

LA DOMOTICA CRESCE CON SMART HUT

Le aziende di Smart Hut hanno commentato l'andamento dei primi tre mesi del 2015, tra segnali incoraggianti e nuove sfide da vincere anche grazie alle opportunità associative



Il 2015 si annuncia come un anno positivo per la domotica. I dati del primo trimestre mostrano infatti segnali inequivocabili di crescita. Di per sé, naturalmente, questa non è una novità, perché questo settore, pur con notevoli differenze al suo interno, mostra da anni un andamento positivo.

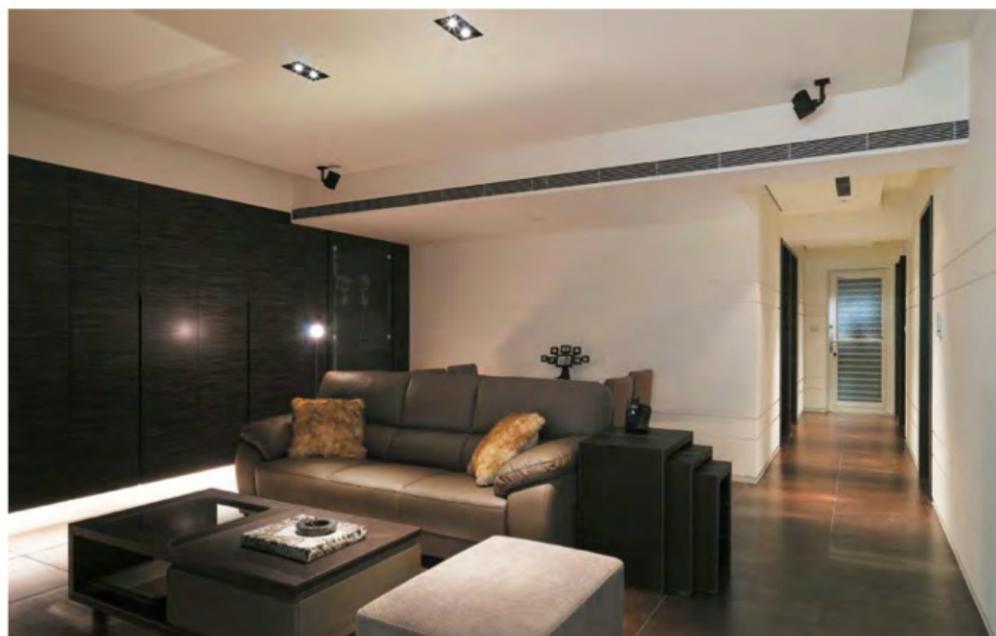
Ma a irrobustire i segnali positivi è la sensazione comune che la crescita riguardi tutti i settori della domotica, compreso il comparto retail che nel recente passato, complice il calo dei

Ferdinando Girardi

Responsabile Gewiss Professional di GEWISS



"Continua il trend dell'anno precedente, che vedeva il catalogo della domotica come l'unico positivo per Gewiss. Sicuramente una piccola spinta l'ha data il **mercato delle ristrutturazioni**. Il mercato c'è ma richiede formazione. È un passaggio necessario, perché tutti sanno usare il cellulare ma non le applicazioni evolute. Fino a poco tempo fa gli installatori erano abituati a fare sempre lo stesso impianto. Oggi, la domanda ha creato una notevole diversificazione e questo determina qualche problema di aggiornamento. I nostri corsi di formazione sono pieni e la richiesta è molto alta".



consumi prodotto dalla crisi economica, aveva contratto la domanda.

Questo clima di consapevole ottimismo si è respirato in occasione dell'incontro organizzato da **Smart Hut - Assodel** il 9 aprile, che ha avuto il suo focus proprio sul confronto intorno ai dati del primo trimestre 2015 delle aziende partecipanti.

Le aziende che si sono confrontate hanno infatti espresso un giudizio unanime sul periodo positivo che la domotica sta attraversando, partendo dalla loro esperienza sul campo e dall'eterogeneità dei loro profili. Ma in un contesto economico difficile come quello italiano, ogni fase di crescita è sottoposta non solamente alle incertezze del periodo, ma deve fare i conti con tutti quegli elementi che impediscono alla domotica di

dispiegare tutte le sue potenzialità di crescita. Inoltre, non bisogna sottovalutare che le performance positive delle aziende si devono spesso al loro sforzo di internazionalizzazione.

QUALI SONO I FATTORI CHE RALLENTANO LA CRESCITA?

