

Verkkokaupasta tuli Dieselin lippulaiva

10.11.2007 18:39 — Jenni Jeskanen

Muotiyhtiö Diesel satsaa uusiin teknisiin ratkaisuihin pärjätäkseen kilpailussa internetissä. Diesel avasi lauantaina verkkokaupan, joka perustuu 3D-tekniikkaan.

Dieselin perustaja **Renzo Rosso** kehuu *Dagens Nyheter* -lehdessä yhtiön avaamaa sivua verkkokaupan tulevaisuudeksi.

- Mallit liikkuvat ja lentävät. Verkossa voi tosiaankin nähdä mallit, jotka kantavat vaatteitamme - livenä.

Dieselin musta kotisivu ja punainen logo ovat säilyneet entisellään, mutta tavallisten tuotekuvien sijaan liikkuvat mallit esittelevät vaatteita eri kulmista.

Diesel on hakenut sivulle vaikutteita digitaalisesta elokuvatekniikasta sekä muun muassa Matrix-elokuvasta.

- Ryhdyimme satsaamaan verkkoon noin kymmenen vuotta sitten. Kaikki puhuivat internetistä, mutta se ei vielä silloin täyttänyt tehtäväänsä. Nyt markkinat ovat valmiit tällaiseen.

Renzo Rosso pitää Dieselin virtuaalista myymälää yhtiön uutena lippulaivana. Diesel teki sen yhteistyössä ict-yritys Yooxin kanssa, joka on erikoistunut liikkuviin internetratkaisuihin. Yoox on tehnyt kotisivuja muun muassa Armanille, Guccille ja Pradalle.

Muotimaailmassa nettikaupoista on tulossa yhtä tärkeitä yrityksen toiminnalle kuin fyysisistä myymälöistä, *Dagens Nyheter* kirjoittaa.

<http://www.digitoday.fi/bisnes/2007/11/10/verkkokaupasta-tuli-dieselin-lippulaiva/200728363/66>