



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT

OSSERVATORI.NET
digital innovation

Osservatorio Internet of Things

Smart Home: senti chi parla!

Febbraio 2019

IN COLLABORAZIONE CON



POLITECNICO
MILANO 1863

DIPARTIMENTO DI ELETTRONICA,
INFORMAZIONE E BIOCINGEGNERIA



Introduzione	3
<i>di Alessandro Perego, Antonio Capone e Giovanni Miragliotta</i>	
LA RICERCA	
Executive Summary	7
<i>di Angela Tumino e Giulio Salvadori</i>	
L'Infografica	33
I Rapporti	41
La Nota Metodologica	45
Il Gruppo di Lavoro	51
IL CONVEGNO	
L'Agenda del Convegno	55
I Relatori	57
GLI ATTORI	
La School of Management	65
Il Dipartimento di Elettronica, Informazione e Bioingegneria	75
L'IoT Lab	77
I Sostenitori della Ricerca	79

Introduzione

Il 2018 è stato un anno molto importante per la Smart Home in Italia, sia per il trend di crescita fatto registrare dal mercato (+52% rispetto al 2017, raggiungendo così quota 380 milioni di euro), sia per l'arrivo dei tanto attesi smart home speaker: Google e Amazon sono sbarcati anche nel nostro Paese, con sforzi in termini di comunicazione e marketing senza precedenti in ambito Smart Home. Al di là del mercato generato dalla vendita degli assistenti vocali, l'aspetto più interessante è la possibilità che essi facciano da traino a tutto il comparto: negli scorsi mesi si è già registrato un notevole incremento delle vendite di altri oggetti connessi per la casa, in primis legati al riscaldamento e all'illuminazione.

In termini di canali di vendita, la filiera “tradizionale”, che vede negli installatori il punto di contatto con i clienti, ha perso quote di mercato rispetto ai retailer online e fisici, facendo registrare una crescita di gran lunga inferiore alla media del mercato (+10%, a fronte di una media del +52%). Da un lato le cause sono da ricercarsi nell'approccio ancora troppo conservativo della filiera tradizionale rispetto alle nuove soluzioni Internet of Things per la casa. Dall'altro, l'avanzata dei retailer è riconducibile alla spinta degli home speaker e alla crescente disponibilità di soluzioni che possono essere installate in autonomia dagli utenti. I retailer hanno così registrato ottimi risultati: i prodotti smart sono stati tra i più venduti durante la settimana del Black Friday e nei giorni prima di Natale.

Nonostante i grandi passi in avanti, l'Italia rimane per il momento tra i fanalini di coda in Europa. Germania e UK hanno un mercato Smart Home che vale sei volte quello italiano, la Francia quasi tre. Per continuare sulla buona strada intrapresa quest'anno riman-

gono alcune barriere da superare: formazione degli addetti all'installazione e alla vendita, investimenti in comunicazione e – soprattutto – offerta di servizi di valore abilitati dagli oggetti connessi rappresentano le principali sfide per il 2019. I dati raccolti dagli oggetti connessi sono sempre più al centro dell'attenzione e portano con sé tematiche fondamentali: Privacy, Cyber Security e nuovi algoritmi di Intelligenza Artificiale per estrarre valore da essi.



Alessandro Perego
Direttore Scientifico
Osservatori
Digital Innovation

A handwritten signature in black ink that reads "Alessandro Perego".



Antonio Capone
Responsabile Scientifico
Osservatorio
Internet of Things

A handwritten signature in black ink that reads "Antonio Capone".



Giovanni Miragliotta
Responsabile Scientifico
Osservatorio
Internet of Things

A handwritten signature in black ink that reads "Giovanni Miragliotta".



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT

OSSERVATORI.NET
digital innovation

Osservatorio Internet of Things

Smart Home: senti chi parla!

La Ricerca

Febbraio 2019

Executive Summary

Il mercato della Smart Home

Nel 2018 il mercato della Smart Home in Italia ha fatto registrare una crescita molto elevata (+52% rispetto al 2017) raggiungendo un valore pari a 380 milioni di euro. La grande novità è rappresentata dagli smart home speaker, che fanno da traino all'intero mercato.

Nel corso del 2018 il mercato delle soluzioni Internet of Things (IoT) per la Smart Home in Italia ha raggiunto i 380 milioni di euro, con una crescita del 52% rispetto al 2017¹. Si tratta di un ottimo risultato: tale incremento è allineato, e in alcuni casi addirittura superiore, a quello dei principali Paesi occidentali. In termini assoluti, tuttavia, l'Italia continua a presentare numeri molto inferiori rispetto alla Germania (1,8 miliardi di euro, +39% rispetto al 2017), al Regno Unito (1,7 miliardi di euro, +39%) e alla Francia (800 milioni di euro, +47%), mentre è sostanzialmente allineata alla Spagna (300 milioni di euro, +59%)².

La principale novità degli ultimi mesi è stata il lancio anche in Italia dei tanto attesi *smart home speaker*³: Google Home e Amazon Echo, nelle loro differenti versioni, sono infatti disponibili a partire rispettivamente dal 27 marzo (Google Home) e dal 30 ottobre (Amazon Echo) 2018. Pur pesando attualmente per il 16% del valore di mercato (circa 60 milioni di euro), essi hanno trainato – direttamente o indirettamente – buona parte della crescita complessiva. L'arrivo di Google e Amazon ha infatti portato con sé sforzi in termini di comunicazione e marketing senza precedenti in ambito Smart Home, con vendite persino superiori rispetto alle aspettative delle aziende stesse, come dimostrano gli stock-out che si sono registrati e i conseguenti lunghi tempi



Per i risultati completi della Ricerca si veda il report “Smart Home: cresce il mercato, evolvono le abitudini dei consumatori italiani”.

¹ Fatturato al netto dell'IVA generato da aziende italiane o con sedi operative in Italia. Nella stima non rientrano i sistemi di domotica cablata, le casse audio connesse e le Smart TV stand-alone, non collegate ad altri oggetti smart. Si veda la Nota Metodologica.

² Fonte: Statista, 2018 (dati rielaborati per rendere uniforme il perimetro di indagine).

³ Si tratta di assistenti vocali intelligenti: veri e propri hub (concentratori) che riducono la complessità di connessione e gestione di oggetti intelligenti eterogenei presenti in casa.

di consegna. L'elemento interessante è che a seguito del loro lancio si è riscontrato un incremento significativo delle vendite anche di altri oggetti smart per la casa, in primis legati al riscaldamento e all'illuminazione: si tratta di un segnale evidente di come gli home speaker possano fare da volano per l'intero comparto.

Le soluzioni per la sicurezza e gli elettrodomestici connessi confermano il loro ruolo di primo piano nel mercato, seguite da quelle per il riscaldamento e l'illuminazione. Per consolidare la crescita anche nei prossimi anni sono fondamentali l'integrazione con gli home speaker e la chiara comunicazione dei benefici ottenibili.

Un'altra famiglia di soluzioni che ha fatto registrare una buona crescita nel 2018 è quella degli *elettrodomestici*, che hanno raggiunto quota 14% del mercato complessivo (circa 55 milioni di euro⁴). Sono le lavatrici – connesse, controllabili via App e dotate in alcuni casi anche di assistente vocale – che continuano a trainare le vendite del comparto. Se da un lato si assiste a un ampliamento dell'offerta (alcuni produttori hanno già buona parte della gamma “connessa”), dall'altro è importante sottolineare come l'utilizzo delle funzionalità smart sia ancora limitato: ad oggi solo il 25% degli utenti che posseggono un elettrodomestico connesso le utilizza, anche se questa percentuale è in crescita rispetto al 15% registrato un anno fa. Questo fenomeno trova spiegazione nel fatto che gli elementi che concorrono nella scelta di acquisto di un elettrodomestico sono numerosi, pertanto l'utente potrebbe non essere interessato a tutte le funzionalità.

⁴ Nella stima di mercato è considerata solo la quota legata alle funzionalità smart.

Tra gli altri numerosi impieghi dell'IoT in contesti domestici⁵, la quota maggiore di mercato continua a essere legata alla *sicurezza* (35%, pari a ca. 130 milioni di euro). Queste soluzioni puntano sempre di più sui servizi offerti, con l'attivazione di centrali operative e pronto intervento 24 ore su 24 in caso di tentativi di infrazione. Seguono – in termini di incidenza

⁵ Si veda il Box 1 per la classificazione delle applicazioni IoT per la Smart Home.

sulle vendite (12%, pari a ca. 45 milioni di euro) – le caldaie, i termostati e i condizionatori connessi per la gestione del *riscaldamento* e della *climatizzazione*. La loro crescita è dovuta alla progressiva integrazione con gli assistenti vocali e alla possibilità per il consumatore di ottenere benefici importanti in termini di risparmio energetico⁶ e comfort. A seguire troviamo le soluzioni per la gestione dell'*illuminazione* (lampadine connesse), trainate anche in questo caso dal lancio di numerose offerte che prevedono bundle con gli home speaker⁷.

Nonostante la crescita del mercato, rimangono numerose barriere da superare. Investimenti in comunicazione, formazione e offerta di servizi di valore sono le principali sfide che le aziende dovranno affrontare nel 2019.

Come osservato in precedenza, la crescita del mercato nel 2018 è legata principalmente all'arrivo degli home speaker. Per consentire alla Smart Home di fare un salto di qualità, però, è necessario lavorare sull'estensione del numero di oggetti gestibili con la voce e sulla *comunicazione ai consumatori* delle reali possibilità di utilizzo. In TV e sui giornali le pubblicità degli home speaker puntano ancora poco sull'interazione con gli oggetti connessi, limitandosi spesso alla sola illuminazione, mentre inizia a essere più ricca la comunicazione online, che si rivolge a un target considerato più vicino alla tecnologia. Ci aspettiamo che gli OTT (Over-The-Top) proseguano nei prossimi mesi lungo la strada già tracciata, aggiungendo nuovi casi d'uso. È però fondamentale che anche i produttori di dispositivi smart sappiano sfruttare il momento. Alcuni attori della domotica si stanno muovendo in questa direzione, integrando i loro impianti con gli home speaker. Per quanto riguarda la comunicazione ai consumatori, gli OTT offrono inoltre una vetrina privilegiata: questo è – e sarà – un canale di comunicazione fondamentale, anche se è importante che non sia l'unico, in modo da riuscire a mantenere un contatto diretto con i consumatori, soprattutto nei casi in cui si può fare leva su brand forti e riconosciuti.

⁶ Nella scorsa edizione abbiamo stimato un risparmio atteso del 23% sui consumi domestici. Per maggiori informazioni si veda il Report "Smart Home: evolve l'offerta, si rafforzano i canali di vendita, cresce l'interesse verso la casa connessa".

⁷ Ad esempio Amazon Echo e Philips Hue.

Box 1

Le principali applicazioni IoT per la Smart Home

L'espressione Smart Home (casa intelligente) si riferisce alla possibilità di gestire in automatico o da remoto gli impianti e i dispositivi dell'abitazione per il *risparmio energetico*, il *comfort*, la *sicurezza* dell'abitazione e delle persone al suo interno. Le principali applicazioni IoT per la Smart Home sono così classificate:

- Assistenza alla persona (es. avvisi in caso di cadute di anziani in casa, assistenza a disabili);
- Climatizzazione / riscaldamento (es. condizionatore, termostato o caldaia regolabili a distanza o tramite App);
- Gestione elettrodomestici (es. accensione / spegnimento da remoto, tramite App su smartphone o con la propria voce, di lavastoviglie, lavatrice, forno a microonde);
- Gestione scenari (es. gestione coordinata di diversi oggetti connessi, con la possibilità di creare scenari pre-impostati);
- Gestione tapparelle e/o tende (es. chiusura automatica delle tapparelle tramite App);
- Illuminazione (es. spegnimento di tutte le luci di casa prima di coricarsi utilizzando lo smartphone o la propria voce, regolazione del colore o dell'intensità luminosa da smartphone);
- Monitoraggio consumi energetici (es. monitoraggio a distanza dei consumi dei dispositivi elettrici ed elettronici tramite presa elettrica intelligente);
- Monitoraggio fumi, allagamenti, incendi, cortocircuiti (es. servizi di assistenza tecnica a fronte di guasti all'impianto elettrico rilevati da sensori);
- Salubrità della casa (es. dispositivi che monitorano e agiscono purificando l'aria in casa, sensori per monitoraggio temperatura e/o umidità, centraline meteo che forniscono dati tramite WiFi);
- Sicurezza (es. impianto di videosorveglianza e videocitofonia con possibilità di accedere alle immagini a distanza e/o da Smart TV, impianto di antintrusione che effettua chiamate in caso di allarme, serrature intelligenti che inviano allarmi in tempo reale in caso di apertura non autorizzata);
- Smart home speaker (dispositivi comandabili tramite la voce che consentono di ricevere informazioni – es. sul meteo, sul traffico – e di impartire comandi – es. accendere le luci o regolare la temperatura).

Vi sono altre due barriere – di cui parliamo da anni – su cui le aziende devono ora necessariamente concentrare gli sforzi per evitare di perdere potenziali vendite. La prima riguarda il *processo di vendita e installazione* degli oggetti smart: è necessario lavorare di più sugli addetti alla vendita nei negozi, che ad oggi continuano a non essere adeguatamente formati, facendo mancare un supporto efficace nella fase di acquisto⁸. Occorre inoltre creare (o rinforzare, laddove già presente) la community di installatori, in modo che siano in grado di veicolare in maniera efficace i nuovi prodotti, soprattutto quando il processo di installazione è più complesso e difficilmente delegabile in toto agli utenti.

⁸ Si veda la sezione: “L’evoluzione dei canali di vendita”.

La seconda “nota dolente” riguarda la carenza sul mercato di *servizi* che possano essere percepiti come un valore aggiunto dagli utenti: oggi solo nel 29% dei casi è presente almeno un servizio all’interno della soluzione offerta (tale percentuale rimane sostanzialmente stabile rispetto al 27% del 2017). Tra l’altro, spesso si tratta di servizi “base”, come la gestione dei dati su cloud o l’invio di notifiche push qualora si verifichi un evento non previsto. Nel corso del 2018, tuttavia, si sono iniziate a diffondere alcune soluzioni più ampie, che prevedono il pronto intervento 24 ore su 24 in caso di tentativo di infrazione e la manutenzione gestita grazie al monitoraggio a distanza del funzionamento degli elettrodomestici. All’estero si iniziano a osservare esempi più evoluti, come le serrature e videocamere smart per consentire ai corrieri di consegnare pacchi in casa o nel garage dell’acquirente anche quando non c’è nessuno, con potenziali ricadute molto positive sull’eCommerce⁹.

⁹ Ad esempio Amazon Key negli Stati Uniti.

Continuano a giocare un ruolo importante le startup che sviluppano soluzioni per la Smart Home: crescono i finanziamenti erogati dagli investitori istituzionali e si moltiplicano le collaborazioni con grandi player, anche se non mancano casi di insuccesso.

¹⁰ Si veda la Nota Metodologica.

L'offerta per la Smart Home è molto dinamica e in continuo sviluppo anche grazie alle *startup*: nel corso della Ricerca ne abbiamo analizzate 141 operanti a livello globale, di cui 102 finanziate da investitori istituzionali¹⁰. Complessivamente nel triennio 2016-18 sono stati raccolti ben 1,5 miliardi di dollari, con un trend di crescita importante per quanto riguarda l'entità media dei finanziamenti (15,8 milioni di dollari raccolti in media nel 2018, +28% rispetto al 2017, +100% rispetto al 2016).

¹¹ L'open innovation è un paradigma che prevede una apertura all'esterno nella ricerca di innovazione, oltre i confini dell'impresa.

Oltre ai finanziamenti ricevuti, si osserva una grande e crescente attenzione da parte di produttori, compagnie assicurative, utility e OTT verso queste nuove iniziative imprenditoriali, in ottica open innovation¹¹. Sempre più spesso vengono attivati accordi di partnership con startup emergenti (come nel caso di Amazon con Plant Prefab, startup che si occupa della costruzione di case prefabbricate smart), o si procede all'acquisizione di quelle startup che hanno saputo raccogliere primi riscontri positivi dal mercato (come nel caso di Netatmo, che ha sviluppato soluzioni per la gestione energetica e la sicurezza della casa, da parte di BTicino-Legrand a fine 2018).

Come in altri campi, quando si parla di startup è importante monitorare non solo i finanziamenti ricevuti ma anche l'effettiva capacità di guadagnarsi quote di mercato. Non mancano infatti casi di insuccesso: ne è un esempio Lighthouse AI, startup statunitense che aveva sviluppato una telecamera in grado di riconoscere autonomamente volti e voci degli utenti in casa, che ha chiuso i battenti a inizio 2019 nonostante avesse raccolto ben 20 milioni di dollari. Il prezzo è stato ritenuto troppo elevato dai consumatori, evidentemente non disposti a spendere 300 dollari per una telecamera smart con un brand non ancora affermato.

L'evoluzione delle tecnologie abilitanti

Le tecnologie IoT per la comunicazione degli oggetti smart in casa continuano a essere caratterizzate da una forte eterogeneità, tuttavia si confermano alcuni segnali di parziale convergenza.

L'elevata frammentazione dei *protocolli di comunicazione* per la Smart Home oggi disponibili conferma quanto già osservato negli scorsi anni, con una molteplicità di soluzioni adottate dai vari dispositivi presenti sul mercato. I protocolli ereditati dalla domotica, principalmente cablati (ad esempio KNX, X10, BACnet), continuano a caratterizzare le installazioni di tipo professionale, legate soprattutto a progetti di Smart Building. A questi si affianca un discreto numero di protocolli radio a corto raggio, sia specifici per il mondo IoT (ad esempio ZigBee, Z-Wave, EnOcean, Thread), sia general purpose (ad esempio WiFi, Bluetooth). Negli ultimi anni questi ultimi hanno subito evoluzioni volte ad avvicinarsi al mondo IoT e alle sue esigenze specifiche, come la necessità di ridurre i consumi energetici: WiFi HaLow e Bluetooth Low Energy (BLE) ne sono il frutto. In particolare, Bluetooth Low Energy si è ormai affermato come il protocollo di riferimento per il mondo dei dispositivi wearable e sta iniziando a diffondersi anche all'interno della Smart Home, riuscendo a superare alcune limitazioni dovute all'architettura sottostante che richiede il collegamento con un telefonino – o altro dispositivo equivalente – in grado di fare da gateway per l'accesso dei dispositivi BLE a Internet. Per quanto riguarda invece il WiFi HaLow, nonostante l'estensione IoT del protocollo WiFi sia stata standardizzata più di due anni fa, i prodotti continuano a farsi aspettare.

Alla pluralità di soluzioni a corto raggio si aggiungono i protocolli a lungo raggio Low Power Wide Area (LPWA)¹², come ad esempio LoRaWAN, SigFox (su banda non licenziata)

¹² Si tratta di protocolli a lungo raggio, con una copertura simile alle soluzioni cellulari (GPRS, HSDPA, LTE), ma che vantano consumi molto contenuti, in linea con i protocolli a corto raggio dedicati all'IoT.

e NB-IoT (su banda licenziata). I principali elementi che favoriscono l'utilizzo di questi protocolli anche nella Smart Home sono la necessità di disporre di oggetti smart semplici da installare (plug&play) in grado di funzionare anche in assenza di un accesso Internet dedicato (ad esempio ADSL), la possibilità di utilizzare gli oggetti connessi sia all'interno delle mura domestiche sia all'esterno e la necessità di un elevato livello di affidabilità (ad esempio come secondo canale per un sistema di sicurezza).

Continua lo sviluppo a ritmi sostenuti degli assistenti vocali, partendo dalla Smart Home per poi estendersi ad altri ambiti, puntando sulla semplicità di interazione.

Gli *assistenti vocali*, si stanno affermando sempre di più nel mercato della Smart Home, offrendo da un lato un ventaglio di funzionalità molto ampio e in continua crescita (Amazon dichiara di supportare più di 20.000 dispositivi compatibili con il suo assistente vocale, Google più di 10.000) e dall'altro fornendo all'utente la possibilità di interagire con la casa intelligente tramite la propria voce, in modo semplice e naturale. Questa modalità di fruizione, basata su un'unica interfaccia uomo-macchina personificata dall'altoparlante connesso, permette di superare la necessità di interagire con una miriade di App associate a ogni singolo dispositivo o produttore. L'utente ha così la sensazione di poter gestire in modo integrato più oggetti e servizi, emulando un livello di interoperabilità che di fatto in molti casi non è ancora stato raggiunto. Oltre alla Smart Home, anche la Smart Car sta diventando terreno di conquista degli assistenti vocali¹³, con l'obiettivo di estendere l'accesso ai servizi anche al di fuori delle mura domestiche.

Anche gli assistenti vocali hanno tuttavia dei punti critici, come ad esempio il ristretto set di funzionalità dei dispositivi a cui è possibile accedere (rispetto all'utilizzo di

¹³ Amazon dichiara che Alexa è integrata nativamente su oltre 200 modelli di macchine, mentre Google su oltre 400.

un'App dedicata), la dipendenza dalla stabilità della connessione Internet e le preoccupazioni riguardanti la privacy degli utenti, che possono avere la sensazione di sentirsi sempre “ascoltati”.

La strada verso l'interoperabilità è ancora lunga, anche se si stanno delineando alcune alternative promettenti: l'adozione di framework applicativi definiti da alleanze e consorzi, o l'impiego di sistemi operativi embedded come elemento unificante.

La strada verso l'interoperabilità tra dispositivi eterogenei multi-vendor è lunga e complessa, ma il valore che può abilitare in termini di esperienza di utilizzo e casi d'uso realizzabili è, a nostro avviso, la chiave per il successo della Smart Home come sistema e non come insieme di oggetti a sé stanti. L'eterogeneità delle tecnologie di comunicazione adottate nella casa intelligente è spesso dovuta alla molteplicità di requisiti applicativi richiesti dai diversi oggetti connessi. Negli scorsi anni molte aziende hanno tentato di superare questo problema tramite la creazione di partnership e consorzi per la definizione di ecosistemi applicativi di integrazione. L'iniziativa che attualmente meglio si identifica nel concetto di interoperabilità è la Open Connectivity Foundation (OCF) che, con oltre 400 aziende aderenti, fornisce un'implementazione di riferimento open-source (IoTivity) e un programma di certificazione. L'interoperabilità è garantita dall'utilizzo di un “device data model”¹⁴ che permette la standardizzazione dei dispositivi di alto livello, lasciando al costruttore libera scelta sul protocollo di comunicazione da utilizzare.

L'altra strada verso l'interoperabilità consiste nell'utilizzo di sistemi operativi embedded in grado di offrire una serie di funzionalità e servizi omogenei tra dispositivi compatibili e integrabili a livello hardware. Un esempio in questo senso è costituito da Android Things,

¹⁴ Il “device data model” è una rappresentazione digitale di alto livello del dispositivo che espone le sue caratteristiche e capability.

sviluppato da Google e reso open source, che offre agli sviluppatori una piattaforma comune e unificata per realizzare applicazioni IoT. Gli oggetti intelligenti, in maniera del tutto analoga a quanto avvenuto per gli smartphone, diventano una piattaforma applicativa aperta allo sviluppo di un marketplace dedicato.

Dall'interoperabilità all'integrazione: sono tre gli approcci che le aziende stanno seguendo per sviluppare il proprio business in questo mercato.

Il concetto di interoperabilità è in stretta correlazione con il concetto di *integrazione*. Questa nozione si può declinare secondo diversi approcci possibili: i) integrazione locale, direttamente tra i dispositivi intelligenti, ii) integrazione abilitata dagli assistenti vocali e iii) integrazione mediata dal cloud.

¹⁵ Un hub è un dispositivo di rete che facilita la gestione di una serie di dispositivi eterogeni, semplificando il loro controllo e molto spesso intermediando anche la comunicazione verso Internet (funzionalità di bridge).

¹⁶ Un hub multiprotocollo ha più schede radio a bordo grazie alle quali può interfacciarsi con oggetti che utilizzano diversi protocolli di comunicazione.

La prima categoria si basa sulla possibilità di utilizzare lo stesso protocollo di comunicazione su diversi dispositivi (ad esempio ZigBee o Z-Wave) che comunicano direttamente tramite un hub¹⁵ dedicato o multiprotocollo¹⁶ (ad esempio SmartThings). In questo caso l'interoperabilità è locale e si limita tipicamente al solo protocollo di comunicazione, non garantendo necessariamente un'integrazione completa fino al livello applicativo, a meno di casi particolari (ad esempio usando lo stesso profilo applicativo ZigBee). Il secondo approccio si basa sull'utilizzo degli assistenti vocali come interfaccia unificata per il controllo della Smart Home, come descritto in precedenza, e sulla percezione fornita all'utente di aver raggiunto una piena integrazione tra i dispositivi. In realtà questo approccio implica l'integrazione tra la componente cloud di controllo del dispositivo e il cloud dell'assistente vocale, definita secondo una serie di regole (chiamate "skill" nel gergo di Amazon, o "action" in quello di Google). Nonostante le limitazioni, questo schema apre la strada verso un'integrazione più spinta

cloud-to-cloud, che sarebbe stata molto più difficile in assenza degli assistenti vocali. La terza strada che si sta seguendo prevede l'integrazione diretta a livello cloud. In questo caso le componenti cloud dei dispositivi, attraverso opportune interfacce o "chiamate"¹⁷ messe a disposizione dai vari cloud proprietari, riescono a integrarsi e a creare funzionalità comuni. Questo approccio consente un buon livello di flessibilità e sfrutta meccanismi già rodati di integrazione tra servizi web, con sforzi però necessari in termini di sviluppo e manutenzione che variano in funzione del numero di componenti che si devono integrare.

¹⁷ Le chiamate, o webhook, sono dei meccanismi utilizzati su Internet atti a far comunicare tra di loro vari servizi web, spesso attivati a seguito del verificarsi di un evento.

L'importanza dei dati generati dalla Smart Home

Le applicazioni Smart Home consentono di raccogliere moltissimi dati sul funzionamento dei dispositivi connessi e sul comportamento delle persone nell'abitazione: diventa fondamentale comprendere come estrarre valore da queste informazioni.

Con la crescente diffusione delle soluzioni Smart Home le aziende si interrogano sempre più spesso su come sia possibile cogliere il potenziale legato ai dati resi disponibili dai dispositivi intelligenti. Lo dimostrano anche le strategie di grandi player come Google e Amazon, che hanno lanciato sul mercato gli home speaker a prezzi molto bassi, puntando evidentemente a generare un business che andasse ben oltre la vendita dell'hardware. Ad esempio, nel loro caso l'interesse può riguardare scopi molto ampi, che vanno dalla profilazione più accurata degli utenti (non più solo nella loro esperienza "online") fino al supporto agli acquisti, che possono essere veicolati alla propria piattaforma eCommerce (come nel caso di Amazon) oppure fare leva su retailer terzi (come nel caso di Google Express, che consente negli Stati Uniti di utilizzare l'home speaker per fare acquisti da una rete di circa 50 retailer convenzionati).

