## AI w modzie – nie „idealne” sylwetki, ale wsparcie w projektowaniu odzieży

**Technologie cyfrowe odgrywają coraz większą rolę w różnych sektorach gospodarki, a branża mody nie jest tu wyjątkiem. Od projektowania po sprzedaż i obsługę klienta, innowacje technologiczne zmieniają sposób, w jaki powstają i funkcjonują kolekcje odzieżowe. Według raportu Vogue i Boston Consulting Group z 2023 roku[[1]](#endnote-1), w 2018 roku jedynie 22% firm deklarowało wykorzystywanie sztucznej inteligencji w swojej działalności, a 5 lat później liczba ta wzrosła do 50%, co świadczy o dynamicznym rozwoju technologii AI w branży mody. Obecnie, najnowszy raport pokazuje, że aż 84% ankietowanych uważa, że AI pomogło zaoszczędzić im czas, wspierając marki w takich kategoriach, jak zakup surowców, produkcja, logistyka, zarządzanie relacjami z klientami oraz marketing i sprzedaż[[2]](#endnote-2).**

Szczególnie duże znaczenie zyskuje sztuczna inteligencja, która wspiera projektantów w kreatywnych procesach, pomaga przewidywać trendy i personalizować ofertę dla klientów. Jak AI zmienia oblicze mody?

### AI jako narzędzie prognozowania trendów

Algorytmy oparte na AI analizują ogromne ilości danych pochodzących z mediów społecznościowych, pokazów mody, platform e-commerce i wyszukiwarek internetowych, aby przewidzieć, co będzie modne w nadchodzących sezonach. Istnieją narzędzia, które wykorzystują AI do identyfikowania wzorców i przewidywania preferencji konsumentów. Dla projektantów i marek oznacza to możliwość tworzenia bardziej trafnych kolekcji, co zmniejsza ryzyko biznesowe i pozwala szybciej reagować na zmieniające się potrzeby rynku.

### Personalizacja projektów i doświadczenia klienta

AI umożliwia tworzenie spersonalizowanych projektów odzieżowych, dostosowanych do indywidualnych preferencji klientów. Dostępne w przyszłości wirtualne przymierzalnie i cyfrowe awatary, będą umożliwiały klientom przymierzanie ubrań online, bez wychodzenia z domu.

Takie rozwiązania będą mogły poprawić doświadczenia zakupowe i zmniejszyć liczbę zwrotów, co zdecydowanie korzystnie wpłynie zarówno na konsumentów, jak i sprzedawców, a także finalnie samo środowisko.

### Wspomaganie projektowania w czasie rzeczywistym

Narzędzia oparte na AI wspierają projektantów od momentu generowania pomysłów po optymalizację procesów produkcyjnych. AI może sugerować wzory, kroje, a nawet dobór materiałów, stając się swoistym "współprojektantem".

Dzięki temu projektanci będą mogli szybciej realizować swoje pomysły, a firmy redukować koszty i czas wprowadzania nowych kolekcji na rynek.

### AI w produkcji na żądanie

Sztuczna inteligencja wspiera również produkcję odzieży na żądanie, co pozwala na optymalizację logistyki i zarządzanie zapasami. Wykorzystanie analizy danych w czasie rzeczywistym do dostosowywania produkcji do aktualnego popytu minimalizuje odpady i wspiera zrównoważoną produkcję.

- *Narzędzia AI w przypadku naszej marki pomagają w badaniu preferencji klientek. Nadrzędnym celem jest dla nas tworzenie ubrań, które nasze klientki będą chciały nosić, w których będą czuć się dobrze i które posłużą im na lata. Dlatego na pierwszym miejscu stawiamy sobie rozmowy z nimi, zdobycie informacji o ich oczekiwaniach, wrażeniach. Narzędzia AI ułatwiają ten proces i dzięki odpowiednim modelom podpowiadają rozwiązania. To pozwala nam planować szybciej, a co za tym idzie lepiej wpisać się w realia zakupowe –* mówi Katarzyna Arendt, CEO marki ZAPS, polskiego producenta odzieży damskiej.

### Wyzwania i ograniczenia AI w modzie

Wdrożenie AI w branży mody wiąże się z wieloma wyzwaniami, takimi jak kwestie etyczne dotyczące praw autorskich do projektów generowanych przez AI oraz odpowiedzialność za ewentualne błędy. Wysokie koszty implementacji i konieczność posiadania odpowiednich kompetencji w zespole również stanowią barierę. Ponadto niektórzy projektanci obawiają się, że technologia może zdominować kreatywną stronę mody.

Dlatego obecnie obserwuje się raczej korzystanie z technologii i narzędzi AI w kategorii wsparcia.

- *Nie jesteśmy jeszcze gotowi, by w całości powierzyć proces projektowania kolekcji sztucznej inteligencji. Jest ona dla nas cenną inspiracja, ale finalny kształt ubrań musi uwzględniać wiele czynników, których AI nie zrozumie. Są to np. emocje towarzyszące noszeniu ubrań, które są dla AI zbyt abstrakcyjne. Dla nas – są kluczowe, bo dotykają bezpośrednio naszych klientek, których glos liczy się dla nas najbardziej -*podkreśla Katarzyna Arendt z marki ZAPS.

### Przyszłość AI w branży mody

W nadchodzących latach możemy spodziewać się dalszego rozwoju technologii AI, w tym zastosowania rozszerzonej rzeczywistości (AR) i samouczących się algorytmów. AI będzie odgrywać kluczową rolę w tworzeniu bardziej zrównoważonej i inkluzywnej mody, wspierając zarówno duże marki, jak i niezależnych projektantów.

Sztuczna inteligencja w modzie to nie tylko narzędzie automatyzujące procesy, ale przede wszystkim wsparcie dla kreatywności. Obserwowanie, jak technologia wpływa na branżę, będzie niezwykle ekscytujące, a śledzenie nowych trendów technologicznych stanie się nieodzowną częścią działalności każdej marki modowej.

Kontakt dla mediów:

Małgorzata Knapik-Klata

PR Manager

+48 509 986 984

m.knapik-klata@commplace.com.pl

1. <https://www.vogue.pl/a/report-vogue-polska-x-bcg-edition-2023-beyond-boundaries-diversity-ai-in-fashion> [↑](#endnote-ref-1)
2. <https://summit.vogue.pl/?shpath=/bfes-2024-report> [↑](#endnote-ref-2)