

Attenti, quella vetrina parla

La Repubblica

03-11-2003

Un metallo ad altissima frequenza di vibrazioni, il Terfenolo-D, permette di far emettere suoni a pareti, vetrate, manichini.

Il sistema si chiama "Whispering windows", la tecnologia è di origine militare, ma promette successo nel commercio

di CLAUDIO ZAMBONI

Ormai è quasi Natale e per quest'anno dovremmo scampare il pericolo; ma già dalle prossime Feste sarà probabile fare shopping tra vetrine che sussurrano, pareti che emettono suoni, ammiccanti manichini che propinano consigli promozionali.

Tutto questo promette Etrema, società statunitense leader nella fornitura di Terfenolo-D, un metallo particolare, che trasforma qualsiasi superficie piatta in una cassa acustica, quasi fosse una bacchetta magica.

Si chiama "Whispering Windows" ed è una nuova tecnologia che a quanto pare rivoluzionerà le nostre passeggiate in centro per compere.

Si tratta di due piccoli trasduttori cilindrici della misura di un disco da hockey, che, attaccati a qualsiasi superficie piatta e collegati ad un amplificatore e ad uno stereo, riescono a distribuire il suono su tutta l'area interessata, ad esempio la vetrina di un negozio.

I primi a trarne beneficio, a seguire le indicazioni di Etrema, saranno i titolari degli esercizi commerciali, che potranno utilizzare questa tecnologia per attirare l'attenzione dei passanti attraverso vetrine parlanti, veicolare la passeggiata dal marciapiede all'interno del negozio e diversificare il messaggio pubblicitario integrando, per molti articoli, un'informazione audio a quelle visive e tattili. Scene già viste in film futuristici, non ultimo "Minority Report", uscito nel 2002, in cui Tom Cruise si aggirava in un centro commerciale assalito da vetrine e lavagne luminose che lo invitavano a consumare, consumare, consumare, chiamandolo per nome.

I primi esperimenti sono già in corso negli Stati Uniti, in Giappone, in Corea e a Londra, a King's Road, dove nel centro commerciale Peter Jones sono stati installati questi nuovi strumenti sulle vetrine dei negozi, con risultati ottimi, stando alle prime dichiarazioni di Kevin Scully, uno dei manager del centro. "Dopo l'installazione di Whispering Windows il numero di persone che si fermano davanti alle vetrine è aumentato del 50%". Attualmente è in corso un test su altri centri John Lewis a Edimburgo, Glasgow, Nottingham e Londra.

L'ingrediente magico di questa tecnologia si chiama Terfenolo-D, un metallo che ha la caratteristica di reagire ai cambiamenti dell'ambiente circostante, cambiando forma fino a ventimila volte al secondo, se sottoposto a un campo magnetico. Una capacità assolutamente superiore agli altri metalli di questo tipo. L'iniziale area applicativa che ha dato vita a "Whispering Windows" è militare: le prime sperimentazioni sono state effettuate per studiare i sonar per conto della U. S. Navy.

Dalla guerra al consumo il passo è breve, a quanto sembra. A rimetterci sarà l'innocuo consumatore che potrà passeggiare tranquillo solo con dei preziosissimi tappi per le orecchie.

(31 ottobre 2003)

COMMENTI

peppo - 22-11-2004

roba da matti!

io tanto non sentosono sordo!!