La capacità di valorizzare i dati non è importante solo per i grandi OTT, ma è fondamentale per tutte le aziende. A testimonianza del crescente interesse sul tema, anche la *normativa* sta evolvendo, con lo scopo di favorire la competitività ma al contempo preservare la privacy e garantire adeguati livelli di cyber security. Il 25 maggio 2018 è stata una data importante per le aziende operanti in Europa in ambito Smart Home (e non solo). A partire da questa data, infatti, devono dimostrare di essersi conformate al nuovo Regolamento europeo UE 2016/679 (GDPR – General Data Protection Regulation), che prevede l'adozione di misure specifiche per tutelare la privacy dei consumatori. Sul fronte della sicurezza informatica l'Europa si sta muovendo tramite la redazione del cosiddetto “Cybersecurity Act”, ossia il regolamento che assegnerà all'agenzia comunitaria per la sicurezza informatica (ENISA) nuovi compiti e risorse per proteggere gli utenti dagli attacchi hacker, anche grazie all'introduzione di una certificazione per gli oggetti connessi. In futuro le aziende dovranno quindi passare i test europei prima di poter vendere un prodotto smart, così da garantire la sicurezza dei dati raccolti e trasmessi.

Il tema della valorizzazione dei dati raccolti va di pari passo con la *capacità di estrarre informazioni utili* da essi. Al riguardo, si assiste al lancio sul mercato di un numero crescente di soluzioni che integrano piattaforme avanzate di analisi dati e algoritmi di Intelligenza Artificiale molto evoluti. Spesso queste soluzioni sono lanciate da startup che possono fungere da vero e proprio “tassello mancante” rispetto all'offerta veicolata dalle grandi aziende: un esempio emblematico è quello di Silk Labs, startup recentemente acquisita da Apple che sfruttando gli algoritmi di machine learning ha realizzato un sistema operativo che permette agli oggetti di elaborare dati in locale in maniera autonoma, senza necessità di inviarli nel cloud. In generale, vista la strategicità della raccolta ed elaborazione dei dati, crediamo che il legame tra IoT e Intelligenza Artificiale sarà sempre più forte nei prossimi anni.

L'Intelligenza Artificiale al servizio della Smart Home¹⁸

L'Intelligenza Artificiale può giocare un ruolo chiave all'interno della Smart Home. Gli ambiti di impiego sono numerosi: dalla possibilità di rendere gli oggetti sempre più intelligenti, alla loro gestione tramite la voce, fino a diventare una vera e propria "governante" in grado di aiutarci a vivere meglio.

L'Intelligenza Artificiale permetterà lo sviluppo di innumerevoli applicazioni per la Smart Home in grado di generare nuove opportunità di business per le imprese e di fornire un supporto concreto alle persone nell'abitazione. Volendo operare una classificazione, sono tre i ruoli principali che l'Intelligenza Artificiale può giocare in questo mercato. In primo luogo, gli algoritmi di machine learning – opportunamente addestrati – possono agire “dentro” gli oggetti connessi, consentendo di migliorarne le funzionalità e di elaborare i dati direttamente in locale, senza che sia necessario passare dal cloud. La maggiore potenza computazionale a bordo dei dispositivi fornisce loro un'autonomia decisionale più elevata, portando verso il cloud solo informazioni pre-elaborate e riducendo di fatto la quantità di dati da gestire, con effetti positivi in termini di tempi di elaborazione e storage. Si pensi ad esempio a una videocamera in grado di riconoscere i volti degli utenti in maniera autonoma, oppure a un irrigatore in giardino in grado di monitorare lo stato delle piante e le condizioni del meteo e di decidere autonomamente quando irrigare.

Il secondo contributo dell'Intelligenza Artificiale riguarda la possibilità di continuare a migliorare il funzionamento e la capacità di comprensione degli *assistenti vocali*. L'interfaccia con cui l'utente gestisce la propria Smart Home sta evolvendo in maniera sempre più rapida: abbiamo già evidenziato nelle precedenti sezioni che oggi è possibile gestire la propria casa utilizzando la

¹⁸ Per un maggior approfondimento si veda il Report dell'Osservatorio Artificial Intelligence “Artificial Intelligence: on your marks!”.

voce, dando istruzioni in modo semplice e naturale, senza la necessità di utilizzare password grazie alla possibilità di riconoscere anche il timbro vocale. Questo è un filone su cui si sta continuando a lavorare, per migliorare ancor di più il riconoscimento e la comprensione del parlato.

Infine, guardando al futuro, l'Intelligenza Artificiale si candida a diventare una vera e propria “*governante*” delle nostre abitazioni, abilitando servizi di valore: dalla gestione dell'energia alla vigilanza, fino al supporto nel realizzare acquisti. L'utilizzo del machine learning in questo scenario è sicuramente più rilevante: in generale, le tecniche di apprendimento e ottimizzazione alla base dell'Intelligenza Artificiale acquisteranno un ruolo sempre maggiore per affiancare ai servizi più tradizionali nuove logiche in grado di soddisfare – e in molti casi anticipare – i bisogni dell'utente.

I tre contributi descritti non sono mutualmente esclusivi, ma anzi possono (e devono) essere sviluppati in maniera congiunta e integrata tra loro per liberare appieno il potenziale dell'Intelligenza Artificiale all'interno delle nostre abitazioni.

L'Intelligenza Artificiale può consentire anche di abilitare nuovi modelli di business: l'In-Thing purchase rappresenta una possibile via di sviluppo su cui puntare in questo mercato.

Crediamo che nei prossimi anni lo sviluppo del mercato Smart Home, e più in generale dell'Internet of Things, non dipenderà più solo dalla crescente diffusione di prodotti connessi, o delle loro “tradizionali” funzionalità, ma anche dalla possibilità di pensare ai prodotti come a un canale di vendita, anch'esso intelligente, attraverso cui portare al cliente servizi innovativi o addirittura funzionalità di prodotto avanzate. Anche in questo caso l'Intelligenza Artificiale potrà giocare un ruolo chiave: basti pensare a quante opportunità di business potrebbero

aprirsi se gli oggetti connessi fossero in grado di arricchirsi di funzionalità acquistandole “in autonomia” (o suggerendone l’acquisto).

Un esempio può riguardare le funzionalità di pagamento. Questo nuovo spazio di mercato, che possiamo definire *In-Thing purchase*, si ispira alle logiche dell’*In-App purchase*. Così come oggi è possibile effettuare acquisti *In-App*, ovvero transazioni opzionali progettate per incrementare le funzionalità di un’App che utilizziamo sui nostri smartphone o tablet, in modo analogo potrà avvenire nel corso dell’interazione con un oggetto connesso, per attivarne extra-funzionalità o extra-servizi in grado di potenziare il valore di utilizzo. Si pensi ad esempio a un termostato smart che, dietro pagamento di un importo (ad esempio versato mensilmente), permetta di sbloccare delle funzionalità di apprendimento per una migliore gestione energetica della casa; oppure videocamere che siano in grado di offrire servizi in cloud di conservazione, analisi delle immagini e allarmistica. Non si tratta di esempi puramente futuristici, ma casi reali a cui le aziende stanno lavorando. È quindi possibile pensare che sul mercato saranno sempre più disponibili oggetti con numerose funzionalità, ma che alcune di queste saranno bloccate e fruibili solo dietro pagamento di un (modesto) prezzo. Si tratta sicuramente di un tema affascinante, ancora largamente inespresso e dunque certamente degno di una attenta osservazione nei prossimi mesi.

L’evoluzione dei canali di vendita

La filiera “tradizionale” mantiene il ruolo di leadership nella Smart Home (50%, +10%), ma cresce molto meno rispetto agli altri canali. Sono i retailer – online e offline – a trainare la crescita, con un aumento significativo della loro quota (40%, +160%). Rimane ancora limitato il peso di telco, assicurazioni e utility.

¹⁹ Si fa riferimento ad esempio ai produttori di domotica e componenti elettrici, di sistemi di videosorveglianza, di caldaie, di cappe da cucina.

²⁰ Il termine eRetailer indica merchant che vendono esclusivamente online (ad esempio Amazon, ePrice).

La filiera “tradizionale” – composta da produttori¹⁹, architetti, costruttori edili, distributori di materiale elettrico e installatori – continua a svolgere un ruolo importante all’interno del mercato Smart Home, veicolando prodotti e servizi per circa 190 milioni di euro (50% del mercato, +10% rispetto al 2017), anche se perde terreno in termini di quote di mercato. A fare da traino sono infatti gli eRetailer²⁰ (78 milioni di euro, +140%) e i retailer multicanale (72 milioni di euro, +180%), che assieme fanno il 40% del mercato, sulla spinta dalle vendite degli smart home speaker e degli elettrodomestici connessi. Più limitate per il momento le vendite da parte di telco, assicurazioni e utility, che raggiungono complessivamente una quota pari al 10% del mercato. La crescita rispetto al 2017 (+60%) è dovuta soprattutto alle nuove offerte per la casa smart promosse nel corso dell’anno dagli operatori telco, che mirano alla promozione di servizi aggiuntivi e alla semplificazione dell’esperienza utente.

La filiera “tradizionale” ha mantenuto un approccio ancora troppo conservativo, tenendo poco in considerazione la rapida diffusione di prodotti autoinstallanti e l’evoluzione delle abitudini dei consumatori. Occorre ripartire dalla forza del brand e dalla community di installatori per sostenere la crescita, cercando di cogliere al contempo le nuove opportunità offerte da prodotti e canali complementari.

Pur a fronte di una crescita in termini assoluti, il peso della filiera “tradizionale” nel mercato Smart Home si è ridotto dal 70% di fine 2017 al 50% del 2018. Una prima causa è sicuramente il lancio di nuove soluzioni smart autoinstallanti (DIY – Do It Yourself), offerte tipicamente da retailer online e offline: abbiamo già avuto modo di sottolineare come smart home speaker ed elettrodomestici connessi abbiano contribuito in maniera significativa all’incremento delle vendite durante gli ultimi mesi dell’anno. Al di là delle

caratteristiche specifiche di questi prodotti, il loro lancio ha portato con sé una progressiva evoluzione delle abitudini dei consumatori, sempre più disposti ad acquistare in autonomia i dispositivi per la Smart Home (online o nei negozi) e a richiedere eventualmente in un secondo momento l'aiuto di un professionista per l'installazione: se nel 2017 il 33% dei rispondenti alla survey dell'Osservatorio dichiarava di aver acquistato i propri oggetti smart tramite l'installatore di fiducia, nel 2018 tale percentuale si è drasticamente ridotta, scendendo al 19%²¹. Per preservare un ruolo di primo piano in un contesto così dinamico, che vede il proliferare di nuovi attori dell'offerta e di canali di vendita alternativi, è essenziale saper innovare, sfruttando al meglio gli asset distintivi ma al contempo aprendosi alle nuove opportunità offerte dal mercato.

²¹ Fonte: survey CATI realizzata in collaborazione con Doxa, Dic. 2018. Si veda la nota metodologica.

Per quanto riguarda la valorizzazione dei propri asset, il primo cantiere di lavoro è certamente la community di installatori. Se alcuni produttori hanno già saputo creare una filiera fidelizzata per veicolare i nuovi prodotti smart nelle case dei consumatori, molti altri devono ancora lavorare profondamente sull'efficacia commerciale della propria rete. Un secondo asset chiave è la forza del brand: stiamo infatti parlando di aziende presenti da anni sul mercato e in grado di trasmettere fiducia ai consumatori. Dalla nostra indagine²² emerge infatti come l'affidabilità del marchio sia una delle componenti giudicate più rilevanti dal consumatore nel processo di acquisto.

²² Fonte: Focus Group realizzati in collaborazione con Fieldinitaly e Usertest lab, Nov. 2018. Si veda la Nota Metodologica.

Il 2018 è stato un anno d'oro per le vendite "smart" dei retailer. Formazione degli addetti alla vendita e comunicazione dei benefici ottenibili rimangono i principali punti su cui lavorare.

Nel corso del 2018 *retailer multicanale* ed *eRetailer* non solo hanno continuato a svol-

gere l'importante funzione di showroom avviata ormai da due anni, portando la Smart Home alla portata di un pubblico sempre più ampio, ma hanno per la prima volta anche ottenuto buoni risultati sul fronte delle vendite. Durante questi ultimi mesi si è assistito a un grande sforzo in termini di comunicazione e marketing da parte degli attori operanti in questi canali, con picchi importanti registrati durante alcuni periodi dell'anno (in primis la settimana del Black Friday e le settimane che precedono il Natale).

Per quanto riguarda i retailer multicanale (negozi di elettronica e del fai-da-te), se lo scorso anno si era registrato un rallentamento delle vendite generate dagli oggetti connessi, con lo spostamento degli scaffali Smart Home in aree meno "visibili" dei negozi, il 2018 ha nuovamente portato alla ribalta questi prodotti. Sono due i driver che hanno contribuito più di altri a questo cambio di marcia. In primis, il già più volte citato lancio sul mercato degli smart home speaker, con un effetto traino anche per altri oggetti soprattutto legati al riscaldamento e all'illuminazione. In secondo luogo, nel corso dell'anno è aumentata la presenza a scaffale di brand affermati, in grado di trasmettere fiducia ai potenziali utenti. Nonostante il trend di crescita, rimangono ancora alcune importanti barriere da superare. Il personale nei negozi continua a non essere adeguatamente formato, facendo mancare un supporto efficace alla vendita: gli attuali acquirenti sono tipicamente persone che si sono già informate online in autonomia ed entrano in negozio solo per completare l'acquisto. Si rischiano invece di perdere potenziali vendite verso tutta quella fascia di utenti che avrebbero bisogno di consigli. Occorre inoltre lavorare ancora di più sull'offerta, facilitando l'accesso a servizi di installazione per tutti quei prodotti per i quali alcuni utenti potrebbero averne bisogno.

È stato un anno molto positivo anche per gli eRetailer, a conferma di quanto si era già

iniziato a osservare nel corso del 2017: ciò è dovuto al fatto che questo canale non presenta molte delle barriere all'acquisto evidenziate per i retailer tradizionali. In primo luogo ci si rivolge a un target di utenti web caratterizzato da un livello di familiarità con le tecnologie superiore alla media. Oltre a comprendere meglio i benefici attesi, essi sono più propensi a svolgere in autonomia il processo di installazione, potendo contare spesso anche su video online a supporto²³. Inoltre anche gli eRetailer hanno potuto avvantaggiarsi dalla maggiore notorietà dei brand che offrono prodotti dedicati alla casa smart.

Pur mantenendo una quota di mercato ancora limitata, le telco sono cresciute bene nel corso del 2018 (+150%). Si può (e deve) fare molto di più.

Anche se le vendite sono ancora limitate (21 milioni di euro nel 2018, 6% del mercato), è stato un anno ricco di novità per le *telco*, con una crescita percentuale importante delle vendite (+150%) grazie anche al lancio di nuove soluzioni sul mercato. Gli operatori attivi in Italia si muovono secondo tre direzioni principali. In primo luogo – sulla scia di quanto già osservato nel 2017 – propongono SIM dati con piani tariffari ad hoc per applicazioni Smart Home, da inserire ad esempio all'interno di antifurti, caldaie e termostati. Una seconda direzione è la rivendita di prodotti connessi sviluppati da terze parti, come ad esempio videocamere, prese elettriche e home speaker, a cui può essere associato un abbonamento per la connettività e la possibilità di gestire gli oggetti tramite un'unica App. Infine, in alcuni casi si è lavorato sul lancio di soluzioni integrate, che prevedono l'acquisto di device, SIM e di una serie di servizi attivabili nel momento del bisogno. Diventa così possibile, ad esempio, attivare una videocamera con invio di notifiche push quando l'utente va in vacanza (pagando l'abbonamento solo nel mese di utilizzo). Non solo, talvolta è possibile attivare un servizio aggiuntivo con chiamata automatica verso la centrale di

²³ Fonte: Focus Group realizzati in collaborazione con Fieldinitaly e Usertest lab, Nov. 2018.

vigilanza per richiedere un intervento immediato. Tuttavia, il prezzo delle SIM e di queste soluzioni è spesso percepito dai consumatori come troppo elevato: occorre lavorare nel 2019 sulla riduzione dei costi e sulla possibilità di rateizzare l'acquisto iniziale. La disponibilità di un conto telefonico già in essere con i propri clienti è un vantaggio di questo canale, perché facilita l'introduzione di modalità di pagamento dilazionate nel tempo. La presenza di reti di vendita capillari e di servizi di call center già noti ai clienti rappresentano ulteriori punti di forza, sia in termini di numerosità delle occasioni di vendita, sia nel garantire un supporto all'utente per l'installazione e la gestione dei dispositivi. Punti di forza che andranno valorizzati maggiormente nel 2019, per cogliere appieno il potenziale di questo mercato.

Nel corso del 2018 le utility hanno fatto registrare una crescita limitata (+20%): a fronte di numeri decisamente inferiori alle attese questi attori sono ora alle prese con un generale riposizionamento dell'offerta, per cercare di riguadagnare terreno nel 2019.

Per le *utility* il 2018 è stato un anno di "riflessione": in alcuni casi si è proseguito con la strada intrapresa nel 2017, caratterizzata dal lancio di soluzioni Smart Home dedicate, in altri si è deciso di sospendere temporaneamente le vendite, avviando un complessivo ripensamento della propria strategia. Le offerte attualmente disponibili spaziano dalle soluzioni smart legate al core business aziendale, come il monitoraggio e la gestione dei consumi energetici (ad esempio termostati, caldaie, lampadine), fino a soluzioni più ampie, in cui si integrano anche prodotti per l'antintrusione e la videosorveglianza, facendo leva sull'interesse dimostrato dai consumatori per la sicurezza. Per il 2019 sono due le direzioni su cui le utility stanno lavorando: da un lato l'ulteriore estensione dell'offerta, includendo anche la

gestione del fotovoltaico, la ricarica delle auto elettriche e servizi di manutenzione. Dall'altro la possibilità di sfruttare la crescente presenza di contatori elettrici (smart meter) di seconda generazione, la cui installazione è iniziata a gennaio 2017²⁴: essi permettono di raccogliere dati sui consumi in tempo quasi reale (ogni 15 minuti), utili per abilitare nuovi servizi per l'efficienza energetica.

²⁴ AEEGSI, Delibera 646/2016/R/eel e Delibera 222/2017/R/eel.

Così come le telco, anche le utility hanno molti asset da valorizzare meglio nel corso del 2019: dalla possibilità di far pagare prodotti e servizi – eventualmente in forma dilazionata – direttamente in bolletta, alla presenza di reti di vendita capillari e di call center, che rappresentano un punto importante di contatto e assistenza per i potenziali clienti.

Il canale assicurativo non ha fatto il tanto atteso salto di qualità nel 2018 in termini di vendite, ma sono numerosi i trend che si riscontrano in Italia e all'estero e che fanno ben sperare per una rapida crescita del settore. Occorre sfruttare le sinergie tra canali di vendita diversi e lavorare sull'evoluzione del modello di business per mantenere una posizione di rilievo nel mercato.

A fine 2018 sono dieci le compagnie assicurative che propongono polizze casa che sfruttano la presenza di oggetti connessi (erano nove a fine 2017), coprendo una quota del 52% del mercato assicurativo domestico – ramo danni²⁵. Se quindi il 2017 aveva visto importanti novità, con l'ingresso sul mercato di due colossi assicurativi come UnipolSai e Generali, il 2018 è stato un anno interlocutorio sia per quanto riguarda nuove soluzioni lanciate sul mercato, sia dal punto di vista delle vendite (3%, +25% rispetto al 2017).

²⁵ Fonte: Dossier assicurazioni 2018 (Generali). L'evoluzione del mercato italiano.

Nonostante i numeri non entusiasmanti, nel corso del 2018 si sono registrate alcune iniziative molto interessanti sia a livello internazionale sia in Italia, che fanno capire come quello della casa smart sia un settore su cui i grandi player assicurativi vogliono continuare a puntare nei prossimi mesi. In primis, la crescita degli investimenti: ne è un esempio la compagnia britannica Aviva, che ha recentemente acquisito la startup Neos per integrare i dati raccolti dagli oggetti smart con nuove polizze ad hoc per la casa. In Italia Generali ha annunciato la creazione di “Generali Jeniot”, una società dedicata all’offerta di assicurazioni smart legate a diversi contesti tra cui la casa, con investimenti pari a oltre 100 milioni di euro. In secondo luogo, la volontà di sperimentare partnership che abilitino la vendita attraverso canali alternativi rispetto alle filiali. Una delle barriere più difficili da superare per questi attori riguarda infatti la presenza di una filiera ancora troppo conservativa, con addetti alla vendita non sempre pronti a illustrare ai clienti le nuove soluzioni e i servizi associati. Per superare queste difficoltà, negli Stati Uniti la compagnia assicurativa Travelers ha stretto una collaborazione con Amazon per offrire la polizza casa, il servizio di assistenza 24 ore su 24 e il kit di prodotti smart direttamente online, su una pagina dedicata. In Italia è di pochi mesi fa l’annuncio della partnership tra Zurich e Vodafone, che prevede la possibilità di attivare gratuitamente la polizza casa e il servizio di assistenza in caso di imprevisti una volta effettuato l’acquisto di V-Home, la nuova offerta per la casa smart dell’operatore telefonico.

La capacità di sfruttare queste sinergie è un elemento fondamentale per favorire lo sviluppo del mercato, anche se da solo non basta. Da un lato, come sta già avvenendo da alcuni anni all’estero²⁶, si deve far leva sulla crescente diffusione di oggetti connessi offrendo la possibilità di attivare servizi e polizze personalizzate anche in una fase successiva rispetto al loro acquisto, magari offrendo sconti per incentivare la prova dei servizi aggiuntivi.

²⁶ Ad esempio American Family Insurance e State Farm garantiscono uno sconto a chi possiede il termostato Nest.

Dall'altro lato, occorre sfruttare maggiormente i dati raccolti dagli oggetti smart, ad esempio per l'offerta di polizze – anche temporanee – nel momento del bisogno (“instant insurance”): si pensi ad esempio alla possibilità di proporre l'attivazione di una polizza casa per tutelarsi dal rischio di furti quando ci si trova in aeroporto e si sta per partire per un viaggio. Sono già numerose le startup²⁷ che offrono soluzioni di questo tipo e che stanno stipulando partnership con grandi colossi assicurativi.

²⁷ Alcuni esempi sono Yolo, Neosurance e Poleecy.

La prospettiva del consumatore

La Smart Home è ormai nota a molti consumatori italiani (il 59% ne ha già sentito parlare), che nel 41% dei casi posseggono almeno un oggetto smart in casa. Occorre lavorare sulla semplificazione dell'esperienza utente e sulla comunicazione dei benefici per aumentare ulteriormente le vendite.

I numeri (molto positivi) del mercato trovano riscontro nell'evoluzione del comportamento dei consumatori italiani. Il *livello di conoscenza* della Smart Home è discreto e in graduale crescita: a fine 2018 il 59% dei rispondenti all'indagine²⁸ ha sentito parlare almeno una volta di Smart Home o “casa intelligente” (rispetto al 55% nel 2017²⁹). La principale fonte di informazione rimane quella dei media tradizionali (il 50% dei rispondenti ne ha sentito parlare in pubblicità su radio, TV e giornali), seguita da Internet (stabile al 32%).

²⁸ Fonte: survey CATI realizzata in collaborazione con Doxa, Dic. 2018. Si veda la Nota Metodologica.

²⁹ Fonte: survey CATI realizzata in collaborazione con Doxa, Dic. 2017.

Parallelamente alla conoscenza cresce progressivamente anche la *diffusione* degli oggetti smart nelle case. Il 41% dei consumatori possiede almeno un prodotto (38% nel

³⁰ Ad esempio termostati, climatizzatori, elettrovalvole.

2017): al primo posto tra le soluzioni connesse più diffuse si colloca la sicurezza, con sensori per porte e finestre (16%) e telecamere (13%). Iniziano a diffondersi anche tanti altri prodotti smart, come videocitofoni/serrature (14%), soluzioni per il riscaldamento³⁰ (8%), lampadine (7%), smart home speaker (6%), grandi elettrodomestici (6%) e caldaie/scaldacqua (6%). Nonostante la buona diffusione, in molti casi (42%) tuttavia le funzionalità smart non sono utilizzate, o al più lo sono solo raramente: questo è dovuto principalmente al basso livello di utilità attribuito al prodotto acquistato e, talvolta, alla sua eccessiva complessità. La comunicazione dei benefici reali di queste soluzioni smart, assieme alla semplificazione dell'esperienza utente, rappresentano quindi due tra gli elementi più rilevanti per lo sviluppo di questo mercato. A ulteriore riprova di ciò, chi oggi non dispone di oggetti smart in casa afferma di non averne bisogno (41%), di considerarli troppo futuristici (19%), di non comprenderne appieno i benefici (12%) o di non averne mai sentito parlare (8%).

Nonostante la buona crescita del mercato, sono ancora pochi i consumatori che si dichiarano interessati ad acquistare prodotti per la Smart Home nel 2019. Le preferenze di acquisto si concentrano sui prodotti più pubblicizzati nel corso del 2018, ossia smart home speaker e lampadine connesse.

Più di un consumatore su tre (35%) intende acquistare almeno un oggetto smart in futuro, anche se le intenzioni rimangono abbastanza lontane nel tempo: il 10% ha in programma l'acquisto nei prossimi 12 mesi, mentre il restante 25% è più cauto e pone come orizzonte temporale i prossimi tre anni. Le soluzioni che riscuotono maggiore interesse per il 2019 riguardano l'illuminazione (20% dei rispondenti) e gli smart home speaker (14%). Abbiamo già avuto modo di osservare nelle sezioni precedenti che questi ultimi possono

rappresentare un vero e proprio volano per tutto il mercato, e questo emerge anche dalla survey. Contrariamente a quanto si potrebbe immaginare, infatti, i rispondenti vorrebbero utilizzare gli assistenti vocali soprattutto per gestire oggetti smart, più che per ottenere informazioni o gestire i propri impegni quotidiani. Ai primi posti tra le funzionalità più desiderate si collocano infatti la gestione degli elettrodomestici (23% dei rispondenti), la gestione della caldaia e la regolazione del termostato (23%), l'accensione/spegnimento delle luci (21%) e la gestione dell'antifurto (16%). Ben più indietro troviamo invece le funzionalità più tradizionali, che non prevedono l'interazione con oggetti smart, che vanno dalla possibilità di ricevere informazioni in tempo reale (7%), alla gestione dell'agenda personale (7%), fino alla possibilità di effettuare acquisti online (4%) o prenotare cene, taxi e alberghi (4%).

