

K E R I N G



COMUNICATO STAMPA

11.03.2020

KERING E I SUOI MARCHI UNISCONO LE FORZE PER COMBATTERE LA DIFFUSIONE DEL CORONAVIRUS IN ITALIA

In risposta alla grave diffusione del virus in Italia, e a ulteriore testimonianza del ruolo chiave che il Paese riveste per Kering, i marchi del Gruppo hanno unito le proprie forze per sostenere gli sforzi nell'arginare la diffusione delle infezioni da Covid-19.

Kering, i suoi marchi italiani e tutti quelli con rilevanti attività nel Paese (Gucci, Bottega Veneta, Saint Laurent, Balenciaga, Alexander McQueen, Brioni, Kering Eyewear e Pomellato) effettueranno una donazione pari a 2 milioni di Euro totali. I fondi saranno destinati ad alcune delle principali realtà ed organizzazioni sanitarie del Paese localizzate in quattro aree dove il Gruppo e i marchi sono maggiormente presenti, ovvero nelle regioni della Lombardia, Veneto, Toscana e Lazio.

Kering esprime la propria vicinanza a tutti coloro che sono impattati dalla diffusione di tale virus.

A proposito di Kering

Gruppo mondiale del lusso, Kering sostiene e promuove lo sviluppo di alcune tra le più rinomate Maison di moda, pelletteria, gioielleria e orologi: Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Balenciaga, Alexander McQueen, Brioni, Boucheron, Pomellato, DoDo, Qeelin, Ulysse Nardin, Girard-Perregaux e Kering Eyewear. Kering pone la creatività al centro della sua strategia, permettendo così alle Maison di spingere sempre più in là i limiti dell'espressione creativa per plasmare un lusso sostenibile e responsabile per il futuro. Ecco il senso del nostro motto: "Empowering Imagination". Nel 2019 Kering contava circa 38.000 dipendenti e ha realizzato un fatturato di 15,9 miliardi di euro.

Contatti

Stampa

Claudia Mora

Emilie Gargatte

Marie de Montreynaud

+39 02 36052143

+33 (0)1 45 64 61 20

+33 (0)1 45 64 62 53

claudia.mora@kering.com

emilie.gargatte@kering.com

marie.demontreynaud@kering.com

www.kering.com

Twitter: @KeringGroup

LinkedIn: Kering

Instagram: @kering_official

YouTube: KeringGroup