

YOOX NET-A-PORTER GROUP

COMUNICATO STAMPA

CON DUE PROGETTI PILOTA YOOX NET-A-PORTER GROUP LANCIA LA DIGITAL ID, TECNOLOGIA CHE VERRÀ ESTESA A TUTTE LE COLLEZIONI DELLE PRIVATE LABEL DAL 2021 E ACCELERERÀ LA CIRCOLARITÀ NELLA MODA E NEL LUSSO

- DAL 2021 PARTONO DUE PROGETTI PILOTA INNOVATIVI PER IMPLEMENTARE L'IDENTITÀ DIGITALE DEI CAPI SU TUTTE LE COLLEZIONI DELLE PRIVATE LABEL DEL GRUPPO
- LA DIGITAL ID DARÀ AI CLIENTI L'ACCESSO A SERVIZI DI CURA E RIPARAZIONE DEI CAPI, NE FAVORIRÀ IL RE-COMMERCE E IL RICICLO, AUMENTANDONE LA LONGEVITÀ
- L'INIZIATIVA È PARTE DI INFINITY, LA STRATEGIA DECENNALE DI SOSTENIBILITÀ DEL GRUPPO, CHE MIRA A CONSOLIDARE LA DIFFUSIONE DELLA CIRCOLARITÀ NELL'INDUSTRIA DEL LUSSO E DELLA MODA

16 DICEMBRE 2020 – YOOX NET-A-PORTER GROUP, leader globale nel lusso e nella moda online, lancia oggi due progetti pilota di Digital ID dei capi, come primo passo nell'implementazione di questa tecnologia su tutte le collezioni delle sue private label, a partire dal 2021.

I progetti pilota sono stati implementati su alcuni modelli dell'ultima collezione Mr P. di MR PORTER e sulla collezione YOOX NET-A-PORTER for The Prince's Foundation. Attraverso la scansione del QR Code cucito all'interno di questi capi, i clienti potranno accedere ad informazioni, contenuti e servizi esclusivi relativi al prodotto. Ad esempio, dettagli sulla provenienza e il design del capo, le istruzioni per il suo mantenimento e suggerimenti di stile per renderlo sempre contemporaneo nel corso degli anni.

A partire dal 2021 YOOX NET-A-PORTER, in collaborazione con EON e utilizzando il suo CircularID™ Protocol, continuerà a sviluppare il servizio introducendo il QR code all'interno di ogni capo delle private label, dando ai clienti accesso all'identità digitale specifica di ogni indumento.

Le Digital ID sono certificazioni virtuali utili per tracciare la storia di ogni capo, documentandone il percorso dalla fase della realizzazione a quella dell'uso, della rivendita, del riutilizzo e del riciclo. Questa tecnologia consentirà ai clienti e ai partner del Gruppo di controllare facilmente l'autenticità, la provenienza e la storia di ogni singolo capo, includendo informazioni sullo styling, sulla cura e sul suo specifico mantenimento in modo da estenderne la longevità e promuovere un approccio circolare. Nel tempo la realizzazione di un ecosistema affidabile e interconnesso di prodotti autenticati darà modo al Gruppo di offrire nuovi servizi ai propri clienti, dalla gestione di un guardaroba virtuale alle opzioni di re-commerce e riciclo, dando un'opportunità di nuova vita a capi che andrebbero altrimenti perduti, all'interno di un sistema moda circolare.

"Oggi, quando acquistiamo un capo d'abbigliamento diventa molto difficile tracciarne in maniera affidabile la provenienza, la composizione o l'autenticità. Nel tempo, la mancanza di queste informazioni può rendere difficile prendersi cura dei propri abiti, rivenderli o riciclarli. In YOOX NET-A-PORTER siamo convinti che la Digital ID - un passaporto digitale per i vestiti nel nostro guardaroba - possa aiutare a superare queste difficoltà. Con una semplice scansione del QR code cucito all'interno dei capi, i clienti e i partner potranno accedere ad informazioni esclusive, contenuti interessanti e a tutti i servizi disponibili per quell'indumento. Con la graduale crescita di questo ecosistema di Digital ID, fasi importanti della vita

YOOX NET-A-PORTER GROUP

dei capi, come il rammendo o la rivendita, verranno aggiunte come timbri digitali sul loro "passaporto", dando a ogni articolo l'opportunità di una seconda vita con un nuovo proprietario o di essere riciclato correttamente, aiutandoci a cambiare prospettiva sulla longevità dei prodotti e sulla circolarità nella moda e nel lusso".

