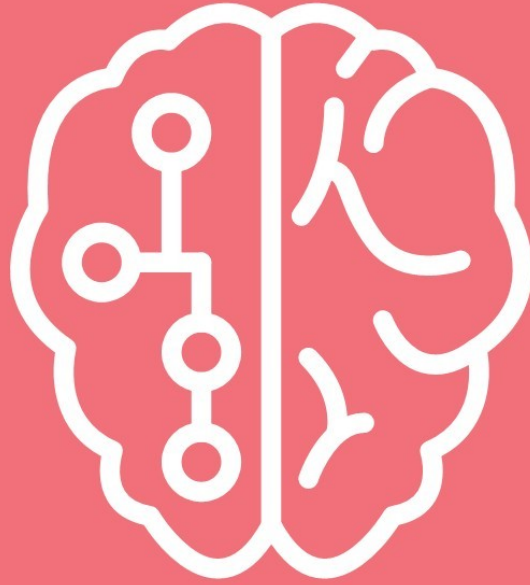


OUTILLAGE



Algorithme

L'IA AU SERVICE DE LA COSMÉTIQUE

QU'ELLE FASSE PEUR OU QU'ELLE FASCINE, L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE FAIT IRRUPTION DANS DE NOMBREUX SECTEURS, DE LA SÉCURITÉ AU TRANSPORT EN PASSANT PAR LA SANTÉ.

UNE RÉVOLUTION DIGITALE QUI S'INFILTRE JUSQUE DANS L'INDUSTRIE COSMÉTIQUE

AVEC L'ARRIVÉE DE NOUVEAUX ACTEURS À MI-CHEMIN ENTRE START-UP DU FUTUR

ET LABORATOIRE PHARMACEUTIQUE. PARMIS EUX, LA JEUNE POUSSÉ LAUSANNOISE SYHA.

TEXTE : G. SINNASSAMY

Objets connectés, machine learning ou réalité virtuelle, les nouvelles technologies se mettent au service de la beauté et ouvrent des perspectives inédites, avec l'émergence de marques, produits ou services «fait-machine». Diagnostic de la peau par ordinateur, offres ultra-personnalisées, traçabilité des produits, production à la demande, le champ des possibles est infini. Chez Syha, nouvelle marque lancée en avant-première en Suisse ce printemps, c'est aux actifs que l'on s'est intéressé : l'intelligence artificielle a permis de combiner les propriétés de plus de six cents plantes médicinales issues de l'agriculture biologique afin d'aboutir à une formulation brevetée et unique sur la base d'un milliard de possibilités. Un procédé complexe de compilation et d'analyse de données développé en partenariat avec la société de recherche Alphanasos, où l'entreprise franco-suisse a été incubée. Daniel Valtueña, son président, répond à nos questions.

Comment est venue l'idée d'avoir recours à l'IA pour développer une marque de cosmétique ?
Nous désirions développer une dermocosmétique de pointe, qui soit à la fois naturelle, bio et efficace. Afin d'atteindre ce triple objectif de façon optimale nous étions dans l'obligation de tester des millions de combinaisons de plantes. Une analyse classique

ne nous le permettait pas, pour des raisons de temps et de coût. Nous avons donc décidé de recourir aux algorithmes d'intelligence artificielle de notre partenaire stratégique Alphanasos.

Pouvez-vous nous en dire plus sur la méthodologie d'Alphanasos pour créer ses actifs ?

Elle a été élaborée par le Dr Pascal Mayer au cours de ces vingt dernières années. Alphanasos s'appuie sur l'intelligence artificielle pour combiner des plantes dont l'efficacité est testée en laboratoire vis-à-vis de différentes souches bactériennes, tel que le staphylocoque doré. Les différentes synergies sont testées et les résultats sont incorporés à la machine qui propose de nouvelles associations de plantes. Le procédé est répété jusqu'à découvrir la combinaison de plantes la plus efficace.

Comment mesure-t-on les apports de l'IA en termes d'efficacité par rapport à une méthodologie de recherche classique ?

L'IA permet de gagner un temps infini car elle permet de passer au crible des milliers de combinaisons de plantes en très peu de temps. Elle offre la possibilité de traiter une collection de six cents plantes. Or, si l'on combine quatre plantes à partir de cette base de données, on obtient rapidement un milliard de possibilités

différentes. Il faudrait des milliers d'années pour toutes les tester selon une méthodologie de recherche classique.

Comment ont été sélectionnées les six cents plantes ?

Cette première librairie de six cents plantes a été sélectionnée par Alphanasos selon les critères suivants : disponibilité, coût et comestibilité, pour minimiser les risques de toxicité.

La gamme Syha est-elle mixte ?

Oui. Avec leur parfum neutre, les soins Syha se rapprochent davantage du soin dermatologique que du produit de beauté. D'autant plus que la pollution et la lumière bleue sont des problématiques qui touchent autant les hommes que les femmes.

Comment envisagez-vous le développement de la marque ?

Plusieurs axes sont envisagés : nous pensons à une extension de la gamme autour du Synherbs 4.5 avec une crème de douche et un soin contour des yeux. Nous avons également des projets de développements futurs dans les soins capillaires.

www.syha-paris.com

© D.D.E.