



## Kering Eyewear fête ses 10 ans et devient une étude de cas à Harvard

Alors que Kering Eyewear souffle cette année ses 10 bougies, l'histoire du spécialiste de la lunetterie va être étudiée à la Harvard Business School à Boston, aux Etats-Unis. Son modèle d'entreprise, ses innovations et sa position sur le marché seront explorés.

Kering Eyewear sur les bancs de l'école

Retour à l'université pour Kering Eyewear. La firme sous l'égide de Kering est devenue une étude de cas à la Harvard Business School, située à Boston sur la côte est américaine. L'initiative est née de représentants de la faculté qui se sont associés pour rédiger l'histoire de Kering Eyewear grâce à diverses analyses et entretiens. Les étudiants de l'école auront l'occasion de découvrir l'entreprise en profondeur et de s'enrichir de son business model, de sa stratégie et de son rôle dans l'industrie de la lunetterie.

"Devenir une étude de cas à Harvard et être reconnus par l'une des institutions éducatives les plus prestigieuses et respectées à travers le monde est un privilège unique pour nous tous chez Kering Eyewear. Cela représente une occasion supplémentaire de célébrer notre 10 e anniversaire de manière très spéciale, tout en renforçant la reconnaissance de l'engagement de notre équipe, moteur du succès de notre entreprise" a déclaré Roberto Vedovotto, fondateur, président et PDG de Kering Eyewear.

Afficher cette publication sur Instagram

Une publication partagée par GUCCI (@gucci)

Si ce projet valorise le parcours de l'entreprise auprès d'étudiants et de la sphère universitaire, il s'opère en parallèle de l'anniversaire des 10 ans de Kering Eyewear. Dans ce cadre, un livre commémoratif nommé Never Never Never Give Up va être publié par Rizzoli. L'ouvrage sera disponible à compter du 1er 2025.

L'histoire de Kering EyeWear a débuté à la toute fin de 2014 lorsqu'une petite équipe pilotée par Roberto Vedovotto a entamé des travaux pour créer la première société de luxe dans l'industrie de la lunetterie. En juin 2015, la firme a présenté sa première ligne baptisée "Collezione 1". Les années qui ont suivi, de nombreuses maisons ont intégré le portefeuille du groupe. Gucci, Cartier, Balenciaga, MontBlanc, Chloé, Dunhill, Lindberg, Maui Jim... Aujourd'hui, Kering Eyewear compte 14 marques. Un développement considérable qui lui a permis d'ouvrir en 2019 un centre logistique à Vescovana, en Vénétie.

Au cours des neuf premiers mois de l'année, et malgré le ralentissement de son homologue mode Kering, le spécialiste de la lunetterie a enregistré un chiffre d'affaires d'1,25 milliard d'euros, soit une augmentation de +4,7% par rapport à la même période de 2023.