- Giorgia Roversi, Director of Sustainability & Inclusion GRUPPO YOOX NET-A-PORTER

Questo piano di digitalizzazione dell'identità dei capi è stato realizzato dai team di sostenibilità e Ricerca e Sviluppo del Gruppo, come parte integrante di Infinity, la strategia per la sostenibilità di YOOX NET-A-PORTER lanciata a Novembre 2020. Sfruttando soluzioni tecnologiche all'avanguardia come la Digital ID, il Gruppo intende accelerare ulteriormente la diffusione della sostenibilità e della circolarità nella moda e nel lusso, potenziando la tracciabilità dei prodotti e incoraggiando i clienti a fare scelte d'acquisto più consapevoli e ad estendere la vita dei propri capi. L'obiettivo è portare avanti un cambio di mentalità per cui si dia valore sia alla provenienza che al futuro di ogni prodotto, rendendo le opzioni d'acquisto sostenibili più intuitive e facili, in accordo con la missione del Gruppo di offrire alle persone il piacere di una moda e di un lusso che duri nel tempo.

Una volta implementata la Digital ID sulle private label, l'obiettivo del Gruppo è quello di estenderne il know how ai brand partner perché possano a loro volta offrire ai clienti l'accesso a informazioni utili per estendere la vita del loro intero guardaroba.

FINE

YOOX NET-A-PORTER GROUP

YOOX NET-A-PORTER GROUP

YOOX NET-A-PORTER GROUP è il leader globale nel lusso e nella moda online con oltre 4.3 milioni di clienti alto spendenti in 180 Paesi. Come pioniere dell'unione tra il mondo del lusso e quello della tecnologia, YOOX NET-A-PORTER fornisce alla clientela più esigente il piacere della moda e del lusso che dura nel tempo. L'offerta di prodotti dei brand più desiderati al mondo e di servizi personalizzati è arricchita da 20 anni di dati sul consumatore moderno.

YOOX NET-A-PORTER ha un posizionamento unico in un settore in forte crescita come quello dell'e-commerce di lusso grazie a un modello di business che comprende un ecosistema completo nel retail di lusso. Il Gruppo vende direttamente ai clienti in tutto il mondo attraverso i propri negozi online multimarca: NET-A-PORTER, MR PORTER, YOOX e THE OUTNET. Inoltre, la divisione Online Flagship Stores collabora con molti marchi leader del lusso per sviluppare le loro piattaforme di e-commerce, compresa la prossima generazione di soluzioni omnichannel che superano il concetto di confine tra lo shopping online, quello da mobile e quello in boutique.

YOOX NET-A-PORTER bilancia la tecnologia e il tocco umano per creare un'esperienza di acquisto di alto livello. Intelligenza artificiale, realtà aumentata, ricerca vocale e visiva sono tutte le innovazioni che il Gruppo sta sviluppando per arricchire l'esperienza di acquisto del cliente, che è quasi sempre da smartphone. La sostenibilità plasma sempre di più il business model di YOOX NET-A-PORTER, e attraverso la circolarità, la trasparenza e la collaborazione, il Gruppo punta a promuovere un impatto positivo di lunga durata sulle persone e sul pianeta.

YOOX NET-A-PORTER è un gruppo globale con radici anglo-italiane. Il servizio al cliente altamente localizzato è supportato da uffici e attività logistiche negli Stati Uniti, in Europa, Medio Oriente, Giappone, Cina e Hong Kong. Il Gruppo ha rafforzato la sua presenza nei mercati di lusso in rapida crescita come quelli cinesi e mediorientali attraverso joint venture con i più forti partner locali (Alibaba e Symphony Investments di Mohamed Alabbar).

YOOX NET-A-PORTER fa parte di Richemont. Federico Marchetti, fondatore di YOOX, è Presidente e Amministratore Delegato del Gruppo.

CONTATTI PER LA STAMPA

Ufficio stampa

press@ynap.com