

Smart Home, avanti tutta!



Smart Hut cresce, con nuovi nomi e tante proposte per creare un network virtuoso nel mercato della domotica e delle tecnologie per la smart home. Il 31 marzo una nuova occasione per discutere insieme, in occasione dei dati sul consuntivo 2015 del gruppo Hut, l'andamento del mercato, le spinte tecnologiche, e porsi obiettivi per il futuro.

Come si è comportata la domotica nel 2015? Certamente non ha deluso le aspettative, con circa **440 milioni di euro** di fatturato complessivo stimato del settore secondo gli analisti nazionali. Ma altrettanto buoni sono anche i dati relativi al panel del **gruppo Hut** di Assodel relativi all'ultimo trimestre e al consuntivo del 2015. C'è grande movimento, sicuramente grazie all'**Ecobonus**, esteso nel 2016 agli impianti di home automation, ma anche alle novità tecnologiche, a una sottile ma percepibile ripresa delle nuove costruzioni, e alla riconferma della centralità del mercato delle riqualificazioni e ristrutturazioni di vecchi edifici. Una ristrutturazione che resta senza dubbio centrale nel business di ogni azienda e di ogni professionista.

Emerge inoltre, ancora una volta, la **centralità dell'installatore**, figura chiave del mercato che Smart Hut vuole sottolineare con un ambizioso progetto di formazione e qualificazione, in collaborazione ENEA, all'interno del progetto Bricks, per la costruzione di un percorso nazionale ed europeo per la certificazione degli installatori di impianti domotici, ovvero gli smart home specialist. Le direttive europee spingono verso la formazione per riqualificare nuove figure professionali, come nel caso degli installatori.

Ad Hut come gruppo, il compito di unire le forze per promuovere la qualificazione di queste figure professionali. Agli installatori, nel frattempo, la possibilità di **profilarsi** per valorizzare la proprie competenze “smart” ed entrare nel network che porterà a questa certificazione.

Il panel cresce... e segna un +22,9%

Oggi, il consolidato proviene da un panel di aziende ampio e significativo, che conta ben **68 milioni di euro di fatturato** e una crescita del **22,9%** nel 2015 rispetto al 2014.

Il quarto trimestre 2015, in particolare, ha chiuso con un +31,5%, impennata dovuta alle ottime performance di alcune aziende del panel. Passando alle singole componenti del mercato domotica, vediamo come il business legato al **filato** sia ancora imprescindibile, con uno share del 55,5%. Il **wireless** tuttavia cresce rispetto alla precedente indagine e si attesta al 41,5%, delineando di fatto una dicotomia sempre più percepibile tra specialisti del filato e specialisti del wireless.

Nuove costruzioni, qualcosa si muove

Quanto ai settori applicativi, svetta il residenziale, che copre l'88% del mercato di azione del panel Hut, rispetto al 12% del segmento retail. La percentuale di fatturato delle nuove costruzioni, **47,2%**, denota un segnale positivo in un comparto strutturalmente in crisi. Un dato che, si spera, ci proietta in un secondo semestre più vitale per il settore del nuovo, e, di conseguenza, in più business per le aziende e i professionisti della domotica.

Altre interessanti indicazioni ci vengono fornite dagli attori del mercato: il fatturato legato al business con gli installatori è al 59,7%. L'installatore resta il padrone del mercato, mentre il system integrator genera il 23,3% del guadagno. Anche in questo caso però valgono le specializzazioni produttive delle singole aziende.

A livello di canali di vendita, la distribuzione copre il 65,1% del fatturato, e la vendita diretta il rimanente 34,9%.

L'integrazione è una realtà

Tutti gli indici che indicano la realizzazione di impianti integrati sono aumentati, segno che la convergenza digitale sta davvero prendendo piede. I dati presentati da Hut rappresentano quindi una risposta anche a chi realizza l'integrazione concretamente. Vediamo come nelle percentuali seguenti:

- Impianti domotici che integrano smart lighting: 59,2%
- Impianti domotici che integrano sicurezza e video sorveglianza: 46%
- Impianti domotici che integrano audio/video: 11,4%

“fai da te” o soluzioni professionali? Un giro di tavolo tra le aziende Hut

Massimo Labrozzi, Intellia

Resto convinto del fatto che il mercato oggi sia ancora trainato dalle ristrutturazioni, il “nuovo” è ben lontano dai tempi passati. Un elemento importante è la responsabilità del system integrator o dell’installatore, che devono garantire che il sistema sia aggiornabile, funzionante, e che si intervenga rapidamente quando ci sono problemi. Questo tema condiziona molto la vendita tramite distribuzione o diretta dei prodotti. Bisogna essere fornitori professionali di system integrator, non di avventori occasionali.

