

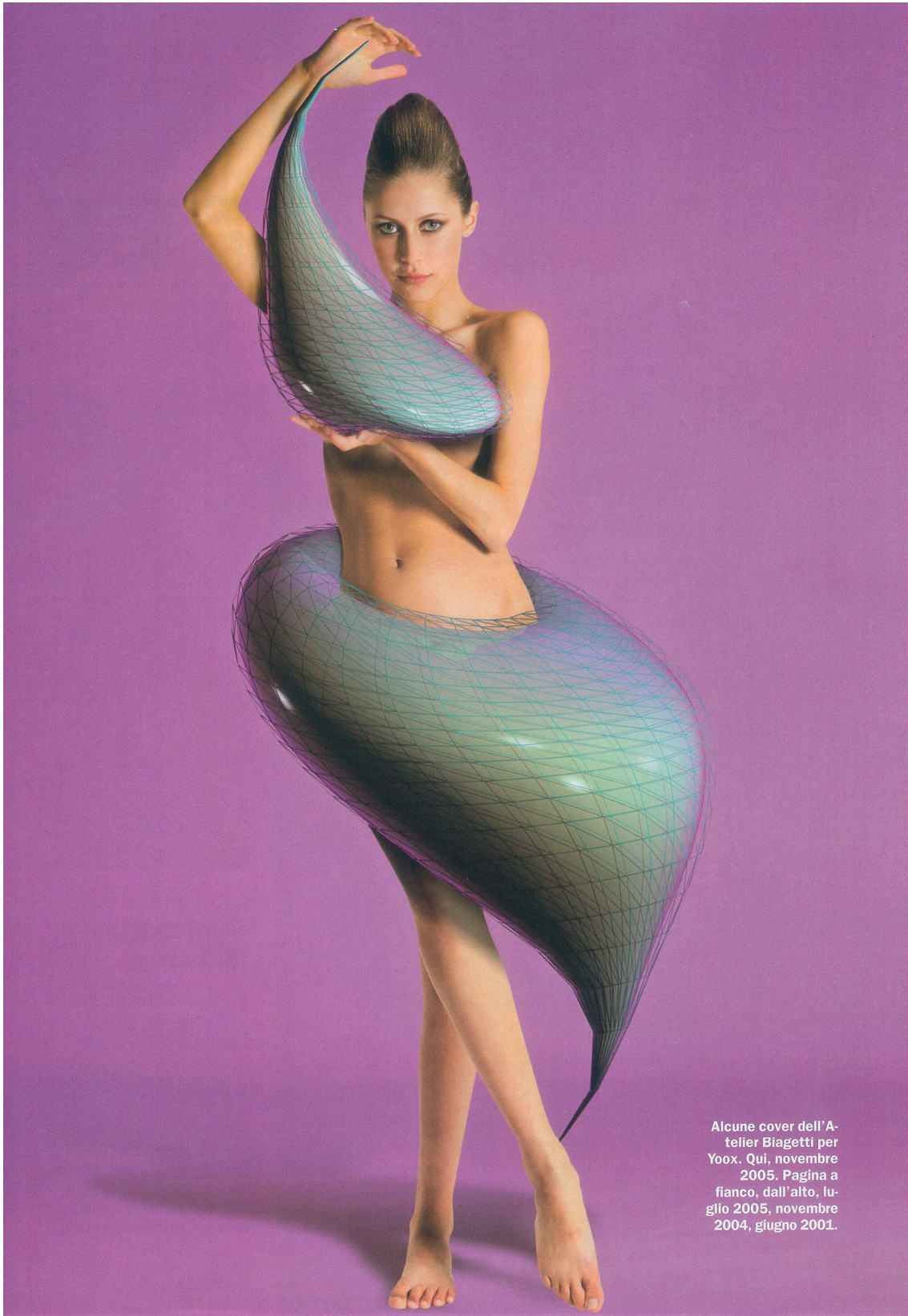
E-COMMERCE

# Yoox

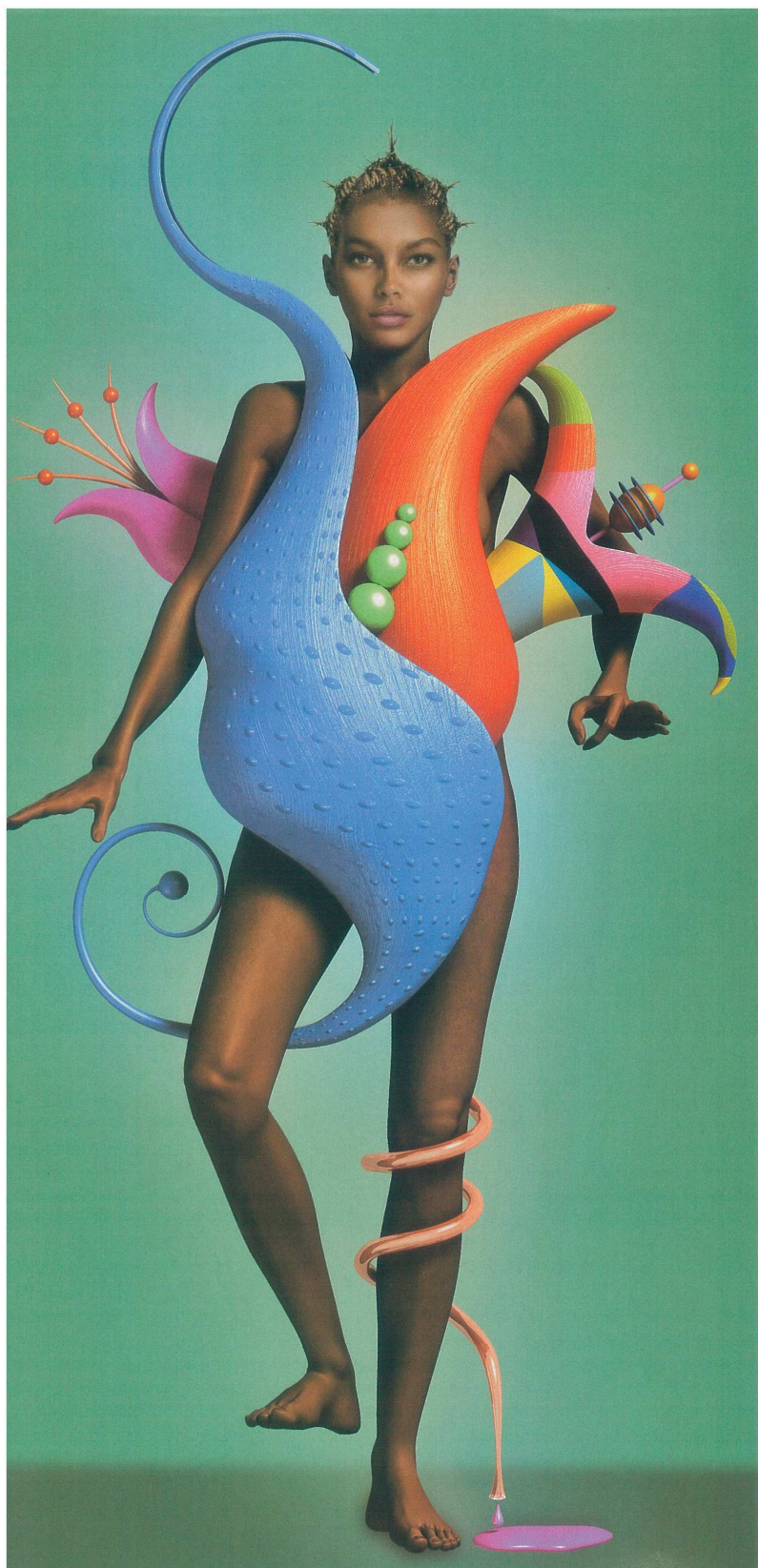
## Una rete da shopping

Copertine d'autore, accessori personalizzabili e linee vintage da collezione. Un guardaroba virtuale che si modella sui desideri di chi naviga