La Privacy continua a rappresentare uno dei temi più rilevanti per i consumatori: la comprensione dei benefici e la possibilità di accedere a servizi di valore sono fondamentali per superare le reticenze alla condivisione dei dati raccolti.

Man mano che gli oggetti connessi si diffondono nelle case dei consumatori italiani, si sviluppa – e cresce nel tempo – una maggiore sensibilità nei confronti della *Privacy*. Se nel 2014 solo il 27% dei consumatori era restio a condividere i propri dati personali (soprattutto per il timore che le finalità di utilizzo fossero differenti da quelle dichiarate), tale percentuale è aumentata in modo progressivo, raggiungendo il 44% nel 2016 e assestandosi al 51% nel 2017 e 2018³¹. Facendo il parallelo con altre innovazioni digitali, in primis lo smartphone, emerge come questo problema sia spesso dovuto al fatto che i consumatori non riescono ancora a cogliere il vantaggio derivante dalla condivisione di tali informazioni. La proposta di servizi il cui valore sia chiaramente percepito dai clienti

³¹ Fonte: survey realizzate in collaborazione con Doxa, 2014 (online), 2016 (online), 2017 (CATI) e 2018 (CATI).

³² Fonte: Focus Group realizzati in collaborazione con Fieldinality e Usertest lab, Nov. 2018.

(come ad esempio il pronto intervento di un'azienda di vigilanza in caso di tentativo di furto, il supporto concreto a ridurre i propri consumi energetici, oppure la possibilità di migliorare l'assistenza ad anziani fragili) è in molti casi una leva importante per superare la reticenza degli utenti³².



Angela Tumino

Angela Tumino



Giulio Salvadori

Giulio Salvadori

Smart Home:



mercato

dati

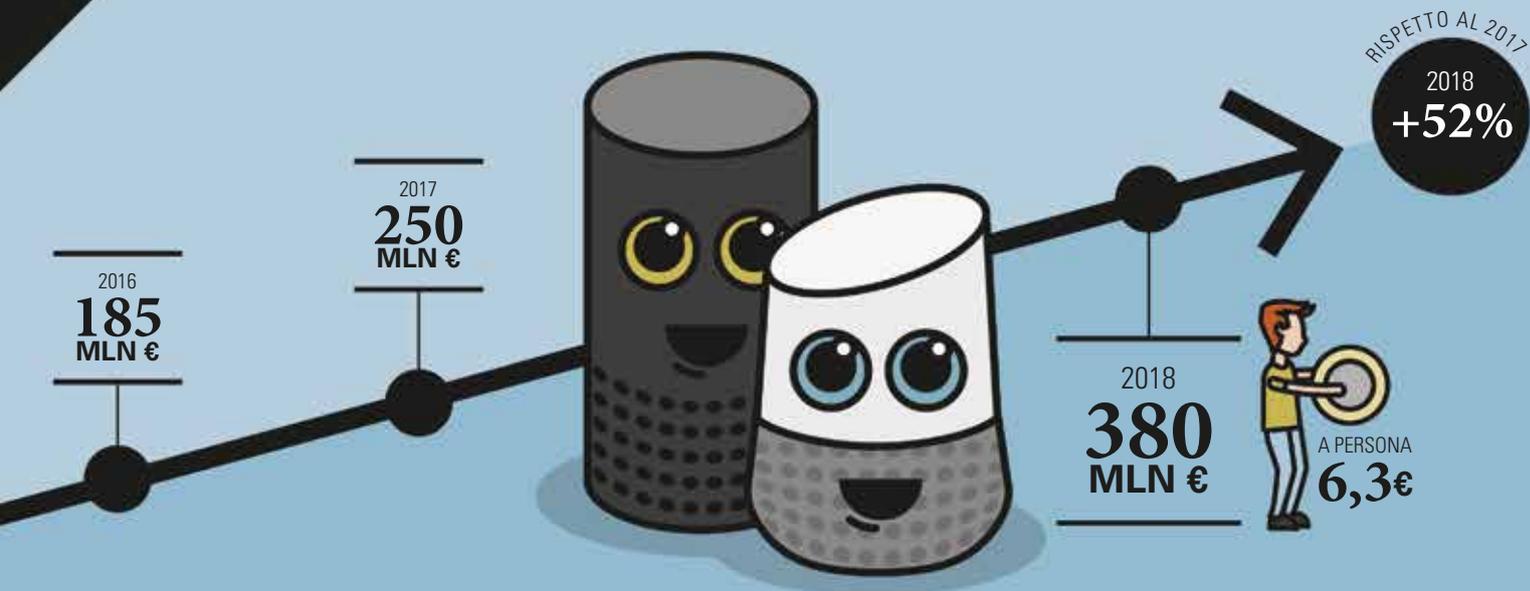
*intelligenza
artificiale*

canali

consumatori

mercato

IL MERCATO SMART HOME IN ITALIA



GLI SMART HOME SPEAKER FANNO DA TRAINO ALL'INTERO MERCATO
in termini di comunicazione e marketing e con un incremento
significativo delle vendite di altri oggetti smart per la casa

35%

SICUREZZA

16%

HOME SPEAKER

14%

ELETTRODOMESTICI

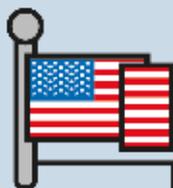
12%

RISCALDAMENTO
CLIMATIZZAZIONE

23%

ALTRE APPLICAZIONI

LO SCENARIO INTERNAZIONALE



13,9
MLD €

+33%

A PERSONA
42,6€



1,8
MLD €

+39%

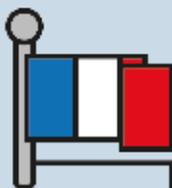
A PERSONA
21,7€



1,7
MLD €

+39%

A PERSONA
25,7€



0,8
MLD €

+47%

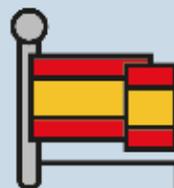
A PERSONA
11,9€



0,38
MLD €

+52%

A PERSONA
6,3€



0,3
MLD €

+59%

A PERSONA
6,2€

L'IMPORTANZA DEI DATI GENERATI DALLA SMART HOME



LE APPLICAZIONI SMART HOME CONSENTONO DI RACCOGLIERE MOLTISSIMI DATI
diventa fondamentale comprendere come estrarre valore da queste informazioni

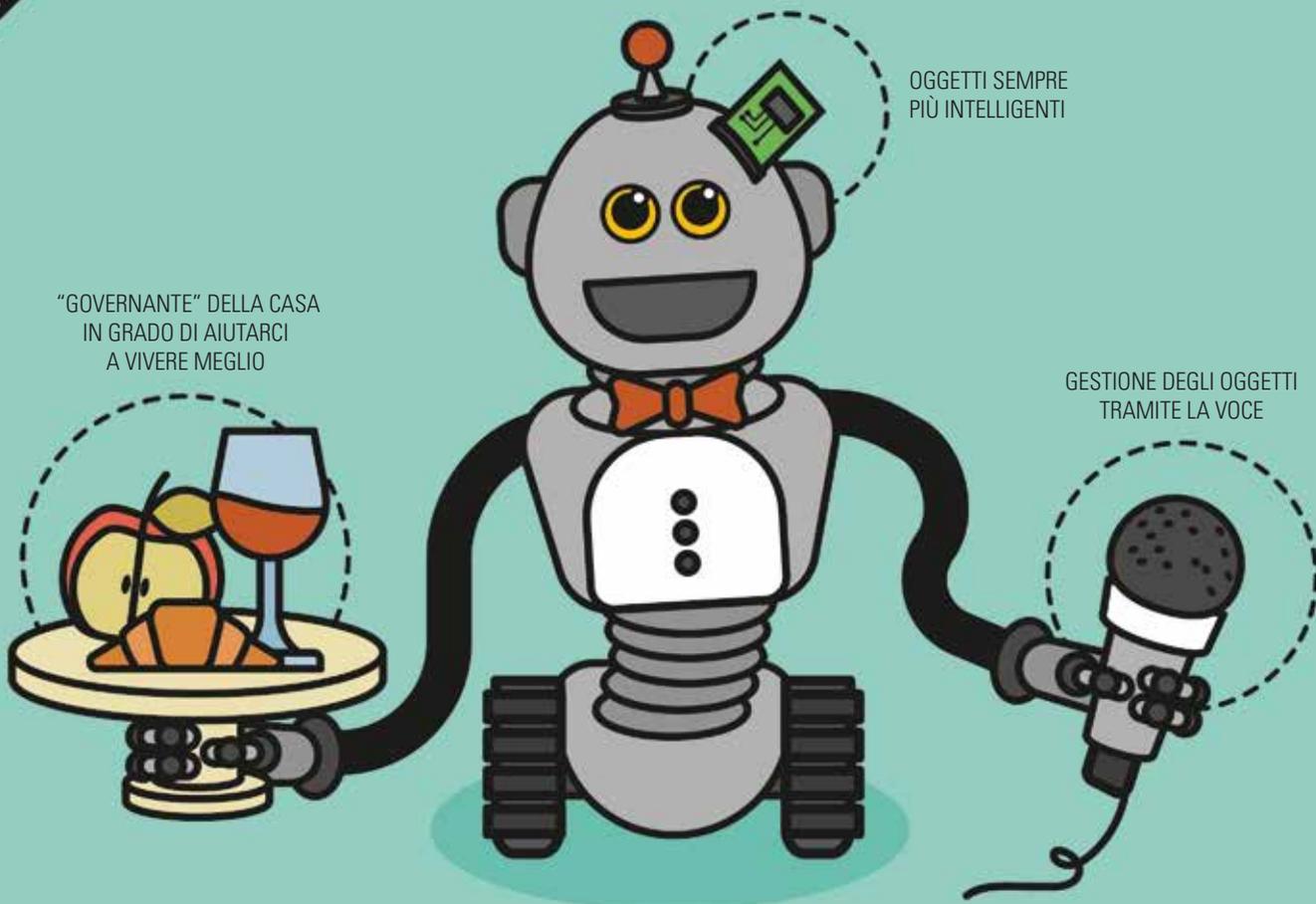
LA TUTELA DEI DATI

25 MAGGIO 2018
REGOLAMENTO EUROPEO
UE 2016/679 (GDPR)



PROSSIMAMENTE
"CYBERSECURITY ACT"
PER PROTEGGERE GLI UTENTI
DAGLI ATTACCHI HACKER

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE AL SERVIZIO DELLA SMART HOME



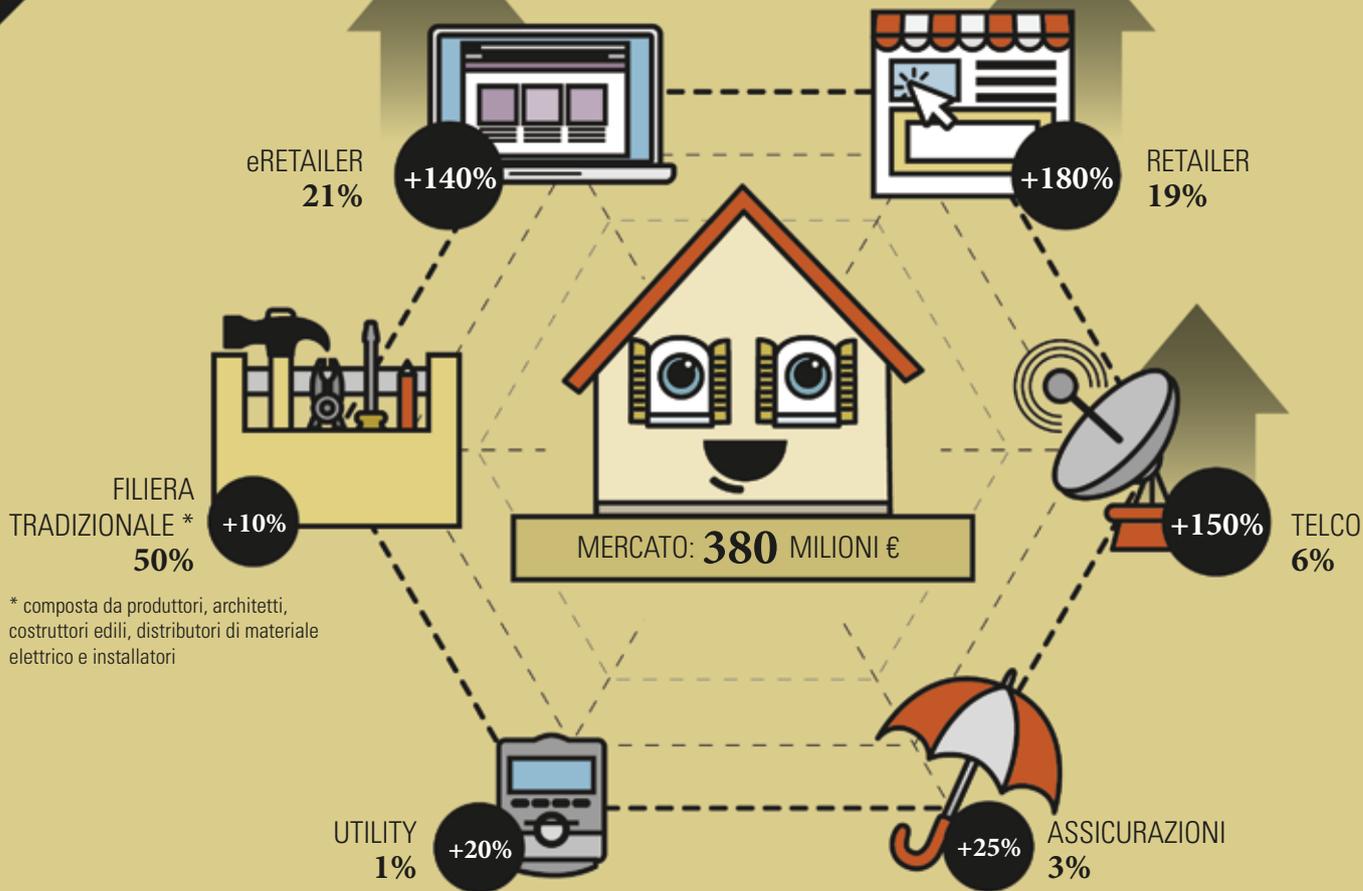
"GOVERNANTE" DELLA CASA
IN GRADO DI AIUTARCI
A VIVERE MEGLIO

OGGETTI SEMPRE
PIÙ INTELLIGENTI

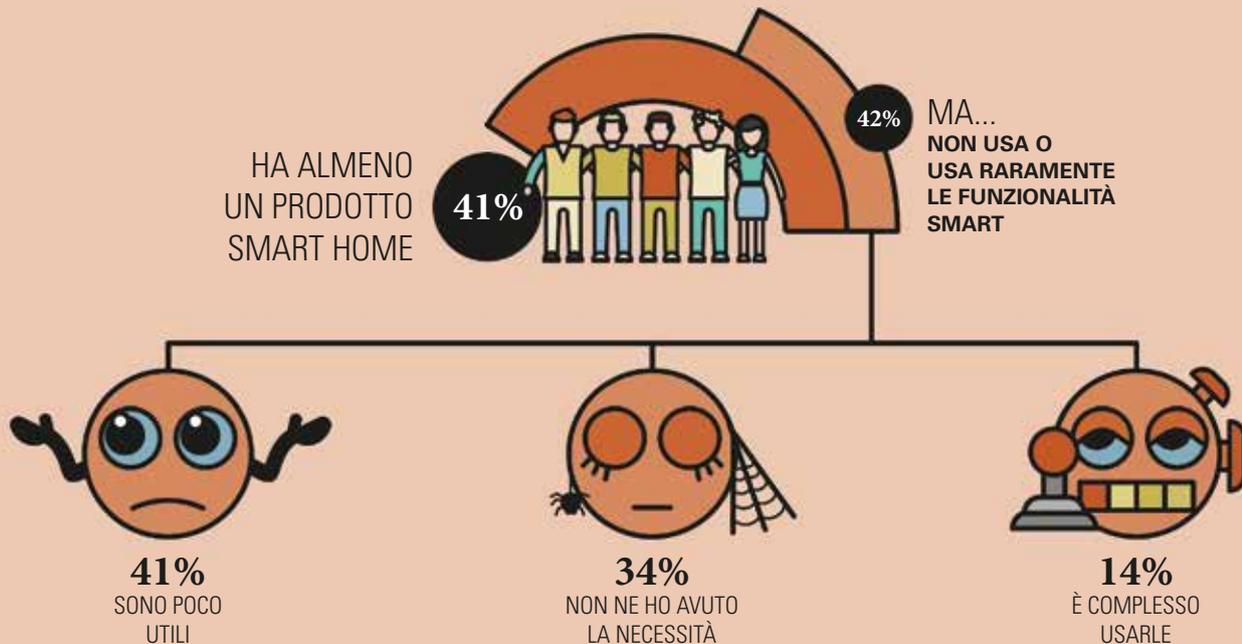
GESTIONE DEGLI OGGETTI
TRAMITE LA VOCE

I CANALI DI VENDITA

canali



LA PROSPETTIVA DEL CONSUMATORE



2 TRA GLI ELEMENTI PIÙ RILEVANTI PER LO SVILUPPO DI QUESTO MERCATO

COMUNICAZIONE DEL VALORE
E DEI BENEFICI ABILITATI



SEMPLIFICAZIONE
DELL'ESPERIENZA UTENTE

 **SSERVATORI.NET**
digital innovation

SCOPRI DI PIÙ SU WWW.OSSERVATORI.NET

Seguici anche su   

I Rapporti

I Rapporti con i risultati completi della Ricerca scaricabili da www.osservatori.net



Internet of Things in Italia: mercato, applicazioni e trend

Il Report, che sarà disponibile a maggio 2019, intende fornire una visione delle principali evoluzioni dell'Internet of Things in Italia, evidenziando stato dell'arte delle applicazioni e trend di crescita. Il Report presenta la stima della *diffusione* e del *valore di mercato* dell'IoT in Italia a fine 2018, considerando sia le applicazioni più consolidate, che sfruttano la “tradizionale” connettività cellulare, sia quelle che utilizzano altre tecnologie di comunicazione, come ad esempio WiFi, Wireless M-Bus, Bluetooth Low Energy, Low Power Wide Area.

Temi correlati:

Internet of Things, Mercato, Diffusione, Trend, Smart Home, Smart Car, Smart Metering, Smart City, Industrial IoT

.....



L'evoluzione dell'Internet of Things: i principali sviluppi tecnologici

Il Report, che sarà disponibile a maggio 2019, si propone di analizzare i principali sviluppi delle *tecnologie Internet of Things*. Particolare enfasi è posta sull'evoluzione di reti come SigFox, LoRa, NB-IoT e 5G. Viene inoltre approfondito lo sviluppo degli Smart Home speaker (assistenti vocali) proposti dagli Over-The-Top (OTT) e il legame crescente tra Internet of Things e Intelligenza Artificiale, proponendo una panoramica delle principali applicazioni.

Temi correlati:

Prospettiva tecnologica, Ecosistemi, Servizi cloud, Sistemi operativi, Protocolli di comunicazione, Standard, Quadro applicativo, Assistenti vocali, OTT, Intelligenza Artificiale



Smart City: a che punto siamo in Italia?

Il Report, che sarà disponibile ad aprile 2019, fornisce un quadro dei principali progetti Internet of Things per le *Smart City* avviati in Italia e all'estero, ponendo l'accento sugli ambiti applicativi più diffusi, sul grado di maturità delle diverse iniziative e sulle intenzioni future dei comuni. Viene inoltre presentato lo "*Smart City journey*", un schema che descrive alcune variabili chiave nel passaggio da città "tradizionale" a "smart": la maturità dei comuni, la maturità dell'offerta, il livello di utilizzo dei dati raccolti e la presenza/ tipologia di partnership pubblico-privato.

Temi correlati:

Smart City, Valore, Pubblico-Privato, Dati, Confronto con l'estero, Reti, Illuminazione intelligente, Gestione della mobilità, Gestione rifiuti, Journey

.....



Smart Home: cresce il mercato, evolvono le abitudini dei consumatori italiani

Il Report, che sarà disponibile a marzo 2019, mira ad approfondire il quadro applicativo di prodotti e servizi Internet of Things per la *Smart Home* a livello italiano e internazionale, indagando il ruolo degli OTT (Over-The-Top) e analizzando i numerosi canali tramite cui oggi sono veicolate le diverse soluzioni offerte. Il Report presenta inoltre i risultati della survey rivolta a 1.000 consumatori italiani e di due focus group, che hanno consentito di evidenziare il livello di adozione di prodotti e servizi per la casa connessa e la propensione all'acquisto da parte degli utenti finali.

Temi correlati:

Smart Home, Dati, OTT, Assicurazioni, Utility, Telco, Retailer, eRetailer, Confronto con l'estero, Survey, Focus Group, Percezione del consumatore, Privacy, Intelligenza Artificiale



Internet of Things: qual è il ruolo giocato dalle startup?

Il Report, che sarà disponibile ad aprile 2019, presenta i risultati derivanti dall'analisi di oltre 600 *startup* che offrono soluzioni in ambito Internet of Things a livello nazionale e internazionale, mettendo in luce gli ambiti applicativi più promettenti, l'entità dei finanziamenti ricevuti, i modelli di business adottati e analizzando nel dettaglio i trend in atto più rilevanti.

Temi correlati:

Startup, Finanziamenti, Scenario internazionale, Direzioni di innovazione, Modelli di business, Ambiti applicativi, Trend, Acquisizioni, Assicurazioni

La Nota Metodologica

Il mercato e le applicazioni

Il modello di stima del mercato Smart Home in Italia. È stato sviluppato nelle scorse edizioni della Ricerca un modello di stima del mercato delle soluzioni IoT per la Smart Home. È importante precisare che per mercato intendiamo *il fatturato, al netto dell'IVA, generato da aziende italiane o con sedi operative in Italia durante l'anno solare 2018*. Nel processo di stima si considerano soluzioni basate su diverse tecnologie di comunicazione wireless (ad esempio cellulare, WiFi, ZigBee, Bluetooth Low Energy)¹, mentre non sono inclusi i sistemi di domotica cablata. I risultati derivano da elaborazioni di informazioni raccolte tramite:

- questionari inviati agli operatori telefonici attivi in Italia;
- questionari inviati ai principali attori della filiera dell'offerta Smart Home (software house, installatori, system integrator), a cui hanno risposto 18 aziende;
- interviste a 43 aziende della filiera dell'offerta (telco, software house, installatori, system integrator, assicurazioni, utility, retailer, eRetailer);
- studi di caso, nei quali sono stati esaminati in profondità 17 progetti di utilizzo delle tecnologie IoT per la Smart Home in modo da raccogliere informazioni sulla struttura di costo delle diverse applicazioni.

L'analisi delle soluzioni offerte. Sono stati analizzati tramite fonti secondarie 522 prodotti e servizi per la Smart Home basati su tecnologie Internet of Things, con l'obiettivo di delineare un quadro rappresentativo dell'offerta in Italia e all'estero. All'interno di questo campione sono state selezionate 15 soluzioni da approfondire attraverso interviste dirette a

¹ Nella stima non sono incluse le casse audio connesse e le Smart TV stand-alone, non collegate con altri oggetti smart.

provider tecnologici (ad esempio system integrator, produttori, aziende di domotica, compagnie assicurative, utility, telco).

L'analisi delle startup. È stata condotta una analisi ad hoc sulle startup innovative che hanno sviluppato soluzioni IoT per la Smart Home. Più precisamente l'analisi ha portato all'individuazione di 141 startup (23 in Italia, 118 all'estero), di cui 102 finanziate negli ultimi tre anni (2016-2018) da investitori istituzionali. Con riferimento alle startup italiane, sono state svolte anche 8 interviste volte ad approfondire le iniziative avviate.

Le tecnologie IoT per la Smart Home

L'evoluzione degli oggetti intelligenti per la Smart Home, degli assistenti vocali e dei loro ecosistemi. È stata condotta, ricorrendo a fonti secondarie, un'analisi dello stato dell'arte e degli sviluppi attesi delle tecnologie per la Smart Home. In particolare è stata approfondita l'evoluzione degli assistenti vocali, che abilitano nuove modalità di interazione tra l'utente e la casa, e sono state analizzate le ricadute in termini di interoperabilità tra oggetti smart. Questa analisi ha consentito di identificare i principali trend relativi allo sviluppo di ecosistemi attorno alle nuove interfacce di controllo, che ci aspettiamo avranno ripercussioni importanti sull'evoluzione del mercato della Smart Home.

I canali di vendita

L'analisi dei canali. Sono stati censiti tramite fonti secondarie i prodotti e servizi veicolati

tramite i principali canali di vendita, da quelli più tradizionali della domotica a quelli più emergenti nel panorama della Smart Home (retailer, eRetailer, assicurazioni, utility e negozi di telefonia), con l'obiettivo di delineare un quadro rappresentativo dei principali attori che contribuiscono a veicolare l'offerta Smart Home in Italia e all'estero. Successivamente, sono state realizzate 21 interviste con i principali attori protagonisti dei diversi canali di vendita (in primis retailer, eRetailer, compagnie assicurative, utility, telco) per indagare i trend e le barriere che attualmente sono presenti in questo mercato.

La prospettiva del consumatore

La survey. Nel mese di dicembre 2018 è stata svolta una ricerca – in collaborazione con Doxa – su un campione di 1.000 individui con età compresa tra 18 e 74 anni, rappresentativi della popolazione italiana per sesso, età e area geografica. Più precisamente, l'obiettivo è stato quello di comprendere i livelli di conoscenza, adozione e propensione all'acquisto di oggetti intelligenti per la Smart Home. La ricerca è stata realizzata con metodologia CATI (Computer Assisted Telephone Interviews), somministrando un questionario telefonicamente a un campione di individui. Sono stati inclusi nell'analisi sia individui che vivono in affitto sia in casa di proprietà, in modo da indagare eventuali differenze.

I Focus Group. Nel mese di novembre 2018 sono stati realizzati due Focus Group – in collaborazione con Fieldinitaly e Usertest lab – a orientamento esplorativo della durata di circa due ore con la partecipazione di otto consumatori ciascuno. Nel corso dei Focus Group sono stati mostrati video narrativi, dimostrazioni e interazioni con oggetti smart per la casa. L'indagine ha avuto i seguenti obiettivi: comprendere il livello di conoscenza dei consuma-

tori coinvolti, il loro approccio nei confronti della Smart Home, approfondire i driver che guidano il processo di acquisto e le barriere da superare.

