

4 Δεκεμβρίου 2016

## Έρχονται ρούχα που συνδέονται στο Ίντερνετ

/ Επιστήμες, Τέχνες & Πολιτισμός



*Αυτό είναι το "Bright BMBR", το μπουφάν που υπόσχεται να αλλάξει όσα ξέραμε για τα ρούχα*

Τρία μεγάλα brands συνεργάζονται για να φτιάξουν τα ρούχα του μέλλοντος, που θα λειτουργούν ως κάρτες εισόδου και εξυπηρέτησης του ιδιοκτήτη τους, όπου κι αν βρεθεί

Φανταστείτε ότι μόλις αγοράσετε ένα μπουφάν της αγαπημένης σας φίρμας. Την

πρώτη φορά που το φοράτε, σκανάρετε την ταμπελίτσα που είναι ραμμένη στο εσωτερικό του με το κινητό σας και αυτομάτως μπορείτε να γνωρίζετε πληροφορίες για τον σχεδιαστή, πώς η φίρμα και γιατί επέλεξε τα συγκεκριμένα υλικά για να το κατασκευάσει, καθώς και λεπτομέρειες για το πού και από ποιους ράφτηκε αυτό το ρούχο. Κατόπιν, φανταστείτε ότι φοράτε τα ακουστικά και ακούτε το playlist που η εταιρεία ρούχων έφτιαξε πιστεύοντας ότι αυτά τα τραγούδια εκφράζουν αυτή τη σειρά ρούχων.

Μετά σκεφτείτε το εξής: την επομένη κάποιος κατά λάθος λεκιάζει το καινούριο μπουφάν σας. Εσείς, επιστρέφοντας σπίτι το ρίχνετε στο πλυντήριο και εκείνο αυτομάτως “επικοινωνεί” με την ηλεκτρική συσκευή και επιλέγει μόνο του το πρόγραμμα πλύσης που του αντιστοιχεί... Τεχνολογικό ανέκδοτο; Όχι και τόσο. Αυτό είναι το φουτουριστικό όραμα του brand Avery Dennison, που κατασκευάζει υψηλής απόδοσης αυτοκόλλητα υλικά και δίνει επίσης υψηλής τεχνολογίας λύσεις για δύσκολες και απαιτητικές εφαρμογές. Η εταιρεία πιστεύει ότι δεν βρισκόμαστε μακριά από το σημείο εκείνο που τα ρούχα μας θα συνδέονται απευθείας με το ίντερνετ, ενώ η Rana Sidahmed, η διευθύντρια δημιουργικού της εταιρείας είναι σίγουρη ότι αυτό είναι το μέλλον.

Ας σημειωθεί δε ότι η Avery Dennison συνεργάζεται ήδη με εταιρείες ένδυσης όπως η Nike, η Under Armour και η Hugo Boss και ξεκινώντας ένα τόσο μεγάλο εγχείρημα, βάζει σε σκέψεις συνεργασίας όλους τους μεγάλους συνεργάτες της. Ακόμη και καταστήματα στα οποία η “συνδεσιμότητα” παίζει μεγάλο ρόλο σε όλα τα πεδία εξυπηρέτησης των πελατών. Και η αλήθεια είναι αυτή: ήδη έχουν κατασκευαστεί τέτοιου είδους ρούχα, μόνο που για την ώρα το όλο εγχείρημα βρίσκεται σε πειραματικό στάδιο. Στις 2 Νοεμβρίου Avery Dennison αποκάλυψε ένα μικρό “έξυπνο” bomber jacket, με την κωδική ονομασία “Bright BMBR”.

