IA vs IE

L'integrazione tra intelligenza **artificiale** e intelligenza **emotiva** nel settore dell'education apre scenari complementari anche se profondamente diversi. Estetica le mette a confronto per riflettere su come tecnologia e competenze umane possano collaborare.

Lucia Preziosi

Ph: Mykola/stock.adobe.com

Che differenza c'è tra IA e Intelligenza Emotiva?

Quali nuovi scenari può offrire la loro integrazione nel mondo educativo? L'IA eccelle nell'analisi dei dati, nella personalizzazione dei percorsi di apprendimento e nel supporto immediato agli studenti. L'Intelligenza Emotiva rappresenta invece un elemento cruciale per creare relazioni e ambienti di lavoro collaborativi e produttivi. Mettere a confronto questi due ambiti significa riflettere su come tecnologia e competenze umane possano collaborare…

Intelligenza artificiale: a che punto è?

Attualmente l'utilizzo che si fa dell'Intelligenza Artificiale nel settore della bellezza è strettamente legato a **IA tools**, cioè a quei programmi che permettono di generare contenuto originale oppure aiutare nella gestione dell'attività lavorativa - spiega **Luca Pissimiglia, Sales & Digital Director EsteticaNetwork** - Tra i progetti creati nel mondo della cosmetica professionale dalle grandi aziende del settore troviamo ad esempio **Estée Lauder**, che ha lanciato ConsumerIQ (un nuovo strumento IA costruito con Microsoft Copilot Studio basato su Azure OpenAI Service), che collega e analizza informazioni attraverso quasi 25 brand beauty globali, trasformando pdf, fogli di calcolo e presentazioni in insight strategici istantanei tramite un'interfaccia chat in linguaggio naturale (dati: The Business Research Company). Inoltre ha collaborato con OpenAI per integrare l'intelligenza artificiale nel processo di sviluppo prodotti attraverso il suo portfolio di brand, inclusi Estée Lauder, Clinique, La Mer, Bobbi Brown Cosmetics e **Aveda**, usando l'IA per analisi dati, previsione di trend e ottimizzazione delle operazioni.

L'Oréal sta collaborando con IBM per sviluppare un modello IA che aiuti a mettere a punto formulazioni cosmetiche che soddisfino gli obiettivi di sostenibilità 'Cosmetics Design Medium', ovvero ridurre l'impatto ambientale e sociale lungo tutto il ciclo di vita di un prodotto. Le due aziende stanno co-creando il primo modello fondazionale di IA generativa specifico per l'industria cosmetica, progettato da zero e addestrato sul vasto patrimonio di dati de L'Oréal riguardanti scienza cosmetica, materie prime e performance delle formulazioni.

Procter&Gamble ha una piattaforma di machine learning proprietaria utilizzata attraverso l'80% del suo business globale. L''IA Factory' sta già dimostrando di ridurre la complessità, rendendo i data scientist 10 volte più veloci ed efficienti.
Sono tutti progetti molto importanti che impattano sull'efficienza aziendale, ma la vera rivoluzione dell'Intelligenza Artificiale arriverà - secondo Google Gemini e Open A.I - quando vedremo quella che si chiama Intelligenza Artificiale Generale o **Super Artificial Intelligence**. Al momento, e fino al 2027, è l'essere umano che, attraverso i prompt, chiede di eseguire un compito insegnando e addestrando le IA. **La vera rivoluzione**, con tutto quello che ne conseguirà, **avverrà quando queste intelligenze artificiali eseguiranno prompt senza che sia l'uomo a richiederlo e si interfacceranno direttamente con gli algoritmi dei vari Social Network o dei Media Channel**.
Tutto questo può sicuramente spaventare ma dobbiamo sempre pensare che sono gli ingegneri umani ad addestrare le IA: tutto parte da chi detiene il know-how tecnico/tecnologico. Non a caso le grandi Big Tech fanno a gara per accaparrarsi i migliori sviluppatori del mondo, investendo ogni giorno milioni di dollari…"."

Luca Pissimiglia
Sales & Digital Director
EsteticaNetwork

L'IA in salone

"L'intelligenza artificiale è già entrata in modo capillare nella nostra vita quotidiana - dichiara **Samuel Milotic**, **CEO di BN1** - e il suo impatto è destinato a crescere ulteriormente: tra novembre e dicembre 2027 è previsto il lancio della super-intelligenza, che segnerà un cambiamento radicale nella vita privata e lavorativa delle persone."

Quanto è importante in termini formativi?
È uno strumento estremamente utile e avrà un ruolo sempre più determinante anche nel mondo della formazione professionale. Quanto i parrucchieri siano pronti a utilizzarla dipenderà molto dalle aziende, dalla loro capacità di comunicare e, soprattutto, dalla formazione. Non si tratta più di usare l'IA solo per informazioni basiche – come sapere che tempo farà o qual è il codice di un prodotto – ma di creare correlazioni, ragionamenti e interazioni che influenzeranno la cultura stessa della professione. I tempi non saranno brevissimi, ma chi arriverà per primo avrà un forte vantaggio competitivo.