Si ringraziano in particolare le aziende che sono state maggiormente coinvolte nella Ricerca e che vi hanno partecipato attivamente:

- 2I Rete gas
- A2A Smart City
- AGSM Verona
- Alba Leasing
- AlfaEvolution
Technology – Gruppo
Unipol
- Almadom.us
- Amazon
- AMGAS Bari
- ARERA (Autorità di
Regolazione per Energia
Reti e Ambiente)
- Ariston Thermo
- Aruba
- Assistenza Casa
- Associazione Nazionale
Industrie Elettrotecniche
ed Elettriche (ANIE)
- Assolombarda
- Aviva
- AXA
- Axians
- BNP Paribas Cardif
- Bridgelux
- BTicino – Legrand
- Candy
- Censit
- Chiara Assicurazioni
- Combivox
- Comelit Group
- Connect Reply
- Consoft Sistemi
- Coster Group
- Dell EMC
- D-Link
- Doxa
- Duemmegi
- EasyGov
- Edison
- e-distribuzione
- EI Towers
- Elettra Investimenti
- Elica
- Enel
- Engie
- Eni gas e luce
- Eon Energia
- ePrice
- Europ Assistance Italia
- Faber
- Fantini Cosmi
- Fastweb
- Fieldinitaly
- Fracarro
- Franke
- Garante Privacy
- Generali
- GEWISS
- Google

- GROHE
- Groupama Assicurazioni
- Gruppo AC
- Gruppo Euris
- Gruppo SCAI
- GS1 Italy
- Hager Bocchiotti
- Hewlett Packard Enterprise (HPE)
- Hikvision – Ezviz
- Homeero Building
- Indra – Minsait
- INRETE Distribuzione Energia
- Intesa Sanpaolo Smart Care
- Iomote
- IOOOTA
- Iren
- Johnson Controls
- Kiunsys
- Leroy Merlin
- LG Electronics
- Live Protection
- Magneti Marelli
- Menowatt GE
- Meta System
- Microsoft
- Midori
- Ministero dello Sviluppo Economico (MiSE)
- Nest
- Nettrotter
- Nice
- NPO Sistemi
- Olivetti
- OpenEyes
- PHPower
- Pirelli
- Poste Assicura
- Poste Italiane
- Reverberi Enetec
- Ricoh
- Risco Group
- Samsung Electronics
- SCAI DOOH.IT
- SGR Servizi
- SIA
- Sicuritalia
- Sigest
- Signify
- Sinelec
- Sky
- SMaBiT
- Snam
- Software AG
- Soft Strategy
- Sogetel
- SoloMio
- Solutions30
- Somfy
- Sorgenia
- Temera
- Tera
- TESISQUARE®
- Tholos PHP
- Tiesse
- TIM
- Tiscali
- Trilogis
- TW – TeamWare
- TXT e-solutions
- Unareti
- Unieuro

- Unione Nazionale Consumatori
- Usertest lab
- Vaillant
- Valtellina
- Vem Solutions
- Verisure
- Vimar
- Vodafone
- Wattsdat
- WebRatio
- Whirlpool
- Wind Tre
- Xenia lab

Il Gruppo di Lavoro



Alessandro Perego
Direttore Scientifico



Antonio Capone
Responsabile Scientifico



Giovanni Miragliotta
Responsabile Scientifico



Angela Tumino
Direttore



Giulio Salvadori
Direttore



Razvan Pitic
Ricercatore Senior

Un particolare ringraziamento va a:

Matteo Cesana, Dipartimento di Elettronica, Informazione e Bioingegneria, Politecnico di Milano

Luca Dell'Anna, Dipartimento di Elettronica, Informazione e Bioingegneria, Politecnico di Milano

Carlo Negri, Osservatori Digital Innovation

Monica Nicoli, Dipartimento di Elettronica, Informazione e Bioingegneria, Politecnico di Milano

Maria Pavesi, Osservatori Digital Innovation

Andrea Reghelin, Senior Advisor, Osservatorio Internet of Things

Marcello Restelli, Dipartimento di Elettronica, Informazione e Bioingegneria, Politecnico di Milano

Manuel Roveri, Dipartimento di Elettronica, Informazione e Bioingegneria, Politecnico di Milano

Stefano Zanero, Dipartimento di Elettronica, Informazione e Bioingegneria, Politecnico di Milano

Si ringraziano inoltre:

Giorgia De Bernardi

Diego Aprile

Valentina Bruni

Anna Impedovo

Per qualsiasi commento e richiesta di informazione:

angela.tumino@polimi.it

giulio.salvadori@polimi.it



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT

OSSERVATORI.NET
digital innovation

Osservatorio Internet of Things

Smart Home: senti chi parla!

Il Convegno

Febbraio 2019

9.15 Registrazione e Welcome Coffee

9.45 Introduce e presiede

Alessandro Perego

*Direttore Scientifico degli Osservatori Digital Innovation,
Politecnico di Milano*

10.00 I risultati della Ricerca

**L'Internet of Things per la Smart Home:
evoluzione del mercato e delle abitudini del consumatore**

Angela Tumino

*Direttore dell'Osservatorio Internet of Things,
Politecnico di Milano*

Giulio Salvadori

*Direttore dell'Osservatorio Internet of Things,
Politecnico di Milano*

Discutono i risultati della Ricerca:

Davide Ceppi

Responsabile Marketing Operativo Residenziale, BTicino

Laura Friedmann

Key Account Manager Europe, Ezviz - Hikvision

Marco Adriano Landoni

Direttore Marketing, Edison Energia

Ivan Mariani

Founder, SoloMio

Massimo Riggio

Chief Marketing Officer, Nice

Mario Salari

Country Manager Italy, Ariston Thermo

Marco Signa

Connectivity Strategy Sr. Manager, Whirlpool

Angela Simone

Head of air quality care & IoT, Elica

Gianluca Zanini

*Chief Sales, Marketing and Communication Officer, Europ
Assistance Italy*

Moderata:

Alessandro Perego

*Direttore Scientifico degli Osservatori Digital Innovation,
Politecnico di Milano*

11.30 I risultati della Ricerca

**La prospettiva tecnologica: tecnologie short-range,
Intelligenza Artificiale e In-Thing purchase**

Antonio Capone

*Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Internet of Things,
Politecnico di Milano*

Giulio Salvadori

*Direttore dell'Osservatorio Internet of Things,
Politecnico di Milano*

Manuel Roveri

*Professore Associato, Dipartimento di Elettronica,
Informazione e Bioingegneria, Politecnico di Milano*

Giovanni Miragliotta

*Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Internet of Things,
Politecnico di Milano*

Discutono i risultati della Ricerca:

Leonardo Ambrosi

Responsabile Piattaforma Elettronica Digitale, Gewiss

Davide Bigoni

Project Manager, Samsung Electronics Italia

Pietro Catello

General Manager Alexa Voice Service, Amazon

Davide Di Bello

*Strategic Partner Development Manager - Hardware Partnerships,
Google*

Moderata:

Giovanni Miragliotta

*Responsabile Scientifico dell'Osservatorio Internet of Things,
Politecnico di Milano*

13.00 Chiusura dei lavori



Sul sito www.osservatori.net è possibile rivedere le riprese integrali del Convegno "Smart Home: senti chi parla!"



Visita www.osservatori.net e seguici sui nostri **social network**



I Relatori



Laureato in ingegneria dell'automazione e informatica, inizia la sua carriera in Sysnsis/SIA come analista funzionale e product manager per la realizzazione di soluzioni e servizi in ambito IT per istituti di credito. Successivamente si sposta in Siemens dove con responsabilità crescenti si occupa di realizzare e vendere soluzioni innovative nel mondo energy, relativamente a analisi sicurezza della rete, mobilità elettrica, gestione contatori, energy management solutions e microgrids. Successivamente si sposta in ABB ricoprendo il ruolo di Global Technology manager per la realizzazione di soluzioni digitali per il business globale di ABB nel mondo dell'industria di processo. Attualmente è responsabile delle tecnologie elettroniche/digitali e dell'innovazione in Gewiss.

Leonardo Ambrosi

Responsabile Piattaforma
Elettronica Digitale,
Gewiss



Davide Bigoni è Project Manager in Samsung Electronics Italia. 43 anni, con una consolidata formazione ingegneristica, ha sempre operato nel settore dell'Informatica e delle telecomunicazioni. Ha la responsabilità dello sviluppo di soluzioni tecnologiche e del coordinamento di progetti B2B e B2B2C. Nel tempo è stato chiamato a prendere parte a numerosi tavoli di lavoro attivi nell'ambito della Innovazione Digitale e dell'IoT.

Davide Bigoni

Project Manager,
Samsung Electronics Italia



Pietro Catello è General Manager Alexa Voice Service Italia, il team di Amazon che collabora con brands, manifatturiere e developers per la creazione e il lancio di prodotti integrati con Alexa. Laureato in Economia Aziendale, Pietro ha più di 18 anni di esperienza Marketing e Business Development maturata nei settori Telecoms, Internet e Mobile Payments. Ha iniziato la sua carriera in TIM SpA nel 2001 ricoprendo vari ruoli nella divisione consumer e collaborando con la GSMA association. Prima di entrare in Amazon, ha ricoperto il ruolo di Global Director Go-To-Market & Partnerships in Docomo Digital, la divisione di NTT Docomo specializzata in mobile payment e applications nata nel 2012 dopo l'acquisizione di Buongiorno SpA. Appassionato di musica, viaggi e tecnologia vive a Londra dal 2013 con la moglie Susanna, una figlia e un figlio entrambi studenti, musicisti, calciatori e heavy user di Alexa.

Pietro Catello

General Manager Alexa
Voice Service,
Amazon

Davide Ceppi

Responsabile Marketing
Operativo Residenziale,
BTicino



(fundraising).

Nato a Saronno (Va) il 26/06/73. Tra il 1995 e il 1998, dopo gli studi, ha avuto esperienze di venditore per medie Aziende nel settore elettrico/elettronico. Dal 1998 al 2001 è stato Responsabile Centro Assistenza Tecnico per Bticino S.p.a. Lombardia. In seguito, dal 2001 al 2007, Product Manager Videocitofonia BT. Dal 2007 è Responsabile Marketing Sistemi Residenziali; si occupa della gestione dei processi di marketing e vendita delle LdP di competenza per i seguenti business: serie civili, domotica, IoT, videocitofonia, prodotti di flusso. Ha quindi acquisito una formazione Manageriale, Marketing e Vendite. È membro e Segretario Lions Club per la zona di Varese e fa parte del Consiglio Direttivo Onlus sul territorio

Davide Di Bello

Strategic Partner
Development Manager –
Hardware Partnerships,
Google



Davide Di Bello ricopre attualmente il ruolo di Strategic Partner Manager per la divisione Hardware di Google in Italia. Negli ultimi 3 anni ha lavorato allo sviluppo delle partnership per i dispositivi “Made by Google” e ha seguito in prima persona il lancio in Italia di prodotti per la casa connessa, tra cui Google Home. Precedentemente ha lavorato in un contesto internazionale ricoprendo ruoli in ambito Sales, Marketing e Business Development in diversi paesi nel mondo. Davide è laureato in International Management all’Università Bocconi di Milano.

Laura Friedmann

Key Account Manager
Europe,
Ezviz – Gruppo Hikvision



Laura Friedmann è responsabile KA e grandi utenze per EZVIZ, Brand del gruppo Hikvision, leader mondiale della sicurezza, in ambito Smart Home con particolare attenzione a TELCO, Utilities e Assicurazioni. Coordina il team e segue i progetti a livello Europeo, definendo le strategie e azioni country by country. Architetto, viene da una lunga esperienza nel mercato della Sicurezza professionale in multinazionali del settore con responsabilità Marketing e Strategie.



Marco Landoni è nato il 26 marzo 1970. Oggi è il Direttore Marketing di Edison Energia, società del Gruppo Edison. Nel suo ruolo, sovrintende allo sviluppo delle strategie di marketing in linea con gli obiettivi aziendali e i principali indicatori economici, identificando i fabbisogni attuali e prospettici dei Clienti e monitorando la competizione, con particolare focus allo sviluppo di nuove offerte e prodotti per le commodity energetiche e servizi per i segmenti B2B e B2C del mercato italiano. Precedentemente Marco Landoni è stato Direttore commerciale dell'area B2B con la responsabilità sulle attività di vendita e post-vendita, gas e power, per il mercato delle grandi aziende italiane.

Marco Adriano Landoni
Direttore Marketing,
Edison Energia



La sua esperienza ha inizio in un'azienda leader nel packaging industriale. Ancora ventenne crea M.i.e. e avvia il suo percorso di imprenditore; nel 2008, la crisi economica mondiale, lo porta a cambiare il modello di business trovando nuovi mercati e implementandone le integrazioni. Con l'arrivo degli Smartphone cambia ancora: relazioni, territorio, formazione e "pensare in grande". Il 17 Maggio 2016 nasce il progetto Solomio e l'incontro con Enrico Viscardi unisce tecnologia e marketing. Il 4 dicembre 2018 nasce ufficialmente Solomio, start up innovativa.

Ivan Mariani
Founder,
SoloMio



Massimo Riggio, laureato in Economia e Commercio presso l'Università Cattolica di Milano, ha maturato venticinque anni di esperienza nell'area Marketing e Vendite internazionali, in aziende internazionali operanti nei settori B2B e B2C, tra le quali: Whirlpool Corporation, Olivetti, e successivamente come Key Account Director Europe del gruppo Candy Hoover. Ha ricoperto incarichi nelle associazioni confindustriali di categoria a livello italiano ed europeo. Ha vissuto 3 anni in Cina ricoprendo il ruolo di Brand & Product Management Director per i Paesi dell'Asia Pacifico per il gruppo KION, material handling solutions. Massimo è entrato a far parte del gruppo Nice alla fine del 2017, con il ruolo di Chief Marketing

Massimo Riggio
Chief Marketing Officer,
Nice

Officer.

Manuel Roveri

Professore Associato,
Dipartimento di
Elettronica, Informazione e
Bioingegneria,
Politecnico di Milano



Manuel Roveri è Associate Editor delle “IEEE Transactions on Neural Networks and Learning Systems”, Chair del Comitato Tecnico delle Reti Neurali (NNTC) della IEEE Computational Intelligence Society, Chair della Task Force su “Intelligent Cyber-Physical Systems” della IEEE Computational Intelligence Society, membro scientifico dell'Osservatorio di Intelligenza Artificiale del Politecnico di Milano ed ha servito l'IEEE in numerosi comitati scientifici.

Mario Salari

Country Manager Italy,
Ariston Thermo



Laureato in Scienze Economiche e Bancarie presso l'Università di Siena, ha conseguito esperienze formative presso l'Univeristà di Limerik (Irlanda) e la Business School Insead. Da oltre 20 anni fa parte del Gruppo Ariston Thermo, con un'interruzione di 3 anni nella divisione Wellness del Gruppo Villeroy&Boch. Ha iniziato il suo percorso come Product Manager, diventando successivamente Responsabile Marketing dell'area export e poi dell'Italia. Nel 2010 ha assunto il ruolo di Direttore Commerciale Italia di Ariston e nel 2014 di tutti i brand. Dal 2018 è Country Manager Italia.

Marco Signa

Connectivity Strategy Sr.
Manager,
Whirlpool



Marco has twenty five years of experience in the Appliance Industry working in Technology, Innovation and Marketing and is currently Marketing Manager and Business development leader for Connected Appliances for EMEA. He is also the chairman of the Smart Living Work group in CECED Europe, working on smart appliances standards and regulation, and Director of Energy@home Association. Marco Signa holds a Master degree in Aerospace Engineering and an MBA at Bocconi Business School.



In questo ruolo ho la responsabilità di saper leggere il mercato ed interpretarne i bisogni al fine di cogliere nuove opportunità di business. In Elica dal 2015 come responsabile di Snap: il primo prodotto connesso a marchio Elica in grado di ampliare il concetto del trattamento dell'aria oltre l'ambiente cucina. Oggi coordino un team di specialisti dedicati a sperimentare e sviluppare la gamma di prodotti connessi e dedicati al trattamento dell'aria. Specializzata in marketing mi sono destreggiata, in passato, tra le più disparate categorie di prodotto dal farmaceutico alle White Goods passando per il grocery.

Angela Simone

Head of air quality care & IoT,
Elica



Gianluca Zanini inizia il suo percorso professionale in Allianz, come analista di organizzazione. Nel 1998 fa ingresso nel Gruppo AXA dove arriva a ricoprire nel 2008 la carica di Chief Marketing Officer e Innovation Leader di AXA MPS, divenendone in un secondo momento Executive Director e Head of P&C. Dal 2015 ricopre la carica di Head of Partnership and Innovation Leader di AXA Italia, e nello stesso periodo è anche Direttore Generale di AXA Interlife e di Quadra Assicurazioni. A fine 2017 fa ingresso in Europ Assistance Italia come Chief Sales and Marketing Officer, con l'obiettivo di portare avanti e sviluppare il percorso di innovazione di processi, prodotti e servizi, intrapreso dall'azienda.

Gianluca Zanini

Chief Sales, Marketing and
Communication Officer,
Europ Assistance Italy



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT

OSSERVATORI.NET
digital innovation

Osservatorio Internet of Things

Smart Home: senti chi parla!

Gli Attori

Febbraio 2019

La School of Management

La School of Management del Politecnico di Milano

La **School of Management del Politecnico di Milano**, costituita nel 2003, accoglie le molteplici attività di ricerca, formazione e alta consulenza, nel campo dell'economia, del management e dell'industrial engineering che il Politecnico porta avanti attraverso le sue diverse strutture interne e consortili.



La Scuola ha ricevuto, nel 2007, il prestigioso accreditamento **EQUIS**. Nel 2009 è entrata per la prima volta nel **ranking del Financial Times** delle migliori Business School europee. Nel 2013 ha ottenuto il prestigioso accreditamento internazionale da **AMBA** (*Association of MBAs*). Dal 2015, la Scuola è membro di **AACSB International** – The Association to Advance Collegiate Schools of Business. La membership non implica l'accREDITAMENTO. La Scuola è presente inoltre nei **QS World University Rankings** con i programmi MBA. Nel 2017, la School of Management è la prima business school italiana a vedere riconosciuta la qualità dei propri corsi erogati in digital learning nei master Executive MBA attraverso la certificazione **EOCCS** (*EFMD Online Course Certification System*). La Scuola è membro **PRME** (*Principles for Responsible Management Education*), **Cladea** (*Consejo Latinoamericano de Escuela de Administración*) e **QTEM** (*Quantitative Techniques for Economics & Management Masters Network*).

Fanno parte della Scuola: il **Dipartimento di Ingegneria Gestionale** e **MIP Graduate School of Business** che, in particolare, si focalizza sulla formazione executive e sui programmi Master. Le attività della School of Management legate all'Innovazione Digitale si articolano in:

- Osservatori *Digital Innovation*, che fanno capo per le attività di ricerca al Dipartimento di Ingegneria Gestionale;
- Formazione executive e programmi Master, erogati dal MIP.

Gli Osservatori Digital Innovation

Gli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano nascono nel 1999 con l'obiettivo di **fare cultura in tutti i principali ambiti di Innovazione Digitale**. Oggi sono un punto di riferimento qualificato sull'Innovazione Digitale in Italia che integra attività di Ricerca, Comunicazione e Aggiornamento continuo.

La Vision che guida gli Osservatori è che l'Innovazione Digitale sia un fattore essenziale per lo sviluppo del Paese.

La **Mission** degli Osservatori è produrre e diffondere conoscenza sulle opportunità e gli impatti che le tecnologie digitali hanno su imprese, pubbliche amministrazioni e cittadini, tramite modelli interpretativi basati su solide evidenze empiriche e spazi di confronto indipendenti, pre-competitivi e duraturi nel tempo, che aggregano la domanda e l'offerta di innovazione digitale in Italia.

I fattori distintivi

Le attività degli Osservatori Digital Innovation sono caratterizzate da 4 fattori distintivi:

1. **Ricerca**. Le attività di ricerca sono svolte da un team di quasi 100 tra Professori, Ricercatori e Analisti impegnati su 40 differenti Osservatori che affrontano tutti i temi

chiave dell'Innovazione Digitale nelle Imprese (anche PMI) e nella Pubblica Amministrazione.

2. **Aggiornamento.** Osservatori.net è il punto di riferimento per l'aggiornamento professionale sull'innovazione digitale. Il portale è una fonte unica di informazioni e dati basati su Pubblicazioni, Webinar e Workshop realizzati da analisti ed esperti con un know-how unico e distintivo. Il tutto è erogato tramite una piattaforma multimediale e interattiva per l'aggiornamento a distanza.
3. **Comunicazione.** Attraverso Convegni, Media e Pubblicazioni gli Osservatori diffondono buone pratiche, esperienze e cultura legata all'innovazione digitale, realizzando ogni anno oltre 5000 uscite stampa e 200 eventi pubblici.
4. **Networking.** Gli Osservatori aggregano la più ampia community di decisori della domanda, dell'offerta e delle Istituzioni, che collabora e sviluppa relazioni concrete nelle numerose occasioni di interazione per contribuire alla diffusione dell'Innovazione Digitale in Italia.

Gli Osservatori Digital Innovation (2017-2018)

Gli Osservatori Digital Innovation sono classificabili in 3 macro categorie:

1. *Digital Transformation*, che include gli Osservatori che analizzano in modo trasversale i processi di innovazione digitale che stanno profondamente trasformando il nostro Paese;
2. *Digital Solutions*, che raggruppa gli Osservatori che studiano in modo approfondito specifici ambiti applicativi e infrastrutturali relativi alle nuove tecnologie digitali;
3. *Verticals*, che comprende gli Osservatori che analizzano l'innovazione digitale in specifici settori o processi.

Digital Transformation:

Agenda Digitale | Design Thinking for Business | Digital Transformation Academy | Startup Hi-tech | Startup Intelligence

Digital Solutions:

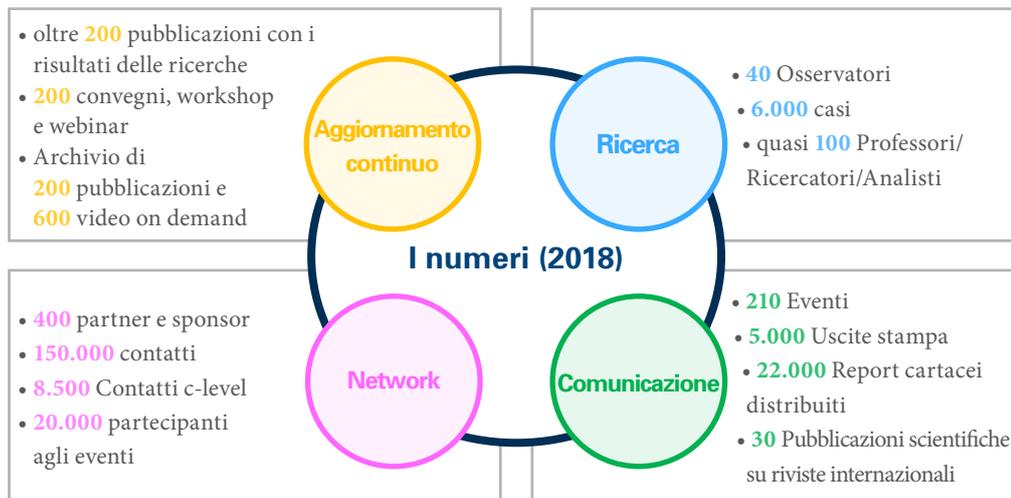
Artificial Intelligence | Big Data Analytics & Business Intelligence | Blockchain & Distributed Ledger | Cloud Transformation | eCommerce B2c | Fatturazione Elettronica & eCommerce B2b | Information Security & Privacy | Internet of Things | Mobile B2c Strategy | Mobile Payment & Commerce | Multicanalità | Omnichannel Customer Experience | Smart Working

Verticals:

Contract Logistics | Digital Sport | Export Digitale | Fintech & Insurtech | Food Sustainability | Gioco Online | HR Innovation Practice | Industria 4.0 | Innovazione Digitale in Sanità | Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali | Innovazione Digitale nel Retail | Innovazione Digitale nel Turismo | Internet Media | Kids & Toys | Mobile Banking | Professionisti e Innovazione Digitale | Smart AgriFood | Supply Chain Finance

Si segnalano di seguito gli Osservatori correlati a *Osservatorio Internet of Things*:
Agenda Digitale | Industria 4.0 | Innovazione Digitale in Sanità | Mobile Payment & Commerce | Startup Hi-tech

I numeri chiave del 2018



Per maggiori informazioni si veda il sito www.osservatori.net

Seguici anche su: [in](#) [twitter](#) [f](#)

MIP Politecnico di Milano Graduate School of Business

Gli *Osservatori Digital Innovation* sono fortemente integrati con le attività formative della Scuola: nel senso che rappresentano un'importante sorgente per la produzione di materiale di insegnamento e di discussione per i corsi e traggono anche spesso linfa vitale dalle esperienze di coloro che partecipano ai corsi (in particolare a quelli post-universitari erogati dal MIP) o vi hanno partecipato nel passato.

In sinergia con gli Osservatori, il MIP Politecnico di Milano Graduate School of Business ha lanciato diverse iniziative nell'ambito Digital Innovation:

- Master Executive MBA con possibilità di scegliere corsi elective focalizzati sui temi della Digital Business Transformation;
- Percorso Executive in Gestione Strategica dell'Innovazione Digitale;
- Corsi brevi Digital Innovation.

Per maggiori informazioni si veda il sito www.mip.polimi.it



POLITECNICO
MILANO 1863
SCHOOL OF MANAGEMENT

OSSERVATORI.NET
digital innovation



Il punto di riferimento per l'Aggiornamento Executive sull'Innovazione Digitale

visita www.osservatori.net e scopri come accedere a tutti i servizi

L'innovazione digitale a portata di Click!

In un contesto in cui l'innovazione digitale ha sempre più rilevanza per la competitività delle imprese e il cambiamento incessante caratterizza le nuove tecnologie, aggiornarsi è fondamentale per tutti i professionisti a vari livelli aziendali. Dedicare tempo e risorse all'aggiornamento di skill e competenze in questo ambito è fondamentale e va fatto in modo permanente lungo tutta la vita professionale, attraverso nuovi strumenti compatibili con il lavoro quotidiano.

Osservatori.net

Gli Osservatori Digital Innovation rappresentano una fonte unica di conoscenza sull'Innovazione Digitale sviluppata da un team di 90 Ricercatori e Professori del Politecnico di Milano, che da anni punta a fornire a professionisti, manager e imprenditori una visione strategica e manageriale dell'innovazione digitale, consapevole che questa rappresenta una leva indispensabile per la competitività delle imprese e il rilancio economico e sociale del nostro Paese.

Fattori Distintivi

- Piattaforma multimediale e interattiva per un aggiornamento continuo a distanza;
- Ricerca indipendente, caratterizzata da rigore scientifico, modelli originali e basata sull'analisi dell'eccellenza;
- Analisti e esperti con un know-how unico e distintivo al servizio di manager e professionisti.