Il primo imputato naturalmente è il settore edilizio. Mentre nel resto d'Europa lo sviluppo di una edilizia residenziale ad alto valore aggiunto, in classe energetica A e tecnologicamente avanzata fa da traino dando anche l'opportunità ai system integrator di elaborare progetti sempre più evoluti e complessi, in Italia la crisi dell'edilizia ha bloccato lo sviluppo della building automation, a favore di singoli progetti abitativi. E i casi virtuosi di edilizia bio e delle case passive rimangono confinati in

Alessandro Abbiati

IN BREVE

I dati positivi del primo trimestre 2015 spingono a riflettere su quali saranno le direttrici di crescita per i prossimi anni. Le aziende di Smart Hut si sono confrontati sull'argomento.

VISIONE



realtà regionali, come il Trentino Alto Adige, che purtroppo difficilmente possono essere replicate a livello nazionale. Da questo punto di vista, un sensibile aiuto alla domotica è venuto in questi anni dal settore delle ristrutturazioni, che ha svolto una vera e propria funzione

anticipata per il mercato. Le **agevolazioni fiscali** si sono infatti inserite bene nella struttura in un paese con il **70%** delle abitazioni con oltre 30 anni di età. Visto il benefico effetto sortito, opinione unanime delle aziende che hanno partecipato all'incontro è che questi incentivi fiscali

possano continuare e diventare strutturali. Questo aiuto legislativo non ha prodotto solamente effetti benefici.

DAL RISPARMIO ALL'EFFICIENZA

Gli incentivi fiscali hanno infatti focalizzato l'attenzione sul

risparmio energetico, rischiando di creare false aspettative sulla reale capacità di incidenza della domotica sui consumi. Ma il risparmio energetico è un effetto secondario della gestione automatizzata della casa, comunque subordinato alle effettive necessità del cliente finale, che spesso predilige il comfort e il benessere alla massimizzazione dei benefici. Ecco perché le aziende del gruppo preferiscono parlare di efficienza energetica. L'importanza di questo tema non è solamente comunicativa, ma riguarda le prospettive di lungo termine del settore. Bisogna **"togliere"** la domotica dalla percezione emergenziale del risparmio. Da questo punto di vista i temi del **benessere** e della

LUCA LAVINCI

Manager Nord Est di
MYGEKKO



"Noi crediamo molto nella **bioedilizia** e pensiamo che sia il luogo d'elezione per l'impianto domotico. Naturalmente siamo in attesa che il mercato dell'edilizia si riprenda, per dare il colpo d'ala definitivo. Secondo me il wireless si adatta più alle singole abitazioni che non ai progetti di building automation. All'estero la professione dell'installare è molto più valorizzata, anche economicamente. Questo ha un impatto positivo su tutta la filiera perché spinge questa **figura professionale** a un continuo aggiornamento".

GIUSEPPE GUSTINETTI

Advanced Solutions Arca Director di
SPECIAL-IND



"La semplicità e la velocità delle soluzioni wireless cominciano a prendere piede. Noi vogliamo provare ad arrivare anche all'utente finale e stiamo provando con un **e-commerce**. Formazione e comunicazione sono temi trasversali che interessano tutti noi. La permanenza di false concezioni sulla domotica pena ancora uno sviluppo nella pienezza delle sue possibilità. Il mercato della ristrutturazione ha dato una grande mano allo sviluppo di soluzioni per la home automation e lo farà per molto tempo".

GIANLUIGI BANO

Direttore Commerciale di
WTECH



"A frenare ancora il pieno sviluppo del mercato sono sostanzialmente due elementi. Il primo riguarda la storia che ha accompagnato la parola **Domotica**. Si è creato nei fatti un pregiudizio negativo che la descrive come un privilegio per benestanti. Il secondo è la mancanza di cultura, ovvero il modo erroneo con cui vengono proposte le soluzioni. Noi siamo una piccola realtà che sviluppa soluzioni per la domotica in ambito PLC per residenziale e commerciale che richiedono poco sforzo per essere installate".

MARCO PESSINA

Sales Manager di
DIGICOM



"Noi siamo produttori e lavoriamo in maniera specifica in campo **m2m** e **IoT**, dove la domotica è una parte importante. La nostra filosofia è quella delle partnership strategiche. Il denominatore comune è la comunicazione di dati. Sulla domotica vediamo spiragli applicativi, con un impegno sempre maggiore rispetto al passato. Stiamo lentamente andando verso le **soluzioni**, anche attraverso partnership, con una proposta di prodotti di base. Per quanto ci riguarda il primo trimestre è stato positivo."

qualità della vita, insieme con una accresciuta sicurezza, risultano più funzionali.

