



Smarthome come il fulcro dell'ecosistema "internet delle cose", capace di trainare dietro di sé diversi settori chiave del Made in Italy.

Sul mercato italiano dell'IoT, si affacciano grandi player e startup innovative con offerte spesso complementari a quelle dei brand affermati: Cresce l'interesse dei consumatori verso soluzioni sempre più evolute, personalizzate e sicure per la casa connessa.

La Smart Home in Italia, vale circa 185 milioni di euro nel 2016, (+23% rispetto all'anno precedente - Osservatorio Internet of Things del Politecnico di Milano), con un potenziale elevato.

Cresce, soprattutto, la quota dei "nuovi" canali come retailer, eRetailer e assicurazioni che insieme rappresentano il 18% (circa 30 milioni di euro).

I possibili impieghi sono molti e variegati, grazie a soluzioni per la casa connessa, censite in Italia e all'estero, dedicata a:

- sicurezza - tra videocamere di sorveglianza, serrature, videocitofoni connessi e sensori di movimento (31%);
- gestione energetica, come le soluzioni per il controllo remoto degli elettrodomestici (10%);
- la gestione dei sistemi di riscaldamento e raffreddamento (8%);
- il monitoraggio dei consumi dei dispositivi elettrici (10%).

con un'offerta di prodotti in continuo divenire, in un mercato in cui il 68% delle soluzioni sul mercato è "Do It Yourself", con un processo di installazione semplificato, come accade per il sistema Homebox di Infomobility.it, grazie al suo sistema auto-installante che in pochi minuti permette di installarlo a casa in soli 3 passaggi:

- Associazione,
- Configurazione,
- Riconoscimento.

Con la soluzione di "Casa Connessa" Homebox, è possibile raccogliere molti dati sul funzionamento dei dispositivi connessi e sul comportamento delle persone nell'abitazione.

Oggi in Italia le compagnie assicurative propongono polizze casa legate alla presenza di oggetti connessi.

Le polizze assicurative smart si rivolgono alla casa, per la rilevazione di allagamenti, incendi o eventuali intrusioni, a cui viene associato un servizio di assistenza 24 ore su 24.

Cresce, inoltre, il numero di offerte per il wellness (ad esempio dispositivi wearable con sconti sulla polizza se si pratica attività fisica) o per l'eHealth (polizze scontate se associate all'acquisto di strumenti in grado di monitorare parametri vitali).

"Il 26% dei consumatori italiani dispone di almeno un oggetto intelligente e connesso nella propria abitazione e il 58% ha intenzione di acquistarli in futuro".

Lo rivela l'indagine realizzata dall'[Osservatorio Internet of Things](#) in collaborazione con Doxa su un campione rappresentativo degli utenti Internet dai 25 ai 70 anni, da cui emerge che gli italiani non ritengono ancora sufficientemente pronta l'offerta Smart Home per la casa connessa: chi non dispone già di oggetti connessi nella sua abitazione nel 50% dei casi è "in attesa di soluzioni tecnologicamente più mature" per acquistarli.

La sicurezza si conferma al primo posto anche tra le preferenze dei consumatori che hanno già acquistato prodotti (13%), seguita da climatizzazione (8%), riscaldamento (8%) e gestione degli elettrodomestici da remoto (6%).

Per offrire soluzioni sempre più personalizzate le compagnie assicurative guardano alle nuove realtà anche in ottica open innovation, con accordi di partnership.

Anche Infomobility.it, è protagonista in questo processo orientato al futuro, sviluppando un bouquet di sensoristica integrata al proprio sistema domotico, venduto in abbinamento alle polizze Generali "Sei a Casa", in grado di offrire ai consumatori, soluzioni sempre più personalizzate ed affidabili.

[SCOPRI HOMEBOX](#)

di Infomobility