

BUUMP: the relationship bracelets.

Di Patrizia Mastrilli, Redazione Brandforum.it

1. BUUMP: il tuo status al polso

L'ultima trovata in campo di merchandising arriva dalla Francia: i BUUMP, braccialetti in gomma colorati che diffondono offline gli status di Facebook. Un trend già pronto a farsi largo tra i più giovani anche grazie al passaparola.

I BUUMP sono dei semplicissimi braccialetti in gomma personalizzati dagli status di Facebook, per far sapere a tutti il nostro umore e la nostra situazione sentimentale. Una sorta di messaggio subliminale che permette di scoprirne di più sulla persona che ci ha colpito senza esporci in maniera azzardata, infatti per esempio il braccialetto verde o quello viola significano chiaramente via libera, mentre il braccialetto arancione è sinonimo di fidanzamento. Per ora la lingua ufficiale dei braccialetti è solo l'inglese, ma non è da escludersi una versione in lingue differenti dato l'enorme successo della trovata.

"WANTED! Les Bracelets Facebook pour afficher son statut Facebook. On like!"

ELLE rubrique Fashion Buzz

"Depuis qu'ils ont été mis en vente on se les arrach"

Le Parisien

"Depuis quelques semaines ces bracelets de toutes les couleurs apparaissent aux poignets de jeunes parisiens et de certaines célébrités"

RFM - Le Bon Plan de Justine



**Porte ton statut facebook
au poignet !!**



2. Un nuovo modo di comunicare.

La comunicazione non verbale prevale quindi sulle vecchie tecniche di approccio verbali, ora con un semplice messaggio impresso sul braccialetto o con il solo riconoscimento del colore è possibile sapere se ci sono o meno *chances* con la persona che ci ha colpito. Anche se resta da chiedersi se effettivamente un braccialetto possa favorire le relazioni interpersonali, fatto sta che i Buump si preparano a diventare il nuovo tormentone estivo per i molti users di Facebook.

La comunicazione è infatti volata sul web grazie al sito ufficiale e alla *fan page* dei Buump, già a quota 5.423 "mi piace".

Il merchandising del gruppo si è allargato creando anche le T-shirt o le canotte con le scritte personalizzate a 19,90 euro. Vedremo quale altra novità ci prospetterà la *Ville Lumière*.



3. I predecessori dei BUUMP

La moda dei braccialetti in gomma in realtà è esplosa qualche anno fa grazie alla campagna promossa dal ciclista Lance Armstrong nell'estate 2004, con la creazione dei braccialetti [Livestrong](#) per il sostegno alle vittime e ai guariti del cancro, essendo egli stesso sopravvissuto a questa terribile battaglia contro la malattia.



Nel 2009, il braccialetto in gomma è stato anche complice di uno scandalo scolastico americano. Mike Medina, il preside della Angevine Middle School a Lafayette, vicino a Boulder, proibì ai suoi studenti di indossare i braccialetti colorati ("jelly") all'interno della scuola in quanto i diversi colori erano indicatori delle specifiche connotazioni sessuali degli studenti.

"E' emerso che molti ragazzi e soprattutto ragazze, lo indossano come oggetto di moda," ha dichiarato Gamblin. "Per alcuni i braccialetti non hanno alcuna connotazione. Ma altri studenti avevano scoperto tramite il web un gioco erotico chiamato *snap*, in cui il colore del braccialetto

denota la volontà di impegnarsi in una particolare attività sessuale. Quando un ragazzo rimuove il braccialetto dal braccio di una ragazza, significa che un certo tipo di rapporto (dal semplice bacio al rapporto sessuale completo) ha avuto luogo".¹



La tendenza dell'estate scorsa sono stati invece gli americani **Silly Bandz**, simpatici braccialetti in gomma venduti in tantissime forme e colori, riprendendo un po' la moda anni 80 dei braccialetti che ricoprivano l'avambraccio. "I braccialetti privi di marca sono diventati un vero *"must have"* tra i giovanissimi e non, spopolando anche tra le star americane, si parla infatti di un giro di vendite di 100milioni di dollari l'anno".²

4. Considerazioni conclusive

In questa estate 2011 appena cominciata, è la Francia a lanciare il trend del momento, prospettando così un'estate fashion e coloratissima. È ancora una volta il social network a donare lo spunto per la creazione di qualcosa di innovativo. La potenza di Facebook si espande così anche offline con il suo linguaggio e i suoi modi di dire ormai entrati nello scenario quotidiano degli italiani. La comunicazione non verbale si instaura nel linguaggio virtuale del social network più famoso al mondo per rendere più facili gli incontri nella vita reale. Ma gli italiani impazziranno a sfoggiare il proprio status? O preferiranno invece celare con un po' di sano mistero la loro situazione sentimentale? Ai giovani (e non) l'ardua sentenza.

¹ Cfr. www.repubblica.it

² Cfr. www.libero-news.it