



## **Una nuova supply chain, per una nuova Benetton Tutti i dettagli al Trace.ID Fashion**

**Monza, 21 settembre 2015 - Il gruppo Benetton ha avviato un percorso di radicale trasformazione della propria supply chain, funzionale ad un nuovo modello commerciale, multichannel e centrato sul consumatore.**

Marchio celebre in tutto il mondo e di grande rilevanza per l'industria italiana, il gruppo Benetton si affaccia al mercato così con un volto nuovo, frutto di un intenso processo di revisione dei processi. Il tradizionale modello distributivo, di tipo "wholesale", è stato sostituito via via da un approccio multicanale che conferisce pari importanza anche alle realtà retail e franchising, con l'indispensabile apporto dell'e-commerce. Protagonista assoluto il consumatore finale, in una logica di tipo "pull", nella quale le richieste del mercato si intrecciano, in un dialogo continuo e vitale, con la velocità di risposta, l'ampiezza della gamma offerta, l'attenzione alla qualità del prodotto.

**Benetton ha trovato in Tesisquare un partner che, forte delle competenze sulla costruzione di piattaforme collaborative e di filiera, ha saputo rispondere a questa richiesta, con una soluzione di visibilità lungo tutta la supply chain che è stata realizzata e adattata in base alle specifiche espresse dall'azienda.** La soluzione, denominata Control Tower End-to-End Visibility, consente di gestire la supply chain da un unico punto di visibilità, integrando quindi la prospettiva a monte (la fornitura), con quella a valle, verso clienti e punti vendita. Uno strumento che consente a Benetton di gestire in modo fluido una supply chain molto complessa, implementando un approccio collaborativo che mette in evidenza la profonda interdipendenza fra le varie fasi del percorso e l'indispensabile contributo di ciascun attore.

**Il caso, che verrà approfondito nel corso della IV edizione di Trace.ID Fashion che si svolgerà l'11 novembre 2015 a Milano, dimostra non solo la capacità di questa azienda di cambiare volto e sostanza, seguendo le linee più innovative del mercato fashion: cosa che risulta di sicuro interesse per qualsiasi realtà italiana di questo settore, al di là delle dimensioni o caratteristiche specifiche. Ma conferma altresì il ruolo sostanziale svolto dalla supply chain, come base per l'implementazione di nuovi modelli commerciali, e della tecnologia come strumento abilitatore dei processi così definiti. La soluzione realizzata da Tesisquare, infatti, è stata lo snodo chiave, in grado di supportare scelte strategiche di grande portata e di consentire la traduzione in pratica degli obiettivi stabiliti.**

### **SAVE THE DATE!**

- **11 novembre 2015, Milano Hotel Michelangelo: Trace.ID Fashion – IV edizione**
- **Organizzatore: Editrice TeMi – Logistica Management e Datavalue**
- **Ingresso gratuito fino a esaurimento posti e previa registrazione sul sito: [www.trace-id.eu](http://www.trace-id.eu)**

Contatto stampa: Cecilia Biondi, [cecilia.biondi@editricetemi.com](mailto:cecilia.biondi@editricetemi.com)

Contatto marketing: Anna Dall'Osso, [anna.dallosso@editricetemi.com](mailto:anna.dallosso@editricetemi.com)