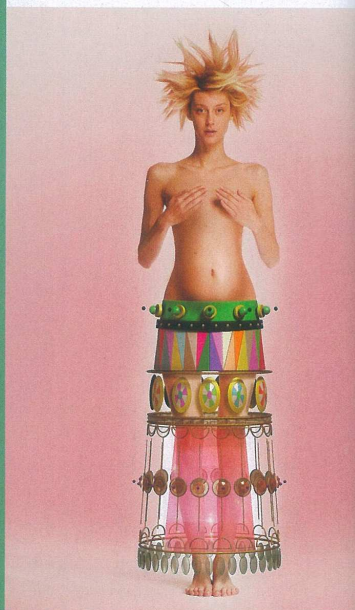
di Pia Capelli



Alcune cover dell'Atelier Biagetti per Yoox. Qui, novembre 2005. Pagina a fianco, dall'alto, luglio 2005, novembre 2004, giugno 2001.



Atelier Biagetti, Yooxcover, a sinistra, ottobre 2003, sotto, gennaio 2004. Nella pagina di fronte, da sinistra, giugno 2002, aprile 2006, marzo 2006.



## Ogni mattina 400 arrivi

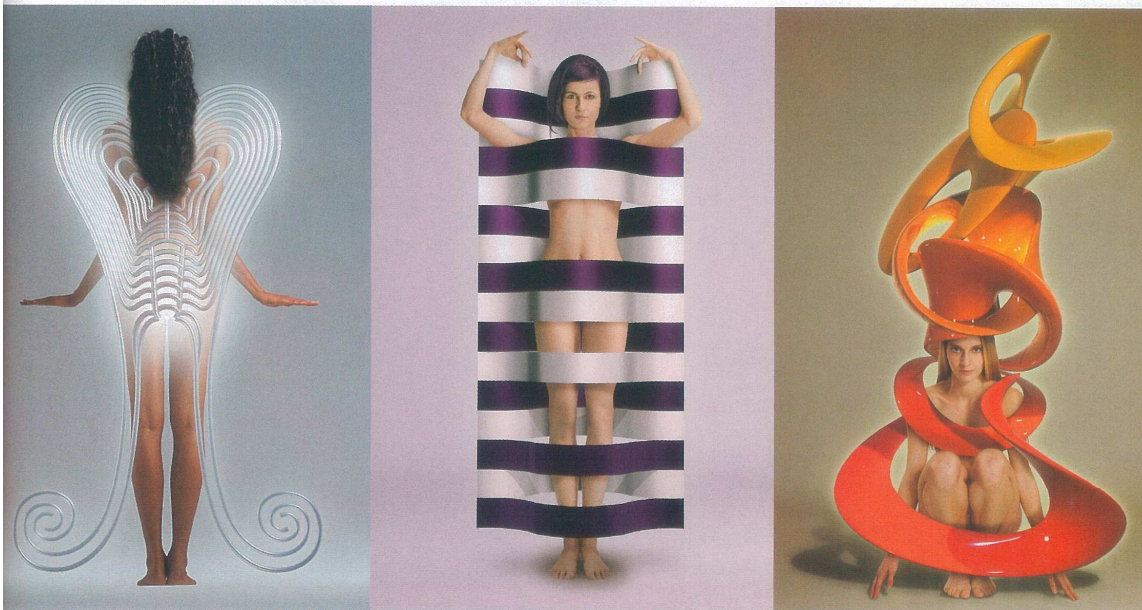
**L**e borse componibili Strambo si assemblano cliccando su The sign of design. Zaini antropomorfi, borsette a forma di osso, di citofono, cariche di tasche magnetiche. Il catalogo Yoox si rinnova ogni giorno con 400 nuovi arrivi. Abiti ma anche oggetti d'arredamento, cd musicali, cosmetici, sex toys, gioielli, lingerie. I prezzi variano dai pochi euro degli accessori ai 5.500 dei vestiti da sera anni Cinquanta.

## Artisti e designer firmano borse, pupazzi e gioielli in edizione limitata

**Y**oox.com, il sito di moda nato a Bologna nel 2000, è oggi una delle realtà di e-commerce più attive, con un milione di capi venduti all'anno e 70 milioni di visitatori europei, americani, canadesi e giapponesi. Dietro al successo commerciale c'è una strategia comunicativa che punta sull'immagine, e affianca le collezioni dei grandi stilisti ai lavori di artisti contemporanei. Le ambizioni di

curioso è *Strambo*, collezione di borse componibili pensate espressamente per il sito da creativi come Fulvia Mendini e Matteo Guarnaccia.

