



## COLLABORAZIONI IN RETE

# Chalayan in esclusiva su Yoox

**H**ussein Chalayan e Yoox.com presentano una collezione uomo per la prossima primavera-estate. Una collezione speciale, incentrata su capi basic, moderni e facili da indossare realizzati dedicando particolare cura al design leggero e al taglio preciso in tessuti semplici e con una *palette* di colori basata su nero, grigio, bianco e tinte neutre con accenti corallo. E lo fanno, in anteprima assoluta mondiale, con una video-installazione, in occasione di Pitti Immagine Uomo (a Firenze fino a domani), che suggerisce una riflessione sul rapporto fra uomo e tecnologia e fra tecnologia e moda.

La collezione dello stilista cipriota, nominato British Designer of the Year nel 1999 e nel 2000 e noto per le sue opere d'avanguardia, sarà in edizione limitata e in vendita in esclusiva da metà gennaio sul sito di Yoox, che ha chiuso il 2006 con un milione di capi consegnati in tutto il mondo, un fatturato lordo di 69 milioni di euro e 3 milioni di persone che lo visitano ogni mese.

«La tecnologia è il *fil rouge* tra Hussein Chalayan, da tempo impegnato nella ricerca tecnologica sui capi, e Yoox, che è stata in grado di costruire in Rete uno spazio di incontro fra tecnica ed estetica e di affrontare le problematiche complesse del commercio elettronico» spiega Federico Marchetti, fondatore e amministratore delegato di Yoox Group.

E aggiunge: «Da sempre, poi, supportia-



**Il fondatore.** Federico Marchetti, amministratore delegato di Yoox.com

mo designer di talento che vogliono avere visibilità internazionale grazie al progetto "The wild bunch". Fa parte del nostro Dna impegnarci in progetti speciali e collaborazioni -. Prima di Chalayan ci sono stati il brasiliano Alexandre Herchcovitch, vincitore della prima edizione del progetto, seguito dal sudafricano Hamish Morrow; dal tedesco Bernhard Willhelm e dall'americano Jeremy Scott. E adesso, per la prossima edizione, siamo alla ricerca di un emergente italiano».

Ma per Yoox.com i progetti non finiscono qua. «Abbiamo iniziato a realizzare negozi virtuali monomarca per altri brand - continua Marchetti - come quelli di Marni, attivo da settembre 2006, Emporio Armani da agosto 2007 e Diesel da novembre scorso. E l'obiettivo per quest'anno è costruirne altri sei-otto».

**Marika Gervasio**

marika.gervasio@ilsole24ore.com

OLYMPIA