Cosa avete progettato per i saloni?
Di solito c'è una distanza enorme tra i parrucchieri e i gestionali: loro lavorano con le mani e non possono contemporaneamente usare la tastiera. Da qui il nostro obiettivo: creare una piattaforma intelligente che comunicasse a voce. Ed è nata **Luluu**, **la nostra assistente vocale intelligente**, sviluppata con un approccio diverso: non è un gestionale tradizionale a cui è stata aggiunta una componente di IA, ma un'IA attorno alla quale è stato costruito un software completo. Il lancio ufficiale è avvenuto due anni fa, ma la parte realmente innovativa sarà operativa tra gennaio e marzo prossimi. La vocalità totale – cioè la possibilità di fare tutto solo parlando – arriverà ad ottobre 2026. Il parrucchiere potrà chiedere aggiornamenti in tempo reale sulle performance del salone: fatturato obiettivo, progresso della giornata, differenziale e suggerimenti operativi. Un'ulteriore evoluzione arriverà dagli occhiali con telecamera, attualmente in fase di test, grazie ai quali sarà possibile ottenere una consulenza tecnica assistita: analisi della tipologia di capello, texture, colore, densità, spessore. Competenze che oggi richiedono anni di esperienza potranno essere apprese con un training "on the job", dove teoria e pratica si fondono.

Samuel Milotic
Ceo BN1

Il software sostituirà posti di lavoro?
Il lavoro del parrucchiere è artigianale, Luluu non sostituirà risorse umane: andrà solo ad alleggerire il lavoro al desk. Sarà però molto utile in ambiti spesso trascurati, come la rivendita: grazie all'integrazione con il magazzino e con le schede clienti, potrà suggerire i prodotti più adatti, spiegare come utilizzarli, permettere simulazioni di immagini e creare promozioni mirate nei giorni meno affollati in agenda.

L'IA conquista anche il make-up

Può sembrare insolito, perché il trucco è da sempre considerato un'arte creativa e manuale ma anche **MBA Making Beauty Academy** (vedi pag. 102) sceglie di utilizzare l'IA per la didattica. "Il nostro obiettivo non è sostituire la creatività, ma facilitare la fase di progettazione – spiega **Francesca Silvestri**, **Direttrice e responsabile della didattica** - Grazie all'IA, inserendo alcune parole chiave, è possibile ottenere immagini che rispettano forma, colore, stile e contesto in cui il make-up artist opera. Un approccio che consente di ridurre tempi e incertezze sul risultato finale, perché aspetti complessi come luci, ombre e saturazione cromatica vengono definiti già in fase di ideazione. L'IA dunque non solo accelera i processi creativi, ma spesso diventa anche uno strumento di apprendimento, offrendo nuove opportunità per rinnovare e sperimentare nel mondo del make-up professionale."

Formazione e assistenza virtuale

Anche **Mica Academy**, in Abruzzo, sta rivoluzionando il lavoro in salone grazie all'applicazione dell'IA. "Abbiamo sviluppato e implementato due soluzioni specifiche per il settore – dichiara **Paolo Monterubbianesi**, **Art Director dell'Academy** – La prima è un Assistente Virtuale H24 per la gestione appuntamenti: risponde autonomamente alle chiamate dei clienti 24 ore su 24, interagisce in modo naturale, raccoglie le informazioni e propone gli appuntamenti disponibili. La seconda è una piattaforma di Marketing Automation che centralizza in un'unica interfaccia, utilizzabile tramite app, moltissime funzionalità, tra cui: gestione clienti, social media, email marketing e whatsapp automatizzati. Il sistema raccoglie automaticamente i contatti e consente di creare campagne di fidelizzazione mirate e promozioni strategiche sui servizi più remunerativi."

Anche **Lorenzo Marchelle@Attilio Artistic Team** e **Global Ambassador Alfaparf Milano Professional** ritiene che l'IA rappresenti un grande vantaggio per il parrucchiere. "Pur considerando insostituibile la creatività dell'hairstylist, l'IA può aiutare tantissimo nelle consulenze e ha mille applicazioni possibili in salone. Per questo abbiamo creato un format ad hoc, di 2/3 giorni, per spiegare ai colleghi come trarre vantaggi dall'uso di questo strumento che va studiato e usato a proprio favore!".

Paolo Monterubbianesi
Art Director
Mica Academy

COSA NE PENSANO?

Lorenzo Marchelle

Shi

Leonardo Rizzo

Rudy Mostarda

Andrea Bozzano

Inquadra il QR Code per ascoltarli!

