



Borsa

Marchetti (Yoox): «Eravamo il futuro 20 anni fa e lo siamo oggi»

Il colosso e-commerce celebra un ventennio da game changer. E, forte di 4,2 milioni di clienti in 180 Paesi, guarda al domani tra intelligenza artificiale, education e big data. **Tommaso Palazzi**

Celebra i suoi primi 20 anni ma guarda decisamente avanti **Yoox Net-a-porter**. Il gruppo, con oltre 4,2 milioni di clienti in 180 Paesi, supera un miliardo di euro di vendite

annuali da smartphone e genera oltre un miliardo di visite all'anno sulle proprie destinazioni online. «Noi eravamo il futuro 20 anni fa, ma lo siamo ancora adesso. Stiamo continuando a ragionare su quello che potrebbe essere il domani», aveva detto in un'intervista esclusiva a *MFF* il fondatore, presidente e ceo **Federico Marchetti**. «L'intelligenza artificiale e l'innovazione tecnologica sono parte di questo nostro Dna. Come

un circolo virtuoso», aveva proseguito l'imprenditore. L'e-tailer, che ha compiuto il delisting nel 2018 passando sotto il controllo pieno di **Richemont** con una valorizzazione di 5,3 miliardi di euro, sta rinnovando ulteriormente lo shopping, portando intelligenza artificiale, visual recognition e big data nell'esperienza d'acquisto

di beni di lusso. Ma, visto il compleanno tondo, bisogna almeno ricordare qualche tappa di una strada piena di successi. Era il 20 giugno del 2000, quando Marchetti ha fondato Yoox, il primo sito e-commerce

di lifestyle al mondo, nato molto prima del lancio di **Facebook**, **Instagram** e **iPhone**. Nel 2009 Yoox

venne quotata alla Borsa di Milano, diventando la prima ipo registrata in Italia in 18 mesi, e a tutt'oggi l'azienda è ancora l'unico «unicorno» italiano. Nel 2015, Marchetti ha guidato l'innovativa fusione tra Yoox e Net-a-porter per creare Yoox Net-a-porter, il leader mondiale nel lusso e nella moda on-

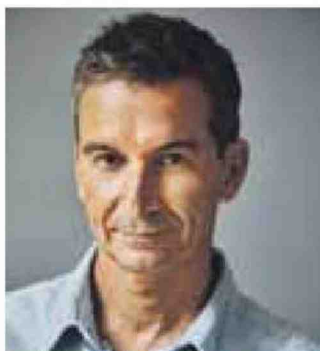
line. Nel 2018 il delisting, e ora l'apertura di nuove frontiere legate a ricerca e innovazione. Quali saranno le parole chiave che Marchetti immagina per questo nuovo decennio? «Sicuramente la sostenibilità sarà un tema fondamentale. Le generazioni più giovani tendono ad affidarsi a brand che prendono posizione e premiano le azien-

de che mostrano una forte consapevolezza su questi temi. Anche in questo caso, ho iniziato a parlarne in tempi non sospetti e ho lanciato **Yooxygen**, l'area sostenibile di Yoox, nel 2009. In quel momento non ne parlava nessuno», aveva detto in quella stessa intervista a *MFF*. Una visione perseguita con convinzione, visto che Marchetti stesso è in prima linea per aumentare le

competenze digitali tra i giovani. Yoox Net-a-porter collabora nel Regno Unito con l'**Imperial college** di Londra e in Italia con la **Fondazione Golinelli** per portare nelle scuole lezioni di programmazione, hackaton e giochi digitali legati alla moda. Dal 2016 sono stati formati oltre 6 mila talenti e più della metà sono ragazze. (riproduzione riservata)



► 20 giugno 2020



Federico Marchetti