Ma cambiare gli stili di comunicazione e il messaggio non basta. Bisogna, secondo il parere degli intervenuti, da una parte agire per sensibilizzare gli installatori, dall'altra costruire anche alternative della proposta del prodotto che siano in grado di superare i cosiddetti colli di bottiglia del sistema. E le direzioni sono due: proporre soluzioni autoinstallanti o che riducono al minimo la necessità di intervento dell'installatore e diversificare l'offerta con singole applicazioni che potranno essere integrate in seguito. Questo significa, strategicamente, continuare a ritenere centrale per

lo sviluppo la **figura dell'installatore**, ma agire anche sul **cliente finale** sia privato sia professionale, per stimolare in lui la necessità/opportunità di dotarsi di domotica.

L'INTEGRAZIONE CON LA SICUREZZA È UN VANTAGGIO?

Il processo di integrazione di fatto tra domotica e sicurezza, confermato dai partecipanti, porta nuove opportunità ma anche nuove problematiche da affrontare. Anche in questo caso il tema centrale è quello della armonizzazione della formazione degli installatori, che per i due settori hanno abitudini e tradizioni diverse. Gli installatori di sicurezza infatti sembrano

maggiormente propensi all'aggiornamento tecnologico anche perché da più tempo hanno dovuto fare i conti con l'elettronica.

“La convergenza digitale spinge all'integrazione di sicurezza e domotica”

I tempi di ingresso nelle abitazioni sono ancora diversi (*la domotica arriva prima, mentre di solito la sicurezza viene richiesta più tardi*) e questo fa in modo che nella maggior parte dei casi sia la domotica a inglobare le funzioni della sicurezza. Anche se permangono problematiche di integrazione, il clima è positivo perché si è tutti consapevoli che la

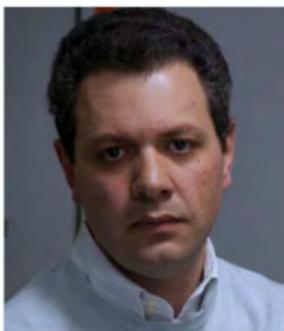
convergenza digitale imporrà nel tempo una sostanziale fusione. Con nuove opportunità per gli installatori che vorranno coglierle.

LA SPINTA VERSO LA CUSTOMIZZAZIONE

Un altro aspetto interessante emerso nel corso dell'incontro è legato agli effetti indiretti della spinta comunicativa verso il cliente finale. La crescita delle conoscenze tecniche dell'utente si traduce in una sempre maggiore richiesta di **installazioni non standard e soluzioni personalizzate**. Fino a poco tempo fa, infatti, erano rare le richieste di personalizzazione rispetto agli impianti standard. Mentre oggi si assiste a un fenomeno contrario.

SILVIO GRAUSO

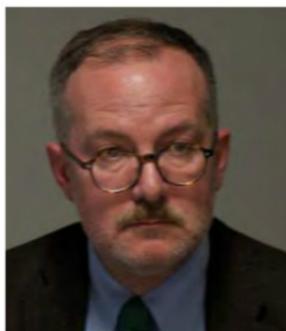
Ricerca e Sviluppo di
HOME INNOVATION



“La nostra azienda ha come cliente l'**installatore**, ma promuoviamo anche la comunicazione verso l'utente finale. Si può notare un vero fermento di crescita, spinto da un aumento della richiesta sull'IoT. Siamo quindi fortunatamente protagonisti di una spinta positiva e i segnali sono incoraggianti. La nostra proposta è in crescita: il residenziale la fa da padrone ma cresce anche il **retail** e questo segnale è sintomo di una ripresa economica. L'utente finale è molto reattivo e pronto a fare proprie le nuove tecnologie”.

LORENZO VANGELISTA

Titolare di
PATAVINA TECHNOLOGIES



“Vediamo per fortuna un grosso interesse per la nostra tecnologia Lora, che promette di rivoluzionare le tecnologie a corto raggio con soluzioni efficienti e con una portata eccezionale. C'è una sfida per quanto riguarda il software di rete ma ci sono molte aziende interessate a questa tecnologia a lungo raggio. L'Italia è indietro rispetto agli altri paesi d'Europa per quanto riguarda la diffusione internazionale di Lora, che per noi è soprattutto una tecnologia per la trasmissione delle informazioni”.

MARA ROCCO

Marketing e comunicazione di
CRESTRON



“Il 2015 è cominciato bene per Crestron, anche se per precisione dobbiamo dire che molte commesse arrivano dal **mercato internazionale**. La domotica predispone la buona gestione dei consumi energetici ma non garantisce un immediato risparmio energetico; non diminuisce di per sé i consumi. È la tipologia della costruzione che determina la classe dell'edificio. Dobbiamo forse essere più chiari verso l'esterno per fare crescere l'home automation su binari di maggiore stabilità.”