MORE
MORE

La rivoluzione dell'IE

L'intelligenza Emotiva è invece la capacità – tutta umana! - di riconoscere, comprendere e gestire le proprie emozioni e quelle degli altri in modo efficace. Troppo spesso sottovalutata nel mondo del lavoro, si rivela fondamentale per costruire relazioni autentiche e ottenere performance elevate. In ambito lavorativo favorisce la collaborazione, riduce i conflitti e migliora la comunicazione, creando un clima professionale più sereno e produttivo. Nella formazione aiuta a motivare, ad affrontare le difficoltà con resilienza e a sviluppare relazioni positive. Una competenza chiave che merita di essere approfondita: lo facciamo con l'aiuto di un libro sul tema…

Imparare a conoscersi

"Il successo non è solo potere e numeri, è vulnerabilità, resilienza, coraggio. È capacità di saper gestire le emozioni nella vita, come nel lavoro", afferma **Afsoon Neginy** nel libro "Come guidare sé stessi e gli altri" scritto in collaborazione con la master trainer **Lucia Giovannini**. "Imparare a pilotare le correnti emotive è importante perché in questo modo miglioriamo la capacità di adattamento, siamo in grado di leggere le nostre emozioni, ne sappiamo cogliere i messaggi e non ne diventiamo schiavi, anzi le utilizziamo per nutrire la nostra vita personale e professionale, riuscendo a rispondere agli stimoli con agilità e a cogliere le opportunità che si presentano."

Nel libro presentate due strumenti strategici per "fotografare" il proprio status interiore e migliorarlo: quali sono?
Il primo è la **cartografia emotiva**: un lavoro interiore fondamentale per chi vuol diventare un buon leader perché aiuta a mappare, riconoscere e gestire le proprie emozioni, sviluppando l'empatia, l'ascolto attivo e la comunicazione efficace.

Il secondo è il **quadrante delle emozioni**: uno strumento che aiuta a dare un nome agli stati d'animo, a definire con precisione come ci si sente. Per fare questo siamo partite da una ricerca condotta dall'Università della California: i neuroscienziati hanno dimostrato che la capacità di etichettare le emozioni ne smorza l'intensità se sono spiacevoli e, al contrario, l'aumenta se sono piacevoli. In altre parole, **ogni emozione se la nomini… la domini!** Il quadrante raccoglie quindi gli aggettivi che descrivono sfumature emotive diverse, organizzandoli in due assi: piacevoli/spiacevoli e ad alta/bassa energia. Le emozioni ad alta energia – come rabbia, entusiasmo, ansia, euforia - sono quelle che attivano, mettono in movimento; quelle a bassa energia – apatia, tristezza, noia - portano verso il ritiro. Attenzione, non sono 'positive' o 'negative' in sé: ciò che cambia è il livello di attivazione che generano nel corpo e nella mente. Ecco perché saperle riconoscere è la prima fondamentale tappa per riprendere il controllo della vita, personale e professionale."

IL QUADRANTE DELLE EMOZIONI

	SPIACEVOLE	PIACEVOLE
ENERGIA ALTA	Ansioso - Apprensivo Arrabbiato - Frustrato Furioso - Impaurito Infastidito - Irrequieto Irritato - Nervoso Teso	Allegro - Beato - Coinvolto Eccitato - Entusiasta Estatico - Felice - Gioioso Ispirato - Motivato Simpatico - Sorpreso Speranzoso - Vitale - Vivace
ENERGIA BASSA	Abbattuto - Accigliato Annoiato - Apatico - Cupo Desolato - Disperato Esaurito - Miserabile Preoccupato - Stanco Svuotato - Triste	Calmo - Compiacente Contento - Equilibrato Grato- Pacato - Premuroso Realizzato - Rigenerato Rilassato - Sereno - Sicuro Soddisfatto - Tranquillo

Il paradosso: l'IE è importante ma in flessione

Il **Rapporto 2025 di Assoknowledge** (Associazione italiana dell'Education e del Knowledge di Confindustria Servizi Innovativi e Tecnologici), registra "una vera e propria rivoluzione nel rapporto impresa/persone, sottolineando l'importanza crescente dell'Intelligenza Emotiva nella gestione delle risorse: motivare, valorizzare e prendersi cura del loro benessere diventa un asset strategico. L'impresa che si prende cura della felicità dei propri dipendenti migliora il clima interno e la produttività e affronta con maggiore resilienza le sfide del futuro.

"Eppure - come spiega **Lorenzo Fariselli**, **Direttore di Six Seconds Europe** - si sta creando un paradosso: mentre l'importanza dell'IE diventa sempre più evidente, i suoi livelli dal 2019 continuano a scendere". **È necessario dunque rimettere le persone al centro**: "Se vogliamo costruire un mondo sostenibile per le prossime generazioni, dobbiamo investire in competenze che permettano agli esseri umani di essere non solo più avanzati tecnologicamente, ma anche più empatici, consapevoli e dotati di obiettivi nobili che diano nuovamente un senso profondo alle realtà lavorative."