



Cura del corpo

Antonia Matarrese

Wellness & beauty

App del benessere

L'intelligenza artificiale entra nel mondo del wellness, degli stili di vita, del beauty sempre più prepotentemente. Dai workout personalizzati per allenarsi all'analisi della pelle in tempo reale con suggerimenti di prodotti ad hoc. In Italia, la Technogym, azienda romagnola leader mondiale per la produzione di attrezzature sportive quotata a Piazza Affari dal 2006, impiega l'intelligenza artificiale nella linea Biostrength che assicura un risultato di circa il 30 per cento superiore rispetto al classico allenamento. Con un semplice login al Technogym ecosystem, è possibile selezionare quattro programmi per sviluppare massa muscolare e incrementare la forza: il sistema brevettato Biodrive riconosce perfino le fasi di stanchezza. «Grazie all'intelligenza artificiale oggi siamo in grado di offrire un'esperienza che definiamo precision training, personalizzata per ogni singolo individuo», spiega Erica Alessandri, product manager Technogym app e consigliera di amministrazione di Wellness Foundation, creata dal padre Nerio con lo scopo di promuovere il wellness come opportunità sociale. Tenersi in forma? Perdere peso? Migliorare la performance nello sport? Sono tutti obiettivi raggiungibili grazie al Technogym Coach che suggerisce contenuti di meditazione e di nutrizione. «Nel caso di Biostrength, l'AI permette sessioni con carichi giusti, postura corretta, velocità di esecuzione, indicando numero di serie, ripetizioni e tempi di recupero».

Soluzioni di virtual try-on che mettono insieme intelligenza artificiale e realtà aumentata arrivano anche dal mondo della cura della persona. Al recente Cosmoprof di Bologna, fiera internazionale giunta alla 54ma edizione, la Perfect Corp di Taiwan ha presentato tecnologie per make up e nail polish virtuale ma anche per la cura dei capelli. L'azienda che ha fra i suoi clienti brand di alta gamma in tutto il mondo, offre poi una suite complementare di applicazioni mobili quali YouCam Makeup e YouCam Perfect dove è possibile condividere le esperienze di prove virtuali. Che crescono alla velocità della luce e fanno lievitare i fatturati dei marchi del 30 per cento. Una carta vincente, adottata anche da Laboratoires Filorga (Gruppo Colgate-Palmolive) al primo posto nel segmento anti-età, grazie a Skinzer, app dedicata alla skin analysis nei negozi e online nonché dall'italianissima BioNike, azienda di dermocosmesi distribuita in farmacia che fa parte di Sodalis Group: ha integrato la tecnologia Virtual Try-On sul proprio sito ufficiale. Basta scegliere un prodotto contrassegnato dal simbolo "Virtual Try-On", posizionarsi davanti alla webcam per la prova live e caricare una foto, quindi testare senza paura di sbagliare. Ammesso che la tecnologia sia infallibile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