**L'attenzione per l'arte contemporanea** ha fatto sconfinare Yoox dal territorio della rete per approdare nei musei e nell'editoria. Nel 2005 la mostra *Dressing ourselves*, curata da Guerriero, ha portato alla Trien-



universalità di Yoox sono nascoste nel nome, in cui la y, simbolo del cromosoma maschile, e la x, simbolo di quello femminile, sono separate da una doppia "o" che sta per lo zero del codice binario.

**Il fondatore del sito** è Federico Marchetti, esperto di beni di lusso cresciuto alla Bocconi di Milano, passato per la banca d'affari Lehman brothers e per il colosso della consulenza finanziaria Bain & co. Sua l'idea, sette anni fa, di un negozio online di moda la cui homepage, come una vetrina, cambia tutti i mesi con l'aiuto degli artisti Alessandro Guerriero, Mirko Ginèpro e Alberto Biagetti che ne ridisegnano la copertina. Biagetti è il responsabile dell'immagine di Yoox, e oltre a firmare le Yooxcover e raccoglierle in calendario ha seguito una serie di progetti speciali. Il più

nale di Milano trenta artisti scelti da Yoox perché creassero il proprio autoritratto in forma d'abito. Nella rassegna sono entrati Mimmo Paladino, Pablo Echaurren, Patrick Tuttofuoco. E l'anno scorso il volume *Yoox attack* edito da Trolley books ha raccolto le cover più belle in un libro illustrato.

**Alla base dell'estetica di Yoox** c'è un'idea postmoderna di guardaroba, secondo cui i capi si adattano ai gusti del compratore, e si lavora intorno a una nuova percezione del corpo. È l'avanguardia della moda customizzata, dove non solo l'abito ma anche il negozio mutano a seconda delle esigenze del cliente. Le pagine più gustose propongono collezioni vintage, linee in edizione limitata, anteprime di marchi innovativi e abiti da collezione di Gucci, Pucci e Fiorucci.

## Dall'autunno, link con Enzo Mari. In viaggio nei deserti americani



Le Yooxcover di aprile 2004 e gennaio 2006. Cliccando sulle immagini della homepage la figura si anima e cambia forma e colore, accompagnata dalla musica.

**A settembre ci saranno novità.** Una zona riservata ai bambini, Babyyoox.com, che avrà per testimonial tre personaggi di nome Baby, Kid e Junior usciti dalla fantasia della giovane fumettista veronese Erika Akire (nome d'arte di Erika Bendazzoli). Per gli adulti si inaugurerà il settore gioielli, caratterizzato da pezzi unici firmati da stilisti emergenti come la designer danese Julie Sandlau, la scultrice francese Simone Vera Bath, l'eccentrica parigina Delphine Charlotte Parmentier, che unendo cristalli, pietre preziose, lana e cuoio è piaciuta a case come Chanel, Dior e Lacroix. Sul fronte artistico, dall'autunno la pagina d'apertura di Yoox ospiterà il diario di viaggio di Enzo Mari tra i deserti di Nevada e Arizona. La sua caccia al tesoro tra oggetti urbani abbandonati darà vita in gennaio a

una mostra patrocinata dall'Istituto italiano di cultura a Los Angeles. Si arricchiscono così le vetrine virtuali, che spaziano tra grandi griffe (da Armani a Viktor & Rolf), giovani stilisti, oggetti di design per la casa (Alessi, Kartell) e libri d'arte (Phaidon, Taschen, Thames & Hudson). Nella sezione Arte & design si trovano i pupazzi strampalati di Tatiandoti, che costano poche decine di euro, ma aprendo le altre porte dell'e-shop ci si imbatte in oggetti raffinati e costosi. Gli abiti destrutturati di Ann Demeulemeester e Yohji Yamamoto, i modelli da cocktail di Alberta Ferretti, Valentino e Givenchy, i mobili low cost di Philippe Starck. E i vestiti ricamati da gran sera della sartoria Tizzoni, che hanno mezzo secolo ma costano come se fossero fatti su misura.

*Pia Capelli*