Rapporti

Osservatori.net offre la più completa raccolta di analisi e dati sull'Innovazione Digitale in Italia. I Rapporti sono caratterizzati da formati innovativi che consentono una rapida ricerca delle informazioni di proprio interesse



Workshop e Webinar Premium

Eventi Premium della durata di circa 4 ore (Workshop) e 1 ora (Webinar), durante i quali i partecipanti possono confrontarsi con gli Analisti e Esperti che approfondiscono i temi chiave dell'innovazione digitale



Percorsi

Workshop e Webinar sono organizzati in *Percorsi* focalizzati su un particolare tema!

Gli Osservatori Digital Innovation organizzano diversi percorsi tematici, composti da Workshop e Webinar, con l'obiettivo di aiutare a comprendere quali effetti abbia l'evoluzione tecnologica nelle nuove strategie digitali, attraverso la discussione dei risultati emersi dalle Ricerche annuali.

Tutti gli eventi possono essere seguiti in diretta web e on demand sulla piattaforma www.osservatori.net

Per maggiori dettagli visitare:
www.osservatori.net/it_it/percorsi

Il Dipartimento di Elettronica, Informazione e Bioingegneria

Il Dipartimento di Elettronica, Informazione e Bioingegneria (DEIB) è uno dei più grandi dipartimenti di ICT in Europa. Con più di 900 professionisti, tra personale di ricerca strutturato, collaboratori esterni, studenti di dottorato e personale tecnico e amministrativo, il Dipartimento costituisce una realtà vitale in grado di sostenere la formazione, la ricerca di base, la ricerca applicata e l'attività di trasferimento tecnologico alle imprese.



La qualità della ricerca scientifica è l'obiettivo principale del DEIB, perseguito secondo i più elevati standard internazionali di qualità. All'interno del dipartimento sono presenti competenze eccellenti e consolidate, sia a livello nazionale che internazionale, nei settori dell'automazione, dell'informatica, dell'elettronica, della bioingegneria, dell'ingegneria elettrica e delle telecomunicazioni.

La qualità del lavoro di ricerca è testimoniata dalla vasta rete di collaborazioni con le migliori istituzioni internazionali, che fa del Dipartimento uno dei principali attori dello scenario mondiale dell'innovazione scientifica e tecnologica.

L'ambiente scientifico comprende anche diverse società spin-off e i docenti del DEIB sono responsabili dei corsi che riguardano le Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione erogati da tutte le Scuole del Politecnico di Milano.

Per maggiori informazioni si veda il sito www.deib.polimi.it

L'IoT Lab

IoT Lab è il punto di arrivo di un percorso iniziato nell'Ottobre 2006 con la nascita dell'RFID Solution Center, centro di ricerca del Politecnico di Milano promosso dalla School of Management e dal Dipartimento di Elettronica, Informazione e Bioingegneria, e originariamente dedicato alle applicazioni delle tecnologie di identificazione in Radiofrequenza.



Il know-how acquisito negli anni ha portato nel 2013 a questa nuova realtà, che allarga la sua missione e abbraccia il nuovo paradigma tecnologico e applicativo dell'Internet of Things.

La missione dell'IoT Lab è dunque sviluppare attività di innovazione di prodotti o servizi, tramite ricerca applicata: dalle tradizionali applicazioni RFID passive, fino a progetti di localizzazione o sensoristica distribuita, includendo tutte le soluzioni Internet of Things.

Il Laboratorio affianca le aziende che intendono fare leva sul paradigma IoT per migliorare o ripensare il proprio business, supportandole lungo l'intero processo di innovazione di prodotti e servizi basati su oggetti connessi (Technology scouting, Business Model innovation). Inoltre, il Laboratorio è attrezzato per realizzare studi di fattibilità e progetti di sviluppo prototipale, pienamente indipendenti rispetto a soluzioni di specifici vendor, volti a dimostrare la realizzabilità tecnologica e il valore economico dell'idea innovativa concepita, indirizzando così successivi progetti di implementazione diffusa e riducendo il rischio dell'innovazione.

Per maggiori informazioni si veda il sito www.iotlab.polimi.it

I Sostenitori della Ricerca

Partner

- A2A Smart City
- Alba Leasing
- Ariston Thermo
- Assolombarda
- BTicino
- Connect Reply
- Doxa
- Edison
- Assistenza Casa
- EI TOWERS e NETTROTTER
- Elica
- Enel – Enel X
- Europ Assistance Italia
- Generali Jeniot
- Fastweb
- GEWISS
- Hikvision – Ezviz
- Indra – Minsait
- Intesa Sanpaolo Smart Care
- Nice
- Poste Assicura
- Ricoh
- Samsung Electronics Italia
- Sinelec – The Gavio Group
- SoloMio
- Vodafone Italia
- Whirlpool
- Wind Tre

Sponsor

- AlfaEvolution Technology
- Axians
- Dell EMC – Intel
- Engie Italia
- Faber – Franke
- Gruppo AC
- Gruppo SCAI
- GS1 Italy
- Homeero Building
- Wattsdat
- HPE – Aruba
- Menowatt Ge
- Microsoft
- Midori
- Pirelli
- SIA
- Sicuritalia
- Signify
- Sky Italia
- Software AG
- Sogetel
- Solutions30
- Tera
- TESISQUARE®
- Tholos PHP
- TXT e-solutions
- Valtellina
- Vimar



A2A Smart City
www.a2asmartcity.it

A2A Smart City basa le sue strategie di sviluppo sulle reti di nuova generazione, è in grado di offrire l'infrastruttura tecnologica che abilita ai servizi smart, valorizzando i territori e le città grazie alla sua esperienza nei business a rete.

Con il gruppo A2A siamo presenti in modo capillare sulle principali aree urbane della Lombardia, a garanzia di una rapida realizzazione delle città intelligenti

Abbiamo creato LO SMART LAB

Una struttura di ricerca e sviluppo per la realizzazione di tecnologie digitali innovative IoT (internet delle cose) da applicare alla gestione dei servizi dedicati al territorio ed è il nostro punto di partenza.

A2A punta infatti ad assumere un ruolo di riferimento come partner delle istituzioni e a contribuire, con il suo know how e la sua infrastruttura abilitante, ad accompagnare i cittadini

verso un nuovo scenario che trasformerà l'idea stessa di città grazie al digitale.

Siamo partner della @LoraAlliance, organizzazione no profit che testa e condivide le sperimentazioni sull'innovativo protocollo di trasmissione LoRa.

twitter: @ A2ASmartCity



Alba Leasing
www.albaleasing.eu

Alba Leasing, fondata nel 2010, è una società finanziaria partecipata da Gruppo Banco BPM, Banca Bper, Banca Popolare di Sondrio e Credito Valtellinese. Avvalendoci di una rete distributiva formata da 5.200 filiali delle banche socie e di altre importanti banche convenzionate, rappresentiamo il più grande network interbancario specializzato nel leasing in Italia. Abbiamo sviluppato convenzioni e accordi co-branding anche con importanti aziende e associazioni di categoria per offrire ai rispettivi clienti e associati i nostri prodotti – tra cui il leasing operativo per vendor e fornitori – e servizi finanziari disegnati su misura per loro. Per ciascuna partnership decliniamo, infatti, un modello di servizio dedicato con l'obiettivo di essere efficienti e flessibili offrendo, oltre ad un prodotto finanziario evoluto, una gamma di servizi accessori quali coperture assicurative sui beni e sulle persone. In quanto partner finanziario di circa 30 mila imprese, siamo orgogliosi di sostenere la crescita e aiutare le aziende a realizzare i propri obiettivi di sviluppo. Il nostro impegno si traduce in fatti concreti: Alba eroga circa 14.000 contratti di leasing finanziando con oltre 1,5 miliardi di euro migliaia di aziende, grandi e piccole, di ogni settore produttivo. Lavoriamo al fianco dei nostri

Clienti per costruire insieme un cammino di crescita e di successo, impegnandoci a individuare la forma di leasing più adatta alle loro esigenze e ad agire con rapidità e competenza. Innovare, per noi, è indispensabile: insieme ai nostri Clienti realizziamo sempre nuove soluzioni che si traducono in prodotti finanziari evoluti, strutture organizzative efficienti e strumenti operativi all'avanguardia. Con i progetti Alba 2.0 e Alba Next sin dal 2014 abbiamo portato avanti un programma di trasformazione sostenibile basato su innovazione di processo, *digital transformation* e sviluppo delle risorse che ci consente di competere in un sistema sempre più complesso e selettivo. Alba si conferma società leader anche nel leasing energetico grazie all'elevata specializzazione nel settore della sostenibilità ambientale e ad uno specifico programma di finanziamento alle imprese che investono nell'efficientamento energetico e nella green mobility. In particolare, siamo specializzati in interventi di riqualificazione immobiliare e di *building automation* relativi al controllo e alla gestione degli impianti integrati di illuminazione, riscaldamento e condizionamento, anti-intrusione, sorveglianza e anti-incendio degli edifici. A completamento del servizio alle imprese, Alba Leasing si avvale di un gruppo di partner tecnologici di primaria importanza in grado di coprire qualunque esigenza collegata alla riqualificazione energetica degli immobili finalizzata a contenere i consumi di energia, migliorando però il comfort degli ambienti interni, riducendo le emissioni di inquinanti e il relativo impatto sull'ambiente, utilizzando in modo razionale le risorse attraverso, per esempio, lo sfruttamento di fonti energetiche rinnovabili in sostituzione dei combustibili fossili.



Ariston Thermo
www.ariston.com/corporate/home

Ariston Thermo è un'azienda internazionale tra i leader nel settore del riscaldamento dell'acqua e degli ambienti. Ariston Thermo è in tutto il mondo sinonimo di comfort, efficienza energetica e rispetto dell'ambiente, grazie a prodotti ad alta efficienza, stabilimenti allineati agli standard produttivi più avanzati e un eccellente servizio di assistenza pre e post-vendita. Il Gruppo conta 7.00 dipendenti, 65 società e 5 uffici di rappresentanza in 38 Paesi e 26 siti produttivi in 15 Paesi. In Italia è presente con 7 siti produttivi principalmente localizzati nella regione Marche. Il Gruppo ha oggi una posizione di leadership nel mercato globale del comfort termico per ambienti domestici, commerciali e industriali, e vanta oltre 85 anni di esperienza nell'offerta di soluzioni e servizi innovativi con una forte presenza in Europa e nei Paesi emergenti mantenuta e consolidata nel tempo. Nel 2017 il Gruppo ha raggiunto un fatturato di € 1,57 miliardi e ha venduto 7 milioni di prodotti in oltre 150 Paesi con 250 milioni di persone nel mondo che hanno scelto la qualità di Ariston Thermo. Il Gruppo è presente in tre settori, comfort termico, componenti e bruciatori, e offre una gamma completa di prodotti, sistemi e servizi principalmente con i

marchi leader Ariston, Chaffoteaux, Elco, Atag, Racold, NTI, HTP, Cuenod, Ecoflam e Thermowatt. Ariston Thermo concretizza il proprio impegno nell'efficienza energetica attraverso lo sviluppo continuo di nuove soluzioni che utilizzano fonti di energia rinnovabili, quali il solare termico e le pompe di calore, il miglioramento dell'efficienza dei prodotti tradizionali come caldaie e scaldacqua e l'investimento in nuovi progetti per il futuro, con l'obiettivo di offrire una combinazione ottimale di comfort, risparmio energetico e rispetto dell'ambiente. Ariston Thermo crede nel concetto di "ecosistema domestico" ed è impegnata nello sviluppo di applicazioni e servizi connessi, rivolti sia ai clienti sia alla rete di assistenza, che contribuiscano a massimizzare il contenimento dei consumi e che garantiscano la possibilità di gestire il proprio comfort in qualsiasi momento e ovunque. Sostenibilità, Innovazione, Comfort e Accessibilità sono i valori attorno ai quali ruota l'universo di Ariston Thermo, i principi in cui l'Azienda crede e a cui si ispira nel proprio percorso di eccellenza. Fedeltà al core business e vicinanza al cliente sono allo stesso tempo i driver principali del Gruppo. Ariston Thermo poggia la sua leadership sul lavoro di persone motivate, preparate e consapevoli della responsabilità sociale delle proprie azioni e ritiene che investire per la crescita dei talenti vuol dire investire nello sviluppo del proprio business. L'impegno per lo sviluppo del fattore organizzativo-imprenditoriale, anche attraverso le attività della Fondazione Aristide Merloni, e l'attenzione ai bisogni delle comunità locali in tutti i Paesi nei quali Ariston Thermo è presente, sono le condizioni imprescindibili per la crescita e lo sviluppo futuro del Gruppo.

I risultati completi della Ricerca sono consultabili su www.osservatori.net



Assolombarda
www.assolombarda.it

Assolombarda è l'associazione delle imprese che operano nella Città Metropolitana di Milano e nelle province di Lodi, Monza e Brianza.

Assolombarda, per dimensioni e rappresentatività, è l'associazione più importante di tutto il Sistema Confindustria.

Esprime e tutela gli interessi di circa 6.000 imprese di ogni dimensione, nazionali e internazionali, produttrici di beni e servizi in tutti i settori merceologici.

E conta più di 357.000 addetti.

L'associazione tutela gli interessi delle imprese associate nel rapporto con gli interlocutori istituzionali e gli stakeholder del territorio attivi in vari ambiti: formazione, ambiente, cultura, economia, lavoro, società civile.

Offre, inoltre, servizi di consulenza specialistica in tutti i settori di interesse aziendale.

The logo for BTicino, featuring the letters 'bticino' in a bold, lowercase, sans-serif font. The 'b' is orange, and the remaining letters are black.

BTicino
www.bticino.it

BTicino, capofila del Gruppo Legrand in Italia, presente con una struttura organizzativa che comprende 10 insediamenti industriali e circa 2.800 dipendenti, opera sul mercato italiano con le offerte dei marchi principali BTicino, Legrand, Zucchini, Cablofil, Vantage e NuVo.

BTicino è lo specialista globale delle infrastrutture elettriche e digitali dell'edificio. La sua completa offerta di soluzioni per i mercati internazionali dei settori commerciale, industriale e residenziale, è basata sull'innovazione con il costante lancio di nuove soluzioni, tra cui i prodotti connessi al alto valore aggiunto del programma Eliot (ELectricty Internet Of Things).

Forte della sua immagine consolidata presso i consumatori, BTicino ha deciso di entrare sul mercato IoT già da qualche anno, partendo dal know-how tecnologico e commerciale nelle soluzioni domotiche per la SmartHome, di fatto sistemi di oggetti connessi gestibili tramite la rete, e di quella per la distribuzione, il controllo e la misura dell'energia negli edifici, alla base del SmartGrid e, quindi, delle SmartCities.

Nel 2017 BTicino e il Gruppo Legrand hanno realizzato con i prodotti IOT un fatturato di 488 milioni di euro e da qui al 2020 prevedono una crescita annuale a due cifre. La strategia di sviluppo si basa su tre assi: connettere soluzioni esistenti, integrando gateway all'offerta già disponibile, sviluppare nuovi prodotti nativamente connessi e proseguire nella prefigurazione di scenari futuri e di nuove potenziali applicazioni. In questa ottica sono la partecipazione al capitale di Netatmo e la successiva acquisizione completata dal Gruppo Legrand nel 2018.

Gli oggetti connessi necessitano di reti e infrastrutture efficienti che permettano loro di comunicare, di protocolli di interoperabilità per integrare sistemi terzi e scambiare dati al fine di apportare benefici supplementari all'utilizzatore. Per soddisfare questi bisogni BTicino e Legrand, specialisti mondiali delle infrastrutture elettriche e digitali dell'edificio, offrono soluzioni IoT compatibili con i principali ecosistemi di Smart Home promossi dai big player Amazon, Apple, Google e sono nativamente controllabili con la voce tramite i relativi assistenti vocali.

Il Gruppo Legrand, che persegue una strategia di crescita remunerativa e durevole, ha realizzato nel 2017 un fatturato di oltre 5,5 miliardi €.

La Società è quotata sulla piattaforma Euronext Parigi ed è una componente dell'indice azionario CAC 40 (codice ISIN FR0010307819).



Connect Reply
www.reply.com/it

Ad oggi, stiamo vivendo l'inizio della nuova era dell'*Internet of Things* dove il mondo fisico e il mondo digitale interagiscono tra di loro accrescendo le *opportunità di business* e aumentando le *potenzialità delle persone*. In questo scenario, **Connect Reply** nasce dalla volontà del gruppo *Reply* di raccogliere le *esperienze* maturate nel mondo IoT in un unico team coeso e focalizzato al *supportare i clienti* a livello europeo in questa nuova avventura.

Connect crede fortemente nelle potenzialità dell'IoT come strumento che consentirà di sviluppare un *mondo migliore e più efficiente* per tutte le persone, liberandosi così dei vincoli degli attuali touch point e permettendo alle persone di diventare parte attiva dell'interfaccia verso il mondo digitale.

Connect Reply propone la sua offerta in tre settori principali: *Consumer IoT*, *Connected Products* e *Smart Buildings*.

Tutte le aree chiave sono supportate da *asset* che derivano dall'esperienza maturata su importanti *progetti IoT* attualmente *in produzione*:

- disponiamo di un acceleratore IoT sviluppati su tecnologia

Microsoft Azure IoT per permettere di integrare la maggior parte dei prodotti attualmente sul mercato negli ecosistemi aziendali sia attualmente in produzione, sia di futuro sviluppo.

- seguendo le esigenze dei clienti sul mercato, abbiamo ingegnerizzato e implementato una *propria piattaforma IoT erogata come software as a service* chiamata *Hi Connect*. Tale piattaforma risolve le esigenze per l'intero end to end di una soluzione IoT in ambito home e professional appliance.

Grazie a questi asset Connect è in grado di fornire una *soluzione ready to use* per il mondo IoT velocemente, con efficacia e con il supporto adeguato alla gestione in produzione di questi complessi ecosistemi.

Numerosi clienti nazionali e globali hanno dato fiducia alle soluzioni di Connect Reply nei settori Insurance, Telco, Utility e Manufacturing.



Doxa
www.doxa.it

Da 60 anni **Doxa** è sinonimo di ricerche di mercato in Italia. Nata nel 1946, Doxa ha sviluppato un percorso di continua innovazione che l'ha portata ad essere una delle aziende leader sia nelle metodologie più tradizionali che in quelle più evolute. Il team di ricerca e analisi interno, la rete di intervistatori sul territorio nazionale, i centri telefonici proprietari e le risorse dedicate alle ricerche qualitative rendono Doxa il partner ideale per aziende e istituzioni. Oltre 450 clienti negli ultimi 3 anni hanno scelto Doxa per indirizzare e supportare le loro scelte strategiche, riconoscendole autorevolezza e affidabilità. Doxa è una azienda indipendente ma può vantare partnership di grande valore con istituti di ricerca, il che consente di gestire importanti indagini per grandi gruppi italiani in diversi paesi del mondo.

L'esperienza aziendale spazia dai grandi studi di scenario, alle analisi sulla soddisfazione e la fedeltà dei clienti fino agli approfondimenti qualitativi sui brand, sui prodotti e sulla comunicazione.

La nostra promessa

Fornire informazioni qualitative e quantitative di elevata qualità, raccolte con metodi rigorosi e tecnologie all'avanguardia. Integrare

l'analisi con una lettura basata sulla competenza e l'esperienza acquisite nello studio dei fenomeni sociali e di marketing, nei diversi settori di attività e nei diversi paesi. Privilegiare progetti ad hoc basati sulle specifiche caratteristiche del business e sulle necessità informative del cliente, rispetto all'utilizzo di prodotti standardizzati. Sviluppare un rapporto di collaborazione aperto e trasparente mirato a raggiungere gli obiettivi del cliente e a stabilire collaborazioni di lungo periodo.

Doxa Digital

Doxa Digital è l'ultima tappa della storia di innovazione Doxa. Doxa Digital realizza in ambito digital progetti di marketing, vendita e servizio integrando la conoscenza del consumatore e del mercato di Doxa con la competenza e la professionalità di consulenti aziendali.

Tre gli elementi distintivi dell'offerta di Doxa Digital

Centralità del consumatore:

Il consumatore è posto al centro di ogni progetto grazie alla conoscenza del mercato fornita dai dati Doxa ed ad un modello proprietario di analisi della sua relazione con l'azienda sul digitale.

Proposition Integrata:

Doxa Digital realizza progetti che attivano in maniera sinergica e coordinata le properties e l'offerta digitale delle Aziende.

Obiettivi di business:

Il successo dei progetti Doxa Digital è misurato su tangibili KPI di business e supportati da un accompagnamento dei clienti attraverso un percorso di miglioramento continuo di risultati.



Edison
www.edison.it

Edison è la più antica società europea nel settore dell'energia con oltre 130 anni di storia, e tra le maggiori in Italia. È attiva nella produzione e vendita di energia elettrica e nell'approvvigionamento, esplorazione e produzione di idrocarburi. Edison ha un parco di produzione di energia elettrica sostenibile che comprende impianti idroelettrici, eolici, solari e impianti termoelettrici altamente efficienti grazie alla tecnologia del ciclo combinato a gas. Ogni giorno, in 10 paesi del mondo, 5.000 persone dedicano la propria passione alla soddisfazione dei propri clienti.

Edison vende energia elettrica e gas naturale alle famiglie e alle imprese, fornendo soluzioni che rispondano ai loro bisogni. Propone servizi innovativi e su misura per un uso efficiente delle risorse energetiche ed è attiva nel settore dei servizi ambientali.

Nel 2017 Edison ha impresso un cambio di passo strategico, andando al di là dell'offerta classica di luce o gas, con il lancio dell'innovativa piattaforma di servizi Edison World. Attraverso questa piattaforma l'azienda soddisfa la richiesta di una casa sempre più intelligente e connessa con Edison Smart Living,

una casa sicura e protetta dai guasti all'impianto luce e gas con Edison Casa Relax, una casa dai costi trasparenti con Edison World Luce e Gas e una casa autosufficiente e alimentata da energia pulita e rispettosa dell'ambiente con Edison My Sun e My Forest. Nel corso del 2018, il portafoglio Edison World si è arricchito ulteriormente con l'arrivo di Edison My Comfort le soluzioni chiavi in mano per la climatizzazione estiva ed invernale della casa, Edison Manutenzione Caldaia+ per la manutenzione ordinaria della caldaia e per concludere Edison Plug&Go, l'offerta di mobilità elettrica ideata per tutte le esigenze che mette al servizio dei clienti innovazione e competenza grazie al contributo di importanti Partner operanti nel settore EMobility.

La società può fare affidamento sul Centro di Ricerca Sviluppo e Innovazione di Trofarello (TO), dove vengono testati e perfezionati i dispositivi per il controllo dei consumi e la gestione degli oggetti intelligenti di casa (Internet of Things), e sul centro R&D di EDF in Francia.

Negli ultimi anni, Edison ha lanciato sul mercato dispositivi tecnologici sempre più all'avanguardia: dal dispositivo Energy Control, che consente l'uso efficiente dell'energia, al Netatmo, il termostato intelligente controllabile tramite app, fino alla soluzione per una casa domotica sicura ed efficiente, Smart Living. Oggi Edison continua a crescere per costruire insieme un futuro di energia sostenibile. La missione del Gruppo è di essere vicini alle persone con soluzioni intelligenti, competitive e sostenibili. I valori che la guidano sono il rispetto per gli individui, l'ambiente e il senso di responsabilità e integrità.



Assistenza Casa
www.assistenzacasa.com

Assistenza Casa fa parte di due grandi Gruppi: Edison, il primo operatore energetico in Italia grazie a oltre 130 anni di storia e HomeServe, leader mondiale nell'assistenza per la casa da oltre 20 anni.

La nostra mission è offrire servizi di assistenza, riparazione, installazione e manutenzione per gli impianti domestici, liberando i clienti dalle relative preoccupazioni ed eventuali disagi in caso di emergenze.

Per questo dal 2010 ci occupiamo di risolvere le emergenze agli impianti domestici e gestiamo tutte le necessità di manutenzione ordinaria e straordinaria per conto di oltre 300.000 famiglie.

Siamo il punto di riferimento di chi cerca soluzioni tempestive e di altissima qualità: dal controllo della caldaia alle riparazioni idrauliche ed elettriche, fino all'offerta di prodotti dall'innovativa componente tecnologica.

Con l'obiettivo di proporre una customer experience comple-

ta, che abbinata alla componente tecnologica l'offerta di prodotto, Assistenza Casa disegna, realizza e implementa soluzioni white label, personalizzate, basate su combinazioni di prodotti assicurativi, servizi e dispositivi fisici per clienti residenziali e piccole imprese.

Il tema della connected home è centrale per la nostra mission: attraverso i propri centri di ricerca e sviluppo, Assistenza Casa progetta e realizza strumenti e servizi per la gestione, chiavi in mano, di tutte le attività che abilitano il paradigma dell'Internet delle Cose in ambito domestico.



EI TOWERS e NETTROTTER
www.eitowers.it
www.nettrotter.io

EI TOWERS è la tower company indipendente leader in Italia. Con la gestione di un parco torri di circa 3.700 siti fornisce servizi integrati per le comunicazioni elettroniche a beneficio di: operatori di rete del settore televisivo; editori o consorzi di editori del settore radiofonico; operatori di rete del settore delle telecomunicazioni; enti di pubblica utilità e istituzioni governative.

NETTROTTER è una società nata nel 2015 per sviluppare una rete totalmente dedicata all'IoT basata su tecnologia LPWA SIGFOX. NETTROTTER è controllata al 95% da EI TOWERS e partecipata da THINKTHANK 2000 come azionista di minoranza. NETTROTTER ha il suo quartier generale a Lissone, una sede a Roma e, grazie alla struttura di EI TOWERS, può contare su una capillare presenza in tutto il territorio nazionale.

La mission di NETTROTTER è quella di contribuire attivamente alla creazione di un Paese connesso in modo migliore ed efficiente. NETTROTTER sta dando vita in Italia ad una nuova rete wireless all'avanguardia dedicata alla connessione di oggetti che, ad oggi, non possono essere collegati con le reti già esistenti o lo sono in modo inefficace.

La rete NETTROTTER è sviluppata su tecnologia LPWA SIGFOX: si tratta di un nuovo ed innovativo protocollo di comunicazione wireless a banda ultra stretta, operante sulla frequenza libera 868MHz, che fornisce numerosi vantaggi, e nessun inconveniente, rispetto alle esistenti reti di comunicazione, rappresentando pertanto la soluzione ideale per qualsiasi applicazione connessa che richieda: semplicità d'uso, costo contenuto e basso consumo energetico, con i benefici aggiuntivi di eccellente sicurezza e supporto alla mobilità.

La rete IoT sviluppata da NETTROTTER ha un'effettiva copertura nazionale e assicura una gestione efficiente, affidabile e semplice delle informazioni richieste da ogni cliente. Gli ambiti applicativi sono potenzialmente illimitati e numerosi sono i settori che possono trarre beneficio dalla nuova tecnologia LPWA SIGFOX: agricoltura e ambiente, automotive, edilizia, elettronica di consumo, servizi di emergenza e sicurezza, assistenza sanitaria, edifici intelligenti, produzione e acquisti, attività commerciali e ricreative, città intelligenti e trasporto pubblico, utilities.

