
Modaes

Back Stage

Gucci sigue los pasos de Burberry: el grupo desembarca en Snapchat para 'conectar' con los 'millennials'

Modaes
2 dic 2015 - 13:04

Gucci sucumbe a **Snapchat**, la red social dedicada al envío de archivos que desaparecen al cabo de unas horas o minutos. La compañía italiana sigue así los pasos de **Burberry**, que ya utilizó esta plataforma para retransmitir sus desfiles.

Esta vez, **Gucci** utilizará esta red social hoy a las dos del mediodía para presentar su precolección de otoño-invierno 2016, realizada por el director creativo **Alessandro Michele**. De esta forma, la firma pretende conectar con la generación *millennial*, los primeros usuarios de esta red social de videos efímeros. Otras marcas ya activas en **Snapchat** son **Louis Vuitton**, **Alexander Wang** y **Prabal Gurung**.

El conglomerado de lujo **Kering**, propietario de **Gucci**, cerró los nueve primeros meses de su ejercicio (periodo finalizado el pasado 30 de septiembre) con una cifra de negocio de 8.408 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del 15,2% respecto al mismo periodo del año anterior.

Gucci y **Puma**, inmersos en un proceso de reorganización, registraron aumentos a doble dígito, e **Yves Saint Laurent** volvió a ser la enseña que más disparó su facturación. En el tercer trimestre, **Gucci** creció un 8,6%, hasta 924 millones de euros.

1 / 1

<https://www.modaes.com/back-stage/gucci-sigue-los-pasos-de-burberry-el-grupo-desembarca-en-snapchat-para-conectar-con-los-millennials>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.