Filippo Mattioli, Conrad

L’e-commerce va un po’ a scardinare i classici meccanismi della distribuzione, offriamo dai componenti elettronici alla domotica. Potremmo coprire il ruolo del grossista, come quello della fornitura diretta all’utente finale o all’installatore. Dovremmo anche capire dove andrà il concetto di distribuzione, potenzialmente molto più fluido sul mercato: penso che non sia più così netta la divisione tra professionale e consumer, tanti negozi fanno da ponte tra i due mercati, giusto o sbagliato che sia.

Giuseppe Gustinetti, Special-Ind

Credo che la differenza la farà il cliente finale, che deciderà qual è l’interlocutore migliore. Chi si occupa di sicurezza è il più adatto a proporre qualcosa di complesso perché di partenza più digitalizzato, con soluzioni complete. Non credo che ci sia una ricetta vincente, i cataloghetti stanno crescendo anche sotto il punto di vista della domotica. In questo senso, noi abbiamo una responsabilità, quella di rendere easy gli strumenti a disposizione del mercato. Se le soluzioni sono semplici e aperte, con gli strumenti di connessione oggi disponibili, aumenta la possibilità del cliente di “fare da sé” e di avvicinarsi a un nuovo concetto, quello dell’integrazione domotica. Ci vorrebbero poi linguaggi il più possibile comuni (vedi Apple, Android ecc.).

Una provocazione: non siamo stati un po’ snob nella nostra visione della domotica? Quanto può incidere il fatto che avere una smart home porti benefici nel risparmio energetico, nel comfort e nella salute, e non sia solo una questione di lusso? Questo passaggio culturale deve diventare una discriminante perché la domotica esca dalla logica dell’estetica o del gusto, e vada verso la funzionalità e il risparmio economico.

Paolo de Michieli, El.Mo.

Il “banco” del grossista, dal lato dei distributori di materiale elettrico, deve avere più cultura per supportare al meglio il cliente finale, che magari si è già informato e preparato via internet. La sicurezza resta a mio avviso un mondo diverso, ma attenzione a interpretare la domotica solo come accendere una luce o regolare un termostato, bisogna pensarla in maniera seria, chiamando in causa il system integrator, per far parlare tutte le tecnologie tra loro.

Luca Piotto, Wtech

Oggi dal distributore trovo tutto quello che viene chiesto all’elettricista, compresi antifurto, videocitofono, termostato ecc. In generale la domotica pretende formazione, bisogna far capire alla gente, anche al cliente

finale, che esiste la smart home. Si pensa che la domotica sia solo un optional di lusso delle abitazioni. La gente comune forse non la percepisce ancora come utile strumento per il risparmio energetico.

Mauro Maconi, Samsung

Sicuramente i dispositivi “plug & play” si posizioneranno su un segmento consumer e DIY (Do it Yourself). La domotica “nobile” rimane posizionata su un segmento più alto, arriveranno dispositivi acquistabili online, ci saranno trasformazioni, ma non si arriverà mai alla distribuzione massiva di domotica integrata come la si intende qui.

La user experience potrebbe comunque essere uno dei driver del mercato domotica, un ingresso disruptive che allarga il bacino di utenza. L'integrazione è altrettanto importante perché al momento nelle case degli italiani i dispositivi hanno tutti marchi diversi, bisogna cercare di farli dialogare in maniera adeguata.

Paride Maimone, Myte

L'home kit di Apple cambierà il modo di fare domotica e gli asset del mercato, forse oggi è una pulce nell'orecchio, ma il concetto si sta diffondendo. Anche a noi, che proponiamo soluzioni per lo smart lighting, viene richiesto di integrare i dispositivi in questo sistema plug and play dall'utilizzo veramente semplice per l'utente finale e anche per l'installatore.

Giovanni Pigato, Kblue

L'evoluzione della distribuzione elettrica permette di capire quanto le smart things si stiano diffondendo. Comunque è importante capire se anche il canale professionale stia crescendo o meno. Il mercato non può essere visto in una sola maniera, ci sono tre strati: un utente finale, che crescerà a ritmi esponenziali, uno intermedio, e infine la nicchia del system integrator. Questo ultimo sarebbe il canale della vendita professionale. La scissione tra consumer e professionale c'è e resterà, ma noi dobbiamo tenere in considerazione il business nel suo complesso.

Silvio Grauso, Home Innovation

La crescita del segmento consumer e delle soluzioni “fai da te”, compresi tutti i gadget dell'internet of Things, è ormai un dato di fatto. Noi crediamo che questo fenomeno sia del tutto positivo anche per chi opera principalmente in ambito professionale. I prodotti consumer, infatti, ognuno con marchi e funzioni diverse, avranno bisogno proprio di professionisti e di strumenti d'integrazione per poter comunicare tra di loro, creando così sistemi domotici semplici e unificati, strutturati e durevoli nel tempo.