

BENETTON GROUP LAVORA AL RAFFORZAMENTO DEI CANALI DIGITALI DI VENDITA:

LANCIATO IL NUOVO OUTLET BENETTON ONLINE

Ponzano, 9 aprile 2025 – Prosegue il percorso di consolidamento dell'ecosistema digitale di **Benetton Group** con il lancio di outletbenetton.com, il nuovo sito e-commerce attivo dal 18 marzo 2025 per il mercato italiano. **La piattaforma offre ai clienti un accesso diretto alle collezioni SS24 dei marchi United Colors of Benetton, Sisley, 012 e Undercolors, con una riduzione del 30% sul prezzo retail**, a cui si aggiungeranno progressivamente le linee delle stagioni precedenti. L'iniziativa si integra con la rete di outlet fisici già esistente, amplificando le opportunità di acquisto e rafforzando la strategia omnicanale del Gruppo.

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Il design e lo sviluppo della piattaforma evidenziano un focus su usabilità ed efficienza del percorso d'acquisto. L'architettura tecnica del sito è stata ottimizzata per semplificare la navigazione, garantendo una shopping experience chiara e fluida. L'impianto grafico coniuga minimalismo e funzionalità, mantenendo un'identità visiva coerente tra i diversi brand del Gruppo attraverso un equilibrio stilistico tra scatti still life e ambientati. L'obiettivo è massimizzare la conversione attraverso una struttura intuitiva che minimizza i passaggi tra esplorazione e finalizzazione dell'acquisto.

L'iniziativa si inserisce in un più ampio programma di potenziamento dei canali digitali di vendita, con un investimento significativo nell'e-commerce per accelerare l'allineamento ai migliori benchmark di settore. Il piano strategico prevede la valorizzazione degli asset esistenti, tra cui il centro logistico automatizzato di Castrette di Villorba (Treviso), e **un incremento dell'incidenza del canale online sul fatturato complessivo del Gruppo, con l'obiettivo di raggiungere il 20-25% nei prossimi anni**. Per farlo, il piano prevede il **rafforzamento delle competenze interne, investimenti in piattaforme digitali e marketing, per raggiungere e ingaggiare una clientela più giovane e connessa**, massimizzando così il potenziale del canale online.

A supporto di questa trasformazione, **Benetton Group ha intrapreso una riorganizzazione strutturale della divisione eBusiness**, a riporto diretto dell'Amministratore Delegato. Questa scelta assicura un presidio strategico sulle operazioni digitali, accelerando l'implementazione delle iniziative chiave e consolidando l'evoluzione del Gruppo verso un modello di business sempre più orientato all'e-commerce e alle nuove abitudini di consumo.