NETTROTTER è in prima linea nello sviluppo di un ecosistema in cui le più innovative società IT, i produttori di sensori e di dispositivi e i fornitori di servizi possono raggiungere significative opportunità di crescita, contribuendo alla creazione di valore per l'utente finale.

NETTROTTER sta costruendo un gruppo di partner con l'obiettivo di realizzare e promuovere soluzioni chiavi in mano per l'Internet of Things.



Elica
www.elica.com

Elica, presieduta da Francesco Casoli e guidata dall'Amministratore Delegato Antonio Recinella è attiva nel mercato delle cappe da cucina sin dagli anni '70.

Con 3.800 dipendenti e una produzione annua di circa 21 milioni di pezzi tra cappe, piani cottura e motori elettrici, la Società si avvale di una piattaforma produttiva articolata in sette stabilimenti tra Italia, Polonia, Messico, India e Cina.

Le aree di business principali di Elica Corporation sono:

- **area cooking:** progetta, produce e commercializza cappe da cucina a uso domestico e piani cottura con aspirazione integrata, sia a marchio proprio sia attraverso i brand dei principali produttori internazionali di elettrodomestici e cucine e, per il mercato asiatico, anche piani cottura, forni e sterilizzatori;
- **area motori:** progetta, produce e commercializza motori elettrici e ventilatori per elettrodomestici, cappe e caldaie da riscaldamento a uso domestico, con il marchio FIME.

Quotata alla Borsa di Milano dal 2006 sul Mercato Telematico Azionario – segmento STAR – Elica è oggi leader mondiale in termini di unità vendute nel settore delle cappe a uso domestico.

FIME detiene una posizione di leadership in Europa nella progettazione, produzione e commercializzazione di motori elettrici per caldaie da riscaldamento e per elettrodomestici.

Lunga esperienza nel settore, grande attenzione al design, ricercatezza dei materiali e tecnologie avanzate, sono gli elementi che contraddistinguono Elica sul mercato e che le hanno consentito di rivoluzionare l'immagine tradizionale delle cappe da cucina: non più semplici accessori ma oggetti dal design unico in grado di migliorare la qualità della vita.

Nel 2016 Elica entra nell'Internet of Things lanciando sul mercato Snap, il primo Air Quality Balancer con lo scopo di monitorare l'aria in tutta la casa e amplificare la potenza dei sistemi filtranti. Grazie alla presenza di tre sensori e di un sofisticato algoritmo, SNAP monitora costantemente la qualità, la temperatura e l'umidità dell'aria, attivando automaticamente il riciclo della stessa. SNAP può essere gestito da remoto tramite un'apposita APP. Con questo prodotto, dunque, Elica prosegue il suo percorso di specialista del trattamento dell'aria, aprendosi ad altri ambienti della casa. La volontà di Elica è quella di avere un sempre maggior controllo dell'aria per garantire il miglior confort all'interno dell'ambiente. Da qui l'orientamento a prodotti sempre più integrati che comunicano tra di loro e lavorano in simbiosi per avere la massima efficienza ed il miglior risultato possibile.

Per essere competitivi sul mercato, è importante capire i bisogni dei clienti e rispondere alle loro esigenze, interpretandole nel migliore dei modi. Nel contempo è fondamentale anticiparne le necessità, immaginando funzionalità e prodotti innovativi, creando nuove tendenze.



Enel – Enel X
www.enel.com
www.enelx.com

Enel X e la Smart Home – un'evoluzione inarrestabile verso l'integrazione di prodotti innovativi e servizi energetici per il mercato residenziale

Enel X è la nuova società del **Gruppo Enel** dedicata allo sviluppo di prodotti innovativi e soluzioni digitali nei settori in cui l'energia mostra il maggior potenziale di trasformazione: abitazioni, imprese, città e mobilità elettrica.

Attraverso una piattaforma di servizi aperta e flessibile è in grado di connettere ecosistemi urbani, distretti industriali, filiere produttive, esigenze di mobilità e singoli individui. Enel X offre soluzioni rivolte a grandi clienti con una particolare attenzione verso servizi flessibili come servizi di consulenza, tecnologie legate all'efficienza energetica, la generazione distribuita e la realizzazione di soluzioni off-grid e il Demand Response. Offre inoltre servizi integrati alle Pubbliche Amministrazioni e alle municipalità, e soluzioni per la connettività come l'offerta wholesale di servizi di fibra ottica. Si rivolge inoltre ai clienti residenziali con servizi come l'installazione e la manutenzione

di avanzate soluzioni tecnologiche per case intelligenti, capaci di risparmiare sempre più energia e offrire maggiore benessere. Infine nel settore della e-Mobility Enel X copre tutte le tipologie di clienti con l'obiettivo di diventare leader tecnologico nel settore per promuovere una mobilità elettrica sempre più diffusa ed efficiente con infrastrutture di ricarica e Vehicle-Grid-Integration.

Enel X è strutturata in quattro linee di business: e-Industries, e-Mobility, e-Home, e-City.

Nello specifico l'area e-Home si pone l'obiettivo di aiutare le persone a trasformare le loro case in luoghi in cui vivere in modo più semplice, grazie a soluzioni smart e confortevoli. Offre infatti servizi che permettono di avere sempre più controllo sull'ambiente domestico e sui suoi elettrodomestici e apparecchiature. Allo stesso tempo, crea nuove opportunità, grazie a una vasta gamma di servizi finanziari e legati alla mobilità elettrica.

Impianti fotovoltaici, sistemi di accumulo, solare termico, sistemi di riscaldamento e condizionamento e sistemi di ricarica per veicoli elettrici, sono alcuni dei prodotti e servizi che Enel X mette a disposizione del cliente. Enel X offre ai propri clienti la soluzione Smart Home per facilitare la gestione e l'interazione con le loro abitazioni attraverso una combinazione di servizi, digitali e non, sulla base delle preferenze e abitudini personali.



Europ Assistance Italia
www.europassistance.it

Una Care Company la cui mission non è cambiata sin dalla sua nascita: prendersi cura dei suoi clienti portandoli da una situazione di stress al sollievo, sempre e in ogni luogo. Per perseguire quotidianamente questo ambizioso scopo, la vision della Compagnia mette al centro fiducia e affidabilità ponendo all'orizzonte l'importante obiettivo di essere la "Care Company" più affidabile del mondo. Per farlo, si impegna al rispetto dei propri valori, sia all'interno della società che nei confronti di tutti i suoi stakeholders.

Lo fa alimentando il concetto di *Caring*: ovvero empatia e prosimità con i clienti, innovando le formule di assistenza e contatto per essere sempre disponibile (*Available*); presentandosi come un player credibile (*Reliable*), non deludendo le aspettative dei clienti e trovando sempre una soluzione; assicurando di essere semplice e veloce (*Easy to work with*) facilitando tutti i processi a beneficio delle persone.

È questo che dà vita al pay off della Compagnia "YOU LIVE, WE CARE".

Il 2018 rappresenta la milestone di un percorso di evoluzione in continuo divenire grazie al rilascio di nuovi prodotti, come la *DRSA*, il primo servizio di assistenza stradale completamente digitale, *MyClinic*, il nuovo ecosistema digitale di servizi per la salute di tutta la famiglia, che consente un'autovalutazione dei sintomi, un consulto telefonico audio o video con uno dei medici di **Europ Assistance**, ed infine *Digitale Sicuro*, il programma, fruibile da Pc o mobile, volto alla protezione dal furto di identità in rete.

Un percorso che conferma l'innovazione come filo conduttore e centro nevralgico dello studio e della proposta di soluzioni da parte della Compagnia.

In un'era di servizi digitali Europ Assistance sceglie l'Intelligenza Artificiale per anticipare quelli che saranno i trend futuri di accesso all'assistenza: attraverso un percorso consumer driven, basato sulle esperienze dei suoi consumatori finali e sulle loro preferenze, crea *Elisa*, l'assistente digitale capace di supportare il consumatore in ogni passaggio – dalla richiesta di informazioni all'assistenza, dal soccorso stradale all'acquisto di una polizza – in affiancamento alle figure più tradizionali.

Grazie alle centrali operative dedicate, al network di professionisti specializzati presenti sul territorio, ad un pool medico con certificazione di struttura sanitaria e disponibile h24 7 giorni su 7, Europ Assistance è oggi in grado di intervenire e trovare una soluzione su una vastissima gamma di esigenze.


jeniOT

Generali Jeniot
www.jeniot.it
www.generali.it

Generali Jeniot è la società, 100% Generali Italia, dedicata allo sviluppo e commercializzazione di servizi innovativi, nell'ambito dell'*Internet of Things* e della *Connected Insurance*, legati alla mobilità urbana, alla casa intelligente, alla salute e al mondo del lavoro connesso.

Jeniot nasce dalla consolidata esperienza di Generali nel mondo dell'IoT e della *connected Insurance*: da più di dieci anni, il Gruppo è leader a livello europeo nelle tematiche di *direct insurance* e *connected insurance*, con oltre 1 milione di clienti connessi in portafoglio, solo in Italia. Generali è front runner di successo fin dal 2009 nelle formule telematiche di "behavioural pricing" (Pay per use e Pay as You Drive) adottando modelli di *connected business* che coprono l'intera gamma delle soluzioni tecnologiche disponibili nel mondo auto, dal "mobile as a sensor", ai device autoinstallanti come smart tag e OBD, alle soluzioni con installazione professionale, sia nascosta che a parabrezza. La pluriennale esperienza con una varietà di operatori tecnologici ha consentito di accumulare una grande conoscenza nella gestione della qualità del dato, oltre a sviluppare

competenze specifiche nel mobile profiling.

Jeniot offre ai clienti di Generali soluzioni tecnologiche e di servizio, che arricchiscono l'offerta assicurativa della Compagnia, per aiutare famiglie e imprese nelle attività quotidiane che vanno dall'auto connessa e geolocalizzata, agli assistenti virtuali per la casa intelligente, ai dispositivi digitali (*wearable*) per il benessere personale, fino ai sensori che aiutano a prevenire gli incidenti sul luogo di lavoro.

All'interno di *Jeniot* confluisce anche il centro di innovazione e sperimentazione di Generali Car che presiede la frontiera dell'innovazione tecnologica e di servizio attraverso iniziative di ricerca e sviluppo, prototipazione, collaborazione con aziende, istituti di ricerca e Università e start up.

Il Gruppo Generali è leader nel mondo con oltre 68 miliardi di Euro di premi (2017) e 57 milioni di clienti distribuiti in 50 paesi. Con 6 milioni di Clienti, Generali Italia è leader di mercato e punto di riferimento, per i servizi assicurativi, delle famiglie e delle imprese italiane, attraverso una rete capillare e radicata sul territorio grazie a 5.600 punti vendita e 2.300 agenti. Negli ultimi tre anni, attraverso Semplificazione e Innovazione, Generali Italia ha accelerato la trasformazione digitale della Compagnia ridisegnando completamente i principali processi industriali per essere partner di vita delle persone e offrire la miglior customer experience. Generali Italia con il nuovo piano strategico punta a diventare assicuratore di riferimento per ecosistemi connessi, cambiando il modo di fare assicurazione, offrendo più servizi, prevenzione e tecnologia.



Fastweb
www.fastweb.it

Con 2,5 milioni di clienti, **Fastweb** è uno dei principali operatori di telecomunicazioni in Italia.

L'azienda offre una vasta gamma di servizi voce e dati, fissi e mobili, a famiglie e imprese.

Dalla sua creazione nel 1999, l'azienda ha puntato sull'innovazione e sulle infrastrutture di rete per garantire la massima qualità nella fornitura di servizi a banda ultralarga.

Fastweb ha sviluppato una infrastruttura di rete nazionale in fibra ottica di 46.600 chilometri, con oltre 4 milioni di chilometri di fibra.

Grazie all'espansione e al continuo potenziamento della rete ultra broadband, Fastweb raggiunge oggi 21 milioni di abitazioni, di cui 8 con rete proprietaria, con velocità di collegamento fino a 1 Gigabit.

La società offre inoltre ai propri clienti un servizio mobile di

ultima generazione basato su tecnologia 4G e 4G Plus.

Entro il 2020 il servizio mobile verrà potenziato, a partire dalle grandi città, grazie alla realizzazione di una infrastruttura di nuova generazione 5G con tecnologia small cells.

Fastweb fornisce servizi di telecomunicazioni ad aziende di tutte le dimensioni, dalle start-up alle piccole e medie imprese, dalle società di grandi dimensioni fino al settore pubblico, alle quali offre connettività e servizi ICT avanzati, come l'housing, il cloud computing, la sicurezza e la comunicazione unificata.

La società fa parte del gruppo Swisscom dal settembre 2007.



GEWISS
www.gewiss.com

GEWISS, INNOVAZIONE DAL 1970 – Lo sviluppo come costante della gestione è la filosofia che ha guidato le scelte di GEWISS dalla sua fondazione ad oggi, permettendo all'Azienda di collocarsi da protagonista nel settore elettrotecnico.

GEWISS è una realtà italiana che opera a livello internazionale nella produzione di sistemi e componenti per le installazioni elettriche di bassa tensione. I costanti investimenti finalizzati alla ricerca e sviluppo, alla formazione di tutto il personale e al potenziamento delle strutture produttive hanno permesso a GEWISS di affermarsi come interlocutore di riferimento per il mercato nella produzione di soluzioni e servizi per la home & building automation, per la protezione e la distribuzione dell'energia, per la mobilità elettrica e per l'illuminazione intelligente: oltre ai sistemi per l'automazione degli edifici, il catalogo GEWISS include sistemi di distribuzione dell'energia e di protezione, per la mobilità elettrica, per l'illuminazione urbana, residenziale, stradale, industriale e d'emergenza. GEWISS è oggi in grado di fornire un impianto elettrico integrato che si compone di oltre 20.000 prodotti in grado di soddisfare tutte le esigenze del mercato elettrotecnico in ambito residenziale,

industriale e terziario. Fondata nel 1970 sull'intuizione rivoluzionaria dell'uso del tecnopolimero nell'impiantistica elettrica, GEWISS è oggi la più importante azienda del settore elettrotecnico a capitale italiano. GEWISS Spa è al vertice del Gruppo GEWISS, composto da società commerciali e industriali che consentono di presidiare la maggior parte dei principali mercati internazionali. La Capogruppo GEWISS Spa ha sede legale a Cenate Sotto (BG) e stabilimenti a Cenate Sotto (BG), Cenate Sopra (BG) e Castel San Giovanni (PC). Inoltre, dall'inizio del 2000, è attivo il Polo Logistico-Tecnologico di Calcinate (Bergamo), in una posizione strategica che consente la copertura di tutto il centro-Europa entro un raggio di 1.000 Km. I siti produttivi del Gruppo all'estero sono localizzati in Germania, Francia e Portogallo. Il Gruppo si presenta oggi come una realtà internazionale, con circa 1.500 dipendenti, siti industriali e filiali commerciali in Italia, Spagna, Francia, Portogallo, Germania, Inghilterra, Svizzera, Cina, Russia, Turchia, Romania, Belgio, Polonia, Cile e Emirati Arabi Uniti e agenzie e distributori in più di 100 paesi nel mondo. *L'impegno di Gewiss nell'ambito Internet of Things è focalizzato alla promozione di soluzioni per la Smart Home che offrono la massima interoperabilità e la più ampia scelta di dispositivi caratterizzati da semplicità d'installazione e facilità d'utilizzo, scalabilità e provata affidabilità. La vocazione innovativa dell'Azienda si traduce infatti negli importanti investimenti destinati alla ricerca e sviluppo di sistemi che privilegiano il controllo della casa mediante l'utilizzo di dispositivi mobili, consentendo l'integrazione di oggetti intelligenti e l'interazione con wearable devices.*



Ezviz – Hikvision
www.ezviz.it

Hikvision nasce nel 2001 per progettare e sviluppare soluzioni di videosorveglianza professionale dedicate al comparto sicurezza. Nel 2011 diventa numero uno al mondo nel TVCC e nel 2015 viene consacrata come prima realtà di Security a livello globale. Con una crescita media superiore al 53% negli ultimi 10 anni, Hikvision attesta il proprio fatturato 2018 su un valore che sfiora gli 8 miliardi di dollari.

A partire dal 2016, sposa una nuova identità: quella di Total Solution Provider per l'intero mercato della sicurezza. Hikvision, seguendo un percorso di sviluppo interno, di ampliamento di gamme di prodotto, avvia un percorso di convergenza tecnologica su un'unica piattaforma di gestione e programmazione, capace di abbracciare soluzioni di videosorveglianza, intrusione, intercom e controllo accessi.

La forza dei suoi numeri e una profonda vocazione all'R&D, assieme ad un poderoso piano di investimenti, consentono oggi al gruppo di guardare ancora oltre, verso tecnologie di intelligenza artificiale e dalla video analisi più evoluta e mercati

caratterizzati da elevata sofisticazione: IoT, Droni, Machine Vision, Robotica, Storage, Automotive.

Ezviz è il brand di Hikvision dedicato al mercato Smart Home, che offre una gamma di Prodotti security e safety *Easy to Install* altamente innovativi derivati dal mercato professionale e rivolti al consumatore.

L'intera gamma Ezviz, dal design minimal e accattivante è un concentrato di tecnologia interamente gestibile da un'unica App dedicata.

Tutti i prodotti presenti e futuri sono gestibili e controllabili via Cloud da un'unica App creando un Ecosistema integrato di soluzioni per la Sicurezza e Video.

Grande è l'attenzione dell'azienda e del suo team di Ricerca e Sviluppo all'integrazione dei propri sistemi in partnership con le più importanti piattaforme, con gli assistenti vocali e i sistemi operativi IoT.

Strategiche inoltre sono le attività di formazione agli addetti ai punti vendita e l'implementazione di servizi di assistenza post vendita sul territorio.

Continua nel 2019 la campagna Marketing per il consolidamento del marchio Ezviz come punto di riferimento nel mercato della Smart Home.



Indra - Minsait
www.indracompany.com

Indra è una delle principali società di tecnologia e consulenza a livello mondiale per le operazioni chiave di business dei propri clienti di tutto il mondo. La società è un fornitore leader di soluzioni proprietarie all'interno di segmenti specifici riguardanti i mercati di Trasporto e Difesa ed è leader nell'Information Technology in Spagna e in America Latina. Indra è leader mondiale nello sviluppo di soluzioni tecnologiche nei settori: Sicurezza e Difesa, Trasporto e Traffico, Energia e Industria, Telecomunicazioni e Media, Finanza, Processi Elettorali; Pubblica Amministrazione e Sanità. Minsait è la business unit di Indra per la trasformazione digitale. Nel 2016, Indra ha avuto ricavi per un valore di 2.709 milioni di euro, 34.000 professionisti, con una presenza locale in 46 Paesi e operazioni commerciali in più di 140 Paesi. Dopo l'acquisto di Tecnom, Indra ha avuto nel 2016 ricavi congiunti pari a oltre 3.200 milioni di euro e un team di circa 40.000 professionisti.

In Italia Indra ha circa 700 professionisti che lavorano presso le sedi di Roma, Milano, Napoli, Bologna e Matera. Indra ha localizzato in Italia il proprio centro di sviluppo globale di soluzioni Customer Experience, completando il posizionamento

attraverso la Software Lab di Napoli, che interagisce con altri 22 centri che operano in Europa, Asia e America Latina come poli avanzati di R&S.

Progetti all'avanguardia in ambito IoT

Attraverso **Minsait**, la business unit per la trasformazione digitale, Indra opera nell'ambito IoT proponendo il framework di offerta FEED il cui nucleo è costituito dalla piattaforma FEED IoT Platform SOFIA2 (http://sofia2.com/home_it.html). Si tratta di un middleware intelligente che facilita l'interoperabilità di sistemi e dispositivi intelligenti in ottica IoT, mettendo a disposizione funzionalità Big Data e di Business Analytics; può inoltre acquisire informazioni non strutturate e provenienti dai canali social per consentire un'interazione completa tra il mondo delle cose, internet ed i cittadini o utenti. La piattaforma è alla base di numerose soluzioni verticali accomunate dall'innovatività: Smart City, efficienza energetica, Smart Health, domotica, Smart Metering, Water Management, e altri.

Tra le principali referenze della multinazionale emergono: la gestione intelligente della logistica di Puerto Valparaiso (Cile), il progetto Smart Health Innova Saudè (casa digitale, con il monitoraggio di pazienti cronici o assistiti da remoto). In ambito Smart City, il consorzio guidato da Indra ha sviluppato Coruña Smart City, il primo progetto in Spagna di gestione integrale e trasversale di una città attraverso la tecnologia. Nel 2016 il progetto è stato selezionato come best practice internazionale all'interno del rapporto Smart City Index di EY, che analizza il grado di innovazione delle città italiane.



Intesa Sanpaolo Smart Care
www.intesasanaolosmartcare.com

Smart Care è la società del **Gruppo Intesa Sanpaolo** che dal 2013 progetta e realizza soluzioni tecnologiche innovative in grado di rispondere alle esigenze delle persone.

Propone una gamma di servizi telematici di natura commerciale – paragonabili a quelli offerti dai “tech giants” – pensati per promuovere e valorizzare gli asset digitali, elementi sempre più strategici nei business attuali.

Un Team multidisciplinare dedicato si occupa della pianificazione e sviluppo di soluzioni innovative ad alto tasso tecnologico con un approccio B2B2C.

Lo scopo principale è presidiare e rafforzare il posizionamento del Gruppo nel mercato delle soluzioni Smart e IoT, creando risorse tecnologiche declinate in tre linee di servizi principali: Salute, Mobilità e Casa (esplicitati di seguito).

La salute è un'esigenza cruciale, motivo per cui Smart Care ha lanciato XME Salute, un servizio che consente di accedere in maniera intelligente ad un network capillare di strutture convenzionate e professionisti qualificati a prezzi vantaggiosi.

L'offerta ha come scopo il rendere più accessibile alla popolazione la fruizione di servizi sanitari specialistici. L'accesso a tale network potrà avvenire tramite i diversi canali di prenotazione messi a disposizione del cliente (web, app).

Smart Care supporta Intesa Sanpaolo Assicura nella costruzione della polizza Viaggia Con Me, un servizio Smart che combina la tradizionale copertura assicurativa RCA con i vantaggi della tecnologia connessa. Un sistema di sensori e di localizzazione satellitare GPS/GSM consente un'esatta identificazione della posizione dei veicoli, un'analisi sugli eventi che interessano il mezzo e un'assistenza immediata tramite Centrale Operativa 24 ore su 24.

Intesa Sanpaolo Smart Care, dopo avere gestito il servizio tecnologico con homebox a CasaConMe, è al lavoro insieme ai principali provider internazionali di soluzioni legati al mondo della sicurezza, della domotica e dell'efficienza energetica nella proposizione di servizi a valore aggiunto per la dimensione domestica dei propri clienti.

Nata in ambito assicurativo, dal 2018 Smart Care si apre al contesto bancario, costituendosi così come società dalla doppia anima assicurativa-bancaria e diventando un riferimento per i servizi di natura non finanziaria per il Gruppo Intesa Sanpaolo.

Successivamente a questa evoluzione, è stato costituito un nuovo reparto parallelo che si occupa di progettazione, promozione e marketing dei servizi innovativi strategici della società.



Nice
www.niceforyou.com

Fondata nel 1993 a Oderzo (TV), **Nice** è la multinazionale italiana di riferimento internazionale nel settore dell'Home Automation, Home Security e Smart Home con un'ampia offerta di soluzioni integrate per l'automazione di cancelli, garage, sistemi per schermature solari, sistemi di parcheggio, sistemi di allarme wireless e home security, per applicazioni residenziali, commerciali e industriali.

Nice, che ha all'attivo unità produttive, distributive, centri di ricerca e sviluppo in più di 20 paesi, con un organico di circa 2.200 persone, contribuisce a diffondere il "Made in Italy" in oltre 100 paesi del mondo che hanno scelto l'alta qualità delle soluzioni Nice per l'Home Automation, unendo sapientemente tecnologia, design, innovazione e facilità d'uso. Ogni giorno infatti, nei propri laboratori, Nice effettua test rigorosi e accurati, per garantire i massimi standard qualitativi e di sicurezza dei suoi prodotti.

Nel corso del 2018 il gruppo ha realizzato diverse acquisizioni strategiche di società attive sia nel proprio business tradiziona-

le, che focalizzate nel settore della Smart Home: *Abode Systems*, azienda americana della *Silicon Valley* specializzata nell'offerta di soluzioni intelligenti per la sicurezza dell'abitazione e la domotica integrate; *FIBARO*, azienda multinazionale nel settore della *Smart Home*, con un vero e proprio ecosistema wireless e modulare per un'abitazione connessa e controllata; *ACM*, leader nell'offerta di soluzioni per l'automazione di serrande, tapparelle e tende da sole; *V2* eccellenza italiana sui mercati internazionali nell'offerta di sistemi per l'automazione della casa e applicazioni industriali. Inoltre, continuando nel percorso di espansione in Nord America, Nice ha aperto il 2019 con l'acquisizione di *Micanan*, eccellenza canadese che dal 1999 offre sistemi per l'automazione delle porte da garage per applicazioni commerciali e industriali.

La mission di Nice è migliorare la qualità della vita delle persone, semplificando i movimenti di ogni giorno: Nice offre la sicurezza di entrare e uscire in tutta libertà e con il massimo comfort, grazie a prodotti funzionali e dal design emozionale. Sviluppando soluzioni che ottimizzano la gestione della luce naturale e la regolazione a distanza delle termovalvole, oltre ad offrire prodotti ad alimentazione fotovoltaica, Nice si impegna attivamente a migliorare la qualità della vita delle persone in modo sostenibile: per esempio, automatizzando ed ottimizzando la gestione dei sistemi di automazione per ridurre l'irraggiamento solare dell'edificio, grazie ai sensori climatici e alla possibilità di comandare anche da remoto il proprio impianto, si riducono i consumi energetici e i costi ad essi collegati.



Poste Assicura
posteassicura.poste.it

Poste Italiane è la più grande infrastruttura di servizi in Italia. Opera nel recapito, nella logistica, nei settori del risparmio, delle assicurazioni e nei sistemi di pagamento e offre i propri prodotti e servizi ai cittadini, alle imprese e alla pubblica amministrazione con un approccio multicanale che si avvale di tutti i suoi punti di contatto con la clientela, dalla rete degli oltre 12 mila uffici postali, ai portalettere, fino alle applicazioni digitali.

