

IL PRESENTE DELLE CASE INTELLIGENTI

Sfide e opportunità della Smart Home

Il 2017 ha visto l'ingente crescita del mercato delle soluzioni Internet of Things (IoT) per la Smart Home anche in Italia. Un incremento del 35% rispetto ai numeri del 2016 con 250 milioni di fatturato, rappresenta uno sviluppo significativo in un mondo che deve abbattere ancora molte barriere, come evidenziato dall'Osservatorio Internet of Things del Politecnico di Milano¹.

Videocamere di sorveglianza, termostati, caldaie ed elettrodomestici intelligenti hanno attirato l'attenzione dei consumatori verso la casa connessa, attendendo, però, l'arrivo dei grandi Over The Top (OTT), come Amazon, Apple e Google, che ormai hanno definito quello degli Smart Home speaker il proprio terreno di battaglia. Privacy, Cyber Security e i nuovi algoritmi di IA (Intelligenza Artificiale) sono gli aspetti cruciali cui le aziende guarderanno per lo sviluppo di soluzioni affidabili e la corretta gestione dei dati messi a disposizione degli oggetti connessi presenti nelle nostre case.

Il Mercato della Smart Home – Il valore del mercato dell'IoT in Italia (250 milioni €), sebbene rappresenti un numero importante, appare, estremamente ridotto se si prendono in considerazione altri mercati europei come quello tedesco o inglese che sorpassano abbondantemente il miliardo di euro (Germania 1.5 mld, UK 1.4 mld - fonte: Statista). Proprio in questi giorni anche in Italia è arrivato Google Home, il primo grande player ad affacciarsi sul nostro mercato e che farà presumibilmente da apripista con il suo altoparlante iperconnesso in grado di interfacciarsi con tutti i dispositivi della Smart Home.

L'evoluzione delle tecnologie e l'Intelligenza Artificiale - Nonostante il mercato in forte crescita, le tecnologie per la comunicazione degli oggetti smart in casa continuano a essere caratterizzate da una forte eterogeneità che rende difficile la convergenza verso un'unica soluzione. Si sta consolidando, quindi, il trend relativo all'integrazione degli Smart Home speaker (35 milioni di pezzi venduti negli Stati Uniti solo nel 2017 - fonte: Morning Consult) come collanti con gli altri oggetti intelligenti, con un conseguente miglioramento nella facilità di gestione della propria abitazione.

¹ Osservatorio Internet of Things Politecnico Milano, "Non manca (quasi) più nessuno: la Smart Home apre i battenti", Febbraio 2018

In quest'ottica lo sviluppo dell'IA consente di semplificare la coordinazione dei dispositivi connessi riducendo fortemente le barriere integrative e portando un potenziale risparmio sia economico sia energetico. Da notare che con una soluzione smart per il riscaldamento, nella sola Milano, si risparmierebbero 70 milioni di euro e 54 mila tonnellate di CO2 all'anno.

I nuovi canali di vendita - Nonostante una quota sempre più consistente deviata su canali di vendita alternativi, il ruolo di leader nel mercato della Smart Home in Italia è ricoperto dalla filiera "tradizionale" che beneficia della scarsa fiducia del consumatore verso brand poco noti e della difficoltà nello svolgere autonomamente le installazioni. Produttori di domotica e componenti elettrici, architetti, costruttori edili, installatori e distributori mantengono, dunque, il 70% delle quote di mercato (175 milioni di euro, con un incremento del 15% rispetto al 2016), non intaccando, però, la crescita dei retailer online e offline. Forte anche il ruolo giocato da Utility e Telco che nel 2017 hanno visto il proprio ingresso nel mercato delle Smart Home accaparrandosi il 4%; poco dinamico, invece, il canale assicurativo.

Prospettive del consumatore e gestione della Privacy - Gli oggetti connessi hanno iniziato a diffondersi prepotentemente anche in Italia. Il 38% ne possiede almeno uno e circa il 33% degli acquisti è avvenuto solo nel 2017, con device per la sicurezza e riscaldamento al primo e al secondo posto tra le preferenze dei consumatori che, nel 74% dei casi considerati, ha avuto la necessità di rivolgersi a un professionista per l'installazione. Tasto dolente rimane la questione Privacy e sicurezza. Occorre lavorare sull'integrazione di servizi di valore per superare le reticenze alla condivisione dei dati e sul risolvere le falle o le vulnerabilità prima del lancio delle soluzioni sul mercato. Nell'era della casa connessa, infatti, i dati generati dagli oggetti obbligano le imprese titolari a seguire procedure per garantire i diritti delle persone interessate.