

Soluzioni per il lusso e l'alta gioielleria

Bulgari Digital Passport: la creazione diventa il punto di accesso all'identità digitale

Ennio Piccirillo Innovation & Transformation Senior Director di Bulgari: "Nella gioielleria la sfida è innovare nel rispetto della craftsmanship e del design che contraddistinguono i prodotti. Con l'intelligenza artificiale siamo riusciti a trasformare il numero di serie dei gioielli in una soglia di accesso digitale, offrendo ai clienti trasparenza e servizi esclusivi senza alterare l'estetica e il processo produttivo"

L'azienda

Fondata a Roma nel 1884, Bulgari è una maison internazionale del lusso riconosciuta per l'eccellenza della manifattura, il design distintivo e la capacità di coniugare patrimonio artigianale, creatività e innovazione. Parte del Gruppo LVMH dal 2011, opera nei settori della gioielleria, dell'orologeria, degli accessori, dei profumi e dell'hotellerie. Da oltre 140 anni, continua a esplorare nuove modalità per arricchire l'esperienza dei propri clienti. Per guidare le strategie di trasformazione tecnologica a livello globale, l'azienda ha creato il team Innovation & Transformation che coordina progetti multidisciplinari volti anche ad arricchire la relazione tra il cliente e il brand.

L'idea in breve

Il Bulgari Digital Passport è un'identità digitale certificata, accessibile direttamente dal prodotto tramite l'applicazione mobile Bulgari Touch, che raccoglie in un unico ambiente le informazioni sul prodotto, la sua storia, i certificati, la garanzia, le istruzioni di cura e i servizi dedicati. Integrando tecnologie differenti, la soluzione garantisce l'autenticità e la tracciabilità dei dati su blockchain, estendendo la relazione con il cliente lungo tutto il ciclo di vita della creazione.

L'innovazione

Il progetto nasce dalla volontà di valorizzare il legame con il cliente oltre il momento dell'acquisto, consentendo di accedere alle informazioni di ogni pezzo senza compromettere la manifattura o l'estetica del prodotto. Il percorso volto a trasformare le creazioni in punti di accesso a esperienze

Bulgari

Settore: Lusso – Gioielleria, Orologeria, Accessori, Profumi e Hotellerie

Sito web: www.bulgari.com

digitali ha preso il via nel 2019 nella divisione Pelletteria con l'integrazione dei chip NFC nelle borse, per poi estendersi nel 2020 all'Orologeria tramite la marcatura Data Matrix. La sfida più complessa ha riguardato la gioielleria e l'alta gioielleria, a causa delle dimensioni ridotte, dei processi di produzione ad alte temperature, delle superfici metalliche curve e riflettenti. Per quattro anni il team Innovation ha valutato soluzioni eterogenee, dai microchip di livello veterinario alle tecnologie per attrezzi chirurgici fino ai sistemi a polvere di diamante usati in ambito aerospaziale. La svolta è arrivata grazie alle nuove possibilità generate dall'intelligenza artificiale. L'azienda ha deciso di non introdurre alcun nuovo componente fisico nelle creazioni e di valorizzare invece un elemento già presente sui gioielli Bulgari da circa dieci anni: il numero di serie microinciso.

L'impatto dell'AI

Inquadrando il gioiello a distanza naturale tramite l'app Bvlgari Touch, l'algoritmo stabilizza l'immagine, azzeri i riflessi e le micro-vibrazioni della mano, leggendo istantaneamente il codice inciso anche su superfici curve di appena 0,5 mm. La tecnologia rimane invisibile, non richiede modifiche alla produzione artigianale e permette di abilitare al passaporto digitale sia le nuove collezioni sia oltre 10 milioni di pezzi già presenti sul mercato. Tutte le informazioni estratte vengono registrate sull'infrastruttura di Aura Blockchain Consortium, garantendo l'autenticità, l'immutabilità e la trasparenza della supply chain.

L'evoluzione del progetto

Nel 2025, con il progetto Connected Jewelry, l'azienda ha introdotto il riconoscimento automatico nell'app Bvlgari Touch, estendendo poi nel 2026 l'infrastruttura del Bvlgari Digital Passport a tutte le categorie della Maison: High Jewelry, Jewelry, Watches e Pelletteria. Il progetto ha coinvolto circa 150 persone tra funzioni Product Development, Marketing, Manufacturing, Retail, CRM, Digital, IT, Training, After Sales, Legal e Compliance, con un piano di change management e di formazione che ha coinvolto la rete globale delle boutique.

Benefici

L'adozione del Passport ha trasformato la fruizione del prodotto e la cerimonia di vendita in negozio. I clienti accedono in tempo reale a garanzie, certificazioni e indicazioni di manutenzione, con informazioni tradotte in sette lingue. Anche con prodotti e tecnologie differenti, il cliente vive sempre la stessa esperienza digitale, semplice, intuitiva e coerente. La tecnologia rimane invisibile, in linea con l'approccio di Bvlgari che la concepisce come un abilitatore discreto al servizio della creazione. Per il cliente, il principale beneficio è la semplicità: basta uno smartphone per accedere in pochi secondi a informazioni e servizi che accompagnano il prodotto lungo tutto il ciclo di vita. Il riscontro del mercato è stato immediato, registrando centinaia di letture giornaliere, soprattutto in Corea e Giappone. Il sistema costituisce un supporto anche per i Sales Advisor in boutique e per la gestione dell'assistenza post-vendita. Il progetto ha consentito di realizzare un'infrastruttura



digitale scalabile e strategica sulla quale Bvlgari potrà continuare a sviluppare nuovi servizi, esperienze e modalità di relazione con i clienti. L'architettura software, estesa a oltre 10 milioni di creazioni, dimostra come l'intelligenza artificiale possa digitalizzare il patrimonio di un marchio del lusso preservando integralmente l'eccellenza e il valore nel tempo della manifattura artigianale.

Bvlgari

Settore: Lusso – Gioielleria, Orologeria, Accessori, Profumi e Hotellerie

Sito web: www.bulgari.com