para criar espaços nos quais as coleções, as cores e o design estão sempre no centro, apresentadas num conceito de retalho cada vez mais apelativo, dinâmico e interactivo.

O olhar atento e constante a tudo o que é novo é uma caracterísitica universal dos vários sectores da organização da empresa: os sistemas e o equipamento da estrutura de produção são renovados completamente a cada cinco anos; e o centro de coordenação em Castrette (Treviso, Itália), um dos mais modernos complexos logísticos no sector do vestuário, funciona em estreito contacto com os locais internacionais de produção na Sérvia e na Tunísia, servindo a rede de retalho com grande eficiência.

A capacidade do Grupo Benetton para lançar activamente raízes no mundo e na sociedade é expressa também através da Fabrica, o centro de investigação na área da comunicação do Grupo. O desafio da Fabrica é a inovação e a internacionalização: uma forma de unir a cultura com a indústria através da comunicação, não assumindo apenas formas tradicionais, mas tentando tornar-se também um veículo para a “inteligência” de uma empresa através de um leque de formas de expressão como o design, a música, o cinema, a fotografia, o publshing, a Internet e os novos media. De notar em particular neste aspecto a revista trimestral COLORS que, desde 1991, vem lançando o seu olhar curioso e ávido sobre “o resto do mundo”.

A Fundação Unhate, lançada em Novembro de 2011 com uma campanha de comunicação mundial, constitui apenas parte da nova estratégia de responsabilidade social da empresa, funcionando também como um canal para o envolvimento social do Grupo. O seu objectivo é contribuir para lutar contra a *cultura de ódio,* em linha com os profundos valores do Grupo Benetton através de campanhas globais de comunicação e organizar iniciativas concretas de “forte impacto” na comunidade internacional e especalmente junto das novas gerações, envolvendo instituições, organizações internacionais, ONGs e representantes da sociedade civil. Trata-se de projectos que pegam no papel social da arte e da auto-expressão, educando as pessoas a serem tolerantes e envolvendo os jovens em zonas “de risco” no mundo, do Brasil à Índia até aos bairros porto-riquenhos de Nova Iorque.

O Grupo Benetton projeta-se na dimensão internacional, mas continua a manter os seus fortes laços com a sua região natal de de Treviso e do Veneto, nomeadamete através das actividades culturais da *Fondazione Benetton Studi e Ricerche*, e de uma série de projectos centrados no desporto. Desde a sua incidência no râguebi às vitórias históricas na Formula 1, o espírito desportivo do Grupo promove não só a excelência competitiva como também a dimensão social de encontro, partilha e bem-estar físico que, entre outras coisas, leva a que milhares de jovens adiram todos os anos à prática do desporto.

|  |  |
| --- | --- |
| [benettongroup.com](http://www.benettongroup.com/)  [benetton.com](http://www.benetton.com/) | [facebook.com/benetton](https://www.facebook.com/BenettonItalia?brand_redir=229848430415) [twitter.com/benetton](https://twitter.com/benetton) [youtube.com/benetton](https://www.youtube.com/user/benetton/) |