Applicazione della tecnologia AR nelle varie industrie

Autore : Redazione

Data : 17 Giugno 2021



Gli orizzonti applicativi della realtà aumentata sono molteplici e destinati a crescere. Possono beneficiarne industrie come quella della logistica, del gaming, del commercio al dettaglio e del turismo

Nell'era della trasformazione digitale e dell'industria 4.0 si sente parlare sempre più spesso di realtà aumentata (abbreviata AR).

Proprio quest'ultima, secondo gli analisti di *Goldman Sachs*, entro il 2025 sarebbe destinata a superare il peso economico del mercato globale dei PC. Del resto, nel 2023 le aziende arriveranno a investire fino a 121 miliardi di dollari nella realtà digitale, tre volte tanto i 40 miliardi di dollari previsti per il mercato B2C (fonte *Klecha & Co*).

Da questi numeri, è facilmente intuibile che l'AR è destinata a crescere fino a diventare un'innovazione alla portata di tutti, e specialmente di settori come quelli della logistica, del gioco online, del retail e del turismo.

La realtà aumentata nell'ambito della logistica

Quello della logistica è un settore pioniere della realtà aumentata. Nei magazzini viene da tempo impiegata per incrementare la produttività e la gestione ottimizzata dei cosiddetti *ordini omnichanell* (tutti quelli provenienti dal negozio online, dallo store fisico, dalle App, ecc.). Applicata ai dispositivi wearable come orologi, bracciali, anelli o vestiti, la tecnologia AR consente di velocizzare il lavoro del personale e le attività tipiche di magazzino.

Indossando occhiali speciali, headset, tablet e smatphone, inoltre, è possibile esplorare lo spazio fisico circostante visualizzando importanti *informazioni sul contesto*. Ad esempio, si può identificare la posizione di un determinato oggetto presente nel magazzino, rendendone più rapida la localizzazione.

Grazie all'AR l'operatore riceve sul display tutte le indicazioni relative alla *picking list* dei prodotti, completa del numero di corsia da cui prelevarli, della quantità e della posizione in cui andare a depositarli senza sprecare tempo in lunghe ricerche.

La realtà aumentata nell'ambito del gioco online

La realtà digitale ha fatto prepotentemente ingresso anche nell'industria dell'intrattenimento. Più nello specifico, in quella del *gaming*. Si pensi al poker online, che grazie all'applicazione della realtà virtuale (VR) è in grado di offrire un'esperienza di gioco davvero realistica.

Sono sufficienti una piattaforma di iGaming e un visore compatibile per esplorare casinò reali o creati *ad hoc*, incontrare altri giocatori e avere la sensazione di essere davvero al loro fianco.

Un vero e proprio passo avanti nell'esperienza videoludica si è avuto con il ricorso alla realtà aumentata. Nell'estate del 2016 tutti impazzirono per *Pokémon Go*, l'app che consente di incontrare e catturare Pokémon nel mondo reale, diventata un vero e proprio fenomeno globale.

Un esperimento simile è stato ripetuto un paio di anni dopo con il casco *Infinity War Hero Vision Iron Man* di Hasbro. Collegato alla fotocamera dello smartphone, agisce in sincronia con l'AR mostrando personaggi e altri elementi intorno a chi lo indossa.

La realtà aumentata applicata al retail

Il settore del commercio retail sta beneficiando delle opportunità legate all'utilizzo dell'AR. Durante il lockdown la realtà aumentata è servita per assistere i consumatori negli acquisti, permettendo loro di testare virtualmente i prodotti di interesse. Con la riapertura delle attività, permette invece di ottenere delle *anteprime personalizzate* di vestiti, cosmetici e altri prodotti in vendita.

La possibilità di visualizzare in 3D i prodotti prima di effettuare un acquisto, unita a quella di effettuare delle modifiche e delle personalizzazioni in tempo reale, è anche una strategia di marketing efficace nell'aumentare le vendite e l'engagement dei clienti.

La realtà aumentata nel turismo

Infine, anche l'industria del turismo ha iniziato a interessarsi ad AR e VR. La realtà digitale viene impiegata a scopi pubblicitari per *ispirare i viaggiatori* e aiutarli a scegliere tra diverse mete e destinazioni.

In futuro, si pensa che potrebbe guidare i visitatori all'interno delle sale di un museo, accompagnarli durante la visita a una città o fornire indicazioni di navigazione agli automobilisti tramite un display interattivo.

Conclusioni

Numerosi settori stanno sfruttando le potenzialità innovative della realtà aumentata. La tecnologia AR consente infatti di aumentare il coinvolgimento degli utilizzatori migliorando, valorizzando e ottimizzando l'esperienza digitale.