Το μπουφάν δημιουργήθηκε με τη βοήθεια του fashion brand Rochambeau και της εταιρείας Evrthing, στο Λονδίνο, μίας startup εταιρείας που ειδικεύεται σε γκάτζετ και σε οτιδήποτε αφορά το διαδίκτυο. Το μπουφάν είχε το πλεονέκτημα ενός τσιπ -σαν αυτό που χρησιμοποιείται για τις συναλλαγές μας με κάρτα- και εξατομικευμένο κωδικό, δίνοντας στον ιδιοκτήτη του το προνόμιο ενός VIP πάσου. Με αυτόν τον τρόπο, όποιος το φορούσε, μπορούσε να μπαينوβγαίνει ανενόχλητος, χωρίς να χρειαστεί να επιδείξει το παραμικρό στοιχείο ταυτότητας, σε διάφορα σημεία της Νέας Υόρκης, από μουσεία και εστιατόρια, μέχρι καταστήματα δώρων και πολλά ακόμη.



*Το όραμα είναι στο μέλλον να φοράμε ρούχα που μας επιτρέπουν συναλλαγές σε όλα τα επίπεδα, ακριβώς λόγω συνδεσιμότητας*

Το “Bright BMBR” θα κυκλοφορήσει σε περιορισμένο αριθμό τεμαχίων στην αγορά φέτος τον Δεκέμβριο -για την ακρίβεια η εταιρεία έχει ήδη έτοιμα μόλις 15 πουφάν- στην τιμή των 630 δολαρίων, όμως, και όπως όλοι οι εμπλεκόμενοι στην κατασκευή του αποκαλύπτουν, “αυτό είναι μόνο η αρχή”.

Πριν από λίγο καιρό η Avery Dennison σε συνεργασία με την Evrthing ανακοίνωσαν το όραμα του συνολικού σχεδίου τους που δεν είναι άλλο από το να κατασκευάσουν -ως συνδέσιμα με το ίντερνετ πλέον- τουλάχιστον 10 δις τεμάχια ρούχων και αξεσουάρ. Στα περισσότερα από αυτά θα γίνει χρήση της ήδη υπάρχουσας τεχνολογίας, ωστόσο, οι εμπλεκόμενοι αναζητούν καινοτομίες από τεχνολογικές εταιρείες σε όλον τον κόσμο που θα κάνουν τα ρούχα τους πραγματικά μοναδικά, τόσο για την αισθητική όσο και για την αποτελεσματικότητά τους. Ας σημειωθεί δε ότι η Avery Dennison συνεργάζεται ήδη με εταιρείες ένδυσης όπως η Nike, η Under Armour και η Hugo Boss και ξεκινώντας ένα τόσο μεγαλόπνοο εγχείρημα, βάζει σε σκέψεις συνεργασίας όλους τους μεγάλους συνεργάτες της. Ακόμη και καταστήματα στα οποία η “συνδεσιμότητα” παίζει μεγάλο ρόλο σε όλα τα πεδία εξυπηρέτησης των πελατών: όπως σε ένα υποκατάστημα “Rebecca Minkoff” που από το 2014 έχει δημιουργήσει διαδραστικά δοκιμαστήρια, στα οποία ο πελάτης χρησιμοποιεί τους καθρέφτες σαν touch - screen κινητά για να βρει με ακόμη μεγαλύτερη ακρίβεια αυτό που αναζητά: μέγεθος, χρώμα, τιμές των ρούχων και των προϊόντων είναι όλα -κυριολεκτικά- στα χέρια του.

Αυτό που η Avery Dennison προσπαθεί να κάνει, είναι τη συγκεκριμένη εμπειρία να τη μεταφέρει στο πολλαπλάσιο της έξω από τα καταστήματα, στην κανονική ζωή,

γνωρίζοντας, ωστόσο ότι το εγχείρημα της για ρούχα “υψηλής συνδεσιμότητας” θα έχει πολλά εμπόδια να ξεπεράσει, αλλά, τουλάχιστον, κάποιος ξεκινά να κάνει πραγματικότητα, αυτό που μέχρι χθες έμοιαζε βγαλμένο από sci-fi ταινία...

Με στοιχεία από το Qz.com

**Πηγή:** [www.lifo.gr](http://www.lifo.gr)