PAOLO DE MICHELI

Marketing strategico di
EL.MO.



“Facciamo integrazione di sicurezza. Il mercato che sta dando buone soddisfazioni è quello del residenziale. Visto dalla nostra prospettiva soffre di una problematica: il tecnico della domotica e il tecnico della sicurezza sono normalmente ancora due persone distinte. La gente vuole controllare tutto dalla telefonia mobile via App. La **richiesta di sicurezza** da parte degli installatori di domotica residenziale è sempre maggiore, anche se non sanno come farle interagire per fare contento il cliente finale”.



CRONOTERMOSTATI

Non sono solo utili per avere sotto controllo tutte le fonti di consumo energetico. Sono anche belli e semplici da usare

Per quanto complesso possa essere un impianto domotico ed evoluta la tecnologia utilizzata, il suo successo dipende dalla **semplicità d'uso** e dal **grado di integrazione** con le aree automatizzabili della casa. Ecco perché le interfacce sono un elemento fondamentale della domotica, e inoltre, a prescindere dalla loro effettiva funzionalità, debbono rispondere sempre di più a criteri estetici.

Mentre fino a qualche anno fa prevaleva infatti la valutazione dei requisiti tecnici per la scelta di un cronotermostato (o di un touch screen), oggi gli aspetti estetici

svolgono un ruolo importante nella decisione di acquisto. Aspetti che comprendono non solamente la parte materiale ma anche l'interfaccia di gestione propriamente detta. In altre parole, possiamo dire che oggi il cronotermostato è un oggetto che afferisce anche alla tematica del design. Senza dimenticare che la vera importanza del cronotermostato risiede nel fatto che un suo uso "smart" permette di attuare dinamiche di ottimizzazione dei consumi e quindi di risparmio energetico. Il ruolo del cronotermostato, d'altro canto, è molto cambiato negli ultimi anni. Mentre fino a poco tempo fa sovrintendeva semplicemente agli

aspetti di climatizzazione, oggi è a tutti gli effetti uno strumento di gestione e controllo dell'appartamento o del negozio, capace di incorporare scenari, azioni ed elementi di sicurezza. Questa evoluzione si spiega anche indirettamente con la diffusione crescente di App per tablet e smartphone, che potenzialmente possono rendere inutile la presenza di un cronotermostato intelligente, in quanto svolgono le stesse funzioni di controllo. L'**evoluzione estetica** si spiega quindi anche come un modo per dare nuova legittimità a uno strumento che da tanti anni sovrintende al benessere climatico delle nostre case.



IN BREVE

I cronotermostati intelligenti sono una parte fondamentale di un impianto domotico e permettono di avere sotto controllo tutte le fonti di consumo energetico.

A-4-3-CTXX di Home Innovation

Controlla anche le procedure di umidificazione e deumidificazione degli ambienti

Home Innovation propone sul mercato **A-4-3-CTxx**, un sofisticato monitor domotico basato su tecnologia Hi Bus e in grado di impostare e di gestire contemporaneamente le differenti funzionalità disponibili all'interno del cronotermostato integrato.

Il cronotermostato, infatti, è in grado di gestire alternativamente le temperature di una zona, di due zone o di quattro zone fino a un massimo di quarantotto fasce orarie di temperatura giornaliera, con controllo delle procedure di umidificazione e di deumidificazione.

Il dispositivo è dotato di uno speciale **algoritmo di ottimizzazione** sia per i controlli proporzionali sia per i comandi digitali sulle valvole di zona, con possibilità di gestione relativa alle valvole di zona con comando elettrico, alle pompe di ricircolo, al fan coil, ai radiatori elettrici e ai deumidificatori e umidificatori.

Le modalità possibili di regolazione della temperatura attraverso il display sono **Anti Gelo** mantiene la

temperatura ambiente al valore impostato come antigelo;

Crono la temperatura viene regolata in funzione della programmazione oraria effettuata; **Manuale** mantiene la temperatura ambiente al valore impostato manualmente. E' possibile selezionare una qualsiasi temperatura compresa tra 2°C e 35°C; **Estate/Inverno** è possibile invertire il funzionamento del cronotermostato portandolo in modalità di funzionamento "estate" o "inverno"; **Spento** disabilita tutte le funzioni per la gestione della temperatura e le programmazioni orarie. Solo gli scenari preimpostati per il passaggio di stagione vengono mantenuti in funzione; **Hotel** permette di impostare la soglia minima e massima oltre le quali l'utente non potrà settare la temperatura.