Le piattaforme tecnologiche e logistiche avanzate, la presenza capillare e il profondo radicamento sul territorio nazionale le fanno avere un ruolo da protagonista nel processo di innovazione digitale dell'Italia attraverso progetti, iniziative e momenti di formazione. Poste Italiane ha ottenuto risultati di eccellenza nell'area del risparmio, dei servizi finanziari e assicurativi. I clienti sono oltre 34 milioni, le masse gestite e amministrare pari a 505 miliardi di euro, le carte di pagamento emesse 26 milioni e i conti correnti 6,4 milioni; con Poste Vita è leader tra le compagnie assicurative in Italia con una raccolta premi pari a 16,3 miliardi (dati al 30/09/2017). Nei primi nove mesi del 2017, i ricavi totali del Gruppo Poste Italiane si sono attestati a 26,3 miliardi di euro e l'utile netto è stato pari a 724 milioni di euro.

Da maggio 2017 la presidente è Maria Bianca Farina e l'amministratore delegato e direttore generale Matteo Del Fante. Dal 2015 Poste Italiane è quotata alla Borsa di Milano; suoi maggiori azionisti sono il Ministero dell'Economia e delle Finanze e la Cassa Depositi e Prestiti.

Nuova polizza Casa Posteprotezione Innova Casa Più

L'offerta a tutela della Casa, oltre alla semplicità e trasparenza delle coperture assicurative modulabili tra loro, è contraddistinta dalla componente IoT offerta con il pacchetto di Assistenza Estesa del prodotto Posteprotezione Innova Casa Più di **Poste Assicura**, la compagnia assicurativa danni di Poste Italiane.

Tale pacchetto permette al cliente di tenere la casa sotto controllo h24 grazie a un Dispositivo elettronico dotato di sensori rilevatori di fumo e di acqua e di una telecamera con sensore di movimento, rumore e sensore infrarossi per la rilevazione dei movimenti anche con scarse condizioni di luce. Nel caso in cui venga rilevata una possibile intrusione, il Dispositivo elettronico avvisa immediatamente l'Assicurato tramite SMS, email e notifica dall'App che visualizza da remoto l'ambiente inquadrato dalla telecamera.

Il Dispositivo è autoinstallante, ma il cliente è comunque assistito da una centrale operativa dedicata a supportare le operazioni di installazione ed attivazione dello stesso. Grazie al Dispositivo l'Assicurato può proteggere la propria casa limitando i danni procurati da allagamenti, furti e incendi. In questo modo l'abitazione è "sempre in tasca, a portata di un click".

RICOH
imagine. change.

Ricoh
www.ricoh.it

Ricoh è un Gruppo multinazionale che si pone come partner per tutte le esigenze ICT delle aziende proponendo soluzioni e servizi ad alto valore aggiunto che supportano l'innovazione e l'efficienza organizzativa. Per aiutare le aziende a gestire la trasformazione degli ambienti di lavoro, Ricoh ha sviluppato il concetto di Digital Workplace, un insieme di servizi e soluzioni "smart" – tra cui stampanti, dispositivi multifunzione, lavagne interattive, videoconferenza e videoproiettori – che semplificano le attività dentro e fuori l'ufficio e favoriscono la Digital Transformation. Il modello proposto da Ricoh cambia il modo in cui le persone collaborano tra loro e interagiscono con le informazioni aziendali, anche grazie alle numerose app che ottimizzano l'uso delle periferiche e ai nuovi paradigmi dell'IT come cloud, mobility e Internet of Things che rendono l'ufficio sempre più agile e interconnesso.

Mettendo in campo le proprie competenze nell'ambito della system integration, Ricoh supporta le aziende nello sviluppo di progetti innovativi basati su tecnologie IoT con i *Service Advantage*. In particolare, i servizi di *Smart Lockers System Integration* sono ideali per le aziende che vogliono implementare

servizi per i propri dipendenti automatizzando o rendendo più efficienti i processi a supporto della gestione delle facility, e per le imprese del settore Retail che hanno necessità di migliorare l'esperienza d'acquisto dei consumatori. Ricoh si occupa della fornitura, dell'installazione e della gestione di punti self-service di pick up and delivery oppure di store per merci e alimenti. A questi servizi si aggiungono quelli di *IoT Devices Field Service Management* attraverso i quali Ricoh gestisce e monitora le tecnologie e le soluzioni IoT del cliente distribuite sul territorio ponendosi come unico interlocutore per il controllo dello stato e delle attività e per l'assistenza in loco in caso di necessità. Con i servizi *Robotics Devices Field Service Management* Ricoh aiuta le aziende a migliorare la gestione dei propri processi di supply chain attraverso il supporto a soluzioni di robotica distribuita per la logistica e per il Retail.

Tutti i servizi includono consulenza iniziale, progettazione e personalizzazione delle soluzioni, installazione e manutenzione di tutti i sistemi. Dopo l'installazione, le aziende possono beneficiare della presenza capillare sul territorio di ingegneri e tecnici Ricoh che garantiscono supporto e assistenza continua. Inoltre, Ricoh è in grado di sviluppare e mappare presso i clienti *processi data-driven*. In pratica, i dati prodotti dalle smart technologies vengono integrati e analizzati mediante tecniche di *Advanced Analytics e Big Data Management*. In questo modo si crea un contesto che favorisce l'innovazione, il miglioramento dell'efficienza e la creazione in azienda di nuove competenze in grado di trarre il massimo vantaggio dalle tecnologie IoT.

SAMSUNG

Samsung Electronics Italia
www.samsung.it

Fondata nel 1969, **Samsung Electronics** è leader globale nel mercato dei media digitali, delineando il futuro attraverso idee e tecnologie rivoluzionarie, trasformando il mondo dei TV, smartphone, tecnologie indossabili, tablet, elettrodomestici, apparecchiature medicali, sistemi di rete e semiconduttori. È alla guida dell'Internet delle Cose grazie alla piattaforma SmartThings, all'ampia gamma di dispositivi intelligenti e a una proattiva collaborazione con le diverse industrie. Conta 320.000 dipendenti in 73 Paesi ed è la seconda società al mondo per numero di brevetti depositati e la prima in Europa.

Samsung non misura però i propri successi solo in base ai risultati di business, ma anche rispetto al contributo fornito allo sviluppo di una cultura digitale nel Paese, al supporto verso le diverse comunità e alla capacità di facilitare e arricchire la vita di tutti i cittadini.

Fondata nel 1991 e quindi presente nel nostro Paese da oltre 27anni, Samsung Electronics Italia, filiale italiana della multinazionale coreana, guida la crescita del mercato dell'elettronica di consumo in Italia – oltre il 20% del valore del settore è generato da Samsung – contribuendo alla diffusione capillare

dei media digitali nel nostro Paese. Ma, soprattutto, da oltre 27 anni Samsung si impegna a promuovere una cultura dell'innovazione, cercando di metterne in luce i benefici che può generare per le persone e al contempo di mostrare il migliore e più corretto utilizzo delle nuove tecnologie. Samsung Electronics Italia conta ad oggi circa 500 dipendenti e vanta un dipartimento Product & Solution che porta benefici e soluzioni digitali a tutti i livelli – Pubblica Amministrazione, business community, cittadini.

Grazie alle nostre divisioni di business che operano nelle diverse categorie di prodotto (Audio Video, Mobile, Information Technology e Home Appliances) siamo in prima fila nell'offrire soluzioni digitali in ambito Internet delle Cose, Connettività, Intelligenza Artificiale e Realtà Virtuale.

Un elemento a nostro parere imprescindibile nel contesto della Smart Home è "l'approccio aperto" che si declina rispetto alle tecnologie, ai produttori e alle altre aziende e si concretizza in logiche di collaborazione. Per dare seguito a tale proposizione, Samsung offre ai terzi la possibilità di integrare i loro dispositivi e soluzioni all'interno dell'ecosistema Samsung mettendo a disposizione interfacce pubbliche e documentate.

La missione di Samsung è di dare vita ad un nuovo modo di vivere connessi dove i prodotti e i servizi interagiscono tra loro per garantire un miglioramento della qualità della vita. In quest'ottica Samsung investe da anni in attività di ricerca e sviluppo in ambito IOT con lo scopo di rendere il 100% dei prodotti connessi ed intelligenti entro il 2020.



Sinelec – The Gavio Group
www.sinelec.it

Sinelec is a company of the Gavio Group.

The Gavio Group is one of Italy's top industrial groups, active in fields ranging from motorway concessions and infrastructure construction to transportation, logistics, technology and yachting. In the engineering sector, the Group, through Sina, guarantees the study, promotion, design and commissioning of new projects in the sector of large-scale roadworks, as well as monitoring and maintaining the same infrastructures.

The Gavio Group is active in Italy and around the world with about 10,000 highly qualified technical and professional resources, and with an aggregate income of about 2.6 billion euro. The Gavio Group is also among the main operators in the transport and logistics sector. In the road transport sector in particular, the Group works in the transport of petroleum products and containers, with a large fleet of over 3,000 vehicles (tractors and trailers) and 1,500 workers. Drawing on many years of experience, the Companies in the Group

operate synergically with one another in order to guarantee excellent results in terms of efficiency, service and professionalism.

The Gavio Group is the main toll road operator in the North-west of Italy with approximately 1.423 km of network under concession and through Ecorodovias, one of the largest player in the Brazilian infrastructure sector, manages approximately 2.640 km of roads in the country. Finally through the shareholding in Road Link the Group manages approximately 84 km of roads in the United Kingdom.

In the yachting sector, the Gavio Group is represented by three prestigious brands, namely: Baglietto, a historical, over 160-year-old boatyard in La Spezia, specialised in building luxury yachts; Bertram Yacht, a nautical icon in the United States; and CCN. In the construction sector the Group operates through the subsidiary Itinera, one of the leading Italian construction companies by size, revenues, and backlog, carrying out large-scale infrastructural work and civil and industrial construction work. Itinera operates worldwide, in Europe, South Africa, the Middle East, Latin America, and United States, where the company is present through its subsidiary, Halmar International Lcc.



SoloMio
www.solomio.cloud

LA REALTÀ SOLOMIO – **SoloMio** è una start up innovativa nata nel 2018 da uno spin-off di M.I.E.srl Impianti elettrici società che in oltre vent'anni ha sviluppato un modello di “intelligent building” in grado di intercettare i migliori device presenti sul mercato al fine di creare ambienti evoluti gestiti completamente da uno smartphone, pur mantenendo tutti comandi fisici in loco. Innovazione, squadra, attenzione al Cliente sono le linee guida di SoloMio

IL NOSTRO DNA – Abbiamo nel nostro DNA una naturale propensione all'innovazione grazie alla vision del fondatore Ivan Mariani, che è stato capace di avviare una società di installazione elettrica e portarla ad evolversi in un modello di innovazione e unicità nel suo settore.

LA NOSTRA SQUADRA – I nostri collaboratori sono tutti professionisti nel settore di competenza, dalla progettazione alla realizzazione degli impianti, ai collaudi all'assistenza post vendita.

Costruiamo ogni giorno la nostra visione del futuro assieme

alla crescita delle nostre risorse.

I NOSTRI CLIENTI – Per noi raggiungere gli obiettivi è aver soddisfatto pienamente le aspettative del Cliente.
“Un collaboratore soddisfatto ha più cura del cliente”

VISION – Portare l'intelligent building in tutte le case e uffici, per semplificare e migliorare la vita delle persone.

ARCHITETTI PRONTI PER NUOVI BUSINESS – Stiamo creando una rete di professionisti altamente qualificati offrendo loro formazione specialistica gratuita, per nuovi orizzonti professionali.

UN UNICO REFERENTE – Mettiamo a disposizione un unico referente, un Project Manager, per uno stesso progetto. Un unico interlocutore che dialoghi con Architetto e Cliente dalla raccolta esigenze, alla progettazione, fino al collaudo e consegna al cliente. Perché? Perché un coordinamento efficace cancella rallentamenti indesiderati in cantiere, elimina lo scarico di responsabilità tra diversi operatori coinvolti, ottimizzare le tempistiche e i costi e soprattutto permette al Cliente di ricevere quello che desiderava e molto di più.

SOLUZIONI TECNOLOGICHE SEMPRE AGGIORNATE – Ricerchiamo i migliori e più avanzati dispositivi sul mercato in grado di assolvere alle specifiche esigenze del cliente e li integriamo in un ambiente connesso.



Vodafone Italia
www.vodafone.it

Vodafone Italia fa parte del Gruppo Vodafone, una delle principali società di telecomunicazioni al mondo che offre un'ampia gamma di servizi che comprendono le comunicazioni mobili, la messaggistica, il traffico dati e la telefonia fissa. Il Gruppo Vodafone opera nel mercato della rete mobile, fissa e offerta TV in 25 paesi ed è presente con accordi di partnership in altri 44. Il Gruppo è attivo in 18 mercati con i propri servizi di rete fissa. Al 30 settembre 2018, Vodafone contava 531,9 milioni di clienti di rete mobile e 20,4 milioni di rete fissa. La Giga Network 4.5G di Vodafone fino a 1 Gigabit al secondo è disponibile in 17 città ed è stata riconosciuta la miglior rete mobile d'Italia per qualità del servizio voce e dati, sulla base dell'ultima indagine (maggio 2018) effettuata in Italia da P3 Communications, società leader nel mercato dei test comparativi sulle reti mobili. La copertura della rete 4G raggiunge il 98,1% della popolazione in oltre 7.200 comuni, di cui oltre 2.400 in 4G+. I servizi in fibra sono disponibili in 1.795 città di cui 35 coperte dalla fibra fino a 1 Gigabit grazie alla partnership con OF. Vodafone – che si è recentemente aggiudicata blocchi di frequenze in tutte le bande disponibili

nell'ambito dell'asta 5G indetta dal Mise – è capofila della sperimentazione 5G a Milano e area metropolitana, con l'obiettivo di coprire l'80% della popolazione entro dicembre 2018 per trasformarla nella capitale europea del 5G. Nel primo semestre del 2017, Vodafone ha avviato la copertura con tecnologia di rete Narrowband-IoT in tutta Italia con un piano di investimenti da oltre 10 milioni di euro, completata con il 995 di copertura a settembre 2018. Nel novembre 2017 Vodafone ha inoltre annunciato l'ingresso nel mercato IoT consumer con il lancio globale dell'ecosistema 'V by Vodafone' in Italia, U.K., Germania e Spagna, successivamente seguite da Portogallo, Irlanda, Turchia e Grecia, facendo leva sull'esperienza maturata nel mercato IoT enterprise dove Vodafone è leader di mercato con più di 60mln di dispositivi connessi. V-Home è la soluzione per la Smart Home facente parte di V by Vodafone, sviluppata in partnership con Samsung e Zurich Italia per rendi la propria casa più connessa e la famiglia più protetta. Il Safety Starter Kit di V-Home include l'hub SmartThings, una telecamera Wi-Fi, un sensore multifunzione e un allarme sonoro, oltre ai servizi inclusi nell'offerta, quali V-Home Alarm Assistant, V-Home Monitor e l'assicurazione Zurich Assistenza Casa. Vodafone in Italia ha circa 6.000 dipendenti, di cui 2.500 operano nel mondo dell'assistenza ai clienti in 8 Competence Center su tutto il territorio nazionale. Con oltre 3.500 persone che possono scegliere di lavorare da remoto un giorno alla settimana, Vodafone è tra le esperienze aziendali di Smart Working che coinvolgono il maggior numero di dipendenti in Italia.



Whirlpool
www.WhirlpoolCorp.com

Whirlpool Corporation (NYSE: WHR) è la principale azienda di elettrodomestici al mondo con un fatturato annuo di circa 21 miliardi di dollari, 92.000 dipendenti e 70 centri di produzione e di ricerca tecnologica nel 2017.

Il Gruppo commercializza i marchi Whirlpool, KitchenAid, Maytag, Consul, Brastemp, Amana, Bauknecht, Jenn-Air, Indesit, Hotpoint e altri importanti brand in quasi tutti i Paesi del mondo.

In Europa, Medio Oriente e Africa (EMEA) conta oltre 22.000 dipendenti, una presenza sul mercato in oltre 30 Paesi e siti produttivi in sette Paesi. Whirlpool EMEA è un segmento operativo di Whirlpool Corporation che presidia l'Europa, il Medio Oriente e l'Africa.

In ambito IoT Whirlpool è pioniera con i suoi prodotti intelligenti, lanciati per la prima volta negli USA nel 2013 e in Europa nel 2015 rendendo disponibile un'ampia gamma di prodotti connessi: include lavatrici, asciugatrici, lavastoviglie, frigoriferi, condizionatori.

A partire dal secondo trimestre del 2018 è stato lanciato anche tutto il set dei prodotti per la cottura (forno, microonde, piano cottura, cappa, forno a vapore).

Tutti i prodotti della famiglia 6th SENSE Live (il nome per gli elettrodomestici Smart di Whirlpool) condividono la stessa App (chiamata appunto 6th SENSE Live e disponibile per Android e IOS) e permettono al consumatore non solo di avere il pieno controllo sui suoi elettrodomestici ovunque egli sia, ma anche di beneficiare di funzionalità aggiuntive altrimenti non disponibili sui prodotti tradizionali.

L'architettura globale delle soluzioni IoT e la collaborazione con diverse aziende leader nel loro settore (IBM per esempio) sono tra i punti di forza della soluzione Whirlpool.

Il Quartier generale EMEA si trova in Italia, a Pero (MI).

Per maggiori informazioni sull'azienda è possibile visitare il sito WhirlpoolCorp.com o seguirci sugli account LinkedIn, Twitter, e Medium.



Wind Tre
www.windtre.it

Wind Tre, guidata da *Jeffrey Hedberg*, è ai vertici del mercato mobile in Italia e tra i principali operatori alternativi nel fisso. L'azienda è nata dalla fusione delle due società operative H3G S.p.A e Wind Telecomunicazioni S.p.A. a seguito della joint-venture paritetica creata dai rispettivi azionisti CK Hutchison e VEON.

Dal 7 settembre 2018, CK Hutchison è azionista unico di Wind Tre.

Wind Tre sta realizzando significative efficienze e importanti investimenti in infrastrutture digitali. La nuova capacità finanziaria e industriale permette a Wind Tre di fornire servizi innovativi, di elevata qualità ed una maggiore velocità di rete in linea con la crescente domanda di connettività e con le aspettative di consumo di famiglie ed imprese.

L'azienda ha l'obiettivo di diventare un player di riferimento nell'integrazione fisso-mobile e nello sviluppo delle reti in fibra di nuova generazione grazie anche all'accordo con Open Fiber per la realizzazione della rete in banda ultralarga in Italia. Per

quanto riguarda la telefonia mobile, Wind Tre, una volta consolidato il proprio network, disporrà di 21.000 siti di trasmissione.

“Wind Tre Business” è il brand per le aziende, i professionisti e la Pubblica Amministrazione. Si propone come partner preferenziale per la trasformazione digitale, con soluzioni di telefonia fissa e mobile e con servizi digitali supportati da connettività 4G/LTE e in Fibra che, utilizzando piattaforme di Smart Connectivity, Cloud e Data Center di ultima generazione, indirizzano soluzioni di ICT innovation e IoT. Le proposte di Wind Tre Business includono soluzioni per lo Smart Working ai più elevati standard di affidabilità, qualità e sicurezza. Il marchio, inoltre, offre diversi touchpoint digitali, come il sito web windtrebusiness.it, l'app dedicata al self-caring e la piattaforma ‘Business Advisor’, che include materiali formativi e contenuti editoriali, utili a sviluppare la propria attività. Wind Tre Business è caratterizzato da relazione, fiducia e valore, che si traducono in vantaggi concreti per tutti i clienti.

Nel segmento Consumer, “Wind” e “3” sono i brand che caratterizzano i prodotti e le offerte. Due marchi forti, complementari e ben posizionati sul mercato italiano. “Wind” rappresenta la scelta ‘smart value for money’, all’insegna dei valori di chiarezza, trasparenza e semplicità, e della vicinanza ai propri clienti. Il brand “3”, da sempre all'avanguardia nelle scelte tecnologiche, è caratterizzato dai valori di trasparenza, innovazione e tecnologia, espressi dal pay-off ‘The future you want’. Il marchio “3” si rivolge, prevalentemente, ai clienti con una forte attitudine al digitale, “Wind” alle famiglie.



AlfaEvolution Technology
www.waytech.it



Axians
www.axians.it

Nell'Era dei Big Data Unipol conosce il valore dei dati. Con quasi 4 milioni di clienti dotati di scatola telematica conferma la sua leadership nel mercato della Insurance Telematics in Europa.

Per rafforzare il suo vantaggio competitivo, il Gruppo ha deciso di investire sull'insourcing delle competenze per la gestione della telematica assicurativa attraverso una società di proprietà: **AlfaEvolution Technology**.

Nata nel Marzo 2016, AlfaEvolution fornisce tecnologie & servizi Telematici in molti settori: Trasporto, Property, Benessere & Salute sia in ambito captive per UGF sia extra-captive (ma in coerenza con la strategia di Gruppo).

Il mix di competenze (Industriali, accademiche, assicurative) che garantiscono il costante monitoraggio dell'evoluzione tecnologica e dei servizi IoT, la capacità di sviluppare algoritmi distintivi e protetti da IPR sui device IoT e che interpretano terabyte di dati in centrale nel rispetto dei vincoli privacy e della security, la customizzazione e l'integrazione costante e continua con i sistemi aziendali e le policy di Gruppo sono il vero valore di AlfaEvolution.

L'aumento costante dell'influsso di dati dai dispositivi IoT, e la loro importanza, sono uno dei punti chiave al centro dei progetti sviluppati da **Axians** per i nostri clienti.

Si tratta soprattutto di multinazionali della moda, del retail, della distribuzione e della produzione di beni di consumo ed industriali. Realtà che stanno affrontando la trasformazione digitale per accrescere quote di mercato, migliorare i processi e fare efficienza energetica.

Axians li affianca progettando e realizzando infrastrutture iperconvergenti ottimizzate per i nuovi paradigmi dell'IoT, dell'edge computing e del cloud.

Il valore progettuale è arricchito dalla capacità di supportare progetti su scala mondiale e dalla piattaforma di servizi Georeting che garantisce la piena efficienza e continuità delle business activities.



Dell EMC - Intel
www.dell EMC.com/it



Engie Italia
casa.engie.it

Dell EMC, parte di Dell Technologies, supporta le organizzazioni nel processo di modernizzazione, automazione e trasformazione dei propri data center grazie a tecnologie – converged infrastructure, server, storage e data protection – leader del settore.

In particolare, grazie allo sviluppo di soluzioni Hybrid Cloud, la riconosciuta esperienza nei Big Data e Analytics oltre all'utilizzo di applicazioni native in ambito cloud, Dell EMC abilita la trasformazione dell'infrastruttura tecnologica, aumentando la competitività delle aziende e avviando il loro percorso verso la Digital Transformation; con l'offerta server e storage, riconosciuta come leader di mercato, garantisce soluzioni converged infrastructure e hyper-converged infrastructure di altissimo livello per realizzare in sicurezza e in tempi rapidi l'IT Transformation.

Nel team di Dell EMC in Italia sono presenti circa 750 professionisti, impegnati al fianco delle aziende e della Pubblica Amministrazione ad affrontare le sfide della modernizzazione, mettendo a disposizione capacità, esperienza e tecnologie all'avanguardia.

ENGIE, player mondiale dell'energia e dei servizi, opera attraverso tre principali attività: la produzione di energia elettrica da fonti con basse emissioni di CO₂, le infrastrutture energetiche e le soluzioni per i clienti. ENGIE, guidata dall'ambizione di contribuire ad un progresso armonioso, affronta le grandi sfide globali – lotta al riscaldamento climatico, accesso di tutti all'energia, mobilità – offrendo ai clienti pubblici, alle imprese e ai privati, soluzioni per la produzione di energia e servizi in grado di conciliare interessi individuali e collettivi. Le offerte integrate del Gruppo, a bassa emissione di anidride carbonica e ad alte prestazioni sostenibili, si basano sull'impiego di tecnologie digitali. L'ambizione di ENGIE è condivisa quotidianamente da 155.000 dipendenti che lavorano in 70 Paesi.

ENGIE in Italia propone offerte globali sull'intera catena del valore dell'energia, dalla fornitura ai servizi, con particolare attenzione ai prodotti innovativi e alle soluzioni di efficienza energetica e di gestione integrata. Con oltre 3.000 dipendenti in più di 50 uffici sull'intero territorio nazionale, ENGIE in Italia è il primo operatore nei servizi energetici, il secondo nella vendita del gas (mercato all'ingrosso), il quinto nell'elettricità.



Faber – Franke
www.faberspa.com



Gruppo AC
www.gruppoac.it

Faber Spa è la Division Hoods&Cooking System del gruppo svizzero **Franke**. È un gruppo industriale presente in 8 nazioni e 3 continenti ed è in continua espansione, grazie all'impegno, la tenacia e la passione delle sue persone.

È leader nel settore delle cappe da cucina: in Italia, una cappa su due è Faber. Ha scoperto un mondo, creato il mercato delle cappe per cucina, trasformato la cappa da semplice complemento d'arredo a elettrodomestico sicuro, efficace e confortevole.

Faber è da sempre impegnata nel trattamento dell'aria in casa, e lavora costantemente per renderla sana, partendo proprio dall'ambiente cucina. Per raggiungere questo scopo unisce *innovazione, tecnologia e ricerca* in modo da realizzare soluzioni sempre nuove e purificare efficacemente gli ambienti indoor, mantenendo bassi i consumi energetici e riducendo anche il rumore e l'inquinamento acustico.

Cogliendo le sfide offerte dalla digitalizzazione in ambito IoT e Smart Home il team Innovazione & Ricerca di Faber si prepara alla rivoluzione digitale, ampliando la sua gamma prodotti e creando nuove piattaforme tecnologiche, con l'obiettivo di offrire ai suoi clienti la migliore esperienza d'uso di sempre.

AC progetta e sviluppa soluzioni e prodotti IoT-based innovativi e su misura attraverso le sue piattaforme, servizi ed ecosistema IoT per migliorare la connected life dei propri clienti.

AC è un Gruppo che si compone di 3 aziende di cui **AC SPA** è la holding ed assolve attività commerciali e finanziarie per il Gruppo; possiede il 100% di AC Lab e AC Service. *AC Lab* gestisce la progettazione, lo sviluppo e l'evoluzione del centro servizi, nuovi prodotti e soluzioni innovative, l'R&D; *AC Service* svolge servizi di logistica integrata, service center-help desk, service delivery & activation.

AC è presente con la propria offerta nei segmenti di mercato a maggiore crescita: smart car, smart home, smart logistics, smart asset management con soluzioni in ambito insurtech, home e small office, mobility e safety.

Il vantaggio competitivo di AC sta nel dare: servizi flessibili, prezzi competitivi, qualità dei servizi erogati, partnership tecnologiche, industriali e commerciali, continuous improvement. Uno dei maggiori punti di forza dell'offerta AC consiste, inoltre, nel presidio dell'intera *value chain* dei servizi.



