

Yoox è high-tech con Unimore

Il gruppo sostiene l'Ateneo nella ricerca sull'intelligenza artificiale applicata all'e-commerce

L'intelligenza artificiale applicata alla moda e all'e-commerce, con un potenziamento della capacità di calcolo che potrà poi essere trasferita anche ai processi per lo studio del Covid-19. È il progetto avviato dal gruppo del fashion online Yoox Net-a-porter insieme all'Università di Modena e Reggio Emilia (Unimore).

Attraverso lo stesso ateneo, il gruppo parteciperà al progetto Folding@Home che permette a cittadini e aziende di «donare» la propria capacità di calcolo per la comunità scientifica per progetti legati alla ricerca sul Covid-19. Il piano si sviluppa attraverso una collaborazione triennale tra Yoox Net-a-porter con AlmaGelab, il centro di ricerca sull'intelligenza artificiale di Unimore, e il programma di ricerca sarà guidato da Rita Cucchiara, direttrice del Laboratorio nazionale di intelligenza artificiale. «Questo è un ottimo contesto — confida Cucchiara — per testare i risultati scientifici dall'analisi e dallo studio di immagini, su cui lavoriamo da sempre».

Come prima tappa, la ricerca si focalizzerà sulla «Visual Search», ovvero la ricerca per immagini con più dati possibili, e sul «Virtual Try-On»,

una vera e propria esperienza virtuale di prova dei capi. Lo scopo finale è quello di progettare innovative tecnologie di acquisto online ai clienti, diffusi potenzialmente in tutto il mondo.

In sostanza, le soluzioni studiate permetteranno di identificare nell'enorme archivio del gruppo — contenente 20 anni di dati e decine di milioni di immagini relative ai capi messi in vendita —, diverse caratteristiche specifiche dei capi come i materiali, le lunghezze, i colori, e classificarle di conseguenza. In aggiunta, saranno sviluppate ulteriori funzioni basate sull'intelligenza artificiale, che permetteranno di elevare ancora di più l'esperienza virtuale di interazione con i capi. La scelta potrà apparire sullo monitor con un'elaborazione visiva ad altissima definizione. Si riuscirà a capire, ad esempio se l'abito selezionato è di puro cotone o di lana vergine.

Il risultato dal punto di vista strettamente scientifico sarà quello di essere riusciti a programmare una tecnologia in grado di processare una mole infinita e diversificata di dati in tempi molto rapidi.

«L'incontro tra Artificial Intelligence e l'industria della



Insieme

La partnership ha dato vita a un laboratorio specialistico sulla tecnologia online

moda — si legge in una nota dell'azienda — è sempre di più un elemento imprescindibile e l'analisi dei dati rappresenta uno strumento chiave sia per i buyer, che possono confrontarsi con il mercato anticipandone i trend, sia per i clienti che possono così godere di un'esperienza di acquisto altamente personalizzata. Attraverso l'uso di questa tecnologia potranno an-

che prevedere meglio la domanda, e garantire ai clienti un perfetto look and fit degli articoli ordinati online.

Inoltre, l'intelligenza artificiale può fare la differenza anche in questo periodo di emergenza, attraverso l'applicazione di tecniche di «deep learning» di ultima generazione».

L. Cav.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Da sapere

- Il progetto avviato dal gruppo del fashion online Yoox Net-a-porter insieme all'Università di Modena e Reggio Emilia (Unimore)

- Si focalizzerà sulla «Visual Search», ricerca per immagini con più dati possibili, e sul «Virtual Try-On», e propria esperienza virtuale di prova dei capi

- La tecnologia sarà trasferita in altri campi come lo studio del Covid

Economia

Yoox è high-tech con Unimore

Il gruppo online di moda si unisce all'Università di Modena e Reggio Emilia per studiare tecnologie di acquisto online

Paura della crisi per il 74% delle Coop

Le società di distribuzione di beni di consumo sono preoccupate per il futuro

CON IL TUO 730 METTITI AL SICURO

UAI Unione Alleanza Italiana

CAF