

High-tech-ul virează spre lifestyle



După 123 de ani, olandezii schimbă macazul, concentrându-se pe tehnologii cu impact direct asupra stării noastre de bine. *ForbesLife* relatează de la Philips Innovation Experience 2014.

de Diana-Florina Cosmin, Eindhoven



Aveți idee pe ce fel de teren sacru pășiți aici?“. O întrebare care a suscitât mirare, sprâncene ridicate, priviri bănuitoare și multă curiozitate, toate sublimite într-un zâmbet înțelegător. Categorie, dacă ar exista un Sfânt Graal al Philips-ului, acesta s-ar afla în prima încăpere a vastului muzeu dedicat brandului în orașul său de origine, Eindhoven. O urbe olandeză unde totul - de la stadioane la hoteluri și de la școli primare până la statuile din piața centrală - poartă denumirea companiei cu pricina, chiar dacă produsele acesteia nu se mai produc de multă vreme aici, ci în colțuri mult mai îndepărtate ale lumii.

Povestea a început însă în Eindhoven, așa că nu-i deloc de mirare că interogația ușor dramatică de mai sus a fost modul original al oficialilor companiei de a ura bun-venit celor peste o sută de jurnaliști sosiți din tot atâtea țări pentru evenimentul „Philips Innovation Experience 2014“. Deasupra capetelor noastre încă se puteau vedea grinzile originale de la 1891 - din vremea în care frații Philips livrau 50.000 de becuri către Palatul de Iarnă al țarului din Sankt Petersburg - făcând cu atât mai relevant motivul evenimentului în sine, și anume anunțul oficial al noilor direcții pe care și le va asuma compania în următoarea perioadă.

Prezentarea CEO-ului Philips, Frans van Houten, a închis un capitol de istorie și a deschis altul, confirmând, dacă mai era cazul, că secolul XXI va fi despre sănătate, stare de bine, fitness, fericire și toate conceptele diafane care, cu 20 de ani în urmă, nu ar fi valorat nici cât un bec în fața industriei high-tech concentrată masiv pe televizoare, sisteme audio și lucruri absolut concrete și ne-spiritualizate.

„Aria mea operațională este lumea întreagă“ obișnuia să spună, cu mai bine de un secol în urmă, Anton Philips, fondatorul creditat cu viziunea antreprenorială care a transformat brandul într-un gigant al tehnologiei. Iar lumea întreagă este, în prezent, tot mai preocupată de inovații cu impact direct asupra sănătății și a stării de bine, de la aparate de monitorizare a performanțelor sportive până la dispozitive care să facă gătitul mai sănătos sau sisteme care să ne transforme casele în oaze de relaxare. Hashtag-ul oficial al evenimentului - #innovationandyou - rezumă perfect modul în care am ajuns să ne raportăm la tehnologie: noutatea ne interesează doar în măsura în





care ne poate ajuta să fim mai sănătoși, mai relaxați și mai eficienți în tot ceea ce facem.

„Inovația trebuie să aibă relevanță pentru consumatorul final și oamenii nu vor mai fi entuziasmați decât de ceea ce vine în întâmpinarea nevoilor lor nesatisfăcute“, a rezumat Van Houten, de unde și decizia curajoasă și actuală a companiei de a-și concentra eforturile în doar două direcții, prin intermediul a două entități diferite, unite sub brandul Philips, dar cu libertate totală de inovație și cercetare.

Prima direcție: HealthTech, suma soluțiilor tehnologice care ne pot ajuta să trăim mai bine, să ne monitorizăm sănătatea (inclusiv de la distanță) și să fim mereu informați în legătură cu calitatea aerului, a alimentelor pe care le consumăm și a mediului în care ne trăim viața. Altfel spus, soluții concrete (și deja disponibile publicului larg) care să adapteze casa în care locuim la stilul nostru de viață, de la intensitatea și culoarea luminii până la periute de dinți cu memorie, dispozitive care să ne evalueze tonusul muscular și calitatea somnului sau espressoare cărora să le putem comanda cafeaua de dimineață direct din pat, prin intermediul unei aplicații.

Printre inovațiile prezentate la Evoluon, clădirea sub formă de farfurie zburătoare unde a avut loc evenimentul, se mai numără un purificator de aer controlabil de la distanță, printr-un simplu app; dispozitive medicale de dimensiuni mici care să permită oamenilor în vârstă (dar și clinicilor rudimentare din Africa, fără acces la medici specialiști) să aibă acces de la distanță la asistență medicală preventivă, folosind o simplă conexiune de mobil; aparate care folosesc cromoterapia (în special lumina albastră) pentru a ameliora



simptomele psoriazisului și durerea musculară. Tot de dragul eficienței, Philips vrea să ne schimbe și comportamentul de consum: folosind variațiile de lumină, o vizită în supermarket ar putea fi ghidată de o serie de mesaje primite automat pe mobil (fără să fie necesară descărcarea unei aplicații) care să ne atragă atenția asupra promoțiilor disponibile în raionul în care ne aflăm la momentul respectiv. Cea de-a doua direcție a companiei este un nou model de business care privește soluțiile de iluminat ca pe un serviciu re folosibil, pentru care plătești doar când consumi. Spre exemplu, pentru iluminarea unui cartier dintr-o metropolă sau a unei clădiri de birouri, edili orașului sau compania respectivă nu trebuie să investească în stâlpi, instalații electrice, becuri și în mentenanța acestora pe termen lung, ci doar să plătească ceea ce consumă efectiv, Philips păstrând proprietatea – dar și răspunderea – asupra echipamentelor și a modernizării acestora pe termen lung.

Un asemenea concept este implementat în prezent în Aruba, estimându-se economii de energie de peste 80%, echivalentul a 1,7 milioane de euro pe an. În plus, conceptul propus de Philips sub denumirea „Enlightened Cities“ („Orașe iluminate“) aspiră să transforme lumina într-o sursă de soluții inteligente, atât pentru orașe cât și pentru companii (de la iluminare diferențiată în funcție de zonă și de moment al zilei până la ajustarea temperaturii din clădirile de birouri după stingerea luminii și transmiterea tuturor acestor informații printr-o aplicație de mobil).

Dacă în ultimele decenii ne-am reconfigurat viețile și obiceiurile pentru a ține pas cu revoluția tehnologică, Philips își propune să răstoarne variabilele ecuației, simplificând la maximum experiența noastră high-tech și făcând tehnologia să se muleze pe nevoile infinite de diferite ale fiecăruia dintre noi. Chiar și pe cele pe care nici n-am fi bănuțit că le avem. □