



## Abstract:

## Diesel and YOOX partner online

Diesel inaugurates his biggest monobrand store, not in a big city but on the Internet. The new virtual shop called "The Diesel Style Lounge" has been created by Diesel in partnership with YOOX.



Moda. Nuovo sito per l'e-commerce del gruppo di Rosso

## Diesel e Yoox partner online

Giulia Crivelli

Domani Diesel inaugura il suo più grande monomarca. Non in una grande città o in un mega centro commerciale, ma su internet.

Il nuovo negozio virtuale, battezzato "The Diesel Style Lounge", è stato ideato dall'azienda veneta insieme a Yoox.com - leader in Italia nella vendita online di abbigliamento, accessori e oggetti di design - ed è il terzo progetto di partnership tra la società creata da Federico Marchetti nel 2000 con brand della moda, dopo Marni e Emporio Armani.

«Negli ultimi sette anni abbiamo creato e continuamente migliorato la nostra tecnologia, la piattaforma di sistemi logistici e i magazzini - spiega Marchetti -. Oggi disponiamo di 20 studi fotografici con 25 fotografi e abbiamo pensato di creare una società ad hoc, Y Services, per

fornire tutto questo a quei brand che desiderano creare il loro *online store*».

«Sognavo da sempre un negozio dove trovare tutti i miei prodotti preferiti - aggiunge Renzo Rosso, fondatore e presidente del gruppo veneto -. Finalmente abbiamo creato un *flagship* digitale, dove i fan Diesel di tutto il mondo, a qualsiasi ora del giorno e della notte, possono sperimentare un nuovo modo di fare shopping». Il sito Diesel conta già oggi su circa un milione di visitatori al mese e la speranza è che si trasformino tutti in clienti.

Nel nuovo negozio virtua-

le ci sarà una selezione di oltre mille prodotti, molti dei quali selezionati dallo stesso Renzo Rosso.

L'interfaccia del Diesel Style Lounge - che verrà lanciata simultaneamente in Europa e America - cambierà ogni stagione e proporrà 18 *total look* (9 da donna e 9 da uomo). Grazie a effetti cinematografici e tecniche digitali simili a quelle utilizzate per la realizzazione di film come *Matrix*, per la prima volta i consumatori potranno vedere e percepire la consistenza dei tessuti e come un jeans, una camicia o un intero look si adattino a corpi reali. Per ogni prodotto sono stati necessari circa 10mila scatti digitali e l'offerta comprende la linea completa di abbigliamento, denim, accessori e underwear Diesel e verrà continuamente aggiornata.

### EFFETTI SPECIALI

L'offerta comprende oltre mille prodotti e grazie alla tecnologia digitale si potranno provare «virtualmente»



<http://store.diesel.com>

