



- I ricavi globali generati dal settore hanno superato i 156 miliardi di dollari e si prevede raggiungeranno i 300 miliardi entro il 2024.
- È firmato l'Oréal il primo device che permette di creare una serie di rossetti personalizzati grazie all'AI. Costa 245 euro ed è il primo passo verso la rivoluzione tecnologica del mercato della bellezza.
- Il fondotinta del futuro analizza la tua pelle per trasformarsi in quello che ti serve.

## **Lo speciale contiene tre articoli.**

Un settore in forte espansione che avrà un'importante impatto sulla nostra economia nei prossimi 15 anni. Parliamo dell'intelligenza artificiale ovvero quell'insieme di tecnologie che permettono alle macchine di percepire, comprendere, agire e imparare, sia autonomamente sia al fine di un potenziamento delle attività umane.

Secondo una ricerca di Accenture, l'intelligenza artificiale potrebbe raddoppiare i tassi annuali di crescita economica nel 2035, modificando così la natura del lavoro e creando una nuova relazione fra l'uomo e la macchina. Si stima che l'impatto delle tecnologie IA sul lavoro porterà un aumento della produttività del lavoro fino al 40% e consentirà alle persone di fare un uso più efficiente del loro tempo. Per i ricercatori di IDC, i ricavi globali generati dal mercato dell'AI hanno superato i 156 miliardi di dollari nell'ultimo anno con una crescita del 12,3% su base annua. È inoltre previsto che il settore supererà i 300 miliardi di ricavi nel 2024, con l'80% delle entrate generato da servizi.

Italiacamp, organizzazione che promuove progetti per l'innovazione e l'impatto sociale, e Omicron Consulting, azienda italiana leader nella consulenza digitale e nella fornitura di servizi di information technology, hanno recentemente stretto una partnership per sviluppare un motore di ricerca "machine learning" e un "web crawler" entrambi basati sull'intelligenza artificiale per lo scouting di innovazione e una academy formativa su competenze digitali realtà virtuale e aumentata.

La partnership nasce da una collaborazione avviata già nel 2020 per lo sviluppo del Portale delle idee, la piattaforma tecnologica proprietaria di Italiacamp attiva dal 2015 che, grazie a un search engine e allo strumento web crawler, potrà avvalersi di un sistema basato sull'intelligenza artificiale di ricerca automatizzata online di progetti e professionisti dell'innovazione, a supporto dei servizi di innovation brokerage offerti da Italiacamp. Una collaborazione che si fonda anche su una comune visione su come agire per l'innovazione: un'innovazione responsabile, orientata a determinare impatto sociale positivo.

«Il nostro futuro passa attraverso digitalizzazione e crescita supportata dalla formazione, linee guida da incastonare come gemme in un quadro di sostenibilità sociale e attenzione alla persona» ha commentato **Diego Piras**, ad di Omicron consulting.

L'intelligenza artificiale si applica a numerosi ambiti, dai più semplici ai più complessi. Casahomewear, ad esempio, coniuga la realtà aumentata e l'uso del 3d per personalizzare l'acquisto della biancheria della camera da letto in tempo reale. «Abbiamo voluto dare ai nostri clienti la possibilità di scegliere i prodotti che meglio si sposano con la propria camera da letto in tempo reale e nella sicurezza della propria casa con un semplice click. Sarà possibile divertirsi vestendo e svestendo il letto senza sforzo, con la semplicità di un tocco e scegliere quali articoli sono di nostro gradimento» ha sottolineato **Lara Corna**, responsabile ricerca e sviluppo. «L'app e l'utilizzo della nostra tecnologia easyhomewear® sono una vera rivoluzione per l'intero mondo della casa».

Uno dei settori in cui l'AI è in maggiore espansione è quello della bellezza. L'utilizzo di realtà aumentata e intelligenza artificiale hanno permesso a numerose aziende di evitare perdite del 30% (come previste a causa dell'emergenza Covid). È tutto iniziato nel 2014 grazie a L'Oréal. Il gruppo aveva infatti deciso di lanciare un'app che sfruttava la realtà virtuale per permettere ai clienti di provare il makeup in virtuale. «Abbiamo superato i 20 milioni di download solo nel primo anno e questo ci ha non solo dato visibilità, ma ci ha spinto ad approfondire il tema dell'AI» ha spiegato a *Fortune* **Guive Balooch**, vicepresidente per l'incubatore tecnologico di L'Oréal.

L'intelligenza artificiale non aiuta solo il consumatore al momento dell'acquisto ma anche l'azienda stessa a migliorare la produzione. «A volte non ci sono abbastanza prodotti e li dobbiamo creare, mentre a volte ce ne sono troppi e abbiamo bisogno di capire quali sono giusti per noi» ha specificato **Balooch**.

L'Italia si trova al centro di questa rivoluzione tecnologica. Microsoft ha un paiono quinquennale da 1,5 miliardi di dollari per favorire la trasformazione digitale del Bel Paese. L'azienda ha inoltre creato l'AI Hub, un ecosistema per accelerare l'adozione dell'intelligenza artificiale nelle aziende italiane e lo sviluppo di progetti sperimentali. «Il nostro Paese ha buone potenzialità: l'indice i-Com sul grado di sviluppo dell'AI lo vede in 13esima posizione su 27 stati Ue, non lontano dalla Germania. Per cogliere questa opportunità, occorre aiutare le imprese ad avvicinarsi al tema e sviluppare progetti facilmente replicabili nei settori chiave dell'economia. Proprio per questo l'AI è al centro di Ambizione Italia #DigitalRestart» ha raccontato **Silvia Candiani**, amministratore delegato Microsoft Italia a Forbes.

## Il primo rossetto con intelligenza artificiale

---



Yves Saint Laurent

La tonalità di rossetto perfetta che si adatta a ogni occasione è ormai realtà. Il gruppo L'Oréal ha infatti lanciato «The Yves Saint Laurent Rouge Sur Mesure Powered by Perso» un dispositivo che sfrutta l'intelligenza artificiale per realizzare migliaia di sfumature del rossetto Velvet cream matte finish di Ysl con un solo tocco.

Il prodotto - attualmente in pre ordine al prezzo di 245 euro - è facile da usare e intuitivo. Ogni device può contenere tre cartucce di colore (vendute in quattro set diversi a 100 euro l'uno) per generare ogni volta una nuova miscela di rossetto che potrà essere prelevata dagli ugelli presenti sulla parte superiore. Basta scaricare un'applicazione - disponibile per iOS e Android - e scegliere il mix preferito attraverso un algoritmo che sfrutta l'intelligenza artificiale azionata da tre modalità differenti: Wheel, Stylist o Match.

Wheel permette di selezionare la tonalità direttamente da una ruota dei colori, Stylist invece scansiona una fotografia e suggerisce la sfumatura più adatta per l'incarnato, infine Match cattura qualsiasi colore inquadrato dalla fotocamera trasformandolo in una tinta reale.

«The Yves Saint Laurent Rouge Sur Mesure Powered by Perso» ha una batteria ricaricabile tramite cavetto Usb e offre un'autonomia sufficiente per una settimana. Il device è inoltre in grado di verificare e riconoscere ogni cartuccia inserita al suo interno tramite RFID permettendo all'utente di monitorare i consumi ed eventualmente, se in esaurimento, eseguire un nuovo ordine per acquistarne altre.

**Il fondotinta perfetto si chiama «Perso»**

---

