



## **Luxottica e Versace insieme per la prevenzione del COVID-19 tra i dipendenti**

**Milano, 6 ottobre 2020** - Luxottica e Versace annunciano che Luxottica condividerà con Versace parte del suo programma interno di prevenzione, screening e ricerca contro il COVID-19 in Italia, incentrato su innovativi meccanismi di sorveglianza attiva e di monitoraggio del rischio. Obiettivo del programma, sviluppato in collaborazione con l'Università di Padova, è sottoporre a tampone all'interno dell'organizzazione aziendale i profili maggiormente a rischio di contagio per individuare eventuali casi di positività, anche se asintomatici. L'iniziativa sarà ora estesa ai dipendenti Versace.

Negli ultimi sei mesi, Luxottica ha messo a punto un modello di prevenzione, salute e sicurezza esteso all'interno delle sue sedi italiane, sia direzionali sia logistico-produttive, per prevenire la diffusione di COVID-19 tra i dipendenti. L'azienda ha investito importanti risorse per proteggere le sue persone e creare un luogo di lavoro sicuro durante questo periodo difficile, introducendo misure come la riorganizzazione dei turni e dei flussi di lavoro all'interno dei siti o i controlli della temperatura ai varchi, e iniziative come l'invio di kit di mascherine a casa dei dipendenti in tutto il mondo, per loro e le loro famiglie.

Uno degli elementi cardine e più innovativi di questo modello di prevenzione aperto è il "protocollo tamponi" introdotto sotto il coordinamento scientifico del Dipartimento di Medicina Molecolare diretto dal Prof. Andrea Crisanti dell'Università di Padova. Grazie al significativo supporto della Fondazione Leonardo Del Vecchio, l'Ateneo ha creato un nuovo Laboratorio COVID-19 in grado di elaborare fino a un massimo di 40.000 test diagnostici al mese.

Luxottica e l'Università di Padova estenderanno ora la possibilità di accedere al programma di sorveglianza attiva e ricerca ai principali partner di Luxottica in Italia, a cominciare da Versace. I dipendenti di Versace potranno sottoporsi a un tampone su base volontaria per rilevare la presenza del nuovo coronavirus. Questo modello aiuterà Versace, con cui Luxottica collabora da oltre 17 anni, a prevenire focolai all'interno dell'azienda e a promuovere luoghi di lavoro sicuri.

La prima fase del progetto, avviato a luglio, coinvolge i dipendenti delle sedi di Milano e Novara della società, con una seconda campagna tamponi in autunno.

*"Siamo felici di poter mettere a disposizione il nostro modello di prevenzione aperto e le nostre risorse a tutti i partner in Italia che vogliono unirsi a noi in questa iniziativa e in particolare a Versace, i cui valori sono sempre stati allineati ai nostri, per servire la comune priorità di proteggere la salute e la sicurezza delle nostre organizzazioni. Non esiste modo migliore di onorare il ruolo di azienda socialmente responsabile che investire sulle nostre persone e, per estensione, su chi da anni lavora al nostro fianco. Siamo orgogliosi della collaborazione con l'Università di Padova e crediamo che il lavoro che stiamo facendo insieme per prevenire la*

diffusione del COVID-19 tra i dipendenti italiani avrà un impatto importante nel lungo termine”, spiega Francesco Milleri, Vice Presidente - Amministratore Delegato di Luxottica.

*“In Versace, la sicurezza e il benessere della nostra comunità sono sempre stati la priorità assoluta. Durante questo periodo di pandemia, siamo stati particolarmente attenti alla salute dei nostri dipendenti, ed è per questo che abbiamo deciso di fare un altro passo avanti verso la prevenzione da COVID-19. Siamo orgogliosi di collaborare con Luxottica e con il Dipartimento di Medicina Molecolare dell'Università degli Studi di Padova per offrire a tutti i dipendenti Versace l'opportunità di sottoporsi al tampone per la diagnosi tempestiva di eventuale positività al virus. I tamponi, il metodo più efficiente ed affidabile per identificare i casi di contagio e i possibili asintomatici, sono stati effettuati nelle sedi di Milano e Novara già a partire da luglio, e una seconda fase è prevista in autunno. Non si tratta solo di un dovere nei confronti dei nostri dipendenti, ma dell'intera comunità di cui facciamo parte, con l'obiettivo di fermare la diffusione di COVID-19”*, ha aggiunto Jonathan Akeroyd, Amministratore Delegato di Versace.

**Contatti:**

**Luxottica Group:**

e-mail: [corporate.communication@luxottica.com](mailto:corporate.communication@luxottica.com)

**Versace**

e-mail: [press@versace.it](mailto:press@versace.it)

**Luxottica Group S.p.A.**

Luxottica Group è leader nel design, produzione e distribuzione di occhiali di fascia alta, di lusso e sportivi, con un portafoglio marchi forte e ben bilanciato sia di proprietà, tra cui Ray-Ban, Oakley, Costa, Vogue Eyewear, Persol, Oliver Peoples e Alain Mikli, sia in licenza, come Giorgio Armani, Burberry, Bulgari, Chanel, Dolce&Gabbana, Ferrari, Michael Kors, Prada, Ralph Lauren, Tiffany & Co., Valentino e Versace. Oltre a una presenza wholesale globale che tocca più di 150 Paesi, il Gruppo gestisce un esteso network retail, comprendente oltre 9.000 negozi: LensCrafters e Pearle Vision in Nord America, OPSM, LensCrafters e Spectacle Hut in Asia-Pacifico, GMO e Óticas Carol in America Latina, Salmoiraghi & Viganò in Italia e Sunglass Hut in tutto il mondo.

[www.luxottica.com](http://www.luxottica.com).

**Gianni Versace S.r.l.**

Fondata nel 1978, Gianni Versace S.r.l. è una delle principali case di moda e design. Sotto la Direzione artistica di Donatella Versace dal 1997, la maison disegna, produce, distribuisce e commercializza articoli di moda e lifestyle tra cui alta moda, prêt-à-porter per uomo e donna, gioielli, orologi, accessori, fragranze e arredi. La Gianni Versace S.r.l. fa parte di Capri Holdings Limited, un gruppo riconosciuto a livello globale nel mondo del lusso.

[www.versace.com](http://www.versace.com).