Gruppo SCAI
www.grupposcai.it



GS1 Italy
www.gs1it.org

Inspiring Your Digital Evolution

Dal 1973 il torinese **Gruppo SCAI** ha acquisito una connotazione nazionale e internazionale grazie al paradigma organizzativo di aziende in rete.

System Integration, Consulenza e soluzioni ICT rappresentano gli asset principali: l'evoluzione digitale è il nostro valore.

Il Gruppo SCAI integra team specializzati che offrono competenze in grado di intervenire in tutti i settori: dal Finance al Retail, dalla PA all'Intelligent Automation, dal Digital Signage allo Smart Space Management.

I centri di competenza in campo IoT lavorano alla Ricerca&Sviluppo dell'implementazione di soluzioni integrate per la gestione intelligente di ambienti, impianti ed edifici a misura d'uomo, coniugando sistemi di Business Intelligence, suite di Facility Management (come la piattaforma proprietaria Real Gimm) e User Experience Design.

GS1 Italy è l'associazione senza scopo di lucro che riunisce 35 mila imprese di beni di consumo. Ha l'obiettivo di facilitare il dialogo e la collaborazione tra aziende, associazioni, istituzioni per creare valore, efficienza, innovazione, per dare più slancio alle imprese e più vantaggi al consumatore.

GS1 Italy sviluppa e mantiene gli standard più usati al mondo per la comunicazione tra imprese. Siamo conosciuti per il codice a barre, definito dalla BBC come una delle "50 cose che hanno reso globale l'economia". Gli standard GS1 migliorano l'efficienza, la sicurezza e la visibilità delle supply chain attraverso i canali fisici e digitali in 25 settori.

Il network GS1 è presente in 112 paesi, con 1,5 milioni di aziende utenti e 6 miliardi di transazioni ogni giorno: dimensioni che dimostrano come gli standard GS1 abbiano creato un linguaggio comune che supporta sistemi e processi in tutto il mondo.

GS1 Italy inoltre propone i processi condivisi ECR che hanno come obiettivo l'efficienza e l'innovazione nella filiera e che nascono dal dialogo tra Industria e Distribuzione.



Homeero Building
www.homeerobuilding.it



Wattsdat
www.wattsdat.com

Homeero Building è la piattaforma innovativa della manutenzione per Condomini, Retail, Franchising e Centri Commerciali.

Con la piattaforma cresce la rete artigiani: gli attuali tecnici sono integrati con la rete di artigiani Homeero per offrire una Assistenza Garantita.

Tutto sotto controllo: la piattaforma riceve direttamente le richieste, organizza l'intervento e aggiorna in tempo reale ogni utente (amministratore, responsabile, condomino, esercente e artigiano), ciascuno con la propria APP e ruolo, sino alla risoluzione.

La piattaforma eroga servizi di manutenzione, non un software: è nato e pensato per integrarsi con i gestionali esistenti.

Semplice ed efficace. Per gli edifici è disponibile anche il libretto di Valutazione dei Rischi nel Condominio (VRC): equivale alla "carta di identità" dell'immobile ed è lo strumento finalizzato alla prevenzione, riduzione e controllo dei possibili fattori di rischio per la sicurezza e la salute.

Permette di avere una "fotografia" dettagliata della manutenzione, aumentando il valore dell'immobile nel suo complesso evidenziandone lo stato di conservazione.

Wattsdat è una piattaforma *cloud* indipendente e aperta in grado di trasformare i dati di consumo/produzione di energia e le modalità di utilizzo degli edifici e delle infrastrutture in opportunità e azioni concrete, valutando e gestendo l'impatto economico e la sostenibilità ambientale attraverso tre tipologie di servizi fruibili *as a service*:

Digital Energy: servizi di *customer engagement* e di *revenue management* per le *utility* e servizi di *reverse billing* per i consumatori che si adattano in maniera flessibile e scalabile ai punti di prelievo gestiti.

Energy of Things: servizi per *consumer* e *prosumer* di energia per conoscere quanto, come, dove, perché si consuma/produce e determinare gli importi economici a preventivo e a consuntivo applicando le reali condizioni contrattuali con dettaglio anche giornaliero e quattorario.

Energy Insights: servizi per finanziatori e consumatori per identificare, valutare, scegliere e controllare differenti opportunità di miglioramento, che possono essere ripagate o dai risparmi o dai maggiori guadagni ottenuti, secondo standard internazionali che ne assicurano la finanziabilità e la bancabilità.



HPE - Aruba
www.hpe.com



Menowatt Ge
www.menowattge.it

Hewlett Packard Enterprise, primaria azienda nel settore della tecnologia, supporta i propri clienti grazie al più completo portafoglio di soluzioni cloud, data center, server, storage, reti cablate e wireless, infrastrutture convergenti, servizi e Hybrid IT e attraverso la collaborazione con l'ecosistema di partner.

L'approccio dell'azienda si fonda su tre pilastri strategici: Hybrid IT, Intelligent Edge e i servizi Pointnext.

L'offerta HPE si completa con le soluzioni di Aruba, produttore leader di soluzioni di rete di nuova generazione per aziende di ogni dimensione a livello mondiale.

HPE investe costantemente in Ricerca e Sviluppo anche grazie agli HPE Labs, con cui sviluppa nuove tecnologie in grado di influenzare il mercato e favorire nuove possibilità di business.

HPE si distingue anche per l'attenzione alle persone, ai valori e alle iniziative di responsabilità sociale, supportando, con la propria tecnologia, lo sviluppo delle comunità nelle quali opera.

Fondata nel 1939 a Palo Alto (California), HPE è presente in Italia dal 1964 ed è guidata da Stefano Venturi, Corporate VP, Presidente e AD Hewlett Packard Enterprise Italia.

Menowatt Ge è attiva nel settore della green e white economy con progetti su misura e prodotti brevettati, dedicati all'efficienza energetica. È tra le prime ESCo (Energy Service Company) accreditate ARERA/GSE ad essere certificata UNI CEI 11352.

Menowatt Ge si caratterizza per la capacità pionieristica di ideazione, progettazione e produzione dei propri prodotti e servizi, con un continuo impegno verso la sostenibilità e la tutela ambientale. La società investe fortemente nel suo Dipartimento Ricerca e Sviluppo: l'innovazione di prodotto, tutto made in Italy, è alla base delle attività strategiche aziendali.

Le soluzioni proposte vanno dalla riqualificazione degli impianti di pubblica illuminazione con risparmio energetico garantito per le Amministrazioni locali, a proposte di efficienza energetica per impianti di illuminazione interna di medie e grandi dimensioni (ospedali, edifici pubblici e privati, industrie o centri commerciali). Tutti i progetti implementati possono essere integrati con soluzioni all'avanguardia Smart City e Smart Metering, alcune delle quali già presentate come caso di studio in diversi e qualificati contesti.



Microsoft
www.microsoft.com/italy



Midori
it.midorisrl.eu

Fondata nel 1975, **Microsoft** mette a disposizione di consumatori e aziende in tutto il mondo dispositivi, servizi e applicazioni digitali in grado di offrire esperienze integrate di produttività, comunicazione, informazione e intrattenimento.

Microsoft Italia – Fondata nell'Ottobre del 1985, la filiale dell'azienda di Redmond è presente sul territorio italiano con due sedi principali, a Milano e Roma, conta oltre 850 dipendenti e si è affermata tra i protagonisti dell'evoluzione digitale del nostro Paese, accompagnando milioni di imprese nel processo di trasformazione del loro business attraverso le nuove tecnologie. Microsoft Italia è inoltre impegnata a supportare studenti e docenti nell'adozione di tecnologie digitali per migliorare la didattica e l'apprendimento, fornendo competenze digitali.

Ambizione Italia – Microsoft ha lanciato il 28 Settembre 2018 Ambizione Italia, un progetto di ecosistema per accelerare la trasformazione digitale in Italia, facendo leva sulle opportunità offerte dall'Intelligenza Artificiale e sulla formazione avanzata. L'iniziativa si traduce in un articolato programma di formazione, aggiornamento e riqualificazione delle competenze con l'obiettivo di contribuire all'occupazione e alla crescita del Paese.

Midori è una PMI innovativa con competenze in ICT, machine learning e data analytics, specializzata nella realizzazione di strumenti di smart metering e analisi energetica per aziende e cittadini.

Le soluzioni proposte la rendono la prima azienda in Italia capace di creare grandi dataset di altissima qualità basati su un'accurata profilazione energetica, comportamentale e demografica degli utenti.

Nell'ambito Smart Home applicata al settore energetico, ha realizzato *Ned*, il primo smart meter basato su un'innovativa tecnologia di riconoscimento e separazione dei carichi elettrici (NILM) in grado di monitorare i consumi dei principali dispositivi di casa con un unico strumento di misura.

Un vero e proprio assistente di casa che tramite APP fornisce una previsione aggiornata della spesa a fine mese, uno storico degli elettrodomestici che consumano di più e avvisa l'utente in caso di consumi anomali o malfunzionamenti dei dispositivi, individuando consumi nascosti, sprechi e soluzioni personalizzate di risparmio, unendo efficienza e comfort in un'unica soluzione davvero smart.



Pirelli
www.pirelli.com

Fondata nel 1872, **Pirelli** è un'azienda dalle profonde radici italiane con un brand riconosciuto in tutto il mondo per le sue tecnologie all'avanguardia, la sua capacità di innovazione e la qualità dei suoi prodotti.

Con i suoi 30.000 dipendenti e un fatturato nel 2017 superiore a 5,3 miliardi di euro, Pirelli è tra i principali produttori mondiali di pneumatici e di servizi a questi collegati e l'unico interamente dedicato al mercato Consumer, che comprende pneumatici per auto, moto e biciclette. Pirelli è una Pure Consumer Tyre Company focalizzata in particolare sul mercato dei pneumatici High Value e costantemente impegnata nello sviluppo di prodotti innovativi e capaci di soddisfare anche le più specifiche esigenze, come avviene con i pneumatici Specialties e Superspecialties.

Nel 2017, Pirelli ha investito in attività di Ricerca e Sviluppo il 6,5% dei propri ricavi da prodotti High Value ed oltre il 90% delle spese totali di ricerca e sviluppo, un tasso fra i più elevati fra le aziende produttrici di pneumatici a livello mondiale. Pirelli vanta la presenza di 1.800 risorse impegnate nella Ricerca & Sviluppo dislocate nella sede di Milano e nei 12 centri tecnologici locali e un portafoglio di 6.100 brevetti.



SIA
www.sia.eu

SIA è leader europeo nella progettazione, realizzazione e gestione di infrastrutture e servizi tecnologici dedicati alle Istituzioni Finanziarie, Banche Centrali, Imprese e Pubbliche Amministrazioni, nelle aree dei pagamenti, della monetica, dei servizi di rete e dei mercati dei capitali.

SIA promuove da sempre l'evoluzione del sistema Paese attraverso l'innovazione tecnologica dei propri servizi infrastrutturali.

Oggi i clienti SIA possono beneficiare di un nuovo valore aggiunto: le informazioni di business ricavate correlando dati eterogenei per natura, fonte e struttura, che SIA elabora utilizzando le migliori tecnologie e architetture caratteristiche delle soluzioni IoT.

Un patrimonio informativo che si arricchisce ulteriormente applicando trasversalmente questo modello virtuoso alle comunità che decidono di collaborare in specifici ambiti di business.



Sicuritalia
www.sicuritalia.it

Sicuritalia è il leader del mercato italiano della Sicurezza, per dimensione, tasso di sviluppo e solidità economico-finanziaria, con 10.000 dipendenti, 430 milioni di Euro ricavi e oltre 60.000 clienti.

Sicuritalia può essere considerata un “Global Security Service”, poiché offre una vasta gamma di servizi e prodotti che rispondono in maniera integrata alla domanda di sicurezza espressa dal mercato.

Sicuritalia è in grado di garantire la sicurezza dei propri clienti in Italia ed all'estero. È infatti il partner italiano dei principali player mondiali del settore ed è in grado di organizzare e governare la sicurezza degli insediamenti e delle risorse umane delle aziende clienti in ogni parte del mondo.

Attraverso sei divisioni, Vigilanza Privata, Servizi Fiduciari, Sistemi di Sicurezza, Travel Security, Investigazioni, Cyber Security, offre una gamma di prodotti e servizi ad elevato valore aggiunto, che rispondono in maniera integrata alla domanda di sicurezza espressa dal mercato, coniugando l'utilizzo di tecnologia, uomini ed ict, per garantire la sicurezza dei propri clienti, in ogni parte del globo.



Signify
www.signify.com

Signify (Euronext: LIGHT) da oltre 125 anni guida l'innovazione nell'illuminazione tradizionale e LED, ed è all'avanguardia nel campo dei sistemi d'illuminazione connessa.

Presente in Italia dal 1918, opera in oltre 70 Paesi contando circa 34.000 dipendenti e con vendite pari a 6,4 miliardi di euro nel 2018. Ogni anno viene investito il 5% del fatturato in attività di ricerca e sviluppo, a testimoniare l'attenzione all'innovazione e all'evoluzione di prodotti e sistemi. Un impegno costante che ha come obiettivo quello di portare innovazioni significative che abbiano un impatto positivo e rispondano alle reali esigenze degli individui.

Signify, leader mondiale nell'illuminazione, intende continuare a guidare la trasformazione legata al LED e al “connected lighting” sia in ambito consumer che professional, illuminando strade, uffici, industrie, parcheggi, magazzini, negozi, hotel, impianti sportivi e monumenti.

I nostri prodotti "www.lighting.philips.it/home" Philips, insieme ai sistemi e servizi di illuminazione connessa "www.interact-lighting.com/en" Interact in grado di ricevere e comunicare dati, offrono soluzioni sostenibili e di valore per trasformare case, edifici e spazi urbani, riducendo i costi energetici e di manutenzione, stimolando lo sviluppo economico e migliorando la vita e l'esperienza delle persone.



Sky Italia
www.skygroup.sky/corporate



Software AG
www.softwareag.com/it

Sky Italia è la media company che fa parte di Sky plc, gruppo leader dell'intrattenimento in Europa che da settembre 2018 è entrato nell'orbita di Comcast NBCUniversal. Il gruppo Sky ha 23 milioni di abbonati in 7 paesi: Italia, Germania, Austria, Regno Unito, Irlanda, Spagna e Svizzera. Sky Italia è nata nel 2003 e distribuisce i suoi contenuti su diverse piattaforme tecnologiche. La sua base abbonati è di 4.82 milioni di famiglie al 30 giugno 2018.

A partire da giugno 2018, Sky propone due nuove offerte pay tv, una via digitale terrestre con 15 canali di serie tv, cinema, intrattenimento e sport; e l'altra via fibra, che dà accesso a tutti i pacchetti Sky attraverso la rete internet veloce di casa. È inoltre l'ecosistema Sky Q, la soluzione che integra tutte le diverse tipologie di ricezione – satellite, fibra e digitale terrestre – a offrire l'esperienza di visione più evoluta e coinvolgente di sempre, anche in 4K HDR, creando un unico ambiente di visione tra tutte le tv e i device connessi.

Con il servizio NOW TV, Sky offre anche in streaming una selezione di contenuti di cinema, intrattenimento e sport che possono essere fruiti sia con la Smart Stick, l'apparecchio che trasforma ogni tv in uno smart tv, sia con i principali device connessi a internet.

Sky è presente anche in chiaro sul digitale terrestre con tre canali: TV8, Cielo, Sky TG24.

Software AG supporta le aziende nel loro percorso di trasformazione digitale. Grazie alla Digital Business Platform, le imprese hanno la possibilità di migliorare il rapporto con i clienti, intraprendere nuovi percorsi "digitali", sviluppare nuovi modelli di business e opportunità commerciali. Nel mercato dell'Internet of Things (IoT) Software AG permette alle aziende di integrare, connettere e gestire varie componenti, nonché di analizzare i dati e prevedere eventi futuri grazie all'Intelligenza Artificiale (IA).

Software AG conta più di 4.700 dipendenti in 70 paesi, con un fatturato 2018 di 866M di euro.

Nel mondo della Smart Home, con la piattaforma tecnologica Cumolocity IoT, Software AG gestisce, attraverso un'architettura distribuita, vari tipi di connettività dei dispositivi, sia all'interno delle abitazioni e, in modalità Edge, anche in aree più distribuite, come interi edifici e quartieri.

Acquisisce e controlla in modo bidirezionale i dati, li analizza in tempo reale, correlandoli con altre informazioni già a disposizione, e attiva i processi di business innescati tramite task automatici, manuali o da algoritmi di IA.



Sogetel
www.sogetel.it

Solutions30
Soluzioni per le Nuove Tecnologie

Solutions30
www.solutions30italia.it

Operiamo nel campo dell'innovazione digitale con l'obiettivo di fornire strumenti e soluzioni in grado di accelerare il business dei nostri clienti in un mercato in continuo mutamento.

Sperimentazione e ricerca ci hanno permesso di seguire l'evoluzione della creazione e valorizzazione dei dati, vedendo nell'affermazione del paradigma IoT l'avvento di una rivoluzione che sta trasformando aziende e paesi.

Sviluppiamo ed implementiamo soluzioni IoT sicure ed affidabili implementando soluzioni Big Data costruite su database NoSQL in grado di garantire prestazioni elevate.

Creiamo applicazioni con bassa latenza, scalabilità, persistenza e fault-tolerance per processare velocemente enormi quantità di dati e reagire in tempo reale agli eventi, integrando dashboard, self-BI e report personalizzati all'interno dei sistemi preesistenti e utilizzando algoritmi complessi basati su AI e Machine Learning. Tramite la tecnologia *blockchain* siamo in grado di rinforzare l'infrastruttura dei clienti costruendo una rete distribuita e decentralizzata in grado di identificare, autenticare e registrare in sicurezza i dati provenienti dai dispositivi IoT.

Solutions30 Italia è una società multinazionale francese specializzata nel supporto desk da remoto ed installazioni on-site in ambito prettamente ICT.

I clienti principali sono le grandi società di telecomunicazioni, energia e produttori di device informatici. Tutti i nostri tecnici sono distribuiti in maniera capillare sul territorio nazionale ed europeo, con una preparazione sistemistica avanzata specializzata nell'intervento su apparati informatici.

Per mantenere un alto livello di preparazione dei nostri tecnici, stiamo investendo molte risorse sulla formazione con una particolare enfasi all'impiego di dispositivi "intelligenti" in soluzioni IOT.

Le nostre esperienze in ambito IOT sono legate ai seguenti settori:

- Energia, installazione di termostati digitali controllati via APP
- Sorveglianza, installazione di telecamere di sorveglianza
- Progettazione e design di soluzioni in ambito IOT
- Fornitura di SIM IOT tramite partnership con INCE.

La nostra mission aziendale è contribuire allo sviluppo delle soluzioni Smart Cities/Homes in quanto abbiamo conoscenze e competenze per interagire con la popolazione in entrambi gli ambiti applicativi.




Tera
www.terasrl.it



TESISQUARE®
www.tesisquare.com

Soluzioni per Ecosistemi IoT

Tera è una PMI Innovativa con competenze nella progettazione e realizzazione di sistemi hardware e software, con particolare focus sull'efficienza energetica.

L'approccio di Tera è pienamente allineato al paradigma IoT, con modularità e scalabilità delle soluzioni e interoperabilità dei componenti SW e HW, adattandosi a diversi campi applicativi, dalla Smart Home alla Building Automation a Industria 4.0.

Nell'ambito Smart Home, ha realizzato l'Ecosistema BEETA™, costituito dal gateway multiprotocollo BEETA™ Box (con kit di sensori componibile e lettura contatore elettrico integrata), e dall'App BEETA™ che, tramite elementi di gamification, stimola l'engagement dell'utente, fornisce classificazioni dei consumi (sulla base di algoritmi originali Tera) e Tips&Tricks personalizzati.

Nell'ambito Smart Building e Smart Industry, BEETA™ Box e GioE consentono di effettuare monitoraggi in tempo reale e controlli di dispositivi sensori e attuatori su diversi protocolli di comunicazione, wireless e cablati, integrando elementi di automazione in edge computing con supervisione a livello cloud.

TESISQUARE® è un partner tecnologico specializzato nella progettazione e implementazione di ecosistemi digitali collaborativi pensati per potenziare e rendere agili i processi di interazione dei molteplici touch point e attori della value chain estesa: produttore, distributore, consumatore e altri stakeholder.

Fondata nel 1995 a Bra (CN), l'azienda è attiva sia sul territorio nazionale con filiali distribuite in tutto il Paese (Milano, Torino, Roma, Padova, Genova e Bologna) sia a livello internazionale con sedi in Olanda, Francia, Spagna e Germania, con partnership attive in USA, Russia, Sud Africa e Singapore.

TESISQUARE® abilita un ecosistema collaborativo attraverso una piattaforma integrata di Sourcing and Procurement, Supply Chain Execution, Transportation Management, Retail and e-Commerce.

Abilita, inoltre, la collaborazione e la visibilità in tempo reale grazie a capabilities trasversali in ambito Governance, Risk and Compliance, Digital Transformation, E2E Control Tower e Supply Chain Finance.



Tholos PHP
www.exacto-energy.com



TXT e-solutions
www.txtgroup.com

Tholos – People Have the Power

Tholos PHP è una Energy Service Company (ESCO) certificata, che promuove e finanzia interventi di efficienza energetica impiegando risorse finanziarie proprie, con la garanzia del risultato in termini di risparmio (Energy Performance Contract). Tholos PHP fa parte del **Gruppo Elettra Investimenti**, società quotata sul mercato AIM di Borsa Italiana, tra i principali operatori in Italia nel settore dell'energia distribuita. Le soluzioni IoT che Tholos PHP propone sono Cloud, Plug&Play e abilitanti nuovi modelli di business che consentono la valorizzazione dei dati.

Exacto® è la piattaforma IoT di Tholos PHP, che organizza e gestisce, in modo semplice e intuitivo, i dati energetici correlandoli con altre variabili e/o grandezze rilevanti per settore merceologico e/o tecnologia di utilizzo, consentendo di:

- Monitorare, analizzare e gestire i dati di qualsiasi tipo di sensore e attuatore;
- Telegestire impianti ed asset energetici;
- Avere una contabilità energetica analitica;
- Monitorare in tempo reale i KPI;
- Personalizzare le dashboard;
- Creare ed esportare report.

TXT e-solutions è leader internazionale nella fornitura di prodotti software e soluzioni strategiche. Opera in mercati dinamici che richiedono elevata specializzazione e capacità di innovazione. TXT è focalizzata sul software per il settore Aerospace & Aviation, Transportation e Manufacturing, dove offre prodotti specifici e servizi di ingegneria specialistici. In particolare, nell'ambito della Smart Factory, supportiamo i nostri clienti fornendo soluzioni per l'intero ciclo di vita del prodotto:

- Soluzioni di smart work instruction integrate con i sistemi di execution;
- Operazioni di pianificazione e programmazione delle attività;
- Soluzioni IOT per le funzioni di machines tracking, remote monitoring e advanced automation;
- Data analytics per anomaly detection, machine learning e predictive maintenance.

Tramite la nostra controllata PACE GmbH, sviluppiamo prodotti software innovativi per:

- progettazione architettuale di velivoli (pre-design);
- configurazione della cabina passeggeri;
- l'efficientamento dei consumi di carburante in termini di ottimizzazione delle rotte;
- *Realtà Aumentata/Virtuale* a supporto delle attività produttive, manutentive e per il training degli operatori.



Valtellina
www.valtellina.com



Vimar
www.vimar.com

Valtellina SpA opera da oltre 80 anni nel settore delle infrastrutture per le telecomunicazioni e si posiziona in questo mercato come riferimento consolidato. Proprio la vasta esperienza nel settore TLC ha consentito di espandere il proprio ramo d'azione al mondo 4.0, smart manufacturing e Internet of Things, sinergici al suo know-how e offerta di servizi.

Valtellina è riferimento per sviluppare integrazioni fra OT e reti IT, nel ruolo di “Main Contractor & Supervisor”. L’impegno primario è fare comunicare al meglio gli impianti industriali e la logistica integrata. L’attività comprende anche il revamping di centrali telefoniche e di trasmissione dei dati in ambito industriale, con interventi evolutivi verso il digitale (servizi voip-dati in cloud).

Significativo anche l’impegno nella installazione di sistemi per il monitoraggio dei consumi energetici e loro connessione a tecnologie smart. Valtellina è entrata anche nel mondo della Cyber Security, con soluzioni all’avanguardia per la difesa informatica di strutture complesse e delicate, come ad esempio gli aeroporti. Dal 2013 Valtellina fa parte del Consorzio Intellimech – Kilometro Rosso Innovation District -, ciò permette di avere un forte interscambio di esperienze in ambito R&D nei campi applicativi di Industry 4.0.

Valtellina è connessa al futuro – Fin dalla sua fondazione, nel 1945, **Vimar** si impegna ad offrire soluzioni in grado di garantire il miglioramento di ogni stile di vita all’insegna di un made in Italy che combina design e tecnologia. Forte dell’esperienza maturata nel campo della home&building automation, Vimar propone oggi VIEW, la visione aziendale sul mondo digitale e dell’Internet of Things, che guiderà nel prossimo futuro lo sviluppo di soluzioni intelligenti, tutte accomunate dalla caratteristica di essere connesse tra loro, ad internet e con l’utilizzatore tramite le più evolute tecnologie digitali. Ma VIEW è anche un insieme di partnership e un ecosistema in continua crescita formato da prodotti smart e sistemi interconnessi esteticamente coordinati, capaci di integrarsi anche con le proposte commerciali di altri produttori, con l’obiettivo di semplificare la vita a chi li utilizza e di offrire una unica user experience intuitiva all’insegna del controllo totale della propria abitazione e del vivere Smart. Dal sistema domotico By-me per il residenziale e il piccolo terziario, al sistema di building automation Well-contact Plus, sviluppato su standard KNX. Dai dispositivi in radiofrequenza EnOcean, ZigBee, ai termostati e cronotermostati controllabili via GSM e Wi-Fi. Passando dai sistemi connessi di TVCC, Videocitofonia, Antintrusione ed Automazioni per cancelli sviluppati su tecnologia IP: sono queste le soluzioni Vimar nel campo del IoT. Una tecnologia che permette una completa integrazione per offrire più risparmio energetico, più comfort e più sicurezza anche grazie ad un dialogo costante con dispositivi mobile, Smart Phone e Tablet e con tutti i sistemi digitali attraverso i protocolli più diffusi nel mercato.

Copyright 2019 © Politecnico di Milano – Dipartimento di Ingegneria Gestionale
Grafica: Osservatori Digital Innovation
Infografica: Silvia Re
Realizzazione: Danilo Galasso, Emanuela Micello e Stefano Erba
Stampa: Tipografia Galli e C. srl | www.tipografiagalli.it

www.osservatori.net

Seguici anche su:



IN COLLABORAZIONE CON PARTNER



SPONSOR

